

การจัดการปัญหาการโฆษณาทางสื่อสังคมออนไลน์ที่ฝ่าฝืนกฎหมายของคลินิก
เวชกรรมที่ให้บริการเสริมความงาม จังหวัดมหาสารคาม
Clinics' response to difficulties with illicit social media advertising
medicine that offers cosmetic procedures of
Maha Sarakham Province

[Received: July 10, 2023, Revised: December 1, 2023; Accepted: January 16, 2024]

อาภากร เขจรักษ์

กลุ่มงานคุ้มครองผู้บริโภคและเภสัชสาธารณสุข,
สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดมหาสารคาม,
จังหวัดมหาสารคาม

Arpakorn Kejornrak

Health Consumer Protection and Pharmacy
Department, Maha Sarakham Provincial Health
Office, Maha Sarakham Province

นพดล มุสิก

สำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข,
กระทรวงสาธารณสุข

Nopadul Musik

Office of the Permanent Secretary,
Ministry of Public Health

CORRESPONDING AUTHOR

Arpakorn Kejornrak, Health Consumer Protection and Pharmacy Department, Maha Sarakham
Provincial Health Office, Maha Sarakham Province, Thailand. E-mail: apanut13@gmail.com

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาพระราชบัญญัติสถานพยาบาล พ.ศ.2541 และที่แก้ไขเพิ่มเติม วิธีการวิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงเอกสาร ผลการวิจัยพบว่า ปัญหาหลัก ของการโฆษณาทางสื่อสังคมออนไลน์ของ จังหวัดมหาสารคาม คือผู้ประกอบการอาศัยช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ โดยเฉพาะช่องทางเฟซบุ๊กใช้ชื่อ สถานพยาบาลของตนกระทำการโฆษณา เพื่อประโยชน์ทางการค้าและแสวงหาผลประโยชน์เพื่อให้ได้มีผู้มารับ บริการมากขึ้น ดังนั้น ควรมีการจัดการในเชิงรุกให้มีหน่วยงานเข้ามาเกี่ยวข้องเพิ่มเติม ได้แก่ สำนักงาน คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อร่วมกันให้เกิดการบังคับใช้กฎหมายมากขึ้น ข้อเสนอแนะจากการวิจัย พบว่า หากได้จัดทำคู่มือปฏิบัติงานพิจารณาอนุมัติ การโฆษณาหรือประกาศเกี่ยวกับสถานพยาบาลให้เป็น ปัจจุบัน ทันต่อการเปลี่ยนแปลงตามยุคสมัย ตลอดจนมีระบบการตรวจสอบโฆษณาออนไลน์ หรือ นำเทคโนโลยี ปัญญาประดิษฐ์ ตรวจสอบข้อความโฆษณาทางสื่อสังคมออนไลน์บนอินเทอร์เน็ตที่ผิดกฎหมาย และประชาสัมพันธ์ ให้ผู้บริโภคได้เข้าใจ ตระหนักรู้ถึงการโฆษณาผลิตภัณฑ์และสถานพยาบาลที่เข้าข่ายผิดกฎหมายให้รับรู้มากยิ่งขึ้น

คำสำคัญ: มาตรการทางกฎหมาย; คลินิกเสริมความงาม; การโฆษณา; สื่อสังคมออนไลน์

Abstract

The purposes of this research were 1) to study the Sanatoriums Act B.E. 2541 (as amended); The research method employed a documentary research method. The findings revealed that the primary problem of social media advertising in Maha Sarakham Province is entrepreneurs relying on social media channels, particularly Facebook, using their hospital name to advertise for commercial purposes. Therefore, legal measures should be taken proactively, involving agencies such as the Office of the Consumer Protection Board. The research suggests that a work manual should be prepared, and up-to-date advertisements or announcements about medical facilities should be made to keep up with the changing era. Along with this, a system should be developed to check online advertisements or use artificial intelligence technology to detect illegal social media advertising messages on the internet. Consumers should be made more aware of advertising products and medical facilities that are considered illegal.

Keywords: Legal measures; Medical aesthetic clinic; advertising; Social media

บทนำ

ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและการสื่อสารที่เติบโตอย่างรวดเร็วนำไปสู่การใช้อินเทอร์เน็ตและสื่อสังคมออนไลน์ที่เพิ่มสูงขึ้น ทำให้การสื่อสารในสังคมเปลี่ยนไป โดยปัญหาจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่เกี่ยวกับการบริการด้านสุขภาพของสถานพยาบาลเอกชนที่ผ่านมา พบว่า มีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและการโฆษณาโดยเฉพาะคลินิกเวชกรรมที่ให้บริการเสริมความงามมีความเสี่ยงต่อการกระทำผิดตามพระราชบัญญัติสถานพยาบาล พ.ศ.2541 ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติสถานพยาบาล (ฉบับที่ 4) พ.ศ.2559

จากการศึกษาของสำนักพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) หรือ ETDA กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (สำนักพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2563) ได้รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยประจำปี 2563 พบว่าคนไทยมีพฤติกรรมจำนวนชั่วโมงการใช้อินเทอร์เน็ตที่เพิ่มมากขึ้น จำนวน 11 ชั่วโมง 25 นาที เหตุผลหลักคือ การที่สามารถเข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้ง่าย และมีเครือข่ายที่ครอบคลุม ความจำเป็นต้องใช้อินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้น และบริการต่างๆ ในชีวิตประจำวันสามารถทำผ่านออนไลน์มากขึ้นด้วย ประกอบกับผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ทำให้หลายคนต้องเปลี่ยนรูปแบบวิถีชีวิตมาเป็นแบบออนไลน์มากขึ้น เมื่อสำรวจกิจกรรมยอดนิยมในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ พบว่า เฟซบุ๊ก (Facebook) เป็นอันดับที่หนึ่ง คิดเป็น 98.29% รองลงมาคือ ยูทูบ (YouTube) คิดเป็น 97.5% และ ไลน์ (LINE) คิดเป็น 96.0% สำหรับการซื้อขายสินค้าหรือบริการทางออนไลน์ พบว่า ผ่านช่องทาง Facebook Fanpage มากที่สุด คิดเป็น 64.7% รองลงมาคือ Shopee และ Instagram คิดเป็น 47.5%, 40.8% ตามลำดับ และปัญหาการใช้อินเทอร์เน็ต อันดับหนึ่งคือปัญหาปริมาณโฆษณาออนไลน์ที่มารบกวนมากที่สุด คิดเป็น 76.6% ดังนั้น เมื่อกลับมามองปัญหาการโฆษณาของคลินิกเวชกรรมที่ให้บริการเสริมความงามนั้น พบว่า เนื้อหาส่วนใหญ่ สื่อออกมาเพื่อชักชวนให้ประชาชน มารับบริการด้านสุขภาพ โดยสร้างความคาดหวัง ความสะดวก ความปลอดภัย หรือนวัตกรรมทางการแพทย์ที่ทันสมัย โดยใช้ถ้อยคำล่อลวง มีความผิดตามพระราชบัญญัติสถานพยาบาล พ.ศ.2541 และกระทบต่อสิทธิผู้ป่วย แม้ว่า องค์การวิชาชีพด้านสุขภาพ ได้ตระหนักถึงสิทธิ และความเป็นส่วนตัวของผู้ป่วยจึงออกประกาศ เรื่องสิทธิ และ ข้อพึงปฏิบัติผู้ป่วยฉบับปรับปรุงใหม่ พ.ศ.2558 โดยเปลี่ยนแปลงและเพิ่มเติมถ้อยคำที่สะท้อนให้เห็นความสำคัญในการรักษาพยาบาล ที่กระทบต่อสิทธิผู้ป่วย เช่น มาตรฐานวิชาชีพ ข้อมูลที่เป็นจริง เพื่อประโยชน์โดยตรงต่อผู้ป่วย หรือตามกฎหมายต้องไม่ละเมิดสิทธิ หรือข้อมูลข่าวสารส่วนบุคคลของผู้อื่น ตามหลักสิทธิมนุษยชนแล้วก็ตาม

ศูนย์รับเรื่องร้องเรียน กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ (กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ, 2563) ได้สรุปเรื่องร้องเรียนด้านการโฆษณาสถานพยาบาลในระหว่าง พ.ศ. 2558 – พ.ศ.2561 จำนวน 106 เรื่องและด้านปัญหามาตรฐานการรักษาพยาบาลจำนวนกว่า 417 เรื่อง ซึ่งผู้ร้องเรียนมักหลงเชื่อคำโฆษณาของสถานพยาบาลที่มีการกล่าวอ้างเกินจริงการรับรองผล การสร้างความคาดหวัง หรือการลดแลกแจกแถม เป็นต้น รวมถึงกรณีการแอบอ้างเป็นแพทย์โดยไม่ได้รับการรับรองจากแพทยสภาอันส่งผลกระทบต่อทั้งในด้านสุขภาพของประชาชนด้านความปลอดภัย และความน่าเชื่อถือของระบบการให้บริการสาธารณสุข

จังหวัดมหาสารคาม ได้ชื่อว่าเป็นเมืองแห่งการศึกษา หรือ “ตักสิลานคร” จึงเป็นแหล่งรวมของสถาบันการศึกษาในทุกระดับหลากหลายสาขาอาชีพ ตั้งแต่ระดับก่อนประถมศึกษา จนถึงระดับ อุดมศึกษา และเป็นจังหวัดที่มีสถานศึกษาเกือบทุกสังกัดกระจายอยู่ในจังหวัดจังหวัดมหาสารคาม จำนวนนิสิตนักศึกษาและวัยทำงานจึงมีจำนวนค่อนข้างมาก ประกอบกับค่านิยมของประชาชนที่ให้ความสำคัญกับความสวยความงามและผิวพรรณกันอย่างแพร่หลาย จึงผลักดันให้สถานประกอบการด้านสุขภาพโดยเฉพาะคลินิกที่ให้บริการเสริมความงามเติบโตเพิ่มมากขึ้นอย่างรวดเร็วในจังหวัด ปี พ.ศ.2564 จังหวัดมหาสารคาม มีสถานพยาบาลเอกชนที่ได้รับใบอนุญาตให้ประกอบกิจการสถานพยาบาล จำนวน 295 แห่ง (กลุ่มงานคุ้มครองผู้บริโภคและเภสัชสาธารณสุข, 2563) ทั้งนี้มีคลินิกเวชกรรมที่ให้บริการด้านเสริมความงาม จำนวนถึง 38 แห่ง กระจายอยู่ที่เขตอำเภอเมือง และอำเภอกันทรวิชัยเป็นส่วนใหญ่

คลินิกเวชกรรมที่ให้บริการเสริมความงามภายหลังที่ได้รับใบอนุญาต ให้ประกอบกิจการสถานพยาบาล ถูกต้องตามกฎหมายแล้ว พบว่า ผู้รับอนุญาตได้มายื่นคำขออนุมัติโฆษณาหรือประกาศเกี่ยวกับสถานพยาบาล และได้รับหนังสืออนุมัติโฆษณาหรือประกาศเกี่ยวกับสถานพยาบาล จำนวนเพียง 25 เรื่อง โดยแยกเป็นคลินิกเวชกรรมที่ให้บริการเสริมความงาม จำนวน 20 เรื่อง และคลินิกทันตกรรม จำนวน 5 เรื่อง แต่ผลการตรวจสอบการโฆษณาสถานพยาบาล ยังพบว่ามีโฆษณาทางสื่อออนไลน์ หลากหลายช่องทางโดยที่ไม่ได้รับอนุมัติโฆษณาหรือประกาศเกี่ยวกับสถานพยาบาล หรือใช้ข้อความที่โอ้อวดเกินจริง แม้ว่าพนักงานเจ้าหน้าที่ ตามพระราชบัญญัติสถานพยาบาลพ.ศ.2541 ได้มีการแนะนำให้ความรู้เบื้องต้นแก่ผู้ประกอบการสถานพยาบาลแล้วก็ตาม

สำหรับเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับสถานพยาบาลเอกชนตามพระราชบัญญัติสถานพยาบาล พ.ศ.2541 จังหวัดมหาสารคาม ระหว่างปีงบประมาณ พ.ศ.2562 - ปีงบประมาณ พ.ศ.2564 มีจำนวน 12 เรื่อง โดยปัญหาการร้องเรียนส่วนใหญ่เป็นเรื่องมาตรฐานการให้บริการ คลินิกไม่ได้รับใบอนุญาตให้ประกอบกิจการสถานพยาบาล และการโฆษณาสถานพยาบาลที่ฝ่าฝืนกฎหมาย ผลการดำเนินคดี แบ่งเป็นออกตรวจสอบเพื่อจัดการให้ปฏิบัติตามคำสั่งให้ถูกต้อง 4 เรื่อง โกล่เกลี่ยประนีประนอมยอมความ จำนวน 1 เรื่อง, เปรียบเทียบคดี จำนวน 2 เรื่อง และส่งพนักงานสอบสวนเพื่อดำเนินคดี จำนวน 5 คดี ซึ่งความเสียหายที่เกิดขึ้นและกระทบแก่ผู้บริโภคเป็นเรื่องการให้บริการของคลินิกเวชกรรมที่ให้บริการเสริมความงาม เช่น การผ่าตัดศัลยกรรมจมูก จนเกิดการติดเชื้อ แพ้ บวม และที่ไม่เป็นไปตามที่คาดหวังจากการหลงเชื่อโฆษณาทางสื่อออนไลน์ ดังนั้น จึงได้ทำงานวิจัยนี้เพื่อศึกษากฎหมายเกี่ยวกับการโฆษณาทางสื่อออนไลน์ที่ฝ่าฝืนกฎหมายในคลินิกเวชกรรมที่ให้บริการด้านเสริมความงามเขตพื้นที่จังหวัดมหาสารคาม และนำมาตรการทางกฎหมายมาใช้บังคับต่อผู้กระทำผิดที่ฝ่าฝืนการโฆษณาสถานพยาบาลตามแนวทางและขั้นตอนของจังหวัดมหาสารคามต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาข้อกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณาสถานพยาบาล ตามพระราชบัญญัติสถานพยาบาล พ.ศ.2541 และที่แก้ไขเพิ่มเติม

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยนี้จะการศึกษาพระราชบัญญัติสถานพยาบาล พ.ศ.2541 และที่แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 4) พ.ศ.2559 กรณีการโฆษณาสถานพยาบาล และกฎหมายอื่นในประเทศไทยที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณาสถานพยาบาลและผลิตภัณฑ์สุขภาพ รวมทั้งการประกอบวิชาชีพในสถานพยาบาล

แนวคิดและทฤษฎี

1.แนวคิด ทฤษฎีและการคุ้มครองผู้บริโภคเกี่ยวกับการโฆษณาสถานพยาบาล

สถานพยาบาลเอกชนที่จะเปิดให้บริการรักษาผู้ป่วยจะต้องขอรับใบอนุญาตประกอบกิจการสถานพยาบาลตามพระราชบัญญัติสถานพยาบาล พ.ศ.2541 ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติม โดยพระราชบัญญัติ สถานพยาบาล (ฉบับที่ 4) พ.ศ.2559 เป็นกฎหมายหลักในการคุ้มครองผู้บริโภคด้านระบบบริการสุขภาพ สำหรับมาตรการทางกฎหมายในการควบคุมโฆษณาของสถานพยาบาลเอกชนของประเทศไทยนั้น ได้กำหนดให้สถานพยาบาลเอกชนที่ได้รับใบอนุญาตประกอบกิจการสถานพยาบาลแล้ว หากประสงค์จะโฆษณาสถานพยาบาลต้องยื่นคำขออนุมัติโฆษณาหรือประกาศเกี่ยวกับสถานพยาบาล ตามมาตรา 38 แห่ง พระราชบัญญัติสถานพยาบาล พ.ศ.2541 ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติม โดยพระราชบัญญัติ สถานพยาบาล (ฉบับที่ 4) พ.ศ.2559 ประกอบกับประกาศกรมสนับสนุนบริการสุขภาพเรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการ เงื่อนไข และค่าใช้จ่ายในการโฆษณาหรือประกาศเกี่ยวกับสถานพยาบาล พ.ศ.2562

1.1 การยื่นขออนุมัติโฆษณาหรือประกาศเกี่ยวกับสถานพยาบาล

ตามมาตรา 38 แห่งพระราชบัญญัติสถานพยาบาล พ.ศ.2541 ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติม โดยพระราชบัญญัติ สถานพยาบาล (ฉบับที่ 4) พ.ศ.2559 บัญญัติว่า “ห้ามมิให้ผู้รับอนุญาตหรือผู้ดำเนินการโฆษณาหรือประกาศหรือยินยอมให้ผู้อื่นโฆษณาหรือประกาศด้วยประการใดๆ ซึ่งชื่อ ที่ตั้ง หรือกิจการของสถานพยาบาล หรือคุณสมบัติหรือความสามารถของผู้ประกอบวิชาชีพในสถานพยาบาลเพื่อชักชวนให้มีผู้มาขอรับบริการจากสถานพยาบาลของตน โดยใช้ข้อความอันเป็นเท็จหรือโอ้อวดเกินความจริง หรือน่าจะก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับการประกอบกิจการของสถานพยาบาลจะกระทำมิได้” ทั้งนี้การยื่นขออนุมัติโฆษณาหรือประกาศเกี่ยวกับสถานพยาบาล ไม่รวมถึงการแสดงรายละเอียดตามมาตรา 32 และมาตรา 33 แห่งพระราชบัญญัติสถานพยาบาล พ.ศ.2541 และการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่เป็นข้อเท็จจริงเกี่ยวกับการประกอบกิจการของสถานพยาบาลที่ไม่ใช่การชักชวนให้มีผู้มารับบริการในสถานพยาบาล ณ สถานพยาบาล ดังนั้นจากมาตรา 38 แห่งพระราชบัญญัติสถานพยาบาล พ.ศ.2541 จะเห็นได้ว่า กฎหมายใช้บังคับกับทุกคน ได้แก่ ผู้ประกอบกิจการสถานพยาบาล ผู้ประกอบวิชาชีพ บริษัทตัวแทนที่รับทำโฆษณาและบุคคลอื่นๆทั่วไปที่อาจรับจ้างทำโฆษณาหรือเป็นตัวแทนสินค้าหรือบริการที่ทำให้สถานพยาบาลได้รับประโยชน์ทางจากโฆษณาดังกล่าว ต้องดำเนินการขออนุมัติโฆษณาก่อน

ตามประกาศกรมสนับสนุนบริการสุขภาพเรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการ เงื่อนไขและค่าใช้จ่าย ในการโฆษณาหรือประกาศเกี่ยวกับสถานพยาบาล พ.ศ.2562 ลงวันที่ 25 พฤศจิกายน 2562 กำหนดให้ การโฆษณาหรือประกาศเกี่ยวกับสถานพยาบาล ซึ่งชื่อและที่ตั้งของสถานพยาบาลตามที่ได้รับอนุญาต ให้สามารถกระทำได้โดยไม่ต้องขออนุมัติจากผู้อนุญาต

ส่วนการโฆษณาหรือประกาศเกี่ยวกับสถานพยาบาล ณ สถานพยาบาล ดังต่อไปนี้ให้ถือว่า ผู้อนุญาต อนุมัติให้มีการโฆษณาได้ โดยไม่ต้องยื่นขอ

- 1) ชื่อย่อ ชื่อที่เป็นภาษาต่างประเทศ ชื่อที่ใช้เพื่อประโยชน์ทางการค้า ของสถานพยาบาล และสัญลักษณ์ของสถานพยาบาลที่สื่อความหมายเช่นเดียวกับชื่อสถานพยาบาล
- 2) คุณวุฒิหรือความสามารถของผู้ประกอบวิชาชีพซึ่งเป็นไปตามกฎหมายว่าด้วยการประกอบ วิชาชีพทางการแพทย์และสาธารณสุข
- 3) อัตราค่าบริการพยาบาล ค่ายาเวชภัณฑ์ ค่าบริการทางการแพทย์ ค่าบริการอื่นๆ ทั้งนี้ การโฆษณาอัตราค่าบริการแบบเหมาจ่ายต้องแจ้งรายละเอียดของเงื่อนไขในการโฆษณานั้น
- 4) สิทธิของผู้ป่วยตามกฎหมายว่าด้วยสถานพยาบาล
- 5) การบริการทางแพทย์ ให้แจ้งเฉพาะบริการที่มีในสถานพยาบาล วัน เวลา ที่ให้บริการ ตามที่ได้รับอนุญาต
- 6) การเผยแพร่ความรู้ทางวิชาการและผลงานวิจัยทางการแพทย์และสาธารณสุขต้องไม่เป็นเท็จ โอ้อวดเกินจริง หรือก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับการให้บริการของสถานพยาบาล และต้องระบุค่าเตือนไว้ว่ามีความเสี่ยงของการไม่ได้ผลหรือ อาจเกิดอันตราย หรือเกิดผลข้างเคียงกับผู้ใช้บริการ โดยที่ขนาดตัวอักษร ต้องเท่ากับตัวอักษรที่โฆษณา และความเร็ว ของเสียง ต้องไม่เร็วไปกว่าเสียงปกติ
- 7) การแจ้งข่าวสาร เช่น แจ้งทำลายเวชระเบียน แจ้งย้ายสถานที่ แจ้งกิจกรรมในวันสำคัญต่างๆ ให้แจ้งได้เฉพาะกิจกรรมและวันเวลาที่จัดกิจกรรมนั้น

กรณีการโฆษณาทางสื่อสังคมออนไลน์ของสถานพยาบาลเอกชน ถือว่า เป็นการโฆษณาที่ไม่ใช่ ณ สถานพยาบาลจึงต้องยื่นคำขออนุมัติโฆษณาหรือประกาศเกี่ยวกับสถานพยาบาล โดยต้องยื่นคำขออนุมัติและ เสียค่าใช้จ่ายแยกออกจากกันแต่ละช่องทาง ซึ่งเนื้อหาโฆษณากำหนดให้ ขนาดเอ4 มีค่าใช้จ่ายหน้าละ 500 บาท สำหรับสื่อโฆษณาที่เป็นภาพหรือเสียง วินาทีละ 50 บาท กรณีที่ข้อความโฆษณาหรือประกาศเกี่ยวกับสถานพยาบาล ได้ทำขึ้นเป็นภาษาต่างประเทศ โดยให้ผู้ขอรับใบอนุญาตให้ประกอบกิจการสถานพยาบาล หรือผู้อนุญาต จัดทำคำแปลเป็นภาษาไทย โดยมีคำรับรองของผู้แปล ส่งให้ผู้อนุญาตเพื่อประกอบการพิจารณาด้วย

1.2 ขั้นตอนเกี่ยวกับการอนุมัติโฆษณาหรือประกาศเกี่ยวกับสถานพยาบาล

เมื่อผู้อนุญาตได้รับคำขอพร้อมด้วยเอกสาร หลักฐาน และค่าใช้จ่าย ถูกต้องครบถ้วนแล้ว ให้ผู้อนุญาตพิจารณาการโฆษณาหรือประกาศเกี่ยวกับสถานพยาบาล และมีคำสั่งอนุมัติ หรือไม่อนุมัติ การโฆษณาหรือประกาศเกี่ยวกับสถานพยาบาลดังกล่าว ภายในสามสิบวันนับแต่วันที่รับคำขอ พร้อมเอกสาร และหลักฐานดังกล่าวถูกต้องครบถ้วน ในกรณีที่มีเหตุผลหรือความจำเป็นที่ไม่อาจพิจารณาให้แล้วเสร็จได้ภายใน

ระยะเวลาดังกล่าว อาจขยายระยะเวลาการพิจารณาออกไปได้อีกไม่เกินสามสิบวันแต่ต้องมีหนังสือแจ้งเหตุผลหรือความจำเป็นนั้นให้ผู้ยื่นคำขอทราบก่อนครบกำหนดระยะเวลาดังกล่าว ในกรณีมีปัญหาเกี่ยวกับการพิจารณาโฆษณาหรือประกาศเกี่ยวกับสถานพยาบาล ตามวรรคหนึ่ง ผู้อนุญาตอาจขอความเห็นจากอนุกรรมการที่แต่งตั้งโดยคณะกรรมการสถานพยาบาล เพื่อประกอบการพิจารณาได้

แต่เมื่อพิจารณาปัญหาการโฆษณาทางสื่อออนไลน์ แม้ว่าผู้ประกอบการจะยื่นคำขออนุมัติแล้วยังพบว่าข้อความมีการโอ้อวดหรือเกินจริงหรือสร้างความคาดหวังแก่ผู้บริโภค เนื่องจากการพิจารณาคำขออนุมัติโฆษณาเป็นการพิจารณาคำขอ ภาพ หรือเสียงเฉพาะหน้าเพจแรกที่มาขึ้นขออนุมัติเท่านั้น ภายหลังที่ผู้ประกอบการได้รับหนังสืออนุมัติโฆษณาหรือประกาศเกี่ยวกับสถานพยาบาล ผู้ประกอบการมีการแสดงข้อความโฆษณาในเพจทางสื่อออนไลน์สำหรับหน้าฟีดใหม่ๆ อยู่เสมอ ซึ่งก็ไม่ได้มายื่นคำขออนุมัติโฆษณาแต่อย่างใด เนื่องจากเข้าใจว่าได้รับอนุมัติหน้าเพจนั้นๆ แล้ว ทำให้ยังคงพบว่าการโฆษณาโอ้อวด อันเป็นเท็จหรือเกินความจริงหรือน่าจะก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับสถานพยาบาลจนสร้างความคาดหวังแก่ผู้บริโภค ซึ่งถือว่าผิดกฎหมายด้วยสถานพยาบาล

1.3 สิทธิและหน้าที่ของผู้ยื่นขออนุมัติโฆษณาหรือประกาศเกี่ยวกับสถานพยาบาล

ผู้ยื่นคำขอที่ได้รับอนุญาตให้โฆษณาหรือประกาศเกี่ยวกับสถานพยาบาลจะต้องแสดงข้อความเลขที่หนังสืออนุมัติในสื่อที่ได้รับอนุมัติให้ทำการโฆษณาหรือประกาศ และจะโฆษณาหรือประกาศเกินกว่าที่ได้รับอนุมัติไม่ได้ สำหรับผู้ยื่นคำขอที่ไม่ได้รับอนุมัติมีสิทธิอุทธรณ์ตามกฎหมายว่าด้วยวิธีปฏิบัติราชการทางปกครอง ยกเว้นกรณีไม่เห็นด้วยกับคำสั่งที่ได้รับอนุมัติไม่มีสิทธิโต้แย้ง นอกจากนี้ ในกรณีหนังสืออนุมัติสูญหาย ถูกทำลาย หรือชำรุดในสาระสำคัญ ผู้ได้รับหนังสืออนุมัติสามารถยื่นคำขอรับใบแทนหนังสืออนุมัติต่อผู้อนุญาต พร้อมด้วยเอกสารและหลักฐานตามที่ระบุไว้ในแบบคำขอรับใบแทนหนังสืออนุมัติและค่าใช้จ่ายภายในสามสิบวันนับแต่วันที่ได้รับทราบถึงการสูญหาย ถูกทำลาย หรือชำรุดในสาระสำคัญดังกล่าว รวมทั้งให้ส่งคืนหนังสืออนุมัติฉบับเดิมที่ชำรุดหรือยื่นหลักฐาน การแจ้งความกรณีสูญหายหรือถูกทำลาย

1.4 บทกำหนดโทษฝ่าฝืนการโฆษณาหรือประกาศเกี่ยวกับสถานพยาบาล

สำหรับการดำเนินคดีฐานโฆษณาหรือประกาศเกี่ยวกับสถานพยาบาล หากมีการโฆษณาหรือประกาศใดที่ทำการฝ่าฝืนตามมาตรา 38 ย่อมมีโทษตามมาตรา 68 แห่งพระราชบัญญัติสถานพยาบาล พ.ศ.2541 ได้แก่ โทษปรับไม่เกินสองหมื่นบาทและปรับอีกวันละไม่เกินหนึ่งหมื่นบาทนับแต่วันที่ฝ่าฝืนคำสั่งให้ระงับการโฆษณาหรือประกาศ จนกว่าจะระงับการโฆษณาหรือประกาศ หรือกรณีโฆษณาหรือประกาศอันเป็นเท็จหรือโอ้อวดเกินความจริง หรือน่าจะก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับการประกอบกิจการสถานพยาบาล ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหนึ่งปีหรือปรับไม่เกินสองหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ และปรับอีกวันละไม่เกินหนึ่งหมื่นบาท นับแต่วันที่ฝ่าฝืนคำสั่งที่ให้ระงับการโฆษณาหรือประกาศจนกว่าจะระงับการโฆษณาหรือประกาศ

1.5 ขั้นตอนการดำเนินการเปรียบเทียบคดี

ตามมาตรา 75 แห่งพระราชบัญญัติสถานพยาบาล พ.ศ.2541 ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติสถานพยาบาล (ฉบับที่4) พ.ศ.2559 โดยบัญญัติว่า

“มาตรา 75 ให้มีคณะกรรมการเปรียบเทียบคดี

(1) ในเขตกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย อธิบดีกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ เป็นประธานกรรมการ ผู้อำนวยการสำนักสถานพยาบาลและการประกอบโรคศิลปะ กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ และผู้แทนสำนักงานอัยการสูงสุด เป็นกรรมการ และให้อธิบดีกรมสนับสนุนบริการสุขภาพแต่งตั้งข้าราชการของกรมสนับสนุนบริการสุขภาพคนหนึ่ง เป็นเลขานุการ และอีกไม่เกินสองคนเป็นผู้ช่วยเลขานุการ

(2) ในเขตจังหวัดอื่น ประกอบด้วย ผู้ว่าราชการจังหวัด เป็นประธานกรรมการ อัยการจังหวัดและนายแพทย์สาธารณสุขจังหวัด เป็นกรรมการ และให้นายแพทย์สาธารณสุขจังหวัดแต่งตั้งข้าราชการของสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดคนหนึ่งเป็นเลขานุการ และอีกไม่เกินสองคนเป็นผู้ช่วยเลขานุการ

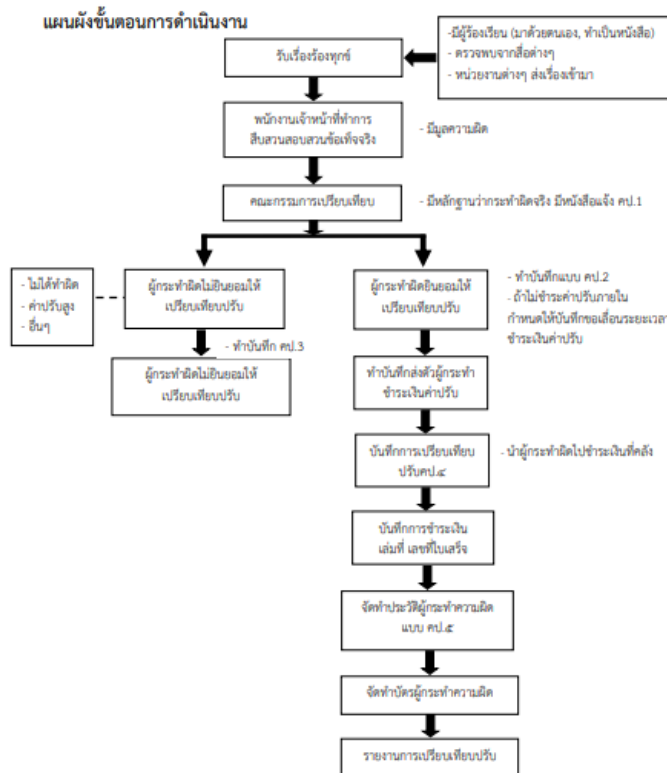
บรรดาความผิดตามพระราชบัญญัตินี้ที่มีโทษปรับสถานเดียวหรือที่มีโทษจำคุกไม่เกินหนึ่งปี ให้คณะกรรมการเปรียบเทียบคดีมีอำนาจเปรียบเทียบปรับได้ ถ้าเห็นว่าผู้ต้องหาไม่ควรถูกฟ้องหรือได้รับโทษถึงจำคุก ในการนี้คณะกรรมการเปรียบเทียบคดีอาจมอบหมายให้พนักงานเจ้าหน้าที่เป็นผู้ทำการเปรียบเทียบปรับแทนสำหรับคดีที่มีโทษปรับสถานเดียวตามที่เห็นสมควรก็ได้”

เมื่อผู้ต้องหาได้เสียค่าปรับตามที่เปรียบเทียบภายในสามสิบวันนับแต่วันที่มีการเปรียบเทียบปรับ ให้ถือว่าคดีเลิกกันตามประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา

ในกรณีที่พนักงานสอบสวนพบว่าผู้ใดกระทำความผิดที่มีอัตราโทษตามวรรคสอง และผู้นั้นยินยอมให้เปรียบเทียบปรับ ให้พนักงานสอบสวนส่งเรื่องให้คณะกรรมการเปรียบเทียบคดีภายในเจ็ดวันนับแต่วันที่ผู้นั้นแสดงความยินยอมให้เปรียบเทียบปรับ”

ดังนั้นสำหรับการกระทำความผิดตามมาตรา 38 พระราชบัญญัติสถานพยาบาล พ.ศ.2541 ดังกล่าวมีอัตราโทษที่คณะกรรมการเปรียบเทียบคดีสามารถทำการเปรียบเทียบปรับได้ หากเห็นว่าผู้กระทำความผิดไม่ควรถูกฟ้องร้องหรือได้รับโทษถึงจำคุก ซึ่งจะมีกำหนดรายละเอียดเกี่ยวกับการดำเนินการเปรียบเทียบเป็นไปตามระเบียบกระทรวงสาธารณสุขว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการในการเปรียบเทียบปรับตามพระราชบัญญัติสถานพยาบาล พ.ศ.2541 พ.ศ.2556

ขั้นตอนการเปรียบเทียบคดีของพนักงานเจ้าหน้าที่ กรณีการโฆษณา



ภาพที่ 1 : ขั้นตอนการเปรียบเทียบคดีของพนักงานเจ้าหน้าที่ กรณีการโฆษณา

ธนโชติ แสนคำ (2562) ได้ทำการศึกษาความเป็นในการกำหนดมาตรการควบคุมการโฆษณากิจการสถานพยาบาล ผลการศึกษาพบว่า การโฆษณาสถานพยาบาลตามกฎหมายไทย กำหนดให้มีการขออนุญาตก่อนการโฆษณาสถานพยาบาล เช่นเดียวกับประเทศเกาหลีใต้ แต่เกาหลีใต้มีการกำหนดผู้ที่จะยื่นคำขอไว้ชัดเจน ได้แก่ องค์กรทางการแพทย์ สถานพยาบาล และบุคลากรทางการแพทย์ ในขณะที่กฎหมายไทยไม่ได้ระบุไว้ แม้ว่าขั้นตอนการยื่นขออนุญาตโฆษณาจะมีความคล้ายคลึงกัน แต่ระบบพิจารณาอนุมัติโฆษณาสถานพยาบาลของประเทศเกาหลีใต้มีขั้นตอนพิจารณาโดยองค์คณะเพียงชั้นเดียวและใช้ระยะเวลาน้อยกว่ารวมถึงความยืดหยุ่นในการแก้ไขข้อความโฆษณาเล็กน้อยไม่ต้องยื่นขออนุมัติใหม่ และหากไม่เห็นด้วยกับผลการพิจารณาก็สามารถยื่นขอให้พิจารณาใหม่ได้ จึงทำให้การขออนุมัติโฆษณาสถานพยาบาลเอื้อต่อการประกอบอาชีพที่ทำให้การอนุมัติทำได้รวดเร็วขึ้น

ประภา สุธรรม และภาวัต ขาวพัฒนวรรณ (2562) ได้ทำการศึกษาอุปสรรคในกระบวนการบังคับใช้พระราชบัญญัติสถานพยาบาล พ.ศ.2541 เพื่อควบคุมการโฆษณาสถานพยาบาล ผลการศึกษาพบว่า ปัญหาและอุปสรรคในกระบวนการบังคับใช้กฎหมาย ได้แก่ ตัวบทกฎหมายที่ไม่ทันสมัยกับสภาพการณ์ บทลงโทษที่ไม่

รุนแรง เจ้าหน้าที่รัฐและสิ่งสนับสนุนไม่เพียงพอ จึงไม่สามารถควบคุมการโฆษณาสถานพยาบาลได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ การตรวจสอบการกระทำผิดไม่ทั่วถึง อำนาจหน้าที่ขององค์กรหรือหน่วยงานที่มีหน้าที่ควบคุมกำกับมีความซ้ำซ้อนหรือเหลื่อมล้ำกันในเชิงนโยบาย ความรู้ ความเข้าใจ และพฤติกรรมทางสังคมของผู้รับบริการ การเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมและธุรกิจบริการทางการแพทย์

วิธีการวิจัย

การวิจัยนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ โดยทำการวิจัยเอกสาร ซึ่งศึกษาจากตำรา กฎหมาย เอกสารทางวิชาการ บทความ รายงาน วารสาร วิทยานิพนธ์ ข้อมูลที่ค้นคว้าจากอินเทอร์เน็ต โดยนำข้อมูลที่ได้รับมาวิเคราะห์เพื่อหามาตรการการเกี่ยวกับการโฆษณาตามพระราชบัญญัติสถานพยาบาล พ.ศ.2541 เพื่อนำไปสู่การปฏิบัติในงานประจำด้านควบคุมกำกับหลังออกตลาดของสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดต่อไป

ผลการวิจัย

1.1 มาตรการทางกฎหมายในการคุ้มครองผู้บริโภคด้านการโฆษณาสถานพยาบาลเอกชน

การประกอบธุรกิจเกี่ยวกับคลินิกที่ให้บริการเสริมความงาม ต้องขออนุญาตประกอบกิจการสถานพยาบาลประเภทคลินิกเวชกรรม โดยกำหนดการให้ขออนุญาตเป็นไปตามมาตรา 14 แห่งพระราชบัญญัติสถานพยาบาล พ.ศ.2541 ซึ่งผู้ขอรับใบอนุญาตเป็นได้ทั้งบุคคลธรรมดาและนิติบุคคลโดยต้องมีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่กฎหมายกำหนด ตามมาตรา 17 มีสิทธิยื่นความจำนงขอรับใบอนุญาตประกอบกิจการสถานพยาบาล รวมถึงคนต่างด้าวก็มีสิทธิขอรับอนุญาตได้ด้วยเช่นกัน เนื่องจากไม่มีการกำหนดข้อจำกัดของบุคคลที่จะขอรับอนุญาตว่าจะต้องเป็นบุคคลที่มีสัญชาติไทยเท่านั้น ซึ่งผู้รับอนุญาตจะต้องดำเนินการตามมาตรฐานคลินิกเวชกรรมเกี่ยวกับสถานที่ ลักษณะการให้บริการ เครื่องมือ เครื่องใช้ ยาและเวชภัณฑ์ที่จำเป็นตามลักษณะของคลินิกในจำนวนที่เหมาะสมและเพียงพอตามกฎหมายกระทรวงที่เกี่ยวข้อง สำหรับการพิจารณาการอนุญาต ตาม มาตรา 17 มาตรา 18 และ มาตรา 25 แห่งพระราชบัญญัติสถานพยาบาล พ.ศ.2541 ดังนี้

1) กฎกระทรวงกำหนดลักษณะของสถานพยาบาล และลักษณะการให้บริการของสถานพยาบาล พ.ศ. 2558 และเพิ่มเติม ฉบับที่ 2 พ.ศ.2562

2) กฎกระทรวงกำหนดชนิดและจำนวนเครื่องมือ เครื่องใช้ ยา และเวชภัณฑ์ หรือ ยานพาหนะที่จำเป็นประจำสถานพยาบาล พ.ศ. 2558

3) กฎกระทรวง กำหนดชื่อสถานพยาบาล และการแสดงรายละเอียด เกี่ยวกับชื่อสถานพยาบาล ผู้ประกอบวิชาชีพในสถานพยาบาล อัตราค่าบริการพยาบาล ค่ายาและเวชภัณฑ์ ค่าบริการทางการแพทย์ ค่าบริการอื่น และสิทธิของผู้ป่วย พ.ศ. 2562

4) กฎกระทรวงกำหนดวิชาชีพ และจำนวนผู้ประกอบการวิชาชีพในสถานพยาบาล พ.ศ. 2558 และเพิ่มเติม ฉบับที่ 2 พ.ศ.2562

การยื่นขออนุมัติการโฆษณาตามประกาศกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ เรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการ เงื่อนไข และค่าใช้จ่ายในการโฆษณาหรือประกาศเกี่ยวกับสถานพยาบาล ลงวันที่ 25 พฤศจิกายน 2562 ต้องเป็นการขออนุมัติสำหรับสถานพยาบาลที่ได้รับอนุญาตถูกต้องแล้วตามกฎหมายว่าด้วยสถานพยาบาล โดยเป็นการยกเลิกประกาศกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ เรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการ เงื่อนไขและค่าใช้จ่ายในการโฆษณาหรือประกาศเกี่ยวกับสถานพยาบาล ลงวันที่ 28 ธันวาคม 2560 ส่งผลให้การกำหนดการโฆษณาไว้เป็น 2 ประเภทตามประกาศเดิม ถูกยกเลิกไปโดยปริยาย ดังนั้นการยื่นการโฆษณาหรือประกาศเกี่ยวกับสถานพยาบาล ตามข้อ 6 ของประกาศฉบับใหม่ รวมไปถึงการโฆษณาทางช่องทางต่างๆของสื่อสังคมออนไลน์ ต้องยื่นคำขออนุมัติจากผู้อนุญาต ทั้งนี้ ในส่วนภูมิภาคผู้มีอำนาจหน้าที่ในพิจารณาอนุมัติโฆษณาหรือประกาศเกี่ยวกับสถานพยาบาล ตลอดจนการออกคำสั่งไม่อนุมัติการโฆษณาหรือประกาศเกี่ยวกับสถานพยาบาล คือนายแพทย์สาธารณสุขจังหวัด กรณีการออกคำสั่งไม่อนุมัติการโฆษณาผู้ยื่นคำขอมีสหสิทธิธรรมตามกฎหมายว่าด้วยวิธีปฏิบัติราชการทางปกครอง

สำหรับขั้นตอนการอนุมัติการโฆษณา เมื่อมีการยกเลิกประกาศฉบับเดิม ส่งผลให้การพิจารณาโฆษณาไม่จำเป็นต้องผ่านการพิจารณาโดยคณะกรรมการกลั่นกรองการโฆษณาหรือประกาศเกี่ยวกับสถานพยาบาล ทำให้การพิจารณาอนุมัติเป็นไปอย่างรวดเร็วขึ้น เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ประกอบการธุรกิจ เว้นแต่กรณีมีปัญหาเกี่ยวกับการพิจารณาโฆษณาหรือประกาศเกี่ยวกับสถานพยาบาล ผู้อนุญาตอาจขอความเห็นจากอนุกรรมการที่แต่งตั้งโดยคณะกรรมการสถานพยาบาล เพื่อประกอบการพิจารณาได้

ในกรณีที่ผู้อนุญาตมีคำสั่งอนุมัติ อนุมัติโดยมีเงื่อนไข หรือไม่อนุมัติการโฆษณาหรือประกาศเกี่ยวกับสถานพยาบาลให้ผู้อนุญาตแจ้งให้ผู้ยื่นคำขอทราบ ทั้งนี้ กรณีผู้อนุญาตมีคำสั่งไม่อนุมัติให้แจ้งเป็นหนังสือแก่ผู้ยื่นคำขอทราบพร้อมด้วยเหตุผล ภายในเจ็ดวันทำการนับแต่วันที่มีคำสั่งไม่อนุมัติการโฆษณาหรือประกาศเกี่ยวกับสถานพยาบาล

นอกจากนี้ จากการศึกษาพบว่า มาตรการทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจคลินิกเวชกรรมที่ให้บริการเสริมความงาม ยังมีกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับวิชาชีพ ผลิตภัณฑ์สุขภาพและบริการที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1) พระราชบัญญัติวิชาชีพเวชกรรม พ.ศ.2525

มาตรา 4 ในพระราชบัญญัตินี้

“วิชาชีพเวชกรรม” หมายความว่า วิชาชีพที่กระทำต่อมนุษย์เกี่ยวกับการตรวจโรค การวินิจฉัยโรค การบำบัดโรค การป้องกันโรค การผดุงครรภ์การปรับสายตาด้วยเลนส์สัมผัส การแทงเข็มหรือการฝังเข็มเพื่อบำบัด โรคหรือเพื่อระงับความรู้สึก และหมายรวมถึงการกระทำทางศัลยกรรม การใช้รังสีการฉีดยาหรือสสาร การ สอดใส่วัตถุใดๆ เข้าไปในร่างกาย ทั้งนี้เพื่อการคุมกำเนิด การเสริมสวย หรือการบำรุงร่างกายด้วย”

“ผู้ประกอบการวิชาชีพเวชกรรม” หมายความว่า บุคคลซึ่งได้ขึ้นทะเบียนและรับใบอนุญาตเป็นผู้ประกอบวิชาชีพเวชกรรมจากแพทยสภา”

มาตรา 27 ห้ามมิให้ผู้ใดใช้คำว่า แพทย์ นายแพทย์ แพทย์หญิง หรือนายแพทย์หญิง หรือใช้อักษรย่อของคำดังกล่าว หรือใช้คำแสดงวุฒิการศึกษาทางแพทยศาสตร์หรือใช้อักษรย่อของวุฒิดังกล่าวประกอบกับชื่อหรือนามสกุลของตน หรือใช้คำหรือข้อความอื่นใดที่แสดงให้ผู้อื่นเข้าใจว่าตนเป็นผู้ประกอบวิชาชีพเวชกรรม ทั้งนี้รวมถึงการใช้จ้ำจวน หรือยินยอมให้ผู้อื่นกระทำการดังกล่าวให้แก่ตน เว้นแต่ผู้ได้รับปริญญาหรือประกาศนียบัตรในวิชาแพทยศาสตร์

มาตรา 28 ห้ามมิให้ผู้ใดใช้คำหรือข้อความที่แสดงให้ผู้อื่นเข้าใจว่าตนเป็นผู้มีความรู้ความชำนาญ ในการประกอบวิชาชีพเวชกรรมสาขาต่างๆ ทั้งนี้รวมถึงการใช้จ้ำจวน หรือยินยอมให้ผู้อื่นกระทำการดังกล่าวให้แก่ตน เว้นแต่ผู้ได้รับวุฒิปริญญาตรีหรือหนังสืออนุมัติเป็นผู้มีความรู้ความชำนาญในการประกอบวิชาชีพเวชกรรมสาขานั้นๆ จาก แพทยสภาหรือที่แพทยสภารับรองหรือผู้ประกอบวิชาชีพเวชกรรมผู้มีความรู้ความชำนาญตามที่กำหนดในข้อบังคับแพทยสภา

มาตรา 31 ผู้ประกอบวิชาชีพเวชกรรมต้องรักษาจริยธรรมแห่งวิชาชีพเวชกรรม ตามที่กำหนดไว้ในข้อบังคับแพทยสภา

2) พระราชบัญญัติยา พ.ศ.2510

ได้กำหนดหมวดว่าด้วยการโฆษณา ดังนี้

มาตรา 88 การโฆษณาขายยาจะต้อง

(1) ไม่เป็นการโอ้อวดสรรพคุณยาหรือวัตถุดิบเป็นส่วนประกอบของยาว่าสามารถบำบัด บรรเทา รักษาหรือป้องกันโรคหรือความเจ็บป่วยได้อย่างศักดิ์สิทธิ์หรือหายขาดหรือใช้ถ้อยคำอื่นใดที่มีความหมายทำนองเดียวกัน

(2) ไม่แสดงสรรพคุณยาอันเป็นเท็จหรือเกินความจริง

(3) ไม่ทำให้เข้าใจว่ามีวัตถุใดเป็นตัวยาหรือเป็นส่วนประกอบของยา ซึ่งความจริงไม่มีวัตถุหรือส่วนประกอบนั้นในยา หรือมีแต่ไม่เท่าที่ ทำให้เข้าใจ

(4) ไม่ทำให้เข้าใจว่าเป็นยาทำให้แท้งลูกหรือยาขับระดูอย่างแรง

(5) ไม่ทำให้เข้าใจว่าเป็นยาบำรุงกามหรือยาคุมกำเนิด

(6) ไม่แสดงสรรพคุณยาอันตรายหรือยาควบคุมพิเศษ

(7) ไม่มีการรับรองหรือยกย่องสรรพคุณยาโดยบุคคลอื่น

(8) ไม่แสดงสรรพคุณยาว่าสามารถบำบัด บรรเทา รักษาหรือป้องกันโรค หรืออาการของโรคที่รัฐมนตรีประกาศตามมาตรา 77

ความใน (5) และ (6) ไม่ใช้บังคับแก่ข้อความในฉลากหรือเอกสารกำกับยาและความใน (1) (4) (5) (6) (7) และ (8) ไม่ใช้บังคับแก่การโฆษณาซึ่งกระทำโดยตรงต่อผู้ประกอบโรคศิลปะ ผู้ประกอบวิชาชีพเวชกรรม หรือผู้ประกอบการบำบัดโรคสัตว์

มาตรา 88 ทวิ การโฆษณาขายยาทางวิทยุกระจายเสียง เครื่องขยายเสียง วิทยุโทรทัศน์ ทางฉายภาพหรือภาพยนตร์ หรือทางสิ่งพิมพ์จะต้อง

(1) ได้รับอนุมัติข้อความ เสียง หรือภาพที่ใช้ในการโฆษณาจากผู้อนุญาต

(2) ปฏิบัติตามเงื่อนไขที่ผู้อนุญาตกำหนด

มาตรา 89 ห้ามมิให้โฆษณาขายยาโดยไม่สุภาพ หรือโดยการร้องรำทำเพลงหรือแสดง ความทุกข์ทรมานของผู้ป่วย

มาตรา 90 ห้ามมิให้โฆษณาขายยาโดยวิธีแถมพาทหรือออกสลากรางวัล และได้กำหนดบทกำหนดโทษไว้ตาม มาตรา 124 และมาตรา 124 ทวิ ดังนั้นการโฆษณาขายยา ตามมาตรา 88 ทวิ ต้องได้รับอนุมัติข้อความ เสียงหรือภาพที่ใช้ในการโฆษณาจากผู้อนุญาต

3) พระราชบัญญัติเครื่องมือแพทย์ พ.ศ.2551 (16)

มาตรา 56 ห้ามมิให้ผู้ใดโฆษณาเครื่องมือแพทย์ตามมาตรา 6 (11) หรือเครื่องมือแพทย์ ตามมาตรา 56

มาตรา 57 ภายใต้บังคับมาตรา 56 การโฆษณาเครื่องมือแพทย์ต้องได้รับใบอนุญาต จากผู้อนุญาตก่อน ใบอนุญาตโฆษณาให้มีอายุไม่เกินสามปีนับแต่วันที่ออกใบอนุญาต

การขออนุญาต การออกใบอนุญาตและอายุใบอนุญาตตามวรรคหนึ่ง ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่ผู้อนุญาตกำหนด ทั้งนี้ ผู้อนุญาตจะกำหนดเงื่อนไขเฉพาะในการโฆษณาและจำกัดการใช้ สื่อโฆษณาไว้ด้วยก็ได้

ให้นำความในมาตรา 33 มาใช้บังคับกับการพิจารณาออกใบอนุญาตโฆษณาหรือการพิจารณา ให้เปลี่ยนแปลง แก้ไข ปรับปรุงรายการในใบอนุญาตโฆษณาด้วยโดยอนุโลม

มาตรา 58 ในกรณีที่ใบอนุญาตโฆษณาสูญหาย ถูกทำลายหรือชำรุด ให้ผู้รับอนุญาตโฆษณา ยื่นคำขอรับใบแทนภายในสิบห้าวันนับแต่วันที่ได้ทราบถึงการสูญหาย ถูกทำลายหรือชำรุด

การขอรับใบแทนใบอนุญาตโฆษณา ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่เลขาธิการ กำหนดโดยประกาศในราชกิจจานุเบกษา

มาตรา 59 การโฆษณาเครื่องมือแพทย์ ต้อง

(1) ไม่แสดงคุณประโยชน์ คุณภาพ ปริมาณ มาตรฐาน ส่วนประกอบหรือแหล่งกำเนิดของเครื่องมือ แพทย์ อันเป็นเท็จหรือเกินความจริง

(2) ไม่แสดงการรับรองหรือยกย่องคุณประโยชน์ของเครื่องมือแพทย์ โดยบุคคลหนึ่งบุคคลใด

(3) ไม่จัดทำฉลากด้วยการเสียดสีโดยวิธีใด ๆ

(4) ไม่แสดงคุณประโยชน์ว่าสามารถป้องกัน บำบัด บรรเทา รักษาโรคหรืออาการของโรค ที่ห้ามโฆษณาตามที่รัฐมนตรีประกาศกำหนด

(5) ไม่แสดงข้อความที่ก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับเครื่องมือแพทย์

มาตรา 60 ในกรณีที่ผู้อนุญาตเห็นว่าการโฆษณาใดฝ่าฝืนมาตรา 57 หรือมาตรา 59 ให้ผู้อนุญาต มีอำนาจออกคำสั่งอย่างหนึ่งอย่างใด ดังต่อไปนี้

(1) แก้ไขข้อความหรือวิธีการในการโฆษณา

(2) ห้ามการใช้ข้อความหรือวิธีการบางอย่างที่ปรากฏในการโฆษณา

(3) ระวังการโฆษณาอื่น

คำสั่งตามวรรคหนึ่ง ผู้อนุญาตจะสั่งให้โฆษณาเผยแพร่ข้อมูลที่ถูกต้องด้วยก็ได้ และได้กำหนดบทลงโทษไว้ตามมาตรา 115 ,มาตรา 116, มาตรา 117 และมาตรา 118 ดังนั้นการโฆษณาผลิตภัณฑ์เครื่องมือแพทย์ของคลินิกเวชกรรมที่บริการเสริมความงาม หากมีการใช้ นำเข้ามาเพื่อให้บริการแก่ผู้มารับบริการ ต้องยื่นขออนุญาต

4) พระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2558

ได้กำหนดหมวดว่าด้วยการโฆษณา ดังนี้

มาตรา 41 การโฆษณาเครื่องสำอางต้องไม่ใช่ข้อความที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคหรือใช้ข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวม ทั้งนี้ ไม่ว่าข้อความดังกล่าวนั้นจะเป็นข้อความที่เกี่ยวกับแหล่งกำเนิด สภาพ คุณภาพ ปริมาณ หรือลักษณะของเครื่องสำอาง

ข้อความดังต่อไปนี้ ถือว่าเป็นข้อความที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคหรือเป็นข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวม

(1) ข้อความที่เป็นเท็จหรือเกินความจริง

(2) ข้อความที่จะก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับเครื่องสำอาง ไม่ว่าจะกระทำโดยใช้หรืออ้างถึงรายงานทางวิชาการ สถิติ หรือสิ่งใดสิ่งหนึ่งอันไม่เป็นความจริงหรือเกินความจริงหรือไม่ก็ตาม

(3) ข้อความที่แสดงสรรพคุณที่เป็นการรักษาโรคหรือที่มีใช้จุดมุ่งหมายเป็นเครื่องสำอาง

(4) ข้อความที่ทำให้เข้าใจว่ามีสรรพคุณบำรุงงาม

(5) ข้อความที่เป็นการสนับสนุนโดยตรงหรือโดยอ้อมให้มีการกระทำผิดกฎหมายหรือศีลธรรม หรือนำไปสู่ความเสื่อมเสียในวัฒนธรรมของชาติ

(6) ข้อความที่จะทำให้เกิดความแตกแยกหรือเสื่อมเสียความสามัคคีในหมู่ประชาชน

(7) ข้อความอย่างอื่นตามที่กำหนดในกฎกระทรวง

ข้อความที่ใช้ในการโฆษณาที่บุคคลทั่วไปสามารถรู้ได้ว่าเป็นข้อความที่ไม่อาจเป็นความจริงได้ โดยแน่แท้ ไม่เป็นข้อความที่ต้องห้ามในการโฆษณาตามมาตราสอง (1)

มาตรา 42 การโฆษณาจะต้องไม่กระทำด้วยวิธีการอันอาจเป็นอันตรายต่อสุขภาพร่างกาย หรือจิตใจ หรือขัดต่อศีลธรรมอันดีงามของประชาชน หรืออันอาจก่อให้เกิดความเดือดร้อนรำคาญแก่ผู้บริโภค

มาตรา 43 ในกรณีที่เลขาธิการเห็นว่าเครื่องสำอางใดอาจเป็นอันตรายแก่ผู้บริโภค ให้เลขาธิการโดยความเห็นชอบของคณะกรรมการมีอำนาจออกคำสั่งให้ผู้จัดแจ้งหรือผู้ทำการโฆษณาดำเนินการ ดังต่อไปนี้

(1) กำหนดให้การโฆษณานั้นต้องกระทำไปพร้อมกับคำแนะนำหรือคำเตือนเกี่ยวกับวิธีใช้ หรืออันตราย ตามเงื่อนไขที่คณะกรรมการกำหนด ทั้งนี้ โดยคณะกรรมการจะกำหนดเงื่อนไขให้แตกต่างกัน สำหรับการโฆษณาที่ใช้สื่อโฆษณาต่างกันก็ได้

(2) จำกัดการใช้สื่อโฆษณาสำหรับเครื่องสำอางนั้น

(3) ห้ามการโฆษณาเครื่องสำอางนั้น ความใน (2) และ (3)ให้นำมาใช้บังคับแก่การโฆษณาที่เลขาธิการเห็นว่าขัดต่อศีลธรรม หรือวัฒนธรรมของชาติด้วย

มาตรา 44 ในกรณีที่เลขาธิการเห็นว่าการโฆษณาใดฝ่าฝืนมาตรา 41 หรือมาตรา 42 ให้เลขาธิการโดยความเห็นชอบของคณะกรรมการมีอำนาจออกคำสั่งให้ผู้จัดแจ้งหรือผู้ทำการโฆษณาดำเนินการดังต่อไปนี้

- (1) ให้แก้ไขข้อความหรือวิธีการในการโฆษณา
- (2) ห้ามการใช้ข้อความบางอย่างที่ปรากฏในการโฆษณา
- (3) ห้ามการโฆษณาหรือห้ามใช้วิธีการนั้นในการโฆษณา
- (4) ให้โฆษณาเพื่อแก้ไขความเข้าใจผิดของผู้บริโภคที่อาจเกิดขึ้นตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่คณะกรรมการกำหนด

ในการออกคำสั่งตาม (4) ให้เลขาธิการปฏิบัติตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่คณะกรรมการกำหนด โดยคำนึงถึงประโยชน์ของผู้บริโภคประกอบกับความสุจริตในการกระทำของผู้จัดแจ้งหรือผู้ทำการโฆษณา

มาตรา 45 ในกรณีที่เลขาธิการมีเหตุอันควรสงสัยว่า ข้อความใดที่ใช้ในการโฆษณาเป็นเท็จ หรือเกินความจริงตามมาตรา 41 วรรคสอง (1) ให้เลขาธิการมีอำนาจออกคำสั่งให้ผู้จัดแจ้งหรือผู้ทำการโฆษณาพิสูจน์เพื่อแสดงความจริงได้

ในกรณีที่ผู้จัดแจ้งหรือผู้ทำการโฆษณาอ้างรายงานทางวิชาการ ผลการวิจัย สถิติ การรับรองของสถาบันหรือบุคคลอื่นใด หรือยืนยันข้อเท็จจริงอันใดอันหนึ่งในการโฆษณา ถ้าผู้จัดแจ้งหรือผู้ทำการโฆษณาไม่สามารถพิสูจน์ได้ว่าข้อความที่ใช้ในการโฆษณาเป็นความจริงตามที่กล่าวอ้าง ให้เลขาธิการโดยความเห็นชอบของคณะกรรมการมีอำนาจออกคำสั่งตามมาตรา 44 ได้

มาตรา 46 ผู้จัดแจ้งหรือผู้ทำการโฆษณาเครื่องสำอางซึ่งสงสัยว่าการโฆษณาของตนจะเป็นการฝ่าฝืนหรือไม่เป็นไปตามพระราชบัญญัตินี้ อาจขอให้คณะกรรมการให้ความเห็นในเรื่องนั้น ก่อนทำการโฆษณาได้ ทั้งนี้ คณะกรรมการจะต้องให้ความเห็นและแจ้งให้ผู้ขอทราบภายในหกสิบวันนับแต่วันที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาได้รับคำขอ ถ้าไม่แจ้งภายในกำหนดระยะเวลาดังกล่าว ให้ถือว่า คณะกรรมการให้ความเห็นชอบแล้ว

การยื่นคำขอและการให้ความเห็นตามวรรคหนึ่ง ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่รัฐมนตรีประกาศกำหนด

การให้ความเห็นของคณะกรรมการตามวรรคหนึ่งไม่ถือว่าเป็นการตัดอำนาจของคณะกรรมการที่จะพิจารณาวินิจฉัยใหม่เป็นอย่างอื่นเมื่อมีเหตุอันสมควร

การใดที่ได้กระทำไปตามความเห็นของคณะกรรมการ หรือที่ให้อธิบายว่าคณะกรรมการให้ความเห็นชอบแล้ว ตามวรรคหนึ่งและวรรคสาม มิให้อธิบายว่าการกระทำนั้นเป็นความผิดทางอาญา และได้กำหนดบทลงโทษไว้ตามมาตรา 84 และมาตรา 85 ดังนั้นการโฆษณาผลิตภัณฑ์ผลิตเครื่องสำอางของคลินิกเวชกรรมที่ให้บริการเสริมความงาม ไม่จำเป็นต้องขออนุญาตโฆษณาแต่ต้องปฏิบัติให้เป็นไปตามขอบเขตกฎหมายที่กำหนดไว้

5) พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522

มาตรา 3 ในพระราชบัญญัตินี้

“ผู้บริโภค” หมายความว่า ผู้ซื้อหรือได้รับบริการจากผู้ประกอบธุรกิจหรือผู้ซึ่งได้รับการเสนอหรือการชักชวนจากผู้ประกอบธุรกิจเพื่อให้ซื้อสินค้าหรือบริการ และหมายความรวมถึงผู้ใช้สินค้าหรือผู้ได้รับบริการจากผู้ประกอบธุรกิจโดยชอบ แม้มิได้เป็นผู้เสียค่าตอบแทนก็ตาม

“โฆษณา” หมายความว่า การทำการไม่ว่าโดยวิธีใดๆ ให้ประชาชนเห็นหรือทราบข้อความเพื่อประโยชน์ในทางการค้า”

“สื่อโฆษณา” หมายความว่า สิ่งที่ใช้เป็นสื่อในการโฆษณา เช่น หนังสือพิมพ์ สิ่งพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ ไปรษณีย์โทรเลข โทรศัพท์ หรือป้าย

มาตรา 4 ผู้บริโภคมีสิทธิได้รับความคุ้มครองดังต่อไปนี้

- (1) สิทธิที่จะได้รับข่าวสารรวมทั้งคำพรรณนาคุณภาพที่ถูกต้องและเพียงพอเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ
- (2) สิทธิที่จะมีอิสระในการเลือกหาสินค้าหรือบริการ
- (3) สิทธิที่จะได้รับความปลอดภัยจากการใช้สินค้าหรือบริการ
- (3 ทวิ) สิทธิที่จะได้รับความเป็นธรรมในการทำสัญญา
- (4) สิทธิที่จะได้รับการพิจารณาและชดเชยความเสียหาย ทั้งนี้ ตามที่กฎหมายว่าด้วยการนั้นๆ หรือพระราชบัญญัตินี้บัญญัติไว้

มาตรา 22 การโฆษณาจะต้องไม่ใช่ข้อความที่เป็นการไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคหรือใช้ข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวม ทั้งนี้ ไม่ว่าข้อความดังกล่าวนั้นจะเป็นข้อความที่เกี่ยวกับแหล่งกำเนิด สภาพ คุณภาพหรือลักษณะของสินค้าหรือบริการ ตลอดจนการส่งมอบ การจัดหา หรือการใช้สินค้าหรือบริการข้อความดังต่อไปนี้ ถือว่าเป็นข้อความที่เป็นการไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคหรือเป็นข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวม

- (1) ข้อความที่เป็นเท็จหรือเกินความจริง
- (2) ข้อความที่จะก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการไม่ว่าจะกระทำโดยใช้หรืออ้างอิงรายงานทางวิชาการสถิติ หรือสิ่งใดสิ่งหนึ่งอันไม่เป็นความจริงหรือเกินความจริงหรือไม่ก็ตาม
- (3) ข้อความที่เป็นการสนับสนุนโดยตรงหรือโดยอ้อมให้มีการกระทำผิดกฎหมายหรือศีลธรรม หรือนำไปสู่ความเสื่อมเสียในวัฒนธรรมของชาติ
- (4) ข้อความที่จะก่อให้เกิดความแตกแยกหรือเสื่อมเสียความสามัคคีในหมู่ประชาชน
- (5) ข้อความอย่างอื่นตามที่กำหนดในกฎกระทรวงข้อความที่ใช้ในการโฆษณาที่บุคคลทั่วไปสามารถรู้ได้ว่าเป็นข้อความที่ไม่อาจเป็นความจริงได้โดยแน่แท้ ไม่เป็นข้อความที่ต้องห้ามในการโฆษณาตาม (1)

มาตรา 23 การโฆษณาจะต้องไม่กระทำด้วยวิธีการอันอาจเป็นอันตรายต่อสุขภาพ ร่างกายหรือจิตใจ หรืออันอาจก่อให้เกิดความรำคาญแก่ผู้บริโภค ทั้งนี้ ตามที่กำหนดในกฎกระทรวง

6) ข้อบังคับแพทยสภา ว่าด้วยการรักษจริยธรรมแห่งวิชาชีพเวชกรรม พ.ศ. 2549 ได้กำหนดหมวดการโฆษณาของการประกอบวิชาชีพเวชกรรม ดังนี้

ข้อ 8 ผู้ประกอบวิชาชีพเวชกรรมต้องไม่โฆษณา ไข้ จ้าง หรือยินยอมให้ผู้อื่นโฆษณาการประกอบวิชาชีพเวชกรรม ความรู้ความชำนาญในการประกอบวิชาชีพเวชกรรมของตน

ข้อ 9 ผู้ประกอบวิชาชีพเวชกรรมต้องไม่โฆษณา ไข้ จ้าง หรือให้ผู้อื่นโฆษณาการประกอบวิชาชีพเวชกรรม ความรู้ความชำนาญในการประกอบวิชาชีพเวชกรรมของผู้อื่น

ข้อ 10 การโฆษณาตามข้อ 8 และข้อ 9 อาจกระทำได้ในกรณีต่อไปนี้

(1) การแสดงผลงานในวารสารทางวิชาการทางการแพทย์และสาธารณสุขหรือในการประชุมวิชาการทางการแพทย์และสาธารณสุข

(2) การแสดงผลงานในหน้าที่ หรือในการบำเพ็ญประโยชน์สาธารณะ

(3) การแสดงผลงานหรือความก้าวหน้าทางวิชาการหรือการค้นพบวิธีการและเทคนิคใหม่ ๆ ในการรักษาโรคซึ่งเป็นที่ยอมรับทางการแพทย์เพื่อการศึกษาของมวลชน

(4) การประกาศเกียรติคุณเป็นทางการโดยสถาบันวิชาการ สมาคม หรือมูลนิธิ

ข้อ 11 ผู้ประกอบวิชาชีพเวชกรรมอาจแสดงข้อความ เกี่ยวกับการประกอบวิชาชีพเวชกรรมของตนที่สำนักงานได้เพียงข้อความเฉพาะเรื่องต่อไปนี้

(1) ชื่อ นามสกุล และอาจมีคำประกอบชื่อได้เพียงคำว่านายแพทย์หรือแพทย์หญิง อภิเษย ตำแหน่งทางวิชาการ ฐานันดรศักดิ์ ยศ และบรรดาศักดิ์ เท่านั้น

(2) ชื่อปริญญา วุฒิบัตรหรือหนังสืออนุมัติ หรือหนังสือแสดงคุณวุฒิอย่างอื่น ซึ่งตนได้รับมา โดยวิธีการถูกต้องตามกฎหมายของแพทยสภาหรือสถาบันนั้นๆ

(3) สาขาของวิชาชีพเวชกรรม

(4) เวลาทำการ

ข้อ 12 ผู้ประกอบวิชาชีพเวชกรรมอาจแจ้งความการประกอบวิชาชีพเวชกรรมเฉพาะการแสดงที่อยู่ที่ตั้งสำนักงาน หมายเลขโทรศัพท์ และหรือข้อความที่อนุญาตในหมวด ๓ ข้อ ๑๑ เท่านั้น

ข้อ 13 ผู้ประกอบวิชาชีพเวชกรรมผู้ทำการเผยแพร่หรือตอบปัญหาทางสื่อมวลชน ถ้าแสดงตนว่าเป็นผู้ประกอบวิชาชีพเวชกรรมสามารถแจ้งสถานที่ประกอบวิชาชีพเวชกรรมได้ แต่ต้องไม่เป็นการสื่อไปในทำนองโฆษณาโอ้อวดเกินความเป็นจริง หลอกลวง หรือทำให้ผู้ป่วยหลงเชื่อมาใช้บริการและในการแจ้งสถานที่ประกอบวิชาชีพเวชกรรมต้องไม่ปรากฏหมายเลขโทรศัพท์ส่วนตัวในทีเดียวกัน

ข้อ 14 ผู้ประกอบวิชาชีพเวชกรรมต้องระมัดระวังตามวิสัยที่พึงมี มิให้มีการประกอบวิชาชีพเวชกรรมของตนแพร่ออกไปในสื่อมวลชนเป็นทำนองโฆษณาความรู้ความสามารถ

7) ประกาศกระทรวงสาธารณสุข เรื่อง โรคหรืออาการของโรคที่ห้ามโฆษณาว่าสามารถบำบัด

บรรเทา รักษาหรือป้องกันได้แก่โรคดังต่อไปนี้

- (1) เบาหวาน
 - (2) มะเร็ง
 - (3) วัณโรค
 - (4) โรคเรื้อน
 - (5) โรคหรืออาการโรคของสมอง หัวใจ ปอด ตับ ม้าม ไต
- 8) ประกาศกระทรวงสาธารณสุข เรื่อง โรคหรืออาการของโรคที่ห้ามโฆษณา

ข้อ 1 ให้โรคหรืออาการของโรคของมนุษย์ดังต่อไปนี้ ห้ามโฆษณาคุณประโยชน์ของเครื่องมือ

แพทย์ว่าสามารถป้องกัน บำบัด บรรเทา รักษา

- (1) มะเร็ง
 - (2) เบาหวาน
 - (3) อัมพฤกษ์ อัมพาต
 - (4) โรคทางจิตเวช
 - (5) โรคความดันโลหิต
 - (6) โรคหรืออาการของโรคทางสมอง หัวใจและหลอดเลือด ปอด ม้าม ตับ ไต
 - (7) เอดส์
- 9) ประกาศแพทยสภา ที่ 50/2549 เรื่อง คำที่ห้ามใช้ในการโฆษณา

เพื่อให้การดำเนินการในเรื่อง การปฏิบัติตนเกี่ยวกับสถานพยาบาล ตามข้อบังคับแพทยสภาว่าด้วยการประกอบวิชาชีพเวชกรรม พ.ศ. 2549 หมวด 7 เป็นไปในทำนองเดียวกัน คณะกรรมการแพทยสภาในการประชุมครั้งที่ 11/2549 วันที่ 9 พฤศจิกายน 2549 จึงมีมติให้ออกประกาศแพทยสภา เรื่อง คำที่ห้ามใช้ในการโฆษณา ดังต่อไปนี้

1. คำว่า เพียง เช่น เพียง 4,000 บาท ต่อ ครั้ง
2. คำว่า เท่านั้น เช่น รักษาครั้งละ 500 บาท เท่านั้น
3. คำว่า พิเศษ เช่น พิเศษสำหรับสมาชิกบัตรเครดิต ค่ารักษา
4. คำว่า เฉพาะ เช่น ราคาพิเศษเฉพาะสมาชิกเท่านั้น
5. คำว่า ถ้ามัย หรือ เช่น ด้วยเทคโนโลยีที่ล้ำสมัย แห่งเดียว/แห่งแรกในประเทศไทย
6. คำว่า นามัย เช่น อุปกรณ์ที่นำสมัยในการให้การรักษา
7. คำว่า ราคาเดิม เช่น เสริมจมูก ตกแต่งใบหน้า 3,000 บาท จากราคาเดิม 4,000 บาท
8. คำว่า ครบวงจร เช่น โดยทางศูนย์ให้บริการแบบครบวงจร การแสดงราคาเปรียบเทียบ เช่น จากเดิม 6,000 บาท เหลือ 4,000 บาท หรือการแสดงราคาเปรียบเทียบกับโรงพยาบาลอื่น เช่น โรงพยาบาล น. ราคาโปรแกรมตรวจสุขภาพ ราคา 3,000 บาท แต่โรงพยาบาล ร.โปรแกรมตรวจสุขภาพ ราคา 2,000 บาท การใช้คำว่า ปกติ กับ เหลือ เช่น ปกติ ราคา 500 บาท จงวันนี้ เหลือ 300 บาท โดยสิทธิ์นี้ใช้ได้ จนถึงสิ้นเดือน

9. คำว่า ฟรี เช่น จอห์นนี่แอมฟรี ตรวจสอบความดันปัสสาวะ ฯลฯ .

10. คำว่า สวยจริง จริงบอกต่อ

11. คำว่า อยากสวย สวยที่

12. คำว่า ดงามที่... มีเสน่ห์ที่...

13. คำว่า สวยเหมือนธรรมชาติที่...

14. คำว่า เหนือกว่า / สูงกว่า

15. คำว่า โรค...รักษาได้ (ต้องมีข้อมูลทางวิชาการ 80% ขึ้นไป ว่าโรคดังกล่าวสามารถรักษาหายได้)

ผู้ฝ่าฝืนมีโทษตั้งแต่ว่ากล่าวตักเตือน ภาคทัณฑ์ พักใช้ใบอนุญาตประกอบวิชาชีพ และเพิกถอนใบอนุญาตฯ

10) ระเบียบแพทยสภา เรื่อง การโฆษณาให้ส่วนลด หรือให้ผลประโยชน์เป็นค่าตอบแทนของสถานพยาบาล

การโฆษณาสถานพยาบาลในทำนองว่าจะให้ส่วนลดเป็นเงินหรือให้ผลประโยชน์ตอบแทนแก่ ผู้ใด ไม่ว่าจะในรูปแบบใดกระทำมิได้ เว้นแต่จะกระทำในทำนองลักษณะดังต่อไปนี้

1.การโฆษณาการให้บริการ “ฟรี” โดยไม่มีการเรียกเก็บค่าใช้จ่ายใดๆนั้น ให้กระทำได้โดยจะต้องกำหนด วัน เวลา และสถานที่ที่ให้บริการที่แน่นอน อีกทั้งต้องแสดงรายละเอียดว่าเป็นการให้บริการฟรีในเรื่องใด และเงื่อนไขให้ชัดเจน

2. การโฆษณาที่จัดให้มีการแถม แลกเปลี่ยน ให้สิทธิประโยชน์ รางวัล หรือ จากการเลือกมา รับบริการทางการแพทย์อย่างหนึ่งอย่างใดจากสถานพยาบาลนั้นจะกระทำมิได้ เว้นแต่ การให้สิทธิประโยชน์ดังที่กล่าวมานั้น ผู้รับบริการจะเป็นผู้ได้รับประโยชน์โดยตรงจากการมารับบริการทางการแพทย์อย่างหนึ่งอย่างใดจากสถานพยาบาล โดยจะต้องถูกต้องตามหลักวิชาการ และมาตรฐานการรับบริการทางการแพทย์ดังกล่าวจะต้องไม่ต่ำกว่ามาตรฐานทั่วไปของสถานพยาบาลนั้นๆ การให้สิทธิประโยชน์ต่างๆ ในวรรคแรก ต้องระบุเงื่อนไข และรายละเอียดของสิทธิประโยชน์ ต่างๆ ให้ชัดเจนและทั้งนี้จะต้องมีการกำหนดวันเริ่มต้นและสิ้นสุดของระยะเวลาในการให้สิทธินั้นไว้อย่าง ชัดเจน

3. การให้ส่วนลดค่าบริการหรือค่ารักษาพยาบาลจะกระทำได้เพียงในกรณี

(1) เป็นการให้ส่วนลดเพื่อการอนุเคราะห์บุคคลด้อยโอกาส

(2) เป็นการให้ส่วนลดตามแผนงานของกระทรวงสาธารณสุขหรือส่วนราชการหรือที่กระทรวง สาธารณสุขให้การรับรองตามแผนงานของสำนักงานหลักประกันสุขภาพแห่งชาติ สำนักงานประกันสังคม สมาคม มูลนิธิ หรือองค์กรต่างๆที่ให้การบริการด้านการสาธารณสุข

(3) การโฆษณาให้ส่วนลดต้องมีลักษณะดังต่อไปนี้ จึงจะถือว่าเป็นการให้ส่วนลดต่อสมาชิกกลุ่มบุคคล คือ ผู้ได้รับผลประโยชน์ต้องเป็นสมาชิกนั้น และเอกสารดังกล่าวต้องส่งตรงให้แก่ผู้ที่เป็นสมาชิกโดยไม่มีวงจำหน่าย หรือเผยแพร่เป็นการทั่วไป เช่น

1. ให้ส่วนลดเฉพาะสมาชิกบัตรเครดิตของธนาคารและองค์กรต่างๆ

2. ให้ส่วนลดสำหรับผู้ใช้จ่ายบัตรเครดิตของธนาคารและองค์กรต่างๆ

3. ให้ส่วนลดเฉพาะผู้ที่เป็สมาชิกนิตยสารต่างๆเท่านั้น

4. การให้ส่วนลดในเว็บไซต์ของสถานพยาบาลต่างๆ โดยไม่รวมถึงเว็บไซต์

ทั่วไป การให้ส่วนลดตาม (1) (2) (3) จะต้องกำหนดประเภทของกิจการให้ชัดเจน ซึ่งจะต้องเป็นไป

ตามมาตรฐานทางการแพทย์และจะต้องมีการกำหนดวันเริ่มต้นและสิ้นสุดของระยะเวลาในการให้ส่วนลดไว้ชัดเจน ทั้งนี้ การกำหนดระยะเวลาต้องไม่เกิน 1 ปี

จากการศึกษานี้ จะเห็นว่ามีความหมายหลายฉบับที่ออกมาเพื่อควบคุมเกี่ยวกับการโฆษณาสถานพยาบาลต่างๆ เพื่อมิให้เกิดกรณีการอวดอ้างเกินความจริง หรือการโฆษณาชวนเชื่อ แต่อย่างไรก็ตาม การออกประกาศกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ เรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการ เงื่อนไขและ ค่าใช้จ่ายในการโฆษณาหรือประกาศเกี่ยวกับสถานพยาบาล อาศัยอำนาจตามมาตรา 38 แห่งพระราชบัญญัติสถานพยาบาล พ.ศ.2541 นั้นถือว่าเป็นการจำกัด สิทธิและเสรีภาพของบุคคลอื่นเท่านั้น ซึ่งออกมาเพื่อเป็นแนวทางปฏิบัติที่ถูกต้องและเป็นธรรมต่อผู้มารับบริการ โดยการกำหนดค่าหรือข้อความที่ห้ามใช้ในการโฆษณาสถานพยาบาลตามคำพิพากษาศาลปกครองสูงสุดที่ อ.338/2555 เป็นเรื่องเกี่ยวกับการฟ้องขอให้ศาลปกครองเพิกถอน ข้อ 4.4 ของประกาศกระทรวงสาธารณสุข ฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2546) เรื่องหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขในการโฆษณาสถานพยาบาล ลงวันที่ 24 มิถุนายน 2546 ซึ่งห้ามมิให้โฆษณาสถานพยาบาลในลักษณะแจ้งบริการโรคที่ไม่อยู่ในสาขาที่ผู้ประกอบวิชาชีพมีหนังสืออนุมัติหรือวุฒิบัตร หมายความว่า ให้ผู้รับอนุญาตประกอบกิจการสถานพยาบาลโฆษณาแจ้งบริการโรคได้เฉพาะในสาขาที่มีหนังสืออนุมัติหรือวุฒิบัตรจากสภาวิชาชีพต่างๆ เช่น แพทยสภา ทันตแพทยสภา ฯลฯ เท่านั้น ผู้ฟ้องคดีซึ่งเป็นแพทย์ผู้ดำเนินการสถานพยาบาลเห็นว่า การออกประกาศดังกล่าวทำให้ตนไม่สามารถรักษาโรคหรือโฆษณารักษาโรคบางอย่างได้หรือไม่สามารถพิมพ์เอกสาร นามบัตรรักษาโรคในสาขาอื่น นอกจากที่ตนมีวุฒิบัตรได้อันเป็นการจำกัดการแข่งขันในการประกอบอาชีพและจำกัดสิทธิของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทยและขัดต่อมาตรา 38 แห่งพระราชบัญญัติสถานพยาบาล พ.ศ.2541 ซึ่งห้ามมิให้ผู้รับอนุญาตประกอบกิจการสถานพยาบาลโฆษณาโดยใช้ข้อความอันเป็นเท็จหรืออื้ออวดเกินความจริง หรือน่าจะก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับการประกอบกิจการของสถานพยาบาลเท่านั้น แต่การแจ้งบริการโรคที่ไม่อยู่ในสาขาที่ผู้ประกอบวิชาชีพมีหนังสืออนุมัติหรือวุฒิบัตรไม่ใช่ว่าการโฆษณาโดยใช้ ข้อความอันเป็นเท็จหรืออื้ออวดเกินความจริงแต่เป็นการโฆษณาตามความจริง ศาลปกครองสูงสุดวินิจฉัยว่าถึงแม้การห้ามสถานพยาบาลโฆษณาแจ้งบริการโรคที่ไม่อยู่ในสาขาที่ผู้ประกอบวิชาชีพมีหนังสืออนุมัติหรือวุฒิบัตร เป็นกรณีที่เห็นได้ชัดว่าการโฆษณาลักษณะดังกล่าวไม่ใช่ว่าการโฆษณาโดยใช้ข้อความอันเป็นเท็จ หรืออื้ออวดเกินความจริง เพราะเป็นการโฆษณาตามความเป็นจริง ซึ่งผู้ฟ้องคดีมีสิทธิตามใบอนุญาตประกอบวิชาชีพเวชกรรม แต่การห้ามสถานพยาบาลโฆษณาโดยใช้ข้อความที่น่าจะก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับการประกอบกิจการของสถานพยาบาล เป็นกรณีที่กฎหมายให้ความคุ้มครองประชาชนผู้บริโภคอย่างเคร่งครัด ซึ่งเพียงแต่ประชาชนผู้บริโภคเห็นข้อความแล้วอาจจะเข้าใจผิดก็เพียงพอที่จะถูกห้ามโฆษณาตามกฎหมายนี้แล้ว ดังนั้น การที่สถานพยาบาลโฆษณาสถานพยาบาลโดยผู้ประกอบวิชาชีพไม่มีหนังสืออนุมัติหรือวุฒิบัตรเฉพาะสาขาโดยมีข้อความที่อาจทำให้ประชาชนผู้บริโภคเข้าใจว่าสถานพยาบาลดังกล่าวเป็นสถานพยาบาลที่มีผู้ประกอบวิชาชีพที่มีหนังสืออนุมัติหรือวุฒิบัตรเฉพาะ

สาขาให้บริการโฆษณาดังกล่าวย่อมถือว่าเป็นข้อความโฆษณาที่น่าจะก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับการประกอบกิจการของสถานพยาบาล ตามมาตรา 38 แห่งพระราชบัญญัติดังกล่าว นอกจากนี้ประกาศฉบับนี้ยังมีวัตถุประสงค์เพื่อคุ้มครองประชาชนผู้รับบริการจากสถานพยาบาล มิให้เข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับการประกอบกิจการของสถานพยาบาลจากข้อความโฆษณาของสถานพยาบาล จึงเป็นหลักเกณฑ์เพื่อคุ้มครองผู้บริโภค ดังนั้น ประกาศกระทรวงสาธารณสุข ฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2546) ฯ ลงวันที่ 24 มิถุนายน 2546 ข้อ 4.4 จึงออกมาภายใต้กรอบหลักเกณฑ์ของมาตรา 38 และไม่ปรากฏว่ามีเหตุแห่งความไม่ชอบด้วยกฎหมายประการอื่น ทั้งไม่ได้ห้ามหรือจำกัดสิทธิเสรีภาพของผู้ฟ้องคดีที่จะโฆษณาสถานพยาบาลของตนได้เพียงแต่ต้องทำตามหลักเกณฑ์ที่กฎหมายกำหนดอันเป็นการจำกัดเสรีภาพของผู้ฟ้องคดีเพื่อคุ้มครองสิทธิของบุคคลอื่นเท่านั้น แต่ผู้ฟ้องคดียังคงมีสิทธิประกอบวิชาชีพเวชกรรมได้ทุกสาขาดังเดิมตามใบอนุญาตประกอบวิชาชีพเวชกรรม และไม่ได้ขัดสิทธิผู้บริโภคแต่อย่างใด นอกจากนี้ หากมีการดำเนินคดีกรณีพบการกระทำผิดที่ฝ่าฝืนต่อความจริงโดยใช้ข้อความอันเป็นเท็จหรือโอ้อวดเกินความจริงอันเป็นความผิดต่อพระราชบัญญัติสถานพยาบาล พ.ศ.2541 มาตรา 38 โจทก์ในฐานะผู้เสียหาย จะมีการฟ้องร้องความรับผิดชอบเกี่ยวกับละเมิด ตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์เข้ามาร่วมด้วย เนื่องด้วยการโฆษณาสถานพยาบาลที่ฝ่าฝืนกฎหมาย ทำให้โจทก์ได้รับความเสียหาย ผู้กระทำการละเมิดต้องชดเชยค่าสินไหมทดแทน ตามคำพิพากษาศาลฎีกาที่ 2118/2553 เรื่องข้อมูลเปรียบเทียบศักยภาพของจำเลยในแผ่นพับโฆษณา จำเลยแสดงผลการเปรียบเทียบให้เห็นว่า โรงพยาบาลของจำเลยดีกว่า น่าจะบริการมากกว่า เพราะมีผู้ประกันตนที่รับได้จำนวนมากที่สุด สะดวกสบายกว่า มีจำนวนเครือข่ายหลายแห่งกว่ามีประสบการณ์ในการรักษาผู้ป่วยมากกว่าเพราะมีผู้เข้าร่วมโครงการประกันสังคมเป็นจำนวนมากกว่าใคร โรงพยาบาลของจำเลยใหญ่กว่าเพราะมีเตียงจำนวนมากกว่ามีความมั่นคงกว่าเพราะมีประกันอุบัติเหตุให้ด้วย การโฆษณาแผ่นพับของจำเลยดังกล่าวเป็นการจงใจให้บุคคลมาใช้บริการของจำเลยซึ่งตามพระราชบัญญัติสถานพยาบาล พ.ศ.2541 มาตรา 38 บัญญัติว่า “ห้ามมิให้ผู้รับอนุญาตหรือผู้ดำเนินการโฆษณา หรือประกาศหรือยินยอมให้ผู้อื่นโฆษณาหรือประกาศด้วยประการใดๆ ซึ่งชื่อ ที่ตั้งหรือกิจการของสถานพยาบาลหรือคุณสมบัติหรือความสามารถของผู้ประกอบวิชาชีพสถานพยาบาลเพื่อชักชวนให้มีผู้มาขอรับบริการจากสถานพยาบาลของตนโดยใช้ข้อความอันเป็นเท็จหรือโอ้อวดเกินความจริง หรือน่าจะก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับการประกอบกิจการของสถานพยาบาล” ดังนั้น การที่จำเลยระบุในแผ่นพับในช่องผู้ประกันตนที่รับได้ว่า โจทก์รับได้ 25,000 คน ช่องระยะเวลาเข้าร่วมโครงการประกันสังคมว่า โจทก์เพิ่งเริ่มเข้าชื่อนัดโรงพยาบาลว่า โจทก์มี 150 เตียง ช่องประสบการณ์การบริหารงานโรงพยาบาลด้านโครงการประกันสังคมว่า โจทก์ไม่มีประสบการณ์เลย ซึ่งความจริงทางนำสืบของโจทก์ฟังได้ว่า โจทก์มีจำนวนผู้ประกันตนที่รับได้ 50,000 คน โจทก์มีเตียง 400 เตียง และโจทก์เข้าร่วมโครงการประกันสังคมตั้งแต่ปี 2535 โจทก์จึงมีประสบการณ์ตั้งแต่ปีที่เข้าร่วมโครงการเป็นต้นมา จึงเป็นการที่จำเลยเผยแพร่แผ่นพับโฆษณาไม่ตรงกับความจริงโดยมีเจตนาให้บุคคลทั่วไปเข้าใจว่า โรงพยาบาลจำเลยมีศักยภาพดีกว่าโรงพยาบาลโจทก์เป็นโรงพยาบาลที่ใหญ่กว่ามีประสบการณ์ตั้งแต่ปีที่เข้าร่วมโครงการเป็นต้นมา จึงเป็นการที่จำเลยเผยแพร่แผ่นพับโฆษณาไม่ตรงกับความจริงโดยมีเจตนาให้บุคคลทั่วไปเข้าใจว่า โรงพยาบาลจำเลยมีศักยภาพดีกว่าโรงพยาบาลโจทก์เป็นโรงพยาบาลที่ใหญ่กว่า มีประสบการณ์

มากกว่า จึงเป็นการฝ่าฝืนต่อความจริงโดยใช้ข้อความอันเป็นเท็จหรือโอ้อวดเกินความจริงเป็นความผิดต่อพระราชบัญญัติสถานพยาบาล พ.ศ.2541 มาตรา 38 และเป็นการละเมิดต่อสิทธิของโจทก์ คำว่า สิทธิ หมายความว่า ประโยชน์ของโจทก์ที่มีอยู่ และจำเลยหรือบุคคลอื่นต้องเคารพหรือได้รับการรับรองคุ้มครองตามกฎหมาย การกระทำของจำเลยจึงเป็นการจงใจทำต่อบุคคลอื่น โดยผิดกฎหมายให้เขาเสียหายแก่สิทธิเป็นการ ทำละเมิดต่อโจทก์ตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์มาตรา 420 และมาตรา 423

1.2 วิเคราะห์ปัญหาทางกฎหมายเกี่ยวกับการโฆษณาสถานพยาบาลเอกชน

(1) ปัญหาการโฆษณาของคลินิกเวชกรรมที่ให้บริการเสริมความงาม

การโฆษณาสถานพยาบาลตามมาตรา 38 แห่งพระราชบัญญัติสถานพยาบาล พ.ศ.2541

กำหนดให้ผู้ใดก็ตามที่ประสงค์จะโฆษณาหรือประกาศเกี่ยวกับการประกอบกิจการของสถานพยาบาล นอกจาก ชื่อและที่ตั้งของสถานพยาบาลตามที่ปรากฏในใบอนุญาตต้องได้รับอนุมัติ ดังนั้น การตรากฎหมายที่กำหนดคำว่า “ผู้ใด” เป็นการบังคับใช้กับทุกคน ไม่เป็นว่าจะเป็นผู้รับอนุญาต ผู้ดำเนินการสถานพยาบาล ผู้ประกอบวิชาชีพ บริษัทที่รับทำโฆษณาและบุคคลอื่นที่อาจรับจ้างทำโฆษณา หรือการเป็นพรีเซนเตอร์สินค้าหรือบริการที่เป็นการ โฆษณาชวนเชื่อทำให้สถานพยาบาลได้รับประโยชน์จากการโฆษณาดังกล่าว

แต่ปัญหาการพิสูจน์เจตนาของผู้ทำการโฆษณา หรือการแสดงความคิดเห็นทางสื่อสังคมออนไลน์ ที่มีลักษณะเป็นชักชวน ชื่นชม หรือยืนยันผลของการรับบริการที่แสดงถึงผลที่ดีของการบริการอันเป็นการทำให้ สถานพยาบาลได้รับประโยชน์ทางการค้า นั้น เป็นอีกประเด็นหนึ่งที่ต้องเกิดความยุ่งยากต่อการพิสูจน์ว่าการกระทำ ดังกล่าวเป็นลักษณะชักชวนแนะนำเพื่อชักจูงให้มีการมาใช้บริการสถานพยาบาลด้วยการโฆษณาหรือไม่

(2) วิเคราะห์ปัญหา กรณีศึกษา การจัดการปัญหาการโฆษณาทางสื่อสังคมออนไลน์ที่ฝ่าฝืน กฎหมายของคลินิกเวชกรรมที่ให้บริการเสริมความงาม จังหวัดมหาสารคาม (ร้องเรียน) ประจำปีงบประมาณ 2563

ในประเด็นการควบคุมการโฆษณาของคลินิกเวชกรรมที่ให้บริการเสริมความงามของจังหวัด มหาสารคามนั้น จากการศึกษาพบว่า สถานการณ์การโฆษณาทางสื่อสังคมออนไลน์ของคลินิกเวชกรรม ที่ให้บริการเสริมความงามในช่องทางที่สนใจศึกษา ได้แก่ เฟซบุ๊ก อินสตาแกรม ยูทูบ และเว็บไซต์อื่น ของสถานพยาบาลนั้น พบว่า จากการสืบค้นด้วย google บนอินเทอร์เน็ตในช่วงเดือนมกราคม 2564 ที่ผ่านมา คลินิกความงามทุกแห่งใช้ชื่อคลินิกหรือชื่อย่อโฆษณาทางเฟซบุ๊ก เพื่อชักชวนหรือหวังประโยชน์ทางการค้าให้มี ผู้มารับบริการ โดยมีข้อความระบุโปรโมชั่นลดแลกแจกแถม การแจ้งบริการโรคเฉพาะทาง ภาพใบหน้าบุคคล แสดงการเปรียบเทียบก่อนหรือหลังมารับบริการ ตลอดจนข้อความโอ้อวดเกินจริง หรือทำให้บุคคลทั่วไปเข้าใจ ผิดว่าเป็นจริง คำห้ามใช้ในการโฆษณา โดยเฉพาะคำว่า โบต็อกซ์ อันเป็นการโฆษณาขายยา ซึ่งยังไม่ได้ขออนุมัติ โฆษณาหรือประกาศเกี่ยวกับสถานพยาบาลกับผู้อนุญาต และปัญหาที่พบอีกประเด็นสำหรับช่องทางการโฆษณา ทางเฟซบุ๊กนั้น สามารถสร้างเป็นกลุ่มปิดทำให้จำกัดการเข้าถึงการตรวจสอบการกระทำผิดจึงทำได้ค่อนข้างยาก ดังนั้น จึงควรมีมาตรการในการกำกับดูแลการโฆษณาทางสื่อสังคมออนไลน์ให้ตรวจสอบง่ายขึ้นและมีประสิทธิภาพ

(3) มาตรการในการควบคุมโฆษณาสถานพยาบาลในการจัดการปัญหาโฆษณาหรือประกาศเกี่ยวกับ สถานพยาบาลที่ฝ่าฝืนกฎหมายของจังหวัดมหาสารคาม มีขั้นตอนดังต่อไปนี้

1) พนักงานเจ้าหน้าที่ ตรวจสอบเผื่อระวัง และรับเรื่องร้องเรียนการโฆษณาหรือประกาศเกี่ยวกับสถานพยาบาลผ่านสื่อหรือช่องทางการโฆษณา

2) ตรวจสอบว่าเป็นการโฆษณาหรือประกาศเกี่ยวกับสถานพยาบาลตามพระราชบัญญัติสถานพยาบาล พ.ศ.2541 ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติสถานพยาบาล (ฉบับที่ 4) พ.ศ.2559 มาตรา 38 ประกอบประกาศกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ เรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการ เงื่อนไขและค่าใช้จ่ายการโฆษณาหรือประกาศเกี่ยวกับสถานพยาบาลหรือไม่

3) ตรวจสอบสถานพยาบาลว่าตั้งอยู่ที่ใด อยู่ในขอบเขตความรับผิดชอบของจังหวัดหรือไม่ โดยดำเนินการออกตรวจสอบ ณ สถานที่จริง เพื่อบันทึกคำให้การ ภาพถ่าย และให้ผู้รับอนุญาตหรือผู้ต้องหาลงลายมือชื่อรับทราบข้อกล่าวหา

4) เมื่อพิจารณาแล้วเห็นว่าเข้าข่ายเป็นการโฆษณาหรือประกาศเกี่ยวกับสถานพยาบาลที่ผิดกฎหมาย ให้รายงานต่อผู้อนุญาตเพื่อพิจารณาส่งเรื่องให้คณะกรรมการเปรียบเทียบคดีพิจารณาดำเนินการเปรียบเทียบปรับหรือดำเนินการตามที่กฎหมายที่กำหนด

5) จัดประชุมคณะกรรมการเปรียบเทียบคดีสถานพยาบาลประจำจังหวัดมหาสารคาม

6) สรุปรายงานการประชุมคณะกรรมการเปรียบเทียบคดีสถานพยาบาลประจำจังหวัดมหาสารคามต่อผู้ว่าราชการจังหวัด เพื่อเสนอพิจารณาให้กลุ่มงานนิติการ สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดมหาสารคาม เปรียบเทียบคดี ตามแบบบันทึกการเปรียบเทียบปรับ (แบบคป.4) ต่อไป

7) กลุ่มงานคุ้มครองผู้บริโภคและเภสัชสาธารณสุข ขออนุมัติเบิกเงินรางวัลจากค่าปรับตามพระราชบัญญัติสถานพยาบาล พ.ศ.2541

8) รายงานผลการดำเนินคดี ไปยังกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ

(4) ตัวอย่างกรณีศึกษาการฝ่าฝืนการโฆษณาสถานพยาบาล

กรณีของคลินิกเอกชนแห่งหนึ่งซึ่งได้รับใบอนุญาตให้ประกอบกิจการสถานพยาบาลประเภทไม่รับผู้ป่วยไว้ค้างคืน ลักษณะการแพทย์แผนไทย ถูกร้องเรียนผ่านทางไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มงานคุ้มครองผู้บริโภคและเภสัชสาธารณสุข สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดมหาสารคาม ในช่วงต้นเดือนพฤษภาคม พ.ศ.2563 ของปีงบประมาณ พ.ศ.2563 ซึ่งเป็นช่วงที่มีการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) กรณีข้อร้องเรียนสถานพยาบาลเอกชนภายใต้ชื่อเฟซบุ๊กว่า “ ก การแพทย์แผนไทยมหาสารคาม ” โดยให้ตรวจสอบว่ามีใบอนุญาตให้ประกอบกิจการสถานพยาบาลถูกต้องตามกฎหมายหรือไม่ และมีการโฆษณาการให้บริการการรักษาพยาบาล การขายเครื่องสำอาง ตลอดจน การแสดงความสามารถเป็นผู้ประกอบวิชาชีพทางสื่อเฟซบุ๊ก

พนักงานเจ้าหน้าที่ตามพระราชบัญญัติสถานพยาบาล พ.ศ.2541 ได้ตรวจสอบข้อเท็จจริง ปรากฏว่า

1) สถานพยาบาลเอกชนตามข้อร้องเรียนดังกล่าว ได้รับใบอนุญาตให้ประกอบกิจการและดำเนินการสถานพยาบาลถูกต้องตามกฎหมาย ซึ่งจากการตรวจสอบฐานข้อมูลปรากฏว่าชื่อสถานพยาบาล ก การแพทย์แผนไทย ตั้งอยู่เลขที่ xx หมู่ x ตำบลแวงน่าง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ใบอนุญาตประกอบกิจการ

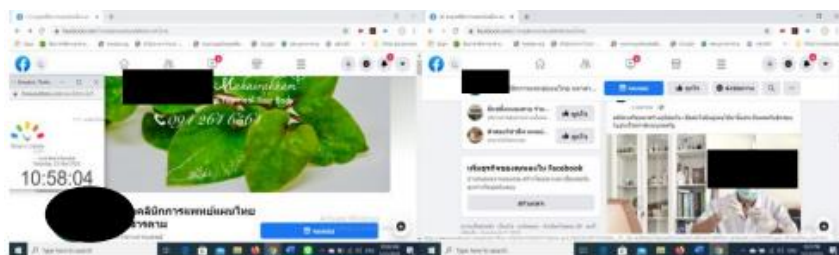
สถานพยาบาลเลขที่ 44108005xxx โดยมีนาย ก เป็นผู้รับอนุญาตและดำเนินการสถานพยาบาล ใบอนุญาตประกอบวิชาชีพแพทย์แผนไทยเลขที่ พท.ว.21xxx เวลาทำการทุกวัน เวลา 08.00 – 12.00 น., 13.00 – 19.00 น.

2) พนักงานเจ้าหน้าที่ตามพระราชบัญญัติสถานพยาบาล พ.ศ.2541 ได้ตรวจข้อความบนช่องทางเฟซบุ๊กพบการโฆษณาของ ก การแพทย์แผนไทย ปรากฏตามผลการตรวจสอบข้อเท็จจริง ดังนี้

(1) ปรากฏการใช้ข้อความโฆษณาทางช่องทางสื่อโซเชียลเฟซบุ๊ก ระบุชื่อเพจว่า “ก การแพทย์แผนไทย มหาสารคาม” หรือชื่อเว็บไซต์ว่า (<https://www.facebook.com/ComplementaryMedicineClinic>) พร้อมทั้งภาพโลโก้สถานพยาบาล ดังแสดงภาพที่ 2

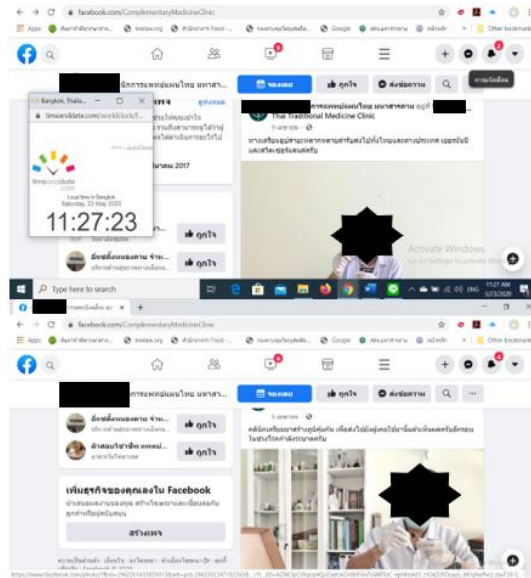
(2) ปรากฏการใช้ข้อความ ภาพ เสียง วิดีโอไลฟ์สด โฆษณาทางสื่อโซเชียลเฟซบุ๊ก ระบุว่า “ทางเตรียมอุปายะหลากหลายตำรับ ส่งไปทั้งไทยและต่างประเทศ เยอรมันนีและสวิตเซอร์แลนด์ครับ” และ “คลินิกเตรียมยาสร้างภูมิคุ้มกัน เพื่อส่งไปยังผู้เคยใช้นี้แล้วเห็นผลครับอีกรอบในช่วงโรคกำลังระบาดครับ” อันเป็นการโฆษณาถึงความสามารถของผู้ประกอบวิชาชีพทางการแพทย์และสาธารณสุข โดยการใส่เล็กราวน์และโอ้อวดเกินจริง ดังแสดงภาพที่ 3

(3) ปรากฏการใช้ข้อความ ภาพโฆษณาระบุ “เจลล้างมือแอลกอฮอล์ 75% v/v ขนาด 30 ml 45 บาท ขนาด 50 ml 65 บาท” โดยภาพประกอบแสดงผลิตภัณฑ์เจลล้างมือ ระบุชื่อภาษาอังกฤษ “BENCHA CLINIC HAND gel Cleaser.” อันเป็นผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางแสดงฉลากไม่ถูกต้อง ไม่มีเลขจดแจ้งเครื่องสำอาง ดังแสดงภาพที่ 4



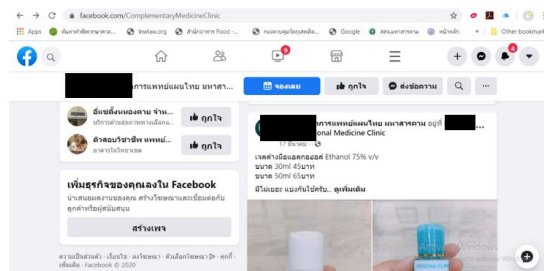
ภาพที่ 2 ภาพวัตถุพยาน เจก “ก การแพทย์แผนไทยมหาสารคาม” ที่โฆษณาทางเฟซบุ๊กโดยไม่ได้รับอนุญาต

ที่มา : ผู้วิจัยและคณะ, 2563



ภาพที่ 3 : ภาพวัตถุพยาน เพจ “การแพทย์แผนไทยมหาสารคาม”

ที่มา : ผู้วิจัยและคณะ, 2563



ภาพที่ 4 : ภาพวัตถุพยาน โฆษณาการขายเครื่องสำอางเจลล้างมือ โดยไม่มีเลขที่จดแจ้ง

ที่มา : ผู้วิจัยและคณะ, 2563

ตารางที่ 1 การพิจารณาเปรียบเทียบปรับสถานพยาบาลที่กระทำความผิดกฎหมายของคณะกรรมการเปรียบเทียบคดี

คดีที่	ชื่อสถานพยาบาล	ผู้ประกอบการ ผู้ดำเนินการ สถานพยาบาล	กรณีความผิด	มาตรา/ฐาน ความผิด	ระวางโทษ (มาตรา/อัตรา โทษ)	ประเด็นการพิจารณา (อัตราค่าปรับที่ กำหนดให้ เปรียบเทียบ (บาท))	ผลการ พิจารณา
1	คลินิก ก คลินิก การแพทย์ แผนไทย	ผู้ประกอบการ สถานพยาบาล: นาย ก ผู้ดำเนินการ สถานพยาบาล: นาย ก	โฆษณาหรือ ประกาศด้วย ประการใดๆ เกี่ยวกับการ ประกอบกิจการ ของ สถานพยาบาล โดยไม่ได้รับ	38 วรรคหนึ่ง	68 วรรคหนึ่ง/ ปรับ ไม่เกิน 20,000 บาท	ครั้งที่ 1 5,000 ครั้งที่ 2 10,000 ครั้งที่ 3 20,000 ปรับเพิ่มวันละ 10,000 จนกว่าจะระงับการ โฆษณา	ปรับ 5,000 บาท

คดีที่	ชื่อสถาน พยาบาล	ผู้ประกอบกิจการ- ผู้ดำเนินการ สถานพยาบาล	กรณีความผิด	มาตรา/ฐาน ความผิด	ระวางโทษ (มาตรา/อัตรา โทษ)	ประเด็นการพิจารณา (อัตราค่าปรับที่ กำหนดให้ เปรียบเทียบ (บาท))	ผลการ พิจารณา
			อนุมัติข้อความ เสียง หรือภาพที่ ใช้ในการโฆษณา หรือประกาศจาก ผู้อนุญาต				

สำหรับประเด็นการพิจารณาประกอบการเปรียบเทียบคดีเพิ่มเติมของกรณีศึกษานี้ มีดังนี้

- การนับอายุความคืออาญา ตามมาตรา 95(4) แห่งประมวลกฎหมายอาญา กำหนดอายุความห้าปี สำหรับความผิดต้องระวางโทษจำคุกกว่าหนึ่งเดือนถึงหนึ่งปี ถ้ามิได้ฟ้อง หรือนำตัวผู้กระทำความผิดมาศาลภายใน กำหนดนี้ นับแต่วันกระทำความผิด เป็นอันขาดอายุความ ดังนั้น การดำเนินการเปรียบเทียบคดีครั้งนี้ ถือว่าได้ ดำเนินการเปรียบเทียบคดีอยู่ภายในกำหนดอายุความ

ผลการประชุมคณะกรรมการเปรียบเทียบคดีสถานพยาบาลประจำจังหวัดมหาสารคามมีมติ ที่ประชุมพิจารณาแล้วมีความเห็นพร้อมกันว่า “นาย ก ผู้กระทำการโฆษณาสถานพยาบาลทางสื่อโซเชียล บนแพลตฟอร์มช่องทางเฟซบุ๊กโดยระบุชื่อเพจในเฟซบุ๊กว่า ก คลินิกการแพทย์แผนไทย มหาสารคาม” หรือชื่อเว็บไซต์ (<https://www.facebook.com/ComplementaryMedicineClinic>) พร้อมโลโก้และข้อความตามปรากฏข้างต้นนั้น ถือว่าข้อความโฆษณาดังกล่าว เป็นการฝ่าฝืนการโฆษณาฐานกระทำการโฆษณาหรือประกาศด้วย ใดๆ เกี่ยวกับการ ประกอบกิจการของสถานพยาบาล โดยไม่ได้รับอนุมัติข้อความ เสียง หรือภาพที่ใช้ในการโฆษณาหรือประกาศ จากผู้อนุญาต อันเป็นความผิดตามมาตรา 38 วรรคหนึ่ง แห่งพระราชบัญญัติสถานพยาบาล พ.ศ.2541 โดยมี มติที่ประชุมให้เปรียบเทียบคดีตามกำหนดค่าปรับ อัตราค่าปรับที่กำหนดให้เปรียบเทียบ ครั้งที่ 1 เป็นเงินจำนวน 5,000 บาท (ห้าพันบาทถ้วน)

จากกรณีศึกษาตัวอย่างนี้ จะเห็นว่า ผู้ร้องเรียนได้มีการร้องเรียนเกี่ยวกับการประกอบวิชาชีพ ซึ่งผล การตรวจสอบผู้ถูกร้องเป็นผู้ประกอบวิชาชีพแพทย์แผนไทยที่ได้รับใบอนุญาตประกอบวิชาชีพและขึ้นทะเบียน ถูกต้องแล้ว ทั้งนี้ ตามมาตรา 3 แห่งพระราชบัญญัติวิชาชีพการแพทย์แผนไทย พ.ศ.2556 ได้นิยามการแพทย์ แผนไทย” หมายความว่า กระบวนการทางการแพทย์เกี่ยวกับการตรวจ วินิจฉัย บำบัด รักษา หรือป้องกันโรค หรือการส่งเสริมและฟื้นฟูสุขภาพของมนุษย์ การผดุงครรภ์ การนวดไทย และให้หมายความรวมถึง การ เตรียมการผลิตยาแผนไทย และการประดิษฐ์อุปกรณ์และเครื่องมือทางการแพทย์ ทั้งนี้ โดยอาศัยความรู้หรือ ตำราที่ได้ถ่ายทอดและพัฒนาสืบต่อกัน

ส่วนประเด็นว่า ผู้ถูกร้องกระทำการโฆษณาวิชาชีพของตนหรือไม่นั้น ซึ่งทางฝ่ายเลขานุการไม่ได้ นำเข้าคณะกรรมการเปรียบเทียบคดี เนื่องจากเห็นว่า แม้ผู้ถูกร้องได้ใส่เสื้อกราวนสีขาวย แต่ไม่ได้โฆษณาตรา

ของสภาวิชาชีพ และแสดงภาพเคลื่อนไหวการเตรียมยาเพื่อชักชวนให้มีการมารับบริการหรือขายยาออนไลน์ ขณะนั้น ประกอบกับข้อความที่โฆษณาระบุว่า “ทางเตรียมอุปตายเป็นหลักหลายตำรับ ส่งไปทั้งไทยและต่างประเทศ เยอรมันนีและสวิตเซอร์แลนด์ครับ” ถือเป็นข้อความข่าวสารทั่วไป

อย่างไรก็ตาม ข้อความ “คลินิกเตรียมยาสร้างภูมิคุ้มกัน เพื่อส่งไปยังผู้เคยใช้ยาแล้วเห็นผลครบ อีกรอบในช่วงโรคกำลังระบาดครับ” ในส่วนความเห็นของผู้วิจัยเห็นว่า การที่ผู้ถูกร้องใส่สื่อกราวน และโฆษณาข้อความว่าคลินิกเตรียมยาสร้างภูมิคุ้มกันนั้น น่าจะเข้าข่ายเป็นการโฆษณาวิชาชีพที่ห้ามมิให้กระทำ และถือว่าเป็นการใช้ข้อความโอ้อวดเกินจริง อาศัยช่วงที่การแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา 2019 ซึ่งประชาชนได้รับรู้จะอ่อนไหวต่อความรู้สึก น่าเชื่อทำให้ประชาชนเกิดความสนใจอยากเข้าไปใช้บริการ ซึ่งขณะนั้นยังไม่ได้มีวัคซีนที่ผ่านการรับรองในการสร้างภูมิคุ้มกันและป้องกันโรค COVID-19 ได้แต่อย่างใด จึงเข้าข่ายเป็นการกระทำความผิดฝ่าฝืนมาตรา 38 วรรคสอง แห่งพระราชบัญญัติสถานพยาบาล พ.ศ.2541 อย่างไรก็ดี ด้วยเหตุแห่งการโฆษณาที่มีข้อจำกัดเกี่ยวกับตีความและการใช้ดุลพินิจของพนักงานเจ้าหน้าที่ เมื่อผู้วิจัยพิจารณาแล้วเห็นว่า กรณีการโฆษณาของคลินิกดังกล่าว นอกจากจะมีความผิดตามมาตรา 38 วรรคหนึ่ง แห่งพระราชบัญญัติสถานพยาบาล พ.ศ.2541 และแก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 4) พ.ศ.2559 แล้ว ควรเสนอประเด็นความผิดดังกล่าว อันเป็นการฝ่าฝืนการโฆษณาตามมาตรา 38 วรรคสอง ฐานโฆษณาข้อความโอ้อวดเกินจริง ทำให้เข้าใจผิดในสาระสำคัญของการให้บริการในการประกอบกิจการสถานพยาบาล ซึ่งตามมาตรา 68 วรรคสอง ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหนึ่งปีหรือปรับไม่เกินสองหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ เพิ่มเข้าไปในเรื่องการพิจารณาของระเบียบวาระการประชุมคณะกรรมการเปรียบเทียบคดีด้วย เพื่อให้คณะกรรมการเปรียบเทียบคดีพิจารณาประเด็นข้อความดังกล่าว แม้ว่าจำต้องใช้ดุลพินิจ ความละเอียดอ่อนในการพิจารณาที่มีความคาบเกี่ยวกับจรรยาบรรณวิชาชีพ ทั้งนี้ตามข้อบังคับสภาการแพทย์แผนไทย ว่าด้วยจรรยาบรรณแห่งวิชาชีพการแพทย์แผนไทย พ.ศ. 2557 ประกาศลงราชกิจจานุเบกษา ลงวันที่ 13 ตุลาคม 2557 หมวด 2 ว่าด้วยการประกอบวิชาชีพการแพทย์แผนไทย ข้อ 9 ประกอบวิชาชีพต้องไม่มุ่งใจหรือชักชวนให้ผู้ป่วยมารับบริการทางวิชาชีพเพื่อผลประโยชน์ ของตน และ หมวด 3 ว่าด้วยการโฆษณาการประกอบวิชาชีพการแพทย์แผนไทย ข้อ 22 ผู้ประกอบวิชาชีพสามารถแสดงข้อความเกี่ยวกับการประกอบวิชาชีพของตนที่สถานที่ทำการประกอบวิชาชีพได้เพียงข้อความเฉพาะเรื่องต่อไปนี้ (1) ชื่อนามสกุล และอาจมีคำประกอบชื่อได้เพียงตำแหน่งทางวิชาการ ฐานันดรศักดิ์ ยศ และบรรดาศักดิ์เท่านั้น (2) ชื่อปริญญา วุฒิบัตรหรือหนังสืออนุมัติ หรือหนังสือแสดงคุณวุฒิอย่างอื่น ซึ่งตนได้รับจากสภาวิชาชีพการแพทย์แผนไทย หรือสถาบันที่ทางราชการรับรอง (3) ประเภทของการประกอบวิชาชีพการแพทย์แผนไทย (4) เวลาทำการ และข้อ 23 ผู้ประกอบวิชาชีพสามารถแจ้งข้อความการประกอบวิชาชีพ เฉพาะการแสดงที่อยู่ที่ตั้งสถานที่ทำการประกอบวิชาชีพ หมายเลขโทรศัพท์ หรือการสื่อสารอื่น หรือข้อความที่อนุญาต ตามข้อ 23 ซึ่งการพิจารณาโทษทางจรรยาบรรณ สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด ต้องส่งเรื่องดังกล่าวเพื่อกำหนดโทษเอาผิดกับผู้ประกอบวิชาชีพไปยังสภาวิชาชีพการแพทย์แผนไทย ให้พิจารณาลงโทษทางจรรยาบรรณต่อไป

ในประเด็นเรื่องบทกำหนดโทษการคิดค่าปรับกรณีสำหรับการคำนวณเป็นรายวัน หากมีหนังสือสั่งระงับการโฆษณาสถานพยาบาลไปยังผู้ถูกร้องแล้วนั้น ตามมาตรา 68 วรรคหนึ่งหรือมาตรา 68 วรรคสอง

แห่งพระราชบัญญัติสถานพยาบาล พ.ศ.2541 ที่กำหนดว่า “ปรับอีกวันละไม่เกินหนึ่งหมื่นบาทนับแต่วันฝ่าฝืนคำสั่งให้ระงับการโฆษณา หรือประกาศ ทั้งนี้จนกว่าจะระงับการโฆษณาหรือประกาศดังกล่าว” เมื่อวิเคราะห์จากกรณีศึกษาจะเห็นว่า สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดมหาสารคาม ได้ออกหนังสือสั่งระงับการโฆษณาสถานพยาบาลพร้อมไปรษณีย์ตอบรับไปยังที่ทำการของคลินิกแล้ว ภายหลังจากที่ไปรษณีย์ตอบรับกลับมาถึงสำนักงานสาธารณสุขจังหวัด เจ้าพนักงานผู้รับผิดชอบคดีมีหน้าที่ต้องติดตามไปรษณีย์ตอบรับอย่างรวดเร็วที่สุดเพื่อตรวจสอบว่าผู้รับได้รับหนังสือสั่งระงับการโฆษณาแล้ว และวันที่ลงลายมือชื่อของผู้รับ ให้ถือว่าผู้ถูกร้องรับทราบคำสั่งระงับการโฆษณาและน่าจะเชื่อได้ว่าผู้ถูกร้องได้ระงับการโฆษณาแล้ว เพราะฉะนั้นเจ้าพนักงานจึงต้องตรวจสอบการโฆษณาทางเฟซบุ๊กโดยทันทีภายหลังจากที่ได้รับไปรษณีย์ตอบรับแล้ว เพื่อตรวจสอบว่าผู้ถูกร้องได้ระงับการโฆษณาแล้วจริง และให้บันทึกไว้เป็นหลักฐาน เนื่องด้วยหากตรวจสอบแล้วพบว่า ยังคงมีการใช้ช่องทางเฟซบุ๊กโฆษณาสถานพยาบาลของตน เช่นนี้ ตามมาตรา 68 วรรคหนึ่ง และมาตรา 68 วรรคสอง แห่งพระราชบัญญัติสถานพยาบาล พ.ศ.2541 มีผลทำให้ผู้ถูกร้องจำต้องถูกปรับรายวันวันละไม่เกินหนึ่งหมื่นบาทนับแต่วันฝ่าฝืนคำสั่งให้ระงับการโฆษณา อย่างไรก็ตามการออกคำสั่งเช่นว่านี้ถือว่าเป็นคำสั่งทางปกครองตามพระราชบัญญัติวิธีปฏิบัติราชการทางปกครอง พ.ศ.2539 เพราะเหตุที่เป็นการใช้อำนาจทางกฎหมายของเจ้าหน้าที่รัฐที่มีผลประจักษ์หรือกระทบต่อสิทธิของบุคคลอื่น ดังนั้นการออกหนังสือสั่งระงับการโฆษณาสถานพยาบาล ผู้อนุญาตต้องให้โอกาสผู้ถูกร้องมีโอกาสที่จะได้ทราบข้อเท็จจริงอย่างเพียงพอและมีโอกาสได้โต้แย้งและแสดงพยานหลักฐานของตนชี้แจงโต้แย้งและทั้งนี้ ผู้ถูกร้องมีสิทธิอุทธรณ์ต่อนายแพทย์สาธารณสุขจังหวัดตามมาตรา 30 แห่งพระราชบัญญัติวิธีปฏิบัติราชการทางปกครอง พ.ศ.2539 ประกอบประกาศกรมสนับสนุนบริการสุขภาพเรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการ เงื่อนไขและค่าใช้จ่ายในการโฆษณาหรือประกาศเกี่ยวกับสถานพยาบาล พ.ศ.2562 หมวด 2 การอนุมัติโฆษณาหรือประกาศเกี่ยวกับสถานพยาบาล ข้อ 11 ทั้งนี้การออกหนังสือสั่งระงับการโฆษณาจำต้องระบุระยะเวลาการอุทธรณ์และโต้แย้งไว้ตามมาตรา 40 วรรคแรก หากไม่ได้ระบุระยะเวลาและไม่มีการแจ้งใหม่และระยะเวลาดังกล่าวมีระยะเวลานานกว่าหนึ่งปี ให้ขยายเป็นหนึ่งปีนับแต่วันที่ได้รับคำสั่งทางปกครอง ตามมาตรา 40 วรรคสอง แห่งพระราชบัญญัติวิธีปฏิบัติราชการทางปกครอง พ.ศ.2539

นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังมีความเห็นในส่วนของการกำหนดโทษกรณีการโฆษณาหรือประกาศเพื่อชักชวนให้มีผู้มารับบริการโดยพบว่า ใช้ข้อความ เสียดสีหรือภาพอันเป็นเท็จ หรือโอ้อวดเกินความจริง หรือน่าจะก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับการประกอบกิจการของสถานพยาบาล ที่ฝ่าฝืนมาตรา 38 วรรคสอง แห่งพระราชบัญญัติสถานพยาบาล พ.ศ.2541 และมีโทษจำคุกไม่เกินหนึ่งปี หรือปรับไม่เกินสองหมื่นบาทหรือทั้งจำทั้งปรับนั้น เห็นว่าบทกำหนดโทษดังกล่าวเป็นโทษทางอาญาที่เพิ่มโทษจำคุกเข้ามาที่ไม่เหมาะสมเท่าที่ควร เนื่องด้วยแม้การโฆษณาที่ฝ่าฝืนกฎหมายมีเจตนาที่จะชักชวนให้มีผู้เข้ามาใช้บริการเพิ่มมากขึ้นและเกิดการแข่งขันกันชิงธุรกิจ แต่โทษทางอาญาที่มีโทษจำคุกเพิ่มเติมจากมาตรา 38 วรรคหนึ่งก็ไม่ใช่วิธีการแก้ปัญหาได้อย่างมีประสิทธิภาพ แต่อาจจำเป็นต้องเพิ่มโทษทางปกครอง เช่น การเพิกถอนใบอนุญาตหรือสั่งปิดสถานพยาบาล ชั่วคราว เป็นต้น ดังเช่นการกำหนดค่าปรับทางปกครองของสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง กำหนดหลักเกณฑ์การบังคับทาง

ปกครองในกิจการโทรคมนาคม เพื่อให้เป็นไปตามหลักความแน่นอนความชัดเจนมีประสิทธิภาพ และ
สมเหตุสมผล นอกจากนี้อาจเพิ่มโทษปรับให้มากขึ้นกว่าที่กฎหมายกำหนดไว้

สรุปและอภิปรายผล

ในสถานการณ์ปัจจุบันการโฆษณาทางสื่อสังคมออนไลน์ของคลินิกเวชกรรมที่ให้บริการ
เสริมความงาม หันมาใช้ช่องทางต่างๆบนอินเทอร์เน็ต เพื่อชักชวน ประชาสัมพันธ์ โน้มน้าวให้ประชาชนเลือกมา
ใช้บริการคลินิกของตน โดยเฉพาะในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)
คลินิกจำเป็นต้องใช้ช่องทางการสื่อสารทางสื่อสังคมออนไลน์ โดยเฉพาะเฟซบุ๊ก เพื่อแจ้งข้อมูลข่าวสาร การเปิด
ปิดสถานพยาบาล ตลอดจนโปรโมชั่นการลดแลกแจกแถม เพื่อดึงดูดให้มีผู้มาใช้บริการทำให้โอกาสที่จะมีการ
กระทำผิดฝ่าฝืนกฎหมายตามพระราชบัญญัติสถานพยาบาล พ.ศ.2541 มากยิ่งขึ้น

จากการศึกษาปัญหาการโฆษณาทางสื่อสังคมออนไลน์ของจังหวัดมหาสารคาม ปัญหาหลักกรณี
เกี่ยวกับการโฆษณาของคลินิก คือจากการที่ผู้ประกอบการ แสวงหาผลประโยชน์ให้ได้มา ซึ่งผลตอบแทนที่มาก
ขึ้น จึงได้อาศัยช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ โดยเฉพาะช่องทางเฟซบุ๊ก โดยใช้ชื่อของคลินิกหรือชื่อย่อ
ชื่อที่เป็นภาษาต่างประเทศ ชื่อที่ใช้เพื่อประโยชน์ทางการค้าของสถานพยาบาล และสัญลักษณ์ของสถานพยาบาล
ที่สื่อความหมายเช่นเดียวกับชื่อสถานพยาบาล พร้อมภาพ ข้อความโปรโมชั่น การให้ส่วนลดแจกแถม หรือ
คุณวุฒิของผู้ประกอบวิชาชีพ บริการโรค เป็นต้น เพื่อชักชวนโน้มน้าวให้เกิดการตัดสินใจเข้ามาใช้บริการ ทั้งที่
ยังไม่ได้ยื่นขออนุมัติโฆษณาหรือประกาศเกี่ยวกับสถานพยาบาล แต่มาตรการทางกฎหมายของสำนักงาน
สาธารณสุขจังหวัดมหาสารคาม ที่มีการดำเนินคดียังเป็นมาตรการเชิงรับที่อาศัยการรับเรื่องราวร้องเรียน
จากผู้เสียหายแต่การควบคุม กำกับติดตามและเฝ้าระวังคลินิกเอกชน โดยเฉพาะคลินิกเวชกรรมที่ให้บริการเสริม
ความงามนั้น ยังคงใช้มาตรการเชิงรุก ได้แก่ การจัดอบรมให้ความรู้ด้านกฎหมายว่าด้วยสถานพยาบาลแก่ผู้รับ
อนุญาต การออกตรวจสถานที่เพื่อพิจารณาอนุญาตใหม่และออกตรวจสอบเพื่อเฝ้าระวังควบคุมกำกับคลินิก
เอกชน ยังคงเป็นการขึ้นทะเบียนให้ความรู้ด้านการยื่นการขออนุมัติโฆษณาและแนะนำข้อความที่อนุญาตให้ใช้โฆษณา
ทางช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ได้เท่านั้น

ดังนั้นผู้วิจัยเห็นว่า เพื่อให้การบังคับใช้กฎหมายเกี่ยวกับการโฆษณาสถานพยาบาลเกิดการบังคับใช้
อย่างเคร่งครัดและเกิดประโยชน์สูงสุด ควรให้มีการประเมินผลสัมฤทธิ์ของกฎหมายในการจัดการปัญหาการ
โฆษณาว่า มีการบังคับใช้กฎหมายมากน้อยเพียงใด สร้างภาระแก่เจ้าหน้าที่รัฐและประชาชน ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
หรือไม่ หรือมีผลกระทบอื่นอันก่อให้เกิดความไม่ธรรมแก่ผู้บริโภคในการคุ้มครองผู้บริโภคหรือไม่ เพียงใด โดย
พิจารณาจากส่วนสาระสำคัญ ได้แก่ กฎหมายควรมีการบังคับใช้เท่าที่จำเป็น หรือยกเลิกหรือปรับปรุงกฎหมาย
ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน นอกจากนี้การพิจารณาคำขออนุมัติโฆษณาหรือประกาศเกี่ยวกับ
สถานพยาบาล ตลอดจนกำหนดหลักเกณฑ์การพิจารณาข้อความ ภาพ หรือเสียงการโฆษณาของสถานพยาบาล

นั้น ควรเสนอให้คณะกรรมการกลั่นกรองการโฆษณาหรือประกาศเกี่ยวกับสถานพยาบาลระดับจังหวัด พิจารณากำหนดแนวทางเพื่อแก้ปัญหาในระดับจังหวัดต่อไป

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะระดับนโยบายของกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ

คณะกรรมการกลั่นกรองการโฆษณาหรือประกาศเกี่ยวกับสถานพยาบาล กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ เพื่อร่วมกันให้เกิดการบังคับใช้กฎหมายมากขึ้น โดยจำเป็นต้องมีการจัดทำแนวทางปฏิบัติในการโฆษณา สถานพยาบาลให้เป็นปัจจุบัน และจัดทำระบบการตรวจสอบโฆษณาออนไลน์ หรือนำเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์มา ตรวจสอบใช้บนแพลตฟอร์ม ทางอินเทอร์เน็ตในการตรวจสอบคำหรือข้อความที่ต้องห้ามโฆษณาเกี่ยวกับ สถานพยาบาล

ข้อเสนอแนะระดับการปฏิบัติของสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดมหาสารคาม

ควรเพิ่มมาตรการทางกฎหมาย ให้เกิดการบังคับใช้มากขึ้นสำหรับการดำเนินคดีในเชิงรุกมากขึ้น เพื่อให้เป็นบรรทัดฐานระดับจังหวัดต่อไป, จัดประชุมชี้แจงการโฆษณาสถานพยาบาลระดับจังหวัดเป็นประจำทุกปี เพื่อให้เกิดการตระหนักรู้สร้างความเข้าใจ ในข้อกำหนดของกฎหมายและเกิดความร่วมมือในการปฏิบัติตาม กฎหมายต่อไป ตลอดจนประสานความร่วมมือไปยังอำเภอ ผู้มีส่วนได้เสีย ได้แก่ ผู้ประกอบการ ผู้บริโภค ให้ร่วม ด้วยช่วยกันสอดส่องการโฆษณาที่ฝ่าฝืนกฎหมาย โดยเฉพาะการใช้ภาพ ข้อความไปในทางโอ้อวดเกินจริง หรือ ก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญ นอกจากนี้ พนักงานเจ้าหน้าที่จำเป็นต้องมีการตรวจสอบการโฆษณาที่พบการ กระทำผิดของสถานพยาบาลเอกชนเพื่อดำเนินคดีของอย่างสม่ำเสมอ และเพิ่มศักยภาพของพนักงานเจ้าหน้าที่ใน การวินิจฉัยข้อความ ภาพหรือเสียง ในการตรวจสอบ การโฆษณาสถานพยาบาลที่อาจเป็นความผิด

เอกสารอ้างอิง

ภาษาไทย

กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ. (2563). รายงานประจำปี 2562. สืบค้น 14 ธันวาคม 2563, จาก

<https://hss.moph.go.th/HssDepartment/img/pdf/reportyear2562.pdf>

กลุ่มงานคุ้มครองผู้บริโภคและเภสัชสาธารณสุข สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดมหาสารคาม. (2563). รายงาน

ประจำปี 2562. สืบค้น 19 ธันวาคม 2563, จาก :<http://mkho.moph.go.th>.

ธนโชติ แสนคำ. (2562). ความจำเป็นในการกำหนดมาตรการควบคุมการโฆษณากิจการสถานพยาบาล.

วารสารนิติพัฒน์ นิติฯ, 8(1), 41-55.

ประกาศกระทรวงสาธารณสุข เรื่อง โรคหรืออาการของโรคที่ห้ามโฆษณา. (22 มีนาคม 2556). ราชกิจจานุเบกษา.

เล่ม 130 ตอนพิเศษ 37 ง หน้า 36.

ประกาศกระทรวงสาธารณสุข เรื่อง โรคหรืออาการของโรคที่ห้ามโฆษณาว่าสามารถบำบัด บรรเทา รักษาหรือ

Translated References

[89]

- Maharakham Provincial Public Health Office.** (2020) URL:<http://mkho.moph.go.th>.
- Medical Devices Act B.E. 2551. (5 March 2008). **Royal Gazette** No. 125, Part 43A.
- Medical Profession Act B.E. 2525. (11 Oct 1982). **Royal Gazette** No. 99, Part 111.
- Papa Sutram and Pavawat Chaiphanawan. **Obstacles In the Enforcement of Health Facility Act 2541 for Advertisement Control.** Kasem Bundit 2019;20:200-209.
- Protection Consumer and Public Health Group Maharakham Provincial Public Health Office: **Annual Report 2020** [online]. 2020 [cited Dec 19, 2020]. Available from: URL:<http://mkho.moph.go.th>.
- Public Health Ministerial Declaration on Disease or Disease Syndrome that do not advertise. (22 March 2013). **Royal Gazette** No. 130, Part 37F special.
- Public Health Ministerial Declaration on Disease or Disease Syndrome that do not advertise drugs as being able to treat, mitigate, cure or prevent. (20 Feb 1977). **Royal Gazette** No. 94, Part 13.
- Regulations of Statement of the Medical Council of Thailand on **discount advertising or provide benefits as compensation for Medical Profession.**
- Sanatoriums Act B.E. 2541. (24 Mar 1998). **Royal Gazette** No. 115, Part 15A.
- Thanachot Saenkam. **Necessity to Control Sanatorium Advertisements.** NITIPAT NIDA 2019;8 :41-55.
- The Civil and Commercial Code. (11 Nov 1925). **Royal Gazette** No. 42.