

# การกำกับ ดูแลการโฆษณา อาหาร ยา และผลิตภัณฑ์สุขภาพ

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา



# ประเด็น/หัวข้อ

1. สถานการณ์ปัญหาโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพ
2. มติสมัชชาสุขภาพแห่งชาติ ครั้งที่ 4 พ.ศ. 2554
3. การกำกับดูแลการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพของ อย.



# 1.สถานการณ์ปัญหาโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพ

1

มูลค่าของการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น



20,000 ล้านบาทต่อปี  
และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น

1,300 ล้านบาท  
ต่อปี

ปี 39

เพิ่มขึ้น 15 เท่า

ปี 56



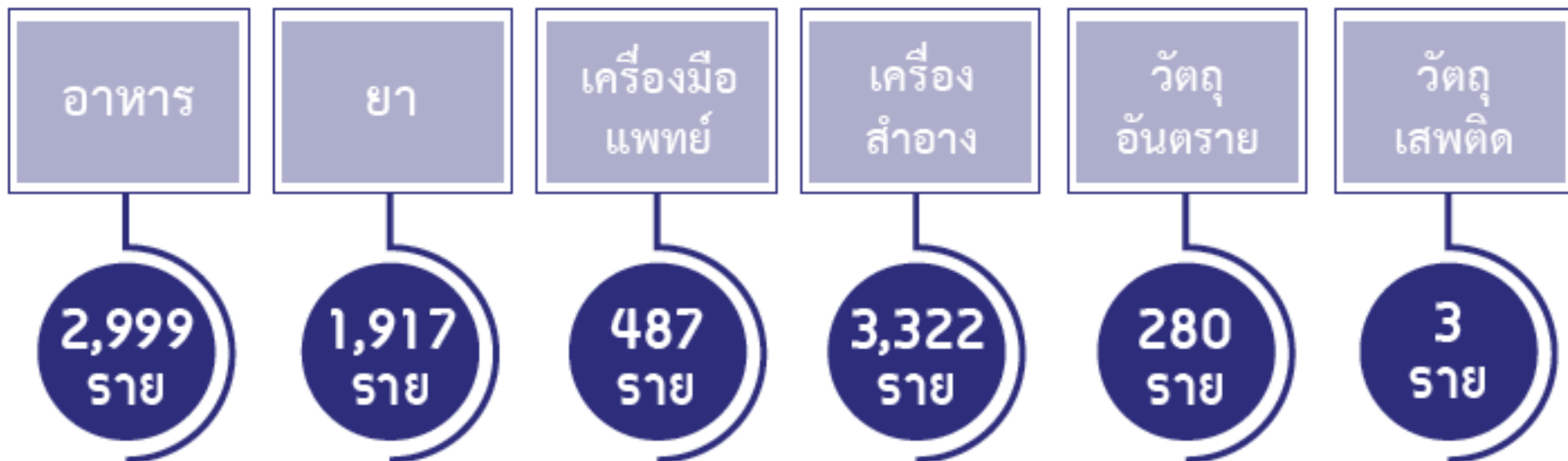
## 2.สถานการณ์ปัญหาโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพ

2

สถิติการเฝ้าระวังโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพ

จากข้อมูลของศูนย์เฝ้าระวังและรับร้องเรียนผลิตภัณฑ์สุขภาพ สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ตั้งแต่เดือนตุลาคม 2555 - กันยายน 2556

พบว่ามีโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ผิดกฎหมายจำนวน **9,008** ราย



# 1. สถานการณ์ปัญหาโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพ

**3** การขยายตัวของสื่อใหม่ เช่น วิทยุชุมชน ที่วีดาวเทียม เคเบิลทีวี ฯลฯ

ขยายตัวของสื่อใหม่ ทั้งวิทยุชุมชนที่มีมากกว่า 7,700 สถานี รวมถึง เคเบิลและทีวีดาวเทียมกว่า 1,000 ช่องที่ประชาชนสามารถเข้าถึงได้ มากกว่า 14 ล้านครัวเรือน ซึ่งส่วนใหญ่สื่อเหล่านี้เป็นแหล่งโฆษณาสินค้า ที่ผิดกฎหมาย

วิทยุชุมชน  
7,700 สถานี



ทีวีดาวเทียม  
1,000 ช่อง



เข้าถึง  
14 ล้านครัวเรือน



## 2. มติสมัชชาสุขภาพแห่งชาติ ครั้งที่ 4 พ.ศ. 2554

**1** ขอให้ อย. /สคบ./สำนักอัยการสูงสุด/บก.ปคบ. ร่วมกันดำเนินการ

1. สนับสนุนการจัดทำฐานข้อมูล เช่น ข้อมูลการอนุญาตการโฆษณา ข้อมูลโฆษณาที่ผิดกฎหมาย
2. ปรับปรุงและบังคับใช้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการจัดการปัญหา โฆษณาที่ผิดกฎหมาย
3. จัดทำกลไกหรือช่องทางการรับเรื่องร้องเรียน
4. เฝ้าระวัง จัดการ ดำเนินคดีกับโฆษณาที่ผิดกฎหมายอย่างเคร่งครัดและมีประสิทธิภาพ
5. พัฒนาระบบให้คำปรึกษาการดำเนินคดีแก่พนักงานเจ้าหน้าที่



## 2. มติสมัชชาสุขภาพแห่งชาติ ครั้งที่ 4 พ.ศ. 2554(ต่อ)

**2** ขอให้ กสทช. ดำเนินการ ดังนี้

1. ประกาศและบังคับใช้หลักเกณฑ์การประกอบกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณา อาหารและผลิตภัณฑ์สุขภาพ
2. กำหนดให้ผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการฯ จัดสรรเวลา แก่หน่วยงานหรือองค์กรคุ้มครองผู้บริโภคได้นำเสนอข้อมูลให้เท่าทันการโฆษณา อาหารและผลิตภัณฑ์สุขภาพ
3. สนับสนุนงบประมาณ เพื่อการพัฒนาระบบการคุ้มครองผู้บริโภค
4. พัฒนามาตรการและกลไกในการเฝ้าระวังและกำกับดูแลด้านจริยธรรมของผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการฯ

## 2. มติสมัชชาสุขภาพแห่งชาติ ครั้งที่ 4 พ.ศ. 2554(ต่อ)

### 3 ขอให้ อย. ดำเนินการ ดังนี้

1. **จัดทำแผนยุทธศาสตร์การจัดการปัญหาโภชนา** ยา อาหาร และผลิตภัณฑ์สุขภาพ ทางวิทยุกระจายเสียง สื่อโทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต และสื่ออื่นๆอย่างรอบด้าน ด้วยกระบวนการที่มีส่วนร่วมจากหน่วยงานทุกระดับให้แล้วเสร็จภายใน 1 ปี และนำเสนอเพื่อรับรองในสมัชชาสุขภาพแห่งชาติ ครั้งที่ 5
2. **เร่งดำเนินการสื่อสารประชาสัมพันธ์เพื่อให้ประชาชนมีความรู้** เกี่ยวกับกฎหมายการโฆษณา ตระหนักในเรื่องการใช้สิทธิผู้บริโภค รวมทั้งพัฒนาระบบการรู้เท่าทัน





## 2. มติสมัชชาสุขภาพแห่งชาติ ครั้งที่ 4 พ.ศ. 2554(ต่อ)

**4** ขอให้กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร  
บูรณาการการเฝ้าระวังโฆษณา ยา อาหารและผลิตภัณฑ์สุขภาพ

**5** ขอให้ อปท. ทุกระดับ  
จัดตั้งกลไกการควบคุมและเฝ้าระวังการโฆษณาแบบมีส่วนร่วม  
สนับสนุนงบประมาณ และการดำเนินงานขององค์กรภาคีเครือข่ายใน  
พื้นที่

**6** ขอให้องค์กรวิชาชีพสื่อสารมวลชน โฆษณาและการตลาด  
กำหนดมาตรการ และแนวทางการกำกับดูแล จริยธรรม  
จรรยาบรรณในการสื่อสารเรื่องยา อาหาร และผลิตภัณฑ์สุขภาพสู่  
ผู้บริโภค โดยคำนึงถึงความปลอดภัยของผู้บริโภคเป็นสำคัญ



## 2. มติสมัชชาสุขภาพแห่งชาติ ครั้งที่ 4 พ.ศ. 2554(ต่อ)

**7** ให้มีองค์การอิสระเพื่อคุ้มครองผู้บริโภค  
และขอให้รัฐสนับสนุนการทำหน้าที่เฝ้าระวังและตรวจสอบการ  
ดำเนินการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณา อาหาร และผลิตภัณฑ์  
สุขภาพ

**8** ขอให้สมาชิกสมัชชาสุขภาพแห่งชาติ  
เป็นผู้ร่วมในกระบวนการจัดทำยุทธศาสตร์ และเป็นเครือข่าย  
ควบคุม ศึกษา ตรวจสอบ เฝ้าระวังวิทยุกระจายเสียง สื่อโทรทัศน์  
อินเทอร์เน็ต และสื่ออื่น ๆ ทุกประเภทในพื้นที่

**9** ขอให้เลขาธิการคณะกรรมการสุขภาพแห่งชาติ  
รายงานความก้าวหน้าต่อสมัชชาสุขภาพแห่งชาติ ครั้งที่ 5

# กรอบยุทธศาสตร์การจัดการปัญหาโฆษณา ที่ผิดกฎหมายของ ยา อาหาร และผลิตภัณฑ์สุขภาพ

1

การพัฒนานโยบาย และโครงสร้างการบริหารจัดการ

2

การบูรณาการกฎหมายระหว่างหน่วยงาน ปรับปรุงกฎระเบียบและ  
การบังคับใช้กฎหมายให้มีประสิทธิภาพ

3

การพัฒนาศักยภาพวิชาชีพด้านสื่อเกี่ยวกับการโฆษณาผลิตภัณฑ์  
สุขภาพ

4

การสร้างและพัฒนาเครือข่าย กลไกการเฝ้าระวังการโฆษณา  
ผลิตภัณฑ์สุขภาพ

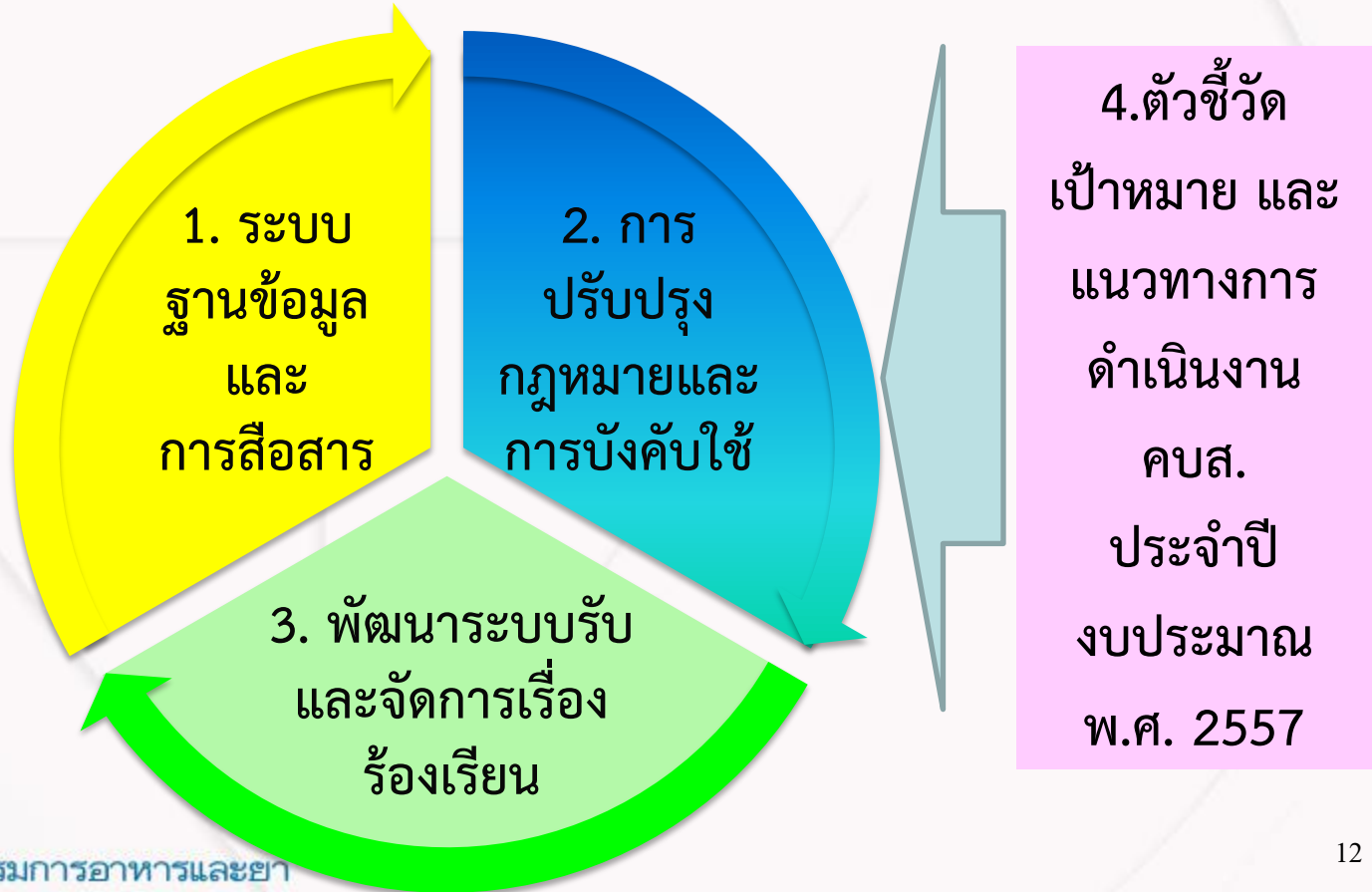
5

การพัฒนาระบบงานสนับสนุน เพื่อการเฝ้าระวัง แก้ไข และป้องกัน  
ปัญหาการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ผิดกฎหมาย

# อย.ขับเคลื่อนมติสมัชชาสุขภาพแห่งชาติ

## มติสมัชชาสุขภาพแห่งชาติ ปี 2554

“การจัดการปัญหาโฆษณาที่ผิดกฎหมายของยา อาหารและผลิตภัณฑ์สุขภาพ ทางวิทยุกระจายเสียง สื่อโทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต”



# ผลิตภัณฑ์ในความรับผิดชอบของ อย.

1. ยา



2. อาหาร



6. ยาเสพติดและ  
วัตถุออกฤทธิ์



3. เครื่องสำอาง



4. เครื่องมือแพทย์



5. วัตถุอันตราย





# กฎหมายในความรับผิดชอบของ อย.

เป็นเลขานุการของคณะกรรมการพระราชบัญญัติ พิจารณาและให้ความเห็นชอบตามประกาศกระทรวง เสนอลงนามโดยรัฐมนตรี และประกาศบังคับใช้ ตามกฎหมายจำนวน ๙ ฉบับ ได้แก่

- (๑) พระราชบัญญัติอาหาร
- (๒) พระราชบัญญัติคณะกรรมการอาหารแห่งชาติ
- (๓) พระราชบัญญัติยา
- (๔) พระราชบัญญัติเครื่องสำอาง
- (๕) พระราชบัญญัติเครื่องมือแพทย์
- (๖) พระราชบัญญัติวัตถุที่ออกฤทธิ์ต่อจิตและประสาท
- (๗) พระราชบัญญัติยาเสพติดให้โทษ
- (๘) พระราชกำหนดป้องกันการการใช้สารระเหย
- (๙) พระราชบัญญัติวัตถุอันตราย



# การโฆษณาผลิตภัณฑ์

## ผลิตภัณฑ์ที่ห้ามโฆษณาเพื่อการค้า ต่อประชาชนทั่วไป



- วัตถุที่ออกฤทธิ์ต่อจิตและระบบประสาท
- ยาเสพติดให้โทษ
- ยาอันตราย และยาควบคุมพิเศษ



# ขอบเขตของการโฆษณา (1)



ก่อนโฆษณา ยา อาหาร เครื่องมือแพทย์ ต้องได้รับอนุญาตจาก

- เลขาธิการคณะกรรมการอาหารและยา หรือ
- นายแพทย์สาธารณสุขจังหวัด ภายในเขตพื้นที่รับผิดชอบ

- ยา (ขท. xxx/255x หรือ ขค. xxx/255x): โฆษณายาแผนโบราณ/ยาแผนปัจจุบันที่ไม่ใช่ยาอันตรายหรือยาควบคุมพิเศษ
- อาหาร (ขอ. xxx/255x): โฆษณาคุณสมบัติ/คุณภาพ/สรรพคุณอาหาร
- เครื่องมือแพทย์ (ขพ. xxx/255x): โฆษณาเพื่อประโยชน์ทางการค้า & ส่งเสริมการขาย แม้จะไม่ได้โฆษณาขายเครื่องมือแพทย์โดยตรง ก็ต้องได้รับความเห็นชอบจาก อย. ก่อน

ยาอาหาร

เครื่องมือแพทย์



## ขอบเขตของการโฆษณา (2)

- ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง/ วัตถุอันตราย

เป็นผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ไม่ต้องขออนุญาตโฆษณา แต่จะต้องอยู่ในขอบเขตของกฎหมายของ สคบ. ซึ่งกำหนดไม่ให้โฆษณาโอ้อวด หลอกลวง เป็นเท็จ หรือทำให้เข้าใจผิดในสาระสำคัญ

เครื่องสำอาง

วัตถุอันตราย



# ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร (1)

- ❑ จัดเป็นอาหารที่ใช้รับประทานโดยตรงนอกเหนือจากการรับประทานอาหารหลักตามปกติเพื่อเสริมสารบางอย่าง
- ❑ มีจุดมุ่งหมายสำหรับบุคคลทั่วไปที่มีสุขภาพปกติ
  - มิใช่สำหรับผู้ป่วย
  - เด็กและสตรีมีครรภ์ไม่ควรรับประทาน
- ❑ ไม่ทำให้เข้าใจว่ารับประทานผลิตภัณฑ์ฯเพียงอย่างเดียวจะทำให้สุขภาพร่างกายดีขึ้นได้ ต้องให้ข้อมูลเพิ่มว่า
  - ต้องบริโภคอาหารหลักให้ครบส่วน
  - ออกกำลังกายและการพักผ่อนที่เหมาะสมด้วย



## ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร (2)

- ❑ รูปลักษณ์ใกล้เคียงกับผลิตภัณฑ์ยา แต่ “ไม่ใช่ยา”
- ❑ ห้ามโฆษณาเผยแพร่ให้เกิดความเข้าใจผิดว่าสามารถ บำบัด บรรเทา รักษา ป้องกันโรคหรือความเจ็บป่วยใด ๆ
- ❑ ไม่อนุญาตให้กล่าวอ้างหรือรับรองคุณภาพคุณประโยชน์ โดยบุคคล องค์กร หรือหน่วยงานใด ๆ
- ❑ เอกสารวิชาการ บทความ หรือคอลัมน์สุขภาพ ที่ระบุว่า สารที่สกัดจากธรรมชาติช่วยรักษาโรค
  - ปริมาณสารที่ออกฤทธิ์ในผลิตภัณฑ์ยังมีปริมาณไม่ถึงขนาดที่ใช้ ในการป้องกัน บำบัด หรือรักษาโรคได้



# บทลงโทษเกี่ยวกับการโฆษณาอาหาร

- โฆษณาโดย**ไม่ได้รับอนุญาต/ไม่ตรงตามที่ได้รับอนุญาต**
    - ปรับไม่เกิน 5,000 บาท
  - โฆษณาสรรพคุณ**ในลักษณะเป็นเท็จ/หลอกให้หลงเชื่อ**
    - จำคุกไม่เกิน 3 ปี/ปรับไม่เกิน 30,000 บาท/ทั้งจำทั้งปรับ
  - **ฝ่าฝืนคำสั่งระงับการโฆษณา**
    - จำคุกไม่เกิน 2 ปี/ปรับไม่เกิน 20,000 บาท/ปรับวันละ 500 บาท-1,000 บาท ตลอดเวลาที่ฝ่าฝืน
- (โทร. 02 590-7175, 02 590-7216)



อาหาร



# ฝ่าฝืนคำสั่งระงับการโฆษณาอาหาร

- **มาตรา 42 เพื่อพิทักษ์ประโยชน์และความปลอดภัยของผู้บริโภค ให้ผู้อนุญาตมีอำนาจสั่งเป็นหนังสืออย่างใดอย่างหนึ่ง ดังนี้**
  - (1) ให้ผู้ผลิต นำเข้า หรือผู้ทำการโฆษณา ระงับการโฆษณาอาหาร ที่เห็นว่าเป็นการโฆษณาโดยฝ่าฝืนมาตรา 41**
  - (2) ให้ผู้ผลิต นำเข้า หรือจำหน่ายอาหาร หรือผู้ทำการโฆษณาอาหาร ระงับการผลิต การนำเข้า การจำหน่าย หรือการโฆษณาอาหาร ที่คณะกรรมการเห็นว่าอาหารดังกล่าวไม่มีคุณประโยชน์ คุณภาพ หรือสรรพคุณตามที่โฆษณา**
- **ผู้ใดฝ่าฝืนคำสั่งฯ ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกิน 2 ปี หรือปรับไม่เกิน 20,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ และให้ปรับเป็นรายวันอีกวันละไม่น้อยกว่า 500บาท แต่ไม่เกิน 1,000 บาท ตลอดระยะเวลาที่ไม่ปฏิบัติตามคำสั่ง**



# ห้ามโฆษณายา (1)



ยา

- โอ้อวดว่าสามารถบำบัด บรรเทา/รักษา/ป้องกันโรคหรือความเจ็บป่วยได้อย่างศักดิ์สิทธิ์หรือหายขาด
- แสดงสรรพคุณอันเป็นเท็จ/เกินความจริง
- ทำให้เข้าใจว่ามีตัวยา ซึ่งความจริงไม่มี/มีน้อย
- ทำให้เข้าใจว่าเป็นยาทำให้แท้งลูก/ยาขับระดูอย่างแรง
- ทำให้เข้าใจว่าเป็นยาบำรุงกาม/ยาคุมกำเนิด
- แสดงสรรพคุณยาอันตราย/ยาควบคุมพิเศษ
- รับรองหรือยกย่องสรรพคุณโดยบุคคลอื่น
- โฆษณาขายยา โดยวิธีแถมพก/ออกสลากรางวัล





# ห้ามโฆษณา(2)



ยา



- แสดงสรรพคุณที่สามารถรักษา
  - โรคเบาหวาน มะเร็ง อัมพาต วัณโรค โรคเรื้อน
  - โรคหรืออาการโรคของสมอง หัวใจ ปอด ตับ ม้าม ไต
- ไม่สุภาพ/ร้องรำทำเพลง/แสดงความทุกข์ทรมานของผู้ป่วย

## บทลงโทษ

- หากฝ่าฝืนกฎหมาย - ปรับไม่เกิน 100,000 บาท
- ถ้าฝ่าฝืนคำสั่งระงับโฆษณา
  - จำคุกไม่เกิน 3 เดือน/ปรับไม่เกิน 5,000 บาท/ทั้งจำทั้งปรับ & ปรับ 500 บาท/วันจนกว่าปฏิบัติตามคำสั่ง

โทร 0-2590-7157, 0-2590-7168, 0-2590-7201 โทรสาร 0-2591-8463

# ประเภทเครื่องมือแพทย์



1. เครื่องมือแพทย์ที่ต้อง**ขออนุญาตผลิต/นำเข้า**(ผ. .../พ.ศ.)  
หรือ (น. .../พ.ศ.) ในเครื่องหมาย อย. & มีฉลาก (ไทย)

ถุงยางอนามัย ถุงมือการแพทย์ ชุดตรวจHIVเพื่อวินิจฉัย คอนแทคเลนส์

2. เครื่องมือแพทย์ที่ต้องมา**แจ้งรายการละเอียดก่อนผลิต/นำเข้า** (จผ. .../พ.ศ.)(จน. .../พ.ศ.) & มีฉลาก (ไทย)

เครื่องตรวจแอลกอฮอล์ฯ เต้านมเทียมฝังในร่างกาย เครื่องกระชับเต้านม อุปกรณ์  
เพื่อกายภาพบำบัด เช่น เตียงไฟฟ้า แก้อั้วไฟฟ้าสถิต แก้อั้วไฟฟ้า อุปกรณ์แม่เหล็ก  
**cold-hot pack** เครื่องนวด/สั่นสะเทือน เลเซอร์เพื่อกายภาพบำบัด TENSs ฯลฯ

3. เครื่องมือแพทย์**ทั่วไป** (ไม่มีเครื่องหมาย อย./เลขใดๆ)

เครื่องวัดความดันฯ กระจกสฤญญากาศ เครื่องช่วยฟัง กาวติดฟันปลอม กระจก  
ฉีดยาฉีดอินซูลิน กระจกบอกรังสีฯ ใช้ได้ครั้งเดียว ชุดตรวจ HIV เพื่อการคัดน้ำ/วิจัย ฯลฯ





# การฝ่าฝืนกฎหมาย

- ❑ โฆษณาโดยไม่ได้รับอนุญาต (จำกัดไม่เกินหกเดือน หรือปรับไม่เกิน 50,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ)
- ❑ โฆษณาคุณประโยชน์เป็นเท็จ เกินจริง (จำกัดไม่เกินหนึ่งปี หรือปรับไม่เกิน 100,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ)
- ❑ ประกอบวิชาชีพเวชกรรมหรือแสดงด้วยวิธีใด ๆ ว่าพร้อมที่จะประกอบวิชาชีพเวชกรรมโดยมิได้เป็นผู้ประกอบวิชาชีพเวชกรรม (จำกัดไม่เกิน 3 ปีหรือปรับไม่เกินสามหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ)
- ❑ ประกอบกิจการสถานพยาบาลโดยมิได้รับอนุญาต (จำกัดไม่เกินสามปี หรือปรับไม่เกินหกหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ)



# การโฆษณาเครื่องสำอาง

- พระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2535
  - ไม่ต้องขออนุญาตโฆษณา แต่ต้องอยู่ในสาระเพื่อความสะอาดและสวยงามเท่านั้น
  - ต้องเป็นไปตามมาตรา 47 ของ พรบ.คุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522
  - ขอความเห็นข้อความการโฆษณาเครื่องสำอาง ค่าธรรมเนียมสื่อสิ่งพิมพ์ 3000 บาท ทางทีวี 5000 บาท ใช้เวลาดำเนินการ 20 วัน นับแต่วันที่ชำระเงิน
- เลขที่ใบรับแจ้ง
  - 10-1-5400001



# ข้อความที่ไม่ควรใช้โฆษณา

- ❑ **ที่สุด ยอด สุดยอด ชนะเลิศ เลิศเลอ ดีเลิศ ล้ำเลิศ**
- ❑ **แห่งแรก แห่งเดียว รายแรก ครั้งแรก อันดับ 1 พิเศษ**
- ❑ **เยี่ยมยอด ยอดเยี่ยม สุดเหวี่ยง วิเศษ โดดเด่น 100%**
- ❑ **ศักดิ์สิทธิ์ มหัศจรรย์ เด็ดขาด ฮีโร่ หนึ่งเดียว ปาฏิหาริย์**
- ❑ **ผลเภสัชวิทยาต่อระบบภูมิคุ้มกัน และ metabolic action**
- ❑ **ผลการตรวจวิเคราะห์**



# บทลงโทษโฆษณาเครื่องสำอาง

- พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522
  - มาตรา 47 ผู้ใดโดยเจตนาก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในแหล่งกำเนิด สภาพ คุณภาพ ปริมาณ หรือสาระสำคัญประการอื่นอันเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ ไม่ว่าจะเป็นอย่างตนเองหรือผู้อื่น โฆษณาหรือใช้ฉลากที่มีข้อความอันเป็นเท็จหรือข้อความที่รู้หรือควรรู้อยู่แล้วว่าอาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิด
  - ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกิน 6 เดือน หรือปรับไม่เกิน 50,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ ถ้าผู้กระทำผิดตามวรรคหนึ่ง
  - กระทำผิดซ้ำอีก ผู้กระทำต้องระวางโทษจำคุกไม่เกิน 1 ปี หรือปรับไม่เกิน 100,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ



# ผลิตภัณฑ์วัตถุอันตราย

ผลิตภัณฑ์ป้องกันกำจัดแมลงและสัตว์อื่น ผลิตภัณฑ์ฆ่าเชื้อโรค ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด ผลิตภัณฑ์ป้องกัน กำจัดแมลง ฯลฯ มักพบว่าคำหรือข้อความซึ่งอวดอ้างเกินจริง



ได้รับการอนุญาต  
...../นำเข้า



ได้รับการอนุญาต  
ผลิตภัณฑ์



# วัตถุอันตราย

ตัวอย่างข้อความที่ไม่อนุญาต

- “ปลอดภัย”
- “ไม่เป็นพิษ”
- “ไม่เป็นอันตราย”
- “ไร้สารตกค้าง”
- “ได้ผลเด็ดขาด”
- “ได้ผล 100%”
- “ออกฤทธิ์แรง”





เครื่อง  
สำอาง

โทร.

02 590-7272

02 591-8490

&

วัตถุ  
อันตราย

โทร.

02 590-7300-1

02 590-7304

## ห้ามโฆษณาเครื่องสำอาง/วัตถุอันตราย

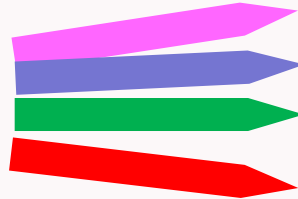
- เกินเลยจากวัตถุประสงค์ เช่น
  - เพื่อความสวยงาม ความสะอาด → บำบัด บรรเทา รักษา (คสอ.)
  - ใช้ในบ้านเรือน → ใช้ในทางเกษตร (วอ.)
- ข้อความไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค & ผลเสียต่อสังคมส่วนรวม
  - \* ข้อความเท็จ/เกินจริง & ที่ก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญ
    - จำคุกไม่เกิน 6 เดือน/ปรับไม่เกิน 50,000 บาท/ทั้งจำทั้งปรับ
    - ถ้าผิดซ้ำอีก จำคุกไม่เกิน 1 ปี/ปรับไม่เกิน 100,000 บาท/ทั้งจำทั้งปรับ
  - \* สนับสนุนโดยตรง/อ้อมให้ทำผิดกม.หรือขัดศีลธรรม นำไปสู่ความเสื่อมเสียวัฒนธรรมของชาติ/ทำให้แตกแยก/เสื่อมสามัคคีในหมู่ปชช.
    - จำคุกไม่เกิน 3 เดือน/ปรับไม่เกิน 30,000 บาท/ทั้งจำทั้งปรับ



# รู้ทันโฆษณาอย่างไร?

1.

รู้จักหา  
ข้อมูล



[www.fda.moph.go.th](http://www.fda.moph.go.th)

[www.oryor.com](http://www.oryor.com)

สื่อต่างๆ เช่น สิ่งพิมพ์ อินเทอร์เน็ต

ถามผู้รู้



2.



- สายด่วน อย.1556/ตู่ปณ.1556 ปณฝ.สธ.นนทบุรี

11004

**email:** [complain@fda.moph.go.th](mailto:complain@fda.moph.go.th) หรือ

[1556@fda.moph.go.th](mailto:1556@fda.moph.go.th)

- ศูนย์เฝ้าระวังและรับเรื่องร้องเรียนผลิตภัณฑ์สุขภาพ

(ศรร.) โทร. 02-5907354-5 หรือโทรสาร 02-5918472

- มาด้วยตนเองที่ อย./ ที่สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด

- กองบังคับการปราบปรามการกระทำผิดเกี่ยวกับการ

คุ้มครองผู้บริโภค (บก.ปคบ.) ตู่ปณ. 459 ปณศ.สามเสนใน

พญาไท อพท. 10100

3.

รู้ช่องทาง  
ร้องเรียน





# ขอขอบคุณ

[www.fda.moph.go.th](http://www.fda.moph.go.th)

[www.oryor.com](http://www.oryor.com)

<http://www.facebook.com/fdathai>



คุ้มครอง ห่วงใย ใส่ใจคุณภาพ