อย. เดินหน้าคุ้มครองผู้บริโภคเต็มกำลัง ปิดโฆษณาผิดกฎหมายกว่า 1.2 แสนรายการ ชวนคนไทย “รู้สิทธิ์ ใช้เป็น” รับวันคุ้มครองผู้บริโภค

“30 เมษายน วันคุ้มครองผู้บริโภคไทย” อย. เดินหน้าภารกิจคุ้มครองผู้บริโภคอย่างเข้มข้น ปราบผลิตภัณฑ์ - โฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพผิดกฎหมาย ควบคู่กับเสริมสร้างความรอบรู้ให้ประชาชน “รู้สิทธิ์ ใช้เป็น” ปกป้องตนเองจากความเสี่ยงด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ภญ.สุภัทรา บุญเสริม เลขาธิการคณะกรรมการอาหารและยา เปิดเผยว่า วันที่ 30 เมษายนของทุกปีเป็น “วันคุ้มครองผู้บริโภคไทย” สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) ให้ความสำคัญกับการคุ้มครองผู้บริโภคในยุคดิจิทัล ที่พฤติกรรมการซื้อขายผ่านช่องทางออนไลน์เติบโตอย่างรวดเร็ว ซึ่งมาพร้อมความเสี่ยงจากโฆษณาโอ้อวดเกินจริง การแอบอ้างสรรพคุณ ผลิตภัณฑ์ไม่ได้รับอนุญาตหรือลักลอบใช้สารอันตราย โดย อย. ได้ดำเนินมาตรการเชิงรุกทั้งด้านการเฝ้าระวังและการบังคับใช้กฎหมายอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่ปี 2566 - ปัจจุบัน อย. สามารถปิดกั้นโฆษณาผิดกฎหมายได้กว่า 121,494 รายการ ดำเนินคดีกับผู้กระทำผิด 6,748 คดี และทลายแหล่งกระทำผิด 576 แห่ง มูลค่าของกลางรวมกว่า 1,152 ล้านบาท สะท้อนถึงความเข้มงวดในการจัดการปัญหาผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ไม่ปลอดภัยและโฆษณาหลอกลวงผู้บริโภค

นอกจากนี้ อย. ยังได้นำเทคโนโลยีดิจิทัลมายกระดับการทำงาน โดยร่วมกับแพลตฟอร์มดิจิทัล ใช้ระบบ AI และ API เชื่อมโยงการทำงานกับแพลตฟอร์มออนไลน์หลัก 10 แพลตฟอร์ม ได้แก่ Lazada, Shopee, Grab, LineMan, LINE, Facebook, Instagram, Threads, Tiktok, และ Lemon8 ใช้ระบบ AI และ API ตรวจจับและคัดกรองผลิตภัณฑ์และโฆษณาที่เข้าข่ายผิดกฎหมาย พร้อมพัฒนา AI ด้วย Blacklist Keywords กว่า 92,120 คำ และขยายเครือข่ายเฝ้าระวังปิดกั้นโฆษณา (Rapid Report) ครอบคลุม 76 จังหวัด และ 3 สภาวิชาชีพ เพื่อเพิ่มความรวดเร็วในการปิดกั้นและจัดการปัญหาอย่างมีประสิทธิภาพ

เพื่อปกป้องสิทธิ์ของตนเอง อย. ขอให้ผู้บริโภคเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สุขภาพอย่างรอบคอบ ตรวจสอบเลข อย. ก่อนตัดสินใจ ไม่หลงเชื่อคำโฆษณาเกินจริง และใช้สิทธิ์ร้องเรียนเมื่อพบความไม่เป็นธรรม ผ่าน 6 ช่องทาง ได้แก่ สายด่วน อย. 1556, Line @FDAThai, Facebook: FDAThai, E-mail: 1556@fda.moph.go.th, ตู้ ปณ. 1556 และสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดทั่วประเทศ

เลขาธิการ อย. กล่าวในตอนท้ายว่า การคุ้มครองผู้บริโภคจะเกิดขึ้นได้อย่างยั่งยืน ต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วน โดยเฉพาะผู้บริโภคที่ “รู้เท่าทัน ใช้สิทธิ์เป็น” ซึ่งจะเป็นพลังสำคัญในการสร้างสังคมสุขภาพที่ปลอดภัยและเชื่อมั่นได้ในระยะยาว

วันที่เผยแพร่ข่าว 30 เมษายน 2569 ข่าวแจก 152 / ปีงบประมาณ พ.ศ. 2569