

เอกสารวิชาการ

เรื่อง

แนวทางการสืบค้นข้อมูลเพื่อหาตัวผู้กระทำความผิด
ฐานโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต

โดย

นางสาวกนกวรรณ แสงห้าว

กองส่งเสริมงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ
ในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่น
สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

คำนำ

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาเป็นหน่วยงานหลักที่มีบทบาทหน้าที่ในการคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ โดยการกำกับดูแลผลิตภัณฑ์ทั้งก่อนและหลังออกสู่ตลาด รวมไปถึงการกำกับดูแลการโฆษณา ซึ่งปัจจุบันการโฆษณา นับได้ว่ามีอิทธิพลสูงมากต่อการซื้อสินค้าของผู้บริโภค ในขณะที่เดียวกัน ยังคงมีผลิตภัณฑ์ที่โฆษณาเกินจริงและผิดกฎหมาย ทำให้ผู้บริโภครับรู้และหลงเชื่อซื้อผลิตภัณฑ์ดังกล่าว จนอาจก่อให้เกิดอันตรายและเกิดความไม่เป็นธรรมในการบริโภค โดยเฉพาะการโฆษณาผ่านอินเทอร์เน็ตที่สามารถทำได้ง่าย และเข้าถึงได้ง่าย

เอกสารวิชาการฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอแนวทางปฏิบัติในการรวบรวมหลักฐาน และสืบค้นหาตัวผู้กระทำผิดในการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพทางอินเทอร์เน็ต ผู้จัดทำหวังเป็นอย่างยิ่งว่าเอกสารวิชาการฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานต่อไป

กนกวรรณ แสงห้าว

เมษายน ๒๕๖๒



บทสรุปผู้บริหาร

เอกสารวิชาการฉบับนี้เป็นการรวบรวมแนวทางการสืบค้นข้อมูลเพื่อหาตัวผู้กระทำการโฆษณาทางสื่ออินเทอร์เน็ต เนื่องจากปัจจุบันการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพมีจำนวนมากขึ้นเรื่อยๆ และมีการแข่งขันกันมาก ซึ่งเป็นช่องทางการโฆษณาที่ผู้บริโภคเข้าถึงได้ง่าย สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา เป็นหน่วยงานหลักในการคุ้มครองผู้บริโภคด้านการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพ ได้มีการดำเนินการตรวจสอบเฝ้าระวังการโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต และรับเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับการโฆษณา พบว่ามีประเด็นเรื่องร้องเรียนผลิตภัณฑ์สุขภาพสูงสุด ๓ อันดับแรก คือ การโฆษณาอาหาร การโฆษณาขายยา และการโฆษณาเครื่องสำอาง ปัญหาจากการดำเนินการตรวจสอบโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต พบว่าส่วนมากจะเป็นการโฆษณาผ่านช่องทาง Social Media เช่น เฟซบุ๊ก การหาตัวผู้กระทำความผิดทางอินเทอร์เน็ตนั้นทำได้ยากขึ้น เนื่องจากผู้ประกาศไม่แสดงข้อมูลการติดต่อ แต่ให้ติดต่อทางกล่องข้อความ หรือทางไลน์ และปัจจุบันมีช่องการซื้อโดยการเก็บเงินปลายทาง ทำให้ไม่ทราบข้อมูลบัญชีธนาคาร หรือที่อยู่ นอกจากนี้แม้ทราบชื่อผู้กระทำการโฆษณาแล้ว อาจไม่ทราบที่อยู่ จึงต้องขอข้อมูลที่อยู่ตามทะเบียนราษฎรจากสำนักทะเบียนท้องถิ่นเทศบาลนครนนทบุรี ซึ่งต้องใช้เวลานาน และหากมีชื่อนามสกุลซ้ำกัน ทางสำนักทะเบียนท้องถิ่นก็จะไม่สามารถระบุข้อมูลที่อยู่ตามทะเบียนราษฎรได้ว่าเป็นของบุคคลใด

ข้อเสนอแนะด้านการคุ้มครองผู้บริโภคด้านการโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต

๑. ควรมีการทำความตกลงกับหน่วยงานที่มีฐานข้อมูลที่อยู่ตามทะเบียนราษฎร ให้เจ้าหน้าที่ของสำนักงานคณะกรรมการอาหารยาที่ปฏิบัติหน้าที่เกี่ยวกับการกำกับดูแลหลังออกสู่ตลาด สามารถเข้าถึงฐานข้อมูลที่อยู่ตามทะเบียนราษฎร อาจเป็นระดับหัวหน้างาน เพื่อให้เกิดความคล่องตัวในการหาข้อมูลที่อยู่ผู้กระทำการโฆษณาผิดกฎหมาย
๒. ควรมีการสนับสนุนส่งเสริมผู้ประกอบการจำหน่ายผลิตภัณฑ์สุขภาพที่มีการโฆษณาตามช่องทางต่างๆ ให้ทราบถึงข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจออนไลน์ แนวทางการเผยแพร่โฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพทางอินเทอร์เน็ตที่ถูกต้องตามกฎหมาย เช่น มีการจัดอบรมผู้ประกอบการ จัดให้มีขั้นตอนการแจ้งข้อกำหนดหรือหลักเกณฑ์เกี่ยวกับการโฆษณาให้กับผู้ประกอบการที่มายื่นขออนุญาตสถานประกอบการ/ผลิตภัณฑ์สุขภาพให้ทราบแนวทางการปฏิบัติที่ถูกต้อง
๓. สนับสนุนให้ผู้ประกอบการธุรกิจตลาดออนไลน์ (มาร์เก็ตเพลส) ให้มีมาตรการป้องกันการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ฝ่าฝืนกฎหมาย เช่น ส่งเสริมให้เว็บไซต์มาร์เก็ตเพลสมีการให้ความรู้กับผู้ประกอบการก่อนเข้ามาเป็นผู้ขาย และให้มีมาตรการลงโทษผู้ประกอบการที่กระทำการโฆษณาฝ่าฝืนกฎหมายในมาร์เก็ตเพลส เช่น ยกเลิกสัญญา รวมไปถึงรายงานข้อมูลการกระทำผิดให้สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาทราบ
๔. ควรมีการรณรงค์ประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภคมีความรู้ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สุขภาพในสื่อต่างๆ เนื่องจากในปัจจุบันการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพได้เข้ามามีบทบาทกระตุ้นพฤติกรรมของผู้บริโภค ให้มีแนวโน้มต้องการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพมากยิ่งขึ้น เช่น ผลิตสื่อให้ความรู้ ประชาสัมพันธ์แถลงข่าวผ่านสื่อต่างๆ จัดรณรงค์ให้ความรู้ในแหล่งชุมชนต่าง เป็นต้น

สารบัญ

| | หน้า |
|---|------|
| คำนำ..... | ก |
| บทสรุปผู้บริหาร..... | ข |
| สารบัญ..... | ค |
| สารบัญภาพ..... | จ |
| สารบัญตาราง..... | จ |
| สารบัญแผนภูมิ..... | จ |
| บทที่ ๑ บทนำ..... | ๑ |
| บทที่ ๒ กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพที่อยู่ในความรับผิดชอบ ของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา..... | ๒ |
| ๑. กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพของสำนักงานคณะกรรมการ อาหารและยา..... | ๒ |
| ๒. ขั้นตอนและวิธีการอนุญาตและให้ความเห็นเกี่ยวกับการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพ... | ๓ |
| ๓. การโฆษณายาตามพระราชบัญญัติยา พ.ศ.๒๕๑๐..... | ๕ |
| ๔. การโฆษณาอาหารตามพระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ.๒๕๒๒..... | ๖ |
| ๕. การโฆษณาเครื่องสำอางตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.๒๕๕๘..... | ๗ |
| ๖. การโฆษณาเครื่องมือแพทย์ตามพระราชบัญญัติเครื่องมือแพทย์ พ.ศ.๒๕๕๑..... | ๘ |
| ๗. การโฆษณาวัตถุอันตรายตามพระราชบัญญัติวัตถุอันตราย พ.ศ.๒๕๓๕..... | ๑๐ |
| ๘. การโฆษณายาเสพติดให้โทษตามพระราชบัญญัติยาเสพติด พ.ศ.๒๕๒๒..... | ๑๒ |
| ๙. การโฆษณาวัตถุที่ออกฤทธิ์ต่อจิตและประสาทตามพระราชบัญญัติ วัตถุที่ออกฤทธิ์ต่อจิตและประสาท พ.ศ. ๒๕๕๙..... | ๑๓ |
| ๑๐. การโฆษณาผลิตภัณฑ์สมุนไพรตามพระราชบัญญัติผลิตภัณฑ์สมุนไพร พ.ศ. ๒๕๖๒..... | ๑๓ |
| ๑๑. กฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพ..... | ๑๕ |
| บทที่ ๓ ลักษณะการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ผิดกฎหมายและต้องเฝ้าระวัง..... | ๒๐ |
| บทที่ ๔ การตรวจสอบการโฆษณาทางอินเตอร์เน็ต..... | ๒๕ |
| บทที่ ๕ ปัญหาและข้อเสนอแนะ..... | ๓๘ |
| บรรณานุกรม..... | ๔๐ |
| ภาคผนวก..... | ๔๑ |
| ภาคผนวกที่ ๑ ระเบียบสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ว่าด้วยขั้นตอนและ วิธีการอนุญาตและให้ความเห็นเกี่ยวกับการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพ พ.ศ. ๒๕๔๑..... | ๔๒ |

| | หน้า |
|---|------|
| ภาคผนวกที่ ๒ กฎกระทรวงฉบับที่ ๓ (พ.ศ.๒๕๒๖) ออกตามความในพระราชบัญญัติ คุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.๒๕๒๒..... | ๔๕ |
| ภาคผนวกที่ ๓ กฎกระทรวงฉบับที่ ๕ (พ.ศ.๒๕๓๔) ออกตามความในพระราชบัญญัติ คุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.๒๕๒๒..... | ๔๗ |
| ภาคผนวกที่ ๔ กฎกระทรวงฉบับที่ ๖ (พ.ศ.๒๕๓๘) ออกตามความในพระราชบัญญัติ คุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.๒๕๒๒..... | ๔๙ |

สารบัญภาพ

| | หน้า |
|--|------|
| ภาพที่ ๑ แสดงการโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารทางเว็บไซต์..... | ๒๖ |
| ภาพที่ ๒ แสดงข้อมูลการติดต่อทางเว็บไซต์..... | ๒๗ |
| ภาพที่ ๓ แสดงหน้าเว็บไซต์กรมพัฒนาธุรกิจการค้า..... | ๒๗ |
| ภาพที่ ๔ แสดงขั้นตอนการสืบค้นข้อมูลนิติบุคคลทางเว็บไซต์กรมพัฒนาธุรกิจการค้า..... | ๒๘ |
| ภาพที่ ๕ แสดงข้อมูลบริษัทที่สืบค้นได้จากเว็บไซต์กรมพัฒนาธุรกิจการค้า..... | ๒๙ |
| ภาพที่ ๖ แสดงข้อมูลบริษัทที่สืบค้นได้จากเว็บไซต์กรมพัฒนาธุรกิจการค้า (pdf)..... | ๓๐ |
| ภาพที่ ๗ แสดงหน้าเว็บไซต์ที่ใช้สืบค้นข้อมูลการจดทะเบียนพาณิชย์ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า..... | ๓๑ |
| ภาพที่ ๘ แสดงตัวอย่างการสืบค้นข้อมูลการจดทะเบียนพาณิชย์..... | ๓๑ |
| ภาพที่ ๙ แสดงข้อมูลผู้ประกอบการที่สืบค้นได้จากเว็บไซต์กรมพัฒนาธุรกิจการค้า..... | ๓๒ |
| ภาพที่ ๑๐ แสดงหน้าเว็บไซต์ http://whois.domaintools.com ที่ใช้สืบค้น ข้อมูลโดเมนเนม..... | ๓๓ |
| ภาพที่ ๑๑ แสดงข้อมูลการผู้จดทะเบียนเว็บไซต์ที่สืบค้นได้..... | ๓๓ |
| ภาพที่ ๑๒ แสดงการโฆษณาทางเฟซบุ๊ก..... | ๓๔ |
| ภาพที่ ๑๓ แสดงกล่องไปรษณีย์ที่ส่งให้ลูกค้าทางเฟซบุ๊ก..... | ๓๕ |
| ภาพที่ ๑๔ แสดงการโอนเงินที่ระบุชื่อบัญชีผู้รับโอนที่เป็นผู้กระทำการโฆษณา..... | ๓๕ |
| ภาพที่ ๑๕ แสดงการสืบค้นข้อมูลใน google..... | ๓๖ |

สารบัญตาราง

| | หน้า |
|--|------|
| ตารางที่ ๑ การขออนุญาตโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพของสำนักงานคณะกรรมการ อาหารและยา..... | ๒ |

สารบัญแผนภูมิ

| | หน้า |
|--|------|
| แผนภูมิที่ ๑ แสดงขั้นตอนการขออนุญาตโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพ..... | ๓ |

บทที่ ๑ บทนำ

ปัจจุบันมีผลิตภัณฑ์สุขภาพหลากหลายจำนวนมาก ทำให้เกิดการแข่งขันทางการตลาดเพื่อให้ผู้บริโภคเข้าถึงผลิตภัณฑ์ได้มากที่สุด ประกอบกับเทคโนโลยีการสื่อสารมีความก้าวหน้าทำให้ผู้บริโภครับรู้ข่าวสารต่างๆ ได้จากหลากหลายช่องทาง ซึ่งสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางการสื่อสารหนึ่ง que ผู้บริโภคเข้าถึงได้ง่าย ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพ เช่น ยา อาหาร เครื่องสำอาง ฯลฯ ใช้เป็นช่องทางในการส่งเสริมการขาย เพื่อให้ผู้บริโภครับรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพดังกล่าว โดยข้อมูลจากรายงานประจำปี ๒๕๖๑ สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา มีการพิจารณาอนุญาตสถานประกอบการผลิตภัณฑ์สุขภาพ ๒๕,๙๖๖ รายการ พิจารณาอนุญาตผลิตภัณฑ์สุขภาพ ๕๙๙,๗๙๒ รายการ และพิจารณาอนุญาตโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพ ๖,๙๙๖ รายการ แบ่งเป็นการอนุญาตโฆษณาอาหาร ๒,๘๗๔ รายการ โฆษณา ยา ๒,๕๕๒ รายการ โฆษณาเครื่องมือแพทย์ ๑,๕๖๖ รายการ และโฆษณาวัตถุเสพติด ๔ รายการ ทั้งนี้ จากผลการตรวจสอบเฝ้าระวังโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพ พบว่ามีการโฆษณาที่ฝ่าฝืนกฎหมายที่ทำให้ผู้บริโภคหลงเชื่อ และอาจทำให้ผู้บริโภคไม่ได้รับความเป็นธรรมจากการใช้ผลิตภัณฑ์สุขภาพดังกล่าวด้วย แบ่งเป็นโฆษณาเครื่องมือแพทย์ ร้อยละ ๕๙.๐๙ วัตถุเสพติด ร้อยละ ๓๗.๕๐ ยา ร้อยละ ๓๗.๑๘ อาหาร ร้อยละ ๒๘.๒๓ และเครื่องสำอางร้อยละ ๕.๒๕ โดยข้อมูลจากศูนย์จัดการเรื่องร้องเรียนและปราบปรามการกระทำผิดกฎหมายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพ พบว่ามีประเด็นเรื่องร้องเรียนผลิตภัณฑ์สุขภาพสูงสุด ๓ อันดับแรก คือ ๑) การโฆษณาอาหารเกินจริง โฆษณาโดยไม่ได้รับอนุญาต ๗๑๗ เรื่อง ๒) การโฆษณาขายยาเกินจริง การโฆษณาขายยาโดยไม่ได้รับอนุญาต การโฆษณาขายยาทางอินเทอร์เน็ต ๒๗๖ เรื่อง และ ๓) การโฆษณาเครื่องสำอางเกินจริง การโฆษณาผิดวัตถุประสงค์การเป็นเครื่องสำอาง ๒๕๔ เรื่อง สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา เป็นหน่วยงานหลักที่มีบทบาทหน้าที่ในการคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ โดยการกำกับดูแลผลิตภัณฑ์ทั้งก่อนออกสู่ตลาด และหลังออกสู่ตลาด รวมถึงการโฆษณาด้วย การที่จะได้มาซึ่งผู้กระทำการฝ่าฝืนกฎหมาย ต้องมีการสืบสวนประมวลหลักฐาน โดยเอกสารวิชาการฉบับนี้จะเป็นการรวบรวมแนวทางการสืบค้นข้อมูลเพื่อหาตัวผู้กระทำการโฆษณาทางสื่ออินเทอร์เน็ต ซึ่งจะกล่าวถึงในบทต่อๆ ไป

บทที่ ๒

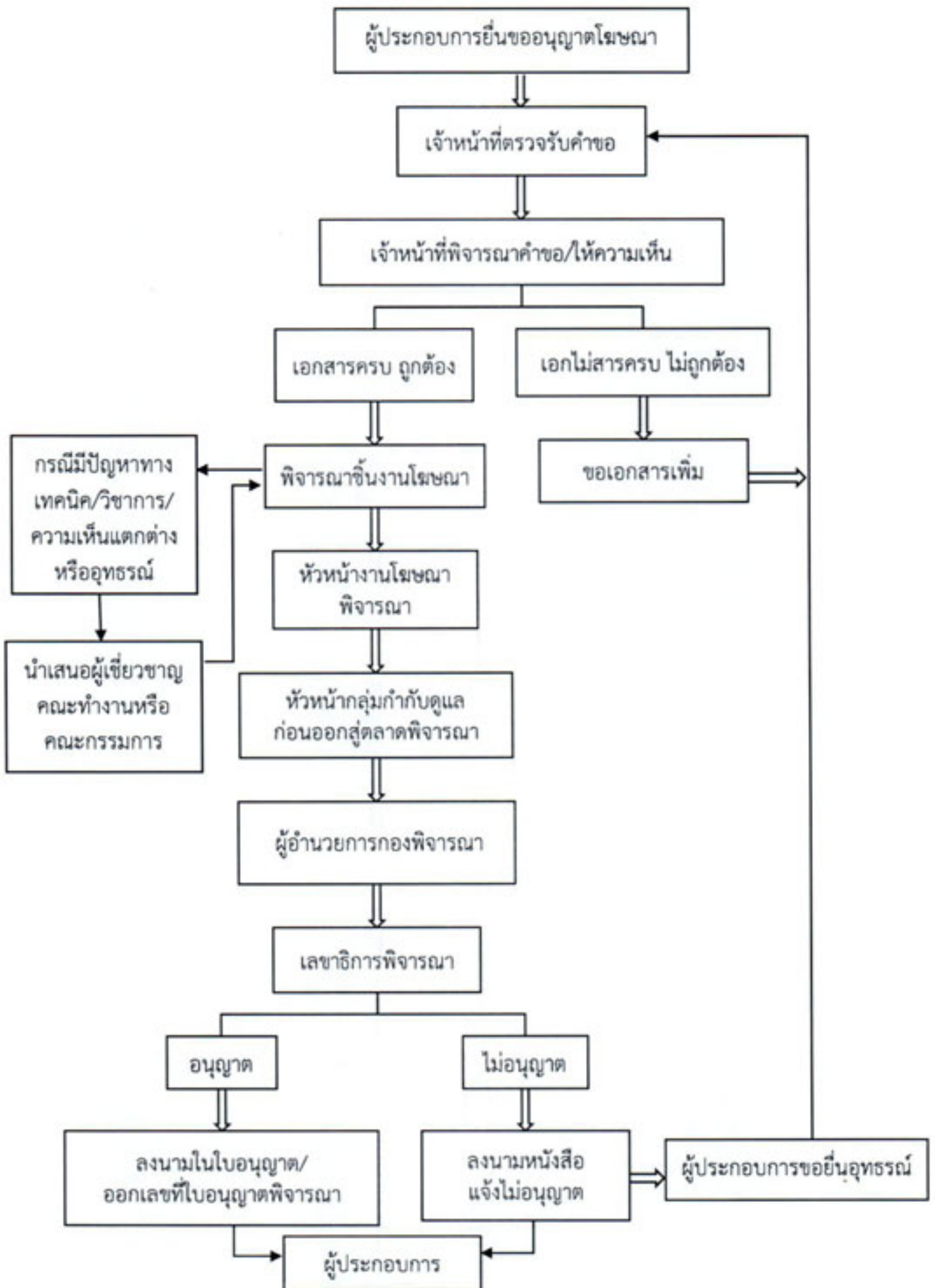
กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพที่อยู่ในความรับผิดชอบ
ของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

๑. กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา มีดังนี้
- ๑.๑ พระราชบัญญัติยา พ.ศ.๒๕๑๐
 - ๑.๒ พระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ.๒๕๒๒
 - ๑.๓ พระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.๒๕๕๘
 - ๑.๔ พระราชบัญญัติเครื่องมือแพทย์ พ.ศ.๒๕๕๑
 - ๑.๕ พระราชบัญญัติวัตถุอันตราย พ.ศ.๒๕๓๕
 - ๑.๖ พระราชบัญญัติยาเสพติด พ.ศ.๒๕๒๒
 - ๑.๗ พระราชบัญญัติวัตถุที่ออกฤทธิ์ต่อจิตและประสาท พ.ศ.๒๕๕๙
 - ๑.๘ พระราชบัญญัติผลิตภัณฑ์สมุนไพร พ.ศ.๒๕๖๒
- ในแต่ละผลิตภัณฑ์กฎหมายได้บัญญัติเกี่ยวกับการขออนุญาตโฆษณาโดยสรุปได้ตามตาราง

| ผลิตภัณฑ์ | ขออนุญาตก่อนโฆษณา | เลขที่ใบอนุญาตโฆษณา | หมายเหตุ |
|-------------------------------------|-------------------|--|---|
| ยา | ✓ | มท. (โฆษณาแก่ประชาชนทั่วไป) มศ. (โฆษณาโดยตรงต่อผู้ ประกอบโรคศิลปะ) | |
| อาหาร | ✓ | มอ. | ขออนุญาตเฉพาะกรณีโฆษณา สรรพคุณ คุณประโยชน์ คุณภาพของอาหาร |
| เครื่องสำอาง | ✗ | - | ขอให้คณะกรรมการให้ ความเห็นก่อนการโฆษณาได้ |
| เครื่องมือแพทย์ | ✓ | มพ. | |
| วัตถุอันตราย | ✗ | - | ขอให้คณะกรรมการให้ ความเห็นก่อนการโฆษณาได้ |
| ยาเสพติด | ✓ | มสด. | อนุญาตเฉพาะโฆษณาโดยตรง ต่อผู้ประกอบวิชาชีพเวชกรรม |
| วัตถุที่ออกฤทธิ์ต่อ จิตและประสาท | ✓ | มวจ. | อนุญาตเฉพาะโฆษณาโดยตรง ต่อผู้ประกอบวิชาชีพเวชกรรม |
| ผลิตภัณฑ์ สมุนไพร | ✓ | | อยู่ระหว่างการจัดทำ หลักเกณฑ์ |

ตารางที่ ๑ การขออนุญาตโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

๒. ขั้นตอนและวิธีการอนุญาตและให้ความเห็นเกี่ยวกับการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพ



แผนภูมิที่ ๑ แสดงขั้นตอนการขออนุญาตโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพ

(๔) มพ. ใช้สำหรับเครื่องมือแพทย์

(๕) มสต. ใช้สำหรับยาเสพติดให้โทษ

(๖) มวจ. ใช้สำหรับวัตถุออกฤทธิ์ต่อจิตประสาท กรณีเครื่องสำอาง ให้ปฏิบัติตามระเบียบสารบรรณตามปกติ

๑.๕ การแก้ไขข้อความในการอนุญาตทุกชั้นตอนให้กระทำโดยวิธีขีดฆ่า แล้วเขียนข้อความเพิ่มเติมโดยเจ้าหน้าที่ลงชื่อและวันที่กำกับไว้ด้วยทุกแห่งที่มีการแก้ไข ห้ามใช้น้ำยาลบคำผิดลบข้อความ

๑.๖ การขอความเห็นเกี่ยวกับการโฆษณาเครื่องสำอาง ให้ปฏิบัติตามระเบียบคณะกรรมการเครื่องสำอางว่าด้วยการขอความเห็นและคำปวยการในการให้ความเห็นเกี่ยวกับการโฆษณา พ.ศ. ๒๕๓๖ โดยนำข้อความในระเบียบนี้ไปใช้เฉพาะในส่วนที่ไม่ขัดกับระเบียบคณะกรรมการเครื่องสำอางดังกล่าว

๑.๗ กรณีมีปัญหาในการตีความตามระเบียบนี้ให้เลขาธิการคณะกรรมการอาหารและยา เป็นผู้วินิจฉัยชี้ขาด (รายละเอียดตามภาคผนวก ๑)

๓. การโฆษณาตามพระราชบัญญัติยา พ.ศ.๒๕๑๐ และฉบับแก้ไขเพิ่มเติม^๑

บทบัญญัติที่ต้องปฏิบัติ

มาตรา ๘๘ การโฆษณาขายยาจะต้อง

(๑) ไม่เป็นการโอ้อวดสรรพคุณยา หรือวัตถุดิบเป็นส่วนประกอบของยาว่าสามารถบำบัด บรรเทา รักษาหรือป้องกันโรคหรือความเจ็บป่วยได้อย่างศักดิ์สิทธิ์ หรือหายขาด หรือใช้ด้อยคำอื่นใดที่มีความหมายในทำนองเดียวกัน

(๒) ไม่แสดงสรรพคุณยาอันเป็นเท็จหรือเกินความจริง

(๓) ไม่ทำให้เข้าใจว่ามีวัตถุใดเป็นตัวยา หรือเป็นส่วนประกอบของยาซึ่งความจริงไม่มีวัตถุหรือส่วนประกอบนั้นในยา หรือมีแต่ไม่เท่าที่ ทำให้เข้าใจ

(๔) ไม่ทำให้เข้าใจว่าเป็นยาทำให้แท้งลูกหรือยาขับระดูอย่างแรง

(๕) ไม่ทำให้เข้าใจว่าเป็นยารักษาหรือยาคุมกำเนิด

(๖) ไม่แสดงสรรพคุณยาอันตราย หรือยาควบคุมพิเศษ

(๗) ไม่มีการรับรองหรือยกย่องสรรพคุณยาโดยบุคคลอื่น

(๘) ไม่แสดงสรรพคุณยาว่าสามารถบำบัด บรรเทา รักษาหรือป้องกันโรคหรืออาการของโรคที่รัฐมนตรีประกาศตามมาตรา ๗๗

ความใน (๕) และ (๖) ไม่ใช้บังคับแก่ข้อความในฉลากหรือเอกสารกำกับยา และความใน (๑) (๔) (๕) (๖) (๗) และ (๘) ไม่ใช้บังคับแก่การโฆษณา ซึ่งกระทำโดยตรงต่อผู้ประกอบการโรคศิลปะ ผู้ประกอบวิชาชีพเวชกรรม หรือผู้ประกอบการบำบัดโรคสัตว์

มาตรา ๘๘ ทวิ การโฆษณาขายยาทางวิทยุกระจายเสียง เครื่องขยายเสียง วิทยุโทรทัศน์ ทางฉายภาพ หรือภาพยนตร์หรือทางสิ่งพิมพ์ จะต้อง

(๑) ได้อนุมัติข้อความ เสียง หรือภาพที่ใช้ในการโฆษณาจากผู้อนุญาต

(๒) ปฏิบัติตามเงื่อนไขที่ผู้อนุญาตกำหนด

มาตรา ๘๙ ห้ามมิให้โฆษณาขายยาโดยไม่สุภาพหรือโดยการร้องรำทำเพลงหรือแสดงความทุกข์ทรมาณของผู้ป่วย

มาตรา ๙๐ ห้ามมิให้โฆษณาขายยาโดยวิธีแถมพอก หรือออกสลากรางวัล

มาตรา ๔๐ ทวิ เลขานุการคณะกรรมการอาหารและยา มีอำนาจสั่งเป็นหนังสือให้ระงับการโฆษณาขายยาที่เห็นว่าเป็นการโฆษณาโดยฝ่าฝืนพระราชบัญญัตินี้ได้

บทลงโทษ

มาตรา ๑๒๔ ผู้ใดโฆษณาขายยาโดยฝ่าฝืนมาตรา ๘๘ มาตรา ๘๘ ทวิ มาตรา ๘๙ หรือมาตรา ๔๐ ต้องระวางโทษปรับไม่เกินหนึ่งแสนบาท

มาตรา ๑๒๔ ทวิ (๓) ผู้ใดฝ่าฝืนคำสั่งให้ระงับการโฆษณาขายยาของเลขานุการคณะกรรมการอาหารและยา ซึ่งสั่งตามมาตรา ๔๐ ทวิ ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสามเดือนหรือปรับไม่เกินห้าพันบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ และให้ปรับเป็นรายวันอีกวันละห้าร้อยบาทจนกว่าจะปฏิบัติตามคำสั่งดังกล่าว

๔. การโฆษณาอาหารตามพระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ.๒๕๒๒^๒

บทบัญญัติที่ต้องปฏิบัติ

มาตรา ๔๐ ห้ามมิให้ผู้ใดโฆษณาคุณภาพ หรือสรรพคุณของอาหารอันเป็นเท็จ หรือเป็นการหลอกลวงให้เกิดความหลงเชื่อโดยไม่สมควร

มาตรา ๔๑ ผู้ใดประสงค์จะโฆษณาคุณภาพ หรือสรรพคุณ ของอาหารทางวิทยุ กระจายเสียงวิทยุโทรทัศน์ทางฉายภาพ ภาพยนตร์หรือทางหนังสือพิมพ์หรือสิ่งพิมพ์อื่น หรือด้วยวิธีอื่นใด เพื่อประโยชน์ในทางการค้า ต้องนำเสียง ภาพ ภาพยนตร์หรือข้อความที่จะโฆษณาดังกล่าวนั้นให้ ผู้อนุญาตตรวจพิจารณาก่อน เมื่อได้รับอนุญาตแล้วจึงจะโฆษณาได้

มาตรา ๔๒ เพื่อพิทักษ์ประโยชน์และความปลอดภัยของผู้บริโภค ให้ผู้อนุญาตมีอำนาจสั่งเป็นหนังสืออย่างใดอย่างหนึ่ง ดังนี้

(๑) ให้ผู้ผลิต ผู้นำเข้า หรือผู้จำหน่ายอาหาร หรือผู้ทำการโฆษณาระงับการโฆษณาอาหารที่เห็นว่าเป็นการโฆษณาโดยฝ่าฝืนมาตรา ๔๑

(๒) ให้ผู้ผลิต ผู้นำเข้า หรือผู้จำหน่ายอาหาร หรือผู้ทำการโฆษณาอาหาร ระงับการผลิต การนำเข้า การจำหน่าย หรือการโฆษณาอาหารที่คณะกรรมการเห็นว่าเป็นอาหารดังกล่าวไม่มีคุณภาพ หรือสรรพคุณตามที่โฆษณา

บทลงโทษ

มาตรา ๗๐ ผู้ใดโฆษณาอาหารโดยฝ่าฝืนมาตรา ๔๐ ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสามปี หรือปรับไม่เกินสามหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

มาตรา ๗๑ ผู้ใดฝ่าฝืนมาตรา ๔๑ ต้องระวางโทษปรับไม่เกินห้าพันบาท

มาตรา ๗๒ ผู้ใดฝ่าฝืนคำสั่งของผู้อนุญาตซึ่งสั่งตามมาตรา ๔๒ ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสองปีหรือปรับไม่เกินสองหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ และให้ปรับเป็นรายวันอีกวันละไม่น้อยกว่าห้าร้อยบาทแต่ไม่เกินหนึ่งพันบาท ตลอดเวลาที่ไม่ปฏิบัติตามคำสั่งดังกล่าว

การโฆษณาอาหารที่ไม่ต้องขออนุญาต

๑. การโฆษณาที่ไม่มีการให้ข้อมูลที่เป็นการกล่าวอ้างหรือทำให้เข้าใจว่าอาหารนั้นมีสรรพคุณ คุณภาพ คุณประโยชน์ไม่ว่าจะเป็นการแสดงข้อมูลด้วยภาพ ข้อความ สัญลักษณ์หรืออื่นใดก็ตาม

๒. การให้ข้อมูลทางวิชาการ ที่ไม่มีความเชื่อมโยงให้เข้าใจว่าเป็นสรรพคุณ คุณภาพ คุณประโยชน์ ของอาหารใดโดยเฉพาะ และไม่มีวัตถุประสงค์เพื่อประโยชน์ทางการค้า ทั้งนี้การให้ข้อมูลทาง

วิชาการ จะต้องเป็นการให้ข้อมูลที่ครบถ้วน ถูกต้องตามหลักวิชาการ มีหลักฐานอ้างอิงที่เชื่อถือได้ เช่น แสดงทั้งข้อดี-ข้อเสีย ข้อจำกัดต่างๆ เป็นต้น

๓. การโฆษณาเพื่อส่งเสริมการขาย เช่น การลด แลก แจก แถมของรางวัล ชิงโชค โดยไม่มีการแสดงสรรพคุณ คุณภาพ คุณประโยชน์ของอาหาร

การโฆษณาอาหารที่ต้องขออนุญาต

การโฆษณาสรรพคุณ คุณประโยชน์ คุณภาพของผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อประโยชน์ทางการค้าผ่านทางโทรทัศน์ วิทยุ วารสาร แผ่นพับ หรือด้วยวิธีขายตรง ผ่านสื่อเผยแพร่ต่างๆ อาทิ คู่มือสินค้า เอกสารประกอบการขาย อินเทอร์เน็ต ฯลฯ โดยถ้าเผยแพร่เฉพาะท้องถิ่นหรือจังหวัด สามารถยื่นขออนุญาตได้ที่สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดนั้นๆ แต่หากเผยแพร่ทั่วประเทศจำเป็นต้องขออนุญาตต่อสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาอีกครั้งก่อนจึงจะเผยแพร่ได้

๕. การโฆษณาเครื่องสำอางตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.๒๕๕๘^๖

บทบัญญัติที่ต้องปฏิบัติ

มาตรา ๔๑ การโฆษณาเครื่องสำอางต้องไม่ใช่ข้อความที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคหรือใช้ข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวม ทั้งนี้ ไม่ว่าข้อความดังกล่าวนั้นจะเป็นข้อความที่เกี่ยวกับแหล่งกำเนิด สภาพ คุณภาพ ปริมาณ หรือลักษณะของเครื่องสำอาง

ข้อความดังต่อไปนี้ ถือว่าเป็นข้อความที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคหรือเป็นข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวม

(๑) ข้อความที่เป็นเท็จหรือเกินความจริง

(๒) ข้อความที่จะก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับเครื่องสำอาง ไม่ว่าจะกระทำโดยใช้หรืออ้างอิงรายงานทางวิชาการ สถิติ หรือสิ่งใดสิ่งหนึ่งอันไม่เป็นความจริงหรือเกินความจริง หรือไม่ก็ตาม

(๓) ข้อความที่แสดงสรรพคุณที่เป็นการรักษาโรคหรือที่มีไขจุดมุ่งหมายเป็นเครื่องสำอาง

(๔) ข้อความที่ทำให้เข้าใจว่ามีสรรพคุณบำรุงงาม

(๕) ข้อความที่เป็นการสนับสนุนโดยตรงหรือโดยอ้อมให้มีการกระทำผิดกฎหมายหรือศีลธรรม หรือนำไปสู่ความเสื่อมเสียในวัฒนธรรมของชาติ

(๖) ข้อความที่จะทำให้เกิดความแตกแยกหรือเสื่อมเสียความสามัคคีในหมู่ประชาชน

(๗) ข้อความอย่างอื่นตามที่กำหนดในกฎกระทรวง

ข้อความที่ใช้ในการโฆษณาที่บุคคลทั่วไปสามารถรู้ได้ว่าเป็นข้อความที่ไม่อาจเป็นความจริงได้ โดยแน่แท้ไม่เป็นข้อความที่ต้องห้ามในการโฆษณาตามวรรคสอง (๑)

มาตรา ๔๒ การโฆษณาจะต้องไม่กระทำด้วยวิธีการอันอาจเป็นอันตรายต่อสุขภาพร่างกาย หรือจิตใจ หรือขัดต่อศีลธรรมอันดีงามของประชาชน หรืออันอาจก่อให้เกิดความเดือดร้อนรำคาญแก่ผู้บริโภค

มาตรา ๔๓ ในกรณีที่เลขาธิการเห็นว่าเครื่องสำอางใดอาจเป็นอันตรายแก่ผู้บริโภค ให้เลขาธิการ โดยความเห็นชอบของคณะกรรมการมีอำนาจออกคำสั่งให้ผู้จัดแจ้งหรือผู้ทำการโฆษณาดำเนินการ ดังต่อไปนี้

(๑) กำหนดให้การโฆษณานั้นต้องกระทำไปพร้อมกับคำแนะนำหรือคำเตือนเกี่ยวกับวิธีใช้ หรืออันตราย ตามเงื่อนไขที่คณะกรรมการกำหนด ทั้งนี้ โดยคณะกรรมการจะกำหนดเงื่อนไขให้แตกต่างกัน สำหรับการโฆษณาที่ใช้สื่อโฆษณาต่างกันก็ได้

(๒) จำกัดการใช้สื่อโฆษณาสำหรับเครื่องสำอางนั้น

(๓) ห้ามการโฆษณาเครื่องสำอางนั้น ความใน (๒) และ (๓)ให้นำมาใช้บังคับแก่การโฆษณาที่
 เลขานุการเห็นว่าขัดต่อศีลธรรม หรือวัฒนธรรมของชาติด้วย

มาตรา ๔๔ ในกรณีที่เลขานุการเห็นว่าการโฆษณาใดฝ่าฝืนมาตรา ๔๑ หรือมาตรา ๔๒ ให้เลขานุการ
 โดยความเห็นชอบของคณะกรรมการมีอำนาจออกคำสั่งให้ผู้จัดแจ้งหรือผู้ทำการโฆษณาดำเนินการ ดังต่อไปนี้

(๑) ให้แก้ไขข้อความหรือวิธีการในการโฆษณา

(๒) ห้ามการใช้ข้อความบางอย่างที่ปรากฏในการโฆษณา

(๓) ห้ามการโฆษณาหรือห้ามใช้วิธีการนั้นในการโฆษณา

(๔) ให้โฆษณาเพื่อแก้ไขความเข้าใจผิดของผู้บริโภคที่อาจเกิดขึ้นตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่
 คณะกรรมการกำหนด ในการออกคำสั่งตาม (๔) ให้เลขานุการปฏิบัติตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่
 คณะกรรมการกำหนด โดยคำนึงถึงประโยชน์ของผู้บริโภคประกอบกับความสุจริตในการกระทำของผู้จัดแจ้ง
 หรือผู้ทำการโฆษณา

มาตรา ๔๕ ในกรณีที่เลขานุการมีเหตุอันควรสงสัยว่า ข้อความใดที่ใช้ในการโฆษณาเป็นเท็จ หรือเกิน
 ความจริงตามมาตรา ๔๑ วรรคสอง (๑) ให้เลขานุการมีอำนาจออกคำสั่งให้ผู้จัดแจ้งหรือผู้ทำการ โฆษณาพิสูจน์
 เพื่อแสดงความจริงได้ ในกรณีที่ผู้จัดแจ้งหรือผู้ทำการโฆษณาอ้างรายงานทางวิชาการ ผลการวิจัย สถิติ การ
 รับรอง ของสถาบันหรือบุคคลอื่นใด หรือยืนยันข้อเท็จจริงอันใดอันหนึ่งในการโฆษณา ถ้าผู้จัดแจ้งหรือผู้ทำการ
 โฆษณา ไม่สามารถพิสูจน์ได้ว่าข้อความที่ใช้ในการโฆษณาเป็นความจริงตามที่กล่าวอ้าง ให้เลขานุการโดยความเห็นชอบ
 ของคณะกรรมการมีอำนาจออกคำสั่งตามมาตรา ๔๔ ได้

มาตรา ๔๖ ผู้จัดแจ้งหรือผู้ทำการโฆษณาเครื่องสำอางซึ่งสงสัยว่าการโฆษณาของตน จะเป็นการฝ่าฝืน
 หรือไม่เป็นไปตามพระราชบัญญัตินี้ อาจขอให้คณะกรรมการให้ความเห็นในเรื่องนั้น ก่อนทำการโฆษณาได้
 ทั้งนี้ คณะกรรมการจะต้องให้ความเห็นและแจ้งให้ผู้ขอทราบภายในหกสิบวันนับแต่วันที่สำนักงาน
 คณะกรรมการอาหารและยาได้รับคำขอ ถ้าไม่แจ้งภายในกำหนดระยะเวลาดังกล่าว ให้ถือว่า คณะกรรมการให้
 ความเห็นชอบแล้ว การยื่นคำขอและการให้ความเห็นตามวรรคหนึ่ง ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และ
 เงื่อนไข ที่รัฐมนตรีประกาศกำหนด การให้ความเห็นของคณะกรรมการตามวรรคหนึ่งไม่ถือว่าเป็นการตัด
 อำนาจของคณะกรรมการ ที่จะพิจารณาวินิจฉัยใหม่เป็นอย่างอื่นเมื่อมีเหตุอันสมควร การใดที่ได้กระทำไปตาม
 ความเห็นของคณะกรรมการ หรือที่ให้ถือว่าคณะกรรมการให้ความเห็นชอบแล้ว ตามวรรคหนึ่งและวรรคสาม
 มิให้ถือว่ากระทำนั้นเป็นความผิดทางอาญา

บทลงโทษ

มาตรา ๔๔ ผู้ใดโฆษณาโดยไม่เป็นไปตามมาตรา ๔๑ หรือไม่ปฏิบัติตามมาตรา ๔๒ ต้องระวางโทษ
 จำคุกไม่เกินหนึ่งปี หรือปรับไม่เกินหนึ่งแสนบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

มาตรา ๔๕ ผู้ใดไม่ปฏิบัติตามคำสั่งของเลขานุการตามมาตรา ๔๓ หรือมาตรา ๔๔ ต้องระวางโทษ
 จำคุกไม่เกินหนึ่งปี หรือปรับไม่เกินหนึ่งแสนบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

๖. การโฆษณาเครื่องมือแพทย์ตามพระราชบัญญัติเครื่องมือแพทย์ พ.ศ.๒๕๕๑

บทบัญญัติที่ต้องปฏิบัติ

มาตรา ๕๖ ห้ามมิให้ผู้ใดโฆษณาเครื่องมือแพทย์ตามมาตรา ๖ (๑๑) หรือเครื่องมือแพทย์ ตามมาตรา ๔๖

มาตรา ๖ (๑๑) เครื่องมือแพทย์ที่ห้ามผลิต นำเข้า หรือขาย

มาตรา ๔๖ ห้ามมิให้ผู้ใดผลิต นำเข้า หรือขายเครื่องมือแพทย์ ดังต่อไปนี้

- (๑) เครื่องมือแพทย์ปลอม
- (๒) เครื่องมือแพทย์ผิดมาตรฐาน
- (๓) เครื่องมือแพทย์เสื่อมคุณภาพ
- (๔) เครื่องมือแพทย์ที่ไม่ปลอดภัยในการใช้
- (๕) เครื่องมือแพทย์ที่ผลิตหรือนำเข้าไม่ตรงตามที่ได้รับอนุญาต แจ้งรายการละเอียด หรือจัดแจ้ง
- (๖) เครื่องมือแพทย์ที่ใบอนุญาตหรือใบรับแจ้งรายการละเอียดถูกเพิกถอนตามมาตรา ๗๐ หรือ ใบรับจัดแจ้งถูกยกเลิกตามมาตรา ๗๐/๑

มาตรา ๕๗ ภายใต้บังคับมาตรา ๕๖ การโฆษณาเครื่องมือแพทย์ต้องได้รับใบอนุญาตจากผู้อนุญาต ก่อน ใบอนุญาตโฆษณาให้มีอายุไม่เกินสามปีนับแต่วันที่ออกใบอนุญาต การขออนุญาต การออกใบอนุญาตและ อายุใบอนุญาตตามวรรคหนึ่ง ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่ผู้อนุญาตกำหนด ทั้งนี้ ผู้อนุญาตจะกำหนดเงื่อนไขเฉพาะในการ โฆษณาและจำกัดการใช้สื่อโฆษณาไว้ด้วยก็ได้ ให้นำความในมาตรา ๓๓ มาใช้บังคับกับการพิจารณาออกใบอนุญาตโฆษณาหรือการพิจารณา ให้เปลี่ยนแปลง แก้ไข ปรับปรุง รายการในใบอนุญาตโฆษณาด้วยโดยอนุโลม

มาตรา ๕๘ ในกรณีที่ใบอนุญาตโฆษณาสูญหาย ถูกทำลายหรือชำรุด ให้ผู้รับอนุญาตโฆษณา ยื่นคำ ขอรับใบแทนภายในสิบห้าวันนับแต่วันที่ได้ ทราบถึงการสูญหาย ถูกทำลายหรือชำรุด การขอรับใบแทน ใบอนุญาตโฆษณา ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่ เลขาธิการกำหนดโดยประกาศในราชกิจจานุเบกษา

มาตรา ๕๙ การโฆษณาเครื่องมือแพทย์ ต้อง

- (๑) ไม่แสดงคุณประโยชน์ คุณภาพ ปริมาณ มาตรฐาน ส่วนประกอบหรือแหล่งกำเนิดของ เครื่องมือ แพทย์อันเป็นเท็จหรือเกินความจริง
- (๒) ไม่แสดงการรับรองหรือยกย่องคุณประโยชน์ของเครื่องมือแพทย์ โดยบุคคลหนึ่งบุคคลใด
- (๓) ไม่จัดให้มีรางวัลด้วยการเสี่ยงโชคโดยวิธีใด ๆ
- (๔) ไม่แสดงคุณประโยชน์ว่าสามารถป้องกัน บำบัด บรรเทา รักษาโรคหรืออาการของโรค ที่ห้าม โฆษณาตามที่รัฐมนตรีประกาศกำหนด
- (๕) ไม่แสดงข้อความที่ก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับเครื่องมือแพทย์

มาตรา ๖๐ ในกรณีที่ผู้อนุญาตเห็นว่าการโฆษณาใดฝ่าฝืนมาตรา ๕๗ หรือมาตรา ๕๙ ให้ผู้อนุญาตมี อำนาจออกคำสั่งอย่างหนึ่งอย่างใด ดังต่อไปนี้

- (๑) แก้ไขข้อความหรือวิธีการในการโฆษณา
- (๒) ห้ามการใช้ข้อความหรือวิธีการบางอย่างที่ปรากฏในการโฆษณา
- (๓) ระงับการโฆษณานั้น คำสั่งตามวรรคหนึ่ง ผู้อนุญาตจะสั่งให้โฆษณาเผยแพร่ข้อมูลที่ถูกต้องด้วยก็ได้

บทลงโทษ

มาตรา ๑๑๕ ผู้ใดโฆษณาเครื่องมือแพทย์ตามมาตรา ๖ (๑๑) หรือเครื่องมือแพทย์ตาม มาตรา ๔๖ (๑) (๒) (๓) (๔) หรือ (๖) อันเป็นการฝ่าฝืนมาตรา ๕๖ ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสองปี หรือปรับไม่เกิน สองแสนบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ ผู้ใดโฆษณาเครื่องมือแพทย์ตามมาตรา ๔๖ (๕) อันเป็นการฝ่าฝืนมาตรา ๕๖ ต้องระวาง โทษจำคุกไม่เกินหนึ่งปี หรือปรับไม่เกินหนึ่งแสนบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

มาตรา ๑๑๖ ผู้ใดโฆษณาเครื่องมือแพทย์โดยไม่ได้ รับใบอนุญาตตามมาตรา ๕๗ วรรคหนึ่ง ต้อง ระวางโทษจำคุกไม่เกินหกเดือน หรือปรับไม่เกินห้าหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ มาตรา ๑๑๗ ผู้ใดโฆษณา เครื่องมือแพทย์โดยฝ่าฝืนมาตรา ๕๙ ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหนึ่งปี หรือปรับไม่เกินหนึ่งแสนบาท หรือ

ทั้งจำทั้งปรับ มาตรา ๑๑๘ ผู้โฆษณาผู้ใดไม่ปฏิบัติตามคำสั่งของผู้อนุญาตตามมาตรา ๖๐ ต้องระวางโทษ จำคุกไม่เกินสองปี หรือปรับไม่เกินสองแสนบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ และปรับเป็นรายวันอีกวันละหนึ่งพันบาทจนกว่าจะได้ปฏิบัติให้ถูกต้อง

๗. การโฆษณาวัตถุอันตรายตามพระราชบัญญัติวัตถุอันตราย พ.ศ. ๒๕๓๕ และฉบับแก้ไขเพิ่มเติม^๕

จากข้อกำหนดตามความในพระราชบัญญัติวัตถุอันตราย พ.ศ. ๒๕๓๕ มิได้กำหนดให้การโฆษณาวัตถุอันตรายต้องยื่นคำขออนุญาตต่อสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ก่อนการเผยแพร่โฆษณา ดังนั้น ผู้ประกอบธุรกิจต้องรับผิดชอบดูแลตนเอง โดยการนำเสนอข้อความโฆษณาวัตถุอันตรายอย่างเหมาะสมและถูกต้องตามกฎหมาย

บทบัญญัติที่ต้องปฏิบัติ

มาตรา ๕๑ การโฆษณาวัตถุอันตรายจะต้องไม่ใช่ข้อความที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้อื่นหรือใช้ข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวม ทั้งนี้ ไม่ว่าข้อความดังกล่าวนั้นจะเป็นข้อความที่เกี่ยวกับแหล่งกำเนิด สภาพคุณภาพ ลักษณะของวัตถุอันตราย หรือการใช้วัตถุอันตราย

ข้อความดังต่อไปนี้ ถือว่าเป็นข้อความที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้อื่นหรือเป็นข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวม

(๑) ข้อความที่เป็นเท็จหรือโอ้อวดเกินความจริง

(๒) ข้อความที่จะก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับวัตถุอันตราย ไม่ว่าจะกระทำโดยใช้หรืออ้างอิงรายงานทางวิชาการ สถิติ หรือสิ่งใดสิ่งหนึ่งอันไม่เป็นความจริงหรือเกินความจริงหรือไม่ก็ตาม

(๓) ข้อความอย่างอื่นตามที่รัฐมนตรีผู้รับผิดชอบประกาศกำหนดโดยความเห็นของคณะกรรมการ

มาตรา ๕๑/๑ การโฆษณาจะต้องไม่กระทำด้วยวิธีการอันอาจเป็นอันตรายต่อสุขภาพร่างกาย หรือจิตใจ หรือขัดต่อศีลธรรมอันดีของประชาชน หรืออาจก่อให้เกิดความเดือดร้อนรำคาญแก่ผู้อื่น

มาตรา ๕๑/๒ ในกรณีที่มีเหตุจำเป็นเพื่อป้องกันอันตรายที่จะเกิดแก่บุคคล สัตว์ พืช ทรัพย์ หรือสิ่งแวดล้อมจากการโฆษณาวัตถุอันตรายใด หน่วยงานผู้รับผิดชอบโดยความเห็นของคณะกรรมการมีอำนาจประกาศในราชกิจจานุเบกษา กำหนดหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขสำหรับวัตถุอันตรายนั้นในเรื่อง ดังต่อไปนี้

(๑) การโฆษณาวัตถุอันตรายที่ต้องกระทำไปพร้อมกับคำแนะนำหรือคำเตือนเกี่ยวกับวิธีใช้หรืออันตราย

(๒) จำกัดการใช้สื่อโฆษณาสำหรับวัตถุอันตราย

(๓) ห้ามการโฆษณาวัตถุอันตราย

มาตรา ๕๑/๓ ในกรณีที่หน่วยงานผู้รับผิดชอบเห็นว่าการโฆษณาใดฝ่าฝืนมาตรา ๕๑ มาตรา ๕๑/๑ หรือฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามมาตรา ๕๑/๒ ให้หน่วยงานผู้รับผิดชอบมีอำนาจออกคำสั่งให้ผู้ผลิต ผู้นำเข้า ผู้มีไว้ในครอบครอง หรือผู้ทำการโฆษณาซึ่งวัตถุอันตรายดำเนินการ ดังต่อไปนี้

(๑) ให้แก้ไขข้อความหรือวิธีการในการโฆษณา

(๒) ห้ามการใช้ข้อความบางอย่างที่ปรากฏในการโฆษณา

(๓) ระงับการโฆษณาหรือห้ามใช้วิธีการนั้นในการโฆษณา

(๔) ให้โฆษณาเพื่อแก้ไขความเข้าใจผิดของผู้อื่นที่อาจเกิดขึ้นตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่คณะกรรมการกำหนด

ในการออกคำสั่งตาม (๔) ให้หน่วยงานผู้รับผิดชอบปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่คณะกรรมการกำหนด โดยคำนึงถึงประโยชน์ของผู้บริโภคประกอบกับความสุจริตในการกระทำของผู้ผลิต ผู้นำเข้า ผู้มีไว้ในครอบครอง หรือผู้ทำการโฆษณาซึ่งวัตถุอันตราย

มาตรา ๕๑/๔ ในกรณีหน่วยงานผู้รับผิดชอบมีเหตุอันควรสงสัยว่า ข้อความใดที่ใช้ในการโฆษณาเป็นเท็จหรือโอ้อวดเกินความจริงตามมาตรา ๕๑ วรรคสอง (๑) ให้หน่วยงานผู้รับผิดชอบมีอำนาจออกคำสั่งให้ผู้ผลิต ผู้นำเข้า ผู้มีไว้ในครอบครอง หรือผู้ทำการโฆษณาซึ่งวัตถุอันตรายพิสูจน์เพื่อแสดงความจริงได้

ในกรณีที่ผู้ผลิต ผู้นำเข้า ผู้มีไว้ในครอบครอง หรือผู้ทำการโฆษณาซึ่งวัตถุอันตราย อ้างรายงานทางวิชาการ ผลการวิจัย สถิติ การรับรองของสถาบันหรือบุคคลอื่นใด หรือยืนยันข้อเท็จจริงอันใดอันหนึ่งในการโฆษณา ถ้าผู้ผลิต ผู้นำเข้า ผู้มีไว้ในครอบครอง หรือผู้ทำการโฆษณาซึ่งวัตถุอันตรายไม่สามารถพิสูจน์ได้ว่า ข้อความที่ใช้ในการโฆษณาเป็นความจริงตามที่กล่าวอ้าง ให้หน่วยงานผู้รับผิดชอบมีอำนาจออกคำสั่งตามมาตรา ๕๑/๓ ได้

มาตรา ๕๑/๕ ผู้ผลิต ผู้นำเข้า ผู้มีไว้ในครอบครอง หรือผู้ทำการโฆษณาซึ่งวัตถุอันตรายผู้ใดสงสัยว่าการโฆษณาของตนจะเป็นการฝ่าฝืนหรือไม่เป็นไปตามพระราชบัญญัตินี้ อาจขอให้หน่วยงานผู้รับผิดชอบพิจารณาให้ความเห็นในเรื่องนั้นก่อนทำการโฆษณาได้ ทั้งนี้ หน่วยงานผู้รับผิดชอบจะต้องให้ความเห็นและแจ้งให้ผู้ขอทราบภายในหกสิบวันนับแต่วันที่หน่วยงานผู้รับผิดชอบได้รับคำขอ

การขอความเห็นและคำปวยการในการให้ความเห็นตามวรรคหนึ่ง ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่รัฐมนตรีผู้รับผิดชอบประกาศกำหนดโดยความเห็นของคณะกรรมการ คำปวยการที่ได้รับให้นำส่งคลังเป็นรายได้แผ่นดิน

การให้ความเห็นของหน่วยงานผู้รับผิดชอบตามวรรคหนึ่ง ไม่ถือว่าเป็นการตัดอำนาจของหน่วยงานผู้รับผิดชอบที่จะพิจารณาวินิจฉัยใหม่เป็นอย่างอื่นเมื่อมีเหตุอันสมควร

การใดที่ได้กระทำไปตามความเห็นของหน่วยงานผู้รับผิดชอบตามวรรคหนึ่งและวรรคสาม ถ้าได้กระทำโดยสุจริตมิให้ถือว่าการกระทำนั้นเป็นความผิดทางอาญา

มาตรา ๕๑/๖ ในกรณีผู้ที่ได้รับคำสั่งของหน่วยงานผู้รับผิดชอบตามมาตรา ๕๑/๓ หรือมาตรา ๕๑/๔ ไม่เห็นด้วยกับคำสั่งดังกล่าว ให้มีสิทธิอุทธรณ์เป็นหนังสือต่อรัฐมนตรีผู้รับผิดชอบภายในสามสิบวันนับแต่วันที่ได้รับแจ้งคำสั่ง

คำวินิจฉัยของรัฐมนตรีให้เป็นที่สุด

การอุทธรณ์ตามวรรคหนึ่งไม่เป็นเหตุให้ทุเลาการบังคับตามคำสั่งของหน่วยงานผู้รับผิดชอบ

มาตรา ๕๑/๗ การพิจารณาอุทธรณ์ตามมาตรา ๕๑/๖ ให้รัฐมนตรีผู้รับผิดชอบพิจารณาอุทธรณ์ให้แล้วเสร็จภายในเก้าสิบวันนับแต่วันที่รับคำอุทธรณ์ ถ้ามีเหตุจำเป็นไม่อาจพิจารณาให้แล้วเสร็จภายในระยะเวลาดังกล่าว ให้มีหนังสือแจ้งให้ผู้อุทธรณ์ทราบก่อนครบกำหนดระยะเวลานั้น ในการนี้ ให้ขยายระยะเวลาพิจารณาอุทธรณ์ออกไปได้ไม่เกินเก้าสิบวันนับแต่วันที่ครบกำหนดระยะเวลาดังกล่าว

บทลงโทษ

มาตรา ๕๔/๑ ผู้ใดโฆษณาโดยไม่เป็นไปตามมาตรา ๕๑ หรือไม่ปฏิบัติตามมาตรา ๕๑/๑ ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหกเดือน หรือปรับไม่เกินห้าหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

มาตรา ๕๔/๒ ผู้ใดฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามมาตรา ๕๑/๒ ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหกเดือน หรือปรับไม่เกินห้าหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

มาตรา ๕๔/๓ ผู้ใดฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามคำสั่งของหน่วยงานผู้รับผิดชอบตามมาตรา ๕๑/๓ ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหนึ่งปี หรือปรับไม่เกินหนึ่งแสนบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

๘. การโฆษณายาเสพติดให้โทษตามพระราชบัญญัติยาเสพติด พ.ศ. ๒๕๒๒ และฉบับแก้ไขเพิ่มเติม^๖

บทบัญญัติที่ต้องปฏิบัติ

มาตรา ๔๘ ห้ามมิให้ผู้ใดโฆษณายาเสพติดให้โทษ เว้นแต่

(๑) เป็นการโฆษณายาเสพติดให้โทษในประเภท ๒ ประเภท ๓ หรือประเภท ๕ ซึ่งกระทำโดยตรงต่อผู้ประกอบวิชาชีพเวชกรรม ผู้ประกอบวิชาชีพทันตกรรม ผู้ประกอบวิชาชีพเภสัชกรรม ผู้ประกอบวิชาชีพการสัตวแพทย์ชั้นหนึ่ง ทั้งนี้ ในกรณีที่เป็นยาเสพติดให้โทษในประเภท ๕ ให้รวมถึงการโฆษณากับผู้ประกอบวิชาชีพการแพทย์แผนไทย ผู้ประกอบวิชาชีพการแพทย์แผนไทยประยุกต์ หรือหมอพื้นบ้านตามกฎหมายว่าด้วยวิชาชีพการแพทย์แผนไทยด้วย หรือ

(๒) เป็นฉลากหรือเอกสารกำกับยาเสพติดให้โทษในประเภท ๒ ประเภท ๓ ประเภท ๔ หรือประเภท ๕ ที่ภาชนะหรือหีบห่อบรรจุยาเสพติดให้โทษในประเภท ๒ ประเภท ๓ ประเภท ๔ หรือประเภท ๕

โฆษณาตามวรรคหนึ่งที่เป็นเอกสาร ภาพ ภาพยนตร์ การบันทึกเสียงหรือภาพ ต้องได้รับอนุญาตจากผู้อนุญาตก่อนจึงจะใช้โฆษณาได้

การขออนุญาตและการอนุญาต ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่กำหนดในกฎกระทรวง

มาตรา ๔๘/๑ ห้ามมิให้ผู้ใดโฆษณาเกี่ยวกับการบำบัดรักษา หรือยินยอมให้ผู้อื่นกระทำการดังกล่าวโดยใช้ชื่อของตน หรือชื่อหรือที่ตั้ง หรือกิจการของสถานพยาบาลของตน หรือคุณวุฒิหรือความสามารถของผู้ประกอบวิชาชีพในสถานพยาบาลของตน เว้นแต่ได้รับใบอนุญาตจากผู้อนุญาต

การขออนุญาตและการออกใบอนุญาตให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่กำหนดในกฎกระทรวง

ความในวรรคหนึ่งมิให้ใช้บังคับแก่สถานพยาบาลของรัฐ

มาตรา ๔๘/๒ ในกรณีที่ผู้อนุญาตเห็นว่าการโฆษณาใดฝ่าฝืนมาตรา ๔๘ วรรคสอง หรือมาตรา ๔๘/๑ วรรคสอง หรือมีการใช้ข้อความโฆษณาไม่เป็นไปตามที่ได้รับอนุญาตจากผู้อนุญาต ให้ผู้อนุญาตมีอำนาจออกคำสั่งอย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่าง ดังต่อไปนี้

- (๑) ให้แก้ไขข้อความหรือวิธีการในการโฆษณา
- (๒) ห้ามการใช้ข้อความบางอย่างที่ปรากฏในการโฆษณา
- (๓) ห้ามการโฆษณาหรือห้ามใช้วิธีนั้นในการโฆษณา
- (๔) ให้โฆษณาเพื่อแก้ไขความเข้าใจผิดที่อาจเกิดขึ้น

ในการออกคำสั่งตาม (๔) ให้ผู้อนุญาตกำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการโฆษณาโดยคำนึงถึงประโยชน์ของประชาชนกับความสุจริตใจในการกระทำของผู้ทำการโฆษณา

บทลงโทษ

มาตรา ๔๙ ผู้ใดฝ่าฝืนมาตรา ๔๘ หรือมาตรา ๔๘/๑ หรือไม่ปฏิบัติตามกฎกระทรวงที่ออกตามมาตรา ๔๘ หรือมาตรา ๔๘/๑ หรือไม่ปฏิบัติตามคำสั่งของผู้อนุญาตตามมาตรา ๔๘/๒ ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสองปี หรือปรับตั้งแต่สองหมื่นบาทถึงสองแสนบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

๙. การโฆษณาวัตถุที่ออกฤทธิ์ต่อจิตและประสาทตามพระราชบัญญัติวัตถุที่ออกฤทธิ์ต่อจิตและประสาท พ.ศ. ๒๕๕๙^๕

บทบัญญัติที่ต้องปฏิบัติ

มาตรา ๗๐ ห้ามผู้ใดโฆษณาวัตถุออกฤทธิ์ เว้นแต่

(๑) เป็นฉลากหรือเอกสารกำกับวัตถุออกฤทธิ์ที่ภาชนะหรือหีบห่อบรรจุวัตถุออกฤทธิ์ หรือ

(๒) เป็นการโฆษณาซึ่งกระทำโดยตรงต่อผู้ประกอบการวิชาชีพเวชกรรม ผู้ประกอบวิชาชีพทันตกรรม ผู้ประกอบวิชาชีพเภสัชกรรมหรือผู้ประกอบวิชาชีพการสัตวแพทย์ชั้นหนึ่ง

การโฆษณาตาม (๒) ในกรณีที่เป็นเอกสาร ภาพ ภาพยนตร์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์หรือการบันทึกเสียงหรือภาพ ต้องได้รับใบอนุญาตจากผู้อนุญาตก่อนจึงจะใช้โฆษณาได้

การขออนุญาตและการออกใบอนุญาตตามวรรคสอง ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ วิธีการและเงื่อนไขที่คณะกรรมการกำหนดโดยประกาศในราชกิจจานุเบกษา

มาตรา ๗๑ ในกรณีที่ผู้อนุญาตเห็นว่าการโฆษณาฝ่าฝืนมาตรา ๗๐ วรรคสอง หรือมีการใช้ ข้อความโฆษณาซึ่งไม่เป็นไปตามที่ได้รับอนุญาตจากผู้อนุญาต ให้ผู้อนุญาตมีอำนาจออกคำสั่งอย่างหนึ่งอย่างใดดังต่อไปนี้

(๑) ห้ามการโฆษณาหรือห้ามใช้วิธีการนั้นในการโฆษณา

(๒) ห้ามการใช้ข้อความบางอย่างที่ปรากฏในการโฆษณา

(๓) ให้แก้ไขข้อความหรือวิธีการในการโฆษณา

(๔) ให้โฆษณาเพื่อแก้ไขความเข้าใจผิดที่อาจเกิดขึ้น

ในการออกคำสั่งตาม (๔) ให้ผู้อนุญาตกำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการโฆษณาโดยคำนึงถึงประโยชน์ของประชาชนกับความสุจริตในการกระทำของผู้ทำการโฆษณา

บทลงโทษ

มาตรา ๑๓๘ ผู้ใดโฆษณาวัตถุออกฤทธิ์อันเป็นการฝ่าฝืนมาตรา ๗๐ วรรคหนึ่งหรือวรรคสอง หรือไม่ปฏิบัติตามคำสั่งของผู้อนุญาตตามมาตรา ๗๑ ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสองปี หรือปรับตั้งแต่ สองหมื่นบาท ถึงสองแสนบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

ถ้าการกระทำตามวรรคหนึ่งเป็นการกระทำของเจ้าของสื่อโฆษณาหรือผู้ประกอบการโฆษณา ผู้กระทำต้องระวางโทษเช่นเดียวกันกับผู้โฆษณา

ผู้กระทำความผิดซึ่งต้องรับโทษตามวรรคหนึ่งหรือวรรคสอง ยังต้องระวางโทษปรับอีกวันละ ไม่เกินหนึ่งหมื่นบาท ตลอดระยะเวลาที่ยังฝ่าฝืนหรือจนกว่าจะได้ปฏิบัติให้ถูกต้อง

๑๐. การโฆษณาผลิตภัณฑ์สมุนไพรตามพระราชบัญญัติผลิตภัณฑ์สมุนไพร พ.ศ. ๒๕๖๒^๖

บทบัญญัติที่ต้องปฏิบัติ

มาตรา ๗๐ ห้ามผู้ใดโฆษณาผลิตภัณฑ์สมุนไพรหรือคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์สมุนไพร เว้นแต่ได้รับใบอนุญาตจากผู้อนุญาตก่อน

การขออนุญาตและการออกใบอนุญาตตามวรรคหนึ่ง ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่เลขาธิการกำหนดโดยประกาศในราชกิจจานุเบกษา ทั้งนี้ เลขาธิการอาจกำหนดเงื่อนไขเฉพาะในการโฆษณาและจำกัดการใช้สื่อโฆษณาก็ได้

มาตรา ๗๑ ใบอนุญาตโฆษณาตามมาตรา ๗๐ ให้มีอายุสามปีนับแต่วันที่ออกใบอนุญาต

มาตรา ๗๒ การแก้ไขรายการในใบอนุญาตโฆษณา ให้นำความในมาตรา ๒๑ มาใช้บังคับโดยอนุโลม

มาตรา ๗๓ ในกรณีที่ใบอนุญาตโฆษณาสูญหาย ถูกทำลาย หรือลบลือนในสาระสำคัญให้ผู้รับอนุญาตโฆษณายื่นคำขอรับใบแทนภายในสิบห้าวันนับแต่วันที่ได้ทราบถึงการสูญหาย ถูกทำลายหรือลบลือนในสาระสำคัญ

การขอรับและการออกใบแทนใบอนุญาตโฆษณาตามวรรคหนึ่ง ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่เลขาธิการกำหนดโดยประกาศในราชกิจจานุเบกษา

มาตรา ๗๔ ห้ามผู้ใดโฆษณาผลิตภัณฑ์สมุนไพรในลักษณะ ดังต่อไปนี้

(๑) โอ้อวดสรรพคุณหรือวัตถุดิบเป็นส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์สมุนไพรว่าสามารถบำบัดรักษา บรรเทา หรือป้องกันโรคหรือความเจ็บป่วยได้อย่างศักดิ์สิทธิ์หรือตามความเชื่อส่วนบุคคลหรือสามารถรักษาโรคให้หายขาดได้ หรือใช้ถ้อยคำอื่นใดที่มีความหมายในทำนองเดียวกัน

(๒) แสดงสรรพคุณอันเป็นเท็จ เกินความจริง หรือทำให้เข้าใจผิดในสรรพคุณของผลิตภัณฑ์สมุนไพรนั้น

(๓) ทำให้เข้าใจว่ามีวัตถุใดเป็นส่วนประกอบ ซึ่งความจริงไม่มีวัตถุหรือส่วนประกอบนั้นในผลิตภัณฑ์สมุนไพร หรือมีแต่มีไม่เท่าที่ ทำให้เข้าใจตามที่โฆษณา

(๔) เป็นการรับรองหรือยกย่องสรรพคุณของผลิตภัณฑ์สมุนไพรโดยบุคคล คณะบุคคล หรือสถาบันใด ๆ

(๕) กระทำโดยฝ่าฝืนหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขเกี่ยวกับการโฆษณาตามที่รัฐมนตรีโดยคำแนะนำของคณะกรรมการประกาศกำหนด

ความใน (๔) ไม่ใช้บังคับแก่การโฆษณาซึ่งกระทำโดยตรงต่อผู้ประกอบการวิชาชีพเวชกรรม ผู้ประกอบวิชาชีพทันตกรรม ผู้ประกอบวิชาชีพเภสัชกรรม ผู้ประกอบวิชาชีพการแพทย์แผนไทย และผู้ประกอบวิชาชีพการแพทย์แผนไทยประยุกต์ ทั้งนี้ การโฆษณาซึ่งกระทำโดยตรงต่อผู้ประกอบการวิชาชีพดังกล่าว ต้องได้รับใบอนุญาตตามมาตรา ๗๐

มาตรา ๗๕ ในกรณีที่ผู้อนุญาตเห็นว่าการโฆษณาใดฝ่าฝืนมาตรา ๗๔ ให้ผู้อนุญาตมีอำนาจออกคำสั่งให้ผู้โฆษณาดำเนินการอย่างหนึ่งอย่างใด ดังต่อไปนี้

(๑) แก้ไขข้อความหรือวิธีการในการโฆษณา

(๒) ห้ามใช้ข้อความหรือวิธีการบางอย่างที่ปรากฏในการโฆษณา

(๓) ระงับการโฆษณา

คำสั่งตามวรรคหนึ่ง ผู้อนุญาตจะสั่งให้โฆษณาเผยแพร่ข้อมูลที่ถูกต้องด้วยก็ได้ โดยให้ผู้โฆษณารับผิดชอบค่าใช้จ่ายทั้งหมด

บทลงโทษ

มาตรา ๑๑๔ ผู้ใดโฆษณาผลิตภัณฑ์สมุนไพรโดยไม่ได้รับอนุญาตตามมาตรา ๗๐ วรรคหนึ่ง หรือฝ่าฝืนมาตรา ๗๔ ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหนึ่งปี หรือปรับไม่เกินหนึ่งแสนบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

มาตรา ๑๑๕ ผู้โฆษณาผู้ใดไม่ปฏิบัติตามคำสั่งของผู้อนุญาตตามมาตรา ๗๕ ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหนึ่งปี หรือปรับไม่เกินหนึ่งแสนบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ และปรับเป็นรายวันอีกวันละไม่เกินห้าพันบาท จนกว่าจะได้ปฏิบัติให้ถูกต้อง

๑๑. กฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพ

๑๐.๑ พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.๒๕๒๒

เป็นกฎหมายที่มีวัตถุประสงค์เพื่อคุ้มครองผู้บริโภค โดยมีสาระสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณา คือ การโฆษณาจะต้องไม่ใช่ข้อความที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค หรือใช้ข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียหายต่อสังคม

เป็นส่วนรวม โดยข้อความต้องไม่เป็นข้อความที่เป็นเท็จ หรือข้อความที่เกินความจริง และข้อความที่จะก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ โดยมีบทบัญญัติที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

มาตรา ๒๒ การโฆษณาจะต้องไม่ใช่ข้อความที่เป็นการไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคหรือใช้ข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวม ทั้งนี้ไม่ว่าข้อความดังกล่าวนั้นจะเป็นข้อความที่เกี่ยวกับแหล่งกำเนิด สภาพ คุณภาพ หรือลักษณะของสินค้าหรือบริการ ตลอดจนการส่งมอบ การจัดหา หรือการใช้สินค้าหรือบริการ

(๑) ข้อความที่เป็นเท็จหรือเกินความจริง

(๒) ข้อความที่จะก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการไม่ว่าจะกระทำโดยใช้หรืออ้างอิงรายงานทางวิชาการสถิติ หรือสิ่งใดสิ่งหนึ่งอันไม่เป็นความจริงหรือเกินความจริง หรือไม่ก็ตาม

(๓) ข้อความที่เป็นการสนับสนุนโดยตรงหรือโดยอ้อมให้มีการกระทำผิดกฎหมายหรือศีลธรรม หรือนำไปสู่ความเสื่อมเสียในวัฒนธรรมของชาติ

(๔) ข้อความที่จะทำให้เกิดความแตกแยกหรือเสื่อมเสียความสามัคคีในหมู่ประชาชน

(๕) ข้อความอย่างอื่นตามที่กำหนดในกฎกระทรวงข้อความที่ใช้ในการโฆษณาที่บุคคลทั่วไปสามารถรู้ได้ว่าเป็นข้อความที่ไม่อาจเป็นความจริงได้โดยแน่แท้ ไม่เป็นข้อความที่ต้องห้ามในการโฆษณาตาม (๑)

มาตรา ๒๓ การโฆษณาจะต้องไม่กระทำด้วยวิธีการอันอาจเป็นอันตรายต่อสุขภาพ ร่างกายหรือจิตใจ หรืออันอาจก่อให้เกิดความรำคาญแก่ผู้บริโภค ทั้งนี้ ตามที่กำหนดในกฎกระทรวง

กฎกระทรวงที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณา

- กฎกระทรวงฉบับที่ ๓ (พ.ศ.๒๕๒๖) ออกตามความในพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.๒๕๒๒

บัญญัติเกี่ยวกับการโฆษณาสินค้าหรือบริการที่ใช้อ้างอิงข้อเท็จจริง เกี่ยวกับพระมหากษัตริย์ พระราชินี รัชทายาท หรือผู้สำเร็จราชการแทนพระองค์

- กฎกระทรวงฉบับที่ ๕ (พ.ศ.๒๕๓๔) ออกตามความในพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.๒๕๒๒

บัญญัติเกี่ยวกับการโฆษณาสินค้า หรือบริการที่ระบุหรือประกาศว่า ผู้ประกอบธุรกิจจะจัดให้มีการแถมที่พิกหรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชค

- กฎกระทรวงฉบับที่ ๖ (พ.ศ.๒๕๓๘) ออกตามความในพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.๒๕๒๒

บัญญัติเกี่ยวกับการโฆษณาที่มีข้อความโฆษณาสินค้าหรือบริการ รวมทั้งเครื่องหมายการค้าหรือเครื่องหมายอื่นๆ ของผู้ประกอบธุรกิจ ที่รวมอยู่กับข้อความที่ถวายเป็นพระพรหรือข้อความอย่างอื่นที่อ้างอิงเกี่ยวกับพระมหากษัตริย์ พระราชินี รัชทายาท หรือผู้สำเร็จราชการแทนพระองค์นั้น

(รายละเอียดตามภาคผนวกที่ ๒-๔)

๑๐.๒ พระราชบัญญัติวิธีปฏิบัติราชการทางปกครอง พ.ศ.๒๕๓๙^{๑๐}

หนังสือแจ้งระงับโฆษณาเป็นคำสั่งทางปกครอง ซึ่งการแจ้งระงับโฆษณาดังกล่าวเป็นการใช้อำนาจตามกฎหมายของเจ้าหน้าที่ที่มีผลเป็นการสร้างนิติสัมพันธ์ขึ้นระหว่างบุคคล ในกรณีที่จะสั่งระงับการโฆษณาอันมีผลกระทบต่อสถานภาพของสิทธิหน้าที่ของบุคคล ไม่ว่าจะเป็นการถาวรหรือชั่วคราว ดังนั้นพระราชบัญญัติวิธีปฏิบัติราชการทางปกครอง พ.ศ.๒๕๓๙ จึงมีความสำคัญในการจัดทำหนังสือแจ้งระงับโฆษณาและการพิจารณาอุทธรณ์หนังสือแจ้งระงับโฆษณา มีบทบัญญัติที่เกี่ยวข้องดังนี้

บทบัญญัติที่เกี่ยวข้องกับขั้นตอนการพิจารณา การให้โอกาสชี้แจงโต้แย้ง

มาตรา ๒๘ ในการพิจารณาทางปกครอง เจ้าหน้าที่อาจตรวจสอบข้อเท็จจริงได้ ตามความเหมาะสมในเรื่องนั้นๆ โดยไม่ต้องผูกพันอยู่กับคำขอหรือพยานหลักฐานของคู่กรณี

มาตรา ๒๙ เจ้าหน้าที่ต้องพิจารณาพยานหลักฐานที่ตนเห็นว่าจำเป็นแก่การพิสูจน์ ข้อเท็จจริง ในการนี้ให้รวมถึงการดำเนินการดังต่อไปนี้

- (๑) แสวงหาพยานหลักฐานทุกอย่างที่เกี่ยวข้อง
- (๒) รับฟังพยานหลักฐาน คำชี้แจง หรือความเห็นของคู่กรณีหรือของพยานบุคคล หรือพยานผู้เชี่ยวชาญที่คู่กรณีกล่าวอ้าง เว้นแต่เจ้าหน้าที่เห็นว่าเป็นการกล่าวอ้างที่ไม่จำเป็น ฟุ่มเฟือยหรือเพื่อประวิงเวลา
- (๓) ขอข้อเท็จจริงหรือความเห็นจากคู่กรณีพยานบุคคล หรือพยานผู้เชี่ยวชาญ
- (๔) ขอให้ผู้ครอบครองเอกสารส่งเอกสารที่เกี่ยวข้อง
- (๕) ออกไปตรวจสอบสถานที่ คู่กรณีต้องให้ความร่วมมือกับเจ้าหน้าที่ในการพิสูจน์ข้อเท็จจริง และมีหน้าที่แจ้งพยานหลักฐานที่ตนทราบแก่เจ้าหน้าที่ พยานหรือพยานผู้เชี่ยวชาญที่เจ้าหน้าที่เรียกมาให้ถ้อยคำหรือทำ ความเห็นมีสิทธิได้รับ ค่าป่วยการตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่กำหนดในกฎกระทรวง

มาตรา ๓๐ ในกรณีที่คำสั่งทางปกครองอาจกระทบถึงสิทธิของคู่กรณีเจ้าหน้าที่ต้องให้ คู่กรณีมีโอกาสที่จะได้ทราบข้อเท็จจริงอย่างเพียงพอและมีโอกาสโต้แย้งและแสดงพยานหลักฐานของตน

ความในวรรคหนึ่งมิให้นำมาใช้บังคับในกรณีดังต่อไปนี้เว้นแต่เจ้าหน้าที่จะเห็นสมควร ปฏิบัติเป็นอย่างอื่น

- (๑) เมื่อมีความจำเป็นรีบด่วนหากปล่อยให้นิ่งช้าไปจะก่อให้เกิดความเสียหาย อย่างร้ายแรงแก่ผู้หนึ่ง ผู้ใดหรือจะกระทบต่อประโยชน์สาธารณะ
 - (๒) เมื่อจะมีผลทำให้ระยะเวลาที่กฎหมายหรือกฎกำหนดไว้ในการทำคำสั่งทางปกครอง ต้องล่าช้าออกไป
 - (๓) เมื่อเป็นข้อเท็จจริงที่คู่กรณีนั้นเองได้ให้ไว้ในคำขอ คำให้การหรือคำแถลง
 - (๔) เมื่อโดยสภาพเห็นได้ชัดในตัวเองว่าการให้โอกาสดังกล่าวไม่อาจกระทำได้
 - (๕) เมื่อเป็นมาตรการบังคับทางปกครอง
 - (๖) กรณีอื่นตามที่กำหนดในกฎกระทรวง
- ห้ามมิให้เจ้าหน้าที่ให้โอกาสตามวรรคหนึ่ง ถ้าจะก่อให้เกิดผลเสียหายอย่างร้ายแรง ต่อประโยชน์สาธารณะ

มาตรา ๓๑ คู่กรณีมีสิทธิขอตรวจดูเอกสารที่จำเป็นต้องรู้เพื่อการโต้แย้งหรือชี้แจง หรือป้องกันสิทธิของตนได้แต่ถ้ายังไม่ได้ทำคำสั่งทางปกครองในเรื่องนั้น คู่กรณีไม่มีสิทธิขอตรวจดูเอกสารอันเป็นต้นร่างคำวินิจฉัย การตรวจดูเอกสารค่าใช้จ่ายในการตรวจดูเอกสาร หรือการจัดทำสำเนาเอกสารให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่กำหนดในกฎกระทรวง

มาตรา ๓๒ เจ้าหน้าที่อาจไม่อนุญาตให้ตรวจดูเอกสารหรือพยานหลักฐานได้ถ้าเป็นกรณีที่ต้องรักษาไว้เป็นความลับ

มาตรา ๓๓ เพื่อประโยชน์ในการอำนวยความสะดวกแก่ประชาชน ความประหยัด และความมีประสิทธิภาพในการดำเนินงานของรัฐ ให้คณะรัฐมนตรีวางระเบียบกำหนดหลักเกณฑ์ และวิธีการเพื่อให้เจ้าหน้าที่กำหนดเวลาสำหรับการพิจารณาทางปกครองขึ้นไว้ตามความเหมาะสม แก่กรณีทั้งนี้เท่าที่ไม่ขัดหรือแย้งกับกฎหมายหรือกฎในเรื่องนั้น ในกรณีที่การดำเนินงานในเรื่องใดจะต้องผ่านการพิจารณาของเจ้าหน้าที่มากกว่าหนึ่งราย เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องมีหน้าที่ต้องประสานงานกันในการกำหนดเวลาเพื่อการดำเนินงานในเรื่องนั้น

บทบัญญัติที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบและผลของคำสั่งทางปกครอง

มาตรา ๓๔ คำสั่งทางปกครองอาจทำเป็นหนังสือหรือวาจาหรือโดยการสื่อความหมายในรูปแบบอื่นก็ได้แต่ต้องมีข้อความหรือความหมายที่ชัดเจนเพียงพอที่จะเข้าใจได้

มาตรา ๓๕ ในกรณีที่คำสั่งทางปกครองเป็นคำสั่งด้วยวาจา ถ้าผู้รับคำสั่งนั้นร้องขอ และการร้องขอได้กระทำโดยมีเหตุอันสมควรภายในเจ็ดวันนับแต่วันที่มิคำสั่งดังกล่าว เจ้าหน้าที่ ผู้ออกคำสั่งต้องยืนยันคำสั่งนั้นเป็นหนังสือ

มาตรา ๓๖ คำสั่งทางปกครองที่ทำเป็นหนังสืออย่างน้อยต้องระบุ วัน เดือน และปี ที่ทำคำสั่ง ชื่อและตำแหน่งของเจ้าหน้าที่ผู้ทำคำสั่ง พร้อมทั้งมีลายมือชื่อของเจ้าหน้าที่ผู้ทำคำสั่งนั้น

มาตรา ๓๗ คำสั่งทางปกครองที่ทำเป็นหนังสือและการยืนยันคำสั่งทางปกครอง เป็นหนังสือต้องจัดให้มีเหตุผลไว้ด้วย และเหตุผลนั้นอย่างน้อยต้องประกอบด้วย

- (๑) ข้อเท็จจริงอันเป็นสาระสำคัญ
- (๒) ข้อกฎหมายที่อ้างอิง
- (๓) ข้อพิจารณาและข้อสนับสนุนในการใช้ดุลพินิจ

นายกรัฐมนตรีหรือผู้ซึ่งนายกรัฐมนตรีมอบหมายอาจประกาศในราชกิจจานุเบกษา กำหนดให้คำสั่งทางปกครองกรณีหนึ่งกรณีใดต้องระบุเหตุผลไว้ในคำสั่งนั้นเองหรือในเอกสารแนบท้ายคำสั่งนั้นก็ได้

บทบัญญัติตามวรรคหนึ่งไม่ใช้บังคับกับกรณีดังต่อไปนี้

- (๑) เป็นกรณีที่มีผลตรงตามคำขอและไม่กระทบสิทธิและหน้าที่ของบุคคลอื่น
- (๒) เหตุผลนั้นเป็นที่รู้จักอยู่แล้วโดยไม่ต้องระบุอีก
- (๓) เป็นกรณีที่ต้องรักษาไว้เป็นความลับตามมาตรา ๓๒
- (๔) เป็นการออกคำสั่งทางปกครองด้วยวาจาหรือเป็นกรณีเร่งด่วนแต่ต้องให้เหตุผลเป็นลายลักษณ์อักษรในเวลาอันควรหากผู้อยู่ในบังคับของคำสั่งนั้นร้องขอ

มาตรา ๓๘ บทบัญญัติตามมาตรา ๓๖ และมาตรา ๓๗ วรรคหนึ่ง มิให้ใช้บังคับกับคำสั่งทางปกครองที่กำหนดในกฎกระทรวง ทั้งนี้ตามหลักเกณฑ์วิธีการ และเงื่อนไขที่กำหนดในกฎกระทรวง

มาตรา ๓๙ การออกคำสั่งทางปกครองเจ้าหน้าที่อาจกำหนดเงื่อนไขใดๆ ได้เท่าที่จำเป็น เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของกฎหมาย เว้นแต่กฎหมายจะกำหนดข้อจำกัดดุลพินิจเป็นอย่างอื่น การกำหนดเงื่อนไขตามวรรคหนึ่ง ให้หมายความรวมถึงการกำหนดเงื่อนไขในกรณี ดังต่อไปนี้ตามความเหมาะสมแก่กรณีด้วย

- (๑) การกำหนดให้สิทธิหรือภาระหน้าที่เริ่มมีผลหรือสิ้นสุด ณ เวลาใดเวลาหนึ่ง
- (๒) การกำหนดให้การเริ่มมีผลหรือสิ้นสุดของสิทธิหรือภาระหน้าที่ต้องขึ้นอยู่กับ เหตุการณ์ในอนาคตที่ไม่แน่นอน

- (๓) ข้อสงวนสิทธิที่จะยกเลิกคำสั่งทางปกครอง
- (๔) การกำหนดให้ผู้ได้รับประโยชน์ต้องกระทำหรืองดเว้นกระทำหรือต้องมีภาระหน้าที่ หรือยอมรับภาระหน้าที่หรือความรับผิดชอบบางประการ หรือการกำหนดข้อความในการจัดให้มี เปลี่ยนแปลง หรือเพิ่มข้อกำหนดดังกล่าว

มาตรา ๓๙/๑ การออกคำสั่งทางปกครองเป็นหนังสือในเรื่องใด หากมิได้มีกฎหมาย หรือกฎกำหนดระยะเวลาในการออกคำสั่งทางปกครองในเรื่องนั้นไว้เป็นประการอื่น ให้เจ้าหน้าที่ ออกคำสั่งทางปกครองนั้นให้แล้วเสร็จภายในสามสิบวันนับแต่วันที่เจ้าหน้าที่ได้รับคำขอและเอกสารถูกต้องครบถ้วน ให้เป็นหน้าที่ของผู้บังคับบัญชาชั้นเหนือขึ้นไปของเจ้าหน้าที่ ที่จะกำกับดูแลให้เจ้าหน้าที่ ดำเนินการให้เป็นไปตามวรรคหนึ่ง

มาตรา ๔๐ คำสั่งทางปกครองที่อาจอุทธรณ์หรือโต้แย้งต่อไปได้ให้ระบุกรณีที่จะอุทธรณ์ หรือโต้แย้ง การยื่นคำอุทธรณ์หรือคำโต้แย้ง และระยะเวลาสำหรับการอุทธรณ์หรือการโต้แย้งดังกล่าวไว้ด้วย ในกรณีที่มีการฝ่าฝืนบทบัญญัติตามวรรคหนึ่ง ให้ระยะเวลาสำหรับการอุทธรณ์หรือ การโต้แย้งเริ่มนับใหม่ตั้งแต่วันที่ได้รับการ

แจ้งหลักเกณฑ์ตามวรรคหนึ่ง แต่ถ้าไม่มีการแจ้งใหม่และระยะเวลาดังกล่าวมีระยะเวลาสั้นกว่าหนึ่งปีให้ขยายเป็นหนึ่งปีนับแต่วันที่ได้รับคำสั่งทางปกครอง

มาตรา ๔๑ คำสั่งทางปกครองที่ออกโดยการฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ดังต่อไปนี้ ไม่เป็นเหตุให้คำสั่งทางปกครองนั้นไม่สมบูรณ์

(๑) การออกคำสั่งทางปกครองโดยยังไม่มีผู้ยื่นคำขอในกรณีที่เจ้าหน้าที่จะดำเนินการเองไม่ได้นอกจากจะมีผู้ยื่นคำขอ ถ้าต่อมาในภายหลังได้มีการยื่นคำขอเช่นนั้นแล้ว

(๒) คำสั่งทางปกครองที่ต้องจัดให้มีเหตุผลตามมาตรา ๓๗ วรรคหนึ่ง ถ้าได้มีการจัดให้มีเหตุผลดังกล่าวในภายหลัง

(๓) การรับฟังคู่กรณีที่เป็นต้องกระทำได้ดำเนินการมาโดยไม่สมบูรณ์ถ้าได้มีการรับฟังให้สมบูรณ์ในภายหลัง

(๔) คำสั่งทางปกครองที่ต้องให้เจ้าหน้าที่อื่นให้ความเห็นชอบก่อน ถ้าเจ้าหน้าที่นั้น ได้ให้ความเห็นชอบในภายหลัง เมื่อมีการดำเนินการตามวรรคหนึ่ง (๑) (๒) (๓) หรือ (๔) แล้ว และเจ้าหน้าที่ผู้มีคำสั่งทางปกครองประสงค์ให้ผลเป็นไปตามคำสั่งเดิมให้เจ้าหน้าที่ผู้นั้นบันทึกข้อเท็จจริงและความประสงค์ ของตนไว้ในหรือแนบไว้กับคำสั่งเดิมและต้องมีหนังสือแจ้งความประสงค์ของตนให้คู่กรณีทราบด้วย

กรณีตาม (๒) (๓) และ (๔) จะต้องกระทำก่อนสิ้นสุดกระบวนการพิจารณาอุทธรณ์ ตามส่วนที่ ๕ ของหมวดนี้หรือตามกฎหมายเฉพาะว่าด้วยกรณีนั้น หรือถ้าเป็นกรณีที่ไม่ต้อง มีการอุทธรณ์ดังกล่าวก็ต้องก่อนมีการนำคำสั่งทางปกครองไปสู่การพิจารณาของผู้มีอำนาจพิจารณาวินิจฉัยความถูกต้องของคำสั่งทางปกครองนั้น

มาตรา ๔๒ คำสั่งทางปกครองให้มีผลใช้ยันต่อบุคคลตั้งแต่ขณะที่ผู้นั้นได้รับแจ้งเป็นต้นไป คำสั่งทางปกครองย่อมมีผลตราบเท่าที่ยังไม่มีการเพิกถอนหรือสิ้นผลลงโดยเจือเวลา หรือโดยเหตุอื่น เมื่อคำสั่งทางปกครองสิ้นผลลง ให้เจ้าหน้าที่มีอำนาจเรียกผู้ซึ่งครอบครองเอกสาร หรือวัตถุอื่นใดที่ได้จัดทำขึ้นเนื่องในการมีคำสั่งทางปกครองดังกล่าว ซึ่งมีข้อความหรือเครื่องหมาย แสดงถึงการมีอยู่ของคำสั่งทางปกครองนั้น ให้ส่งคืนสิ่งนั้นหรือให้นำสิ่งของดังกล่าวอันเป็นกรรมสิทธิ์ ของผู้นั้นมาให้เจ้าหน้าที่จัดทำเครื่องหมายแสดงการสิ้นผลของคำสั่งทางปกครองดังกล่าวได้

มาตรา ๔๓ คำสั่งทางปกครองที่มีข้อผิดพลาดเล็กน้อยหรือผิดพลาดเล็กน้อยนั้น เจ้าหน้าที่อาจแก้ไขเพิ่มเติมได้เสมอ

ในการแก้ไขเพิ่มเติมคำสั่งทางปกครองตามวรรคหนึ่งให้แจ้งให้ผู้ที่เกี่ยวข้องทราบ ตามควรแก่กรณีในการนี้เจ้าหน้าที่อาจเรียกให้ผู้ที่เกี่ยวข้องจัดส่งคำสั่งทางปกครอง เอกสารหรือวัตถุอื่นใดที่ได้จัดทำขึ้นเนื่องในการมีคำสั่งทางปกครองดังกล่าวมาเพื่อการแก้ไขเพิ่มเติมได้

บทบัญญัติที่เกี่ยวข้องกับระยะเวลาและขั้นตอนการอุทธรณ์

มาตรา ๔๔ ภายใต้บังคับมาตรา ๔๘ ในกรณีที่คำสั่งทางปกครองใดไม่ได้ออกโดยรัฐมนตรี และไม่มีกฎหมายกำหนดขั้นตอนอุทธรณ์ภายในฝ่ายปกครองไว้เป็นการเฉพาะ ให้คู่กรณีอุทธรณ์ คำสั่งทางปกครองนั้น โดยยื่นต่อเจ้าหน้าที่ผู้ทำคำสั่งทางปกครองภายในสิบห้าวันนับแต่วันที่ตน ได้รับแจ้งคำสั่งดังกล่าว คำอุทธรณ์ต้องทำเป็นหนังสือโดยระบุข้อโต้แย้งและข้อเท็จจริงหรือข้อกฎหมายที่อ้างอิง ประกอบด้วย การอุทธรณ์ไม่เป็นเหตุให้ทุเลาการบังคับตามคำสั่งทางปกครอง เว้นแต่จะมีการสั่งให้ทุเลา การบังคับตามมาตรา ๕๖ วรรคหนึ่ง

มาตรา ๔๕ ให้เจ้าหน้าที่ตามมาตรา ๔๔ วรรคหนึ่ง พิจารณาคำอุทธรณ์และแจ้งผู้อุทธรณ์ โดยไม่ชักช้า แต่ต้องไม่เกินสามสิบวันนับแต่วันที่ได้รับอุทธรณ์ ในกรณีที่เห็นด้วยกับคำอุทธรณ์ ไม่ว่าจะทั้งหมดหรือบางส่วนก็ให้ดำเนินการเปลี่ยนแปลงคำสั่งทางปกครองตามความเห็นของตน ภายในกำหนดเวลาดังกล่าวด้วย

ถ้าเจ้าหน้าที่ตามมาตรา ๔๔ วรรคหนึ่ง ไม่เห็นด้วยกับคำอุทธรณ์ไม่ว่าทั้งหมดหรือบางส่วน ก็ให้เร่งรายงานความเห็นพร้อมเหตุผลไปยังผู้มีอำนาจพิจารณาคำอุทธรณ์ภายในกำหนดเวลา ตามวรรคหนึ่ง ให้ผู้มีอำนาจพิจารณาคำอุทธรณ์พิจารณาให้แล้วเสร็จภายในสามสัปดาห์นับแต่วันที่ตน ได้รับรายงาน ถ้ามีเหตุจำเป็น ไม่อาจพิจารณาให้แล้วเสร็จภายในระยะเวลาดังกล่าว ให้ผู้มีอำนาจ พิจารณาคำอุทธรณ์มีหนังสือแจ้งให้ผู้อุทธรณ์ทราบก่อนครบกำหนดเวลาดังกล่าว ในการนี้ให้ขยาย ระยะเวลาพิจารณาอุทธรณ์ออกไปได้ไม่เกินสามสัปดาห์ นับแต่วันที่ครบกำหนดเวลาดังกล่าว

เจ้าหน้าที่ผู้ใดจะเป็นผู้มีอำนาจพิจารณาอุทธรณ์ตามวรรคสองให้เป็นไปตามที่กำหนดในกฎกระทรวง บัญญัติมาตรานี้ไม่ใช้กับกรณีที่มีกฎหมายเฉพาะกำหนดไว้เป็นอย่างอื่น

มาตรา ๔๖ ในการพิจารณาอุทธรณ์ให้เจ้าหน้าที่พิจารณาทบทวนคำสั่งทางปกครองได้ ไม่ว่าจะ เป็น ปัญหาข้อเท็จจริง ข้อกฎหมาย หรือความเหมาะสมของการทำคำสั่งทางปกครอง และอาจมีคำสั่งเพิกถอนคำสั่ง ทางปกครองเดิมหรือเปลี่ยนแปลงคำสั่งนั้นไปในทางใด ทั้งนี้ไม่ว่าจะเป็นการเพิ่มภาระหรือลดภาระหรือใช้ดุลพินิจแทนในเรื่องความเหมาะสมของการทำคำสั่งทางปกครองหรือมีข้อกำหนดเป็นเงื่อนไขอย่างไรก็ได้

บทที่ ๓

ลักษณะการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ผิดกฎหมายและต้องเฝ้าระวัง^{๑๑}

ลักษณะการโฆษณาอาหารที่ผิดกฎหมายเกินจริงหรือหลอกลวงให้เกิดความหลงเชื่อโดยไม่สมควร

ตัวอย่างข้อความที่ไม่อนุญาตในการโฆษณาอาหาร รวมถึงการใช้ภาพที่สื่อให้เข้าใจได้ในความหมายเดียวกัน มีลักษณะดังต่อไปนี้

๑. สื่อสรรพคุณทางยา ช่วยบำบัด บรรเทา รักษาหรือป้องกันโรคต่างๆ เช่น อ้างว่าสามารถรักษาโรคเบาหวาน ป้องกันโรค ลดอัตราการเกิดมะเร็ง ลดความเสี่ยงการเกิดมะเร็งผิวหนัง ป้องกันการเกิดมะเร็งบางชนิด ลดการเกิดมะเร็งต่อมลูกหมาก ข้อเสื่อมรูมาตอยด์ ช่วยบรรเทาต้อหิน ต้อกระจก บำรุงหัวใจ ลดความเสี่ยงเป็นเส้นเลือดอุดตัน ลด/ล้างสารพิษ สร้างภูมิคุ้มกัน เป็นต้น

๒. สื่อสรรพคุณที่สามารถเปลี่ยนแปลงรูปร่าง ลักษณะ และโครงสร้างของอวัยวะในร่างกาย เช่น อ้างว่าลดความอ้วนไม่ว่าจะเป็นทั้งหมดหรือบางส่วน ทำให้หน้าเล็ก เรียว แหลม เพิ่มส่วนสูง ขยายขนาดหน้าอก ขยายและเพิ่มขนาดอวัยวะเพศ เป็นต้น

๓. สื่อสรรพคุณทางเครื่องสำอาง เช่น ทำให้ผิวขาว เต่งตึง ลดเลือนริ้วรอย ทำให้ผิวพรรณขาวอมชมพู ลดปัญหาฝ้า กระ จุดด่างดำ ชะลอความแก่ของเซลล์ผิว เป็นต้น

๔. สื่อสรรพคุณว่ามีผลต่อการกระทำหน้าที่ของอวัยวะและส่วนต่างๆของร่างกาย เช่น เพิ่มพัฒนาการทางสมอง บำรุงสายตา หัวใจ ประสาท ลดความเมื่อยล้า ฟันฟูสมรรถภาพทางเพศ เป็นต้น

อนึ่งการกล่าวอ้างสรรพคุณทางสุขภาพของอาหาร (Health claim) ต้องมีงานวิจัยที่มีการทดลองถึงผลลัพธ์ของผลิตภัณฑ์ในคนและงานวิจัยได้รับการตีพิมพ์ในวารสารทางวิชาการที่เชื่อถือได้ และได้รับความเห็นชอบจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ก่อนทำการโฆษณา

ลักษณะการโฆษณายาที่ผิดกฎหมายเกินจริงหรือหลอกลวงให้เกิดความหลงเชื่อโดยไม่สมควร

๑. ลักษณะข้อความแสดงสรรพคุณยาว่าสามารถบำบัด บรรเทา รักษา โรค หรืออาการของโรคที่รัฐมนตรีกระทรวงสาธารณสุขประกาศห้ามโฆษณาขายยาต่อประชาชนทั่วไป เนื่องจากโรคดังกล่าวเป็นโรคเรื้อรัง โรคที่ยากต่อการรักษา หรือโรคที่จำเป็นต้องอยู่ภายใต้ความดูแลและได้รับคำแนะนำจากแพทย์หรือเภสัชกร หากผู้บริโภคหลงเชื่อคำโฆษณา อาจทำให้ผู้บริโภคขาดโอกาสในการรักษาและคำแนะนำที่ถูกต้อง ตัวอย่างข้อความที่ห้ามโฆษณา ได้แก่

๑.๑ ข้อความที่กล่าวอ้างว่าสามารถรักษา บำบัด บรรเทา โรคหรืออาการของโรคมะเร็ง วัณโรค เรื้อน อัมพาต เบาหวาน โรคหรืออาการของโรคเกี่ยวกับสมองหัวใจ ปอด ตับ ม้าม ไต เช่นคำว่า “รักษามะเร็งเต้านม รักษา มะเร็งตับ รักษา มะเร็งปอด รักษา มะเร็งปากมดลูก สมุนไพรรักษามะเร็งลำไส้ มะเร็งอื่นๆ รักษา มะเร็งระยะสุดท้าย รักษาโรคมะเร็งชนิดต่างๆ” “มีฤทธิ์ช่วยยับยั้งเซลล์เนื้องอก หรือเซลล์มะเร็งต่างๆ” “ต้านวัณโรค รักษาปอดติดเชื้อหรือวัณโรค” “อัมพาตหายได้” “รักษาเบาหวาน” “บำรุงสมอง” “บรรเทาโรคปอด” “ฟันฟูไต” “บำรุงม้าม”

๑.๒ ข้อความสรรพคุณฟื้นฟูร่างกายและระบบอวัยวะภายในอันเป็นสาเหตุของสุขภาพที่เสื่อม ช่วยเสริมสร้างภูมิต้านทานโรค เช่น โรคไตวาย (ถ้ายังไม่ฟอกไต ตึ่มแล้วไตดีขึ้นแน่นอน) เบาหวานอัมพฤกษ์ อัมพาต และช่วยบำรุงเลือด ตับ ไต หัวใจ ม้ามปอด อีกด้วย”

๒. ลักษณะข้อความที่โอ้อวด เกี่ยวกับสรรพคุณยาว่าสามารถบำบัด บรรเทา รักษา หรือป้องกันโรค หรือความเจ็บป่วยได้อย่างศักดิ์สิทธิ์ หรือหายขาด หรือใช้ถ้อยคำอื่นใดในทำนองเดียวกันซึ่งอาจทำให้ผู้บริโภค

เสียชีวิตโดยใช่เหตุ หรืออาจก่อให้เกิดความเสียหาย หรืออันตรายจากการบริโภคเช่น คำว่า “มหัศจรรย์” “มหัศจรรย์พลังชีวิต” “ยอดเยี่ยม” “วิเศษ” “พิเศษ” “ดีที่สุด” “ดีเยี่ยม” “เหนือกว่าใคร” “คุณภาพดีที่สุด” “ปลอดภัย” “ไม่มีผลข้างเคียง” “ไม่มีอันตราย” “ไร้สารตกค้าง” “ปลอดภัย” “หายขาด” “หายทันที”

๓. ข้อความลักษณะเป็นเท็จหรือเกินความจริง เช่น

- คำว่า “รักษาเอดส์” “แก้โรคอัมพฤกษ์” “ปรับความดันโลหิตสูงต่ำ” “ช่วยระบบไหลเวียนโลหิตดีขึ้น” “ป้องกันหลอดเลือดอุดตัน” “รักษาโรคเกาต์” “ยารักษาต่อมลูกหมากโต” “ยารักษาต่อมลูกหมากอักเสบ” “รักษาโรคต่อมลูกหมากโต ต่อมลูกหมากอักเสบ” “ต่อมลูกหมากเรื้อรัง” “บรรเทาอาการหืดหอบ” “รักษาภูมิแพ้” “ช่วยควบคุมไขมันและน้ำตาลในเลือด” “ภาวะมีบุตรยาก” “รักษาโรคภายในสตรี” “บำรุงให้พิต” “ระงับกลิ่น แพนติดีใจ” “ออกสวยเด่งทันใจ” “ผิวขาวจั๊ว” “หน้าใสปิ๊ง” “อกฟู รูพิต” “เพิ่มฮอร์โมนเพศ” “ช่วยให้หน้าใส ผิวพรรณเปล่งปลั่ง หน้าออกสวย ภายในกระชับ” “สิว ฝ้า จุดต่างด้า ผิวพรรณดี มีน้ำมีนวล” “ปวดท้อง รอบเดือนมาไม่ปกติ เคยอยู่ไฟไม่ถึง” “ปวดหลัง ปวดร้าวตามร่างกาย การหมุนเวียนของโลหิต กระชับมดลูก กลิ่นอับในช่องคลอดจะหมดไป”

- ข้อความ “รับประทานเป็นประจำจะทำให้มีสุขภาพแข็งแรงมีอายุวัฒนะอย่างเทวดา”

- ข้อความ “เป็นเอดส์ มันทำให้ปอดติดเชื้อหรือวัณโรคขึ้นสมองทำให้สมองมีเชื้อรา ปากเป็นฝ้า ฝ้าอักเสบ ไตอักเสบ เกสัดเลือดต่ำ ภูมิต้านทานบกพร่อง ทำให้ร่างกายอ่อนแอไปหมด พอกินยาเวลาผ่านไป ๑๐-๒๐ วัน ปอดที่เคยไอ เคยอักเสบก็ลดลง ฝ้าไตเริ่มดีขึ้น ปากหายเป็นฝ้า เกสัดเลือดคืนสู่ความปกติ”

- ข้อความ “ยาสมุนไพรลดความอ้วน” “ยาลดน้ำหนัก” “สมุนไพรลดความอ้วน” “ช่วยสลายไขมัน หน้าท้องเดิม” “ยับยั้งการเกิดไขมันใหม่” “กระชับหน้าท้อง” “ทำให้เนื้อหน้าท้องเพรียวงาม” “ลดหน้าท้อง ต้นแขน ต้นขา” “สมุนไพรดีท็อกซ์” “ล้างสารพิษ ลดความอยากอาหาร เผาผลาญไขมันส่วนเกิน”

- ข้อความ “ซึ่งประกอบด้วยไขมันอ้อย ไขมันชัน ไขมัน เจตพังคี กระทือ สมุนไพรเหล่านี้ล้วนเป็นสมุนไพรไทยที่ช่วยบำบัดในเรื่องทางเดินหายใจ ทำให้หายใจสะดวกขึ้นในขณะที่นอนหลับช่วยในเรื่องระบบหายใจ ที่ไปช่วยคุณในเรื่องแก้ไขปัญหาคาการนอนกรน เป็นทางเลือกใหม่สำหรับอาการนอนกรน” “ยาสมุนไพรรักษาอาการนอนกรน”

๔. ข้อความอวดอ้างเป็นยาทำแท้งหรือขับระดูอย่างแรง เช่น “CYTOTEC Misoprostol ยาทำแท้ง ยาถอด” “RU๔๘๖ Mifepriston ยาทำแท้ง” “ยาขับเลือด” “ยาเหน็บทำแท้ง” “ยาขับประจำเดือน”

๕. ข้อความอวดอ้างเป็นยาบำรุงกามเช่น

- คำว่า “ยาปลูกเชือกซ์” “ยาเพิ่มขนาด” “ยาบำรุงทางเพศ” “ยาสมุนไพรเพิ่มความเป็นชาย” “เสริมสมรรถภาพท่านชาย” “คืนความหนุ่ม” “แท้จริงอีตจริง” “สมุนไพรคู่กายชายชาติรี สุดยอดผลิตภัณท์เพื่อท่านชาย” “สร้างฮอร์โมน เสริมสร้างสมรรถภาพทางเพศ” “เรียกความพิต พิติมังกรกลับ” “ปลูกให้คืนชีพ พิตบั้งเหมือนมังกรสู้พิต พร้อมรบในสมรภูมิรักอย่างเต็มพลัง” “ฟื้นฟูสมรรถภาพทางเพศ” “ช่วยเรื่องอาการหลังเร็ว อาการอ่อนล้า อ่อนเพลียของกล้ามเนื้อ”

- ข้อความ “ยาเพิ่มขนาดและสมรรถภาพชายชนิดทา GROW PENIS GEL สูตรนาโน (๕๐ มล.) ใหญ่ยาวสาวดีใจ สรรพคุณ ช่วยเพิ่มขนาดอวัยวะเพศชายให้ใหญ่และยาวขึ้นอย่างถาวร ช่วยเพิ่มและฟื้นฟูสมรรถภาพทางเพศให้แข็งแรง ช่วยเพิ่มความแข็งแรงให้อวัยวะเพศชายขณะแข็งตัว”

๖. ข้อความโฆษณาขายกุมกำเนต เช่น

- คำว่า “(ชื่อยา) ยาคุมกำเนต ลดสิ่ว ผิวมัน ขนดก”

- ข้อความ “(ชื่อยา) ยาคุมกำเนตชนิด ๒๔ เม็ด และเป็นยาคุมกำเนตตัวเดียวที่มีฮอร์โมนเอสโตรเจนต่ำสุดในตลาดเพียง ๑๕ ไมโครกรัม ช่วยลดอาการคลื่นไส้ อาเจียน เวียนศีรษะในผู้หญิงที่ไวหรือแพ้เอสโตรเจน”

“มีฤทธิ์ในการคุมกำเนิดสูงสุด ควรกินติดต่อกันอย่างน้อย ๓ เดือนขึ้นไป จะช่วยลดอาการมันลตสิวชนิดเล็กน้อยถึงปานกลาง”

๗. ข้อความลักษณะรับรองหรือยกย่องสรรพคุณยาโดยบุคคลอื่น เช่น การรับรองโดยอ้างสถาบันหน่วยงาน หรือบุคคล หรือผู้โฆษณาการนำเสนอประสบการณ์การใช้ยาและรับรองผลของยา การรับรองเกี่ยวกับความปลอดภัย เช่น

- คำว่า “อย. รับรอง” “ผ่านการรับรองจาก อย.” “ปลอดภัยเพราะผ่าน อย.” “องค์การอนามัยโลกรับรอง” “ได้รับ Certificate จาก อย.” “การันตีโดยแพทย์ผู้เชี่ยวชาญปลอดภัย ๑๐๐% เห็นผลภายใน ๗ วัน”

- คำว่า “ได้รับการยอมรับจากทั่วโลก” “คุณภาพดีที่สุดในประเทศ....”

๘. ข้อความโฆษณายาที่เพิกถอนทะเบียนตำรับยาแล้วยาที่ไม่ได้ขึ้นทะเบียน เช่น “(REDUCE) ยาลดความอ้วน” “(Sibutramine) ยาลดความอ้วน” “(Sibutramine) ยาละลายไขมัน ลดความหิว” “ยาลดน้ำหนัก” “ยารีดไขมัน” “ทิงเจอร์ชาว” “ยาเสียสาว” “แมลงวันสเปน” “ยาสลับแบบพ่น”

ลักษณะการโฆษณาเครื่องมือแพทย์ที่ไม่อนุญาต

๑. การโฆษณาเครื่องมือแพทย์ที่ห้ามผลิต นำเข้า หรือขาย

๒. การโฆษณาเครื่องมือแพทย์ ดังต่อไปนี้

๒.๑ เครื่องมือแพทย์ปลอม

๒.๒ เครื่องมือแพทย์ผิดมาตรฐาน

๒.๓ เครื่องมือแพทย์เสื่อมคุณภาพ

๒.๔ เครื่องมือแพทย์ที่ไม่ปลอดภัยในการใช้

๒.๕ เครื่องมือแพทย์ที่ผลิตหรือนำเข้าไม่ตรงตามที่ได้รับอนุญาตหรือแจ้งรายการละเอียด

๒.๖ เครื่องมือแพทย์ที่ใบอนุญาตหรือใบรับแจ้งรายการละเอียดถูกเพิกถอน

๓. การโฆษณาคุณสมบัติ คุณภาพ ปริมาณ มาตรฐาน ส่วนประกอบหรือแหล่งกำเนิดของเครื่องมือแพทย์ที่เป็นเท็จหรือเกินความจริง ไม่ว่าจะทั้งหมดหรือเพียงบางส่วนหรือมีลักษณะหลอกลวงหรือปกปิดความจริง ทั้งนี้ไม่ว่าจะกระทำโดยใช้หรืออ้างอิงรายงานทางวิชาการ สถิติหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่งอันไม่เป็นความจริง หรือเกินความจริงหรือไม่ก็ตาม เช่น

๓.๑ การโฆษณาที่มีลักษณะโอ้อวดหรือก่อให้เกิดความเข้าใจผิดจากความเป็นจริง เช่น การใช้คำหรือข้อความว่า ยอด ยอดเยี่ยม พิเศษ วิเศษ ดีเลิศ ดีที่สุด เด็ดขาด หายขาด หายห่วง ด้บบลัน ทันใจ คักดีสิทธิ์ มหัศจรรย์ ปลอดภัย ปลอดภัยที่สุด เหมาะสมที่สุด เป็นหนึ่ง ที่หนึ่ง ที่สุด แน่นอน เหนือกว่า พิษิต โรคร้าย หมดกังวล มั่นใจ โอกาสอย่างนี้มีไม่บ่อยนัก ไม่ทำให้เกิดอาการแพ้ ไม่มีผลข้างเคียง หรือใช้คำหรือข้อความ ภาพ หรือเสียงอื่นใดที่มีความหมายทำนองเดียวกัน

๓.๒ การโฆษณาที่มีการแสดงรายละเอียดเกินกว่าที่ระบุไว้ในฉลากหรือเอกสารกำกับเครื่องมือแพทย์จากผู้ผลิต เว้นแต่ มีหลักฐานหรือเอกสารทางวิชาการที่เชื่อถือได้มาสนับสนุน แต่ทั้งนี้การโฆษณาดังกล่าวจะต้องไม่ใช่รายละเอียดในส่วนของการใช้หรือวัตถุประสงค์ในการใช้เครื่องมือแพทย์

๔. การโฆษณาแสดงการรับรองหรือยกย่องคุณสมบัติของเครื่องมือแพทย์โดยบุคคลหนึ่งบุคคลใดไม่ว่าจะทางตรงหรือทางอ้อม

๕. การโฆษณาจัดให้มีรางวัลด้วยการเสี่ยงโชคโดยวิธีใดๆ

๖. การโฆษณาแสดงคุณสมบัติที่อ้างว่าสามารถป้องกัน บำบัด บรรเทา รักษาโรคหรืออาการของโรคที่ห้ามโฆษณาตามที่รัฐมนตรีประกาศกำหนด ได้แก่ มะเร็ง เบาหวาน อัมพฤกษ์ อัมพาต โรคทางจิตเวช โรคความดันโลหิต โรคหรืออาการของโรคทางสมอง หัวใจและหลอดเลือด ปอด ม้าม ตับ ไต และเอ็ดส์

๗. การโฆษณาแสดงข้อความที่ก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับเครื่องมือแพทย์

๘. การโฆษณาชื่อเครื่องมือแพทย์ที่โอ้อวด เป็นเท็จ หลอกลวงให้เกิดความหลงเชื่อ ทำให้เข้าใจผิดหรือขัดต่อศีลธรรมหรือขนบธรรมเนียมประเพณีวัฒนธรรมอันดีงามของไทย

๙. การโฆษณาที่ไม่สุภาพสำหรับสาธารณชน หรือที่เป็นการสนับสนุนโดยตรงหรือโดยอ้อมให้มีการกระทำผิดกฎหมาย หรือขัดต่อศีลธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีอันดีงามของไทยหรือนำไปสู่ความเสื่อมเสียในวัฒนธรรมของชาติ หรืออาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวม

๑๐. การโฆษณาที่จะทำให้เกิดความแตกแยก หรือเสื่อมเสียความสามัคคีในหมู่ประชาชน

๑๑. การโฆษณาที่ชักนำให้ผู้บริโภคไปรับบริการ หรือมีการใช้เครื่องมือแพทย์ด้วยตนเองอย่างพร่ำเพรื่อเกินความจำเป็นหรือไม่เหมาะสม จนอาจได้รับอันตรายจากการใช้หรือทำให้เกิดความเข้าใจว่ามีความเหมาะสมที่จะใช้เป็นประจำ

๑๒. การโฆษณาที่กระทำด้วยวิธีการอันอาจเป็นอันตรายต่อสุขภาพ ร่างกายหรือจิตใจหรืออันอาจก่อให้เกิดความรำคาญแก่ผู้บริโภค

๑๓. การโฆษณาที่เป็นการทับถมหรือเปรียบเทียบกับเครื่องมือแพทย์ของผู้ประกอบการรายอื่น ยกเว้น การเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์ของตนเอง หรือกรณีเปรียบเทียบในเชิงวิชาการ ทั้งนี้ต้องไม่ระบุชื่อเครื่องมือแพทย์หรือเทคโนโลยีของผลิตภัณฑ์ของผู้อื่น

ลักษณะการโฆษณาเครื่องสำอางที่เป็นเท็จหรือเกินความจริง

๑. แสดงสรรพคุณทางยา เช่น

- รักษาสิวโดยไม่ต้องทานยา
- บรรเทาอาการสิวกักเสบ และผดผื่นคัน
- บรรเทาการระคายเคือง
- แผลแห้ง-หายเร็ว ปัญหาแผลกดทับ แผลเรื้อรัง ช่วยให้แผลหาย
- ลดอาการปวดประจำเดือน
- บรรเทาอาการริดสีดวงทวาร ลดอาการติดเชื้อที่ทวารหนักและลำไส้ใหญ่
- ดัดต่อเข้าเสื่อม ไม่ต้องเสี่ยงผ่าเข้า บำบัดอาการของโรคข้อเข้าเสื่อม
- ลดปัญหาโรคเหงือก
- ปกป้องผิวจากโรคผิวหนัง ผด ผื่นคัน ช่วยฆ่าเชื้อแบคทีเรีย เชื้อรา กลาก เกลิออน ช่วยลดการอักเสบของผิวหนัง

๒. ทำให้เข้าใจว่ามีผลเปลี่ยนแปลงโครงสร้างของร่างกาย เช่น

- ลดเซลล์ไขมันบริเวณขา ต้นแขน ต้นขา สะโพก
- โครงหน้ายกกระชับ
- ขยายทรวงอก ทำให้ทรวงอกอวบอ้อม
- กระชับช่องคลอด-รีแพร์-ช่องคลอดพิต
- ฟื้นฟูผิวหนังให้กระชับและแข็งแรง ทำให้รูปร่างได้สัดส่วน
- หน้าท้อง ต้นแขน ต้นขา ลดลงและเฟิร์มกระชับ

- ฟิ้นฟูการแข็งตัวของอวัยวะเพศชาย
- ปรับรูปหน้าเรียวเล็ก
- ขนาดแก้มลดลง

๓. ทำให้เข้าใจว่ามีผลต่อการกระทำหน้าที่ใดๆของร่างกาย เช่น

- ช่วยกระตุ้นการไหลเวียนของโลหิตในชั้นผิว
- เพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานของกระบวนการภายในผิวเสริมโครงสร้างเส้นใยอีลาสติน และคอลลาเจนต่อต้านการเกิดอนุมูลอิสระ
- ยับยั้งการเกิดแผลเป็นชนิดคีรอยด์
- กระตุ้นขบวนการสมานผิว กระตุ้นการเพิ่มจำนวนเซลล์อย่างรวดเร็ว
- ยับยั้งการหลุดร่วงของเส้นผม และการสร้างผมใหม่
- ลดและชะลอปริมาณขนขึ้นใหม่
- กระตุ้นการทำงานของระบบฮอร์โมนในร่างกาย
- ช่วยกระตุ้นการทำงานของเอนไซม์ในการล้างสารพิษออกจากผิว
- ยับยั้งการสร้างเม็ดสีผิว

ลักษณะการโฆษณาวัตถุอันตรายที่อวดอ้างเกินจริง และต้องเฝ้าระวัง

๑. ผลลัพธ์ฉีดยาปรับผิว เช่น ปรับผิวได้ทุกชนิด พลังแรง พืชอายุสูงสูง เพิ่มพลังกำจัดสูตรฆ่าแมลง...เรียบ...เร็ว สูตรมือปราบแมลง

๒. ผลลัพธ์แชมพู กำจัดเห็บ เหา หมัด ไร ในสัตว์เลี้ยง เช่น ประสิทธิภาพสูง ปลอดภัยต่อสุนัข กำจัดตัวเบียนทุกชนิด ทำให้ผิวหนังสุขภาพดี

๓. ผลลัพธ์เหยื่อกำจัดแมลงสาบ เช่น จะตายพร้อมกันในรัง หรือตายกรัง ทำให้แมลงสาบตายเพิ่มอีก...ตัวตายในรัง ไม่จำเป็นต้องเก็บกวาดซากแมลงสาบ ไม่ทิ้งสารตกค้าง ไม่มีผลต่อเด็ก สัตว์เลี้ยง และอาหาร สูตรยาพิเศษ

๔. ผลลัพธ์เหยื่อกำจัดมด เช่น ฆ่ามดได้ทั้งรัง ตายกรัง ตายในรัง ชนิดใหม่ที่สามารถฆ่ามดได้ทั้งรัง ฆ่าได้ทั้งรังใน ๑ สัปดาห์ ไม่เกิดปฏิกิริยาต่อมดที่ขนเหยื่อ แต่มีผลทำให้มดตายทั้งรัง

๕. ผลลัพธ์ทาผิวหน้าเพื่อไ้ยุง เช่น ผ่าเย็น ผ่าหอม น้ำหอม ใช้ได้บ่อยเท่าที่ต้องการ ไม่ระคายเคืองผิวหนัง โลชั่นธรรมชาติ อนุญาตให้ระบรูระยะเวลารักษาป้องกันยุงบนฉลากได้ไม่เกิน ๗ ชั่วโมง

๖. ผลลัพธ์ยาจุดกันยุง เช่น ปลอดภัย ปราศจากยุง

๗. ผลลัพธ์ยากันยุงที่ใช้กับเครื่องไฟฟ้า เช่น ฆ่ายุง กำจัดยุง

๘. ก้อนดับกลิ่น เช่น ใช้โซโอบัสสาวะเพื่อระงับการแพร่เชื้อ ปรับอากาศให้หอม ให้อากาศหอมสดชื่น โดยกลิ่นไม่ติดเสื้อผ้าหรือของใช้

การโฆษณาวัตถุออกฤทธิ์ และยาเสพติดให้โทษที่ใช้ทางการแพทย์

การโฆษณาวัตถุออกฤทธิ์ และยาเสพติดให้โทษที่ใช้ทางการแพทย์ เช่น กลุ่มยาสูบ ยานอนหลับ ยาคลายเครียด ยาลดความอ้วน ยาแก้ปวดมอร์ฟีน ฯลฯ กฎหมายห้ามโฆษณาเพื่อการค้าต่อบุคคลทั่วไป เว้นแต่การโฆษณานั้นกระทำโดยตรงกับแพทย์ ทันตแพทย์ เภสัชกร หรือสัตวแพทย์ เท่านั้น

บทที่ ๔

การตรวจสอบการโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต

รูปแบบการโฆษณาทางสื่ออินเทอร์เน็ต^{๑๑}

๑. การโฆษณาผ่านเว็บไซต์ค้นหาข้อมูล (Search Engine Advertising) เป็นการแสดงโฆษณาที่เกี่ยวข้องกับคำค้นหาที่ผู้บริโภคนิยมบนเว็บไซต์ท่า (Portal Site) โดยผู้ให้บริการโฆษณาประเภทนี้ ได้แก่ Google, Yahoo เป็นต้น

๒. การโฆษณาผ่านป้ายโฆษณา (Banner Advertising) เป็นการแสดงป้ายโฆษณา (Banner) เว็บไซต์ ตามกลุ่มเป้าหมายของธุรกิจ ซึ่งแผ่นป้ายโฆษณานั้นอาจเป็นภาพนิ่งหรือภาพเคลื่อนไหวก็ได้

๓. การโฆษณาผ่านอีเมล (Email Advertising) เป็นการส่งอีเมลไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมายซึ่งจะคล้ายกับการส่งใบปลิวโฆษณาถึงบ้านหรือสำนักงานของกลุ่มลูกค้า

๔. การโฆษณาแฝงในรูปแบบบทความ (Content Sponsor) เป็นการโฆษณาสินค้าหรือบริษัท โดยแฝงอยู่ในรูปแบบของบทความบนเว็บไซต์ต่างๆ

๕. การโฆษณาในสารบัญธุรกิจ (Online Directory) เป็นการเพิ่มรายชื่อของธุรกิจลงในสารบัญธุรกิจต่างๆ เช่น Global Sources, Alibaba.com, Sanook.com

๖. การโฆษณาผ่านทางกลุ่มสังคมเครือข่าย (Social Networking) การโฆษณาประเภทนี้อาจเป็นการโฆษณาโดยผ่านทางสื่อออนไลน์อื่นที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้เฉพาะ โดยกลุ่มสังคมเครือข่าย (Social Networking) เป็นบริการผ่านเว็บไซต์ที่เป็นจุดเชื่อมโยงระหว่างบุคคลแต่ละคนที่มีเครือข่ายสังคมของตัวเองผ่านอินเทอร์เน็ต รวมทั้งเชื่อมโยงบริการต่างๆ อย่างเมล เมสเซ็นเจอร์ เว็บไซต์ บล็อก ฯลฯ เข้าด้วยกันตั้งแต่ Hi๕, MySpace, Twitter, Facebook ฯลฯ ซึ่งทั้งหมดจะมีส่วนที่คล้ายกันคือ ตามหลักการ Friend-Of-A-Friend (FOAF)^{๑๒}

เรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับการโฆษณาทางสื่ออินเทอร์เน็ตที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาได้รับส่วนมากจะเป็นการโฆษณาในรูปแบบ การโฆษณาผ่านทางกลุ่มสังคมเครือข่าย (Social Networking) และการโฆษณาผ่านเว็บไซต์ค้นหาข้อมูล โดยในปัจจุบันการค้นหาข้อมูลผู้กระทำผิด นั้นทำได้ยากขึ้นเนื่องจากไม่มีการระบุชื่อที่อยู่ในการติดต่อที่ชัดเจน ส่วนมากจะเป็นการให้เพิ่มเป็นเพื่อน คุยทางข้อความส่วนตัว หรือแอดไลน์ เพื่อที่จะได้ส่งที่อยู่ หรือ ข้อมูลการโอนเงิน เช่น เลขบัญชีธนาคาร

การรวบรวมพยานหลักฐานการโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต

การรวบรวมพยานหลักฐานการโฆษณาควรยึดหลัก ๔W ๑H ดังนี้

WHO : ใครเป็นเจ้าของโฆษณานั้น

WHAT : โฆษณานั้นเป็นการโฆษณาผลิตภัณฑ์อะไร (ยา อาหาร เครื่องสำอาง ฯลฯ) รวมถึงพิจารณาว่าการโฆษณานั้น มีข้อมูลอะไรที่บ่งบอกว่าเป็นลักษณะการโฆษณาที่ไม่อนุญาตให้โฆษณาหรือไม่

WHEN : การโฆษณาเกิดขึ้นเมื่อไร

WHERE : การโฆษณาเกิดขึ้นที่สื่อใด

HOW : โฆษณานั้นมีลักษณะอย่างไร

แนวทางการสืบค้นหาผู้กระทำการโฆษณาฝ่าฝืนกฎหมายทางเว็บไซต์

เมื่อตรวจสอบพบว่ามีการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ฝ่าฝืนกฎหมายในเว็บไซต์ ก็จะทำให้การตรวจสอบว่าใครเป็นเจ้าของโฆษณานั้น โดยส่วนมากการโฆษณาในเว็บไซต์จะมีการระบุข้อมูลผู้โฆษณาไว้ตรงส่วน เกี่ยวกับเรา ติดต่อเรา ช่องทางการสั่งซื้อ วิธีการชำระเงิน ฯลฯ โดยอาจจะระบุเป็นชื่อบุคคล ชื่อบริษัท ชื่อบัญชีธนาคาร หรือภาพใบทะเบียนพาณิชย์ ซึ่งข้อมูลในส่วนนี้สามารถนำไปสืบที่ที่อยู่ของผู้กระทำการโฆษณาได้

๑. การตรวจสอบข้อมูลในส่วน เกี่ยวกับเรา ติดต่อเรา ช่องทางการสั่งซื้อ วิธีการชำระเงิน ฯลฯ

ตัวอย่างเช่น การโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารทางเว็บไซต์ <http://www.bunnywhitecollagen.com> ในหน้าเว็บไซต์จะมีข้อมูลตรงส่วน ติดต่อเรา ระบุข้อความ “ติดต่อที่ บริษัท โซริเฮลท์ฟู้ด จำกัด เบอร์โทร ๐๙๘-๖๔๑๕๔๙๓๙ อีเมล shourithailand@gmail.com” โดยในบางเว็บไซต์จะแสดงข้อมูลที่ตั้ง หรือที่อยู่ของผู้กระทำการโฆษณาไว้ตรงส่วนนี้ แต่ในกรณีนี้ไม่แสดงที่ตั้งของบริษัท ซึ่งสามารถสืบหาที่อยู่ได้จากข้อมูลที่มีอยู่



**BUNNY WHITE+
COLLAGEN
50,000 mg.
コラーゲン**

คอลลาเจน คืออะไร?

คอลลาเจนเป็นโปรตีนที่พบในเนื้อเยื่อเกี่ยวพันของร่างกาย มีหน้าที่ช่วยเสริมสร้างและซ่อมแซมเนื้อเยื่อต่าง ๆ เช่น ผิวหนัง กระดูกอ่อน และกระดูก มีส่วนช่วยในการดูดซับน้ำและรักษาความชุ่มชื้นของผิวหนัง ช่วยลดริ้วรอยและชะลอการเสื่อมสภาพของผิวหนัง นอกจากนี้ยังมีส่วนช่วยในการเสริมสร้างกระดูกอ่อนและกระดูกให้แข็งแรงยิ่งขึ้น

หญิงสาวที่อยากจะมีผิวสวยใสด้วย คอลลาเจน?

คอลลาเจนเป็นส่วนสำคัญของผิวหนังที่มีอยู่ประมาณ 30% ของน้ำหนักของผิวหนัง การรับประทานคอลลาเจนสามารถช่วยเสริมสร้างและซ่อมแซมเนื้อเยื่อเกี่ยวพันของผิวหนังให้แข็งแรงยิ่งขึ้น ช่วยลดริ้วรอยและชะลอการเสื่อมสภาพของผิวหนัง นอกจากนี้ยังมีส่วนช่วยในการเสริมสร้างกระดูกอ่อนและกระดูกให้แข็งแรงยิ่งขึ้น



- กินบั้นนี้ไว้ก็คอลลาเจน แล้วได้อะไร?**
- ✓ ผิวชุ่มชื้น
 - ✓ ผิวขาวใส
 - ✓ ผิวอ่อนนุ่ม
 - ✓ กระชับรูขุมขน
 - ✓ ลดริ้วรอย
 - ✓ ชะลอการเสื่อมสภาพของผิวหนัง
 - ✓ เสริมสร้างกระดูกอ่อนและกระดูก
 - ✓ เสริมสร้างภูมิคุ้มกัน
 - ✓ เสริมสร้างสุขภาพหัวใจ
 - ✓ เสริมสร้างสุขภาพข้อต่อ
 - ✓ เสริมสร้างสุขภาพตา
 - ✓ เสริมสร้างสุขภาพสมอง

ภาพที่ ๑ แสดงการโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารทางเว็บไซต์



ภาพที่ ๒ แสดงข้อมูลการติดต่อทางเว็บไซต์

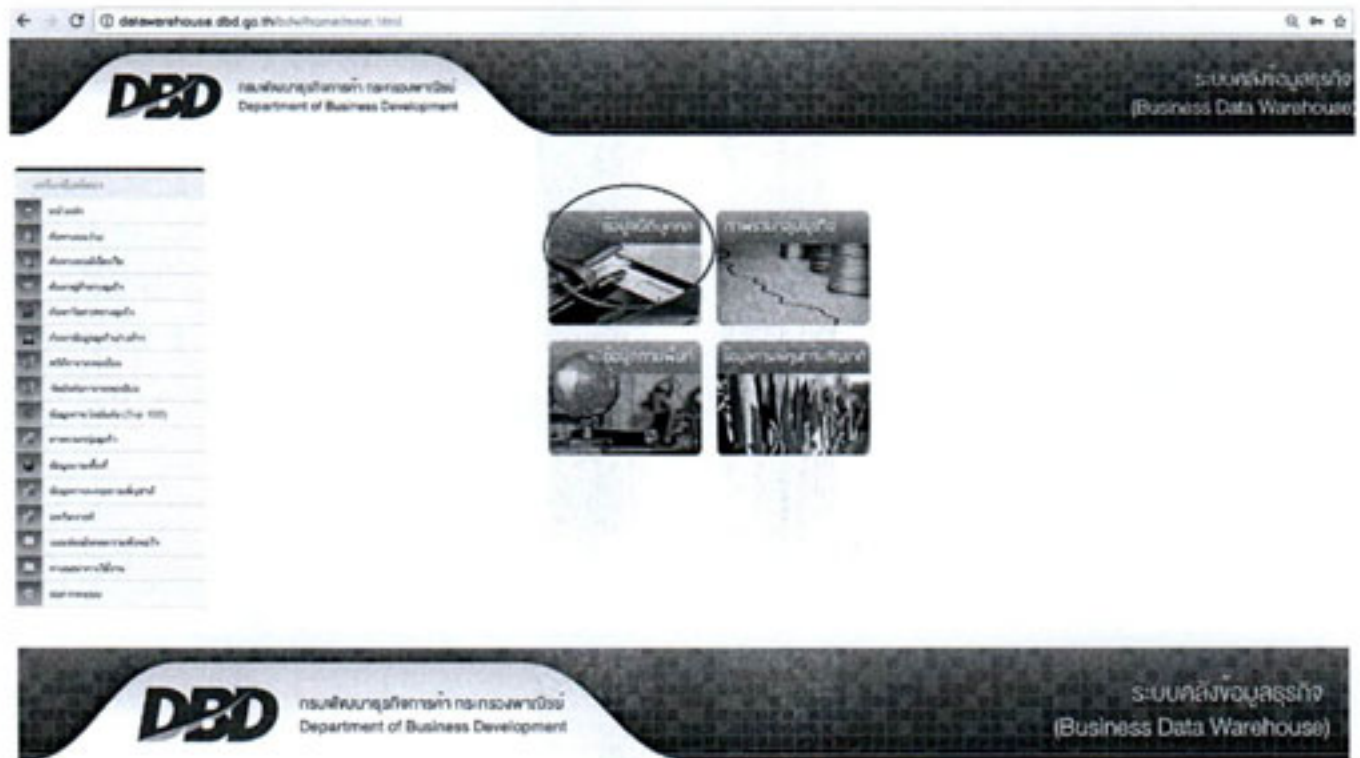
๒. การสืบหาที่อยู่ของบริษัทจากเว็บไซต์กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์

กรณีที่ต้องการข้อมูลชื่อบริษัท สามารถค้นหาข้อมูลที่ตั้งของบริษัทได้จากเว็บไซต์ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ <http://www.dbd.go.th> เลือก “คลังข้อมูลธุรกิจ” โดยจะต้องลงทะเบียนสมัครสมาชิกเพื่อเข้าระบบ และค้นหาข้อมูลตรงส่วน “ข้อมูลนิติบุคคล” โดยจะบอกรายละเอียดต่างๆ เช่น ที่ตั้งหมวดธุรกิจ วัตถุประสงค์ รวมถึงกรรมการบริษัท

www.dbd.go.th/main.php?clientname=index



ภาพที่ ๓ แสดงหน้าเว็บไซต์กรมพัฒนาธุรกิจการค้า



ภาพที่ ๔ แสดงขั้นตอนการสืบค้นข้อมูลนิติบุคคลทางเว็บไซต์กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

**ข้อมูล
บริษัท โขริเฮลท์ฟู้ด จำกัด**

| | |
|--|--|
| เลขทะเบียนนิติบุคคล : | 0105558164254 |
| ประเภทนิติบุคคล : | บริษัทจำกัด |
| วันที่จดทะเบียน : | 12/10/2558 |
| สถานะนิติบุคคล : | ยังดำเนินการอยู่ |
| ทุนจดทะเบียน (บาท) : | 1,000,000.00 |
| ที่ตั้ง : | 888/47 หมู่บ้าน เศรษฐสิริ วัชรพล ถนนสุขุมวิท 5 ออเวิน เขตสายไหม กรุงเทพมหานคร |
| หมวดธุรกิจ (มาจากงบการเงินปีล่าสุด) : | 47721 : ร้านขายปลีกสินค้าทางเภสัชภัณฑ์และเวชภัณฑ์ |
| วัตถุประสงค์ (มาจากงบการเงินปีล่าสุด) : | ขายส่ง และขายปลีกอาหารเสริม |
| ปีที่ส่งงบการเงิน : | 2558 2559 |
| กรรมการ : | 1.นายจตุพร นวโรทศรี 2.นางเกษร จันท 3.นางสาวกัญญา วงศ์เมืองจันทร์/ |
| คณะกรรมการลงชื่อผูกพัน : | นายจตุพร นวโรทศรี และ นางเกษร จันท ลงลายมือชื่อร่วมกันและประทับตราสำคัญของบริษัท/ |
| โทรศัพท์ : | 0986915939 |
| โทรสาร : | |
| E-mail address : | |
| ข้อความทราบ : | |

หมวดธุรกิจ (มาจากงบการเงินปีล่าสุด) : หมายถึง วัตถุประสงค์ของกิจการตามที่ระบุในงบการเงินปีล่าสุดที่จัดตั้ง

กาเนิดขึ้นในกรณีการจัดส่งงบการเงิน ระบบจะนำเสนอวัตถุประสงค์ของกิจการ (หรือที่ปรากฏในหน้าหนังสือรับรอง)

ข้อความทราบ 1. ข้อมูลทั่วไป : ข้อมูลนี้เป็นเพียงข้อมูลทั่วไปที่เปิดเผยเท่านั้น เพื่อประโยชน์ในการให้บริการประชาชน ไม่สามารถนำไปใช้อ้างอิงได้ตามกฎหมาย

2. ข้อมูลงบการเงิน : ข้อมูลนี้เป็นข้อมูลที่ได้รับการนำส่งงบการเงินของนิติบุคคล ข้อเท็จจริงเป็นสิ่งที่การกำกับพิจารณา

ภาพที่ ๖ แสดงข้อมูลบริษัทที่สืบค้นได้จากเว็บไซต์กรมพัฒนาธุรกิจการค้า (pdf)

๓. การสืบหาที่อยู่การจดทะเบียนพาณิชย์

หากผู้ประกอบการที่จดทะเบียนพาณิชย์ได้แจ้งการเป็นผู้ประกอบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ด้วยการขอรับเครื่องหมาย DBD Registered กับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ จะสามารถสืบค้นข้อมูลได้ในเว็บไซต์ <https://www.trustmarkthai.com> โดยสืบค้นในส่วน “ค้นหาเครื่องหมาย” ทำให้ทราบรายละเอียด เช่น ชื่อผู้ประกอบการ ที่อยู่ ประเภทธุรกิจ โดยจะสืบหาได้ทั้งส่วนที่เป็นเว็บไซต์ และ social media



ภาพที่ ๗ แสดงหน้าเว็บไซต์ ที่ใช้สืบค้นข้อมูลการจดทะเบียนพาณิชย์ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า



ภาพที่ ๘ แสดงตัวอย่างการสืบค้นข้อมูลการจดทะเบียนพาณิชย์



ร้านค้าออนไลน์นี้ได้รับแจ้งการเป็นผู้ประกอบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ด้วยการขอรับเครื่องหมาย DBD Registered
 กับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์
 This online store was registered as an e-Commerce business owner by receiving the "DBD Registered" trademark
 from the Department of Business Development, Ministry of Commerce of Thailand

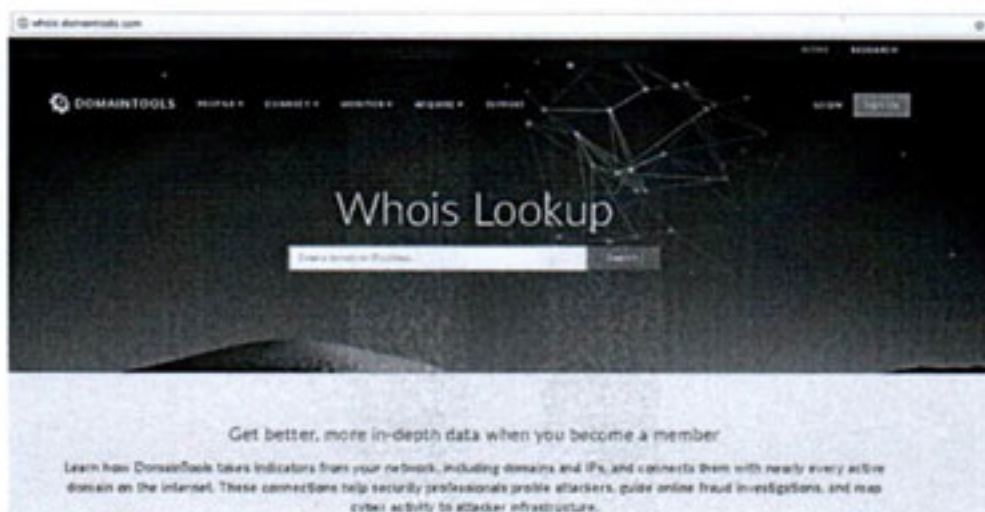
ชื่อผู้ประกอบการ : นางสาวชัชชนม์ จิราภสพันเลิศ
 (Owner name) : MISS TANUTCHON JIRAPHASPLANLEAT
 ชื่อที่ใช้ในการประกอบพาณิชย์กิจ : ร้านรักสุขภาพ
 (Company name) : RAKSUKAP SHOP
 เลขประจำตัวประชาชน/เลขทะเบียนนิติบุคคล
 (Thai national Id/Juristic person Id) : 316980004****
 ชื่อร้านค้าออนไลน์ (Online store) : www.อาหารเสริมสยาม.com
 ประเภทธุรกิจ : การแพทย์/สุขภาพ/ความงาม/สมุนไพร/สปา
 (Type of business) : Medical/Health/Beauty/Drug/Herb/Spa
 สถานที่ติดต่อได้ : 56/2 หมู่ที่ 1 ตำบลพรหมมาสตร์ อำเภอเมืองลพบุรี จังหวัด
 ลพบุรี 15000
 (Address) : 56/2 1 MUEANG LOP BURI PHROM MAT LOP BURI
 15000
 โทรศัพท์ (Telephone) : 0914515541
 โทรสาร (Fax) :
 E-mail : tanutchon_gsi@gmail.com
 วันที่ได้รับ DBD Registered : 19 สิงหาคม 2558
 วันที่หมดอายุ DBD Registered : 13 ธันวาคม 2565
 Registered date : 19 August 2015
 Expire date : 13 December 2022

ภาพที่ ๔ แสดงข้อมูลผู้ประกอบการที่สืบค้นได้จากเว็บไซต์กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

๔. ตรวจสอบโดเมนเนม หรือชื่อโดเมน (domain name)

โดเมนเนม หรือชื่อโดเมน (domain name) คือ ชื่อที่ใช้ระบุลงในคอมพิวเตอร์ เพื่อไปค้นหาในระบบโดเมนเนมซิสเต็ม (Domain Name System) เพื่อระบุถึง ไอพีแอดเดรส ของชื่อนั้นๆ เป็นชื่อที่ผู้จดทะเบียนระบุให้กับผู้ใช้เพื่อเข้ามายังเว็บไซต์ของตน บางครั้งอาจจะใช้ "ที่อยู่เว็บไซต์" หรือ "Web Address" แทนก็ได้

โดยสามารถตรวจสอบโดเมนเนม เพื่อผู้สืบหาผู้จดทะเบียนเว็บไซต์ได้ เช่น จากเว็บไซต์ <http://whois.domaintools.com> โดยกรอกชื่อเว็บไซต์ที่ต้องการหาข้อมูล แล้วกดค้นหา จะปรากฏข้อมูลชื่อที่อยู่ของผู้ที่จดทะเบียนเว็บไซต์ การค้นหาโดยวิธีนี้อาจจะไม่ได้ข้อมูลผู้ที่กระทำการโฆษณาที่แท้จริง อาจเป็นข้อมูลของผู้ที่รับจดทะเบียนเว็บไซต์ ซึ่งกรณีนี้เคยส่งหนังสือไปถึงผู้ที่ปรากฏชื่อว่าเป็นผู้จดทะเบียน แต่ผู้นั้นได้มาให้การว่าเป็นเพียงผู้ที่รับจดทะเบียนเว็บไซต์เท่านั้น แต่ได้ให้ข้อมูลถึงผู้ที่ว่าจ้างจดทะเบียนเว็บไซต์ ทำให้ทราบข้อมูลผู้กระทำการโฆษณาที่แท้จริงได้



ภาพที่ ๑๐ แสดงหน้าเว็บไซต์ <http://whois.domaintools.com> ที่ใช้สืบค้นข้อมูลโดเมนเนม

2/10/2018

BunnyWhiteCollagen.com WHOIS, DNS, & Domain Info - DomainTools

Home > Whois Lookup > BunnyWhiteCollagen.com

Whois Record for BunnyWhiteCollagen.com

Find out more about Project Whois and DomainTools for Windows.

DOMAINTOOLS for Windows

Download Now

Access domain ownership records from your desktop

Related Domains For Sale or At Auction

Collagens.com (\$4,388)

CollagenPowder.com (\$1,000)

CollagenSupplement.com (\$3,999)

CollagenDrink.com (\$1,999)

CollagenInduction.com (\$1,495)

CollagenSkin.com (\$2,495)

1 2 3
More >

Domain Profile

| | |
|--------------------|--|
| Registrant | kitsupat pongradpatchakul |
| Registrant Country | TH |
| Registrar | PDR Ltd d/b/a PublicDomainRegistry.com IANA ID: 303 URL: www.publicdomainregistry.com Whois Server: whois.publicdomainregistry.com abuse-contact@publicdomainregistry.com (t) 12013775952 |
| Dates | 1,101 days old Created on 2015-03-22 Expires on 2018-03-22 Updated on 2018-03-23 |
| Name Servers | DNS10.PARKPAGE.FOUNDATIONAPI.COM has 570,872 domains) DNS11.PARKPAGE.FOUNDATIONAPI.COM has 570,872 domains) |
| Tech Contact | kitsupat pongradpatchakul 299 sammakee Rd., Muang nonthaburi, Northaburi, 11000, TH ksgroup45@gmail.com (t) 660868104564 |
| IP Address | 209.99.40.222 - 179,205 other sites hosted on this server |
| IP Location | TX - Texas - Austin - Confluence Networks Inc. |

<http://whois.domaintools.com/bunnywhitecollagen.com>

1/4

ภาพที่ ๑๑ แสดงข้อมูลการผู้จดทะเบียนเว็บไซต์ที่สืบค้นได้

แนวทางการสืบค้นหาผู้กระทำการโฆษณาทางเฟซบุ๊ก

การโฆษณาทางเฟซบุ๊กโดยส่วนมากจะมีการระบุข้อมูลเบื้องต้นไว้ที่หน้าเพจ แนะนำตัว เกี่ยวกับข้อความโฆษณา ภาพถ่าย ภาพกล่องไปรษณีย์ ข้อมูลการโอนเงินผ่านบัญชีธนาคาร

ตัวอย่างเช่น การโฆษณาในเฟซบุ๊กชื่อ “สุทธิดา เรือนเพชร” สามารถตรวจสอบพบชื่อ ที่อยู่ของผู้กระทำการโฆษณาจากภาพกล่องไปรษณีย์ที่ระบุ ชื่อ-ที่อยู่

The image shows a screenshot of a Facebook profile for 'สุทธิดา เรือนเพชร' (Suttida Rueanphet). The profile header includes the name, a profile picture, and buttons for 'เพิ่มเป็นเพื่อน' (Add as friend) and 'ส่งข้อความ' (Send message). Below the header, there are navigation tabs: 'โหล่งใจ', 'เกี่ยวกับ', 'เพื่อน', 'รูปภาพ', and 'อัปเดต'. A post is visible, featuring a shipping box with a list of items: 'นมปราณิว', 'ชาซองซองไวน์ เติมน้ำดื่ม ซุปผสมผลไม้ สุกี้ข้าว ในตู้เย็นพร้อมน้ำดื่มพร้อม', 'ไข่', and 'นม เติมน้ำนมและสารอาหารสูง เจริญเติบโต สดชื่น 2015'. To the right of the list is a small image of a woman and text: 'สุทธิดา เรือนเพชร คำนึงถึงทุกคนที่ ผ่านโลกใจดี อ.เมืองสงข.จ.โคกยาง 2 ซ.บ. - Soeng Sang, Nakhon Ratchasima - ๖'. Below the list is a large image of a shipping box with the text '...ใจน้าจ๋า...'. At the bottom of the post is a promotional advertisement for 'Asia Slim' with the text: 'เปลี่ยนหุ่นพัง ให้ปังกว่าเดิม เลือกใช้มันส่วนเกิน นิรันดร์ไขมันสะสม Asia Slim' and 'สิ่งนี้คือสิ่งที่คุณกำลังมองหา'.

ภาพที่ ๑๒ แสดงการโฆษณาทางเฟซบุ๊ก



ภาพที่ ๑๓ แสดงกล่องไปรษณีย์ที่ส่งให้ลูกค้าทางเฟซบุ๊ก

ในกรณีที่ไม่มีภาพกล่องไปรษณีย์ที่ระบุ ชื่อ-ที่อยู่ ผู้ที่กระทำการโฆษณาอาจแสดงภาพการโอนเงินผ่านบัญชีธนาคาร ทำให้ทราบชื่อของผู้กระทำการโฆษณาได้



ภาพที่ ๑๔ แสดงการโอนเงินที่ระบุชื่อบัญชีผู้รับโอนที่เป็นผู้กระทำการโฆษณา

กรณีดังกล่าวได้ดำเนินการประสานผู้รับผิดชอบของบริษัท google ประเทศไทย ในการพิจารณาถอดการโฆษณาออกจากระบบค้นหา ตามที่ได้มีการประชุมตกลงร่วมมือกันระหว่างสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา และบริษัท google ประเทศไทย

นอกจากนี้ สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยายังมีความร่วมมือกับผู้ประกอบกิจการธุรกิจตลาดออนไลน์ (มาร์เก็ตเพลส) ได้แก่ บริษัท ช้อปปี้ (ประเทศไทย) จำกัด และบริษัท ลาซาด้า จำกัด ซึ่งเป็นต้นทางของการจำหน่ายผลิตภัณฑ์สุขภาพ โดยสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาได้ให้คำแนะนำด้านกฎหมาย ผลิตภัณฑ์สุขภาพกับการดำเนินธุรกิจออนไลน์แนวทางการเผยแพร่โฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพทางเว็บไซต์ที่ถูกต้องและหาหรือมาตรการป้องกันการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ฝ่าฝืนกฎหมายทางมาร์เก็ตเพลส โดยบริษัท ช้อปปี้ (ประเทศไทย) จำกัด และบริษัท ลาซาด้า จำกัด ได้มีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลต่อผู้ขายสินค้า เพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพ และข้อห้ามในการโฆษณา รวมถึงมาตรการในการลงโทษผู้ขายสินค้าที่ปฏิบัติไม่ถูกต้อง มีการพัฒนาระบบเทคโนโลยีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการตรวจสอบข้อมูล โดยจะใช้การตรวจสอบข้อมูลจากคำสำคัญ (Keywords) เพื่อระงับข้อมูลจากเว็บไซต์ หากพบข้อมูลโฆษณา หรือขายผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ไม่ถูกต้อง

บทที่ ๕ ปัญหาและข้อเสนอแนะ

ปัญหาด้านการคุ้มครองผู้บริโภคด้านการโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต

ปัจจุบันการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพมีจำนวนมากขึ้นเรื่อยๆ และมีการแข่งขันกันมาก เนื่องจากเป็นช่องทางโฆษณาที่ผู้บริโภคเข้าถึงได้ง่าย สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา เป็นหน่วยงานหลักในการคุ้มครองผู้บริโภคด้านการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพ ได้มีการดำเนินการตรวจสอบเฝ้าระวังการโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต และรับเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับการโฆษณา จากการดำเนินการตรวจสอบโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต พบว่า ส่วนมากผู้โฆษณาจะโฆษณาผ่านช่องทาง Social Media เช่น เฟซบุ๊ก การหาตัวผู้กระทำความผิดทางอินเทอร์เน็ตนั้นทำได้ยากขึ้น เนื่องจากผู้ประกาศไม่แสดงข้อมูลการติดต่อ แต่ให้ติดต่อทางกล่องข้อความ หรือทางไลน์ และปัจจุบันมีช่องการซื้อขายการเก็บเงินปลายทาง ทำให้ไม่ทราบข้อมูลบัญชีธนาคาร หรือมีการโพสต์รูปการโอนเงินผ่านบัญชีธนาคาร หรือกล่องไปรษณีย์ แต่มีการปิดบังชื่อหรือที่อยู่

แม้ทราบชื่อผู้กระทำการโฆษณาแล้ว แต่การขอทะเบียนราษฎร ต้องใช้เวลานาน เนื่องจากการประสานตำรวจอย่างไม่เป็นทางการ เพื่อให้เข้าดูข้อมูลหากมีปริมาณผู้กระทำความผิดหลายคน ทางเจ้าหน้าที่ตำรวจอาจไม่สะดวกเนื่องจากการเข้าตรวจสอบข้อมูลต้องมีการเสียบัตรแสดงตน เกรงว่าอาจมีปัญหาเรื่องการฟ้องร้อง จึงต้องประสานขอความอนุเคราะห์ข้อมูลบุคคลตามทะเบียนราษฎร จากสำนักทะเบียนท้องถิ่นเทศบาลนครนนทบุรี ซึ่งต้องใช้เวลานานขึ้น และหากมีชื่อ-นามสกุลซ้ำกัน ทางสำนักทะเบียนท้องถิ่นก็จะไม่สามารถระบุข้อมูลที่อยู่ตามทะเบียนราษฎรได้ว่าเป็นของบุคคลใด ต้องขอข้อมูลเพิ่มเติม เช่น เลขบัตรประจำตัวประชาชน ชื่อบิดา-มารดา เป็นต้น

ข้อเสนอแนะด้านการคุ้มครองผู้บริโภคด้านการโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต

๑. ควรมีการทำความตกลงกับหน่วยงานที่มีฐานข้อมูลที่อยู่ตามทะเบียนราษฎร ให้เจ้าหน้าที่ของสำนักงานคณะกรรมการอาหารยาที่ปฏิบัติหน้าที่เกี่ยวกับการกำกับดูแลหลังออกสู่ตลาด สามารถเข้าถึงฐานข้อมูลที่อยู่ตามทะเบียนราษฎร อาจเป็นระดับหัวหน้างาน เพื่อให้เกิดความคล่องตัวในการหาข้อมูลที่อยู่ผู้กระทำการโฆษณาผิดกฎหมาย เพื่อดำเนินการตามกฎหมาย

๒. ควรมีการสนับสนุนส่งเสริมผู้ประกอบการจำหน่ายผลิตภัณฑ์สุขภาพที่มีการโฆษณาตามช่องทางต่างๆ ให้ทราบถึงข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจออนไลน์ แนวทางการเผยแพร่โฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพทางอินเทอร์เน็ตที่ถูกต้องตามกฎหมาย เช่น มีการจัดอบรมผู้ประกอบการ จัดให้มีขั้นตอนการแจ้งข้อกำหนดเกี่ยวกับการโฆษณาให้กับผู้ประกอบการที่มายื่นขออนุญาตสถานประกอบการ/ผลิตภัณฑ์สุขภาพ ให้ทราบแนวทางการปฏิบัติที่ถูกต้อง

๓. สนับสนุนให้ผู้ประกอบการธุรกิจตลาดออนไลน์ (มาร์เก็ตเพลส) ให้มีมาตรการป้องกันการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ฝ่าฝืนกฎหมาย เช่น ส่งเสริมให้เว็บไซต์มาร์เก็ตเพลสมีการให้ความรู้กับผู้ประกอบการก่อนเข้ามาเป็นผู้ขาย และให้มีมาตรการลงโทษผู้ประกอบการที่กระทำการโฆษณาฝ่าฝืนกฎหมายในมาร์เก็ตเพลส เช่น ยกเลิกสัญญา รวมไปถึงรายงานข้อมูลการกระทำผิดให้สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาทราบ

๔. ควรมีการรณรงค์ประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภคมีความรู้ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สุขภาพในสื่อต่างๆ เนื่องจากในปัจจุบันการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพได้เข้ามามีบทบาทกระตุ้นพฤติกรรมของผู้บริโภค ให้นิวโน้มต้องการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพมากยิ่งขึ้น

- ผลิตสื่อ เช่น แผ่นพับ โปสเตอร์เพื่อแจกจ่ายเผยแพร่ความรู้โดยเน้นให้ตระหนักถึงอันตรายที่จะได้รับจากผลิตภัณฑ์สุขภาพผิดกฎหมาย

- ประชาสัมพันธ์แถลงข่าวผ่านสื่อต่างๆ ทั้งทางโทรทัศน์ วิทยุ สื่อสิ่งพิมพ์ อินเทอร์เน็ต เผยแพร่ภาพการจับกุมผลิตภัณฑ์สุขภาพผิดกฎหมาย

- จัดรณรงค์ให้ความรู้ในแหล่งชุมชนต่างๆ เพื่อกระจายข้อมูลให้เข้าถึงผู้บริโภคมากที่สุด เช่น โรงเรียน ห้างสรรพสินค้า โดยผ่านการประสานงานร่วมกับสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดทั่วประเทศ สำนักงานเขตของกรุงเทพมหานคร

- มีการรณรงค์ประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภคทราบว่า การที่ผลิตภัณฑ์สุขภาพได้รับอนุญาตจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาไม่ได้รับประกันว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพเสมอ ให้นิวโน้มถึงความจำเป็นในการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพ

บรรณานุกรม

๑. พระราชบัญญัติยา พ.ศ.๒๕๑๐. (๒๕๑๐, ๒๐ ตุลาคม) ราชกิจจานุเบกษา. เล่ม ๘๔ ตอนที่ ๑๐๑ ฉบับพิเศษ. หน้า ๗.
๒. พระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ.๒๕๒๒. (๒๕๒๒, ๑๓ พฤษภาคม). ราชกิจจานุเบกษา. เล่ม ๙๖ ตอนที่ ๗๙ ฉบับพิเศษ. หน้า ๑.
๓. พระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.๒๕๕๘. (๒๕๕๘, ๘ กันยายน) ราชกิจจานุเบกษา. เล่ม ๑๓๒ ตอนที่ ๘๖ ก. หน้า ๕.
๔. พระราชบัญญัติเครื่องมือแพทย์ พ.ศ.๒๕๕๑. (๒๕๕๑, ๕ มีนาคม). ราชกิจจานุเบกษา. เล่ม ๑๒๕ ตอนที่ ๔๓ ก. หน้า ๒๕.
๕. พระราชบัญญัติวัตถุอันตราย พ.ศ. ๒๕๓๕. (๒๕๓๕, ๖ เมษายน).ราชกิจจานุเบกษา. เล่ม ๑๐๙ ตอนที่ ๓๙. หน้า ๒๑.
๖. พระราชบัญญัติวัตถุที่ออกฤทธิ์ต่อจิตและประสาท พ.ศ. ๒๕๕๙. (๒๕๕๙, ๒๐ ธันวาคม). ราชกิจจานุเบกษา. เล่ม ๑๓๓ ตอนที่ ๑๐๗ ก. หน้า ๑.
๗. พระราชบัญญัติยาเสพติดให้โทษ พ.ศ.๒๕๒๒. (๒๕๒๒,๒๗ เมษายน). ราชกิจจานุเบกษา. เล่ม ๙๖ ตอนที่ ๖๓ ฉบับพิเศษ. หน้า ๔๐.
๘. พระราชบัญญัติผลิตภัณฑ์สมุนไพร พ.ศ. ๒๕๖๒. (๒๕๖๒, ๓๐ เมษายน). ราชกิจจานุเบกษา. เล่ม ๑๓๖ ตอนที่ ๕๖ ก. หน้า ๑๒๑.
๙. พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.๒๕๒๒. (๒๕๒๒, ๔ พฤษภาคม). ราชกิจจานุเบกษา. เล่ม ๙๖ ตอนที่ ๗๒ ฉบับพิเศษ. หน้า ๒๐.
๑๐. พระราชบัญญัติวิธีปฏิบัติราชการทางปกครอง พ.ศ.๒๕๓๙. (๒๕๓๙, ๑๔ พฤศจิกายน). ราชกิจจานุเบกษา. เล่ม ๑๑๓ ตอนที่ ๖๐ ก. หน้า ๑.
- ๑๑.สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา. (๒๕๖๑). คู่มือการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ สำหรับพนักงานเจ้าหน้าที่ระดับอำเภอ. นนทบุรี: สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา.
- ๑๒.สยามวัน. รูปแบบของโฆษณาออนไลน์. [ออนไลน์], เข้าถึงได้จาก: <http://www.siam๑.net/article-๑๓๐๒๖.html>. (๒๕๖๑, มีนาคม).
๑๓. จูไรรัตน์ ทองคำชื่นวิวัฒน์. เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Online Social Network). [ออนไลน์], เข้าถึงได้จาก: www.ngnforum.ntc.or.th. (๒๕๖๑, มีนาคม)

ภาคผนวก

(สำเนา)

ระเบียบสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา
ว่าด้วยขั้นตอนและวิธีการอนุญาตและให้ความเห็นเกี่ยวกับ
การโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพ พ.ศ. 2541

เพื่อให้การดำเนินงานเกี่ยวกับการขออนุญาต การอนุญาตและการให้ความเห็นเกี่ยวกับการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพที่อยู่ในความรับผิดชอบของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและป้องกันการลัดขั้นตอน หรือการปลอมแปลงเอกสาร สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา จึงวางระเบียบไว้ดังต่อไปนี้

ข้อ 1 ระเบียบนี้เรียกว่า "ระเบียบสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาว่าด้วยขั้นตอนและวิธีการอนุญาต และให้ความเห็นเกี่ยวกับการโฆษณาผลิตภัณฑ์ พ.ศ. 2541"

ข้อ 2 ระเบียบนี้ให้ใช้บังคับตั้งแต่วันที่ 4 มกราคม พ.ศ. 2542 เป็นต้นไป

ข้อ 3 บรรดาระเบียบ ข้อบังคับ คำสั่งหรือข้อกำหนดอื่นใดที่ขัดแย้งกับระเบียบนี้ให้ยกเลิก และใช้ระเบียบนี้แทน

ข้อ 4 ในระเบียบนี้

"เจ้าหน้าที่" หมายความว่า นักวิชาการหรือเจ้าหน้าที่รัฐการที่ได้รับมอบหมายจากผู้อำนวยการกองให้ปฏิบัติหน้าที่เกี่ยวกับการอนุญาตโฆษณา

"ผู้ขออนุญาต" หมายความว่า บุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลที่ขออนุญาตโฆษณา หรือขอความเห็นเกี่ยวกับการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพ

"ผู้ยื่นขออนุญาต" ให้หมายความรวมถึง บุคคลที่ได้รับมอบอำนาจให้เป็นผู้ยื่นคำขออนุญาตโฆษณา หรือ ขอความเห็นต่อสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาด้วย

"อนุญาตโฆษณา" ให้หมายความรวมถึงการให้ความเห็นเกี่ยวกับการโฆษณาด้วย

"ใบอนุญาตโฆษณา" ให้หมายความรวมถึงใบอนุญาตโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพและหนังสือให้ความเห็นเกี่ยวกับการโฆษณาเครื่องสำอาง

"คำขออนุญาตโฆษณา" ให้หมายความรวมถึงคำขอความเห็นเกี่ยวกับการโฆษณาด้วย

"ผลิตภัณฑ์สุขภาพ" ให้หมายความถึง ยา อาหาร เครื่องมือแพทย์ เครื่องสำอาง วัตถุออกฤทธิ์ต่อจิตประสาท และยาเสพติดให้โทษ

ข้อ 5 การอนุญาตโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพที่อยู่ในความรับผิดชอบของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ให้ปฏิบัติตามขั้นตอนและวิธีการที่กำหนดไว้ในระเบียบนี้

ข้อ 6 การอนุญาตโฆษณาที่มีขั้นตอนและวิธีการดังนี้

6.1 เมื่อผู้ขออนุญาตยื่นเรื่องที่กองที่รับผิดชอบดูแลผลิตภัณฑ์นั้นๆ ให้เจ้าหน้าที่ตรวจความถูกต้องของเอกสาร ถ้าเห็นว่าถูกต้องครบถ้วน ให้ลงชื่อรับรองแล้วลงรับเรื่อง

กรณีที่เจ้าหน้าที่เห็นว่าเอกสารไม่ถูกต้องหรือไม่ครบถ้วน ให้คืนเรื่องแก่ผู้ขออนุญาต เพื่อแก้ไขหรือเพิ่มเติมเอกสารหลักฐานให้ถูกต้องครบถ้วนก่อนลงรับเรื่อง

6.2 เมื่อเจ้าหน้าที่ลงรับเรื่องแล้ว ให้ส่งเรื่องให้นักวิชาการและให้ดำเนินการดังนี้

กรณีที่มิมีปัญหาควรอนุญาตให้นักวิชาการเสนอความเห็นพร้อมใบอนุญาตและเอกสารแนบท้ายผ่านหัวหน้ากลุ่มงาน หัวหน้าส่วน (ถ้ามี) และผู้อำนวยการกอง ตามลำดับ เพื่อเสนอเลขาธิการคณะกรรมการอาหารและยา พิจารณาสั่งการ

กรณีที่มีปัญหาทางเทคนิค ปัญหาทางวิชาการหรือมีความเห็นแย้ง หรือมีปัญหาอื่นใด ให้หัวหน้ากลุ่มงาน หรือหัวหน้าส่วน (ถ้ามี) นำเสนอผู้อำนวยการกอง พิจารณาเสนอผู้เชี่ยวชาญ คณะทำงานหรือคณะกรรมการ (ถ้ามี) เพื่อให้ความเห็นตามความเหมาะสม

กรณีที่เห็นควรไม่อนุญาต หรือกรณีอุทธรณ์ให้นักวิชาการเสนอผ่านหัวหน้ากลุ่มงาน หัวหน้าส่วน (ถ้ามี) ผู้อำนวยการกองและผู้เชี่ยวชาญตามลำดับ เพื่อเสนอเลขาธิการคณะกรรมการอาหารและยาพิจารณาสั่งการ แล้วแจ้งผู้ขออนุญาตทราบ

การพิจารณาอนุญาตให้โฆษณาให้เป็นไปตามกฎหมาย หลักเกณฑ์ เงื่อนไขระเบียบ และข้อบังคับว่าด้วยผลิตภัณฑ์สุขภาพนั้น ๆ แล้วแต่กรณี

6.3 แบบใบอนุญาตและการรับรองเอกสารแนบท้ายให้ใช้ตามแบบและวิธีการรับรองตามที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

6.4 เมื่อผู้รับอนุญาตได้ลงนามและลงวันที่อนุญาต ให้เจ้าหน้าที่ออกใบอนุญาตและลงทะเบียนคุมต่อไป

ข้อ 7 เอกสารหลักฐานต่าง ๆ ที่ใช้ในการยื่นขออนุญาตโฆษณา ได้แก่

7.1 แบบคำขออนุญาตโฆษณา ให้ใช้ตามแบบที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาให้ความเห็นชอบ

7.2 หนังสือมอบอำนาจซึ่งปิดอากรแสตมป์ตามกฎหมาย ในกรณีที่ผู้ขออนุญาตมอบอำนาจให้บุคคลอื่นเป็นผู้ยื่นขออนุญาตแทน

7.3 สำเนาหนังสือรับรองทะเบียนหุ้นส่วนบริษัทกรณีที่เป็นนิติบุคคล หรือ สำเนาหนังสือจดทะเบียนพาณิชย์ (ถ้ามี) สำเนาบัตรประจำตัวประชาชน และสำเนาทะเบียนบ้าน กรณีเป็นบุคคลธรรมดา

7.4 สำเนาบัตรประจำตัวประชาชนของผู้มอบอำนาจและของผู้รับมอบอำนาจ กรณีมีการมอบอำนาจให้ยื่นขออนุญาตแทน

7.5 รายละเอียดอื่น ๆ ตามที่ปรากฏในแบบคำขออนุญาตโฆษณา

ข้อ 8 ขั้นตอนการลงทะเบียนรับคำขออนุญาตโฆษณา การลงทะเบียนคุมใบอนุญาตโฆษณา ให้แยกออกจากระบบงานสารบรรณทั่วไปของกอง และให้ปฏิบัติตามระเบียบงานสารบรรณโดยอนุโลม

ข้อ 9 การออกแบบเลขที่ใบอนุญาตโฆษณาให้ใช้อักษรย่อแทนชนิดผลิตภัณฑ์สุขภาพตามด้วยเลขที่ใบอนุญาตห้าปี พ.ศ. โดยใช้อักษรย่อกำกับเลขที่ใบอนุญาต แยกตามชนิดของผลิตภัณฑ์สุขภาพ ดังนี้

9.1 หมอ. ใช้สำหรับอาหาร

9.2 มท. ใช้สำหรับยาที่โฆษณาแก่ประชาชนทั่วไป

9.3 มศ. ใช้สำหรับยาที่โฆษณาโดยตรงต่อผู้ประกอบการโรคศิลปะ

9.4 มพ. ใช้สำหรับเครื่องมือแพทย์

9.5 มสต. ใช้สำหรับยาเสพติดให้โทษ

9.6 มวจ. ใช้สำหรับวัตถุออกฤทธิ์ต่อจิตประสาท

กรณีเครื่องสำอาง ให้ปฏิบัติตามระเบียบสารบรรณตามปกติ

ข้อ 10 การแก้ไขข้อความในการอนุญาตทุกขั้นตอนให้กระทำโดยวิธีขีดฆ่า ล้วเขียนข้อความเพิ่มเติมโดยเจ้าหน้าที่ลงชื่อและวันที่กำกับไว้ด้วยทุกแห่งที่มีการแก้ไข ห้ามใช้น้ำยาลบคำผิดลบข้อความ

ข้อ 11 การขอความเห็นเกี่ยวกับการโฆษณาเครื่องสำอาง ให้ปฏิบัติตามระเบียบคณะกรรมการเครื่องสำอางว่าด้วยการขอความเห็นและคำปวยการในการให้ความเห็นเกี่ยวกับการโฆษณา พ.ศ. 2536 โดยนำข้อความในระเบียบนี้ไปใช้เฉพาะในส่วนที่ไม่ขัดกับระเบียบคณะกรรมการเครื่องสำอางดังกล่าว

ข้อ 12 กรณีมีปัญหาในการตีความตามระเบียบนี้ ให้เลขาธิการคณะกรรมการอาหารและยา เป็นผู้วินิจฉัยชี้ขาด

ประกาศ ณ วันที่ 24 ธันวาคม พ.ศ. 2541

ลงชื่อ มงคล ณ สงขลา

(นายมงคล ณ สงขลา)

เลขาธิการคณะกรรมการอาหารและยา

กฎกระทรวง
ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2526)
ออกตามความในพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค
พ.ศ. 2522

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา 8 และมาตรา 22 วรรคสอง (5) แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 นายกรัฐมนตรีออกกฎกระทรวงไว้ ดังต่อไปนี้

ให้ข้อความดังต่อไปนี้ เป็นข้อความที่เข้าลักษณะตามมาตรา 22 วรรคสอง (5)

(1) ข้อความโฆษณาสินค้าหรือบริการที่ใช้หรืออ้างอิงข้อเท็จจริงเกี่ยวกับพระมหากษัตริย์ พระราชินี รัชทายาท หรือผู้สำเร็จราชการแทนพระองค์ ซึ่งได้กระทำไปโดยไม่ได้รับพระบรมราชานุญาต พระราชานุญาต หรืออนุญาตแล้วแต่กรณี ทั้งนี้เว้นแต่

(ก) ข้อความโฆษณาว่าได้รับเหรียญ ใบสำคัญคู่มือ ประกาศนียบัตรหรือเครื่องหมายอื่นใดที่เป็นรางวัลในการแสดงหรือประกวดสินค้าหรือบริการที่ได้รับจากพระมหากษัตริย์ พระราชินี รัชทายาท หรือผู้สำเร็จราชการแทนพระองค์

(ข) ข้อความโฆษณาว่าได้รับพระบรมราชานุญาตในการประกอบธุรกิจ ได้รับพระบรมราชานุญาต ให้ใช้ตราแผ่นดิน หรือได้รับพระราชทานตราตั้ง

(2) ข้อความโฆษณาสินค้าหรือบริการซึ่งรวมอยู่กับข้อความที่ถวายพระพรหรือข้อความอย่างอื่นที่อ้างอิงเกี่ยวกับพระมหากษัตริย์ พระราชินี รัชทายาท หรือผู้สำเร็จราชการแทนพระองค์ โดยมีได้แสดงให้เห็นว่าข้อความส่วนที่เป็นการโฆษณาสินค้าหรือบริการนั้น แยกออกต่างหากจากข้อความที่ถวายพระพรหรือข้อความอย่างอื่นดังกล่าวข้างต้น

(3) ข้อความโฆษณาสินค้าหรือบริการที่ระบุหรือประกาศว่า ผู้ประกอบธุรกิจจะจัดให้มีการแถมพกหรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชค ก่อนที่ผู้ประกอบธุรกิจนั้นได้รับอนุญาตจากเจ้าพนักงานตามกฎหมายว่าด้วยการพนัน

(4) ข้อความโฆษณาสินค้าหรือบริการที่ระบุหรือประกาศว่าผู้ประกอบธุรกิจจัดให้มีการแถมพกหรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชคซึ่งผู้ประกอบธุรกิจได้รับอนุญาตจากเจ้าพนักงานตามกฎหมายว่าด้วยการพนันแล้ว โดยข้อความโฆษณาดังกล่าวมิได้ระบุรายละเอียดดังต่อไปนี้

(ก) หลักเกณฑ์ วิธีการ เงื่อนไข หรือข้อกำหนดในการเสี่ยงโชค

(ข) วัน เดือน ปีที่เริ่มและสิ้นสุดของการจัดให้มีการเสี่ยงโชค

(ค) ประเภทและลักษณะของของแถมพกหรือรางวัล จำนวนและมูลค่าของของแถมพกหรือรางวัลแต่ละสิ่ง หรือมูลค่ารวมในแต่ละประเภท

(ง) เขตหรือถิ่นที่มีการจัดให้มีการเสี่ยงโชค

(จ) วัน เดือน ปี เวลา และสถานที่ซึ่งกำหนดไว้สำหรับการทำการเสี่ยงโชค

(5) ข้อความโฆษณาสินค้าหรือบริการที่ระบุหรือประกาศว่าผู้ประกอบธุรกิจจัดให้มีการประกวดชิงรางวัลหรือจัดให้มีการให้ของแถม ให้สิทธิหรือประโยชน์โดยให้เปล่าโดยข้อความโฆษณาดังกล่าวมิได้ระบุรายละเอียดดังต่อไปนี้

- (ก) หลักเกณฑ์ วิธีการ เงื่อนไข หรือข้อกำหนดในการประกวดชิงรางวัลหรือการให้ของแถม ให้สิทธิหรือประโยชน์
- (ข) วัน เดือน ปีที่เริ่มต้นและสิ้นสุดของการจัดให้มีการประกวดชิงรางวัลหรือการให้ของแถม ให้สิทธิหรือประโยชน์
- (ค) ประเภท ลักษณะ และมูลค่าของรางวัล ของแถม สิทธิหรือประโยชน์แต่ละสิ่ง หรือมูลค่ารวมในแต่ละประเภท
- (ง) เขต หรือถิ่นที่กำหนดให้มีการประกวดชิงรางวัล หรือที่จัดให้มีการให้ของแถม ให้สิทธิหรือประโยชน์
- (จ) วัน เดือน ปี และสถานที่ซึ่งกำหนดไว้สำหรับการตัดสินการประกวดชิงรางวัล
- (ฉ) ร้านค้าหรือตัวแทนจำหน่ายที่ผู้ประกอบการธุรกิจจัดให้มีการให้ของแถม ให้สิทธิหรือประโยชน์

ให้ไว้ ณ วันที่ 19 เมษายน พ.ศ. 2526

(ลงชื่อ) พลเอก เปรม ติณสูลานนท์
(เปรม ติณสูลานนท์)
นายกรัฐมนตรี

หมายเหตุ:- เหตุผลในการประกาศใช้กฎกระทรวงฉบับนี้คือ เนื่องจากมาตรา 22 วรรคสอง (5) แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 บัญญัติให้ออกกฎกระทรวงกำหนดข้อความอย่างอื่นนอกจากข้อความที่กำหนดไว้แล้วในพระราชบัญญัติดังกล่าว เป็นข้อความที่ถือว่าเป็นการไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคหรืออาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวม ปัจจุบันนี้ได้มีการใช้ข้อความโฆษณาที่อ้างอิงข้อเท็จจริงเกี่ยวกับพระมหากษัตริย์ พระราชินี รัชทายาท หรือผู้สำเร็จราชการแทนพระองค์ ข้อความโฆษณาซึ่งรวมอยู่กับข้อความที่ถวายพระพร โดยมีได้แสดงให้เห็นว่าข้อความส่วนที่เป็นการโฆษณานั้นแยกออกต่างหากจากข้อความที่ถวายพระพร ข้อความโฆษณาที่ชักชวนให้ผู้บริโภคทำการเสี่ยงโชคเพื่อรับของแถมพหุหรือรางวัล ก่อนที่ผู้ประกอบการจะได้รับอนุญาตจากเจ้าพนักงานตามกฎหมายว่าด้วยการพนัน ข้อความโฆษณาที่ชักชวนให้ผู้บริโภคทำการเสี่ยงโชค เพื่อรับของแถมพหุหรือรางวัล ซึ่งผู้ประกอบการได้รับอนุญาตจากเจ้าพนักงานตามกฎหมายว่าด้วยการพนันแล้ว โดยข้อความโฆษณาดังกล่าวมิได้ระบุนายละเอียดเกี่ยวกับการเสี่ยงโชคนั้น และข้อความโฆษณาที่ชักชวนให้ผู้บริโภคเข้าประกวดชิงรางวัลหรือรับของแถม โดยข้อความโฆษณาดังกล่าวมิได้ระบุนายละเอียดเกี่ยวกับการเข้าประกวดชิงรางวัลหรือการให้ของแถม อันเป็นการไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคหรืออาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวม สมควรกำหนดให้ข้อความโฆษณาดังกล่าวเป็นข้อความที่เข้าลักษณะตามมาตรา 22 วรรคสอง (5) แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 จึงจำเป็นต้องออกกฎกระทรวงนี้

(ประกาศในราชกิจจานุเบกษา เล่ม 100 ตอนที่ 63 (ฉบับพิเศษ) วันที่ 21 เมษายน 2526)

กฎกระทรวง
ฉบับที่ 5 (พ.ศ. 2534)
ออกตามความในพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค
พ.ศ. 2522

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา 8 และมาตรา 22 วรรคสอง (5) แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 นายกรัฐมนตรีออกกฎกระทรวงไว้ดังต่อไปนี้

ให้ยกเลิกความใน (4) และ (5) แห่งกฎกระทรวงฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2526) ออกตามความในพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 และให้ใช้ความต่อไปนี้แทน

“(4) ข้อความโฆษณาสินค้าหรือบริการที่ระบุหรือประกาศว่าผู้ประกอบการจัดให้มีการแถมพหุหรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชค ซึ่งผู้ประกอบการได้รับอนุญาตจากเจ้าพนักงานตามกฎหมายว่าด้วยการพนันแล้ว หรือข้อความโฆษณาสินค้าหรือบริการที่ระบุหรือประกาศว่าผู้ประกอบการจัดให้มีการประกวดชิงรางวัล โดยข้อความโฆษณาดังกล่าวมิได้ระบุรายละเอียดดังต่อไปนี้

(ก) หลักเกณฑ์ วิธีการ เงื่อนไข หรือข้อกำหนดในการเสี่ยงโชคหรือในการประกวดชิงรางวัล

(ข) วัน เดือน ปีที่เริ่มต้นและสิ้นสุดของการจัดให้มีการเสี่ยงโชคหรือการประกวดชิงรางวัล เว้นแต่กรณีที่เป็นการโฆษณาทางวิทยุโทรทัศน์ ข้อความโฆษณาที่กำหนดระยะเวลาเริ่มต้นของการเสี่ยงโชคหรือการประกวดชิงรางวัลนั้นจะให้ปรากฏในส่วนที่เป็นภาพ หรือในส่วนที่เป็นเสียงอย่างหนึ่งอย่างใดก็ได้ แต่ข้อความโฆษณาที่กำหนดระยะเวลาสิ้นสุดนั้นจะต้องให้ปรากฏทั้งในส่วนที่เป็นภาพและส่วนที่เป็นเสียง

(ค) ประเภทและลักษณะของของแถมพหุหรือรางวัล จำนวนและมูลค่าของของแถมพหุหรือรางวัล แต่ละสิ่ง หรือมูลค่ารวมในแต่ละประเภท เว้นแต่กรณีที่การโฆษณาทางวิทยุกระจายเสียงหรือวิทยุโทรทัศน์ ผู้ประกอบการจะไม่ระบุมูลค่าของของแถมพหุหรือรางวัลแต่ละสิ่ง หรือมูลค่ารวมในแต่ละประเภทก็ได้ แต่ผู้ประกอบการจะต้องระบุมูลค่ารวมของของแถมพหุหรือรางวัลทุกประเภทไว้แทน

ในกรณีที่สิ่งซึ่งจัดเป็นของแถมพหุหรือรางวัลเป็นสิ่งที่มิใช่สิ่งที่มีมูลค่าที่ผู้บริโภคอาจทราบได้โดยทั่วไป และข้อความโฆษณานั้นได้แสดงให้เห็นให้ผู้บริโภคทราบถึงประเภทและลักษณะของของแถมพหุหรือรางวัลไว้โดยชัดแจ้งแล้ว ผู้ประกอบการจะไม่ระบุมูลค่าของของแถมพหุหรือรางวัลนั้นไว้ก็ได้

(ง) เขตหรือถิ่นที่มีการจัดให้มีการเสี่ยงโชคหรือการประกวดชิงรางวัล เว้นแต่กรณีที่เป็นการจัดให้มีขึ้นทั่วราชอาณาจักร

(จ) วัน เดือน ปี เวลา และสถานที่ซึ่งกำหนดไว้สำหรับการทำการเสี่ยงโชคหรือการตัดสินการประกวดชิงรางวัล

(ฉ) สื่อโฆษณาที่จะใช้ในการประกาศรายชื่อผู้ได้รับของแถมพหุหรือรางวัลจากการเสี่ยงโชคหรือการประกวดชิงรางวัล

(5) ข้อความโฆษณาสินค้าหรือบริการที่ระบุหรือประกาศว่าผู้ประกอบการจัดให้มีการให้ของแถมหรือให้สิทธิหรือประโยชน์โดยให้เปล่า โดยข้อความโฆษณาดังกล่าวมิได้ระบุรายละเอียดดังต่อไปนี้

(ก) หลักเกณฑ์ วิธีการ เงื่อนไข หรือข้อกำหนดในการให้ของแถมหรือให้สิทธิหรือประโยชน์

(ข) วัน เดือน ปีที่เริ่มต้นและสิ้นสุดของการจัดให้มีการให้ของแถมหรือให้สิทธิหรือประโยชน์ เว้นแต่

1. กรณีที่เป็นการโฆษณาทางวิทยุโทรทัศน์ ข้อความโฆษณาที่กำหนดระยะเวลาเริ่มต้นของการให้ของแถม ให้สิทธิหรือประโยชน์นั้นจะให้ปรากฏในส่วนที่เป็นภาพ หรือในส่วนที่เป็นเสียงอย่างใดอย่างหนึ่งก็ได้ แต่ข้อความโฆษณาที่กำหนดระยะเวลาสิ้นสุดนั้นจะต้องให้ปรากฏทั้งในส่วนที่เป็นภาพและส่วนที่เป็นเสียง

2. กรณีที่เป็นการให้ของแถมโดยการติดของแถมไว้กับสินค้าในลักษณะที่ผู้บริโภคสามารถเห็นของแถมนั้นได้อยู่แล้ว หรือโดยการบรรจุของแถมไว้ในหีบห่อของสินค้านั้นและได้ระบุข้อความไว้ที่หีบห่อบรรจุสินค้านั้นว่าได้จัดให้มีการให้ของแถมโดยให้เปล่าพร้อมกับการขายสินค้านั้นแล้ว

(ค) ประเภท ลักษณะ และมูลค่าของของแถม สิทธิหรือประโยชน์แต่ละสิ่ง หรือมูลค่ารวมในแต่ละประเภท เว้นแต่กรณีที่มีการโฆษณาทางวิทยุกระจายเสียง หรือวิทยุโทรทัศน์ผู้ประกอบการธุรกิจจะไม่ระบุมูลค่าของของแถม สิทธิหรือประโยชน์แต่ละสิ่ง หรือมูลค่ารวมในแต่ละประเภทก็ได้ แต่ผู้ประกอบการธุรกิจจะต้องระบุมูลค่ารวมของของแถม สิทธิหรือประโยชน์ทุกประเภทไว้แทน

ในกรณีที่สิ่งซึ่งจัดเป็นของแถม หรือสิทธิหรือประโยชน์โดยให้เปล่านั้น เป็นสิ่งซึ่งมีมูลค่าที่ผู้บริโภคอาจทราบได้โดยทั่วไปและข้อความโฆษณานั้นได้แสดงให้เห็นให้ผู้บริโภคทราบถึงประเภทและลักษณะของของแถม สิทธิหรือประโยชน์โดยให้เปล่าไว้โดยชัดแจ้งแล้ว ผู้ประกอบการธุรกิจจะไม่ระบุมูลค่าของของแถม สิทธิหรือประโยชน์โดยให้เปล่านั้นไว้ก็ได้

(ง) เขตหรือถิ่นที่จัดให้มีการให้ของแถม ให้สิทธิหรือประโยชน์โดยให้เปล่า เว้นแต่กรณีที่มีการจัดให้มีขึ้นทั่วราชอาณาจักร

(จ) สถานที่ที่กำหนดไว้ให้ผู้บริโภคมารับของแถม หรือสิทธิหรือประโยชน์โดยให้เปล่า เว้นแต่

1. กรณีที่จัดให้มีการรับของแถม สิทธิหรือประโยชน์ ณ ร้านค้าหรือตัวแทนจำหน่ายสินค้านั้นทั่วไปทุกแห่ง หรือ

2. กรณีที่เป็นการให้ของแถมโดยการติดของแถมไว้กับสินค้าในลักษณะที่ผู้บริโภคสามารถเห็นของแถมนั้นได้อยู่แล้ว หรือโดยการบรรจุของแถมไว้ในหีบห่อของสินค้านั้น และได้ระบุข้อความไว้ที่หีบห่อบรรจุสินค้านั้นว่าได้จัดให้มีการให้ของแถมโดยให้เปล่ากับการขายสินค้านั้นแล้ว"

ให้ไว้ ณ วันที่ 29 พฤษภาคม พ.ศ. 2534

(ลงชื่อ) อานันท์ ปันยารชุน

(นายอานันท์ ปันยารชุน)

นายกรัฐมนตรี

หมายเหตุ:- เหตุผลในการประกาศใช้กฎกระทรวงฉบับนี้ คือ เนื่องจากข้อกำหนดในการระบุรายละเอียดในข้อความโฆษณาที่ชักชวนให้ผู้บริโภคทำการเสี่ยงโชคเพื่อรับของแถมพกหรือรางวัล ซึ่งผู้ประกอบการธุรกิจได้รับอนุญาตจากเจ้าพนักงานตามกฎหมายว่าด้วยการพนันแล้ว และข้อกำหนดในการระบุรายละเอียดในข้อความโฆษณาที่ชักชวนให้ผู้บริโภคเข้าประกวดชิงรางวัลหรือรับของแถม หรือรับสิทธิหรือประโยชน์โดยให้เปล่าตามที่กำหนดไว้ใน (4) และ (5) แห่งกฎกระทรวงฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2526) ออกตามความในพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ยังไม่เหมาะสมกับสภาพการณ์ในปัจจุบัน สมควรแก้ไขเพิ่มเติมให้เหมาะสมยิ่งขึ้น จึงจำเป็นต้องออกกฎกระทรวงนี้

(ประกาศในราชกิจจานุเบกษา เล่ม 108 ตอนที่ 102 วันที่ 11 มิถุนายน 2534)

กฎกระทรวง
ฉบับที่ 6 (พ.ศ. 2538)
ออกตามความในพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค
พ.ศ. 2522

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา 8 และมาตรา 22 วรรคสอง (5) แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 นายกรัฐมนตรีออกกฎกระทรวงไว้ ดังต่อไปนี้

ให้ยกเลิกความใน (2) แห่งกฎกระทรวง ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2526) ออกตามความในพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 และให้ใช้ความต่อไปนี้แทน

“(2) ข้อความโฆษณาสินค้าหรือบริการ รวมทั้งเครื่องหมายการค้าหรือเครื่องหมายอื่นๆ ของผู้ประกอบการธุรกิจ หรือข้อความที่แสดงสถานที่หรือวิธีติดต่อกับผู้ประกอบการ ซึ่งรวมอยู่หรือทำให้ปรากฏพร้อมกับข้อความที่ถวายพระพรหรือข้อความอย่างอื่นที่อ้างอิงเกี่ยวกับพระมหากษัตริย์ พระราชินี รัชทายาท หรือผู้สำเร็จราชการแทนพระองค์ เว้นแต่ชื่อของผู้ประกอบการหรือผู้ประพันธ์ข้อความดังกล่าว”

ให้ไว้ ณ วันที่ 7 ธันวาคม พ.ศ. 2538

(ลงชื่อ) บรรหาร ศิลปอาชา
 (นายบรรหาร ศิลปอาชา)
 นายกรัฐมนตรี

หมายเหตุ:- เหตุผลในการประกาศใช้กฎกระทรวงฉบับนี้ คือ เนื่องจากข้อกำหนดเกี่ยวกับข้อความโฆษณาสินค้าหรือบริการซึ่งรวมอยู่กับข้อความที่ถวายพระพรหรือข้อความอย่างอื่นที่อ้างอิงเกี่ยวกับพระมหากษัตริย์ พระราชินี รัชทายาท หรือผู้สำเร็จราชการแทนพระองค์ อันจะถือเป็นข้อความที่เป็นการไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค หรือเป็นข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวมที่ใช้บังคับอยู่ในปัจจุบันยังไม่ชัดเจน ทำให้เกิดปัญหาการปฏิบัติตามข้อกำหนดดังกล่าว สมควรแก้ไขเพิ่มเติมข้อกำหนดในเรื่องนี้เสียใหม่ จึงจำเป็นต้องออกกฎกระทรวงนี้

(ประกาศในราชกิจจานุเบกษา เล่ม 112 ฉบับกฤษฎีกา ตอนที่ 56 วันที่ 29 ธันวาคม 2538)