

บทที่ 9

การประสานงานกับหน่วยงานภายนอกสำนักงานตัวแทนโฆษณา (External Co-ordination)

นอกเหนือจากการติดต่อประสานงานกับผู้ปฏิบัติงานในฝ่ายต่าง ๆ ภายในสำนักงานตัวแทนโฆษณาแล้ว ผู้ประสานงานลูกค้ายังมีหน้าที่ในการประสานงานกับหน่วยงานภายนอกสำนักงานตัวแทนโฆษณาอีกด้วย ทั้งนี้เพื่อให้การทำงานโฆษณาในแต่ละชิ้นสำเร็จลุล่วงด้วยดี

9.1 ความสำคัญของการประสานงานกับหน่วยงานภายนอกสำนักงานตัวแทนโฆษณา

การประสานงานกับหน่วยงานภายนอกสำนักงานตัวแทนโฆษณามีความสำคัญอย่างยิ่งต่อความสำเร็จในการทำงานโฆษณา ดังนี้

1. การร่วมทำงานกับฝ่ายอื่น ๆ ภายในสำนักงานตัวแทนโฆษณา เช่นที่ได้กล่าวไว้ข้างต้นแล้วว่า ผู้ประสานงานลูกค้ามีบทบาทในการเป็นที่ปรึกษาให้กับผู้ร่วมงานภายในสำนักงานตัวแทนโฆษณา ซึ่งที่สำคัญได้แก่ ฝ่ายสร้างสรรค์งานโฆษณา และฝ่ายสื่อโฆษณา ดังนั้น ผู้ประสานงานลูกค้าจะต้องติดต่อสร้างความสัมพันธ์กับหน่วยงานภายนอก ซึ่งหมายถึง ผู้โฆษณาหรือลูกค้าของสำนักงานตัวแทนโฆษณา ให้ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับการตลาดของสินค้าที่จะทำโฆษณาอย่างถูกต้อง และครบถ้วน เพื่อให้การวางแผนโฆษณาในขั้นต่อไป ๆ มามีแนวทางที่ชัดเจน ตอบโจทย์ที่ลูกค้ากำหนดให้อย่างมีประสิทธิภาพที่สุด

นอกจากนั้น การประสานงานกับหน่วยราชการที่กำกับดูแลการทำงานโฆษณาก็มีความสำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่ากัน โดยกฎหมายต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการโฆษณาจะเป็นกรอบในการวางแผนงานโฆษณา ผู้ประสานงานลูกค้าจำเป็นต้องติดตามการเคลื่อนไหวของกฎ ระเบียบ แนวปฏิบัติ ตลอดจนตัวอย่างของงานโฆษณาที่มีปัญหาในแง่กฎหมาย เพื่อเป็นข้อมูลให้ฝ่ายสร้างสรรค์โฆษณา และฝ่ายสื่อโฆษณา ได้ทำงานในส่วนที่ตนรับผิดชอบ โดยไม่ขัดต่อกฎระเบียบต่าง ๆ ทั้งยังไม่เสียเวลาที่จะต้องแก้ไขงานโฆษณา

ให้เป็นไปตามกฎระเบียบ ในบางกรณีหากผู้ประสานงานลูกค้าไม่มีความรู้เกี่ยวกับกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณา อาจจะทำให้งานโฆษณานั้นล่าช้าจนไม่สามารถเผยแพร่ทางสื่อต่าง ๆ ได้ทันตามกำหนดเวลา หรือบางครั้งอาจไม่ได้รับอนุญาตให้เผยแพร่โฆษณาชิ้นนั้น ๆ เลยก็ได้

2. การรักษาผลประโยชน์ของผู้โฆษณา ผู้โฆษณาหรือลูกค้าของสำนักงานตัวแทนโฆษณา จะมีผู้ประสานงานลูกค้าเป็นผู้ดูแลรักษาผลประโยชน์ พร้อมกับเป็นผู้บริหารให้งานโฆษณานั้น ๆ ดำเนินไปตามขั้นตอน จนสามารถเผยแพร่ทางสื่อต่าง ๆ ได้ตามกำหนดเวลาที่วางแผนไว้

ความรอบรู้ในเรื่องของการประสานงานกับหน่วยราชการที่ผู้ประสานงานลูกค้ามีนั้น จะเอื้อประโยชน์ต่อผู้โฆษณาโดยจะเป็นคำแนะนำเกี่ยวกับการทำโฆษณาที่ไม่ขัดต่อกฎระเบียบ การเผื่อระยะเวลาสำหรับการขออนุญาตโฆษณาจากหน่วยราชการ จะทำให้งานโฆษณานั้น ๆ ไม่ต้องเสียเวลาภายหลังหรือล่าช้าไปกว่ากำหนดเวลาที่ได้วางแผนไว้ นอกจากนี้ ผู้ประสานงานลูกค้ายังสามารถช่วยจัดเตรียมเอกสารที่ผู้โฆษณาจะต้องใช้สำหรับยื่นขออนุญาตโฆษณา ทำให้การทำงานราบรื่น ไม่มีปัญหา ต้องหยุดชะงัก

9.2 ประเภทของหน่วยงานภายนอก

หน่วยงานภายนอกสำนักงานตัวแทนโฆษณา ที่ผู้ประสานงานลูกค้าจะต้องประสานงานด้วยนั้น มีหลายองค์การ สามารถจัดประเภทได้ดังนี้

1. ผู้โฆษณา หรือลูกค้าของสำนักงานตัวแทนโฆษณา หมายถึง เจ้าของสินค้า-บริการ หรือบริษัทที่ดำเนินธุรกิจด้านการตลาดให้กับสินค้า-บริการ ซึ่งมีความประสงค์ที่จะให้สำนักงานตัวแทนโฆษณา วางแผนงานโฆษณาให้

2. หน่วยงานภาคธุรกิจ ที่ดำเนินกิจการเกี่ยวข้องกับการโฆษณา ประกอบด้วย บริษัทที่ดำเนินธุรกิจที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการทำงานโฆษณาดังต่อไปนี้

- บริษัทรับผลิตงานโฆษณา (Production House)
- บริษัทวิจัยเพื่อหาข้อมูลที่เป็นประโยชน์ทั้งก่อนและหลังการทำโฆษณา

- บริษัทด้านสื่อโฆษณา (Media House)
- บริษัทฐานข้อมูล เพื่อใช้เป็นรายชื่อสำหรับจัดส่งจดหมายทางตรง
- สถานีโทรทัศน์ซึ่งจะทำหน้าที่ในการตรวจพิจารณาภาพยนตร์โฆษณา ก่อนออกอากาศ

3. หน่วยงานภาครัฐบาล ที่เป็นผู้กำกับดูแลการทำงานโฆษณา ประกอบด้วย

ด้วย

- สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา
- สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค
- สำนักงานคณะกรรมการการสื่อสารแห่งชาติ
- เจ้าหน้าที่ตำรวจเพื่อขออนุญาตโฆษณาเพื่อการส่งเสริมการขาย ในลักษณะของการชิงโชค

ในที่นี้ จะได้กล่าวถึงรายละเอียดเฉพาะในส่วนของหน่วยงานภาครัฐบาล โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เฉพาะ 3 องค์กรหลัก ซึ่งทำหน้าที่กำกับดูแลการโฆษณาให้สอดคล้องกับกฎหมาย ระเบียบ และข้อบังคับที่ได้มีการบัญญัติขึ้นเท่านั้น ทั้งนี้เพราะมีความสำคัญทั้งช่วงก่อนเผยแพร่โฆษณา โดยจะเป็นผู้อนุญาตให้มีการผลิตงานโฆษณา เป็นผู้ตรวจพิจารณาเนื้อหาในโฆษณา และหลังจากที่เผยแพร่โฆษณาแล้ว อาจมีการขอให้ปรับเปลี่ยนเนื้อหา ขอให้เพิ่มเติมข้อมูลบางอย่าง หรือแม้กระทั่งสั่งห้ามเผยแพร่โฆษณา

นอกจากนั้น เนื้อหาในส่วนของการประสานงานกับผู้โฆษณาได้กล่าวถึงไปแล้วในส่วนที่เป็นงานในหน้าที่ของผู้ประสานงานลูกค้า (บทที่ 2) และการประสานงานกับหน่วยงานภาครัฐกิจที่ดำเนินกิจการเกี่ยวข้องกับการโฆษณาไม่จำเป็นว่าจะต้องปฏิบัติทุกครั้งที่ทำงานโฆษณา

9.3 การประสานงานกับสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) เป็นหน่วยราชการ สังกัดกระทรวงสาธารณสุข

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ก่อตั้งขึ้นเมื่อ พ.ศ. 2465 ซึ่งมีการควบคุมยาเป็นครั้งแรก โดยมีพระราชบัญญัติยาเสพติดให้โทษ และมีการจัดตั้ง กองยาเสพติดให้โทษ สังกัดกรมสาธารณสุข กระทรวงมหาดไทย

หน้าที่หลักของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา คือการคุ้มครองสวัสดิภาพของผู้บริโภคด้านสาธารณสุข โดยดูแลในด้านความปลอดภัย คุณภาพ มาตรฐาน คุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ที่มีความจำเป็นต่อการดำรงชีวิต และสุขภาพอนามัยของประชาชน ซึ่งได้แก่ อาหาร ยา เครื่องสำอาง วัตถุอันตราย วัตถุเสพติด วัตถุออกฤทธิ์ต่อจิตและประสาท และเครื่องมือแพทย์¹

ใน พ.ศ. 2540 นับเป็นช่วงของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 (แผน 8: พ.ศ. 2540-2544) สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ได้จัดทำแผนและแนวทางปฏิบัติคุ้มครองผู้บริโภค โดยมีแนวทางหลักดังนี้²

1. การรณรงค์การดำเนินงานจัดระบบสำนักงานอัตโนมัติ
2. กระจายงบประมาณไปสู่ภูมิภาคและชุมชนให้มากขึ้น ด้วยการจัดกิจกรรมเสริมเป็นการให้ความรู้แก่นักเรียน โดยเฉพาะในระดับมัธยมต้น - ปลาย
3. การพัฒนาบุคลากร ด้วยการขยายขอบข่ายการบริหารการจัดการ และจัดให้มีการอบรมเพิ่มมากขึ้น

แผนและแนวทางการปฏิบัติงานคุ้มครองผู้บริโภคในปี 2540 ที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ได้รับจากกระทรวงสาธารณสุขนั้น จะเร่งดำเนินการในลักษณะการปฏิบัติการเชิงรุก ใน 3 เรื่อง คือ อาหาร ยา และเครื่องสำอาง โดยในงานด้านอาหารจะพัฒนาระบบการพิจารณาอนุญาตการขึ้นทะเบียนตำรับอาหาร และทบทวนทะเบียนตำรับอาหารให้เหมาะสม รวมทั้งกำกับดูแลข้อมูลด้านฉลากอาหาร ให้มีการแสดงฉลากโภชนาการให้ถูกต้องครบถ้วน ด้านยา จะดำเนินงานในการกำกับ ดูแล ผู้ประกอบการ และผลิตภัณฑ์ยาให้เป็นไปตามกฎหมาย และด้านเครื่องสำอาง จะปรับเปลี่ยนจากเดิมที่มีงานกำกับดูแลก่อนและหลังออกจำหน่าย เป็นการทำงานแบบเบ็ดเสร็จในหน่วยงาน

¹ “ย้อนรอย เอฟ ดี เอ” แบบไทย ๆ หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ, 31 ธันวาคม 2539 หน้า 7.

² “ผ่านโยบาย ออย. ยุค ศ.ดร.ภักดี โพธิศิริ” หนังสือพิมพ์สยามธุรกิจ, 17 กันยายน 2539, หน้า 17, 20.

เดียวกัน สำหรับในเรื่องอิทธิพลของการโฆษณาที่มีต่อผู้บริโภคนั้น สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา มีความเห็นว่า ในช่วงที่ผ่านมา มีสินค้าบางอย่างที่ใช้การโฆษณาที่เคลือบแคลงต่อผู้บริโภค จึงได้จัดตั้งระบบโทรศัพท์เพื่อรับร้องเรียนจากผู้บริโภคตลอด 24 ชั่วโมง

ในปี พ.ศ. 2540 สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ได้วางแผนในการทำงานให้รัดกุมมากยิ่งขึ้น โดยมีภาระหน้าที่สำคัญอยู่ 2 ด้าน คือ ส่วนของการดูแลและให้ความคุ้มครองผู้บริโภค อันเนื่องมาจากการถูกเอารัดเอาเปรียบจากผู้ประกอบการ การเผยแพร่ความรู้ความเข้าใจให้กับผู้บริโภค และในส่วนของที่ 2 ก็คือ การเอื้ออำนวยให้ความสะดวกกับผู้ประกอบการภาคเอกชน ให้เข้าไปสู่การแข่งขันในตลาดโลกได้ เนื่องจากระบบการแข่งขันเสรีได้แผ่ขยายกว้างขึ้นมาก³

จากงานในหน้าที่หลักข้างต้นนี้ จะเห็นว่า ก่อนที่จะโฆษณาผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ซึ่งได้แก่ อาหาร ยา เครื่องสำอาง วัตถุอันตราย วัตถุเสพติด วัตถุออกฤทธิ์ต่อจิตและประสาท และเครื่องมือแพทย์ สำนักงานตัวแทนโฆษณาจะต้องยื่นคำขออนุญาตโฆษณาต่อผู้อำนวยการกองเผยแพร่และควบคุมการโฆษณา สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ให้พิจารณาเพื่อตรวจสอบและอนุมัติให้เผยแพร่โฆษณาได้

9.3.2 กฎหมายที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาใช้

กฎหมายที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาใช้เป็นหลักในการพิจารณาโฆษณา คือ พระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522 ซึ่งจะได้กล่าวถึงรายละเอียดเฉพาะในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมการโฆษณา ดังต่อไปนี้⁴

พระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522

³ ฝ่าแผน อย. คุ้มครองผู้บริโภคปี 40. หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ, 27 สิงหาคม 2539, หน้า 7.

⁴ สหสมาคมโฆษณาธุรกิจแห่งประเทศไทย และกองเผยแพร่และควบคุมการโฆษณาอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข, “พระราชบัญญัติและคู่มือการยื่นคำขอโฆษณาอาหารและยา” เอกสารประกอบการสัมมนาเรื่องครึ่งทางของคนโฆษณากับ กบว. และ อย.” 10 มิถุนายน 2536, 1.

ส่วนที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมการโฆษณา

มาตรา 4 ในพระราชบัญญัตินี้

อาหาร หมายความว่า ของกิน หรือเครื่องค้ำจุนชีวิต ได้แก่

1. วัตถุทุกชนิดที่คนกิน ดื่ม อม หรือนำเข้าสู่ร่างกายไม่ว่าด้วยวิธีใด ๆ หรือในรูปลักษณะใด ๆ แต่ไม่รวมถึงยา วัตถุออกฤทธิ์ต่อจิตและประสาท หรือยาเสพติดให้โทษ ตามกฎหมายว่าด้วยการนั้นแล้วแต่กรณี
2. วัตถุที่มุ่งหมายสำหรับการใช้ หรือใช้เป็นส่วนผสมในการผลิตอาหาร รวมถึงวัตถุเจือปนอาหาร สี และเครื่องปรุงแต่งกลิ่นรส

อาหารควบคุมเฉพาะ หมายความว่า อาหารที่รัฐมนตรีประกาศในราชกิจจานุเบกษา ให้เป็นอาหารที่อยู่ในความควบคุมคุณภาพหรือมาตรฐาน

ตำรับอาหาร หมายความว่า รายการของวัตถุที่ใช้เป็นส่วนประกอบอาหาร ซึ่งระบุน้ำหนัก หรือปริมาตรของแต่ละรายการ

ภาชนะบรรจุ หมายความว่า วัตถุที่ใช้บรรจุอาหาร ไม่ว่าด้วยการใส่ หรือห่อ หรือด้วยวิธีใด ๆ

ฉลาก หมายความว่า รวมถึงรูป รอยประดิษฐ์ เครื่องหมาย หรือข้อความใด ๆ ที่แสดงไว้ที่

อาหาร ภาชนะบรรจุอาหาร หรือหีบห่อของภาชนะที่บรรจุอาหาร

ผลิต หมายความว่า ทำ ผสม ปรุงแต่ง และหมายความรวมถึงแบ่งบรรจุด้วย

จำหน่าย หมายความว่า รวมถึง ทาย จำย แจก หรือแลกเปลี่ยน ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ในทางการ

ค้า หรือการมีไว้เพื่อจำหน่ายด้วย

มาตรา 40 ผู้ใดประสงค์จะโฆษณาคุณภาพประโยชน์ คุณภาพหรือสรรพคุณของอาหารทางวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ ทางฉายภาพ ภาพยนตร์ หรือทางหนังสือพิมพ์ หรือสิ่งพิมพ์อื่น ๆ หรือด้วยวิธีอื่นใด เพื่อประโยชน์ในทางการค้า ต้องนำเสียง ภาพ ภาพยนตร์หรือข้อความที่จะโฆษณาดังกล่าวนั้น ให้ผู้อนุญาตตรวจพิจารณาก่อน เมื่อได้รับอนุญาตแล้วจึงจะโฆษณาได้

มาตรา 42 เพื่อพิทักษ์ประโยชน์ และความปลอดภัยของผู้บริโภค ให้ผู้อนุญาตมีอำนาจสั่งเป็นหนังสืออย่างใดอย่างหนึ่ง ดังนี้

1. ให้ผู้ผลิต นำเข้า หรือผู้จำหน่ายอาหาร หรือผู้ทำการโฆษณา ระวังการโฆษณาอาหารที่เห็นว่าเป็นการโฆษณาฝ่าฝืนมาตรา 41
2. ให้ผู้ผลิต ผู้นำเข้า หรือผู้จำหน่ายอาหาร หรือผู้ทำการโฆษณาอาหาร ระวังการผลิต การนำเข้า การจำหน่าย หรือการโฆษณาอาหารที่คณะกรรมการเห็นว่า อาหารดังกล่าวไม่มีคุณประโยชน์ คุณภาพ หรือสรรพคุณตามที่โฆษณา

มาตรา 70 ผู้ใดโฆษณาอาหารโดยฝ่าฝืนมาตรา 40 ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสามปี หรือปรับไม่เกินสามหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

มาตรา 71 ผู้ใดฝ่าฝืนมาตรา 41 ต้องระวางโทษปรับไม่เกินห้าพันบาท

มาตรา 72 ผู้ใดฝ่าฝืนคำสั่งของผู้อนุญาต ซึ่งสั่งตามมาตรา 42 ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสองปี หรือปรับไม่เกินสองหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ และให้ปรับเป็นรายวันอีกวันละไม่น้อยกว่าห้าร้อยบาท แต่ไม่เกินหนึ่งพันบาท ตลอดเวลาที่ ไม่ปฏิบัติตามคำสั่งดังกล่าว

9.3.3 แนวการโฆษณาและขั้นตอนการขออนุญาตจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

การที่ผู้ประสานงานลูกค้าจะได้ให้คำแนะนำกับผู้โฆษณา (ลูกค้าของสำนักงานตัวแทนโฆษณา) และผู้ปฏิบัติงานในสำนักงานตัวแทนโฆษณา (ฝ่ายสร้างสรรค์โฆษณา) ให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพนั้น ผู้ประสานงานลูกค้าควรจะได้มีความรู้และทำความเข้าใจเกี่ยวกับแนวการโฆษณาผลิตภัณฑ์แต่ละประเภทตลอดจนถึงขั้นตอน ในการขออนุญาตจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา โดยจะจำแนกตามประเภทของผลิตภัณฑ์ ดังต่อไปนี้⁵

1. โฆษณาอาหาร

⁵ เรื่องเดียวกัน, 6-7.

แนวการโฆษณาอาหาร

1. การโฆษณาอาหาร จะต้องแสดงชื่อตามใบสำคัญการขึ้นทะเบียนตำรับอาหาร หรือใบสำคัญการใช้ฉลากอาหารอย่างน้อย 1 ครั้ง
2. การโฆษณาคุณประโยชน์ คุณภาพ หรือสรรพคุณอาหาร จะอนุญาตให้แสดงคุณประโยชน์ คุณภาพหรือสรรพคุณของอาหารทั้งตำรับ มิให้โฆษณาโดยการแจกแจงคุณประโยชน์ของสารอาหารแต่ละชนิดที่เป็นส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์นั้น
3. การโฆษณาจะต้องไม่ทำให้เข้าใจว่ามีสารอาหารใดเป็นส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์นั้น ซึ่งความจริงไม่มีหรือมีแต่ไม่เท่าที่เข้าใจ
4. การโฆษณาจะต้องไม่ทำให้ผู้บริโภคสำคัญผิดในแหล่งผลิตของอาหาร เช่น ถ้าเป็นอาหารที่ผลิตในประเทศไทย แต่ต้องการใช้ข้อความโฆษณาว่า “แบบ.....” หรือ “ตำรับ” ได้แก่ แบบญี่ปุ่น ตำรับอเมริกัน หรือมีข้อความภาพ เป็นเรื่องคล้ายในต่างประเทศ จะต้องมีความที่ทำให้เข้าใจชัดเจนว่าอาหารนั้นผลิตในประเทศไทย
5. การนำเครื่องหมายต่าง ๆ มาประกอบการโฆษณา เช่น เครื่องหมายมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม, เครื่องหมายกรมวิทยาศาสตร์บริการ, เครื่องหมายเซลล์ชวนชิม, หรือเครื่องหมายฮาลาล จะต้องมียี่ห้อรับรองจากองค์กรนั้น ๆ ว่าอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายดังกล่าว
6. แนวการโฆษณาจะต้องไม่เป็นการเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์อื่น
7. การโฆษณาโดยใช้ข้อความที่ทำให้เข้าใจว่าอาหารนั้นมีจำหน่ายทั่วโลก จะต้องมีหลักฐานว่าอาหารนั้นมีจำหน่ายไม่น้อยกว่า 20 ประเทศ ซึ่งกระจายในหลายทวีป
8. การนำบทความทางวิชาการมาประกอบการโฆษณาอาหาร จะต้องแยกส่วนของบทความทางวิชาการออกจากการโฆษณาอย่างชัดเจน
9. ห้ามนำบุคลากรทางการแพทย์ นักวิชาการทางด้านอาหาร นักโภชนาการมาแนะนำรับรองหรือเป็นผู้แสดงแบบในการโฆษณา
10. การใช้ภาษาในการโฆษณา จะต้องถูกต้องตามหลักภาษาไทย
11. ห้ามโฆษณาอาหารทดแทนนมแม่ อาหารทารก ผลิตภัณฑ์นมชนิดอื่นที่ใช้เลี้ยงทารก ภาชนะบรรจุขวดนม หัวนม ผ่านสื่อมวลชน หรือการจัดนิทรรศการแก่ประชาชน
12. การโฆษณาอาหารเสริมสำหรับเด็กอายุตั้งแต่ 6 เดือนขึ้นไป
 - (1) อาหารเสริมสำหรับเด็กที่จะโฆษณาได้ ต้องมีคุณสมบัติดังนี้

- มีส่วนประกอบของนมโคน้อยกว่าร้อยละ 60 ของน้ำหนัก โดยไม่รวมน้ำ
 - วิธีเตรียมเพื่อรับประทาน จะต้องไม่ใช่ชงดื่มในทำนองเดียวกับน้ำนม
- (2) ต้องมีข้อความที่แสดงถึงการส่งเสริมการเลี้ยงลูกด้วยนมแม่ คือ
- “นมแม่เป็นอาหารที่ดีที่สุด” และ
- “ใช้เป็นอาหารเสริมสำหรับเด็กอายุตั้งแต่ 6 เดือนขึ้นไป”
- ซึ่งข้อความนี้จะต้องปรากฏชัดในการโฆษณาทุกสื่อ หากเป็นการโฆษณา ที่มีทั้งภาพและเสียง ก็ให้ปรากฏข้อความนี้ทั้งในส่วนของภาพและส่วนเสียง
- (3) แนวการโฆษณาและการนำภาพเด็กมาประกอบการโฆษณา จะต้องไม่สื่อความหมายทำให้เข้าใจว่าอาหารเสริมดังกล่าวใช้ได้สำหรับเด็กอายุน้อยกว่า 6 เดือน
- (4) การโฆษณาจะต้องไม่ทำให้เข้าใจว่า อาหารเสริมสำหรับเด็กนี้มีคุณค่าครบถ้วนเพียงพอต่อความต้องการของเด็กแล้ว
- (5) ควรแสดงวิธีปรุง วิธีใช้อาหารนี้อย่างชัดเจน และเน้นเรื่องความสะดวก
13. โฆษณานมข้นหวาน นมข้นขาดมันเนยไม่หวาน นมข้นขาดมันเนยหวาน นมข้นคีนรูปหวาน นมข้นขาดมันเนยคีนรูปไม่หวาน นมข้นขาดมันเนยคีนรูปหวาน นมแปลงไขมันทุกชนิด และนมผงขาดมันเนย จะต้องแสดงข้อความ “อย่าใช้เลี้ยงทารก”
14. การโฆษณาเครื่องดื่มเกลือแร่ จะอนุญาตให้แสดงสรรพคุณเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับการสูญเสียเหงื่อเนื่องจากการออกกำลังกาย และให้แสดงคำเตือน “เด็กและทารกไม่ควรรับประทาน รับประทานวันละไม่เกิน 1 ลิตร”
15. การโฆษณาวัตถุให้ความหวานแทนน้ำตาล จะอนุญาตให้โฆษณาในลักษณะดังนี้
- เป็นอาหารสำหรับผู้ที่ต้องการควบคุมน้ำหนัก
 - ไม่นำไปใช้ในครัวเรือนอย่างพร่ำเพรื่อ
 - ใช้สำหรับผู้ใหญ่เท่านั้น
 - ไม่แสดงว่ามีคุณค่าทางโภชนาการ
- และจะต้องแสดงคำเตือน “ใช้สำหรับผู้ใหญ่เท่านั้น ในการควบคุมน้ำหนักและควบคุมระดับน้ำตาลในเลือด” ให้โฆษณาทางสื่อโฆษณาทุกหน้า โดยเน้นเป็นอักษรที่ชัดเจน และลักษณะตัวอักษร สีตัวอักษร ให้แตกต่างจากตัวอักษรโฆษณาอื่น ๆ เพื่อให้เห็นเด่นชัด

16. การโฆษณาผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนประกอบของผงชูรส เช่น เกลือปรุงรส พริกไทยปรุงรส ไม่อนุญาตให้โฆษณาในแนวที่แนะนำให้ใช้ประจำบนโต๊ะอาหาร เนื่องจากการส่งเสริมให้มีการใช้ผงชูรสมากเกินไปจนเกิดความจำเป็น และบางคนอาจแพ้ผงชูรสได้
17. การโฆษณาอาหารประเภทบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป หรือโจ๊ก จะแสดงภาพได้ 2 ลักษณะคือ
 - (1) ภาพผลิตภัณฑ์จะต้องเป็นลักษณะที่แท้จริงตามลักษณะอาหาร เมื่อปรุงรับประทานตามสูตรส่วนผสมที่ได้รับอนุญาตเท่านั้น
 - (2) หากผู้โฆษณาประสงค์จะแสดงภาพอาหารที่ปรุงพร้อมรับประทาน โดยมีการเติมเนื้อสัตว์ ผัก ไข่ เพื่อเพิ่มคุณค่าทางอาหาร ต้องมีภาพลักษณะที่แท้จริงของอาหารในภาชนะบรรจุตรงตามที่ขึ้นทะเบียนไว้ด้วย เพื่อให้ผู้บริโภคได้เข้าใจชัดเจนว่าอาหารที่โฆษณานั้น มีลักษณะที่แท้จริงอย่างไร
18. การโฆษณาอาหารบำรุง เสริมสร้างสุขภาพ
 - (1) จะอนุญาตให้แสดงสรรพคุณของอาหารได้ตามที่ระบุไว้ในฉลาก หรือเอกสารกำกับผลิตภัณฑ์ ซึ่งได้รับอนุญาตจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา
 - (2) การโฆษณาที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับบทความทั่วไปในการดูแลสุขภาพ เช่น รับประทานอาหารที่มีประโยชน์ ออกกำลังกายสม่ำเสมอ และพักผ่อนให้เพียงพอ จะต้องไม่ทำให้เข้าใจว่าอาหารที่โฆษณามีความจำเป็นต่อร่างกายเช่นเดียวกับวิธีดูแลสุขภาพเหล่านั้น

การยื่นคำขอโฆษณาอาหาร

อาหารทุกชนิดที่จะโฆษณาเพื่อประโยชน์ทางการค้า จะต้องยื่นคำขอโฆษณาที่กองเผยแพร่และควบคุมการโฆษณา สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข ได้ทุกวันในเวลาราชการ⁶

หลักฐานประกอบการยื่นขออนุญาต ได้แก่⁷

⁶ เจษฎากร ธาราธิป. “กบว. คบ. อย. กับ เอ.ดี.” สารนิพนธ์ปริญญาบัณฑิต, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2533, 35.

1. แบบฟอร์มคำขอโฆษณาที่กรอกข้อความสมบูรณ์แล้ว จำนวน 12 ชุด
2. ภาพ หรือภาพร่าง สคริปท์ ข้อความบรรยายภาพควบคู่กับเสียง (สตอรี่บอร์ด) จัดทำให้ถูกต้องตรงกัน และชัดเจนเหมือนที่จะโฆษณาจริง จำนวน 12 ชุด
3. ฉลากอาหารที่ข้อความและภาพถูกต้องตรงตามที่ได้รับอนุญาต โดยผู้รับอนุญาตลงนามรับรอง (ฉลากจริง)
4. หลักฐานการอนุญาตเกี่ยวกับอาหาร ได้แก่
 - 4.1 กรณีที่เป็นอาหารควบคุมเฉพาะ ใช้สำเนาใบสำคัญการขึ้นทะเบียนตำรับอาหาร (แบบ อ.18) จำนวน 2 ชุด
 - 4.2 กรณีที่เป็นอาหารที่ต้องขออนุญาตฉลาก ใช้สำเนาใบสำคัญการใช้ฉลากอาหาร (แบบ อ.1) จำนวน 2 ชุด
 - 4.3 กรณีที่เป็นอาหารทั่วไป ที่ผลิตในประเทศ และสถานที่ผลิตเข้าข่ายโรงงาน ใช้สำเนาใบอนุญาตผลิตอาหาร (แบบ อ.2) ซึ่งแสดงรายละเอียดของอาหารที่ได้รับอนุญาตผลิต และหนังสือรับรองจากผู้ผลิตว่าเป็นผู้ผลิตผลิตภัณฑ์นั้น พร้อมทั้งแจ้งสูตรและชนิดของภาชนะบรรจุ
 - 4.4 กรณีที่เป็นอาหารทั่วไป และสถานที่ผลิตไม่เข้าข่ายโรงงาน ให้มีหนังสือรับรองจากผู้ผลิตว่า สถานที่ผลิตไม่เข้าข่ายโรงงาน และรับรองว่าเป็นผู้ผลิตผลิตภัณฑ์นั้น พร้อมทั้งแจ้งสูตรที่บอกชนิดและปริมาณส่วนประกอบ รวมทั้งชนิดของภาชนะบรรจุอาหารด้วย
 - 4.5 กรณีที่เป็นอาหารนำเข้าหรือสั่งเข้ามาในราชอาณาจักร ส่งสำเนาใบอนุญาตนำเข้า หรือสั่งอาหารเข้ามาในราชอาณาจักร (แบบ อ.7)
 - 4.6 กรณีที่อาหารนั้นในสูตรมีกลิ่นรส (FLAVOUR) เป็นส่วนประกอบ ให้แจ้งชนิดของส่วนประกอบในกลิ่นรสนั้น หรือถ้าไม่สามารถแจ้งชนิดของส่วนประกอบได้ ให้มีหนังสือรับรองจากหน่วยราชการของประเทศที่ผลิตกลิ่นรสนั้น โดยมีสาระสำคัญดังต่อไปนี้
 - (1) The Flavour is permitted to be used as food flavour or for food uses.

⁷ สมาคมโฆษณาธุรกิจแห่งประเทศไทย และกองเผยแพร่และควบคุมการโฆษณาอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข “พระราชบัญญัติและคู่มือการยื่นคำขอโฆษณาอาหารและยา” เอกสารประกอบการสัมมนาเรื่อง ครึ่งทางของคนโฆษณา กับ กบว. และอย., 23-24.

(2) The flavour is legally marketed in the producing country.

(3) The flavour to be exported to Thailand has the same formula as the flavour to be marketed in the country of origin.

(4) Certified by government authorized concerned.

5. รายละเอียดชี้แจงลักษณะอาหาร และรายละเอียดอื่นที่เกี่ยวข้องกับอาหารที่จะทำการโฆษณาให้เพียงพอที่จะพิจารณาคุณสมบัติ คุณภาพหรือสรรพคุณของอาหารได้ เช่น หลักฐานการตรวจวิเคราะห์ที่รับรองข้อความที่ต้องการโฆษณาว่าไม่ใช้วัตถุกันเสีย และลักษณะตัวอย่างอาหาร เป็นต้น

6. กรณีที่เคยขออนุญาตแล้ว ให้แนบหลักฐานสำเนาคำขอโฆษณาที่ได้รับอนุมัติเดิม พร้อมทั้งลงนามรับรองสำเนาถูกต้องเมื่อ.....

6.1 ต้องการใช้นวนคิดโฆษณาเดิม โดดตัดทอนความยาวของข้อความ เสียง ภาพ และเวลาการโฆษณา

6.2 ต้องการใช้นวนคิดโฆษณาเดิม แต่เปลี่ยนแปลงสลับข้อความ เสียง ภาพ

6.3 ต้องการใช้นวนคิดโฆษณาเดิม แต่เปลี่ยนสื่อโฆษณา

7. หนังสือมอบอำนาจจากผู้รับอนุญาต ตามพระราชบัญญัติอาหาร

หมายเหตุ

1. หลักฐานตามข้อ 3-6 ให้จัดทำอย่างน้อย 2 ชุด

2. การขอต่ออายุใบอนุญาตโฆษณา ให้จัดทำหลักฐานการยื่นขออนุญาตตามข้อ 1-7 พร้อมทั้งแนบคำขอโฆษณาที่เคยได้รับอนุญาตเดิม (ชุดจริง) มาด้วย

3. ยื่นคำขอโฆษณาได้ที่ กองเผยแพร่และควบคุมการโฆษณา สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข ทุกวัน ในเวลาราชการ

แนวการโฆษณาทางสื่อทั่วไป⁸

⁸ เรื่องเดียวกัน, หน้า 14-16.

1. การแสดงชื่อยาจะต้องตรงตามใบสำคัญการขึ้นทะเบียนตำรับยา ถ้าในใบสำคัญการขึ้นทะเบียนตำรับยาไม่มีชื่อยาเป็นภาษาไทย ให้ใช้ชื่อยาตามฉลากหรือเอกสารกำกับยา
2. ยาที่มีชื่อซ้ำกัน แต่มีสรรพคุณหรือวิธีใช้ต่างกัน ให้ระบุชนิดของยาให้ชัดเจน เช่น ยาอริโอเมย์ซิน และยาอริโอเมย์ซินชนิดชนิดซึ่ผึ้งทำแผล 3%
3. การแสดงชื่อยาในส่วนที่เป็นภาพ ขนาดของตัวอักษรแสดงชื่อยาจะต้องเท่ากันตลอดข้อความ ถ้าเป็นการออกเสียง จะต้องออกเสียงชื่อยาให้ชัดเจนสม่ำเสมอตลอดข้อความ
4. การโฆษณาามากกว่า 1 ชนิด ในคำขอโฆษณาเดียวกัน ผู้ขอโฆษณาจะต้องส่งมอบหลักฐานประกอบการพิจารณาทุกชนิดให้ครบถ้วน และการโฆษณานั้นจะต้องไม่ทำให้ผู้บริโภคเกิดความสับสน หรือสำคัญผิดในสรรพคุณยา
5. แนวการโฆษณาจะต้องไม่เป็นการเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์อื่น
6. ไม่ให้โฆษณาในลักษณะที่ทำให้เข้าใจว่ามีการวินิจฉัยโรคกันเอง
7. ไม่ให้โฆษณาแนะนำให้ชื่อยาโดยไม่จำเป็น เช่น ชื่อยาเป็นของฝากสำหรับญาติมิตร
8. แนวการโฆษณาจะต้องไม่ชักชวนให้ผู้บริโภคใช้ยาอย่างพร่ำเพรื่อเกินความจำเป็น
9. แนวการโฆษณาจะต้องไม่ทำให้ผู้บริโภคสำคัญผิดว่าผลิตภัณฑ์นั้นเป็นอาหาร
10. ไม่ให้โฆษณาที่มีตัวยาเสพติดให้โทษเป็นส่วนผสมอยู่ด้วย
11. การโฆษณายาแผนโบราณ จะต้องมีความแสดงให้ชัดเจนว่าเป็นยาแผนโบราณ
12. การแสดงคำเตือนในการโฆษณายา
 - 12.1 การโฆษณาตำรับยาที่มีคำเตือนในฉลากตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข ให้แสดงคำเตือนการโฆษณา ดังนี้ “ก่อนใช้ยาให้อ่านฉลากและเอกสารกำกับยาละเอียดด้วย”
 - 12.2 การโฆษณายาบรรจุเสร็จๆ ที่ได้รับยกเว้นไม่เป็นอันตราย จะต้องปรากฏข้อความตามที่กำหนด ดังนี้
 - (1) ให้มีชื่อยา ตามด้วยข้อความ “บรรจุแผงละ....เม็ด เป็นยาแผนปัจจุบันบรรจุเสร็จๆ”
 - (2) ให้มีข้อความ “ก่อนใช้ยา ควรอ่านคำเตือนในฉลาก”
 - (3) ข้อความโฆษณาสรรพคุณยา จะต้องไม่มากกว่าหรือน้อยกว่าที่ได้รับอนุญาตให้ขึ้นทะเบียน

13. การโฆษณาทางสื่อของสำหรับแจก หรือของชำร่วย การแจกจะต้องไม่เป็นการกระทำ ควบคู่ไปกับการขายยา หรือมีความสัมพันธ์โดยตรง และใกล้ชิดกับการขายยา โดยจะ อนุญาตให้แสดงชื่อยาตามใบสำคัญการขึ้นทะเบียน จะมีชื่อบริษัท หรือเครื่องหมาย ของบริษัท หรือเครื่องหมายของบริษัทผู้ผลิตยาด้วยก็ได้
- ห้ามการโฆษณาทางสื่อ “ที่เชี่ยบุหรี และไฟแซ็ค” เพราะเป็นการส่งเสริมการสูบ บุหรี ซึ่งขัดกับนโยบายของกระทรวงสาธารณสุข
14. การโฆษณาต้องใช้ภาษาให้ถูกต้องตามหลักภาษาไทย

***คำเตือนในการโฆษณาบรรเทาปวด ลดไข้
สำหรับผู้ใหญ่**

ยากลุ่มซาลิไซเลท	ยากลุ่มพาราเซตามอล	ยากลุ่มซาลิไซเลท และ พาราเซตามอล
1. ควรรับประทานอาหาร ยาหลังอาหารทันที แล้ว ดื่มน้ำตามมาก ๆ และ ไม่ควรใช้ยานี้บรรเทา อาการปวดเมื่อย เนื่อง จากการทำงานหนัก	1. ไม่ควรใช้ยานี้ บรรเทา อาการปวดเมื่อย เนื่อง จากการทำงานหนัก	1. ควรรับประทานยาหลัง อาหารทันที แล้วดื่ ม น้ำตามมาก ๆ และไม่ควรร ู้ยานี้บรรเทาอาการปวด เมื่อย เนื่องจากการทำงาน หนัก
2. ขณะใช้ยานี้ห้ามดื่มสุรา หรือของมีนเมา	2. ขณะใช้ยานี้ห้ามดื่มสุรา หรือของมีนเมา	2. ขณะใช้ยานี้ห้ามดื่มสุรา หรือของมีนเมา
3.ให้อ่านคำเตือนบนฉลาก และเอกสารกำกับยา ก่อนใช้	3. ผู้ที่เป็นโรคตับ โรคไต ควรปรึกษาแพทย์ หรือ เภสัชกรก่อนใช้ยานี้	3. ผู้เป็นโรคตับ โรคไต ควร ปรึกษาแพทย์ หรือ เภสัชกรก่อนใช้ยานี้ 4.ให้อ่านคำเตือนบนฉลาก และเอกสารกำกับยา ก่อนใช้

การแสดงคำเตือนในแต่ละสื่อโฆษณา

1. สื่อสิ่งพิมพ์ : ให้แสดงข้อความคำเตือนทั้งหมด
2. สื่อวิทยุ : ให้แสดงคำเตือน ดังนี้
 1. อ่านคำเตือนทุกครั้งก่อนใช้ยา
 2. ไม่ควรใช้ยานี้บรรเทาอาการปวดเมื่อยเนื่องจากการทำงานหนัก
 3. ขณะใช้ยานี้ห้ามดื่มสุรา หรือของมีแอลกอฮอล์
 4. ถ้ามีตัวยากลุ่มชาลิโซเท ให้เพิ่มคำเตือน
“ควรรับประทานยาหลังอาหารทันที แล้วดื่มน้ำตามมาก ๆ”
3. สื่อโทรทัศน์ : ให้แสดงคำเตือน ดังนี้

ภาพ	เสียง
คำเตือน	
1.....	1. อ่านคำเตือนทุกครั้งก่อนใช้ยา
2.....	2. ไม่ควรใช้ยานี้บรรเทาอาการปวดเมื่อยเนื่องจากการทำงานหนัก
3.....,.....	3. ถ้ามีตัวยากลุ่มชาลิโซเท ให้เพิ่มคำเตือน
(แสดงคำเตือนตามกลุ่มยานั้น ๆ)	“ควรรับประทานยาหลังอาหารทันที แล้วดื่มน้ำตามมาก ๆ”

**คำเตือนในการโฆษณายาบรรเทาปวด ลดไข้
สำหรับเด็ก**

ยากลุ่มซาลิไซเลท	ยากลุ่มพาราเซตามอล	ยากลุ่มซาลิไซเลท และพาราเซตามอล
<p>1. ควรอ่านวิธีใช้ และขนาดรับประทานให้เข้าใจก่อนใช้ยา ถ้าใช้ยาเกินขนาดจะทำให้เกิดอันตราย</p> <p>2. ควรรับประทานยาหลังอาหารทันที แล้วดื่มน้ำตามมาก ๆ</p> <p>3. ก่อนใช้ยาควรอ่านฉลากและเอกสารกำกับยาให้ละเอียด</p>	<p>1. ควรอ่านวิธีใช้ และขนาดรับประทานให้เข้าใจก่อนใช้ยา ถ้าใช้ยาเกินขนาดจะทำให้เกิดอันตราย</p> <p>2. ผู้ที่โรคตับ โรคไต ควรปรึกษาแพทย์ หรือเภสัชกรก่อนใช้ยานี้</p>	<p>1. ควรอ่านวิธีใช้ และขนาดรับประทานให้เข้าใจก่อนใช้ยา ถ้าใช้ยาเกินขนาดจะทำให้เกิดอันตราย</p> <p>2. ควรรับประทานยาหลังอาหารทันที แล้วดื่มน้ำตามมาก ๆ</p> <p>3. ผู้ที่โรคตับ โรคไต ควรปรึกษาแพทย์ หรือเภสัชกรก่อนใช้ยานี้</p> <p>4. ก่อนใช้ยาควรอ่านฉลากและเอกสารกำกับยาให้ละเอียด</p>

การแสดงคำเตือนในแต่ละสื่อโฆษณา

1. สื่อสิ่งพิมพ์ : ให้แสดงข้อความคำเตือนทั้งหมด
2. สื่อวิทยุ : ให้แสดงคำเตือน ดังนี้
 1. ควรอ่านวิธีใช้และขนาดรับประทานให้เข้าใจก่อนใช้ยา ถ้าใช้ยาเกินขนาดจะทำให้เกิดอันตราย
 2. ถ้ามีตัวกลุ่มพาราเซตามอล ให้เพิ่มคำเตือน
“ผู้ที่โรคตับ โรคไต ควรปรึกษาแพทย์และเภสัชกรก่อนใช้ยานี้”
 2. ถ้ามีตัวยากลุ่มซาลิไซเลท ให้เพิ่มคำเตือน
“ควรรับประทานยาหลังอาหารทันที แล้วดื่มน้ำตามมาก ๆ”
“ก่อนให้ยาควรอ่านฉลากและเอกสารกำกับยาให้ละเอียด”

“ห้ามใช้ยานี้ในเด็กและวัยรุ่น ที่ป่วยเป็นโรคไข้วัดใหญ่ อีสุกอีใสและไข้เลือดออก”

3. สื่อโทรทัศน์ : ให้แสดงคำเตือน ดังนี้

ภาพ คำเตือน	เสียง
1.....	1. ควรอ่านวิธีใช้และขนาดรับประทานให้เข้าใจก่อนใช้ยา ถ้าใช้ยาเกินขนาดจะทำให้เกิดอันตราย
2.....	2. ถ้ามีตัวยากลุ่มพาราเซตามอล ให้เพิ่มคำเตือน“ผู้ที่โรคตับ โรคไต ควรปรึกษาแพทย์ และเภสัชกรก่อนใช้ยานี้”
3..... (แสดงคำเตือนตามกลุ่มยานั้น ๆ)	3. ถ้ามีตัวยากลุ่มซาลิไซเท ให้เพิ่มคำเตือน “ควรรับประทานยาหลังอาหารทันที แล้วดื่มน้ำตามมาก ๆ “

ขั้นตอนการยื่นคำขอโฆษณา⁹

1. ยาทุกชนิดที่จะทำการโฆษณาจะต้องยื่นขออนุญาตที่กองเผยแพร่และควบคุมการโฆษณา สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข ได้ทุกวันในเวลาราชการ โดยผู้ยื่นคำขอโฆษณาจะต้องเป็นผู้รับอนุญาตผลิตหรือนำเข้าหรือผู้จำหน่ายยานั้น หรือผู้ที่ได้รับมอบอำนาจจากผู้รับอนุญาตนั้น
2. การยื่นคำขอโฆษณาตามแบบคำขอโฆษณา แบ่งเป็น 2 ประเภทคือ
 - 2.1 คำขอโฆษณาที่ประสงค์จะโฆษณาทางสื่อมวลชนทั่วไป

⁹ เจษฎากร ธราริปี. “กบว. คคบ. อย. กับ เอ.อี.” สารนิพนธ์ปริญญาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์ และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2533. 36.

- 2.2 คำขอโฆษณาที่ประสงค์จะโฆษณาโดยตรงต่อผู้ประกอบการโรคศิลปะ
3. ในประเภทที่ 1 ให้ยื่นคำขอโฆษณาตามแบบฟอร์ม (ข.ย.) จำนวน 12 ชุด และในประเภทที่ 2 ให้ยื่นคำขอโฆษณาตามแบบฟอร์ม (ข.ย.2) จำนวน 3 ชุด แต่ละชุดจะต้องมีหลักฐานดังต่อไปนี้
- 3.1 ฉลากยา ซองยา และ/หรือกล่องยาที่มีภาพและข้อความตรงตามที่ขึ้นทะเบียน โดยผู้รับอนุญาตตรวจสอบและลงนามรับรองไว้ด้วย
- 3.2 เอกสารกำกับยาที่ตรงตามที่ขึ้นทะเบียน โดยผู้รับอนุญาตตรวจสอบ และลงนามรับรองไว้
- 3.3 สำเนาใบสำคัญการขึ้นทะเบียนตำรับยา
- 3.4 ภาพหรือภาพร่าง สไลด์ ข้อความ เสียง (ถ้ามี)
- 3.5 คำขอโฆษณาที่ได้รับอนุมัติเต็ม พร้อมทั้งรายชื่อรับรองความถูกต้อง
4. เมื่อได้รับการพิจารณาอนุมัติให้โฆษณาได้แล้ว ผู้โฆษณาจะต้องดำเนินการโฆษณาให้เป็นไปตามเงื่อนไขที่ผู้อนุญาตกำหนดไว้ท้ายแบบคำขอโฆษณา และได้ลงนามอนุมัติไว้เท่านั้น หากผู้ใดฝ่าฝืนไม่ปฏิบัติตาม หรือทำการโฆษณาโดยไม่ขออนุญาตก่อน จะมีความผิดทางอาญาซึ่งมีบทลงโทษทั้งปรับและจำคุกตามกฎหมายด้วย

แนวการโฆษณาเครื่องมือแพทย์¹⁰

1. ห้ามใช้ข้อความที่โอ้อวด เช่น ยอด พิเศษ หายขาด วิเศษ หายห่วง หรือข้อความอื่น ๆ ที่คณะอนุกรรมการฯ เห็นไม่สมควร
2. ควรใช้ภาษาไทยให้ถูกต้องตามหลักภาษาไทย ตัวสะกดของคำต่าง ๆ ต้องถูกต้อง ชัดเจนตามพจนานุกรมฯ ส่วนตัวสะกดที่ถอดความมาจากภาษาต่างประเทศต้องถูกต้องตามประกาศสำนักนายกรัฐมนตรี
3. ห้ามโฆษณาในเชิงทำทนาย หรือเปรียบเทียบกับเครื่องมือแพทย์อื่นในชนิด และประเภทเดียวกัน

¹⁰ สมาคมโฆษณาธุรกิจแห่งประเทศไทย และกองเผยแพร่ และควบคุมการโฆษณาอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข. “พระราชบัญญัติ และคู่มือการยื่นคำขอโฆษณาอาหารและยา” เอกสารประกอบการสัมมนาเรื่อง “ครึ่งทางของคนโฆษณา กับ กบว. อย. “ 22-23.

4. ถ้าเป็นเครื่องแพทย์ที่กระทรวงสาธารณสุขมีประกาศควบคุม จะต้องไปดำเนินการตามประกาศ ให้เรียบร้อยก่อน แล้วจึงนำหลักฐานมาประกอบการยื่นขออนุญาตโฆษณา
5. ในการโฆษณาเครื่องมือแพทย์ ชนิดที่กระทรวงสาธารณสุขมีประกาศควบคุมจะต้องใช้ชื่อเครื่องมือแพทย์ ฉลาก ซอง กล่อง ให้ถูกต้อง ตรงตามที่ได้รับอนุญาต หรือได้แจ้งรายการละเอียดไว้
6. ข้อความโฆษณาซึ่งระบุถึงวิธีใช้เครื่องมือแพทย์ จะต้งชัดเจนและไม่ใช้ข้อความที่คลุมเครือ ซึ่งอาจทำให้ผู้ใช้เกิดความเข้าใจผิดได้
7. เครื่องมือแพทย์ที่กฎหมายกำหนดให้มีค่าเตือน และข้อควรระวังในการใช้ จะต้องแสดงข้อความดังกล่าวในการโฆษณาด้วย
8. การโฆษณาเครื่องมือแพทย์ต้องแสดงชื่อ และที่ตั้งของผู้ผลิต หรือผู้นำเข้า หรือผู้ขายด้วย ยกเว้น ในกรณีที่ผู้ขอโฆษณาจะโฆษณาเฉพาะชื่อของเครื่องมือแพทย์บนของชำร่วยที่จะแจกทั่วไป เช่น เสื้อ ปากกา จะอนุญาตให้โฆษณาได้โดยไม่ต้องแสดงชื่อและที่ตั้งของบริษัทดังกล่าว
9. การอ้างชื่อบุคคล วิชาชีพ หรือสถาบันต่าง ๆ จะกระทำได้ต่อเมื่อมีหลักฐานชัดเจน แต่จะต้องไม่ทำให้เข้าใจว่าเป็นการรับรองหรือยกย่องผลิตภัณฑ์นั้น ๆ
10. การโฆษณาโดยอ้างถึงข้อความต่าง ๆ เช่น ข้อความที่เกี่ยวกับสถิติ จะต้องมีหลักฐานทางวิชาการรับรองด้วย
11. การโฆษณาโดยใช้ข้อความ “ทั่วโลก” ต้องมีหลักฐานแสดงว่า มีการจำหน่ายเครื่องมือแพทย์นั้น ๆ อย่างน้อยใน 20 ประเทศ ซึ่งกระจายไปทุกทวีป
12. หากต้องการโฆษณาเครื่องมือแพทย์โดยข้อความโฆษณาซึ่งแสดงว่า ผลิตภัณฑ์ดังกล่าวได้รับอนุญาตจากกระทรวงสาธารณสุขแล้ว ให้ใช้ข้อความในลักษณะเดียวกัน คือ “ได้รับอนุญาตถูกต้องตามกฎหมายแล้ว” หรือ “ได้รับอนุญาตถูกต้องตามพระราชบัญญัติเครื่องมือแพทย์ พ.ศ. 2531 จากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข”
13. การโฆษณาเครื่องมือแพทย์ที่ใช้เฉพาะในสถานพยาบาล เช่น เครื่องเอ็กซเรย์ คอมพิวเตอร์ เครื่องสลายหิน เครื่องอัลตราซาวนด์ ซึ่งจะต้องใช้ผู้ชำนาญการเฉพาะด้านในการควบคุมการทำงานของเครื่องมือเหล่านี้ จะอนุญาตให้ทำการโฆษณาได้โดยตรงต่อผู้ประกอบวิชาชีพเวชกรรมผู้ประกอบวิชาชีพการพยาบาลและการผดุงครรภ์ ผู้

ประกอบโรคศิลปะหรือการบำบัดโรคสัตว์เท่านั้น และข้อความที่นำมาประกอบการโฆษณา หากมีการกล่าวอ้างถึงบุคคลหรือสถานที่ จะต้องมีหลักฐานการยินยอมของบุคคล โรงพยาบาล มหาวิทยาลัย หรือคลินิก ว่าอนุญาตให้นำข้อความดังกล่าวมาโฆษณาได้

14. การโฆษณาถุงยางอนามัย ควรมีคำว่า “ถุงยางอนามัย” ในข้อความโฆษณาอย่างน้อย 1 ครั้ง ข้อความ ภาพ และเสียงที่นำมาโฆษณาต้องสุภาพ ไม่เข้าข่ายลามกอนาจาร หรือยั่วยุกามารมณ์
15. การโฆษณาเครื่องมือแพทย์ทางสื่อทั่วไป ควรแสดงรายละเอียดที่เป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภค เช่น
 - ชื่อ ชนิดของเครื่องมือแพทย์
 - คุณประโยชน์ คุณภาพ ปริมาณ มาตรฐาน แหล่งกำเนิดของเครื่องมือแพทย์
 - วิธีใช้
 - ชื่อและที่ตั้งของผู้ผลิต หรือผู้นำเข้า หรือผู้ขาย
 - ข้อควรระวังในการใช้เครื่องมือแพทย์

ขั้นตอนการยื่นคำขอโฆษณาเครื่องสำอาง¹¹

เอกสารที่ใช้ในการประกอบการพิจารณาที่บริษัทโฆษณาต้องเตรียมเพื่อยื่นขอคำโฆษณาสินค้าประเภทเครื่องสำอาง ได้แก่

1. คำขอโฆษณาตามแบบฟอร์ม (แบบ ข.ส.4)	7	ชุด
2. ภาพหรือภาพร่าง	7	ชุด
3. ใบสำคัญการขึ้นทะเบียนเครื่องสำอาง	2	ชุด
4. ฉลากเครื่องสำอาง หรือกล่องเครื่องสำอาง	2	ชุด
5. รายละเอียดชี้แจงลักษณะเครื่องสำอาง และรายละเอียดอื่น ๆ เพื่อประกอบการพิจารณา		
คุณประโยชน์ คุณภาพ หรือสรรพคุณได้	2	ชุด

¹¹ เฉษฎากร ธราริปล. “กบว. คคบ. อย. กับ เอ.อี”, 36-37.

เอกสารทุกใบข้างต้น จะต้องเซ็นชื่อกำกับ “รับรองสำเนาถูกต้อง” ยกเว้น ใบคำขอโฆษณา (พ.ส.4) ที่ผู้ยื่นคำขอจะต้องเซ็นชื่อกำกับเองทุกใบ

ขั้นตอนการยื่นคำขอโฆษณาวัตถุประสงค์พิเศษ ¹²

เอกสารที่ใช้ในการประกอบการพิจารณาโฆษณาสินค้าประเภทวัตถุประสงค์พิเศษ ได้แก่

1. คำขอโฆษณาตามแบบฟอร์ม (แบบ พ.ว.พ.5)
2. ภาพหรือภาพร่าง
3. ใบสำคัญการขึ้นทะเบียนตำรับวัตถุประสงค์พิเศษ
4. ฉลากวัตถุประสงค์พิเศษ หรือกล่องบรรจุวัตถุประสงค์พิเศษ
5. รายละเอียดชี้แจงลักษณะวัตถุประสงค์พิเศษ และรายละเอียดอื่น ๆ เพื่อประกอบการพิจารณา

เอกสารข้างต้นจะใช้จำนวน 8 ชุด และผู้ยื่นคำขอจะต้องเซ็นชื่อกำกับใบคำขอโฆษณา (แบบ พ.ว.พ. 5) เองทุกใบ เอกสารอื่น ๆ จะเป็นการเซ็นชื่อกำกับ “รับรองสำเนาถูกต้อง” เท่านั้น

เพื่อให้เห็นตัวอย่าง ในการยื่นขอโฆษณากับสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาซึ่งการประสานงานในส่วนนี้เป็นงานในความรับผิดชอบของผู้ประสานงานลูกค้า แม้บางครั้งจะไม่ได้ไปยื่นเรื่อง หรือติดตามเรื่องเอง แต่ก็ต้องให้คำแนะนำกับทั้งฝ่ายผู้โฆษณาและผู้ปฏิบัติงานในสำนักงานตัวแทนโฆษณา จึงจะนำเอกสารที่ใช้ในการยื่นขอโฆษณาผลิตภัณฑ์ ยาซงสมุนไพรรตรา ฟิตเน่ ซึ่ง สำนักงานตัวแทนโฆษณาคือ บริษัท เฟเธอร์แอนด์ สโตน จำกัด เป็นผู้ให้บริการเรื่องการโฆษณาดังต่อไปนี้ ¹³

¹² เรื่องเดียวกัน, 37

¹³ เรื่องเดียวกัน, 38-47.

กรณีศึกษา "ยาขงสมุนไพรตรา ฟิทเน่"

ยาขงสมุนไพร "ฟิทเน่" มีสรรพคุณเป็นยาระบาย

ส่วนประกอบ

ใน 1 ซอง (2 กรัม) ประกอบด้วย - ฝักมะขามแขก 25%

- ใบมะขามแขก 75%

วิธีใช้

ใส่ 1 ซองในถ้วยรินน้ำเดือดลงไป รอประมาณ 10 - 20 นาที เพื่อให้ได้ความเข้มข้นของฤทธิ์สมุนไพรในปริมาณที่เพียงพอ ใช้ดื่มหลังอาหารเย็นหรือก่อนนอน

ผลิตโดย

บริษัท นิวคอนเซพท์ จำกัด

กลุ่มเป้าหมายของการโฆษณา

1. หญิง นักศึกษา แม่บ้าน หรือหญิงทำงานนอกบ้าน อายุ 20-45 ปีโดยประมาณ
2. อาศัยอยู่ในกรุงเทพฯ และตามจังหวัดใหญ่ ๆ
3. เป็นบุคคลผู้ซึ่งเคยอ้วน หรืออ้วนที่ต้องการควบคุมน้ำหนัก หรือเป็นบุคคลที่อ้วนง่ายและต้องการควบคุมน้ำหนัก

ระดับของกลุ่มเป้าหมาย C+, B

วัตถุประสงค์ของการโฆษณา

1. เพื่อกระตุ้นเดือนผู้บริโภค
2. เพื่อรักษาความเป็น BRAND LEADER

หลังจากที่ผู้ประสานงานลูกค้าผู้รับผิดชอบสินค้านี้ คือ นางสาวศศิธร ปิยะศิรินันท์ ได้briefงานให้กับทุกฝ่ายในบริษัทแล้ว ฝ่ายสร้างสรรค์โฆษณาจึงได้เสนองานออกมา 2 เรื่อง และให้ผู้ประสานงานลูกค้านำยื่นขออนุญาตต่อคณะกรรมการอาหารและยา โดยการจัดเตรียมเอกสารที่ถูกต้องตามกฎหมายทุกประการ

ผลิตภัณฑ์ บริษัท ผลิตภัณฑ์สมุนไพร จำกัด

วันที่ 27 พฤษภาคม 2533

มีที่ปรึกษา: บริษัท ผลิตภัณฑ์สมุนไพร จำกัด, ทางร้าน, ผู้ศึกษา, สถาบันวิทยุ, บริษัท ผลิตภัณฑ์สมุนไพร จำกัด

ชื่อโครงการ: การผลิตเครื่องดื่มที่จะใช้ระยะเวลา ทาง... (TRA FINE)

ระยะเวลาวันที่: ... ชื่อ: ... (HERBAL INFUSION)

ทะเบียนการค้า: 6-14131 เลขทะเบียนการค้า: ...

ตามใบขอแจ้งต่อไปนี้

1. ผู้วิจัย: ... (โปรดอ่าน ข้อกล่าวถึงภายใต้ข้อ 1)

2. ชื่อโครงการ: ... 2. ชื่อของสมุนไพรในเครื่องดื่ม: ...

3. ชื่อของเครื่องดื่มและส่วนผสม: ... 3. ชื่อของสมุนไพรในเครื่องดื่ม: ...

4. ผู้วิจัย: ... 4. ชื่อของสมุนไพรในเครื่องดื่ม: ...

5. ผู้วิจัย: ... 5. ชื่อของสมุนไพรในเครื่องดื่ม: ...

6. ผู้วิจัย: ... 6. ชื่อของสมุนไพรในเครื่องดื่ม: ...

7. ผู้วิจัย: ... 7. ชื่อของสมุนไพรในเครื่องดื่ม: ...

โดย: ... ()

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

เลขที่: ...

วันที่: 5 ต.ย. 2533

ที่ 0707/1381

ชุดใบโฆษณา

ระยะเวลาโฆษณา: ...

ระยะเวลาโฆษณา: ...

ภายในเวลาที่โฆษณาแก้ไขเปลี่ยนแปลงคำขวัญ: ...

ภายในเวลาที่โฆษณาแก้ไขเปลี่ยนแปลงคำขวัญ: ...

(นายประเสริฐ เจริญผล)

ผู้อำนวยการกองเผยแพร่และควบคุมการโฆษณา

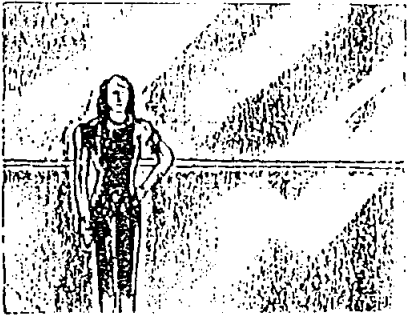
ปฏิบัติราชการแทน

เลขาธิการคณะกรรมการอาหารและยา

เลขที่: ...

ที่: ...

ที่: ...



012/..... (จ.พ.ร.)1๕๐๗/๒๕๕/.....
 เลขที่...../...../.....

ภาพ ผู้หญิง
 เบื้อง เห็นผู้หญิงคนหนึ่งยืนอยู่ที่ทางเดินในห้างสรรพสินค้า
 มีป้ายโฆษณาที่วางไว้ที่ตรงนั้น แต่ตัวผู้หญิงก็ยังไม่เห็น

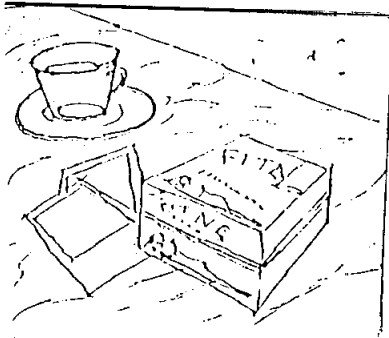


(๑)
 ภาพ ของตราผลิตภัณฑ์และสัญลักษณ์
 เบื้อง เห็นตราสัญลักษณ์ของตราผลิตภัณฑ์ เป็นชามงกุฎ
 ผลิตจากสมุนไพรธรรมชาติ



(๒)
 ภาพ ของตราผลิตภัณฑ์และชามงกุฎ

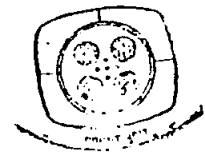




มีจำหน่ายตาม
 ร้านค้าในซูเปอร์มาร์เก็ต
 และร้านขายยาทั่วไป

- (๔)
 - ชาน กาแฟผงและซองตราเกิดใหม่
 - ซูเปอร์ มีซองกาแฟในซองตราเกิดใหม่
 - เบียง มีซองกาแฟในซองตราเกิดใหม่

- (๕)
 - ซูเปอร์ มีจำหน่ายตามร้านค้าใหญ่ ซูเปอร์มาร์เก็ต
 และร้านขายยาทั่วไป





ใบสำคัญการขึ้นทะเบียนตำรับยา

แผนโบราณ

(ผลิต)

เลขทะเบียนที่..... G 141 / 31.....

ใบสำคัญฉบับนี้แสดงว่า

ชื่อ..... บางสมไทย กวาศึกแก่น

ตามแบบ พ.บ. ฯ เลขรับที่..... 0 123/31..... ที่..... บางขุนนนท์..... บางขุนนนท์.....

ผลิตโดย..... บริษัท นวัตกรรมเทคโนโลยี จำกัด

ใบอนุญาตเลขที่..... 3/2530..... อยู่เลขที่..... 3766..... ตรอก/ซอย..... -

ถนน..... ถนน..... หมู่ที่..... -..... ตำบล/แขวง..... ตำบลแสนสุข

อำเภอ/เขต..... พญาไท..... จังหวัด..... กรุงเทพมหานคร..... ประเภท..... โภช

ได้รับขึ้นทะเบียนไว้แล้ว

เมื่อวันที่..... 26..... เดือน..... เมษายน..... พ.ศ. 2531.....

ใบสำคัญการขึ้นทะเบียนตำรับยานี้มีอายุใช้ได้ตลอดเวลามิได้รับใบอนุญาตผลิตยา

แผนโบราณ

(นาย..... กง.....)

ผู้อำนวยการกองควบคุมยา

กรมการแพทย์

สำเนาถูกต้อง

ศาสตราจารย์.....

