

# สร้างความเข้มแข็งคนไทย สู้!...ออนไลน์ขายสุขภาพ



## สุข สาธารณะ สุขน หนักๆ

ในยุคที่เราอยู่หน้าจอคอมพิวเตอร์และสมาร์ตโฟน เฉลี่ยถึงวันละ 7.2 ชั่วโมง...ไม่ยั้งนะครับ ที่ทะเลี่ยงข้อมูลข่าวสาร หรือการโฆษณาชวนเชื่อต่างๆ ที่ผ่านตาผมเยอะสุด ก็น่าจะเป็นพวก **ผลิตภัณฑ์ยา เครื่องสำอาง อาหารเสริม** แล้วก็แคปซูลสร้างเสริมความ "สตรอง" ของเพศชาย ชายกันตั้งแต่บน **เว็บไซต์ เฟซบุ๊ก อิน스타그램** หรือ **ไลน์**

ส่วนใหญ่ให้สรรพคุณเวอร์วังทั้งนั้นแหละครับ!!

ล่าสุด **สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.)** อดรนทนไม่ไหว ประกาศใช้ **"ไม้แข็ง"** จัดการกับพวกโฆษณาเกินจริง เพราะบางยี่ห้อ บางผลิตภัณฑ์ อ้างว่า **สินค้าได้รับตรา อย. ไป** ทั้งๆ ที่ไม่ผ่านการตรวจด้วยซ้ำ

ตัวอย่าง **เครื่องสำอาง** หลายนี่ห้อ อดสรรพคุณเกินกว่าการเสริมความงาม เช่น **บรรเทา รักษาโรคได้** ด้วย ทั้งเคล็ดขัดยอก ผมหงอก หัวล้าน หรืออย่างล่าสุด กรณี **อาหารเสริม** ที่บริษัทขายตรงโฆษณาว่าผสม **"หมามุยอินเดีย"** ปรากฏมีผู้รับประทานเข้าไป เกิดอาการแพ้จนถึงขั้นเสียชีวิตที่จังหวัดตรัง

น่าเป็นห่วงครับ! ผู้บริโภคที่หลงเชื่อไปและกลายเป็นเหยื่อ ทั้งๆ ที่เค้าอยากมีสุขภาพดี หรืออยากมีใบหน้าแดง แต่สุดท้ายกลับกลายเป็น **"เดี้ยง"** ไป ซึ่งปัญหานี้ก็ยิ่งพบเห็นกันอยู่ตลอด

สมัชชาสุขภาพแห่งชาติ เห็นความสำคัญของประเด็นนี้ จึงมีมติเรื่อง **"การจัดการปัญหาโฆษณาที่ผิดกฎหมายของยา อาหาร และผลิตภัณฑ์สุขภาพ ทางวิทยุกระจายเสียง สื่อโทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต"** นำไปสู่การจัดทำแผนยุทธศาสตร์การจัดการปัญหาโฆษณาที่ผิดกฎหมายของยา อาหาร และผลิตภัณฑ์สุขภาพ พ.ศ.2557-2561 ที่รวมภาคีเครือข่ายทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องมา **บูรณาการ** ความร่วมมือจัดการปัญหาแบบยั่งยืน

แผนยุทธศาสตร์ฯ นี้ ประกอบด้วย **5 ประเด็นยุทธศาสตร์** และ **15 กลยุทธ์** เพื่อขับเคลื่อนการจัดการปัญหาทั้งในระดับชาติ จังหวัด พื้นที่ มีการปรับปรุงกฎระเบียบให้ทันสมัยและทันต่อ **เทคโนโลยี** ที่เปลี่ยนแปลงไป พร้อมสร้างความรู้ความเข้าใจให้กับสื่อมวลชนในเรื่องกฎหมายการกำกับดูแลโฆษณาที่ถูกต้อง รวมทั้งมีระบบบริการผู้บริโภคให้สามารถร้องเรียนได้อย่างรวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ

โดยทาง **กสทช.** จะเป็นหน่วยงานหลักในการ **"เฝ้าระวัง"** ไม่ให้มีการหลอกลวงผู้บริโภคด้วยการโฆษณา



เกินจริง **มอนิเตอร์** ทั้งทางสื่อโทรทัศน์ วิทยุ โดยเฉพาะในต่างจังหวัด ถ้าพบเมื่อไหร่ หรือมีการร้องเรียนที่ไหน ก็จะส่งข้อมูลมาให้ อย. ตรวจสอบอีกครั้ง เพื่อจะมีคำสั่งระงับต่อไป รวมถึงการจัดทำเกณฑ์จริยธรรมสื่อในการสื่อสารโฆษณาผลิตภัณฑ์ยา อาหาร และผลิตภัณฑ์สุขภาพ เพื่อให้องค์กรสื่อใช้ในการกำกับดูแลตนเอง

หรือกรณี **วิทยุชุมชน** ที่ปัจจุบันมีเป็นจำนวนมาก กสทช. จะใช้เครือข่ายภาคประชาสังคม อาทิ **มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค** สร้างเน็ตเวิร์กเฝ้าระวังใน 10 จังหวัดใหญ่ เป็นหูเป็นตา ให้เจ้าหน้าที่อีกทางหนึ่ง

ในส่วนของการโฆษณาผลิตภัณฑ์ทั้งอาหารเสริม เครื่องสำอาง เครื่องมือแพทย์ ทาง **เว็บไซต์ เฟซบุ๊ก อิน스타그램 หรือซทไลน์** ทาง อย. ก็จะมีการทำงานร่วมกับ **กระทรวงไอซีที** เพื่อดำเนินการเอาผิดอย่างจริงจัง และที่ผ่านมาก็มีการสั่งปิดเว็บไซต์ไปแล้วเป็นจำนวนมาก

ตรงนี้สำคัญนะครับ เพราะทุกวันนี้มีการ **"ส่งต่อ"** ข้อมูลไปอย่างรวดเร็ว คนที่รับข่าวสารไปแบบไม่ถูกต้อง อาจหลงเชื่อและสั่งซื้อแบบ **ออนไลน์** ซึ่งโลกไซเบอร์นั้นกว้างใหญ่มากๆ ถ้าปล่อยให้กระทรวงไอซีทีดำเนินการอยู่แค่กระทรวงเดียว โดยไม่มีแผนยุทธศาสตร์ฯ สานพลังทุกมิติตาม **มติสมัชชาสุขภาพแห่งชาติ** แล้ว ก็คงดำเนินการอะไรกับพวก **ออนไลน์ขายสินค้าทำลายสุขภาพ** ไม่อยู่

ดังนั้น **แท็กทีม-บูรณาการ** ทำงานร่วมกันเถอะครับ ...ถูกต้องแล้ว! ●