

## อุปสรรคในกระบวนการบังคับใช้พระราชบัญญัติสถานพยาบาล พ.ศ. 2541

### เพื่อควบคุมการโฆษณาสถานพยาบาล ในกรุงเทพมหานคร

#### OBSTACLES IN THE ENFORCEMENT OF SANATORIUM ACT B.E. 2541:

#### FOR ADVERTISING CONTROL SANATORIUM IN BANGKOK

ประไพ ตรีกาลนนท์

กองสถานพยาบาลและการประกอบโรคศิลปะ กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ

PRAPAI TRIKALNON

BUREAU OF SANATORIUM AND ART OF HEALING, DEPARTMENT OF HEALTH SERVICE SUPPORT

#### บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการบังคับใช้กฎหมายเพื่อควบคุมการโฆษณาสถานพยาบาลซึ่งปัจจุบันยังมีปัญหาและอุปสรรคในการควบคุมการโฆษณาในสถานพยาบาลโดยศึกษาในสถานพยาบาลประเภทที่ไม่รับผู้ป่วยไว้ค้างคืน (คลินิก) สาขาเวชกรรมที่มีบริการห้องผ่าตัดในเขตกรุงเทพมหานครโดยเก็บข้อมูลจากโฆษณาที่มาขออนุมัติโฆษณาต่อกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ และการเก็บรวบรวมข้อมูลคดีการเปรียบเทียบปรับการฝ่าฝืนการโฆษณาในช่วงระยะเวลา 1 ปี (ตุลาคม 2554 ถึง กันยายน 2555)

ผลการศึกษาพบว่า สถานพยาบาลที่มาขออนุมัติการโฆษณาสถานพยาบาล มีทั้งหมดจำนวน 2,556 แห่ง มีการโฆษณาหรือประกาศเกี่ยวกับสถานพยาบาลส่วนใหญ่เป็นไปตามข้อกำหนดของกฎหมาย ไม่เข้าข่ายการฝ่าฝืนการโฆษณาสถานพยาบาล จำนวน 1,556 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 60.88 และสถานพยาบาลกลุ่มเสี่ยงที่เข้าข่ายการฝ่าฝืนการโฆษณาสถานพยาบาล จำนวน 1,000 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 39.12 โดยลักษณะเนื้อหาการโฆษณาที่ฝ่าฝืนกฎหมายมากที่สุด คือ ข้อ 7(1) การโฆษณาหรือประกาศอันเป็นเท็จหรือไม่มีมูลความจริง โอ้อวดเกินจริง หลอกลวงปกปิดความจริง จำนวน 330 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 33.0 รองลงมาคือ ข้อ 7(2) การโฆษณาหรือประกาศที่ทำให้เข้าใจว่าในสถานพยาบาลมีผู้ประกอบวิชาชีพ บุคลากร เครื่องมือ เครื่องใช้ ยา เวชภัณฑ์ หรืออุปกรณ์ทางการแพทย์ จำนวน 255 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 25.5 เมื่อวิเคราะห์การบังคับใช้กฎหมายเพื่อควบคุมการโฆษณาสถานพยาบาล ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่า สาเหตุที่ส่งผลกระทบต่อการใช้กฎหมาย ประกอบด้วย 5 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยจากตัวบทกฎหมาย ปัจจัยด้านการบังคับใช้กฎหมายของพนักงานเจ้าหน้าที่ ปัจจัยด้านองค์กร ปัจจัยด้านพฤติกรรมผู้รับบริการ และปัจจัยสภาพแวดล้อมและธุรกิจบริการทางการแพทย์ การศึกษาอุปสรรคในการบังคับใช้กฎหมายโฆษณาเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคและคุ้มครองสิทธิประโยชน์ของประชาชนได้อย่างเป็นระบบและมีประสิทธิภาพสูงสุด

**คำสำคัญ :** พระราชบัญญัติสถานพยาบาล พ.ศ. 2541, สถานพยาบาล, การบังคับใช้กฎหมาย, การโฆษณา, การคุ้มครองผู้บริโภค

## Abstract

This study aimed to investigate the factors influencing the enforcement of laws controlling hospital advertisements, as there are currently existing issues and obstacles in regulating such advertising in hospitals. The research was conducted within non-overnight stay medical clinics that provide surgical services in Bangkok, with data collected from advertisements approved by the Department of Health Service Support and case data of penalties for violating advertising rules over one year (October 2011 to September 2012). The study found that 2,556 hospitals had submitted applications for advertisement approval. Most of the advertisements or announcements from these hospitals complied with the legal provisions, with 1,556 hospitals (or 60.88%) not violating sanatorium advertising rules. Meanwhile, 1,000 hospitals (or 39.12%) were identified as high risk for breaching sanatorium advertising rules. The most common type of legal infringement was found to be under Section 7(1) - false or baseless advertising, exaggeration, deceit, or concealment of the truth, which amounted to 330 cases or 33.0%. The second most common was under Section 7(2) - advertisements or announcements leading to a misunderstanding that the sanatorium has professional personnel, tools, equipment, medicines, medical devices, or medical equipment, accounting for 255 cases or 25.5%. Upon analyzing the enforcement of laws to control sanatorium advertisements, the study concluded that there are five factors affecting law enforcement, namely, factors from the legal context, factors related to the law enforcement of officers, organizational factors, factors related to consumer behavior, and factors related to environmental and medical service business conditions. The study systematically examines the obstacles to enforcing advertisement laws to protect consumers and safeguard the public interest as efficiently as possible.

**Keywords :** sanatorium act B.E. 2541, sanatorium, enforcement, advertising, consumer protection

## บทนำ

รัฐมีหน้าที่ส่งเสริมและพัฒนาการบริการสุขภาพ ตามที่บัญญัติไว้ในรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย ซึ่งรวมถึงการส่งเสริมดูแลกำกับการให้บริการของ สถานพยาบาลภาคเอกชน ให้มีคุณภาพมาตรฐาน และเป็นธรรมต่อผู้บริโภค โดยมีพระราชบัญญัติ สถานพยาบาล พ.ศ. 2541 และที่แก้ไขเพิ่มเติม เป็นกลไกและเครื่องมือที่สำคัญในการกำกับดูแล สถานพยาบาลภาคเอกชนให้ประกอบกิจการ ไปในแนวทางที่สอดคล้องกับแนวนโยบายของการ พัฒนาคุ้มครองผู้บริโภคของรัฐบาล ในปัจจุบันการ ประกอบกิจการสถานพยาบาลเอกชนมีมากขึ้นทั้ง สถานพยาบาลประเภทคลินิกและโรงพยาบาล ในเขตพื้นที่เฉพาะกรุงเทพมหานคร พบว่า มีสถาน พยาบาล ที่ได้รับอนุญาตใหม่จำนวนกว่า 5,000 แห่ง และเป็นคลินิกเสริมความงามมากกว่า 3,000 แห่ง (กองสถานพยาบาลและการประกอบโรคศิลปะ, 2566) ประกอบกับพฤติกรรมของคนในสังคมมี ค่านิยมรับบริการเสริมความงามมากขึ้น ทำให้เกิด การแข่งขันในเชิงธุรกิจทางการแพทย์เพื่อรองรับ ความต้องการเพิ่มขึ้น การประชาสัมพันธ์หรือโฆษณา เกี่ยวกับการให้บริการของสถานพยาบาลถือเป็น กลยุทธ์ทางการตลาดที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญ เนื่องจากเป็นสิ่งที่ทำให้ผู้บริโภคสามารถรับข้อมูล ข่าวสารของสินค้าและบริการได้อย่างรวดเร็วและ ทัวถึง อีกทั้งยังมีส่วนในการตัดสินใจเลือกรับบริการ ในสถานพยาบาล เช่น การโฆษณาให้ทราบเกี่ยวกับ ชื่อ คุณวุฒิหรือความสามารถของผู้ประกอบวิชาชีพ การให้บริการทางการแพทย์ การแจ้งอัตราค่าบริการ สถานพยาบาล ค่าบริการทางการแพทย์ การแจ้งวันและ เวลาให้บริการ รวมถึงการแจ้งข่าวสารต่างๆ (ชฎากร บุญสิน, 2564) ทำให้สถานพยาบาลหลายแห่งอาศัย การโฆษณาผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในช่องทางต่างๆ เพื่อดึงดูดให้ประชาชนเข้ารับบริการ

พระราชบัญญัติสถานพยาบาล พ.ศ.2541 มาตรา 38 แก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติสถาน พยาบาล (ฉบับที่ 4) พ.ศ.2559 ซึ่งเป็นกฎหมายหลัก ในการคุ้มครองผู้บริโภคด้านระบบบริการสุขภาพ และกรมสนับสนุนบริการสุขภาพเป็นองค์กรหลัก ในการคุ้มครองผู้บริโภคด้านระบบบริการสุขภาพ ได้กำหนดในเรื่องเกี่ยวกับการขออนุญาตประกอบ กิจการและดำเนินการสถานพยาบาล การขอยกเลิก การย้าย การปิดหรือเพิกถอนใบอนุญาตสถาน พยาบาล เป็นต้น ดังนั้น ตามมาตรา 38 แห่งพระราช บัญญัติสถานพยาบาล พ.ศ.2541 ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติม โดยพระราชบัญญัติสถานพยาบาล (ฉบับที่ 4) พ.ศ.2559 และประกาศกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ เรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการ เงื่อนไขและค่าใช้จ่ายใน การโฆษณาหรือประกาศเกี่ยวกับสถานพยาบาล พ.ศ.2562 สำคัญคือการโฆษณาสถานพยาบาล ต้องได้รับอนุมัติข้อความเสียง หรือภาพที่ใช้ในการ โฆษณาหรือประกาศจากผู้อนุญาตก่อนการเผยแพร่ โฆษณานั้นย่อมมีเจตนาให้ผู้บริโภคหลงเชื่อและ เข้าข่ายเป็นการหลอกลวงและก่อให้เกิดผลเสียต่อ ผู้บริโภค (พระราชบัญญัติสถานพยาบาล, 2559) สำหรับเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับสถานพยาบาลเอกชน ตามพระราชบัญญัติสถานพยาบาล พ.ศ.2541 ในปี งบประมาณ พ.ศ. 2565 กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ ได้รับเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับการโฆษณาสถานพยาบาล จำนวน 52 เรื่อง โดยปัญหาการร้องเรียนส่วนใหญ่ เป็นการโฆษณาสถานพยาบาลที่ฝ่าฝืนกฎหมาย (กองกฎหมาย, 2565) ดังนั้น เพื่อคุ้มครองผู้บริโภค ให้ได้รับบริการที่มีคุณภาพ มาตรฐานปลอดภัย และตรงตามความต้องการ ในการใช้พระราชบัญญัติ สถานพยาบาล พ.ศ. 2541 มาควบคุมการโฆษณา สถานพยาบาล เพื่อปกป้องสิทธิประโยชน์และให้ ความคุ้มครองแก่ประชาชน พบว่า มีอุปสรรคใน

กระบวนการบังคับใช้กฎหมายหลายประการ ส่งผลให้ประสิทธิผลของการบังคับใช้กฎหมายยังไม่บรรลุเป้าหมายในการคุ้มครองผู้บริโภคด้านบริการสุขภาพตามเจตนารมณ์ของกฎหมาย

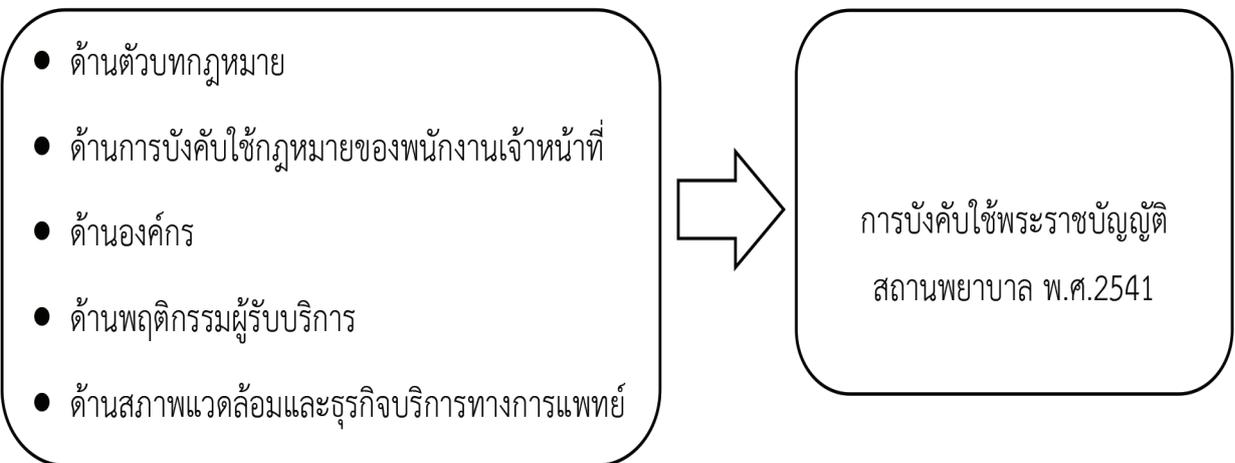
ผู้ศึกษาในฐานะเป็นพนักงานเจ้าหน้าที่ตามพระราชบัญญัติสถานพยาบาล พ.ศ.2541 ได้ตระหนักถึงสาเหตุของปัญหาในกระบวนการบังคับใช้กฎหมายพระราชบัญญัติสถานพยาบาล พ.ศ.2541 จึงมีความสนใจศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการบังคับใช้กฎหมายเพื่อควบคุมการโฆษณาสถานพยาบาลในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีสถานพยาบาลกระจายตัวอยู่หนาแน่น เพื่อสังเคราะห์ องค์ความรู้ให้ได้มาซึ่งข้อสรุปของการจัดการปัญหาอุปสรรค

และการพัฒนามาตรการเสริมสร้างประสิทธิผลของการบังคับใช้กฎหมายควบคุมการโฆษณาสถานพยาบาลตามพระราชบัญญัติสถานพยาบาลพ.ศ. 2541 และการพัฒนาบทบาทของกองสถานพยาบาลและการประกอบโรคศิลปะ ในการทำหน้าที่เป็นองค์กรที่บังคับใช้กฎหมายควบคุมมาตรฐานสถานพยาบาลของประเทศไทยต่อไป

### วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการบังคับใช้กฎหมายเพื่อควบคุมการโฆษณาสถานพยาบาลในเขตกรุงเทพมหานคร

### กรอบแนวคิด



### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงกระบวนการบังคับใช้พระราชบัญญัติสถานพยาบาล พ.ศ.2541 เพื่อควบคุมการโฆษณาสถานพยาบาลในกรุงเทพมหานครให้เกิดประสิทธิภาพ

### วิธีการศึกษา

การศึกษานี้เป็นการวิจัยจากเอกสาร (Documentary research) ใช้วิธีการสำรวจแบบภาคตัดขวาง (Cross-sectional survey) โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงพรรณนา ดังนี้

## กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือสถานพยาบาลประเภทที่ไม่รับผู้ป่วยไว้ค้างคืน (คลินิก) สาขาเวชกรรมที่มีบริการห้องผ่าตัดที่ได้มายื่นขออนุมัติโฆษณาในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 2,556 แห่ง (ข้อมูลจากกลุ่มคุ้มครองผู้บริโภคด้านระบบบริการสุขภาพ ข้อมูลตั้งแต่ 1 ตุลาคม 2564 ถึง 30 กันยายน 2565)

## การประเมินการฝ่าฝืนการโฆษณา

ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลคดีการเปรียบเทียบปรับการฝ่าฝืนการโฆษณาจากการนำเสนอให้คณะอนุกรรมการกลั่นกรองโฆษณา กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ พิจารณาให้ความเห็นต่อลักษณะข้อความ รูปภาพ เสียง โดยใช้แนวทางการพิจารณาตามกฎหมาย ดังนี้

1. ประกาศกระทรวงสาธารณสุข ฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2546) เรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขในการโฆษณาสถานพยาบาล
2. ประกาศกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ เรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการ เงื่อนไขและค่าใช้จ่ายในการโฆษณาหรือประกาศเกี่ยวกับสถานพยาบาล พ.ศ.2562
3. ประกาศแพทยสภา ที่ 50/2549 เรื่อง คำที่ห้ามใช้ในการโฆษณา
4. ระเบียบแพทยสภา เรื่อง การโฆษณาให้ส่วนลด หรือการให้ผลประโยชน์เป็นค่าตอบแทนของสถานพยาบาล
5. ประกาศกระทรวงสาธารณสุข เรื่อง โรคหรืออาการของโรคที่ห้ามโฆษณา

6. ประกาศสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา เรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการ เงื่อนไขการโฆษณาเครื่องมือแพทย์ พ.ศ. 2553

## เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้ คือ ข้อมูลสถานพยาบาลที่มีการฝ่าฝืนการโฆษณาตามพระราชบัญญัติสถานพยาบาล (ฉบับที่ 4) พ.ศ.2559 ตามมาตรา 38 แห่งพระราชบัญญัติสถานพยาบาล พ.ศ. 2541

## การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) คำนวณความถี่ และร้อยละ เพื่อสรุปข้อมูลเชิงปริมาณ การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) เพื่อสังเคราะห์อุปสรรคในการบังคับใช้กฎหมายเกี่ยวกับการโฆษณาสถานพยาบาลในเขตกรุงเทพมหานคร

## ผลการศึกษา

### ส่วนที่ 1 ข้อมูลการฝ่าฝืนการโฆษณาสถานพยาบาล

สถานพยาบาลประเภทที่ไม่รับผู้ป่วยไว้ค้างคืน (คลินิก) สาขาเวชกรรมที่มีบริการห้องผ่าตัดที่ยื่นขออนุมัติโฆษณาในเขตกรุงเทพมหานครจำนวน 2,556 แห่ง พบว่า สถานพยาบาลมีการโฆษณาหรือประกาศเกี่ยวกับสถานพยาบาลส่วนใหญ่เป็นไปตามข้อกำหนดของกฎหมาย ไม่เข้าข่ายการฝ่าฝืนการโฆษณาสถานพยาบาล จำนวน 1,556 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 60.88 และสถานพยาบาลกลุ่มเสี่ยงที่เข้าข่ายการฝ่าฝืนการโฆษณาสถานพยาบาลจำนวน 1,000 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 39.12 ดังแสดงในตาราง

ตารางที่ 1 ข้อมูลสถานพยาบาลที่ยื่นขออนุมัติโฆษณาสถานพยาบาล (n=2,556)

สถานพยาบาลที่ยื่นขออนุมัติโฆษณาสถานพยาบาล	จำนวน	ร้อยละ
เป็นไปตามประกาศกำหนด	1,556	60.88
กลุ่มเสี่ยง	1,000	39.12

## ส่วนที่ 2 ข้อมูลการฝ่าฝืนการโฆษณาหรือประกาศเกี่ยวกับสถานพยาบาล

สถานพยาบาลกลุ่มเสี่ยงที่เข้าข่ายการฝ่าฝืนการโฆษณาสถานพยาบาล จำนวน 1,000 แห่ง ที่มีลักษณะข้อความ รูปภาพ หรือเสียงไม่เป็นไปตามหลักเกณฑ์ วิธีการ เงื่อนไขในการโฆษณาหรือประกาศเกี่ยวกับสถานพยาบาล โดยพบว่า สถานพยาบาลจะฝ่าฝืนการโฆษณาข้อ 7(1) เป็นส่วนใหญ่ในเรื่องการโฆษณาหรือประกาศอันเป็นเท็จหรือไม่มีมูลความจริง โอ้อวดเกินจริง หลอกลวงปกปิดความจริง หรือทำให้บุคคลทั่วไปเข้าใจผิดว่าเป็นจริงทั้งหมดหรือเพียงบางส่วนมาใช้ประกอบการโฆษณาหรือประกาศทำให้เข้าใจว่าการบริการของสถานพยาบาลแห่งนั้นมีคุณภาพมาตรฐานที่ดีกว่า เหนือกว่า หรือสูงกว่าสถานพยาบาลอื่น หรือเกิดความคาดหวังว่าจะได้รับบริการที่ดีกว่า เหนือกว่า หรือสูงกว่า

สถานพยาบาลอื่น หรือได้ผลสูงสุด จำนวน 330 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 33.0 รองลงมาคือ ข้อ7(2) การโฆษณาหรือประกาศที่ทำให้บุคคลทั่วไปเข้าใจหรือคาดหวังว่าในสถานพยาบาลมีผู้ประกอบวิชาชีพ บุคลากร เครื่องมือ เครื่องใช้ ยา เวชภัณฑ์ หรืออุปกรณ์ทางการแพทย์ แต่โดยข้อเท็จจริงไม่มีในสถานพยาบาลหรือไม่เป็นไปตามโฆษณาหรือประกาศในทำนองให้เข้าใจผิดโดยไม่ถูกต้องตามหลักวิชาการที่เป็นมาตรฐานวิชาชีพ และข้อ 6(3) อัตราค่าบริการพยาบาล ค่ายา เวชภัณฑ์ ค่าบริการทางการแพทย์ค่าบริการอื่นๆ ทั้งนี้ การโฆษณาอัตราค่าบริการแบบเหมาจ่ายต้องแจ้งรายละเอียดของเงื่อนไขในการโฆษณานั้น โดยต้องแจ้งเงื่อนไขให้ผู้รับบริการทราบล่วงหน้าก่อนให้บริการ จำนวน 255 แห่ง และ 245 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 25.5 และ 24.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 2 จำนวนร้อยละของการฝ่าฝืนการโฆษณาสถานพยาบาลรายข้อ

ข้อกฎหมาย	จำนวน (n=1,000)	ร้อยละ
ข้อ 6 (3) อัตราค่าบริการพยาบาล ค่ายาเวชภัณฑ์ ค่าบริการทางการแพทย์ ค่าบริการอื่นๆ ทั้งนี้ การโฆษณาอัตราค่าบริการแบบเหมาจ่ายต้องแจ้งรายละเอียดของเงื่อนไขในการ โฆษณานั้น โดยต้องแจ้งเงื่อนไขให้ผู้รับบริการทราบล่วงหน้าก่อนให้บริการ	245	24.5
ข้อ 6 (6) การเผยแพร่ความรู้ทางวิชาการและผลงานวิจัยทางการแพทย์และสาธารณสุข ต้องไม่เป็นเท็จ โอ้อวดเกินจริง หรือก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับการให้ บริการของสถานพยาบาล และต้องระบุค่า เตือนไว้ว่ามีความเสี่ยงของการไม่ได้ผลหรืออาจ เกิดอันตรายหรือเกิดผลข้างเคียงกับ ผู้ใช้บริการ โดยที่ขนาดตัวอักษรต้องเท่ากับตัวอักษรที่ โฆษณาและความเร็วของเสียงต้องไม่เร็วไปกว่าเสียงปกติ	140	14.0
ข้อ 7 (1) การโฆษณาหรือประกาศอันเป็นเท็จหรือไม่มีมูลความจริง โอ้อวดเกินจริง หลอกล วง ปกปิดความจริง หรือทำให้บุคคลทั่วไปเข้าใจผิดว่าเป็นจริงทั้งหมดหรือเพียงบางส่วนมา ใช้ประกอบการโฆษณาหรือประกาศทำให้เข้าใจว่าการบริการของสถานพยาบาลแห่งนั้นมี คุณภาพมาตรฐานที่ดีกว่าเหนือกว่า หรือสูงกว่าสถานพยาบาลอื่น หรือเกิดความคาดหวังว่า จะได้รับบริการที่ดีกว่า เหนือกว่า หรือสูงกว่าสถานพยาบาลอื่น หรือได้ผลสูงสุด	330	33.0
ข้อ 7 (2) การโฆษณาหรือประกาศที่ทำให้บุคคลทั่วไปเข้าใจหรือคาดหวังว่าในสถาน พยาบาล มีผู้ประกอบวิชาชีพ บุคลากร เครื่องมือ เครื่องใช้ ยา เวชภัณฑ์ หรืออุปกรณ์ ทางการแพทย์ แต่โดยข้อเท็จจริงไม่มีในสถานพยาบาล หรือไม่เป็นไปตามโฆษณาหรือ ประกาศในทำนองให้เข้าใจผิดโดยไม่ถูกต้องตามหลักวิชาการที่เป็นมาตรฐานวิชาชีพ	255	25.5
ข้อ 7 (3) การโฆษณาหรือประกาศเกี่ยวกับชื่อสถานพยาบาล ซึ่งทำให้บุคคลทั่วไปเข้าใจ หรือหลงเชื่อว่าสถานพยาบาลนั้น ประกอบกิจการไม่ตรงกับที่ได้รับอนุญาตประกอบกิจการ	30	3.0

### ส่วนที่ 3 ปัญหาการบังคับใช้กฎหมายเพื่อควบคุม การโฆษณาสถานพยาบาล

จากการที่ได้บัญญัติกฎหมายดังกล่าวขึ้นใช้บังคับ พบว่า กฎหมายยังไม่ครอบคลุมในหลายประเด็นของปัญหาเกี่ยวกับการโฆษณาสถานพยาบาล และยังคงขาดความชัดเจนในหลายประเด็น เมื่อมีการนำเอากฎหมายมาบังคับใช้ และต้องอาศัยการตีความกฎหมายจนทำให้เกิดปัญหาขึ้นดังต่อไปนี้

#### ปัจจัยจากตัวบทกฎหมาย

ตามประกาศกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ เรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการ เงื่อนไขและค่าใช้จ่ายในการโฆษณาหรือประกาศเกี่ยวกับสถานพยาบาล พ.ศ. 2562 ลงวันที่ 25 พฤศจิกายน 2562 อาศัยอำนาจตามความในมาตรา 38 แห่งพระราชบัญญัติสถานพยาบาล พ.ศ. 2541 ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติสถานพยาบาล (ฉบับที่ 4) พ.ศ.2559 การขออนุมัติโฆษณาหรือประกาศเกี่ยวกับสถานพยาบาล ต้องเป็นการขออนุมัติสำหรับสถานพยาบาลที่ได้รับอนุญาตถูกต้องแล้วตามกฎหมายว่าด้วยสถานพยาบาล ซึ่งผู้ใดประสงค์จะโฆษณาหรือประกาศด้วยประการใดๆ เกี่ยวกับการประกอบกิจการของสถานพยาบาล นอกจากชื่อและที่ตั้งของสถานพยาบาลตามที่ปรากฏในใบอนุญาต ต้องได้รับอนุมัติข้อความเสียง หรือภาพที่ใช้ในการโฆษณาหรือประกาศจากผู้อนุญาต หากไม่ปฏิบัติตามมีความผิดตามมาตรา 68 ซึ่งบัญญัติว่าผู้ใดไม่ปฏิบัติตามมาตรา 38 วรรคหนึ่ง ต้องระวางโทษปรับไม่เกินสองหมื่นบาท และให้ปรับอีกวันละไม่เกินหนึ่งหมื่นบาทนับแต่วันที่ฝ่าฝืนคำสั่งที่ให้ระงับการโฆษณา หรือประกาศ ทั้งนี้จนกว่าจะระงับการโฆษณาหรือประกาศดังกล่าว และมาตรา 38 วรรคสอง การโฆษณาหรือประกาศด้วยประการใดๆ ซึ่งชื่อ ที่ตั้ง หรือกิจการของสถานพยาบาลหรือคุณวุฒิ หรือความสามารถของผู้ประกอบวิชาชีพในสถานพยาบาล เพื่อชักชวนให้มีผู้มาขอรับบริการจากสถาน

พยาบาลโดยใช้ข้อความ เสียง หรือภาพอันเป็นเท็จ หรือโอ้อวดเกินความจริง หรือน่าจะก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับการประกอบกิจการของสถานพยาบาลจะกระทำได้ ผู้ใดฝ่าฝืนมาตรา ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหนึ่งปีหรือปรับไม่เกินสองหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ และให้ปรับอีกวันละไม่เกินหนึ่งหมื่นบาทนับแต่วันที่ฝ่าฝืนคำสั่งที่ให้ระงับการโฆษณาหรือประกาศ ทั้งนี้จนกว่าจะระงับการโฆษณาหรือประกาศดังกล่าว

แม้พระราชบัญญัติสถานพยาบาล พ.ศ. 2541 จะมีการแก้ไขปรับปรุงและออกกฎหมายลำดับรองมาโดยตลอด แต่กฎหมายยังคงกำหนดวิธีการพิจารณาและบทลงโทษไว้ไม่ต่างจากการกระทำผิดความผิดที่ไม่ร้ายแรง การที่ตัวบทกฎหมายมีบทกำหนดโทษที่ไม่รุนแรง หากผู้ประกอบการสถานพยาบาล ขาดจิตสำนึกรับผิดชอบต่อการคุ้มครองผู้บริโภค และมุ่งประกอบธุรกิจโดยมุ่งหวังแต่ผลกำไรให้ผู้ฝ่าฝืนขาดความยำเกรงและกระทำผิดกฎหมายในมาตราที่เป็นบทกำหนดด้านการประกอบกิจการสถานพยาบาล อีกทั้งพยายามหลีกเลี่ยงการถูกตรวจสอบในขณะที่บทลงโทษที่มีกลับไม่รุนแรง มีผลทำให้ความเคารพต่อกฎหมายของผู้ประกอบการลดลงและเป็นการสร้างนิสัยการละเมิดกฎหมายของผู้ประกอบการโดยไม่จำเป็น

#### ปัจจัยด้านการบังคับใช้กฎหมายของ พนักงานเจ้าหน้าที่

การขออนุมัติการโฆษณาหรือประกาศเกี่ยวกับสถานพยาบาล ให้ผู้ขอรับใบอนุญาตให้ประกอบกิจการสถานพยาบาล หรือผู้รับอนุญาตเป็นผู้ยื่นคำขอต่อพนักงานเจ้าหน้าที่ ซึ่งได้รับมอบหมายจากอธิบดีกรมสนับสนุนบริการสุขภาพในการพิจารณาข้อความ เสียงหรือภาพ ที่ใช้ในการโฆษณาหรือประกาศ เกี่ยวกับสถานพยาบาล และมีคำสั่งอนุมัติ หรือไม่อนุมัติ การโฆษณาหรือประกาศเกี่ยวกับ

สถานพยาบาลดังกล่าวภายในสามสัปดาห์นับแต่วันที่ได้รับคำขอ อาจขยายระยะเวลาการพิจารณาออกไปได้อีกไม่เกินสามสัปดาห์ แต่ต้องมีหนังสือแจ้งเหตุผลหรือความจำเป็นนั้นให้ผู้ยื่นคำขอทราบก่อนครบกำหนดระยะเวลาดังกล่าว ในกรณีมีปัญหาเกี่ยวกับการพิจารณาโฆษณาหรือประกาศเกี่ยวกับสถานพยาบาล พนักงานเจ้าหน้าที่ถึงจะขอความเห็นจากอนุกรรมการที่แต่งตั้งโดยคณะกรรมการสถานพยาบาลเพื่อประกอบการพิจารณา

จะเห็นได้ว่า พนักงานเจ้าหน้าที่มีอำนาจในการใช้ดุลพินิจในการพิจารณาอนุญาต ต้องอาศัยศักยภาพของพนักงานเจ้าหน้าที่ ความรอบรู้ด้านกฎหมาย ประสบการณ์ในการปฏิบัติงานที่ต้องวิเคราะห์และตัดสินใจในการพิจารณาอนุมัติข้อความ เสี่ยงหรือภาพ ที่ใช้ในการโฆษณาหรือประกาศเกี่ยวกับสถานพยาบาล อีกทั้งการตรวจสอบการกระทำผิด การฝ่าฝืนการโฆษณา ไม่ทั่วถึง เนื่องจากการโฆษณาสถานพยาบาลมีหลายช่องทาง และจำนวนสถานพยาบาลมีจำนวนมาก การบังคับใช้กฎหมายด้านการโฆษณาจึงไม่สามารถดำเนินการได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ และครอบคลุม เพราะการลงโทษด้านการเปรียบเทียบปรับในปัจจุบันโดยส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลจากการร้องเรียนผู้บริโภค ซึ่งอาจนำไปสู่การเลือกปฏิบัติ การบังคับใช้กฎหมายที่ไม่เป็นธรรมของพนักงานเจ้าหน้าที่ได้ ประกอบกับความพร้อมในการปฏิบัติหน้าที่และการใช้อำนาจบังคับของพนักงานเจ้าหน้าที่ การบังคับใช้กฎหมายว่าด้วยสถานพยาบาลที่ขาดประสิทธิภาพ ส่วนหนึ่งเกิดจากปัญหาในการบริหารงานควบคุม กำกับมาตรฐานสถานพยาบาล เนื่องจากกำลังคนที่ทำหน้าที่เป็นพนักงานเจ้าหน้าที่มีอยู่อย่างจำกัด และต้องหมุนเวียนการปฏิบัติหน้าที่อย่างต่อเนื่องและเร่งรัดทำให้ขาดโอกาสในการพัฒนาศักยภาพที่จำเป็นขาดสวัสดิการหรือแรงจูงใจการทำงานในระยะยาว และบางคน

มีปัญหาสุขภาพจากการที่ต้องเดินทางออกไปภายนอกหน่วยงานบ่อยครั้ง อีกทั้งยังขาดระบบสารสนเทศที่มีประสิทธิภาพที่จะช่วยประหยัดเวลาหรือลดขั้นตอนในการทำงาน

### ปัจจัยด้านองค์กร

กองสถานพยาบาลและการประกอบโรคศิลปะ เป็นหน่วยงานหลักที่มีอำนาจหน้าที่ตามกฎหมายในการควบคุม กำกับมาตรฐานสถานพยาบาลด้านการโฆษณาสถานพยาบาล แต่ยังมีหน่วยงานอื่นๆ ที่รับผิดชอบเกี่ยวข้องตามกระบวนการทางกฎหมายวิธีพิจารณาความแพ่งและอาญา กฎหมายวิชาชีพกฎหมายด้านอาหารและยา กฎหมายเกี่ยวกับเครื่องมือและอุปกรณ์ทางการแพทย์ กฎหมายด้านการอนามัยสิ่งแวดล้อม กฎหมายการประกอบกิจการอันเป็นอันตรายต่อสุขภาพ กฎหมายสถานบริการด้วยเหตุที่มีกฎหมายที่เกี่ยวข้องหลายฉบับ จึงมีโอกาสที่การบังคับใช้กฎหมายจะเกิดความซ้ำซ้อนกันทั้งทางด้านการกำหนดนโยบายและการตัดสินใจเกิดความสับสนเปล่าในการใช้กำลังคนในการปฏิบัติงานในลักษณะที่บูรณาการกันไม่ได้ เกิดการสูญเสียงบประมาณในการปฏิบัติภารกิจอย่างเดียวกัน หรือมีแนวทางปฏิบัติที่คล้ายคลึงกัน

การมีหน่วยงานที่มีหน้าที่บังคับใช้กฎหมายที่มีอำนาจคล้ายคลึงกัน มีโอกาสที่แต่ละหน่วยงานออกคำสั่งตามกฎหมายจะมีความขัดแย้งหรือซ้ำซ้อนกันได้ ทำให้เกิดความสับสนแก่ผู้ปฏิบัติงานซึ่งส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติหน้าที่

### ปัจจัยด้านพฤติกรรมผู้บริโภค

การละเมิดสิทธิผู้บริโภคด้านบริการสุขภาพจากการรวบรวมข้อร้องเรียนของสถานพยาบาลในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า มีการโฆษณาหรือประกาศเผยแพร่ข้อมูลอันเป็นเท็จไม่มีมูลความจริง โอ้อวดเกินจริง หลอกลวง ปกปิดความจริง หรือทำให้ผู้รับบริการเกิดความเข้าใจผิดจากการใช้ข้อความ

ภาพผู้ซื้อเสี่ยงมาใช้ประกอบการโฆษณาหรือประกาศ ทำให้เข้าใจว่าการบริการของสถานพยาบาลแห่งนั้นมีคุณภาพมาตรฐานที่ดีกว่า เหนือกว่า หรือสูงกว่าสถานพยาบาลอื่น เกิดความคาดหวังในการเข้ารับบริการหัตถการ ตามที่ปรากฏตามสื่อต่างๆรวมถึงการได้รับความเสียหายหรือเสียชีวิตจากการเข้ารับบริการสถานพยาบาล

ข้อสังเกตประการหนึ่งเกี่ยวกับการทำหน้าที่บังคับใช้กฎหมายสถานพยาบาล คือกระบวนการนำนโยบายสาธารณะที่เป็นกฎหมายไปสู่การปฏิบัติจากการวิเคราะห์ผลการดำเนินงาน พบว่า กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ที่หน่วยงานดำเนินการอยู่ ส่วนใหญ่

เป็นรูปแบบของการจัดประชุมวิชาการเพื่อชี้แจงนโยบายแบบเป็นครั้งคราวแก่หน่วยงาน หรือกลุ่มผู้ประกอบการกิจการสถานพยาบาลที่เกี่ยวข้อง การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านทางเว็บไซต์ การติดประกาศประชาสัมพันธ์ข้อมูลสิทธิผู้ป่วย การเผยแพร่ข่าวการเข้าจับกุมสถานพยาบาลที่ผิดกฎหมายผ่านสื่อมวลชน รวมทั้งการประชาสัมพันธ์กิจกรรมของรัฐผ่านจดหมายข่าว ซึ่งเผยแพร่เฉพาะในวงจำกัดที่เป็นกลุ่มเป้าหมายหลักขององค์กร แม้กิจกรรมเหล่านี้จะเป็นการดำเนินการเชิงรุก แต่ยังไม่ได้รับการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารสู่สาธารณะให้เข้าถึงประชาชนเพื่อเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจ และตระหนักในการเข้าถึงและใช้สิทธิผู้รับบริการสุขภาพได้อย่างมีประสิทธิภาพ

### **ปัจจัยสภาพแวดล้อมและธุรกิจบริการทางการแพทย์**

ปัจจุบันธุรกิจเสริมความงามได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย เป็นอีกทางเลือกหนึ่งในการเปลี่ยนแปลงตัวเองที่ช่วยเสริมสร้างความมั่นใจ ให้ความสำคัญกับบุรุษปลั๊กซ์หน้าตา ความสวยงาม และหันมาเข้ารับบริการเสริมความงามในสถานพยาบาล

ผ่านการโฆษณาเพิ่มมากขึ้น ประกอบกับจากรวบรวมข้อมูล สถานพยาบาลประเภทที่ไม่รับผู้ป่วยไว้ค้างคืน (คลินิก) สาขาเวชกรรมที่มีบริการห้องผ่าตัด มีแนวโน้มการขออนุญาตประกอบกิจการสถานพยาบาลเพิ่มมากขึ้นเกิดความแข่งขันทางธุรกิจบริการทางการแพทย์

ปัญหาการกระทำผิดโฆษณาสถานพยาบาลในเขตกรุงเทพมหานคร มีผลสืบเนื่องมาจากการเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วของสถานพยาบาล การโฆษณาสถานพยาบาลจึงเป็นช่องทางหนึ่งที่ผู้ประกอบการสถานพยาบาลเลือกใช้สื่อสารชักชวนผู้เข้ารับบริการ โดยโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์และมีข้อความฝ่าฝืนกฎหมายตามหลักเกณฑ์ วิธีการเงื่อนไขในการโฆษณาหรือประกาศเกี่ยวกับสถานพยาบาล

### **อภิปรายผล**

การศึกษานี้ศึกษาเฉพาะผู้ประกอบการบังคับใช้กฎหมายเพื่อควบคุมการโฆษณาสถานพยาบาลในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น แต่ถือได้ว่าเป็นตัวแทนที่ดีของการศึกษาในบริบทของประเทศไทย เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่มีจำนวนสถานพยาบาลอยู่หนาแน่นมากที่สุดของประเทศไทย

สถานพยาบาลกลุ่มเสี่ยงที่เข้าข่ายการฝ่าฝืนการโฆษณาสถานพยาบาล จำนวน 1,000 แห่ง ที่มีลักษณะข้อความ รูปภาพ หรือเสียงไม่เป็นไปตามหลักเกณฑ์ วิธีการ เงื่อนไขในการโฆษณาหรือประกาศเกี่ยวกับสถานพยาบาล โดยฝ่าฝืนการโฆษณาข้อ 7(1) มากที่สุด ในเรื่องการโฆษณาหรือประกาศอันเป็นเท็จหรือไม่มีมูลความจริง โอ้อวดเกินจริง หลอกลวงปกปิดความจริง จำนวน 330 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 33.0 สอดคล้องกับผลการศึกษาของชฎากร บุญสิน ศึกษาความชุกของโฆษณาทางสื่อออนไลน์ที่ฝ่าฝืนกฎหมายของคลินิกเวชกรรมที่ให้

บริการเสริมความงามในจังหวัดเพชรบูรณ์ พบว่า การโฆษณาของคลินิกใน Facebook ทั้งหมด 222 ชิ้น ฝ่าฝืนกฎหมายจำนวน 180 ชิ้น โดยฝ่าฝืน ประการศข้อ 7(1) ประกาศอันเป็นเท็จหรือไม่มีมูล ความจริง โอ้อวดเกิดจริง หลอกลวง ปกปิดความจริง มากที่สุดจำนวน 38 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 21.11 และ ผลการศึกษาของวิภา ศิริสวัสดิ์ การศึกษาโฆษณา ของสถานพยาบาลเอกชนในจังหวัดนครราชสีมา พบว่าจำนวนโฆษณาที่มาขอรับการอนุมัติ 129 ชิ้น พบโฆษณาที่ไม่ถูกต้องร้อยละ 82.9 ลักษณะเนื้อหา ที่ไม่ถูกต้องที่พบมากที่สุดคือ การใช้ข้อความเท็จหรือ มีลักษณะเป็นการหลอกลวงหรือปกปิดความจริง ใช้ ข้อความหรือรูปภาพโอ้อวดเกินจริง ร้อยละ 69

การโฆษณาสถานพยาบาลประเภทที่ไม่รับ ผู้ป่วยไว้ค้างคืน (คลินิก) สาขาเวชกรรมที่มีบริการ ห้องผ่าตัดในเขตกรุงเทพมหานคร อุปสรรคใน กระบวนการบังคับใช้พระราชบัญญัติสถานพยาบาล พ.ศ. 2541 และที่แก้ไขเพิ่มเติม ประกอบด้วยปัจจัย หลักสำคัญ คือ

ปัจจัยจากตัวบทกฎหมาย แม้พระราชบัญญัติ สถานพยาบาล พ.ศ. 2541 จะมีการแก้ไขปรับปรุง และออกกฎหมายลำดับรองมาโดยตลอดแต่ กฎหมายยังคงกำหนดวิธีการพิจารณาและ บทลงโทษไว้ไม่ต่างจากการกระทำความผิดที่ไม่ ร้ายแรง สอดคล้องกับ บัญญัติมาตรา (2548) กล่าวว่า กฎหมายที่ไม่ทันสมัยกับสภาพการณ์ ความเจริญ ก้าวหน้าของเทคโนโลยีทางการแพทย์และการ เปลี่ยนแปลงทางสังคม บทลงโทษที่ไม่รุนแรง ทำให้ ผู้ประกอบกิจการฝ่าฝืนกฎหมาย ขาดความยำเกรง แม้ความผิดนั้นมิอันตรายที่ร้ายแรงและมีผลต่อ ความปลอดภัยของชีวิตและร่างกายของผู้รับบริการ แต่บทลงโทษที่มีและไม่รุนแรง มีผลทำให้ความเคารพ ต่อกฎหมายของผู้ประกอบกิจการลดลง

ปัจจัยด้านการบังคับใช้กฎหมายของพนักงาน

เจ้าหน้าที่ ไม่ได้กำหนดขอบเขตอำนาจหน้าที่ไว้ อย่างชัดเจน ไม่มีแนวทางปฏิบัติที่เป็นมาตรฐาน เดียวกัน ลดการใช้ดุลยพินิจในการตัดสิน รวมทั้งมี ขอบเขตการใช้อำนาจที่เหมาะสม ความเชี่ยวชาญ ในสายงานที่ปฏิบัติ เพื่อให้กฎหมายมีสภาพบังคับ ใช้ที่ปฏิบัติอย่างเท่าเทียม เสมอภาค ไม่เลือกปฏิบัติ มีความน่าเชื่อถือ เพื่อให้ประชาชนได้รับการปฏิบัติ อย่างเท่าเทียมกัน อีกทั้งการตรวจสอบการกระทำ ผิดการฝ่าฝืนการโฆษณา ไม่ทั่วถึง เนื่องจากการ โฆษณาสถานพยาบาลมีหลายช่องทาง และจำนวน สถานพยาบาลมีจำนวนมาก การบังคับใช้กฎหมาย ด้านการโฆษณาจึงไม่สามารถดำเนินการได้อย่าง เต็มประสิทธิภาพ และครอบคลุม สอดคล้องกับ แสวง บุญเฉลิมวิภาส (2548) กล่าวว่า ความพร้อม ในการปฏิบัติหน้าที่เนื่องจากกำลังคนที่ทำหน้าที่ เป็นพนักงานเจ้าหน้าที่มีอยู่อย่างจำกัดส่งผลต่อการ บังคับใช้กฎหมาย

ปัจจัยด้านองค์กร กองสถานพยาบาลและการ ประกอบโรคศิลปะ เป็นหน่วยงานหลักที่มีอำนาจ หน้าที่ตามกฎหมายในการควบคุม กำกับมาตรฐาน สถานพยาบาลในด้านการโฆษณาสถานพยาบาล ประกอบกับมีกฎหมายที่เกี่ยวข้องหลายฉบับ จึงมี หน่วยงานหลายภาคส่วนเข้ามาเกี่ยวข้อง โอกาสที่ แต่ละหน่วยงานออกคำสั่งตามกฎหมายจะมีความ ชัดแย้งหรือซ้ำซ้อนกันได้ ทำให้เกิดความสับสนแก่ ผู้ปฏิบัติงานซึ่งส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการ ปฏิบัติหน้าที่ สอดคล้องกับ ประภา สุธรรม และ ภาวัต ชาวพัฒนวรรณ (2562) กล่าวว่า องค์กรหรือ หน่วยงานควรมีการหารือหรือบูรณาการร่วมกันเพื่อ ลดความขัดแย้งหรือซ้ำซ้อนในการออกคำสั่งตาม กฎหมาย

ปัจจัยด้านพฤติกรรมผู้รับบริการ พฤติกรรม ของผู้รับบริการที่เปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัยมีผล ต่อความไม่เท่าทันต่อการโฆษณา ดังนั้น กองสถาน

พยาบาลและการประกอบโรคศิลปะ จึงควรให้ความสำคัญต่อมาตรการการบังคับใช้กฎหมาย สอดคล้องกับ กฎหมาย ผลิตภัณ และสงวน สิทธิเกียรติบัตร (2560) กล่าวว่า การควบคุมกลยุทธ์ทางการตลาดการประชาสัมพันธ์ รวมถึงการมีมาตรการด้านจริยธรรมเกี่ยวกับการโฆษณาชวนเชื่อต่างๆ เพื่อเสริมสร้างความตระหนักรู้เท่าทันกลยุทธ์ทางการตลาดเป็นกลไกสำคัญในการลดปัญหาการกระทำผิดมาตรฐานการประกอบกิจการ และการบังคับใช้กฎหมายกิจการสถานพยาบาล

ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมและธุรกิจบริการทางการแพทย์ มีผลสืบเนื่องมากจากการเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วของสถานพยาบาล การโฆษณาสถานพยาบาลจึงเป็นช่องทางหนึ่งสำหรับผู้ประกอบการสถานพยาบาลเลือกใช้สื่อสารชักชวนผู้เข้ารับบริการ ประกอบกับการบังคับใช้กฎหมายขององค์กรมีเพียงการประชาสัมพันธ์เฉพาะกลุ่ม สอดคล้องกับ สกฤษฎ์ (2554) กล่าวว่า การขาดการกำหนดนโยบายเชิงบูรณาการด้านการคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศไทยอย่างเป็นทางการ รวมทั้งขาดการสื่อสารนโยบายและให้ความรู้และเสริมสร้างความตระหนักให้แก่ประชาชนอย่างต่อเนื่อง ผู้ประกอบการจึงมีโอกาสกระทำผิดซ้ำ

## สรุปผล

อุปสรรคในการบังคับใช้พระราชบัญญัติสถานพยาบาล พ.ศ. 2541 เพื่อควบคุมการโฆษณาสถานพยาบาลในเขตกรุงเทพมหานคร ปัจจัยสำคัญ คือ

ปัจจัยจากตัวบทกฎหมาย การบังคับใช้พระราชบัญญัติสถานพยาบาล พ.ศ. 2541 ในการควบคุมการโฆษณาสถานพยาบาลในเขตกรุงเทพมหานคร มิควรคำนึงถึงแต่เพียงการทำให้เกิดความเป็นระเบียบเรียบร้อยของการประกอบธุรกิจบริการสุขภาพเท่านั้น ต้องคำนึงถึงความ

ปลอดภัยและการได้รับการคุ้มครองสิทธิของประชาชนผู้รับบริการเป็นสำคัญ ดังนั้น จึงควรได้รับการปรับปรุงบทบัญญัติของกฎหมายหรือประกาศกระทรวงสาธารณสุขเกี่ยวกับการโฆษณาสถานพยาบาลให้มีสภาพบังคับใช้ที่เหมาะสมกับสถานการณ์ปัจจุบัน

ปัจจัยด้านการบังคับใช้กฎหมายของพนักงานเจ้าหน้าที่ พนักงานเจ้าหน้าที่ถือเป็นบุคลากรสำคัญในการขับเคลื่อนการบังคับใช้กฎหมาย ความเชี่ยวชาญด้านกฎหมาย ลดการใช้ดุลยพินิจในการตัดสินรวมทั้งมีขอบเขตการใช้อำนาจที่เหมาะสม กำลังคนในการปฏิบัติงานที่มีอยู่อย่างจำกัดกับภาระงานที่เพิ่มขึ้น หากมีเครื่องมือระบบสารสนเทศที่ช่วยประหยัดเวลาหรือลดขั้นตอนในการทำงานน่าจะเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานมากขึ้น

ปัจจัยด้านองค์กร กองสถานพยาบาลและการประกอบโรคศิลปะ เป็นส่วนราชการที่มีอำนาจหน้าที่ตามกฎหมายในการควบคุม กำกับมาตรฐานสถานพยาบาลในด้านการโฆษณาสถานพยาบาล ความจำเป็นต้องมีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการบริหารกระบวนการตรวจประเมินมาตรฐานสถานพยาบาลในด้านการโฆษณาสถานพยาบาล โดยระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ จะสามารถเพิ่มประสิทธิภาพของการบังคับใช้พระราชบัญญัติสถานพยาบาล พ.ศ. 2541

ปัจจัยด้านพฤติกรรมผู้รับบริการ เป็นปัจจัยสำคัญอีกประการหนึ่งและมีความผันแปรมากที่สุด ต่อปัญหาการละเมิดสิทธิผู้บริโภคด้านบริการสุขภาพที่เกิดขึ้น พฤติกรรมของผู้รับบริการที่เปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย มีผลต่อความไม่เท่าทันต่อการโฆษณา ผู้รับบริการยังคงขาดความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับการเลือกรับบริการจากสถานพยาบาล ประกอบกับค่านิยมทางสังคมที่ส่งเสริมให้คนเลือกรับบริการจากการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคม

ออนไลน์ผ่านดารา นักแสดง หรือบุคคลที่มีชื่อเสียงในสังคม ดังนั้น การควบคุม กลยุทธ์ทางการตลาด การประชาสัมพันธ์รวมถึงการมีมาตรการด้านจริยธรรมเกี่ยวกับการโฆษณาชวนเชื่อต่างๆ เพื่อเสริมสร้างความตระหนักรู้เท่าทันกลยุทธ์ทางการตลาดจึงเป็นกลไกสำคัญในการลดปัญหาการกระทำผิดมาตรฐานการประกอบกิจการ และการบังคับใช้กฎหมายโฆษณาสถานพยาบาล

ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมและธุรกิจบริการทางการแพทย์ ที่มุ่งเน้นการควบคุม กำกับตามมาตรฐานสถานพยาบาลมากกว่าการสร้างความรู้ในความร่วมมือรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบกิจการและผู้ดำเนินการสถานพยาบาล เพื่อให้เกิดตระหนักรู้ในความร่วมมือรับผิดชอบต่อสังคม และเสริมสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการคุ้มครองผู้บริโภคด้านบริการสุขภาพของประเทศไทย

### ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาอุปสรรคในกระบวนการบังคับใช้พระราชบัญญัติสถานพยาบาล พ.ศ.2541 เพื่อควบคุมการโฆษณาสถานพยาบาลในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะต่อกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ ในฐานะหน่วยงานหลักที่มีภารกิจในการดำเนินการเกี่ยวกับกฎหมายฉบับนี้และอยู่ในความรับผิดชอบของกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ เพื่อให้การบังคับใช้กฎหมายเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ดังนี้

- 1) ปรับปรุงแก้ไขให้กระบวนการงานการบังคับใช้กฎหมายในทางปฏิบัติ ให้มีความเหมาะสมกับบริบท โดยการทบทวนบทกำหนดโทษ เพิ่มอัตราโทษให้สามารถเปรียบเทียบปรับในอัตราที่สูงขึ้นเพื่อให้เหมาะสมกับสภาพสังคมในปัจจุบัน
- 2) พัฒนากลยุทธ์การสื่อสารเชิงนโยบายกับผู้ประกอบกิจการสถานพยาบาลและผู้ดำเนินการ

สถานพยาบาล กลุ่มผู้มีส่วนได้เสียจากผลของการบังคับใช้กฎหมายเพื่อการจัดระเบียบการโฆษณาสถานพยาบาล และการควบคุมกำกับโฆษณาในสถานพยาบาล ไม่ให้โฆษณาที่เป็นเท็จ โอ้อวด และการทำให้เข้าใจผิดในสาระสำคัญของการบริการ การให้ความรู้ ความเข้าใจ ในเรื่องการโฆษณาสถานพยาบาลที่ไม่ฝ่าฝืนกฎหมายมาตรา 38 แห่งพระราชบัญญัติสถานพยาบาล พ.ศ.2541

3) ตระหนักถึงความสำคัญต่อการพัฒนาเทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพ มีระบบฐานข้อมูลที่สามารถเข้าถึงได้โดยสะดวก สร้างและส่งเสริมระบบเครือข่ายที่เข้มแข็ง

4) กองสถานพยาบาลและการประกอบโรคศิลปะ มีการบังคับใช้กฎหมายโดยมีการตรวจมาตรฐานตามมาตรา 45 แห่งพระราชบัญญัติสถานพยาบาล พ.ศ. 2541 อย่างครอบคลุมและทั่วถึง มีประสิทธิภาพ

5) องค์กรหลักในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์เชิงบูรณาการระหว่างส่วนราชการที่มีอำนาจหน้าที่ในการบังคับใช้กฎหมายที่เกี่ยวข้องทางการแพทย์อื่นๆ ร่วมกัน

### ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. จากการศึกษาศึกษาอุปสรรคในกระบวนการบังคับใช้กฎหมายเพื่อควบคุมการโฆษณาสถานพยาบาล กองสถานพยาบาลและการประกอบโรคศิลปะร่วมกับกองกฎหมาย ซึ่งเป็นหน่วยงานหลักในการควบคุมโฆษณาสถานพยาบาลน่าจะมีการศึกษาการพัฒนามาตรการเสริมสร้างประสิทธิผลของการบังคับใช้กฎหมายในการควบคุมสถานพยาบาล
2. การศึกษาครั้งต่อไปน่าจะมีการศึกษาประสิทธิผลของการบังคับใช้กฎหมายว่าด้วยสถานพยาบาลต่อการควบคุมการโฆษณาสถานพยาบาล เพื่อส่งเสริมให้การศึกษาครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

## เอกสารอ้างอิง

- Announcement of the Department of Health Service Support on Criteria Methods Conditions and Expenses for Advertising or Announcement on *Sanatorium Act B.E. 2562*. (2019, 25 November). Royal Gazette. Volume 136: Part 289d, 44. (in Thai).
- ประกาศกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ เรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการ เงื่อนไขและค่าใช้จ่ายในการโฆษณา หรือ ประกาศเกี่ยวกับสถานพยาบาล. พ.ศ.2562. (2562, 25 พฤศจิกายน ). ราชกิจจานุเบกษา. เล่มที่ 136 : ตอนที่ 289 ง, หน้า 44.
- Boonchalermviphass Sawaeng. (2005). *Liability Act of Officers and Problems in Medical Practice*. Thammasat University Bangkok: Center for Health Law and Ethics. (in Thai).
- แสวง บุญเฉลิมวิภาส. (2548). พ.ร.บ. ความรับผิดของเจ้าหน้าที่กับปัญหาในเวชปฏิบัติ. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. กรุงเทพฯ : ศูนย์กฎหมายสุขภาพและจริยศาสตร์.
- Boonchalermviphass Sawaeng. (2013). *Laws and precautions of medical practitioners*. Bangkok: Wiyuchon publisher. (in Thai).
- แสวง บุญเฉลิมวิภาส. (2556). *กฎหมายและข้อควรระวังของผู้ประกอบวิชาชีพแพทย์พยาบาล*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์วิญญูชน.
- Jindathawornkit Chathana. (2011). *A study on the amendment of the Sanatorium Act, B.E. 2541 on the advertisement of Sanatorium under section 38*. (Master of Laws, Sukhothai Thammathirat Open University). (in Thai).
- Keidsri Kritani and Luekiatbundit Snguan. (2017). The relationship between health literacy with Consumer Self-Protection Ability for Health Products. *Thai Pharmaceutical Journal*, 10(1): 239-248. (in Thai).
- กฤษณี เกิดศรี และ สงวน ลือเกียรติบัณฑิต. (2560). ความสัมพันธ์ระหว่างความแตกฉานด้านสุขภาพกับความสามารถในการคุ้มครองตนเองของผู้บริโภคในเรื่องผลิตภัณฑ์สุขภาพ *วารสารเภสัชกรรมไทย*: 10(1), 239-248.
- Medical Registration Division. (1999). *Summarize the results of the seminar on enforcement and use and operations to comply with the Sanatorium Act, B.E. 2541*. Nonthaburi: Office of the Permanent Secretary, Ministry of Public Health. (in Thai).
- กองการประกอบโรคศิลปะ. (2542). *สรุปผลการสัมมนาปัญหาการบังคับและการใช้และการปฏิบัติการให้เป็นไปตามพระราชบัญญัติสถานพยาบาล พ.ศ. 2541*. นนทบุรี: สำนักปลัดกระทรวง กระทรวงสาธารณสุข.
- Office of the Consumer Protection Board. (1998). *Consumer Protection Manual*. Bangkok: Law Development Group. (in Thai).
- สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค. (2541). *คู่มือการคุ้มครองผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: กลุ่มพัฒนากฎหมาย.
- Prapha Sutram and Pavawat Chaiphawan. (2019). Obstacles In the Enforcement of Health Facility Act 2541 for Advertisement Control. *Kasem Bundit Journal*, 20: 200-209. (in Thai).

- ประภา สุตราม และ ภาวัต ชาวพัฒนวรรณ. (2562). อุปสรรคในกระบวนการบังคับใช้พระราชบัญญัติสถานพยาบาล พ.ศ. 2541 เพื่อควบคุมการโฆษณาสถานพยาบาล. วารสารเกษมบัณฑิต, 20: 200-209.
- Sanatorium Act B.E. 2541. (2016, 20 December). Royal Gazette. Volume 133: Part 107a, 41. (in Thai).
- พระราชบัญญัติสถานพยาบาล พ.ศ. 2541. (2559, 20 ธันวาคม). ราชกิจจานุเบกษา. เล่มที่ 133 : ตอนที่ 107 ก, หน้า 41.
- Sereerat Siriwan. (1997). *Advertising and Marketing Promotion*. Bangkok: Duangkamonsamai publisher. (in Thai).
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2540). *การโฆษณาและการส่งเสริมการตลาด*. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์ดวงกมลสมัย.
- Siwapitakphong, Kanchanit. (2011). A study of the services of digital media advertising agencies in Thailand. (Bachelor of Science Journal, Thammasat University). (in Thai).
- กาญจนิษฐ์ ศิวพิทักษ์พงศ์. (2554). *การศึกษาการให้บริการของบริษัทตัวแทนสื่อโฆษณาสื่อดิจิทัลในประเทศไทย*. วารสารศาสตรบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Sukumchan Rattana. (2011). *An analysis of the mission roles of consumer protection in health services*. Nonthaburi: Department of Health Service Support, Ministry of Public Health. (in Thai).
- รัตนา สุขุมลจันทร์. (2554). *การวิเคราะห์บทบาทภารกิจงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านบริการสุขภาพ*. นนทบุรี: กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ, กระทรวงสาธารณสุข.