

# สยามเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตโพลล์ เผย “5 เหตุผล อาหารเสริม – เครื่องสำอางผิดกฎหมายขายผ่านสื่อ ออนไลน์ได้”

ศ. ดร.ศรีศักดิ์ จามรมาน ประธานกรรมการอาวุโสสำนักวิจัยสยามเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตโพลล์ วิทยาลัยเทคโนโลยี  
สยาม (STC) แถลงผลการสำรวจ “ความคิดเห็นของประชาชนทั่วไปต่อปัญหาการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ  
และเครื่องสำอางผิดกฎหมายผ่านสื่อสังคมออนไลน์” สำรวจระหว่างวันที่ 3 ถึง 8 พฤษภาคม พ.ศ. 2561 จากกลุ่ม  
ตัวอย่างทั้งหมด 1,179 คน

ปัจจุบันมีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและเครื่องสำอางต่างๆ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์เป็นจำนวนมาก ไม่ว่าจะ  
เป็นอาหารเสริมบำรุงร่างกาย ครีมบำรุงผิว ครีมทำให้ผิวขาว และยาลดความอ้วน เป็นต้น โดยผลิตภัณฑ์ต่างๆ เหล่า  
นี้มักมีการโฆษณาว่าทำจากวัตถุดิบมีคุณภาพ มีสารประกอบที่เป็นประโยชน์ต่อร่างกาย และได้รับการรับรองหรือมี  
เลขทะเบียนจากหน่วยงานอย่างถูกต้อง รวมทั้งเพิ่มความน่าเชื่อถือด้วยการนำเอาดารานักร้องนักแสดงหรือผู้มีชื่อ  
เสียงในสังคมมาโฆษณาเพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์

แต่จากกระแสข่าวการจับกุมผู้ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและเครื่องสำอางรายใหญ่ที่มีการกระทำผิด  
กฎหมายซึ่งมีการสร้างความน่าเชื่อถือหลอกลวงให้ผู้บริโภคหลงเชื่อด้วยการนำเอาดารานักร้องนักแสดงหรือผู้มีชื่อ  
เสียงเป็นจำนวนมากมาทำการโฆษณา และนำไปสู่การดำเนินการจับกุมแหล่งผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์เพื่อ  
สุขภาพและเครื่องสำอางที่กระทำผิดกฎหมายต่างๆ เช่น หลอกลวง/อวดอ้างสรรพคุณเกินจริง ไม่มีคุณภาพ/ไม่ได้  
มาตรฐาน ส่วนประกอบไม่ตรงกับฉลาก มีส่วนประกอบที่เป็นอันตรายกับสุขภาพ ไม่มีเลขทะเบียน อ.ย./มีเลขทะเบียน  
อ.ย. ปลอม เป็นต้น ของเจ้าหน้าที่จึงกลายเป็นที่วิพากษ์วิจารณ์ของสังคมเป็นวงกว้าง

ทั้งนี้ ผู้คนในสังคมได้แสดงความเป็นห่วงเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและเครื่องสำอางที่จำหน่ายกันอย่างแพร่  
หลายนั้นมีความปลอดภัยหรือไม่ รวมถึงแสดงความห่วงใยและตั้งคำถามถึงประสิทธิภาพและกระบวนการตรวจสอบ  
ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ขณะเดียวกันผู้คนส่วนหนึ่งก็แสดงความกังวลในกรณีที่มีดารานักร้องนักแสดง  
จำนวนมากที่มาโฆษณาผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและเครื่องสำอางต่างๆ ว่าอาจจะส่งผลให้ผู้บริโภคหลงเชื่อและใช้  
ผลิตภัณฑ์ที่ผิดกฎหมายได้พร้อมทั้งเรียกร้องให้ดารานักร้องนักแสดงเพิ่มความรับผิดชอบในการตรวจสอบ  
ผลิตภัณฑ์ต่างๆ ก่อนทำการโฆษณา

จากประเด็นดังกล่าว สำนักวิจัยสยามเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตโพลล์จึงได้ทำการสำรวจความคิดเห็นของประชาชน

ทั่วไปต่อปัญหาการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและเครื่องสำอางผิดกฎหมายผ่านสื่อสังคมออนไลน์

จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างอายุ 18 ปีขึ้นไป เป็นเพศหญิงร้อยละ 52.84 และเพศชายร้อยละ 47.16 สามารถสรุปผลได้ดังนี้ ในด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและเครื่องสำอางผ่านสื่อสังคมออนไลน์ กลุ่มตัวอย่างมากกว่าสามในสี่หรือคิดเป็นร้อยละ 77.1 มีความคิดเห็นว่าเป็นปัจจุบันมีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและเครื่องสำอางต่างๆ เช่น อาหารเสริม ยาลดความอ้วน ครีมทำให้ผิวขาว เป็นต้น ผ่านสื่อสังคมออนไลน์มากเกินไป

อย่างไรก็ตาม กลุ่มตัวอย่างถึงประมาณสี่ในห้าหรือคิดเป็นร้อยละ 80.15 เชื่อว่าผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและเครื่องสำอางต่างๆ ที่จำหน่ายผ่านสื่อสังคมออนไลน์ส่วนใหญ่เป็นผลิตภัณฑ์ผิดกฎหมาย เช่น หลอกหลวง/อวดอ้างสรรพคุณเกินจริง ไม่มีคุณภาพ/ไม่ได้มาตรฐาน ส่วนประกอบไม่ตรงกับฉลาก มีส่วนประกอบที่เป็นอันตรายกับสุขภาพ ไม่มีเลขทะเบียน อ.ย./มีเลขทะเบียน อ.ย. ปลอม เป็นต้น

สำหรับสาเหตุสำคัญสูงสุด 5 อันดับที่มีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและเครื่องสำอางผิดกฎหมายผ่านสื่อสังคมออนไลน์ตามความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง คือ กระบวนการตรวจสอบของหน่วยงานมีความล่าช้า คิดเป็นร้อยละ 84.82 มีผู้ต้องการซื้อสินค้าประเภทดังกล่าวมาก คิดเป็นร้อยละ 82.61 บทลงโทษทางกฎหมายเบาเกินไป คิดเป็นร้อยละ 79.81 ขาดการตรวจสอบอย่างรัดกุมในขั้นตอนขอจดทะเบียน คิดเป็นร้อยละ 76.84 และผู้จำหน่ายมีวิธีหลอกหลวงให้ผู้ซื้อเชื่อถือ คิดเป็นร้อยละ 74.81

ในด้านความรู้เกี่ยวกับช่องทางการตรวจสอบความถูกต้องของเลขทะเบียน อ.ย. นั้นกลุ่มตัวอย่างเพียงร้อยละ 29.35 ทราบช่องทางการตรวจสอบความถูกต้องของเลขทะเบียน อ.ย. ในผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและเครื่องสำอางต่างๆ ที่จำหน่ายผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ขณะที่กลุ่มตัวอย่างถึงร้อยละ 70.65 ที่ไม่ทราบ

ในด้านความคิดเห็นต่อดารานักแสดงที่รับโฆษณาผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและเครื่องสำอางผ่านสื่อสังคมออนไลน์ กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 71.84 ระบุว่าตนเองไม่เห็นด้วยกับคำพูดของดารานักแสดงบางท่านที่บอกว่า “ดารานักแสดงไม่มีหน้าที่ตรวจสอบผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและเครื่องสำอางที่ตนเองรับโฆษณาว่าผิดกฎหมายหรือไม่” ขณะที่กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 20.61 เห็นด้วย ส่วนกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 7.55 ไม่แน่ใจ

ในด้านความคิดเห็นต่อการแก้ไขปัญหาการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและเครื่องสำอางผิดกฎหมายผ่านสื่อสังคมออนไลน์ กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 61.32 มีความคิดเห็นว่าหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการออกเลขทะเบียนรับรองผลิตภัณฑ์จะไม่สามารถแก้ไขปัญหาการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและเครื่องสำอางผิดกฎหมายผ่านสื่อสังคมออนไลน์ให้หมดไปได้ ขณะที่กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 30.11 มีความคิดเห็นว่าสามารถแก้ไขปัญหานั้นได้ ส่วนกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 8.57 ไม่แน่ใจ

ในด้านความคิดเห็นต่อการเอาผิดผู้ที่โฆษณาหรือจำหน่ายผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและเครื่องสำอางผิดกฎหมายผ่านสื่อ

สังคมออนไลน์นั้น กลุ่มตัวอย่างมากกว่าสองในสามหรือคิดเป็นร้อยละ 67.01 มีความคิดเห็นว่าการเอาผิดกับดารานักร้องนักแสดงหรือผู้มีชื่อเสียงทางสังคมที่ทำหน้าที่โฆษณาผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและเครื่องสำอางผิดกฎหมายผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ขณะที่กลุ่มตัวอย่างประมาณสามในสี่หรือคิดเป็นร้อยละ 75.66 มีความคิดเห็นว่าการกำหนดบทลงโทษกับแพทย์-พยาบาล-เภสัชกรที่โฆษณาหรือจำหน่ายผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและเครื่องสำอางผิดกฎหมายผ่านสื่อสังคมออนไลน์ให้หนักกว่าบทลงโทษปกติ

ส่วนความคิดเห็นเกี่ยวกับวิธีการแก้ไขปัญหาการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและเครื่องสำอางผิดกฎหมายผ่านสื่อสังคมออนไลน์ กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 73.62 มีความคิดเห็นว่าการเพิ่มบทลงโทษทางกฎหมายเกี่ยวกับการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและเครื่องสำอางให้สูงขึ้น ร้อยละ 72.86 มีความคิดเห็นว่าการเพิ่มขั้นตอนการตรวจสอบในการขอจดทะเบียนรับรองผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและเครื่องสำอางให้มีความรัดกุมเข้มงวดมากขึ้น

ร้อยละ 70.91 มีความคิดเห็นว่าการหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรเพิ่มความเข้มงวดในการตรวจสอบผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและเครื่องสำอางอย่างจริงจังต่อเนื่องโดยไม่ต้องรอให้มีผู้ร้องเรียนก่อน และร้อยละ 68.53 มีความคิดเห็นว่าการเพิ่มช่องทางตรวจสอบความถูกต้องของเลขทะเบียน อ.ย. ให้เข้าถึงได้ง่ายขึ้น จะมีส่วนช่วยลดปัญหาการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและเครื่องสำอางผิดกฎหมายผ่านสื่อสังคมออนไลน์ได้ (อ่านข่าวต่อ <https://goo.gl/JrV6dz>)