

บทบาทของกองเผยแพร่และควบคุมการโฆษณา กระทรวงสาธารณสุข
ในการพิจารณาควบคุมการโฆษณาสินค้าประเภทอาหารและยา



นายศรีวัฒน์ อธิธิระวิวงศ์

ศูนย์วิทยทรัพยากร

วิทยานิพนธ์เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาค้นคว้าหลักสูตรปริญญาโท สาขาวิชาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

ภาควิชาการตลาด

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

พ.ศ. 2525

ISBN 974-560-882-3

008129

1 97414 200

2

THE ROLES OF THE PUBLIC RELATIONS AND ADVERTISEMENT
CONTROL DIVISION, MINISTRY OF PUBLIC HEALTH, IN THE
CENSORSHIP OF THE FOOD AND DRUG ADVERTISING

Mr.Srithawat Ithtiravivong

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Commerce
Department of Marketing
Graduate School
Chulalongkorn University

1982

หัวข้อวิทยานิพนธ์

บทบาทของกอง เเผยแพร่และความคุ้มครองโฆษณา กระทรวง
สาธารณสุข ในการพิจารณาควบคุมโฆษณาสินค้าประเภท
อาหารและยา

โดย

นายศรีวัฒน์ อิทธิระวิวงศ์

ภาควิชา

การตลาด

อาจารย์ที่ปรึกษา

นายวศิน เทยะชิตี, ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุรัชชา วิวัฒน์ชาติ

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้บัณฑิตวิทยาลัยนี้เป็น
ส่วนหนึ่งของการศึกษากฎหมายหลักสูตรปริญญาโทบัณฑิต

[Signature]



(รองศาสตราจารย์ ดร. สุประคิมร บุนนาค)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

[Signature]

ประธานกรรมการ

(รองศาสตราจารย์ปรียา วอนชอพร)

[Signature]

กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุรัชชา วิวัฒน์ชาติ)

[Signature]

กรรมการ

(นายมานิต รัตนสุวรรณ)

[Signature]

กรรมการ

(นายวศิน เทยะชิตี)

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

หัวข้อวิทยานิพนธ์ บทบาทของทองแดง แพรและควบคุมการโฆษณา กระทรวง
 สาธารณสุข ในการพิจารณาควบคุมโฆษณาสินค้าประเภท
 อาหารและยา

ชื่อนิสิต นายศรีธวัฒน์ อธิระวิวงศ์

อาจารย์ที่ปรึกษา นาวาตั้น เกษะนิกิ, ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุรัชชา วิวัฒน์ชาก

ภาควิชา การตลาด

ปีการศึกษา 2524



บทคัดย่อ

ปัจจุบัน "การโฆษณา" ได้รับการยอมรับว่าเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดที่สำคัญอย่างหนึ่งของธุรกิจ ซึ่งมีการแข่งขันทางด้านการตลาดกันมาก ดังนั้นธุรกิจต่างๆ จึงพยายามโฆษณาสินค้าของตนในลักษณะที่ดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคให้ได้มากกว่าคู่แข่ง ทำให้ผู้บริโภคมักได้สินค้าที่แปลก หรือภาพแปลก ๆ จากการโฆษณาเสมอ และตามด้วยการวิจารณ์โฆษณาสินค้านั้น ๆ ว่าเป็นการโฆษณาโอ้อวดเกินความเป็นจริง การโฆษณานอกจากขอเท็จจริง ใดๆ หรือไม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการโฆษณาอาหารและยารวมมีผลกระทบโดยตรงต่อผู้บริโภค

รัฐบาลจึงมอบหมายให้กอง แพรและควบคุมการโฆษณาสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข เป็นผู้รับผิดชอบปัญหาที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน สำหรับการโฆษณาอาหารและยา คือนักโฆษณามักชักแรงแทนความผิดกับคณะกรรมการตรวจพิจารณาคำขอโฆษณาอาหารและคณะกรรมการตรวจพิจารณาคำขอโฆษณาในเรื่องการที่ความก้าวหน้ามากมาย ที่ใช้ควบคุมโฆษณาอาหารและยา ซึ่งส่งผลถึงการทำโฆษณาอาหารและยา เช่น ลักษณะการโฆษณาแบบใดจึง เป็นและไม่ใช่เป็นการโอ้อวดสรรหูกวเกินความเป็นจริง ลักษณะการโฆษณาแบบใดจึง เป็นและไม่ใช่เท็จ ใดๆ

ส่วนธุรกิจผู้ผลิตอาหารและยาที่ประสบปัญหาเช่นกัน เช่น ไม่สามารถออกโฆษณาได้
ที่กำหนดเวลาที่วางแผนไว้ การจำหน่ายสินค้าไม่อาจทำยอดขายได้ตามต้องการ
เพราะไม่อาจโฆษณาให้ถึงผู้ความสนใจผู้บริโภคได้เพียงพอ ฯลฯ

วิธีดำเนินการค้นคว้าได้ศึกษาจากแหล่งข้อมูล 2 แหล่ง คือแหล่งข้อมูล
ปฐมภูมิ และแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ แหล่งข้อมูลปฐมภูมิใช้วิธีวิจัยแบบสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้อง
ของ(Personal Interview) โดยการคัดเลือกตัวอย่างได้ใช้วิธี Non-
Probabilistics Sampling จากกลุ่มตัวอย่าง 3 กลุ่ม คือ คณะกรรมการ
ตรวจพิจารณาค่าขอโฆษณาอาหารและยา นักโฆษณาที่มีประสบการณ์ด้านการทำโฆษณา
อาหารและยา ตลอดจนธุรกิจผู้ผลิตอาหารและยา ซึ่งเป็นผู้จ้างทำโฆษณา ส่วนแหล่ง
ข้อมูลทุติยภูมิที่ใช่เป็นแหล่งข้อมูลสนับสนุนจะใช่แหล่งข้อมูลจากภายนอก (External
Source) เช่น บทความทาง ๆ เกี่ยวกับการโฆษณาอาหารและยา ที่นักโฆษณาหรือ
กรรมการตรวจพิจารณาค่าขอโฆษณาอาหารและยาเขียนขึ้น ตลอดจนกฎหมายต่าง ๆ
เป็นต้น

จากการศึกษาบทบาทการควบคุมโฆษณาอาหารและยา ของกอง แพทย์และ
ควบคุมการโฆษณา ดังกล่าวนั้นประเด็นที่สำคัญคือ คณะกรรมการตรวจพิจารณาค่าขอ
โฆษณาอาหารและคณะกรรมการตรวจพิจารณาค่าขอโฆษณายังขาดความรู้ด้านการ
โฆษณา หลักเกณฑ์ในการควบคุมโฆษณาอาหารและยายังไม่แน่นอนและไม่เหมาะสมเท่า
ที่ควร คณะกรรมการพิจารณาอุทธรณ์ และคณะกรรมการตรวจพิจารณาค่าขอโฆษณา
อาหารหรือยาในครั้งแรกเป็นชุดเดียวกัน การระบุเหตุผลในการไม่อนุมัติข้อความโฆษณา
นั้น ๆ ยังไม่ละเอียด ชัดแจ้ง การประสานงานระหว่างหน่วยราชการต่าง ๆ ในการ
ควบคุมโฆษณายังไม่เพียงพอ การควบคุมโฆษณาทั้งในกรุงเทพฯ และส่วนภูมิภาคยังควบคุม
ไม่ทั่วถึง ผู้บริโภคบางส่วนขาดความรู้ ความเข้าใจในการเลือกซื้อสินค้ามาบริโภค
การควบคุมโฆษณาอาหารและยาในอนาคตมีแนวโน้มที่จะเข้มงวดขึ้นกว่าปัจจุบัน

ขอเสนอแนะสำหรับการควบคุมโฆษณาอาหารและยา คือ คณะกรรมการ
ตรวจพิจารณาค่าขอโฆษณาทั้ง 2 ชุด ควรศึกษาหาความรู้ด้านการโฆษณาเพิ่มเติม
หลักเกณฑ์ในการควบคุมโฆษณาอาหารและยาควรปรับปรุงให้ทันสมัย คล่องตัว และ
เหมาะสมกับสถานการณ์ต่าง ๆ ในปัจจุบัน ตลอดจนมีความแน่นอนเพื่อนักโฆษณา
สามารถยึดเป็นหลักในการทำโฆษณา คณะกรรมการพิจารณาอุทธรณ์ควรเป็นคณะ
กรรมการชุดใหม่ต่างหากจากคณะกรรมการตรวจพิจารณาค่าขอโฆษณาอาหารและยา
ในครั้งแรก ควรมีการระบุเหตุผลในการไม่อนุมัติโฆษณาสินค้านั้น ๆ ให้ละเอียด
ชัดเจน เพื่อป้องกันการเกิดปัญหาในภายหลัง ควรปรับปรุงการประสานงานระหว่าง
หน่วยราชการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมโฆษณาอาหารและยา ควรเพิ่มกำลัง
เจ้าหน้าที่และงบประมาณเพื่อใช้ในการตรวจสอบสินค้าต่าง ๆ ที่จำหน่ายในท้องตลาด
ตลอดจนการโฆษณาทั้งกรุงเทพฯ และส่วนภูมิภาค ในด้านผู้บริโภคควรรู้จักป้องกัน
ตนเองตลอดจนรู้จักพิจารณาเลือกซื้อสินค้าอย่างมีเหตุผล และมีส่วนช่วยเหลือสังคม
เช่น กรณีที่พบสินค้าใดเป็นอันตรายหรือโฆษณาสินค้าใดเกินความเป็นจริง ฯลฯ ก็ควร
แจ้งกอง แฉแพรและควบคุมการโฆษณา กระทรวงสาธารณสุขเพื่อดำเนินการต่อไป

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Thesis Title The Roles of the Public Relations and
 Advertisement Control Division, Ministry
 of Public Health, in the censorship of the
 Food and Drug Advertising

Name Mr. Srithawat Ithtiravivong

Thesis Advisor Mr. Masin Toyateeti
 Assistant Professor Surachana Vivadhajaj

Department Marketing

Academic 1981

ABSTRACT

At present the advertising has been accepted as a kind of important marketing strategy in the competitive situation of the business. Therefore, various producers compete against one another in winning consumers' hearts by means of more striking-attention advertisement. This advertising war meets with criticism stated that whether these advertisements are overclaimed and are true to fact etc., especially those of food & drugs which affects consumers directly.

The government, therefore, assigns the authority of the advertising consideration to the Public Relations and Advertisement Control Division (PAC) which is the unit of the Food and Drug Administration, Ministry of Public Health.

As far as the case of food & drugs concerns, there occurs a conceptual conflict between advertising agencies and PAC committee concerning the interpretation of the regulations imposed on the food & drugs advertising. This immensely affects the advertising operation of food & drugs products because the agencies do not understand what criterion the PAC committee utilizes to judge whether advertisements are overclaimed or deceitful etc. As for producers of food & drugs, they also encounter their problems i.e. unable to launch their advertising plans as scheduled, unable to reach their prospective sales target because of the inadequate advertising impact etc.

The processes of the research have been undertaken from 2 information sources i.e. the primary information source and the secondary information source. In respect to the primary information source, personal interviewing will be utilized and the non-probabilistics sampling method will help select samples from 3 sampling groups i.e. the committee of PAC, the well-experienced advertising personalities, and the producers of food and drugs who are advertisers. The secondary information source served as back-up information will be collected from the external source, for example, the regulations, various articles on food & drugs advertising written by advertising personalities or the committee of PAC, etc.

Having studied the roles of PAC in the censorship of the Food and Drug advertising, we gained several important points as followed: The committee of PAC lacks the advertising knowledge;

there is no certain and appropriate criterion in considering and controlling the food & drugs advertising. The Appeal Committee and the Primary PAC Committee are the group; no meticulous and clear reasons are made in the non-approval of the advertising copy; the co-operation of public sectors in advertising control is not good enough; the advertising control both in Bangkok and the provinces is not thoroughly covered; parts of consumers lack the knowledge and understanding in selecting goods; there is a trend showing that advertising control on food and drugs in the future will be more stringent.

Some suggestion for the authority of food & drugs advertising control has been provided as followed: The PAC committee should study more of advertising knowledge; the criterion of food & drugs advertising control should be up-to-date, flexible and suitable for the contemporary world; there also should be a certainty for advertising people to attach to as a rule; the Appeal Committee of PAC should be apart from the Primary one; meticulous & clear reasons should be made in case that any non-approval of advertising copy occurred so as to avoid the consequent problems; the improvement of the co-operation among public sectors relating with food & drugs advertising controls should be undertaken; more budgets and more officials for product inspection in the marketplace and advertising monitoring both in Bangkok and provinces are needed; consumers should learn how to select goods rationally and should participate in helping the society, for example, pointing out and reporting any dangerous or overclaimed products to PAC authority for undertaking legal action.



กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาถึงบทบาทของกองเผยแพร่และควบคุมการโฆษณา กระทรวงสาธารณสุข ในการพิจารณาควบคุมโฆษณาสินค้าประเภทอาหารและยา ผู้เขียนได้รับความกรุณาจากนายวศิน เทยะระชิตี ซึ่งรับเป็นอาจารย์ที่ปรึกษา และผู้ช่วยศาสตราจารย์สุรชานา วิวัฒน์ชาติ ซึ่งรับเป็นอาจารย์ที่ปรึกษารวม ที่ให้ความช่วยเหลือ แนะนำ ตลอดจนตรวจสอบแก้ไขเป็นอย่างดี

ผู้เขียนได้รับความร่วมมือเป็นอย่างดีจากกรรมการตรวจพิจารณาคำขอโฆษณาอาหารและยา นักโฆษณา ตลอดจนผู้บริหารขององค์การธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารและยา ที่ได้กรุณาให้ความช่วยเหลือด้านข้อมูลและความคิดเห็นเป็นอย่างดี ผู้เขียนขอขอบพระคุณไว้ ณ ที่นี้

ผู้เขียนขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ปรีชา วอนขอพร ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ นายวศิน เทยะระชิตี อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุรชานา วิวัฒน์ชาติ อาจารย์ที่ปรึกษารวมวิทยานิพนธ์ นายมานิต รัตนสุวรรณ กรรมการสอบ ที่ให้ความช่วยเหลือแนะนำข้อมูลต่าง ๆ ตลอดจนความคิดเห็นซึ่งเป็นประโยชน์แก่ผู้เขียน

สุดท้ายนี้ ผู้เขียนขอกราบขอบพระคุณ บิศา มรรคา ที่คอยช่วยเหลือและให้กำลังใจตลอดมา ขอขอบคุณ นางสาวภัสสร่า เกษมสุวรรณ ตลอดจนเพื่อน ๆ ทุกคนที่ให้ความช่วยเหลือและเป็นกำลังใจในทุก ๆ ด้าน แก่ผู้เขียน ตั้งแต่เริ่มเข้าศึกษา ณ สถาบันศึกษาแห่งนี้จนจบการศึกษามัธยมศึกษา

ผู้เขียนใคร่ขอกราบขอบพระคุณและขอบคุณท่านที่ให้ความช่วยเหลือ ทั้งที่
กล่าวนาม และมีใคกล่าวนามในที่นี้ สำหรับขอบกพรองใด ๆ ที่เกิดขึ้น ผู้เขียนขอ
นอมนับไว้แต่ผู้เดียว

ศรีสวัสดิ์ อธิระวิวงศ์



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญ



บทคัดย่อภาษาไทย.....	หน้า
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ง
กิตติกรรมประกาศ.....	ช
บทที่	ญ
1 บทนำ.....	1
2 ลักษณะความทั่วไปและหลักเกณฑ์ในการพิจารณาควบคุม โฆษณาอาหารและยา.....	6
3 ความคิดเห็นของคณะกรรมการตรวจพิจารณาคำขอโฆษณา อาหารและยา, นักโฆษณา, ชุรกิจผู้จัดทำโฆษณาที่มีต่อ บทบาทการควบคุมโฆษณาอาหารและยา.....	56
4 กรณีศึกษา.....	75
5 สรุปบทบาท การควบคุมโฆษณาอาหารและยาของกองเผยแพร่ และควบคุมการโฆษณา ตลอดจนแนวโน้มการควบคุม โฆษณาอาหารและยาในอนาคต พร้อมข้อเสนอแนะ.....	95
บรรณานุกรม.....	109
ประวัติผู้เขียน.....	111