

ความรู้ความเข้าใจต่อเนื้อหากฎหมายและมาตรการที่เกี่ยวกับการกระทำที่เป็นการ  
เอาเปรียบผู้บริโภคของผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการ  
โทรทัศน์ พื้นที่จังหวัดขอนแก่น และจังหวัดอุดรธานี

Knowledge and Understanding of the Content of Laws and Measures  
regarding Acts that take Advantage of Consumers of Broadcasting  
and Television Business Licensees Khon Kaen Province area  
and Udon Thani Province

**บทคัดย่อ**

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมความรู้ความเข้าใจของผู้ประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์เกี่ยวกับการเผยแพร่เนื้อหาของกฎหมายการโฆษณาอาหารและยา และผลิตภัณฑ์สุขภาพ ซึ่งมีความสำคัญต่อการป้องกันการเอาเปรียบผู้บริโภค โดยมีวิธีดำเนินงาน คือ 1) สำรวจข้อมูลการเปิดรับและความคิดเห็นต่อเนื้อหากฎหมายและมาตรการที่เกี่ยวกับการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคของผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ในพื้นที่จังหวัดขอนแก่นและอุดรธานี 2) ศึกษาข้อมูลเชิงลึกความรู้ความเข้าใจในเนื้อหากฎหมายและมาตรการที่เกี่ยวกับการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคของผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ จำนวน 6 สถานี และ 3) จัดกิจกรรมอบรมให้ความรู้ความเข้าใจกฎหมายและมาตรการที่เกี่ยวกับการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคแก่ผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์

ผลของการศึกษา พบว่า ผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ มีส่วนร่วมกิจกรรมเกี่ยวกับการรับรู้กฎหมายการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภค โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $7.00 \pm 0.41$ ) มีการรับรู้บทบาทหน้าที่ตามกฎหมายที่เกี่ยวกับการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ( $4.26 \pm 0.70$ ) มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการรับโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ลักษณะคล้ายกัน ทั้งนี้ หลังจากการจัดกิจกรรมอบรมถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับการกำกับดูแลการโฆษณาอาหาร ยา และผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ผิดกฎหมาย หรือลักษณะเป็น การเอาเปรียบผู้บริโภค ในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พบว่า กลุ่มผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีความพึงพอใจต่อการให้บริการวิชาการและกิจกรรมถ่ายทอดความรู้ในระดับมาก ( $4.03 \pm 0.11$ ) มีความรู้เพิ่มขึ้นหลังการเข้าร่วมกิจกรรมอยู่ในระดับมาก ( $4.15 \pm 0.24$ ) และมีแนวโน้มสำหรับการนำความรู้ที่ได้ไปใช้ประโยชน์ในการประกอบกิจการระดับมาก ( $4.00 \pm 0.10$ )

**คำสำคัญ:** กฎหมาย, การเอาเปรียบผู้บริโภค, ผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์

## Abstract

The objective was to enhance the awareness and comprehension of broadcasting and television operators regarding the dissemination of content related to food, pharmaceuticals, and health products advertising laws, which are vital in preventing consumer exploitation. The project was executed through the following methods: 1) Conducting surveys to gather information on exposure to and opinions about the legal content and measures related to consumer exploitation by broadcasting and television business licensees in the Khon Kaen and Udon Thani provinces, 2) In-depth examination of the knowledge and understanding of the legal content and measures regarding consumer exploitation by broadcasting and television business licensees from 6 stations, and 3) Organizing training activities to impart knowledge and understanding of the laws and measures related to consumer exploitation by broadcasting and television business licensees.

The study's results indicated that broadcasting and television business licensees demonstrated awareness concerning the laws addressing consumer exploitation at a moderate level ( $7.00 \pm 0.41$ ). However, there was a highest level of awareness about the roles and responsibilities outlined in the laws addressing consumer exploitation ( $4.26 \pm 0.70$ ). They exhibited a similar level of knowledge and understanding regarding the reception of health product advertisements in the broadcasting and television business. After organizing training activities on "Monitoring and oversight of unlawful advertising for food, pharmaceuticals, health products, or any practices intended to exploit consumers in the broadcasting and television sector". The group of participants were satisfied with the academic services and knowledge transfer activities at a high level ( $4.03 \pm 0.11$ ), knowledge levels significantly increased ( $4.15 \pm 0.24$ ) after participating in these activities, and there was a notable inclination towards applying this newfound knowledge in their business operations ( $4.00 \pm 0.10$ ).

**Keywords:** The Laws, Take Advantage of Consumers, Broadcasting and Television Business Licensees

## บทนำ

แผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2563 - 2568) ได้กำหนด ยุทธศาสตร์ที่ 5 การพัฒนาคุณภาพการประกอบกิจการ โดยมีวัตถุประสงค์ส่งเสริมสนับสนุนการพัฒนา คุณภาพบุคลากรในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ให้ประกอบวิชาชีพอย่างมีความรับผิดชอบมีทักษะ ของการเป็นผู้ประกาศที่มีคุณภาพ การส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพการประกอบกิจการกระจายเสียงและ กิจการโทรทัศน์ ผ่านการเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจ และการเตรียมความพร้อมให้กับผู้ประกอบการผ่าน

การพัฒนาวิชาชีพในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ เช่น การพัฒนาทักษะการผลิตรายการในกิจการกระจายเสียง และการพัฒนาทักษะด้านเทคนิคในกิจการโทรทัศน์ ตลอดจนการส่งเสริมองค์วิชาชีพผ่านกิจกรรมต่าง ๆ รวมทั้งการพัฒนาศักยภาพและเสริมสร้างจริยธรรมผู้ประกอบการ โดยพระราชบัญญัติองค์การจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 และที่แก้ไข ฉบับที่ 2 พ.ศ. 2560 มาตรา 31 กำหนดว่า เพื่อประโยชน์ ในการคุ้มครองผู้บริโภคมิให้ถูกเอาเปรียบจากผู้ประกอบกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม ให้คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม (กสทช.) มีหน้าที่ตรวจสอบการดำเนินการของผู้ประกอบกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม มิให้มีการดำเนินการใด ๆ ในประการที่เข้าข่ายเป็นการเอาเปรียบผู้บริโภค ในกรณีและผู้ประกอบกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม ดำเนินการใด ๆ ในประการที่น่าจะเป็นการเอาเปรียบผู้บริโภค โดยอาศัยการใช้เครือข่ายหรือการโฆษณาอันมีลักษณะเป็นการค้ากำไรเกินควร หรือก่อให้เกิดความเดือดร้อนรำคาญ และพระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 มาตรา 51 กำหนดว่า ในการส่งเสริมและพัฒนากิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ให้คณะกรรมการดำเนินการจัดให้มีการประเมินความมีประสิทธิภาพและผลสัมฤทธิ์ของการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ตามแผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ และการปฏิบัติตามพระราชบัญญัตินี้

ปัจจุบัน สำนักงาน กสทช. ได้ร่วมกับสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) และสำนักงานสาธารณสุขจังหวัด (สสจ.) ในการติดตาม ตรวจสอบ เฝ้าระวัง ปัญหาการโฆษณาที่เข้าข่ายเป็นการเอาเปรียบผู้บริโภค ไปจนถึงการกำหนดแนวทางที่ดีในการดำเนินงานตามหลักจริยธรรมสากลและจรรยาบรรณแห่งวิชาชีพ แนวทางกำกับดูแลและประเมินผลที่เหมาะสมและเป็นธรรมเพื่อประโยชน์อันเป็นสาธารณะ แต่ยังคงพบปัญหาเรื่องร้องเรียนการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพที่เข้าข่ายการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ที่ผิดกฎหมายเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากการศึกษาข้อมูลเพิ่มเติม อาจเกิดจากสาเหตุที่ผู้ประกอบการขาดความรู้และความเข้าใจที่เกี่ยวข้องกับการเผยแพร่เนื้อหาสรรพคุณของการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพให้เป็นไปตามกฎหมาย ซึ่งในปี พ.ศ. 2564 ได้พบการกระทำผิดของ ผู้ประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพ ทั้งในสื่อวิทยุและสื่อโทรทัศน์ ดาวเทียม มีจำนวน 676 เรื่อง ซึ่งยังคงมีปริมาณที่ค่อนข้างมาก ทั้งนี้ ที่ผ่านมาสำนักงาน กสทช. ได้มีการจัดอบรมให้ผู้ประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์อยู่เป็นประจำ แต่ในเรื่องการให้ความรู้ความเข้าใจทางกฎหมายเกี่ยวกับอาหาร ยา ผลิตภัณฑ์สุขภาพ เครื่องสำอาง เครื่องมือแพทย์ซึ่งเป็นเรื่องเฉพาะทาง มีเนื้อหาที่ค่อนข้างละเอียด ซับซ้อน ยากต่อความเข้าใจ หากผู้ประกอบการยังขาดองค์ความรู้ที่ถูกต้อง อาจก่อให้เกิดความเสียหายในวงกว้าง เช่น การโฆษณาอาหารเสริมว่าจะช่วยป้องกันเส้นเลือดในสมองแตก โรคอัมพาต เป็นการโฆษณาคุณประโยชน์ คุณภาพ หรือสรรพคุณของผลิตภัณฑ์อาหารโดยไม่ได้รับอนุญาต และทำให้เข้าใจผิดเกี่ยวกับสาระสำคัญของอาหารว่ามีผลในการบำบัด บรรเทา รักษาโรค หรืออาการของโรค ซึ่งไม่เป็นความจริงหรือเป็นการหลอกลวงให้หลงเชื่อโดยไม่สมควร นอกจากนี้ การโฆษณาที่ทำให้เข้าใจเช่นว่านั้น ผลิตภัณฑ์อาหารดังกล่าว ทำหน้าที่ได้เหมือนยา ตามนิยามในพระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510 เป็นต้นสำนักงาน

กสทช. ได้ตระหนักถึงสาเหตุของการนำเสนอเนื้อหาของการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพที่เข้าข่ายเป็นการเอาเปรียบผู้บริโภค การให้ความรู้ความเข้าใจต่อเนื้อหาของการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพให้สอดคล้องกับกฎหมาย มาตรการที่เกี่ยวกับการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคต่อผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียง และกิจการโทรทัศน์จึงมีความสำคัญ และจำเป็นต้องการกำกับดูแลการประกอบกิจการในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ดังนั้น สำนักงาน กสทช. ได้จัดทำโครงการจ้างที่ปรึกษาเพื่อศึกษาความรู้ความเข้าใจต่อเนื้อหา กฎหมายและมาตรการที่เกี่ยวกับ ข้อเสนอทางด้านเทคนิค การกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคของผู้รับ ใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อส่งเสริมความรู้ความเข้าใจของผู้ประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ เกี่ยวกับการเผยแพร่ เนื้อหาของกฎหมายการโฆษณาอาหารและยาที่เข้าข่าย เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภค สามารถนำไปพัฒนา ปรับปรุงกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ให้สอดคล้องกับกรอบของกฎหมายด้านกิจการกระจายเสียง และกิจการโทรทัศน์ และอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

## วัตถุประสงค์

เพื่อส่งเสริมความรู้ความเข้าใจของผู้ประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ เกี่ยวกับการเผยแพร่ เนื้อหาของกฎหมายการโฆษณาอาหารและยาที่เข้าข่ายเป็นการเอาเปรียบผู้บริโภค นำไปพัฒนากิจการ กระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ให้สอดคล้องกับกรอบของกฎหมายด้านกิจการกระจายเสียงและ กิจการ โทรทัศน์ และอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

## วิธีการดำเนินงาน

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) โดยเริ่มจากการศึกษาความรู้ความเข้าใจต่อเนื้อหา กฎหมายและมาตรการที่เกี่ยวกับการกระทำที่เป็น การเอา เปรียบผู้บริโภคของผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ทำการวิเคราะห์และ สังเคราะห์ข้อมูลร่วมกับการทบทวนวรรณกรรมร่วมกับการสำรวจเพื่อรับทราบความคิดเห็นของผู้รับใบอนุญาต ประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พื้นที่จังหวัดขอนแก่น และจังหวัดอุดรธานี ไปจนถึงการ ถ่ายทอดองค์ความรู้ผ่านการสัมมนาร่วมกับหน่วยงานหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder) เพื่อส่งเสริมให้ เกิดการนำไปใช้ประโยชน์ได้อย่างเป็นรูปธรรม โดยวิธีการดำเนินงาน ดังต่อไปนี้

### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้บริหาร/ผู้ประกอบการสถานีกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ในพื้นที่จังหวัดขอนแก่นและอุดรธานี ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้พิจารณาคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างและกำหนดผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key-Informant) จากกลุ่มผู้บริหาร/ผู้ประกอบการสถานีกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ในจังหวัด ขอนแก่นและอุดรธานี โดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Selection) จำนวน 6 สถานี ดังนี้

- 1) ทอ.20 สถานีวิทยุทหารอากาศ จังหวัดขอนแก่น FM 107.75 MHz
- 2) สถานีวิทยุกระจายเสียงมหาวิทยาลัยขอนแก่น FM 103 MHz

- 3) ท่าพระขอนแก่นเคเบิลทีวี
- 4) สถานี ๓๓๓.๕ ค่ายเสนาธิการวิทยุ FM 100.25 MHz
- 5) สถานีวิทยุกระจายเสียง อุดรเรดิโอ FM 97.00 MHz
- 6) สถานีวิทยุกระจายเสียงเสียงสามยอด อุดรธานี FM 105.75 MHz

### **เครื่องมือในการเก็บข้อมูล**

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล เพื่อสำรวจความคิดเห็นประชากรกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อความรู้ความเข้าใจต่อนโยบายและมาตรการที่เกี่ยวกับการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคของผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ โดยข้อมูลแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ลักษณะข้อคำถามเป็นรายการให้เลือกตอบ (Checklist)

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามการรับรู้กฎหมายที่เกี่ยวกับการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคของผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ลักษณะคำถามเป็นแบบวัดระดับการรับรู้กฎหมายที่เกี่ยวกับการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคของผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ แต่ละระดับจะแบ่งเป็นหมายเลข 0 - 10 โดยเลข 0 หมายถึงไม่มีการรับรู้ และเลข 10 หมายถึง มีการรับรู้มากที่สุด/ดีที่สุด

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามการรับรู้บทบาทหน้าที่ตามกฎหมายที่เกี่ยวกับการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคของผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ จำนวน 26 ข้อคำถาม ลักษณะคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับของลิเคิร์ต (Likert Scale)

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจต่อนโยบายและมาตรการที่เกี่ยวกับการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภค ของผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ จำนวน 4 ข้อคำถาม ลักษณะข้อคำถามปลายเปิด

### **วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล**

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

1. จัดส่งหนังสือไปยังหน่วยงานของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ เพื่อขออนุญาตในการให้ข้อมูล นัดวัน เวลา และสถานที่
2. เดินทางไปยังสถานที่นัดหมาย เพื่อเก็บสอบถามผู้ให้ข้อมูลสำคัญตามแบบสอบถามที่ได้เตรียมไว้ จากนั้น เก็บรวบรวมแบบสอบถามจากประชากรกลุ่มตัวอย่างจนครบ พร้อมทั้งตรวจสอบ ความสมบูรณ์ของแบบสอบถามทุกฉบับ
3. นำข้อมูลที่ได้มาตรวจให้คะแนนตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ แล้วบันทึกข้อมูลลงในช่องบันทึกที่เตรียมไว้ ก่อนนำข้อมูลที่ได้ดังกล่าวไปดำเนินการวิเคราะห์และสรุปผล

### **การวิเคราะห์ข้อมูล**

สำหรับวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติและประมวลผลข้อมูล ยอมรับความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยใช้สถิติ ดังนี้

- สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้บรรยายข้อมูลเบื้องต้นกับกลุ่มตัวอย่าง ได้ใช้วิธีการแจกแจงค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่ออธิบายคุณสมบัติของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ
- เกณฑ์การพิจารณาค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นจากแบบสอบถาม โดยใช้คุณสมบัติแบบต่อเนื่องของคะแนนไว้ในแนวเทียบผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ซึ่งพิจารณาตามเกณฑ์การประเมิน โดยแบ่งออกเป็น 5 ระดับ
- การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) ประเด็นความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ ผ่านกระบวนการจำแนกข้อมูล เปรียบเทียบข้อมูล และสร้างข้อสรุปแบบอุปนัย

### ผลการดำเนินงาน

ข้อมูลสถานีประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พื้นที่จังหวัดขอนแก่นและอุดรธานี จำนวน 6 สถานี มีรายละเอียดผลการดำเนินงาน ดังนี้

ตารางที่ 1 ข้อมูลสถานีประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์พื้นที่จังหวัดขอนแก่นและอุดรธานี

สถานี	ข้อมูลการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์
ทอ.20 สถานีวิทยุทหารอากาศ จังหวัดขอนแก่น FM 107.75 MHz	<p><b>ที่อยู่:</b> เลขที่ 228 ถนนมะลิวัลย์ ตำบลบ้านเป็ด อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น 40000</p> <p><b>ประเภทใบอนุญาต:</b> ใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียง, ใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่สำหรับการให้บริการกระจายเสียง</p> <p><b>ประเภทกิจการ:</b> บริการสาธารณะประเภทที่ 2, กิจการบริการสาธารณะ ระบบเอฟเอ็ม</p> <p><b>ชื่อสถานี:</b> สถานีวิทยุกระจายเสียงทหารอากาศ 020 ขอนแก่น</p> <p><b>ชื่อผู้ได้รับอนุญาต:</b> กองทัพอากาศ</p>

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

สถานี	ข้อมูลการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์
<p>สถานีวิทยุกระจายเสียง มหาวิทยาลัยขอนแก่น FM 103 MHz</p>	<p>ที่อยู่: เลขที่ 123 ถนนมิตรภาพ ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัด ขอนแก่น 40000</p> <p>ประเภทใบอนุญาต: ใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียง, ใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่ สำหรับการให้บริการกระจายเสียง</p> <p>ประเภทกิจการ: บริการสาธารณะประเภทที่ 1, กิจการบริการ สาธารณะ ระบบเอฟเอ็ม</p> <p>ชื่อสถานี: สถานีวิทยุกระจายเสียงมหาวิทยาลัยขอนแก่น ระบบคลื่นความถี่ เอฟเอ็ม 103 MHz</p> <p>ชื่อผู้ได้รับอนุญาต: มหาวิทยาลัยขอนแก่น</p>
<p>ท่าพระขอนแก่นเคเบิลทีวี</p>	<p>ที่อยู่: เลขที่ 354/9-10 ถนนกลางเมือง ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น 40000</p> <p>ประเภทใบอนุญาต: ใบอนุญาตให้บริการโครงข่ายกระจายเสียง หรือโทรทัศน์ (Network Provider)</p> <p>ลักษณะการใช้คลื่นความถี่: กิจการไม่ใช้คลื่นความถี่</p> <p>ระดับการให้บริการ: ระดับท้องถิ่น</p> <p>ชื่อผู้ได้รับอนุญาต: ห้างหุ้นส่วนจำกัด ท่าพระเคเบิลทีวี</p>
<p>สถานี ดชด.ค่ายเสนีย์รณยุทธ FM 100.25 MHz</p>	<p>ที่อยู่: เลขที่ 96 หมู่ 4 ถนนอุดร-สกล ตำบลหนองขอนกว้าง อำเภอ เมือง จังหวัดอุดรธานี 41000</p> <p>ประเภทใบอนุญาต: ใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียง, ใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่สำหรับการให้บริการกระจายเสียง</p> <p>ประเภทกิจการ: บริการสาธารณะประเภทที่ 2, กิจการบริการ สาธารณะ ระบบเอฟเอ็ม</p> <p>ชื่อสถานี: สถานีวิทยุกระจายเสียงตำรวจตระเวนชายแดนค่ายเสนีย์ รณยุทธ จังหวัดอุดรธานี</p> <p>ชื่อผู้ได้รับอนุญาต: สำนักงานตำรวจแห่งชาติ</p>

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

สถานี	ข้อมูลการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์
<b>สถานีวิทยุกระจายเสียง อุดรเรดิโอ FM 97.00 MHz</b>	<b>ที่อยู่:</b> เลขที่ 251 ถนนอุดรดุชนู ถนนท่าบ่อหมากแขวง อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี 41000 <b>ประเภทการประกอบกิจการ:</b> ผู้ทดลองออกอากาศ <b>ประเภทกิจการ:</b> บริการธุรกิจ <b>ชื่อสถานี:</b> เอฟเอ็ม 97 อุดรเรดิโอ <b>ชื่อผู้ได้รับอนุญาต:</b> ห้างหุ้นส่วนจำกัด อุดรโฮมสุข <b>ผู้อำนวยการสถานี:</b> นายธานี มั่นสนธิ
<b>สถานีวิทยุกระจายเสียงเสียงสามยอด อุดรธานี FM 105.75 MHz</b>	<b>ที่อยู่:</b> เลขที่ 195 ตำบลหม่ม อำเภอเมืองอุดรธานี อุดรธานี 41000 <b>ประเภทใบอนุญาต:</b> ใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียง, ใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่ สำหรับการให้บริการกระจายเสียง <b>ประเภทกิจการ:</b> บริการสาธารณะประเภทที่ 2, กิจการบริการสาธารณะ ระบบเอฟเอ็ม <b>ชื่อสถานี:</b> สถานีวิทยุกระจายเสียง "เสียงสามยอด" เอฟเอ็ม อุดรธานี <b>ชื่อผู้ได้รับอนุญาต:</b> กองบังคับการปราบปราม สำนักงานตำรวจแห่งชาติ

**ผลการวิเคราะห์ข้อมูล**

ผลข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริหาร/ผู้ประกอบการสถานี กิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ในพื้นที่จังหวัดขอนแก่นและอุดรธานี ทั้ง 6 สถานี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 66 และเป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 34 ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 41 - 50 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50 รองลงมา คือ อายุระหว่าง 31 - 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 33 และอายุ 51 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 17 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 83 รองลงมา คือสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 17 ตามลำดับ การศึกษาระดับปริญญาตรี และมีรายได้ต่อเดือน 10,001 - 30,000บาท คิดเป็นร้อยละ 100 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด ส่วนใหญ่ มีประสบการณ์การทำงานด้าน กิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ 10 - 12 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50 รองลงมา คือ มีประสบการณ์ 4 - 6 ปี คิดเป็นร้อยละ 33 และมีประสบการณ์ 7 - 9 ปี คิดเป็นร้อยละ 17 ตามลำดับ และส่วนใหญ่เคยเข้าร่วมหรือรับการอบรมเรื่องกฎหมายที่เกี่ยวกับการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคของผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ มากกว่า 5 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 83 รองลงมา คือ เคยเข้าร่วมหรือรับการอบรม 3-4 ครั้งคิดเป็นร้อยละ 17 ตามลำดับ



## การรับรู้กฎหมายที่เกี่ยวกับการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคของผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์

การสำรวจการรับรู้กฎหมายที่เกี่ยวกับการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคของผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริหาร/ผู้ประกอบการสถานี กิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ในพื้นที่จังหวัดขอนแก่นและอุดรธานี ทั้ง 6 สถานี โดยวิธีการให้คะแนน 0 - 10 แล้วนำมาวิเคราะห์หาคะแนนค่าเฉลี่ย เพื่อหาระดับการเข้าร่วมอบรมหรือกิจกรรมการรับรู้กฎหมายที่เกี่ยวกับการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคของผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ในช่วง 6 เดือนที่ผ่านมา ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ระดับการรับรู้กฎหมายที่เกี่ยวกับการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคของผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์

	คะแนนค่าเฉลี่ย	เกณฑ์การแปลผล
การรับรู้กฎหมายที่เกี่ยวกับการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคของผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์	7.00±0.41	ปานกลาง

จากตารางที่ 2 พบว่า ในช่วง 6 เดือนที่ผ่านมา ผู้ตอบแบบสอบถามได้เข้าร่วมอบรมหรือได้มีการรับรู้กฎหมายที่เกี่ยวกับการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคของผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์อยู่ในระดับปานกลาง มีคะแนนค่าเฉลี่ยเท่ากับ 7.00

## การรับรู้บทบาทหน้าที่ตามกฎหมายที่เกี่ยวกับการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคของผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์

ตารางที่ 3 ระดับการรับรู้บทบาทหน้าที่ตามกฎหมายที่เกี่ยวกับการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคของผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์

รายการ	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	เกณฑ์ การแปลผล
ผู้ประกอบการเคยศึกษาหาความรู้ด้านกฎหมายที่เกี่ยวกับผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์	4.25	0.72	มากที่สุด

ตารางที่ 3 (ต่อ)

รายการ	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	เกณฑ์ การแปลผล
ผู้ประกอบกิจการคิดว่า ควรมีการปรับปรุงและบังคับใช้ กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการจัดการปัญหาโฆษณาที่ผิด กฎหมายของยา อาหาร และผลิตภัณฑ์สุขภาพ	4.00	0.71	มาก
ผู้ประกอบกิจการตระหนักถึงโทษภัยต่อสุขภาพของผู้บริโภค รวมถึง ความสูญเสียด้านเศรษฐกิจที่เกิดจากอิทธิพลของ การโฆษณา	4.50	0.50	มากที่สุด
ผู้ประกอบกิจการมีวิธีการคัดเลือกผลิตภัณฑ์สินค้า ในการการโฆษณา	4.58	0.49	มากที่สุด
ผู้ประกอบกิจการทราบถึงการออกอากาศรายการหรือ การโฆษณาที่มีเนื้อหาสาระในลักษณะเป็นการจูงใจให้ ผู้บริโภค	4.50	0.65	มากที่สุด
ผู้ประกอบกิจการมีความรู้ความเข้าใจและมุ่งจัดการปัญหา ด้วยการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน	4.42	0.64	มากที่สุด
ผู้ประกอบกิจการทราบถึงบทลงโทษทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับ การกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคของผู้รับใบอนุญาต ประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์	4.17	0.69	มาก
ผู้ประกอบกิจการคิดว่ามีผลดีและผลเสียในการโฆษณายา และอาหาร รวมถึงผลิตภัณฑ์สุขภาพในปัจจุบัน ที่อวดอ้าง สรรพคุณทางสุขภาพเกินจริง	4.25	0.72	มากที่สุด
ผู้ประกอบกิจการเคยประชุมร่วมกับกรรมการที่แสดงเนื้อหา ที่นำมาออกอากาศ	4.00	0.82	มาก
การเน้นคำที่ใช้ในช่วงเวลาการออกอากาศ	4.08	0.64	มาก
การนำเสนอข้อมูลที่มีเนื้อหาสาระหรือการจัดการปัญหา โฆษณายาและผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ผิดกฎหมาย	4.17	0.69	มาก

ตารางที่ 3 (ต่อ)

รายการ	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	เกณฑ์ การแปลผล
ผู้ประกอบการรับทราบถึงการโฆษณาอาหารและยา สมุนไพรต้องได้รับการอนุญาตข้อความโฆษณาได้รับอนุมัติ ข้อความเสียงหรือภาพที่ใช้ในการโฆษณาจากผู้อนุญาต	4.17	0.80	มาก
ผู้ประกอบการคิดว่า ระบบและกลไกทางกฎหมายที่มีอยู่ ไม่ทันสมัยขาดประสิทธิภาพในการบังคับใช้และการกำกับ ดูแลให้เป็นไปตามกฎหมาย	3.92	0.64	มาก
ผู้ประกอบการคิดว่า การนำเสนอข้อมูลที่มีเนื้อหาสาระ ที่โอ้อวดเกินจริงในช่วงเวลาการออกอากาศ	3.75	0.72	มาก
ผู้ประกอบการมีความรู้เกี่ยวกับการโฆษณาผลิตภัณฑ์ อาหารและยาว่าต้องมีการตรวจสอบเลขผลิตภัณฑ์อาหาร และยา กับสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา	4.33	0.85	มากที่สุด
ผู้ประกอบการทราบว่า มีกฎหมายคุ้มครองการโฆษณา วัตถุที่ออกฤทธิ์ต่อจิตและประสาท	4.42	0.64	มากที่สุด
การโฆษณาเครื่องมือแพทย์ โดยไม่ได้ตรวจสอบ ตามกฎหมายว่าด้วยเครื่องมือแพทย์	4.08	0.76	มาก
ผู้ประกอบการได้เข้าอบรมกับทาง กสทช. ในเรื่อง การโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพในการออกอากาศ	4.50	0.76	มากที่สุด
ผู้ประกอบการได้รับการสนับสนุนกิจการกระจายเสียง หรือกิจการโทรทัศน์ประเภทบริการชุมชนที่มีคุณภาพและ ปฏิบัติตามจริยธรรม จรรยาบรรณของการสื่อสาร	4.42	0.64	มากที่สุด
ผู้ประกอบการทราบถึงบทลงโทษทางกฎหมายที่เกี่ยวกับ การกระทำผิดจากการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพ หรือ ถูกพักใช้/เพิกถอนใบอนุญาตตามหลักเกณฑ์	4.33	0.75	มากที่สุด

ตารางที่ 3 (ต่อ)

รายการ	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	เกณฑ์ การแปลผล
ผู้ประกอบการซึ่งชมต่อความพยายามของทุกภาคส่วน ที่ต้องการพัฒนาระบบและกลไกการควบคุมและเฝ้าระวัง การโฆษณา อาหาร และผลิตภัณฑ์สุขภาพ ให้ปราศจาก การโอ้อวดสรรพคุณเกินจริง	4.50	0.65	มากที่สุด
ผู้ประกอบการเห็นว่าการแก้ปัญหาการโฆษณา อาหาร และผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ได้ผล หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้ ความสำคัญในการบังคับใช้และปรับปรุงกฎหมาย	4.42	0.64	มากที่สุด
ผู้ประกอบการทราบถึงการโฆษณาอาหารและยาต้อง ได้รับการอนุญาตในข้อความโฆษณา	4.33	0.85	มากที่สุด
ผู้ประกอบการทราบถึงการโฆษณาอันตรายว่า ไม่สามารถจะโฆษณาได้	4.33	0.75	มากที่สุด
ผู้ประกอบการเคยศึกษาข้อกำหนดในการควบคุม การโฆษณาอาหารและยา ตามพระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522	4.25	0.83	มากที่สุด
ผู้ประกอบการรับรู้ถึงลักษณะการโฆษณาที่ฝ่าฝืน กฎหมายคือการอ้างสรรพคุณเครื่องสำอางที่สามารถรักษา โรค หรือมีจุดมุ่งหมายอื่นที่ไม่ใช่เครื่องสำอาง เช่น ไขแล้ว เปิดดวงชะตาบำบัดทรัพย์ เป็นต้น	4.08	0.64	มาก
<b>รวม</b>	<b>4.26</b>	<b>0.70</b>	<b>มากที่สุด</b>

จากตารางที่ 3 พบว่า ความคิดเห็นต่อการรับรู้บทบาทหน้าที่ตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการกระทำที่เป็น  
การเอาเปรียบผู้บริโภคของผู้รับใบอนุญาตประกอบการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ภาพรวมอยู่ใน  
ระดับมากที่สุด โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.26 ( $\bar{X} = 4.26$ ) ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาแต่ละรายการ โดย  
เรียงลำดับระดับมากที่สุด ได้แก่ ผู้ประกอบการมีวิธีการคัดเลือกผลิตภัณฑ์สินค้าในการการโฆษณา ( $\bar{X} =$   
4.58) ผู้ประกอบการทราบถึงการออกอากาศรายการหรือการโฆษณาที่มีเนื้อหาสาระในลักษณะเป็นการจูง  
ใจให้ผู้บริโภค ( $\bar{X} = 4.50$ ) ผู้ประกอบการได้เข้าอบรมกับทาง กสทช. ในเรื่องการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพ  
ในการออกอากาศ ( $\bar{X} = 4.50$ ) ผู้ประกอบการซึ่งชมต่อความพยายามของทุกภาคส่วนที่ต้องการพัฒนา  
ระบบและกลไก การควบคุมและเฝ้าระวังการโฆษณา อาหาร และผลิตภัณฑ์สุขภาพ ให้ปราศจากการโอ้อวด

อวดสรรพคุณเกินจริง ( $\bar{X} = 4.50$ ) ผู้ประกอบกิจการตระหนักถึงโทษภัยต่อสุขภาพของผู้บริโภค รวมถึงความสูญเสียทางด้านเศรษฐกิจที่เกิดจากอิทธิพลของการโฆษณา ( $\bar{X} = 4.50$ ) ตามลำดับ

ความรู้ความเข้าใจต่อเนื้อหากฎหมายและมาตรการโฆษณาอาหาร ยา และผลิตภัณฑ์สุขภาพที่เข้าข่ายการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภค ของผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ จากการศึกษาข้อมูลเชิงลึกโดยวิธีการสำรวจและสัมภาษณ์ความคิดเห็นของผู้บริหาร/ผู้ประกอบการสถานีกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ในพื้นที่จังหวัดขอนแก่นและอุดรธานี ทั้ง 6 สถานี สรุปได้ว่า ผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ มีความเข้าใจเกี่ยวกับการรับโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพในลักษณะคล้ายกัน ทั้งนี้ สามารถส่งเสริมความรู้ความเข้าใจให้แก่ผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ได้รับทราบข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับข้อควรพิจารณาก่อนตัดสินใจรับโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพแต่ละประเด็นได้ ดังนี้

1. ข้อกำหนดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพ ผลิตภัณฑ์สุขภาพ จะต้องมีเลขทะเบียนผลิตภัณฑ์ถูกต้องตามกฎหมาย ในกลุ่มผลิตภัณฑ์ คือ

1. ยา หากเป็นยาแผนโบราณที่ผลิตในประเทศ จะมีเลขทะเบียน “G ...../....” หากเป็นยาแผนปัจจุบันที่ผลิตในประเทศ จะมีเลขทะเบียน (Reg.No.) “1A...../....” หรือ “2A...../....”

2. อาหาร จะต้องมีเลขทะเบียนเรียกว่า “เลขสารบบอาหาร” เป็นเลข 13 หลัก อยู่ในกรอบเครื่องหมาย ออย.

3. เครื่องสำอางจะไม่มีเลขที่ขออนุญาตโฆษณา เนื่องจากกฎหมายกำหนดว่าสามารถทำการโฆษณาได้โดยไม่ต้องขออนุญาต ส่วนเลขที่ผลิตภัณฑ์ เป็นเลขที่จดแจ้ง 10 หรือ 13 หลัก “XX-X-XXXXXXXXXX”

4. เครื่องมือแพทย์ หากเป็นเครื่องมือประเภท ฤงยางอนามัย ฤงมือสำหรับศัลยกรรม ชุดตรวจเชื้อเอชไอวี ชุดตรวจการตั้งครรภ์ คอนแทคเลนส์ จะต้องมีเครื่องหมาย ออย. ในฉลากผลิตภัณฑ์ จะมีลักษณะเป็นตัวอักษร ผ.(ผลิต) หรือ น.(นำเข้า) ตามด้วยเลขที่ใบอนุญาต/ปี พ.ศ. อยู่ในกรอบเครื่องหมาย ออย. หากเป็นเครื่องมือที่ใช้เพื่อกายภาพบำบัด เครื่องตรวจวัดระดับแอลกอฮอล์ เต้านมเทียมซิลิโคน ไม่ต้องมีเครื่องหมาย ออย. แต่ต้องแจ้งรายละเอียด แสดงเลขที่ใบรับแจ้ง ขณะที่เครื่องมือแพทย์ทั่วไป ที่ไม่ได้อยู่ในรายการเครื่องมือแพทย์ที่ต้องมีใบอนุญาต เครื่องมือแพทย์ที่ต้องแจ้งรายการละเอียด ไม่ต้องแสดงเครื่องหมาย ออย. หรือเลขที่ใบรับแจ้ง แต่ผู้ประกอบการจะต้องแสดงหนังสือรับรองการขายในประเทศผู้ผลิตที่ออกโดยหน่วยงานรัฐหรือสถาบันเอกชนที่รับรอง เพื่อให้สำนักงาน ออย. ตรวจสอบ และออกหนังสือรับรองการนำเข้าเครื่องมือแพทย์ เพื่อใช้แสดงต่อเจ้าหน้าที่ ณ ด่านศุลกากร

2. การรับโฆษณาอาหาร ยา และผลิตภัณฑ์สุขภาพของผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ในกรณีที่ผู้บริหาร/ผู้ประกอบการสถานีกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์รับโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพ ควรพิจารณาข้อห้าม และ/หรือข้อความ เสี่ยง หรือภาพ ที่ห้ามใช้ในการโฆษณาตามข้อกำหนด กฎหมายและมาตรการผลิตภัณฑ์สุขภาพแต่ละประเภท สรุปได้ดังนี้

3. การดำเนินการเมื่อพบการโฆษณาอาหาร ยา และผลิตภัณฑ์สุขภาพ ที่เข้าข่ายการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคของผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ในกรณีที่ผู้บริหาร/ผู้ประกอบการสถานีกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พบการโฆษณาอาหาร ยา และผลิตภัณฑ์สุขภาพ ที่เข้าข่ายการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภค ตามประกาศ กสทช. เรื่องการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2555 มีสาระสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการจัดการปัญหาการโฆษณาอาหาร ยาและผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ผิดกฎหมาย โดยมีเนื้อหาสำคัญ คือ “การออกอากาศรายการหรือการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพที่เจ้าหน้าที่ผู้มีอำนาจตามกฎหมายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพนั้น ๆ มีคำสั่งหรือคำวินิจฉัยว่าเป็นการดำเนินการโดยไม่ชอบด้วยกฎหมาย” (ข้อ 5 (1)) และ “การออกอากาศรายการหรือการโฆษณาที่มีเนื้อหาสาระในลักษณะที่เป็นการจูงใจให้ผู้บริโภคเลือกใช้บริการหรือสินค้า โดยหลอกลวงหรือทำให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับบริการหรือสินค้านั้น หรือโดยการใช้หรืออ้างอิงรายงานทางวิชาการ สถิติหรือข้อมูลอันไม่เป็นความจริงหรือเกิน ความจริง” (ข้อ 5(2)) ผู้บริหาร/ผู้ประกอบการสถานีฯ จะต้องแจ้งให้นักจัดรายการให้งด/หยุดออกอากาศโฆษณาชิ้นนั้นทันที จากนั้น จึงส่งเรื่องไปยังสำนักงานสาธารณสุขจังหวัด (สสจ.) เพื่อวินิจฉัย พิจารณาดำเนินการแก้ไข หรือสั่งหยุดการโฆษณาผลิตภัณฑ์ดังกล่าวต่อไป ทั้งนี้ หากยังคงออกอากาศโฆษณาอาหาร ยา และผลิตภัณฑ์สุขภาพ ที่เข้าข่ายการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภค ก็จะมีเสียงต่อการถูกร้องเรียนโดยผู้บริโภค ซึ่งจะทำให้ได้รับโทษทางการปกครอง ตั้งแต่การปรับเป็นเงินสูง ไม่เกิน 5 ล้านบาท และปรับอีกวันละไม่เกิน 1 แสนบาท ตลอดระยะเวลาที่ยังมิได้ปฏิบัติตามคำสั่ง จนถึงการใช้หรือเพิกถอนใบอนุญาตประกอบกิจการ นอกจากนี้ ประวัติการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภค ดังกล่าว ยังนำมาประกอบการพิจารณาที่เกี่ยวข้องกับใบอนุญาตประกอบกิจการ กล่าวคือ มีผลต่อการต่ออายุใบอนุญาตฯ ในอนาคต

**การอบรมให้ความรู้ความเข้าใจกฎหมายและมาตรการที่เกี่ยวข้องกับการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคให้แก่ผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์** การจัดกิจกรรมอบรมถ่ายทอดความรู้ภายใต้โครงการเพื่อศึกษาความรู้ความเข้าใจต่อเนื้อหากฎหมายและมาตรการที่เกี่ยวข้องกับการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคของผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ (ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ) หัวข้อเรื่อง “การกำกับดูแลการโฆษณาอาหาร ยา และผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ผิดกฎหมายหรือการดำเนินการในลักษณะเป็นการเอาเปรียบผู้บริโภค ในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์” ณ วันที่ 17 กรกฎาคม พ.ศ. 2566 เวลา 08.00 - 16.00 น. ซึ่งเป็นกิจกรรมอบรมรูปแบบออนไลน์ผ่านโปรแกรม Google Meet มีผู้สนใจและผู้เข้าร่วม คือ ผู้ประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ บุคลากรหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน นักวิชาการและนักศึกษา รวมจำนวน 50 คน มีเป้าหมายของกิจกรรม ดังนี้

1. เพิ่มความเข้าใจและความรู้ในกฎหมายและมาตรการที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณาอาหารและยาและกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคให้แก่ผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์
2. ส่งเสริมแนวทางการประกอบกิจการที่เป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภคและสังคมโดยรวม โดยเน้นการสร้างสภาวะการแข่งขันที่เป็นธรรม การเผยแพร่ข้อมูลที่ถูกต้องและโปร่งใส และการป้องกันการละเมิดสิทธิผู้

3. ส่งเสริมทักษะวิชาการในการวิเคราะห์และการสืบค้นข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับกฎหมายและมาตรการที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณาอาหารและยา และผลิตภัณฑ์สุขภาพ และการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคให้แก่ผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์

4. ส่งเสริมให้เกิดความรู้และความพึงพอใจในการรับบริการวิชาการความรู้ความเข้าใจต่อเนื้อหากฎหมายและมาตรการที่เกี่ยวข้องกับการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคของผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์

ทั้งนี้ จากการประเมินและวัดผลความรู้และความพึงพอใจในการเข้าร่วมกิจกรรมอบรมด้วยแบบประเมิน และให้กลุ่มผู้ประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ผู้เข้าร่วมกิจกรรมอบรมทำแบบสอบถามแบบสุ่มเลือก เกณฑ์การประเมินผลโดยกำหนดค่าน้ำหนัก 5 ระดับตามวิธีของลิเคิร์ต (Likert Scale) รายละเอียดของผลการประเมินผู้ร่วมกิจกรรม จำนวน 30 คน พบว่า ผู้ตอบแบบประเมินมีความพึงพอใจกับการให้บริการวิชาการและถ่ายทอดความรู้จากการเข้าร่วมกิจกรรม ภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีคะแนนเฉลี่ย  $4.03 \pm 0.11$  มีระดับความรู้ที่เพิ่มขึ้นหลังการเข้าร่วมกิจกรรมอยู่ในระดับมาก มีคะแนนเฉลี่ย  $4.15 \pm 0.24$  และมีแนวโน้มในการนำความรู้ที่ได้ไปใช้ประโยชน์ในการประกอบกิจการระดับมาก มีคะแนนเฉลี่ย  $4.00 \pm 0.10$  ตามลำดับ

## บทสรุป

โครงการจ้างที่ปรึกษาเพื่อศึกษาเพื่อศึกษาความรู้ความเข้าใจต่อเนื้อหากฎหมายและมาตรการที่เกี่ยวข้องกับการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคของผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ (ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ) มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมความเข้าใจของผู้ประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ จำนวน 6 สถานี ในเรื่องการเผยแพร่เนื้อหาของกฎหมายการโฆษณาอาหารและยาที่เข้าข่ายเป็นการเอาเปรียบผู้บริโภค สามารถสรุปได้ดังนี้

ผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ มีส่วนร่วมกิจกรรมเกี่ยวกับการรับรู้กฎหมายการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภค โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $7.00 \pm 0.41$ ) มีการรับรู้บทบาทหน้าที่ตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภค ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ( $4.26 \pm 0.70$ ) มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการรับโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพ ในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ลักษณะคล้ายกัน ทั้งนี้ หลังจากการจัดกิจกรรมอบรมถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับการกำกับดูแลการโฆษณาอาหาร ยา และผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ผิดกฎหมาย หรือลักษณะเป็นการเอาเปรียบผู้บริโภค ในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พบว่า กลุ่มผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีความพึงพอใจต่อการให้บริการวิชาการและกิจกรรมถ่ายทอดความรู้ที่อยู่ในระดับมาก ( $4.03 \pm 0.11$ ) มีความรู้เพิ่มขึ้นหลังการเข้าร่วมกิจกรรมอยู่ในระดับมาก ( $4.15 \pm 0.24$ ) และมีแนวโน้มสำหรับการนำความรู้ที่ได้ไปใช้ประโยชน์ในการประกอบกิจการระดับมาก ( $4.00 \pm 0.10$ )

## ข้อเสนอแนะ

### ข้อเสนอแนะเชิงกฎหมาย

1. เนื่องจากมาตรการทางกฎหมายในการควบคุม กำกับ และดูแลการโฆษณาอาหาร ยา และผลิตภัณฑ์สุขภาพ มีความไม่ชัดเจนเกี่ยวกับบทบัญญัติ ตัวอย่างเช่น มาตรา 40 แห่งพระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522 ที่จะต้องอาศัยการตีความและการพิสูจน์ถึงการโฆษณาที่มีถ้อยคำเกินจริงหรือหลอกลวงผู้บริโภค ทำให้การดำเนินคดีโดยมาตรานี้ไม่เป็นผลเท่าที่ควร ส่วนใหญ่ดำเนินคดีเฉพาะในมาตรา 41 เรื่องการโฆษณา โดยไม่ได้รับอนุญาต ซึ่งมีบทกำหนดโทษที่อัตราเบาเกินไป คือ ปรับไม่เกินห้าพันบาท และไม่มีโทษจำคุกทำให้ผู้ประกอบการไม่เกรงกลัว ดังนั้น จึงควรมีการทบทวนบทบัญญัติเพื่อแก้ไขปัญหาของการตีความในการบังคับใช้กฎหมายให้มีความชัดเจนขึ้น เพิ่มความสอดคล้องต่อการนำไปใช้บังคับ และนำไปสู่เจตนารมณ์ของกฎหมายมากยิ่งขึ้น รวมถึงการทบทวนบทกำหนดโทษให้หนักขึ้นเพื่อให้ทันต่อสถานการณ์ปัจจุบัน เนื่องจากกฎหมายว่าด้วยผลิตภัณฑ์สุขภาพหลายฉบับถูกใช้มาเป็นระยะเวลาอันยาวนาน เพื่อให้สามารถแก้ปัญหาได้อย่างสนองต่อปัญหาของการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพที่เพิ่มมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ เพื่อเป็นการยกระดับการคุ้มครองผู้บริโภคให้ได้รับความปลอดภัยมากขึ้น

2. ควรมีการทบทวนบทบัญญัติกฎหมายเครื่องสำอาง เนื่องจากสถานการณ์ปัจจุบัน เครื่องสำอางถือเป็นปัจจัยสำคัญไม่แพ้ยาและอาหาร เด็กและเยาวชนนิยมใช้เครื่องสำอางกันมากขึ้น ประกอบกับยุคเทคโนโลยีดิจิทัล ทำให้ระบบตลาดมีความซับซ้อนขึ้น มีผู้ประกอบการธุรกิจหน้าใหม่ที่เป็นผู้ผลิตและขายเครื่องสำอางเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วในเวลาอันสั้น รวมถึงมีการผลิตสื่อโฆษณาด้วยเนื้อหาที่แปลกใหม่และหลากหลาย เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน อาจมีการนำดารารหรือผู้มีชื่อเสียงเป็นที่ชื่นชอบเป็นผู้นำเสนอเครื่องสำอาง และโฆษณาจำนวนมากที่เข้าข่ายลักษณะเอาเปรียบผู้บริโภค ดังนั้น จึงควรมีบทบัญญัติเพิ่มเติมเกี่ยวกับการโฆษณาเครื่องสำอาง โดยจะต้องได้รับการขออนุญาตก่อนนำไปโฆษณา เช่นเดียวกับการโฆษณา ยา อาหาร และเครื่องมือแพทย์ นอกจากนี้ ควรมีการบัญญัติกฎหมายเพิ่มเติมในกรณีให้เจ้าหน้าที่ของรัฐ เจ้าหน้าที่ฝ่ายปกครองส่วนท้องถิ่น ได้เข้าไปตรวจสอบในสถานที่ผลิตเครื่องสำอางว่ามีมาตรฐานหรือไม่ เพื่อให้ผู้บริโภคได้ใช้สินค้าที่ปลอดภัย และกรณีสินค้าก่อให้เกิดความเสียหายสามารถติดตามผู้ผลิตได้ตามสถานที่ที่ได้จัดแจ้งไว้

3. ควรมีบทบัญญัติเพิ่มเติมกรณีหากเป็นช่วงเวลาการออกอากาศรายการในช่วงเวลาใด โฆษณาในรายการนั้น ๆ จะต้องสอดคล้องกับรายการประเภทนั้น ๆ ตามประกาศเรื่อง หลักเกณฑ์การจัดทำผังรายการสำหรับการให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ พ.ศ. 2556 รวมถึงควรมีบทบัญญัติค่านิยามเรื่อง โฆษณาที่ไม่เหมาะสมให้ชัดเจน

### ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. การกำกับดูแลผลิตภัณฑ์สุขภาพไม่อาจประสบผลสำเร็จได้ด้วยการดำเนินการของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาเพียงฝ่ายเดียว เนื่องจากสภาพสังคมปัจจุบันได้เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว สื่ออิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ รวมทั้งช่องทางการสื่อสารได้เกิดขึ้นมากมาย ทำให้กิจกรรมทางธุรกิจดำเนินไปอย่างรวดเร็ว ดังนั้น กสทช. ควรสนับสนุนให้เกิดแนวทางการกำกับดูแลร่วมระหว่างผู้บริโภค ผู้ประกอบการ และ



องค์กรกำกับดูแล เพื่อให้เกิดการทำงานเชิงสร้างสรรค์ในการติดตามและตรวจสอบลักษณะและวิธีการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพที่เข้าข่ายเป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคในทุกรูปแบบ

2. กรอบแนวคิดของการบริหารภาครัฐยุคใหม่ได้มีแนวคิดของการลดบทบาทภาครัฐและให้องค์กรเอกชนควบคุมกันเองเพื่อเพิ่มความรวดเร็วในการปฏิบัติงาน ดังนั้น จึงควรกำหนดให้องค์กรภาคเอกชนที่ได้รับการขึ้นทะเบียนและได้รับอนุญาตจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ทำหน้าที่ในการกำกับดูแลการโฆษณาอาหารร่วมกับ กสทช. โดยให้ผู้ผลิต นำเข้า หรือผู้ทำการโฆษณานำเนื้อหาโฆษณาส่งให้องค์กรเอกชนตรวจสอบการโฆษณาและแนะนำการใช้เนื้อหาในโฆษณาก่อน เมื่อผ่านการตรวจสอบจากองค์กรเอกชนแล้ว จึงนำเนื้อหานั้นมายื่นขออนุญาตต่อสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาในการตรวจสอบ รวมถึงการเฝ้าระวังการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ขัดต่อบทบัญญัติของกฎหมาย เมื่อพบการกระทำผิดจะต้องส่งเรื่องไปยังสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

3. สำนักงาน กสทช. ควรเพิ่มเติมหลักเกณฑ์เงื่อนไขประกอบการขอรับใบอนุญาตในส่วนที่เกี่ยวข้องกับโฆษณาอาหารและยาที่เอาเปรียบผู้บริโภค ต้องพิจารณาประวัติของการกระทำผิดที่เกี่ยวกับโฆษณาสำหรับขอรับใบอนุญาตของผู้ประกอบการใหม่ ตรวจสอบการโฆษณาที่กระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์อย่างจริงจัง รวมถึงทบทวนการให้ใบอนุญาตแก่ผู้ประกอบการที่เข้าข่ายการโฆษณาเกินจริง มีการลงโทษปรับผู้ประกอบการที่กระทำผิดกฎหมาย โดยต้องคำนึงถึงรายได้ของผู้ประกอบการที่กระทำผิดกฎหมาย ที่สำคัญต้องมีระบบรับเรื่องร้องเรียนของ กสทช. ในส่วนที่เกี่ยวกับโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพเกินจริงที่เข้าถึงได้ง่ายและมีประสิทธิภาพ

### ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

1. ควรจัดอบรมให้ความรู้ผู้ประกอบการสื่อ นักจัดรายการวิทยุที่มีสถานที่ตั้งในจังหวัด รวมทั้งเจ้าของผลิตภัณฑ์ที่พบการโฆษณาในพื้นที่ ความรู้ที่จำเป็นต้องจัดอบรมได้แก่ ความรู้พื้นฐานด้านกฎหมายที่ใช้ควบคุมโฆษณาที่ผิดกฎหมายทางสื่อวิทยุ วิธีการตรวจสอบข้อความโฆษณาที่ได้รับการว่าจ้างให้ออกอากาศว่ามีเนื้อหาถูกต้องหรือไม่ มีการติดตามผลและให้ข้อมูลย้อนกลับ รวมถึงควรมีการรายงานการเฝ้าระวังโฆษณาที่ผิดกฎหมายให้แก่ผู้ประกอบการแต่ละสถานีทราบ

2. ควรจัดให้มีช่องทางในการติดต่อสื่อสารระหว่างพนักงานเจ้าหน้าที่กับผู้ประกอบการ สถานี เช่น ช่องทาง Line Application เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ แจ้งเตือนโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพที่เข้าข่ายผิดกฎหมายหรือเอาเปรียบผู้บริโภค เพื่อการช่วยเหลือข้อมูลทางกฎหมายจากพนักงานเจ้าหน้าที่

3. ควรมีมาตรการทางบวกส่งเสริมผู้ประกอบการสถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ นักจัดรายการที่ปฏิบัติถูกต้องตามกฎหมาย เช่น การจัดกิจกรรมให้ผู้ประกอบการจัดทำสื่อเข้าประกวดและใช้สื่อที่ได้รับรางวัลชนะเลิศออกอากาศเพื่อรณรงค์รู้เท่าทันสื่อโฆษณาที่ผิดกฎหมาย การประกาศเกียรติคุณออกสื่อการให้คะแนนและมอบรางวัลสำหรับสถานีที่ไม่มีการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพและบริการสุขภาพที่เอาเปรียบผู้บริโภค เป็นต้น

4. ควรประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลเรื่องการโฆษณาและใช้ผลิตภัณฑ์สุขภาพอย่างต่อเนื่อง ส่งเสริมให้ผู้บริโภคมีหลักคิด มีความรู้ความเข้าใจ การตัดสินใจที่ถูกต้อง มีความตระหนักรู้เท่าทันรูปแบบการส่งเสริม

การขายของผู้ประกอบการและระมัดระวังในการเลือกซื้อเลือกใช้ผลิตภัณฑ์สุขภาพให้มากยิ่งขึ้น รวมถึงมีการติดตามสถานการณ์การโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพผ่านช่องทางที่นิยมใช้ปัจจุบัน เช่น อินเทอร์เน็ต ช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อให้มีการจัดการอย่างทันที่

## เอกสารอ้างอิง

การกระทำที่เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ.2555. (2555).

**ราชกิจจานุเบกษา.** เล่ม 129 ตอนพิเศษ 195 ง.

กอกนก กิจบาลจ่าย. (2561). โครงสร้างใบอนุญาตและกระบวนการอนุญาตกับภารกิจกำกับดูแลการปฏิบัติตามเงื่อนไขใบอนุญาตการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์. **วารสารวิชาการคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ**, 2(2), 215-234.

ชนพงศ์ ภูมาลี วิมาน กฤตพลวิมาน และจิตตศุภางค์ ตันติภิรมย์. (2564). การวิเคราะห์ทางกฎหมายในการควบคุมการโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร. **วารสารเภสัชกรรมไทย**, 14(1), 95-111.

นภาพรณ อัจฉริยกุล. (2547). **ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับวิทยุและโทรทัศน์.** นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

บุญชม ศรีสะอาด. (2545). **พื้นฐานการวิจัยการศึกษา** (พิมพ์ครั้งที่ 3). กทม: ประสานการพิมพ์.

ปัญญา สุทธา. (2564). **มาตรการทางกฎหมายเพื่อการจัดการซากผลิตภัณฑ์เครื่องมือและอุปกรณ์ทางการแพทย์ของโรงพยาบาลในประเทศไทย.** วิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต คณะนิติศาสตร์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

ปิยพร ทรงเกียรติวุฒิ. (2565). **ปัญหาการบังคับใช้กฎหมายในการควบคุมการจำหน่ายเครื่องสำอางผ่านช่องทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์.** วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต คณะนิติศาสตร์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

แผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ฉบับที่ 2 (พ.ศ.2563-2568). (2563). **ราชกิจจานุเบกษา.** เล่ม 137 ตอนพิเศษ 189 ง.

พชร แก้วกล้า สถาพร อารักษ์วทนะ และชนิษฐา วิริยะประสาท. (2564). **จับตาย โฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพผิดกฎหมาย โดย โครงการสร้างเครือข่ายผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค.** กรุงเทพฯ: พิมพ์ดี.

**พระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551.** สืบค้นจาก

<http://www.nbt.go.th> เข้าถึงเมื่อ 10 พฤษภาคม 2566.

พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 และที่แก้ไขเพิ่มเติม. (2553). **ราชกิจจานุเบกษา.** เล่ม 127 ตอนที่ 78 ก.

มูลนิธิสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาแห่งประเทศไทย. (2559). **โครงการศึกษาวิจัยการปฏิรูปสื่อ เล่มที่ 3**

“การกำกับดูแลเนื้อหาของสื่อวิทยุ โทรทัศน์”. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ.

ร่างหลักเกณฑ์การกำกับดูแลเนื้อหารายการในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. .... สืบค้นจาก <http://www.nbtc.go.th> เข้าถึงเมื่อ 10 พฤษภาคม 2566.

วิลาสินี สิทธิโสภณ. (2561). **กฎหมายว่าด้วยยาตามพระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510**. สืบค้นจาก [https://www.parliament.go.th/ewtadmin/ewt/elaw\\_parcy/ewt\\_dl\\_link.php?nid=1833](https://www.parliament.go.th/ewtadmin/ewt/elaw_parcy/ewt_dl_link.php?nid=1833) เข้าถึงเมื่อ 10 พฤษภาคม 2566.

สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ. (2556).

**แนวทางการจัดระดับความเหมาะสมของรายการโทรทัศน์ตามประกาศ คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง หลักเกณฑ์การจัดทำผังรายการสำหรับการให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ พ.ศ. 2556**. กรุงเทพฯ: ผู้แต่ง.

Cronbach, L. J. (1970). **Essentials of psychological testing** (3rd ed.). New York: Harper & Row.

Likert, R. (1932). A Technique for the Measurement of Attitudes. **Archives of psychology**, **140**, 5-55.