

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- กนิษฐา ปิงสุทธีวงศ์ และคณะ . การวิเคราะห์โฆษณาที่เผยแพร่ทางวิทยุและโทรทัศน์. ปรินญา
นิพนธ์เภสัชศาสตรบัณฑิต คณะเภสัชศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2535.
- กัญญา พรปรีชา. การโฆษณาทางวิทยุโทรทัศน์กับกระบวนการตรวจพิจารณา. วิทยานิพนธ์
ปรินญามหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย, 2536.
- คารุเรศ กาศโอสถ. บทบาทและหน้าที่ของคณะกรรมการบริหารวิทยุกระจายเสียงและวิทยุ
โทรทัศน์ : ศึกษาเฉพาะคณะกรรมการตรวจพิจารณาภาพยนตร์ทางวิทยุโทรทัศน์.
วิทยานิพนธ์ปรินญามหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2536.
- ดวงฤดี รัตนโอฬาร. บทบาทของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในการควบคุม
ดูแลการโฆษณาทางสื่อมวลชน. วิทยานิพนธ์ ปรินญามหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสาร
มวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2537.
- ทศพล ฤทธิ์เดชรัตน์ และคณะ. อิทธิพลของข้อมูลการโฆษณาที่เผยแพร่ทางวิทยุและโทรทัศน์.
ปรินญานิพนธ์เภสัชศาสตรบัณฑิต คณะเภสัชศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2535.
- นิยะดา เกียรติยิ่งอังสุลี. นักวิชาการต้องเข้มงวดโฆษณา. ประชาชาติธุรกิจ (13 มีนาคม 2537) :
- 39
- ปราณี ธนสิทธิ์. ผู้เชี่ยวชาญด้านยา. สัมภาษณ์, 1 เมษายน 2540.
- ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. ลูกเล่นโฆษณาในตลาดเมืองไทย. คู่แข่งธุรกิจ (14 มีนาคม 2537) : 14
- วิโรจน์ ตั้งเจริญเสถียร และคณะ. รายงานผลการวิจัยการสำมะโนการโฆษณาอาหาร ยา และ
เครื่องสำอางในวิทยุกระจายเสียง. : สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา, 2537.
- सानิต ศรีสังข์. หัวหน้ากลุ่มนิติการ สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา. สัมภาษณ์,
12 มกราคม 2540.

ศุภกาญจน์ โภคัย. นักวิชาการอาหารและยา กองควบคุมเครื่องมือแพทย์. สัมภาษณ์, 7 มกราคม 2540.

ศรีธวัฒน์ อธิระวิวงศ์. บทบาทของกองเผยแพร่และควบคุมการโฆษณา กระทรวงสาธารณสุข ในการพิจารณาควบคุมการโฆษณาสินค้าประเภทอาหารและยา. วิทยานิพนธ์ ปริญญา มหาบัณฑิต ภาควิชาการตลาด คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย, 2525.

วิศิษฐ์ ประวิณวงศ์วุฒิ. ผู้เชี่ยวชาญพิเศษด้านวิชาการอาหารและยา. สัมภาษณ์, 3 เมษายน 2540.

สันต์ หัตถิรัตน์. มาตรการควบคุมการโฆษณา. บรรยาย ณ ห้องประชุมสารนิเทศ จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย, 5 มีนาคม 2537. (เอกสารไม่ตีพิมพ์เผยแพร่)

สุชาดา ประเสริฐ. นักวิชาการอาหารและยา กองเผยแพร่และควบคุมการโฆษณา. สัมภาษณ์, 22 กุมภาพันธ์ 2540.

สุพัตรา ชาติบัญชาชัย และคณะ. รายงานวิจัยเรื่องแหล่งที่ให้ข้อมูลและกาดัดสนใจในการใช้ยาของ ประชาชนในชนบท ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ กรณีศึกษา 4 หมู่บ้าน. (ม.ป.ท.), 2534.

สุภาศิริ ศรีชาติ. สารวัตรอาหารและยา. สัมภาษณ์, 10 มีนาคม 2540.

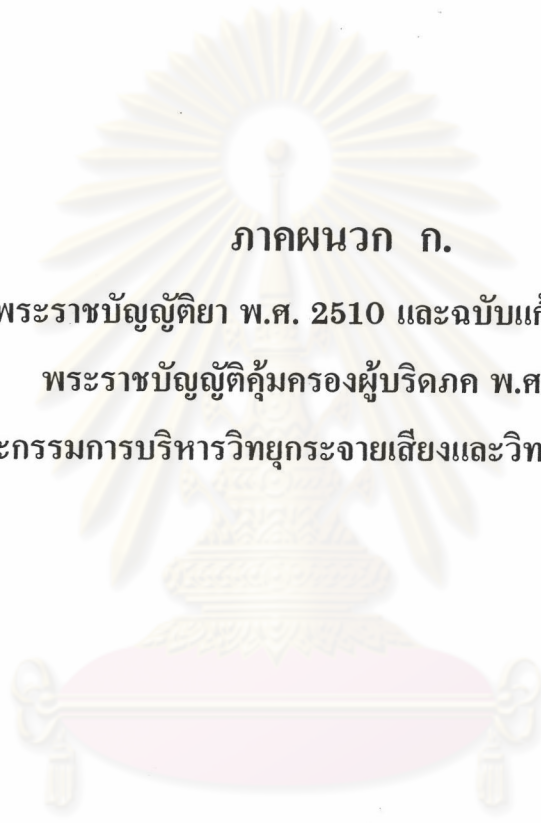
สุภาพ เลหาะวัฒนะ. สมาคมโฆษณาฯ ยันสื่อทางยาไม่ใช่สิ่งฟุ่มเฟือย. กรุงเทพธุรกิจ (20 เมษายน 2537) : 14

สุภรณ์ อรุณีวัฒนา. ความรับผิดชอบในการประกอบธุรกิจโฆษณา. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต ภาควิชาการตลาด คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย, 2536.

เสาวนิตย์ ทฤมชนม์. นักวิชาการอาหารและยา กองควบคุมยา. สัมภาษณ์, 20 มีนาคม 40

อารทรา ปัญญาปฏิภาณ. นักวิชาการอาหารและยา กองควบคุมเครื่องสำอาง. สัมภาษณ์, 12 มีนาคม 2540.

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาคผนวก ก.

พระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510 และฉบับแก้ไขเพิ่มเติม

พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522

ระเบียบคณะกรรมการบริหารวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ พ.ศ. 2521

ศูนย์วิทยุทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

พระราชบัญญัติยา พ.ศ.2510
และฉบับแก้ไขเพิ่มเติม

ส่วนที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมการโฆษณา

มาตรา 4 ในพระราชบัญญัตินี้

“ยา” หมายความว่า

- (1) วัตถุที่รับรองไว้ในตำรับยาที่รัฐมนตรีประกาศ
- (2) วัตถุที่มุ่งหมายสำหรับใช้ในการวินิจฉัย บำบัด บรรเทา รักษา หรือ ป้องกันโรค หรือความเจ็บป่วยของมนุษย์หรือสัตว์
- (3) วัตถุที่เป็นเภสัชเคมีภัณฑ์ หรือเภสัชเคมีภัณฑ์กึ่งสำเร็จรูป หรือ
- (4) วัตถุที่มุ่งหมายสำหรับให้เกิดผลแก่สุขภาพ โครงสร้าง หรือการกระทำหน้าที่ใด ๆ ของร่างกายมนุษย์หรือสัตว์

วัตถุตาม (1) (2) หรือ (4) ไม่หมายความรวมถึง

- (ก) วัตถุที่มุ่งหมายสำหรับใช้ในการเกษตร หรือการอุตสาหกรรม ตามที่รัฐมนตรีประกาศ
- (ข) วัตถุที่มุ่งหมายสำหรับใช้เป็นอาหารสำหรับมนุษย์หรือเครื่องกีฬา เครื่องมือ เครื่องใช้ ในการส่งเสริมสุขภาพ เครื่องสำอาง หรือ เครื่องมือ และส่วนประกอบของเครื่องมือ ที่ใช้ในการประกอบโรคศิลปะหรือวิชาชีพเวชกรรม
- (ค) วัตถุที่มุ่งหมายสำหรับใช้ในห้องวิทยาศาสตร์สำหรับการวิจัย การวิเคราะห์ หรือ การชันสูตรโรค ซึ่งมีได้กระทำโดยตรงต่อร่างกายของมนุษย์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

“ยาแผนปัจจุบัน” หมายความว่า ยาที่มุ่งหมายสำหรับใช้ในการประกอบวิชาชีพเวชกรรม การประกอบโรคศิลปะแผนปัจจุบัน หรือการบำบัดโรคสัตว์

“ยาแผนโบราณ” หมายความว่า ยาที่มุ่งหมายสำหรับใช้ในการประกอบโรคศิลปะแผนโบราณ หรือการบำบัดรักษาโรคสัตว์ซึ่งอยู่ในตำรับยาแผนโบราณที่รัฐมนตรีประกาศหรือยาที่รัฐมนตรีประกาศเป็นยาแผนโบราณ หรือยาที่ได้รับอนุญาตให้ขึ้นทะเบียนตำรับยาเป็นยาแผนโบราณ

“ยาอันตราย” หมายความว่า ยาแผนปัจจุบัน หรือยาแผนโบราณที่รัฐมนตรีประกาศเป็นยาอันตราย

“ยาควบคุมพิเศษ” หมายความว่า ยาแผนปัจจุบัน หรือยาแผนโบราณที่รัฐมนตรีประกาศเป็นยาควบคุมพิเศษ

“ยาใช้ภายนอก” หมายความว่า ยาแผนปัจจุบัน หรือยาแผนโบราณที่มุ่งหมายสำหรับใช้ภายนอก

“ยาใช้เฉพาะที่” หมายความว่า ยาแผนปัจจุบัน หรือยาแผนโบราณที่มุ่งหมายใช้เฉพาะที่กับผิวหนัง หู ตา จมูก ปาก ทวารหนัก ช่องคลอด หรือท่อปัสสาวะ

“ยาสามัญประจำบ้าน” หมายความว่า ยาแผนปัจจุบัน หรือยาแผนโบราณที่รัฐมนตรีประกาศเป็นยาสามัญประจำบ้าน

“ยาบรรจุเสร็จ” หมายความว่า ยาแผนปัจจุบันที่ได้ผลิตขึ้นเสร็จในรูปแบบต่าง ๆ ทางเภสัชกรรมซึ่งบรรจุในภาชนะหรือหีบห่อที่ปิดหรือผนึกไว้ และมีฉลากครบถ้วนตามพระราชบัญญัตินี้

“ยาสมุนไพร” หมายความว่า ยาที่ได้จากพฤกษชาติ สัตว์ หรือแร่ ซึ่งมีได้ผสม ปูรง หรือ แปรรสภาพ

“ผลิต” หมายความว่า ทำ ผสม ปูรง หรือแปรรสภาพ และหมายความรวมถึงเปลี่ยนรูปยา แบ่งยาเป็นยาบรรจุเสร็จ

“ขาย” หมายความรวมถึง จำหน่าย จ่าย แจก หรือแลกเปลี่ยน ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ในทางการค้า หรือการมีไว้เพื่อขายด้วย

“ฉลาก” หมายความรวมถึง รูป รอยประดิษฐ์ เครื่องหมาย หรือข้อความใด ๆ ซึ่งแสดงไว้ที่ภาชนะหรือหีบห่อบรรจุยา

“เอกสารกำกับยา” หมายความรวมถึง กระดาษ หรือวัตถุอื่นใด ที่ทำให้ปรากฏความหมายด้วยรูป รอยประดิษฐ์ เครื่องหมาย หรือข้อความใด ๆ เกี่ยวกับยา ที่สอดแทรก หรือรวมไว้กับภาชนะ หรือหีบห่อบรรจุยา

มาตรา 88 การโฆษณาขายยาจะต้อง

- (1) ไม่เป็นการโอ้อวดสรรพคุณยา หรือวัตถุดิบเป็นส่วนประกอบของยาว่าสามารถบำบัด บรรเทา รักษา หรือป้องกันโรค หรือความเจ็บป่วยได้อย่างศักดิ์สิทธิ์ หรือหายขาด หรือใช้ด้อยค่าอื่นใดที่มีความหมาย ทำนองเดียวกัน
- (2) ไม่แสดงสรรพคุณยาอันเป็นเท็จหรือเกินความจริง
- (3) ไม่ทำให้เข้าใจว่ามีวัตถุใดเป็นตัวยา หรือเป็นส่วนประกอบของยา ซึ่งความจริงไม่มีวัตถุหรือส่วนประกอบนั้นในยา หรือมีแต่ไม่เท่าที่ทำให้เข้าใจ
- (4) ไม่ทำให้เข้าใจว่าเป็นยาทำให้แท้งลูกหรือยาขับระดูอย่างแรง
- (5) ไม่ทำให้เข้าใจว่าเป็นยาบำรุงกามหรือยาคุมกำเนิด
- (6) ไม่แสดงสรรพคุณยาอันตรายหรือยาควบคุมพิเศษ
- (7) ไม่มีการรับรองหรือยกย่องสรรพคุณยาโดยบุคคลอื่น
- (8) ไม่แสดงสรรพคุณยาว่าสามารถบำบัด บรรเทา รักษาหรือป้องกันโรค หรืออาการของโรค ที่รัฐมนตรีประกาศตามมาตรา 77 (โรคเบาหวาน, มะเร็ง, อัมพาต, วัณโรค, โรคเรื้อน, โรคหรืออาการโรคของสมอง หัวใจ ปอด ตับ ม้าม ไต)

ความใน (5) และ (6) ไม่ใช่บังคับแก่ข้อความในฉลาก หรือเอกสาร กำกับยาและความใน (1) (4) (5) (6) (7) และ (8) ไม่ใช่บังคับแก่การโฆษณาซึ่งกระทำโดยตรงต่อผู้ประกอบโรคศิลปะ ผู้ประกอบวิชาชีพเวชกรรม หรือผู้ประกอบกรบำบัดโรคสัตว์

มาตรา 88 ทวิ การโฆษณาขายยาทางวิทยุกระจายเสียง เครื่องขยายเสียง วิทยุ โทรทัศน์ ทางฉายภาพ หรือภาพยนตร์ หรือทางสิ่งพิมพ์ จะต้อง

- (1) ได้รับอนุมัติข้อความ เสียง หรือภาพ ที่ใช้ในการโฆษณาจากผู้อนุญาต
- (2) ปฏิบัติตามเงื่อนไขที่ผู้อนุญาตกำหนด

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

มาตรา 89 ห้ามมิให้โฆษณาขายยาโดยไม่สุภาพ หรือโดยการร้องรำทำเพลง หรือแสดงความทุกข์ทรมานของผู้ป่วย

มาตรา 90 ห้ามมิให้โฆษณาขายยาโดยวิธีแถมพอก หรือออกสลากรางวัล

มาตรา 90 ทวิ เลขานุการคณะกรรมการอาหารและยา มีอำนาจสั่งเป็นหนังสือให้ระงับการโฆษณาขายยาที่เห็นว่าเป็นการโฆษณาโดยฝ่าฝืนพระราชบัญญัตินี้ได้

มาตรา 124 ผู้ใดโฆษณาขายยาโดยฝ่าฝืนมาตรา 88 มาตรา 88 ทวิ มาตรา 89 และมาตรา 90 ต้องระวางโทษปรับไม่เกินหนึ่งแสนบาท

มาตรา 124 ทวิ ผู้ใดฝ่าฝืนคำสั่งให้ระงับการโฆษณาขายยาของเลขานุการคณะกรรมการอาหารและยาซึ่งสั่งตามมาตรา 90 ทวิ ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสามเดือน หรือปรับไม่เกินห้าพันบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ และให้ปรับเป็นรายวันอีกวันละห้าร้อยบาท จนกว่าจะปฏิบัติตามคำสั่งดังกล่าว

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค

พ.ศ.2522

ในส่วนที่เกี่ยวกับการโฆษณา

มาตรา 3 ในพระราชบัญญัตินี้

“ผู้บริโภค” หมายความว่า ผู้ซื้อหรือได้รับบริการจากผู้ประกอบธุรกิจ และหมายความรวมถึงผู้ซึ่งได้รับการเสนอหรือการชักชวนจากผู้ประกอบธุรกิจเพื่อให้ซื้อสินค้าหรือรับบริการด้วย

“ผู้ประกอบธุรกิจ” หมายความว่า ผู้ขาย ผู้ผลิตเพื่อขาย ผู้ส่งหรือนำเข้ามาในราชอาณาจักรเพื่อขาย หรือผู้ซื้อเพื่อขายต่อซึ่งสินค้า หรือผู้บริการ และหมายความรวมถึงผู้ประกอบกิจการโฆษณาด้วย

“ข้อความ” หมายความรวมถึง การกระทำที่ปรากฏด้วยตัวอักษร ภาพ ภาพยนตร์ แสง เสียง เครื่องหมาย หรือการกระทำอย่างใด ๆ ที่ทำให้บุคคลทั่วไปสามารถเข้าใจความหมายได้

“โฆษณา” หมายความรวมถึง กระทำการไม่ว่าโดยวิธีใด ๆ ให้ประชาชนเห็นหรือทราบ ข้อความเพื่อประโยชน์ในทางการค้า

“สื่อโฆษณา” หมายความว่า สิ่งที่ใช้เป็นสื่อโฆษณา เช่น หนังสือพิมพ์ สิ่งพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ ไปรษณีย์โทรเลข โทรทัศน์ หรือป้าย

มาตรา 4 ผู้บริโภคมีสิทธิได้รับความคุ้มครองดังต่อไปนี้

- (1) สิทธิที่จะได้รับข่าวสารรวมทั้งคำพรรณนาคุณภาพที่ถูกต้องและเพียงพอ เกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ
- (2) สิทธิที่จะมีอิสระในการเลือกหาสินค้าหรือบริการ
- (3) สิทธิที่จะได้รับความปลอดภัยจากการใช้สินค้าหรือบริการ
- (4) สิทธิที่จะได้รับการพิจารณาและชดเชยความเสียหาย

ทั้งนี้ ตามที่กฎหมายว่าด้วยการนั้น ๆ หรือพระราชบัญญัตินี้บัญญัติไว้

มาตรา 22 การโฆษณาจะต้องไม่ใช่ข้อความที่เป็นการไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค หรือใช้ข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวม ทั้งนี้ไม่ว่าข้อความดังกล่าวนั้น จะเป็นข้อความที่เกี่ยวกับแหล่งกำเนิด สภาพ คุณภาพ หรือลักษณะของสินค้า หรือบริการ ตลอดจนการส่งมอบ การจัดหาหรือการใช้สินค้าหรือบริการ

ข้อความดังต่อไปนี้ ถือว่าเป็นข้อความที่เป็นการไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค หรือ เป็นข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวม

- (1) ข้อความที่เป็นเท็จหรือเกินความจริง
- (2) ข้อความที่จะก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ ไม่ว่าจะกระทำโดยใช้หรืออ้างอิงรายงานทางวิชาการ สถิติหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่งอันไม่เป็นความจริง หรือเกินความจริง หรือไม่ก็ตาม
- (3) ข้อความที่เป็นการสนับสนุนโดยตรงหรือโดยอ้อมให้มีการกระทำผิดกฎหมาย หรือศีลธรรม หรือนำไปสู่ความเสื่อมเสียในวัฒนธรรมของชาติ
- (4) ข้อความที่จะทำให้เกิดความแตกแยกหรือเสื่อมเสียความสามัคคีในหมู่ประชาชน
- (5) ข้อความอย่างอื่นตามที่กำหนดในกฎกระทรวง

ข้อความที่ใช้ในการโฆษณาที่บุคคลทั่วไปสามารถรู้ได้ว่าเป็นข้อความที่ไม่อาจเป็นจริงได้โดยแน่แท้ ไม่เป็นข้อความที่ต้องห้ามในการโฆษณาตาม (1)

มาตรา 23 การโฆษณาจะต้องไม่กระทำด้วยวิธีการอันอาจเป็นอันตรายต่อสุขภาพ ร่างกายและจิตใจหรืออันอาจก่อให้เกิดความรำคาญแก่ผู้บริโภค ทั้งนี้ ตามที่กำหนด ในกฎกระทรวง

มาตรา 24 ในกรณีที่คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาเห็นว่า สินค้าใดอาจเป็นอันตรายแก่ผู้บริโภค และคณะกรรมการว่าด้วยฉลากได้กำหนดให้สินค้านั้นเป็นสินค้าที่ควบคุมฉลากตาม มาตรา 30 ให้คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณามีอำนาจออกคำสั่งต่อไปนี้

- (1) กำหนดให้การโฆษณานั้นต้องกระทำไปพร้อมกับคำแนะนำหรือเตือนเกี่ยวกับวิธีใช้

หรืออันตรายตามเงื่อนไขที่คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณากำหนด ทั้งนี้ โดย
คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาจะกำหนดเงื่อนไขได้แตกต่างกันสำหรับการ
โฆษณาที่ให้อธิบายโฆษณาต่างกันได้

- (2) จำกัดการใช้สื่อโฆษณาสำหรับสินค้านั้น
- (3) ห้ามการโฆษณาสินค้านั้น

ความใน (2) และ (3)ให้นำมาใช้บังคับแก่การโฆษณาที่คณะกรรมการว่าด้วยการ
โฆษณาเห็นว่าการใช้ประโยชน์ของสินค้านั้นขัดต่อนโยบายทางสังคม ศีลธรรม หรือวัฒนธรรมของชาติด้วย

มาตรา 25 ในกรณีที่คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาเห็นว่า สินค้าหรือบริการใด
ผู้บริโภคจำเป็นต้องทราบข้อเท็จจริงเกี่ยวกับสภาพฐานะ และรายละเอียดอย่างอื่นเกี่ยวกับผู้ประกอบการ
ด้วย คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาที่มีอำนาจกำหนดให้การโฆษณา สินค้าหรือบริการนั้นต้องให้ข้อเท็จจริง
ดังกล่าวตามที่คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณากำหนดได้

มาตรา 26 ในกรณีที่คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาเห็นว่า ข้อความในการโฆษณา
โดยทางสื่อโฆษณาใดสมควรแจ้งให้ผู้บริโภคทราบว่า ข้อความนั้นเป็นข้อความที่มีความมุ่งหมายเพื่อการโฆษณา
คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาที่มีอำนาจกำหนดให้การโฆษณาโดยทางสื่อโฆษณานั้นต้องมีถ้อยคำชี้แจง
กำกับให้ประชาชนทราบว่า ข้อความดังกล่าวเป็นการโฆษณาได้ ทั้งนี้ คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา
จะกำหนดเงื่อนไขอย่างไรก็ได้ให้ต้อง ปฏิบัติด้วยก็ได้

มาตรา 27 ในกรณีที่คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาเห็นว่า การโฆษณาใดฝ่าฝืน
มาตรา 22 มาตรา 23 มาตรา 24(1) หรือมาตรา 25 ให้คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาที่มีอำนาจออก
คำสั่งอย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่างดังต่อไปนี้

- (1) ให้แก้ไขข้อความหรือวิธีการในการโฆษณา
- (2) ห้ามการใช้ข้อความบางอย่างที่ปรากฏในการโฆษณา
- (3) ห้ามการโฆษณาหรือห้ามใช้วิธีการนั้นในการโฆษณา

- (4) ให้โฆษณาเพื่อแก้ไขความเข้าใจผิดของผู้บริโภคที่อาจเกิดขึ้นแล้วตามหลักเกณฑ์ และวิธีการที่คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณากำหนด

ในการออกคำสั่งตาม (4) ให้คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณากำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการโดยคำนึงถึงประโยชน์ของผู้บริโภคประกอบกับความสุจริตใจในการกระทำของผู้กระทำการโฆษณา

มาตรา 26 ในกรณีที่คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณามีเหตุอันควรสงสัยว่า ข้อความใดที่ใช้ในการโฆษณาเป็นเท็จหรือเกินความจริงตามมาตรา 22 วรรคสอง (1) ให้คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาเฝ้าอำนาจออกคำสั่งให้ผู้กระทำการโฆษณาพิสูจน์เพื่อแสดง ความจริงได้

ในกรณีที่ผู้กระทำการโฆษณาอ้างรายงานทางวิชาการ ผลการวิจัยสถิติการรับรองของสถาบันหรือบุคคลอื่นใด หรือยืนยันข้อเท็จจริงอันใดอันหนึ่งในการโฆษณา ถ้าผู้กระทำการโฆษณาไม่สามารถพิสูจน์ได้ว่า ข้อความที่ใช้ในการโฆษณาเป็นความจริงตามที่กล่าวอ้าง ให้คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาเฝ้าอำนาจออกคำสั่งตามมาตรา 27 ได้ และให้ถือว่าผู้กระทำการโฆษณารู้หรือควรได้รู้ว่าข้อความนั้นเป็นความจริง

มาตรา 29 ผู้ประกอบธุรกิจผู้ใดสงสัยว่าการโฆษณาของตนเป็นการฝ่าฝืนหรือไม่เป็นไปตามพระราชบัญญัตินี้ ผู้ประกอบธุรกิจนั้นอาจขอให้โฆษณาพิจารณาให้ความเห็นในเรื่องนั้นก่อนทำการโฆษณาได้ ในกรณีที่คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาจะต้องให้ความเห็น และแจ้งให้ผู้ขอทราบภายในสามสิบวันนับแต่วันที่โฆษณาได้รับคำขอ ถ้าไม่แจ้งภายในกำหนดระยะเวลาดังกล่าว ให้ถือว่าคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาให้ความเห็นชอบแล้ว

การขอความเห็นและคำปวยการในการให้ความเห็นให้เป็นไปตามระเบียบที่ว่าด้วยการโฆษณากำหนด คำปวยการที่ได้รับให้นำส่งคลังเป็นรายได้แผ่นดิน

การให้ความเห็นของคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาตามวรรคหนึ่ง ไม่ถือว่าเป็นการตัดอำนาจของคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาที่จะพิจารณาวินิจฉัยใหม่เป็นอย่างอื่น เมื่อมีเหตุอันสมควร

การใดที่ได้กระทำไปตามความเห็นของคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาที่ให้ตามวรรคหนึ่ง มิให้ถือว่าการกระทำนั้นเป็นความผิดทางอาญา

บทกำหนดโทษ

มาตรา 47 ผู้ใดโดยเจตนาก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในแหล่งกำเนิด สภาพคุณภาพ ปริมาณ หรือสาระสำคัญประการอื่นอันเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ ไม่ว่าจะ เป็นของตนหรือผู้อื่น โฆษณาหรือ ใช้ฉลากที่มีข้อความอันเป็นเท็จหรือข้อความที่ควรรู้หรือควรรู้อยู่แล้วว่า อาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิด เช่นว่านั้นต้องระวางโทษปรับไม่เกินห้าหมื่นบาท

ถ้าผู้กระทำความผิดตามวรรคหนึ่งกระทำความผิดซ้ำอีกภายในหกเดือนนับแต่วันกระทำความผิดครั้งก่อน ผู้กระทำความผิดต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหนึ่งปี หรือปรับไม่เกินหนึ่งแสนบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

มาตรา 48 ผู้ใดโฆษณาโดยใช้ข้อความตามมาตรา 22 (3) หรือ (4) หรือ ข้อความ ตามที่กำหนดในกฎกระทรวงที่ออกตามมาตรา 22 (5) หรือฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตาม มาตรา 23 มาตรา 24 มาตรา 25 หรือมาตรา 26 ต้องระวางโทษปรับไม่เกินสามหมื่นบาท

มาตรา 49 ผู้ใดไม่ปฏิบัติตามคำสั่งของคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาซึ่งสั่งตาม มาตรา 27 หรือมาตรา 28 วรรคสองต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหกเดือน หรือปรับไม่เกินห้าหมื่นบาท หรือ ทั้งจำทั้งปรับ

มาตรา 50 ถ้าการกระทำตามมาตรา 47 มาตรา 48 หรือมาตรา 49 เป็น การกระทำ ของเจ้าของสื่อโฆษณา หรือผู้ประกอบการโฆษณาผู้กระทำความผิดต้องระวางโทษเพียง กึ่งหนึ่งของโทษที่บัญญัติไว้ สำหรับความผิดนั้น

มาตรา 51 ถ้าการกระทำความผิดตามมาตรา 47 มาตรา 48 มาตรา 49 หรือมาตรา 50 เป็นความผิดต่อเนื่อง ผู้กระทำความผิดต้องระวางโทษปรับวันละไม่เกินห้าพันบาท หรือ ไม่เกินสองเท่าของค่าใช้จ่าย ที่ใช้สำหรับการโฆษณานั้น ตลอดระยะเวลาที่ยังฝ่าฝืนหรือไม่ ปฏิบัติตาม

กฎกระทรวง

ฉบับที่ 3 (พ.ศ.2526)

ออกตามความในพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522

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

ให้ข้อความดังต่อไปนี้ เป็นข้อความที่เข้าลักษณะตามมาตรา 22 วรรคสอง (5)

(1) ข้อความโฆษณาสินค้าหรือบริการที่ใช้หรืออ้างอิงข้อเท็จจริงเกี่ยวกับพระมหากษัตริย์ พระราชินี รัชทายาท หรือผู้สำเร็จราชการแทนพระองค์ ซึ่งได้กระทำไปโดยไม่ได้รับพระบรมราชานุญาต พระราชานุญาต หรืออนุญาต แล้วแต่กรณี ทั้งนี้เว้นแต่

(ก) ข้อความโฆษณาว่าได้รับเหรียญ ใบสำคัญคู่มือ ประกาศนียบัตร หรือเครื่องหมายอื่นใดที่เป็นรางวัลในการแสดงหรือประกวดสินค้าหรือบริการที่ได้รับจาก พระมหากษัตริย์ พระราชินี รัชทายาท หรือผู้สำเร็จราชการแทนพระองค์

(ข) ข้อความโฆษณาว่าได้รับพระบรมราชานุญาตในการประกอบธุรกิจ ได้รับพระบรมราชานุญาตให้ใช้ตราแผ่นดิน หรือได้รับพระราชทานตราตั้ง

(2) ข้อความโฆษณาสินค้าหรือบริการซึ่งรวมอยู่กับข้อความที่ถวายพระพรหรือข้อความอย่างอื่นที่อ้างอิงเกี่ยวกับพระมหากษัตริย์ พระราชินี รัชทายาท หรือผู้สำเร็จราชการแทนพระองค์โดยมิได้แสดงให้เห็นว่าข้อความส่วนที่เป็นการโฆษณาสินค้าหรือบริการนั้น แยกออกจากข้อความที่ถวายพระพรหรือข้อความอย่างอื่นดังกล่าวข้างต้น

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

(3) ข้อความโฆษณาสินค้าหรือบริการที่ระบุหรือประกาศว่าผู้ประกอบการจะจัดให้มีการแถมพหหรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชคก่อนที่ผู้ประกอบการนั้นได้รับอนุญาตจากเจ้าพนักงานตามกฎหมายว่าด้วยการพนัน

(4) ข้อความโฆษณาสินค้าหรือบริการที่ระบุหรือประกาศว่าผู้ประกอบการจะจัดให้มีการแถมพหหรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชคซึ่งผู้ประกอบการได้รับอนุญาตจากเจ้าพนักงานตามกฎหมายว่าด้วยการพนันแล้ว โดยข้อความโฆษณาดังกล่าวมิได้ระบุรายละเอียดดังต่อไปนี้

(ก) หลักเกณฑ์ วิธีการ เงื่อนไข หรือข้อกำหนดในการเสี่ยงโชค
 (ข) วัน เดือน ปี ที่เริ่มต้นและสิ้นสุดของการจัดให้มีการเสี่ยงโชค
 (ค) ประเภท และลักษณะของของแถมพหหรือรางวัล จำนวนและมูลค่าของของแถมพหหรือรางวัลแต่ละสิ่ง หรือมูลค่ารวมในแต่ละประเภท

(ง) เขตหรือถิ่นที่มีการจัดให้มีการเสี่ยงโชค

(จ) วัน เดือน ปี เวลา และสถานที่ซึ่งกำหนดไว้สำหรับการทำการเสี่ยงโชค

(5) ข้อความโฆษณาสินค้าหรือบริการที่ระบุหรือประกาศว่าผู้ประกอบการจะจัดให้มีการประกวดชิงรางวัลหรือจัดให้ของแถม ให้สิทธิหรือประโยชน์โดยให้เปล่าโดยข้อความโฆษณาดังกล่าวมิได้ระบุรายละเอียดดังต่อไปนี้

(ก) หลักเกณฑ์ วิธีการ เงื่อนไข หรือข้อกำหนดในการประกวดชิงรางวัลหรือการใช้ของแถมให้สิทธิหรือประโยชน์

(ข) วัน เดือน ปี ที่เริ่มต้นและสิ้นสุดของการจัดให้มีการประกวดชิงรางวัลหรือการใช้ของแถมให้สิทธิหรือประโยชน์

(ค) ประเภท ลักษณะ และมูลค่าของรางวัล ของแถม สิทธิหรือประโยชน์แต่ละสิ่งหรือมูลค่ารวมในแต่ละประเภท

(ง) เขตหรือถิ่นที่กำหนดให้มีการประกวดชิงรางวัล หรือที่จัดให้มีการให้ของแถมให้สิทธิหรือประโยชน์

(จ) วัน เดือน ปี เวลา และสถานที่ซึ่งกำหนดไว้สำหรับการตัดสินการประกวดชิงรางวัล

(ฉ) ร้านค้าหรือตัวแทนจำหน่ายที่ผู้ประกอบการจัดให้มีการให้ของแถม
ให้สิทธิหรือประโยชน์

ให้ไว้ ณ วันที่ 19 เมษายน พ.ศ.2526

พลเอก เปรม ติณสูลานนท์
นายกรัฐมนตรี

(ประกาศในราชกิจจานุเบกษา เล่ม 100 ตอนที่ 63 ลงวันที่ 21 เมษายน 2526)



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

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

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

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

"(4) ข้อความโฆษณาสินค้าหรือบริการที่ระบุหรือประกาศว่าผู้ประกอบการจัดให้มีการแถมพกหรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชค ซึ่งผู้ประกอบการได้รับอนุญาตจากเจ้าพนักงานตามกฎหมายว่าด้วยการพนันแล้ว หรือข้อความโฆษณาสินค้าหรือบริการที่ระบุหรือประกาศว่า ผู้ประกอบการจัดให้มีการประกวดชิงรางวัล โดยข้อความโฆษณาดังกล่าวมิได้ระบุรายละเอียดดังต่อไปนี้

(ก) หลักเกณฑ์ วิธีการ เงื่อนไข หรือข้อกำหนดในการเสี่ยงโชค หรือ ในการประกวดชิงรางวัล

(ข) วัน เดือน ปี ที่เริ่มต้นและสิ้นสุดของการจัดให้มีการเสี่ยงโชค หรือ การประกวดชิงรางวัล เว้นแต่กรณีที่เป็นการโฆษณาทางวิทยุโทรทัศน์ ข้อความโฆษณาที่กำหนดระยะเวลา เริ่มต้นของการเสี่ยงโชคหรือการประกวดชิงรางวัลนั้นจะให้ปรากฏในส่วนที่เป็นภาพหรือในส่วนที่เป็นเสียงอย่างหนึ่งอย่างใดก็ได้ แต่ข้อความโฆษณาที่กำหนดระยะเวลาสิ้นสุดนั้นจะต้องให้ปรากฏทั้งในส่วนที่เป็นภาพและส่วนที่เป็นเสียง

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

(ค) ประเภทและลักษณะของของแถมพกหรือรางวัล จำนวนและมูลค่าของของแถมพกหรือรางวัลแต่ละสิ่ง หรือมูลค่ารวมในแต่ละประเภท เว้นแต่กรณีที่มีการโฆษณาทางวิทยุกระจายเสียงหรือวิทยุโทรทัศน์ ผู้ประกอบธุรกิจจะไม่ระบุมูลค่าของของแถมพกหรือรางวัลแต่ละสิ่ง หรือมูลค่ารวมในแต่ละประเภทก็ได้ แต่ผู้ประกอบธุรกิจจะต้องระบุมูลค่ารวมของของแถมพกหรือรางวัลทุกประเภทไว้แทน

ในกรณีที่สิ่งซึ่งจัดเป็นของแถมพกหรือรางวัลเป็นสิ่งซึ่งมีมูลค่าที่ผู้บริโภคอาจทราบได้โดยทั่วไป และข้อความโฆษณานั้นได้แสดงให้เห็นให้ผู้บริโภคทราบถึงประเภทและลักษณะของของแถมพกหรือรางวัลโดยชัดเจนแล้ว ผู้ประกอบธุรกิจจะไม่ระบุมูลค่าของของแถมพก หรือรางวัลนั้นไว้ก็ได้

(ง) เขตหรือดินที่มีการจัดให้มีการเสี่ยงโชคหรือการประกวดชิงรางวัล เว้นแต่กรณีที่เป็นการจัดให้มีขึ้นทั่วราชอาณาจักร

(จ) วัน เดือน ปี เวลา และสถานที่ซึ่งกำหนดไว้สำหรับการทำการเสี่ยงโชคหรือการตัดสินการประกวดชิงรางวัล

(ฉ) สื่อโฆษณาที่จะใช้ในการประกาศรายชื่อผู้ได้รับของแถมพกหรือรางวัลจากการเสี่ยงโชคหรือการประกวดชิงรางวัล

(5) ข้อความโฆษณาสินค้าหรือบริการที่ระบุหรือประกาศว่าผู้ประกอบธุรกิจจัดให้มีการให้ของแถม หรือให้สิทธิหรือประโยชน์โดยให้เปล่า โดยข้อความโฆษณาดังกล่าวมิได้ระบุรายละเอียดดังต่อไปนี้

(ก) หลักเกณฑ์ วิธีการ เงื่อนไข หรือข้อกำหนดในการให้ของแถม หรือให้สิทธิหรือประโยชน์

(ข) วัน เดือน ปีที่เริ่มต้นและสิ้นสุดของการจัดให้มีการให้ของแถม หรือให้สิทธิหรือประโยชน์

1) กรณีที่มีการโฆษณาทางวิทยุโทรทัศน์ ข้อความโฆษณาที่กำหนดระยะเวลาเริ่มต้นของการให้ของแถม ให้สิทธิหรือประโยชน์นั้น จะให้ปรากฏในส่วนที่เป็นภาพหรือในส่วนที่

เป็นเสียงอย่างใดอย่างหนึ่งก็ได้ แต่ข้อความโฆษณาที่กำหนดระยะเวลาสิ้นสุดนั้น จะต้องให้ปรากฏทั้งในส่วนที่เป็นภาพและส่วนที่เป็นเสียง

2) กรณีที่เป็นการให้ของแถมโดยการติดของแถมไว้กับสินค้า ในลักษณะที่ผู้บริโภคสามารถเห็นของแถมนั้นได้อยู่แล้ว หรือโดยการบรรจุของแถมไว้ในหีบห่อของสินค้านั้น และได้รับรู้ข้อความไว้ที่หีบห่อบรรจุสินค้าแล้วได้จัดให้มีการให้ของแถมโดยให้เปล่าพร้อมกับการขายสินค้านั้นแล้ว

(ค) ประเภท ลักษณะ และมูลค่าของของแถม สิทธิหรือประโยชน์แต่ละสิ่ง หรือมูลค่ารวมในแต่ละประเภทเว้นแต่กรณีที่เป็นการโฆษณาทางวิทยุกระจายเสียงหรือ วิทยุโทรทัศน์ ผู้ประกอบธุรกิจจะไม่ระบุมูลค่าของของแถม สิทธิหรือประโยชน์แต่ละสิ่ง หรือ มูลค่ารวมในแต่ละประเภทก็ได้ แต่ผู้ประกอบธุรกิจจะต้องระบุมูลค่ารวมของของแถม สิทธิ หรือประโยชน์ทุกประเภทไว้แทน

ในกรณีที่สิ่งซึ่งจัดเป็นของแถม หรือสิทธิหรือประโยชน์โดยให้เปล่านั้นเป็น สิ่งซึ่งมีมูลค่าที่ผู้บริโภคอาจทราบได้โดยทั่วไป และข้อความโฆษณานั้นได้แสดงให้เห็นถึงประเภท และลักษณะของของแถม สิทธิหรือประโยชน์โดยให้เปล่าไว้โดยชัดเจนแล้ว ผู้ประกอบธุรกิจจะไม่ระบุมูลค่าของของแถม สิทธิหรือประโยชน์ โดยให้เปล่า นั้นไว้ก็ได้

(ง) เขตหรือถิ่นที่จัดให้มีการให้ของแถม ให้สิทธิหรือประโยชน์โดยให้เปล่า เว้นแต่กรณีที่เป็นการจัดให้มีขึ้นทั่วราชอาณาจักร

(จ) สถานที่ที่กำหนดไว้ให้ผู้บริโภคมารับของแถมไว้กับสินค้า หรือสิทธิหรือประโยชน์โดยให้เปล่า เว้นแต่

(1) กรณีที่จัดให้มีการรับของแถม สิทธิหรือประโยชน์ ณ ร้านค้า หรือ ตัวแทนจำหน่ายสินค้านั้นทั่วไปทุกแห่ง หรือ

ศูนย์วิทยุทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

(2) กรณีที่เป็นการให้ของแถมโดยการติดของแถมไว้กับสินค้าในลักษณะที่ผู้บริโภคสามารถเห็นของแถมนั้นได้อยู่แล้ว หรือโดยการบรรจุของแถมไว้ในหีบห่อของสินค้านั้น และได้รับข้อความไว้ที่หีบห่อบรรจุสินค้านั้นว่าได้จัดให้มีการให้ของแถมโดยให้เปล่าพร้อมกับการขายสินค้านั้นแล้ว

ให้ไว้ ณ วันที่ 29 พฤษภาคม พ.ศ.2534

ลงชื่อ นายอานันท์ ปันยารชุน

(นายอานันท์ ปันยารชุน)

นายกรัฐมนตรี

(ประกาศในราชกิจจานุเบกษา เล่ม 108 ตอนที่ 102 ลงวันที่ 11 มิถุนายน 2534)

ศูนย์วิทยพัชกร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ระเบียบคณะกรรมการบริหารวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์
ว่าด้วยการโฆษณาสินค้าและบริการธุรกิจทางวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์
พ.ศ. 2521

โดยที่เป็นการสมควรวางระเบียบว่าด้วยการโฆษณาสินค้าและบริการธุรกิจทางวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ เพื่อให้การโฆษณาสินค้าและบริการธุรกิจทางวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ ของสถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ของส่วนราชการและรัฐวิสาหกิจดำเนินไปด้วยความเป็นระเบียบเรียบร้อยและสอดคล้องกับกฎหมาย คณะกรรมการบริหารวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ออกระเบียบไว้ดังต่อไปนี้

ข้อ 1 ระเบียบนี้เรียกว่า "ระเบียบคณะกรรมการบริหารวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ว่าด้วยการโฆษณาสินค้าและบริการธุรกิจทางวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ พ.ศ. 2521"

ข้อ 2 ระเบียบนี้ให้ใช้แก่การโฆษณาทางวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ของสถานีวิทยุกระจายเสียงและสถานีวิทยุโทรทัศน์ของส่วนราชการและรัฐวิสาหกิจ

การโฆษณาสินค้าทั่วไปและบริการธุรกิจ

ข้อ 3 ข้อความ ภาพยนตร์ หรือภาพนิ่งที่ใช้ในการโฆษณาสินค้าและบริการธุรกิจที่จะออกโฆษณาทางวิทยุกระจายเสียงหรือวิทยุโทรทัศน์ ต้องมีลักษณะดังนี้

3.1 ไม่ชักชวนความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดี หรือไม่ก่อให้เกิดการแตกความสามัคคีระหว่างคนในชาติ หรือไม่กระทบกระเทือนต่อสัมพันธไมตรีระหว่างประเทศไทยกับต่างประเทศ

3.2 ไม่หมิ่นชกษาย หรือเป็นการกู่หมิ่นเหยียดหยาม หรือหมิ่นดมบุคคลอื่น หรือสินค้าและบริการธุรกิจอื่น ไม่ว่าจะสินค้าและบริการธุรกิจชนิดหรือประเภทเดียวกันหรือไม่

3.3 ไม่เป็นข้อความสองแง่สองง่ามที่มีความหมายหมิ่นชกษาย หรือเป็นภาพหรือข้อความที่ดูหมิ่นการารวณ

3.4 ไม่เป็นการโฆษณาอย่างสรรพคุณของสินค้าและบริการธุรกิจอันเป็นเท็จหรือเกินความจริง

3.5 ไม่ก่อให้เกิดความรู้สึกหวาดเสียวหรือตกใจแก่ผู้ฟังและผู้ชมโดยทั่วไป

3.6 นำเสียงในการพูดโฆษณาหรือเสียงที่ใช้ประกอบต้องสุภาพ

ข้อ 4 ห้ามโฆษณาสินค้าและบริการธุรกิจที่ขัดต่อศีลธรรมและวัฒนธรรมอันดีงามของไทยหรือก่อให้เกิดภาพพจน์ไปในทางลามกอนาจาร

ข้อ 5 ห้ามโฆษณาสินค้าประเภทอาวุธที่ใช้ในสงคราม

ข้อ 6 ห้ามโฆษณาถึงส่วนตัวของผู้คู่กันมีรายการ โฆษก ผู้ประกาศหรือผู้จัดการ

ข้อ 7 ห้ามอ้างชื่อบุคคลหรือสิ่งซึ่งเป็นเกียรติยศการระของประชาชนเพื่อประโยชน์ในการโฆษณา

การโฆษณาสินค้าพิเศษ

ข้อ 8 การโฆษณาสินค้าพิเศษอันได้แก่ ยา อาหาร เครื่องดื่ม เครื่องสำอาง วัตถุพิษ นอกจากต้องปฏิบัติตามระเบียบการโฆษณาสินค้าทั่วไปและบริการธุรกิจในข้อ 3 แล้วยังต้องปฏิบัติตามกฎหมายว่าด้วยเรื่องนั้น ๆ และระเบียบของคณะกรรมการบริหารวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ในเรื่องดังกล่าว

ข้อ 9 การโฆษณาสินค้าซึ่งเป็นวัตถุออกฤทธิ์ต่อจิตและประสาทตามกฎหมายว่าด้วยวัตถุออกฤทธิ์ต่อจิตและประสาท หรือยาเสพติดให้โทษตามกฎหมายว่าด้วยยาเสพติดให้โทษ จะกระทำมิได้

ข้อ 10 ให้สถานีวิทยุกระจายเสียงและสถานีวิทยุโทรทัศน์ของส่วนราชการและรัฐวิสาหกิจทุกแห่งปฏิบัติตาม และควบคุมให้มีการปฏิบัติตามระเบียบนี้โดยเคร่งครัด หากมีการปฏิบัติผิดระเบียบขึ้นให้ถือว่าเป็นความบกพร่องของสถานีวิทยุกระจายเสียงหรือสถานีวิทยุโทรทัศน์นั้น ๆ ด้วย

ข้อ 11 ให้กองงานคณะกรรมการบริหารวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ ตรวจสอบให้การปฏิบัติเป็นไปตามระเบียบนี้

ข้อ 12 ให้ใช้ระเบียบนี้ตั้งแต่วันที่ 1 กุมภาพันธ์ 2521 เป็นต้นไป

ให้ไว้ ณ วันที่ 16 มกราคม 2521

(ลงชื่อ) พลโทบุญเรือน บัวจรรยา

ประธานกรรมการบริหารวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์



ด่วนมาก
ที่ สร.16๐9/ว.50

คณะกรรมการบริหารวิทย์ุกระเจายเสียง
และวิทย์ุโทรทัศน์

17 กรกฎาคม 2522

เรื่อง การโฆษณาอาหารและยา

เรียน ผู้อำนวยการสถานี นายสถานี หัวหน้าสถานี

สิ่งที่ส่งมาด้วย สำเนาหนังสือกระทรวงสาธารณสุข ด่วนมาก ที่ สส.๐7๐7/1799 ลงวันที่ 18 มิถุนายน 2522
และที่ สส.๐7๐7/285๐ ลงวันที่ 7 มิถุนายน 2522

เนื่องด้วยได้มีประกาศใช้พระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522 และพระราชบัญญัติยา (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2522 ซึ่งมีผลใช้บังคับตั้งแต่วันที่ 14 พฤษภาคม 2522 เป็นต้นไป ในการนี้กฎหมายได้กำหนดให้การโฆษณาอาหารและยาทุกชนิดจะต้องผ่านการอนุญาตจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข ก่อนจึงจะทำการโฆษณาได้ ดังรายละเอียดตามหนังสือที่แนบมาพร้อมนี้

โดยผลของกฎหมายทั้งสองฉบับดังกล่าวนี้ การโฆษณาอาหารและยาทางสถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ จะต้องได้รับอนุญาตจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาแล้วจึงจะทำการโฆษณาได้ ฉะนั้น หากการโฆษณาใดที่ผ่านการตรวจพิจารณาอนุญาตจาก กบว. ไปก่อนแล้ว แต่ยังไม่ได้ผ่านการอนุญาตจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ก็ขอให้สถานีนำโฆษณาอาหารและยานั้น ไปขออนุญาตต่อสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาโดยด่วนต่อไปด้วย และหากมีข้อสงสัยประการใดขอให้สอบถามได้ที่ สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา โทร. 281๐614 โดยตรง

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ และถือปฏิบัติโดยเคร่งครัดต่อไปด้วยจักขอขอบคุณยิ่ง.

ขอแสดงความนับถืออย่างสูง

(นายสุวิทย์ หวังภูษเคนทร์)

กรรมการและเลขาธิการ

คณะกรรมการบริหารวิทย์ุกระเจายเสียงและวิทย์ุโทรทัศน์

กบว. โทร. 2823715

ศูนย์วิทยุโทรทัศน์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ด่วนมาก
ที่ สร.1609/ว.46

คณะกรรมการบริหารวิทยุกระจายเสียง
และวิทยุโทรทัศน์

8 พฤษภาคม 2522

เรื่อง การโฆษณาทางวิทยุโทรทัศน์
เรียน ผู้อำนวยการสถานีวิทยุโทรทัศน์ทุกสถานี
เนื่องด้วย กบว. ได้พิจารณาเห็นว่า การโฆษณาทางวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ ได้มีการโฆษณาไอ้อวดสรรพคุณยาโดยฝ่าฝืนต่อกฎหมายว่าด้วยยาและประกาศของกระทรวงสาธารณสุขอยู่เนือง ๆ โดยเฉพาะการโฆษณาสดซึ่งยากต่อการควบคุมอย่างยิ่ง กบว. จึงได้มีมติคำสั่งห้ามการโฆษณาที่เป็นโฆษณาสดทางวิทยุกระจายเสียงโดยเด็ดขาด ทั้งนี้ตั้งแต่วันที่ 1 มิถุนายน 2522 เป็นต้นไปแล้ว นั้น
ที่ประชุม กบว. เมื่อวันที่ 3 พฤษภาคม 2522 ได้พิจารณาเห็นว่า ในปัจจุบันนี้การโฆษณาที่เป็นการโฆษณาในรายการสด การโฆษณาสด และรายการสดซึ่งบันทึกลงเทปโทรทัศน์นั้น ไม่อยู่ในข่ายต้องผ่านการตรวจพิจารณาของคณะกรรมการตรวจพิจารณาภาพยนตร์ทางวิทยุโทรทัศน์ ทำให้การโฆษณาที่โฆษณาสดมีการฝ่าฝืนต่อกฎหมายว่าด้วยยาและประกาศของกระทรวงสาธารณสุขอยู่เช่นเดิม สมควรจะได้ถือปฏิบัติเช่นเดียวกับวิทยุกระจายเสียง จึงมีมติห้ามไม่ให้สถานีวิทยุโทรทัศน์ทำการโฆษณาที่เป็นโฆษณาสด ทั้งนี้ให้หมายรวมถึงการโฆษณาสดที่บันทึกลงเทปโทรทัศน์ด้วย ทั้งนี้ตั้งแต่วันที่ 1 มิถุนายน 2522 เป็นต้นไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบและกรุณาถือปฏิบัติโดยเคร่งครัดด้วยจักษอบุคคลยิ่ง.

ขอแสดงความนับถืออย่างสูง

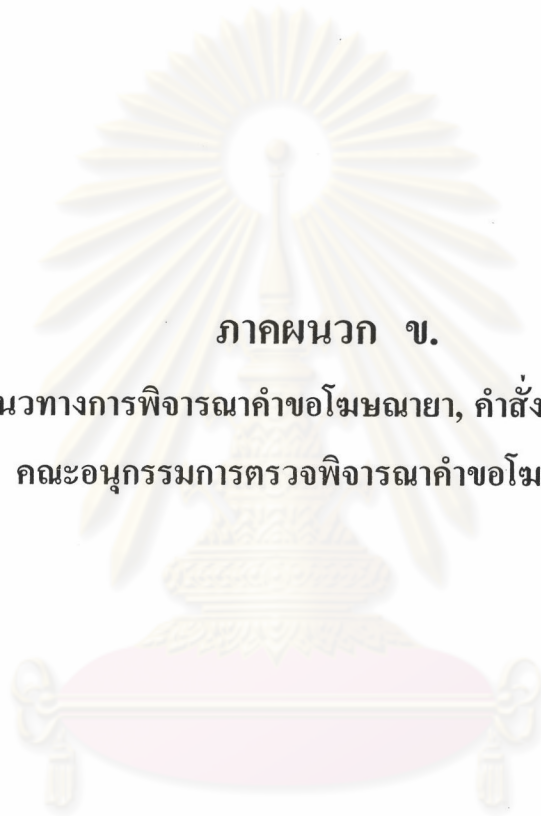
(นายสุวิทย์ หวังภูษเกนทร์)

กรรมการและเลขาธิการ

คณะกรรมการบริหารวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์

กบว. โทร. 2823715

ศูนย์วิทยุทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

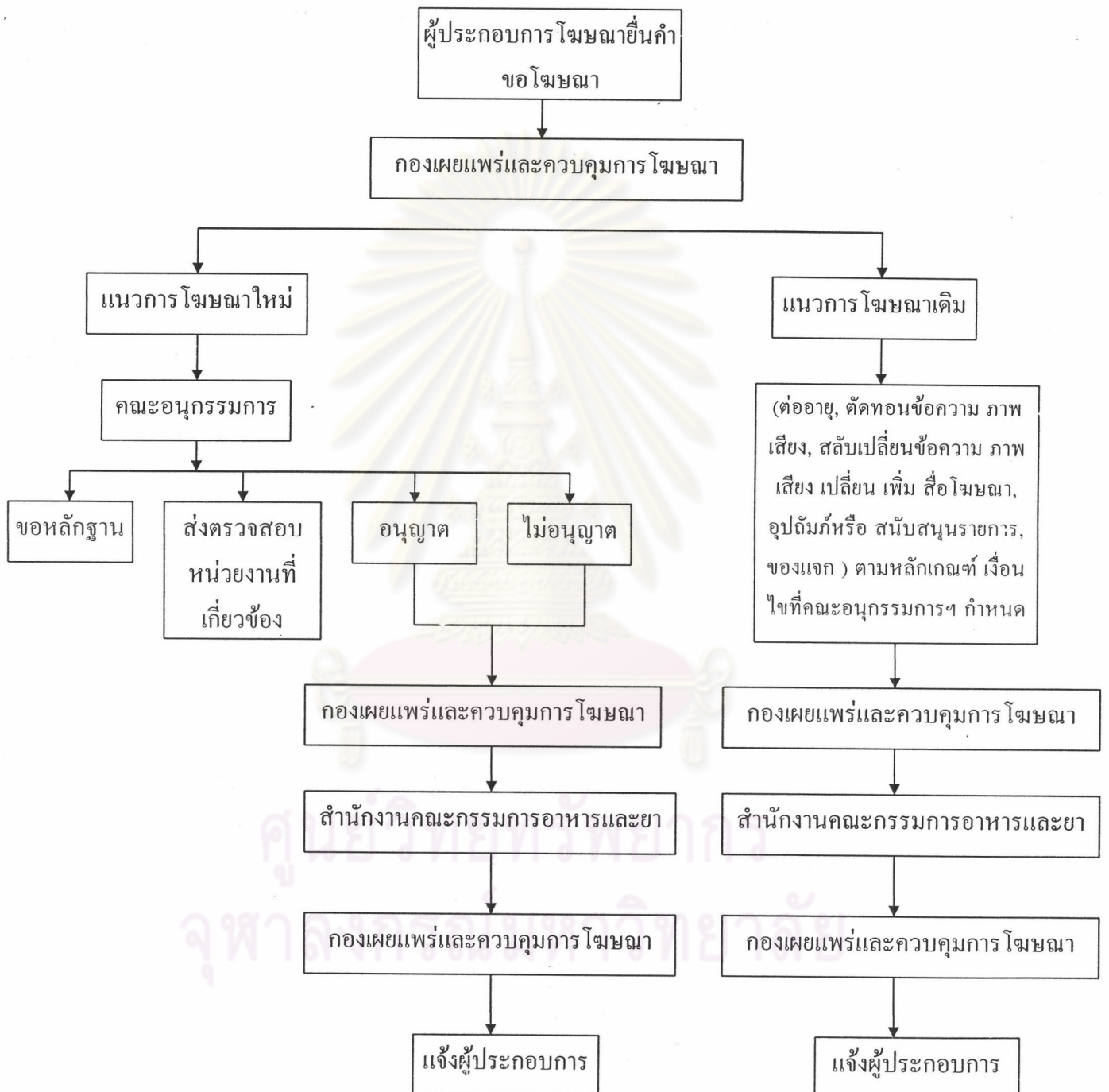


ภาคผนวก ข.

แผนภูมิแนวทางการพิจารณาคำขอโฆษณา, คำสั่ง และองค์ประกอบ
คณะกรรมการตรวจพิจารณาคำขอโฆษณา

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

แผนภูมิเปรียบเทียบแนวทางในการพิจารณาคำขอโฆษณาทางสื่อโฆษณาทั่วไป



คำสั่งแต่งตั้งคณะกรรมการตรวจพิจารณาคำขอโฆษณา

(สำเนา)

คำสั่งคณะกรรมการยา

ที่ 2/2538

เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการตรวจพิจารณาคำขอโฆษณาและผลิตภัณฑ์ที่อยู่ใน
อำนาจหน้าที่ความรับผิดชอบของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา 11 แห่งพระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510และมติคณะกรรมการยาในการประชุมครั้งที่ 7/2537 เมื่อวันที่ 1 ธันวาคม 2537 คณะกรรมการยา จึงมีคำสั่งดังต่อไปนี้

ข้อ 1 ให้ยกเลิก

(1) คำสั่งคณะกรรมการยา ที่ 10/2535 ลงวันที่ 19 มกราคม พ.ศ. 2535 เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการตรวจพิจารณาคำขอโฆษณาและผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในอำนาจหน้าที่ความรับผิดชอบของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

(2) คำสั่งคณะกรรมการยาที่ 3/2536 ลงวันที่ 3 มีนาคม พ.ศ.2536 เรื่อง เปลี่ยนแปลงอนุกรรมการในคณะกรรมการตรวจพิจารณาคำขอโฆษณาและผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในอำนาจหน้าที่ความรับผิดชอบของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

ข้อ 2 ให้แต่งตั้งคณะกรรมการ ชื่อว่า “คณะกรรมการตรวจพิจารณาคำขอโฆษณาและผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในอำนาจหน้าที่ความรับผิดชอบของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา” ประกอบด้วยบุคคลผู้ดำรงตำแหน่งหรือมีรายนามต่อไปนี้

- | | |
|--------------------------------------|----------------------|
| (1) เลขาธิการคณะกรรมการอาหารและยา | เป็นประธานอนุกรรมการ |
| (2) รองเลขาธิการคณะกรรมการอาหารและยา | เป็นอนุกรรมการ |
| ที่ได้รับมอบหมาย | |
| (3) ผู้เชี่ยวชาญพิเศษด้านยา | เป็นอนุกรรมการ |
| สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา | |

- (4) ผู้อำนวยการกองควบคุมยา
สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา หรือผู้แทน เป็นอนุกรรมการ
- (5) ผู้อำนวยการกองสารวัตร
สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา หรือผู้แทน เป็นอนุกรรมการ
- (6) นายกสมาคมโฆษณารัฐกิจแห่งประเทศไทย หรือผู้แทน เป็นอนุกรรมการ
- (7) นายกเภสัชกรรมสมาคมแห่งประเทศไทย หรือผู้แทน เป็นอนุกรรมการ
- (8) ผู้แทนสภาสตรีแห่งชาติโครงการส่งเสริมผู้บริโภคน เป็นอนุกรรมการ
- (9) ผู้แทนกองงานคณะกรรมการบริหารวิทยุกระจายเสียง
และโทรทัศน์กรมประชาสัมพันธ์ เป็นอนุกรรมการ
- (10) ผู้แทนสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค
สำนักนายกรัฐมนตรี เป็นอนุกรรมการ
- (11) นายจ่านงค์ ทองประเสริฐ เป็นอนุกรรมการ
- (12) นายตรี แสงธงทอง เป็นอนุกรรมการ
- (13) นายสว่าง วัชรภรณ์ เป็นอนุกรรมการ
- (14) ว่าที่ ร.ต.วิศิษฎ์ ประวิณวงศ์วุฒิ เป็นอนุกรรมการ
- (15) หัวหน้ากลุ่มนิติการ
สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา
หรือผู้แทน เป็นอนุกรรมการ
- (16) ผู้อำนวยการกองเผยแพร่และควบคุม เป็นอนุกรรมการและเลขานุการ
การโฆษณา สำนักงานคณะกรรมการ
อาหารและยา
- (17) หัวหน้าฝ่ายกำหนดมาตรฐานการ เป็นอนุกรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ
โฆษณา กองเผยแพร่และควบคุม
การโฆษณา สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา
- (18) นักวิชาการอาหารและยา เป็นอนุกรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ
ฝ่ายกำหนดมาตรฐานการโฆษณา
สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

- (19) นักวิชาการอาหารและยา เป็นอนุกรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ
ฝ่ายกำหนดมาตรฐานการโฆษณา
สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา
- ข้อ 3 ให้คณะอนุกรรมการคณะนี้มีหน้าที่ดังต่อไปนี้
- (1) กำหนดหลักเกณฑ์ เงื่อนไข เกี่ยวกับการโฆษณา
 - (2) พิจารณาคำขอโฆษณา

ทั้งนี้ ตั้งแต่วันที่ 1 ธันวาคม 2537 เป็นต้นไป

สั่ง ณ วันที่ 31 มกราคม พ.ศ. 2539

เรือโท วิฑูร แสงสิงแก้ว
(วิฑูร แสงสิงแก้ว)
ปลัดกระทรวงสาธารณสุข
ประธานคณะกรรมการยา

สำเนาถูกต้อง

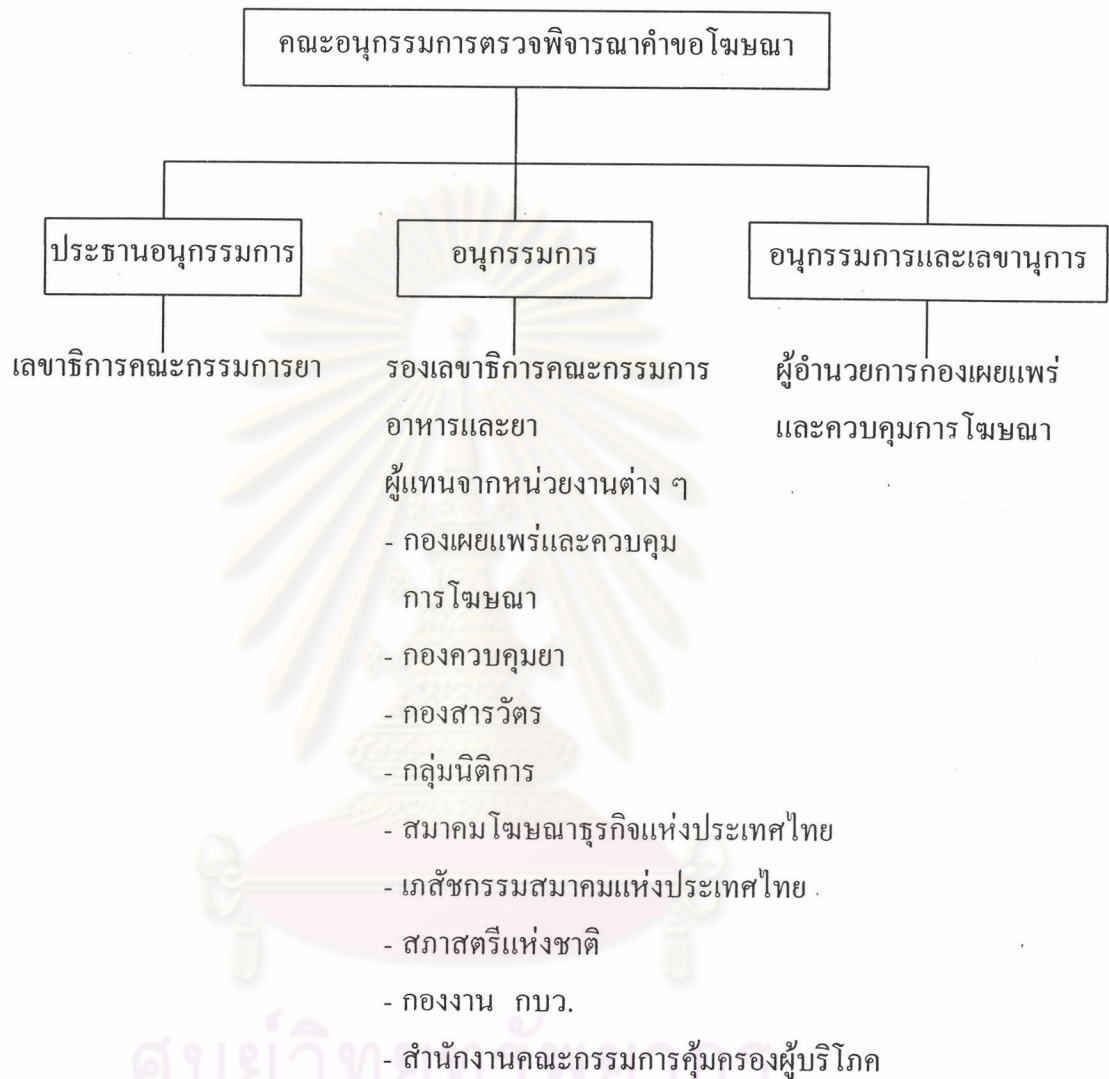
สมปอง/คัต

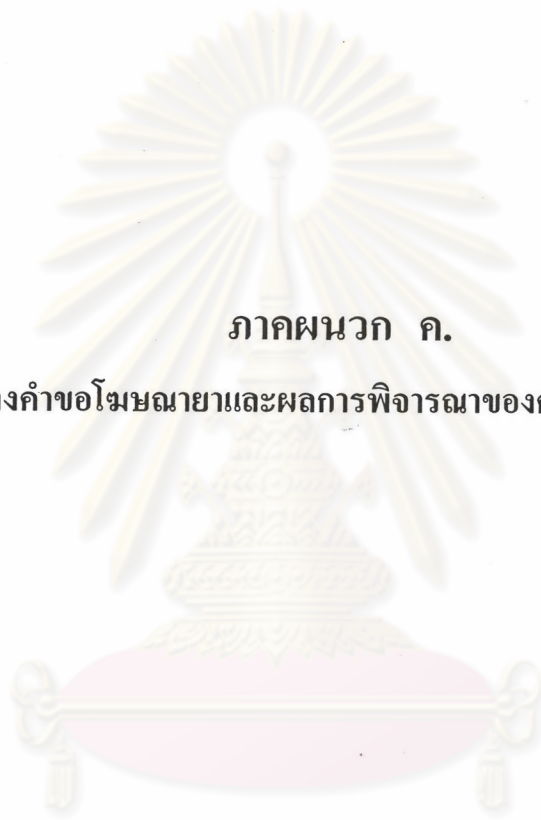
(นางสาวอุษา อังตระกุล)

ผู้อำนวยการด้านอาหารและยา

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

โครงสร้างองค์ประกอบของคณะอนุกรรมการตรวจพิจารณาคำขอโฆษณา





ภาคผนวก ก.

ตัวอย่างคำขอโฆษณาและผลการพิจารณาของคณะกรรมการ

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สงวนลิขสิทธิ์
© 2565
ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ยกตัวอย่างการโฆษณา : โฉวพรรณพญา (มาตรา 88 (1)) รักษาได้อย่างหายขาด ฯ

- | ภาพ | เสียง |
|---|---|
| 1. ภาพได้ทะเลเห็นฝูงปลาว่ายไปมา
ชาย 2 หญิง 2 อายุประมาณ 20 ทั้งหมด
นั่งไม่ไหวคิง สีหน้าอึดอัด หายใจไม่ออก | SFX: เสียงฟองอากาศ |
| 2. ภาพต่อเนื่อง ชายหญิงทั้ง 4 คน ค่อย ๆ หยิบ
วาเบิกซ์ขึ้นมาสูดดม สีหน้าอึดอัดค่อย ๆ คลี่คลาย | เสียงผู้ประกาศชาย: เบิกซ์ ชาคมบรรเทา
อาการหวัด คัดจมูก |
| 3. ภาพนำชายไป บรรยากาศเปลี่ยนเป็นสวน
ธรรมชาติ หมู่สาวทั้ง 4 คน วิ่งเล่นหยอกล้อ
กันอย่างร่าเริง | เสียงเพลงสไต ร่าเริง
SFX: เสียงหัวเราะ |
| 4. ภาพหน้าชายหนุ่มห่อหน้าขาว เบิกซ์ ลงใน
กระป๋องแล้ว เข็มปีลากระโดดออกมา | |
| 5. ภาพ เบิกซ์บรรจุในขวดแก้วใส
พร้อมซูเปอร์ "อา... เบิกซ์" | เสียงผู้ประกาศชาย อา... เบิกซ์ |

๗
X ๗๗๗.๗ ๘๘ (1)

(พิจารณาข้อความที่ไม่ต้องการออก)

ลงชื่อ.....

ผู้ยื่นคำขอ

ศูนย์วิทยุทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



1. เปิดกล้องด้วยภาพใต้ทะเลเห็นฝูงปลาวาฬ
ไปมาชาย 2 หญิง 2 อายุประมาณ 20
ทั้งหมด นิ่งไม่ไหวตึง สีหน้าอึดอัด
หายใจไม่ออก

(SFX เสียงฟองอากาศ)



2. ภาพต่อเนื่องทั้ง 4 ค่อย ๆ หุบ เป็กร์
ขึ้นมาสูดลมสีหน้าอึดอัดค่อย ๆ กลืนกลาย

ANNCR (VO): เป็กร์
ขาดมรรยาท อาการหวัค
กัคจนุก

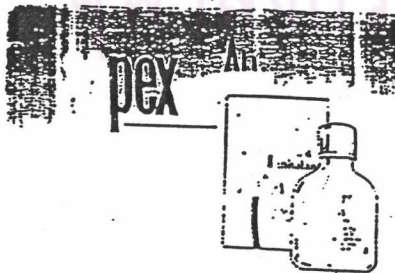


3. น้าคิสไหลที่หายไป บรรยากาศเปลี่ยน
เป็นสวนธรรมชาติ หมู่สาวทั้ง 4 คน
วิ่งเล่นหยอกล้อกัน อย่างร่าเริง

(MUSIC เสียงเพลงสดไส
ร่าเริง (SFX เสียงหัวเราะ)



4. กล้องตัดเป็นภาพโคลสอัพ พระเอกของเรา
ห่ออนขวด เป็กร์ลงในกระเป๋าสื่อ
แต่มีปลาดกระโคคออกมา



5. ตัดเป็นภาพ Pack shot ขวด เป็กร์
พร้อมซูเปอร์ "อาน..." เป็กร์"

ANNCR (VO): อาน... เป็กร์

ยกตัวอย่างการโฆษณา : โอ๊วสรรพคุณยา (มาตรา 88 (1)) รักษาได้อย่างหายขาด ฯ

ใช้ภาษา รูปภาพไม่เหมาะสม ฯ

ข้อความโฆษณาดังต่อไปนี้

- | ภาพ | เสียง |
|--|---|
| 1. ภาพโฆษณาสาวกำลังรายงานการพยากรณ์อากาศ | 1. หญิงสาว: สภาพอากาศวันนี้มีเมฆเป็นส่วนมากกับมีฝน |
| 2. ขณะโฆษณากำลังรายงานเหมือนกับมีมือของใครชกชอกอยู่ภายในเสื้อของโฆษณาสาว | 2. หรือฟ้าคะนอง กระจาย และมีฝนหนักบางแห่ง |
| 3. โฆษณารายงานต่อไป เหมือนไม่มีอะไรเกิดขึ้น | 3. โฆษก : (พูดซ้อนกับเสียงหญิงสาว) ชั่งช้อนอากาศกินไว้ได้ครีมผ้าอีกหรือ |
| 4. การบีบเนื้อยาลงบนมือ | 4. ในเมื่อวันนี้คุณมี: ครีม |
| 5. ภาพผลิตภัณฑ์: ครีม | 5. ยารักษาอาการคันที่เกิดจากเชื้อรากลากเกลื้อน น้ำกัดเท้า |
| 6. โฆษณาสาวพูดปิดท้าย | 6. หญิงสาว: "จบข่าว" |
| 7. ความจริงปรากฏว่ามีมือของหญิงสาวที่วางอยู่บนโต๊ะเป็นมือปลอม | 7. โฆษก: ใช้: ครีม แล้วบอกมือลาอาการคันได้เลย |
| 8. ภาพโลโก้ บริษัท ฯ
SUPER : | |

(ขีดข้อความที่ไม่ต้องการออก)

ลงชื่อ.....ผู้ยื่นขอ
(.....)

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

จิ krim ชุด "Behind the scene" ความยาว 15 วินาที

VIDEO

AUDIO

1. ภาพโฆษกกำลังรายงาน การทบทวนอากาศ



หญิงสาว : "สภาพอากาศวันนี้มี ฝนเป็นส่วนมาก กับมีฝน

2. ขณะโฆษกกำลังรายงาน เหมือนกับมีมือของใคร ชุบๆอีกอยู่ภายในเสื้อของ โฆษกสาว



หรือทำคะนอง กระชาย และมีฝน หนักบางแห่ง"

3. โฆษกรายงานต่อไป เหมือนไม่มีอะไรเกิดขึ้น



โฆษก: (พูดร้อนกับเสียงหญิงสาว) อังซ้อนอากาศคันไว้ได้ร่มค้า อึกหรือ

4. การบีบเนื้อขาลงบนมือ



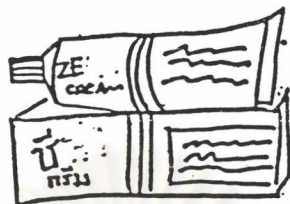
ในเมื่อวันนี้ คุณมี จิ krim

ศูนย์วิจัยสุขภาพกร จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

VIDEO

AUDIO

5.ภาพผลิตภัณฑ์ใช้ ครีม



สาเหตุของอาการคันที่เกิด
จากเชื้อรากลากเกลื้อน น้ำ
กัดเท้า

6.โฆษกสาว พูดปิดท้าย



หญิงสาว : "จบข่าว"




7.ความจริงปรากฏว่ามือของ
หญิงสาวที่วางอยู่บนโต๊ะ
เป็นมือปลอม





โฆษก : ใช้ครีม
แล้วโบกมือลาอาการคันได้เสีย

8.ภาพโลโก้ บริษัทฯ
SUPER

ศูนย์วิทยุโทรภาพกร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บรรยาย	ภาพ	เสียง
① หญิงสาวถือตุ๊กตา MS: หญิงสาวถือตุ๊กตา		โฆษกหญิง: เรื่องเด็ก
② MS: ตุ๊กตาหมีและลูกบอล กระเด็นออกมาจากรูปภาพ		โฆษกหญิง: เป็นตุ๊กตาหมี
MS: ชายของหญิงสาวก้าวออกมา มาจากรูป		โฆษกหญิง: ถ้าเป็นสาวสวยสิรับ

บรรยาย	ภาพ	เสียง
MS: หญิงสาวนั่งบนรถจักรยาน		
MS: มือหญิงสาวถือขวดยาสควิควา		โฆษกหญิง: สควิควา

หญิงสาวที่มายุ้มพูดแล้วเดินจากไป



หญิงสาว: ว่าไงจ๊ะ.....น้องสาว

หรือ : เด็กๆคะ.....โตแล้วละ

หรือ : เด็ก ๆหลบไป

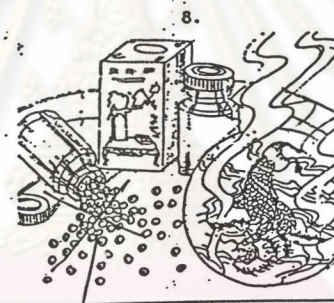
5) CU : ผลิตภัณฑ์ยาสตรี



โฆษณาหญิง : ยาสตรี เป็นยา-
สมบรูณ์และปลอดภัย มีสรรพคุณ
บำรุงร่างกาย เจริญอาหาร บำรุงโลหิต

มีภาพ: รองรับโฆษณา

6) CU : ผลิตภัณฑ์ยาสตรี มี LOGO
และโลโก้วิ่งเข้ามาจากขอบเฟรม
ด้านขวา



โฆษณาหญิง : เจ้าของเดียวกับยา-
วิเศษตัวนี้

มีภาพ: รองรับโฆษณา

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ยกตัวอย่างการโฆษณา : สรรพคุณยาเป็นเท็จหรือเกินความจริง (มาตรา 88 (2))

- | <u>ภาพ</u> | <u>ข้อความ</u> |
|--|--------------------------|
| 1. ภาพมุมเงย เห็นผู้ชายคนหนึ่งกำลังออกกำลังกาย | |
| 2. ชายคนเดิมมองขา กล้องแทนสายตาดิ่งลงมา | |
| 3. ชายคนเดิมยกเข้า กล้องแทนสายตาลอยห่างออกไป | |
| 4. ชายคนเดิมเตะ กล้องแทนสายตาลอยออกไป | |
| 5. ขี่บิลลอย | |
| 6. ขี่บิลลอยเข้าไปในตาข่าย | |
| 7. LOGO ยาดองเหล้า | MVO : ยาดองเหล้า |
| 8. PACK SHOT ยาดองเหล้า | ชนิดน้ำ(ขวด) MVO : |
| SUPER:ยาดองเหล้า | |
| 9. SUPER:ส่วนประกอบด้วยยาสำคัญ | |
| โกฐเชียง ลูกแร้ว โกฐหัวบัว ผ่าง โป๊ยกิ่ง | |
| 10. เห็นผู้ชายคนเดิมในเฟรม | |
| (ชี้ค้ำข้อความที่ไม่ต้องการออก) | |
| X | ลงชื่อ _____ ผู้ยื่นคำขอ |

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ประเภทของเครื่องดื่ม: 15. 200. 40. 500.



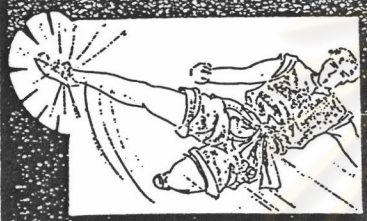
1.ภาพ : ภาพเคลื่อนไหว เป็นสื่อที่ถ่ายทอดความรู้สึกได้รวดเร็ว



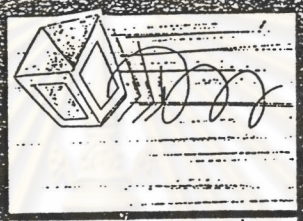
2.ภาพ : ภาพเคลื่อนไหว สื่อถึงเหตุการณ์ปัจจุบัน



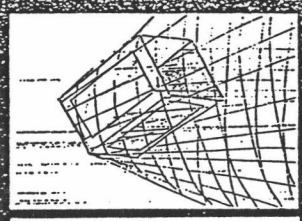
3.ภาพ : ภาพเคลื่อนไหว สื่อถึงเหตุการณ์ปัจจุบัน



4.ภาพ : ภาพเคลื่อนไหว สื่อถึงเหตุการณ์ปัจจุบัน



5.ภาพ : 3D Model



6.ภาพ : สื่อที่นำเสนองาน



7.ภาพ : 1000 ภาพเคลื่อนไหว
MO : ภาพเคลื่อนไหว



8.ภาพ : PACK SHOT ภาพเคลื่อนไหว (รวม)
SUPER : ภาพเคลื่อนไหว
MO : ภาพเคลื่อนไหว

ส่วนประกอบตัวอักษร
โครงสร้าง ลักษณะ
การจัดวาง
ฟอนต์

9.SUPER: ลักษณะของตัวอักษร
โครงสร้าง การจัดวาง ฟอนต์



10.ภาพ : เป็นสื่อที่นำเสนอ

ส่วนประกอบตัวอักษร

ยกตัวอย่างการโฆษณา : สรรพคุณยาอันตราย (มาตรา 88 (6))

ข้อความโฆษณาดังต่อไปนี้

ภาพ	เสียง
1. กระต่ายมาชมสวน	1. ผมกระต่ายน้อยมาแล้วครับ
2. ต่อเฟื่อง กระต่ายอยู่ในสวน	2. SFX ตุซ.....ผลไม้ ชम्म นมเหย ของอร่อยๆ มีประโยชน์ทั้งนั้น
3. กระต่ายบนต้นไม้ตระกร้า	3. เพื่อสุขภาพร่างกายที่แข็งแรง
4. กระต่ายถือผลไม้ที่ฝร่อยกัด	4. ควรกินอาหารที่มีประโยชน์ครบถ้วน
5. กระต่ายวิ่งเข้า PACK พร้อมซูเปอร์ "วิตามิน เปรอ เคี้ยว"	5. วิตามินเปรอ เคี้ยว ช่วยบำรุง ร่างกาย ในรายที่ขาดวิตามินรวม วิตามินเปรอ เคี้ยว กลิ่นหอม รสหวาน

ทุกวัย 1 ขวบ ถึง 3 ขวบ
1 เมล็ด วิตามิน 400 IU.
: 1 เมล็ด วิตามิน > 400 IU. *เพิ่มวิตามิน*

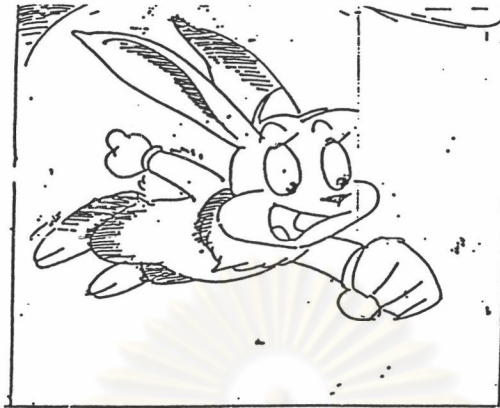
X ช่วง 1 ม.ร. (6)

(ขีดข้อความที่ไม่ต้องการออก)

ลงชื่อ.....ผู้ยื่นขอ
(.....)

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาพ
รายละเอียดในส่วน



เสียง
1. มนกระต่ายน้อยหันหน้าแล้วทัก

ฉากต่าง
รายละเอียดในส่วน



2. SFX. เสียง.....
ผลไม้อะไรๆ หน่อกิ่ง
ดอกไม้รอบ ๆ มีประโยชน์
ทั้งนั้น

รายละเอียด
เหตุการณ์

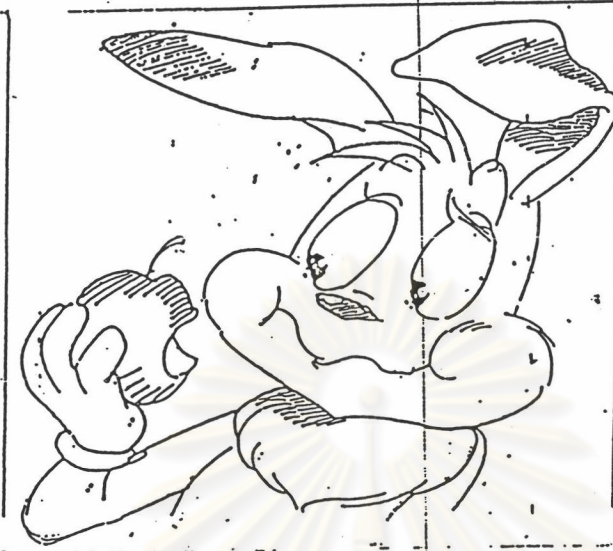


3. เพื่อสุขภาพร่างกาย
ทั้งนี้ทั้งนั้น

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาพ

4. กระต่ายผลไม้
ที่มีรอยกัด



เสียง

4. ความกินอาหารที่มีประโยชน์
ครบถ้วน

5. กระต่ายวิ่งเข้า
PACK พร้อม
คู่เปอร์-วิตามิน
เปอริ
เคี้ยว



5.วิตามิน
เปอริ เคี้ยว
ช่วยบำรุงร่างกาย ในราย
ที่ขาดวิตามินรวม วิตามิน
เปอริ เคี้ยว
กลิ่นหอม รสหวาน

มหาวิทยาลัยพยาบาล
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ยกตัวอย่างการโฆษณา : ส่วนประกอบเป็นเท็จ เกินจริง

สพตวิทย์ 30 วินาที รุ่ง-สวย

ยาระบาย... ของบริษัท คีน. จำกัด
ยาจากสมุนไพร ปราศจากสารเคมี ไม่มีวัตถุกันเสีย
ช่วยให้อุจจาระนุ่ม ไม่ระคายเคือง แก้กท้องผูก ช่วยขับลม
ลดอาการแน่นท้องเสีย ~~บรรเทาอาการท้องอืด ท้องผูก~~
~~ท้องอืดท้องเฟ้อ และ สบายตัว~~

มะขามแขกสกัด ผ่านกรรมวิธี SPRAY DRY ^{ไม่ต้องใช้วัตถุกันเสีย}
ประกอบด้วยสารสกัดจากใบและฝักมะขามแขก ^{เป็นสีน้ำตาล}
มีขนาดอนุภาคเล็ก ^{SPRAY DRY} ผลิตจากโรงงาน
ยา 1 แผง มีผลล 3.5 กรัม รับประทานสมุนไพร 10 กรัม ^{น้ำหนัก: 8 เม็ด มีขมิ้นผง 400 มก.}
รับประทานครั้งละ 2 เม็ด ควบคู่กับน้ำอุ่น

บรรจุในแผงอะลูมิเนียมฟอยล์ ทนสัมผัส พกพาไปได้สะดวก
ปกป้องยาจาก แสง ความชื้น และสิ่งปนเปื้อน
เก็บรักษาง่าย ไม่เสียหาย
เภสัชภัณฑ์จากธรรมชาติ มาตรฐานคีน
คีน. ก่อตั้งเมื่อ พ.ศ. 2444

ภาพผลิตภัณฑ์ต้องชัดเจนและถูกต้อง
ตรงตามที่ได้รับอนุญาต
จากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา
(จัดมาข้อความที่ไม่ต้องการออก)

ลงชื่อ _____ ผู้ยื่นคำขอ
(_____)

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ยกตัวอย่างการโฆษณา : โฉมหน้า ชักชวน ชักจูงใจ ให้ซื้อหรือใช้ยาหรือเป็นของขวัญ

ข้อความโฆษณาดังต่อไปนี้

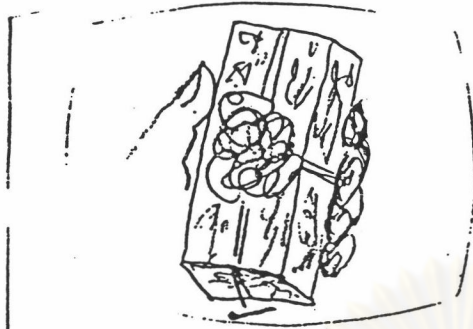
- 1 ภาพ - มือที่ถือกล่องของขวัญอยู่
เสียง - คนตรี สร้างบรรยากาศเบาๆ
- 2 ภาพ - หลาน กำลังพูด
เสียง - คุณปู่และคุณย่า
(เสียงปู่และกระซิบของของขวัญ)
- 3 ภาพ - สีหน้าของปู่ที่กำลังแกะกล่อง แสดงความยินดี
เสียง - คนตรี สร้างความประทับใจ
- 4 ภาพ : - กล่องโสม ในมือของปู่
เสียงปู่ - " โสมเกาหลีสัก หมมู่กำลังคิดว่าจะไปซื้อมาอยู่เชียว"
- 5 ภาพ - หน้าหลานที่ภาคภูมิใจ
เสียงหลาน - " คุณพ่อก็บอกซะ . . . ว่าต้องดูใจคุณปู่แน่ ๆ เลย.."
เสียงปู่ - ". . . ะ ๆ รู้ไหม ดูใจย่าของหลานด้วยเหมือนกัน.."
- 6 ภาพ - ตัวหนังสือบนกล่องยาใหญ่เต็มจอ แล้วกว้างออกจนเห็นสินค้า
สักครู่ซ้อนตัวหนังสือชื่อบริษัท
วางอยู่ให้เห็นทั้ง 2 ชนิด
- 7 ภาพ - ตัวหนังสือบนกล่องยา
" บริษัท : จำกัด"

- โทร, แฟกซ์
8 เสียง } - บริษัท จำกัด เป็นผู้แทนจำหน่ายในประเทศไทย
ภาพ } โทรทัศน์ แฟกซ์

(ขีดฆ่าข้อความที่ไม่ต้องการออก)

ลงชื่อ.....ผู้ยื่นคำขอ
(.....)

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



1 ภาพ - มือที่ถือกล่องของชวีชัย

เสียง - กนที สร้างบรรยากาศเบา ๆ



2 ภาพ - หลาน กำสั่งทท

เสียง - ทุ้มๆ แทะๆ
(เสียงทุ้มและกระซิบของชวีชัย)



3 ภาพ - สีหน้าของปู่ที่กำสั่งแทะกล่อง แสดงความยินดี

เสียง - กนที สร้างความประทับใจ



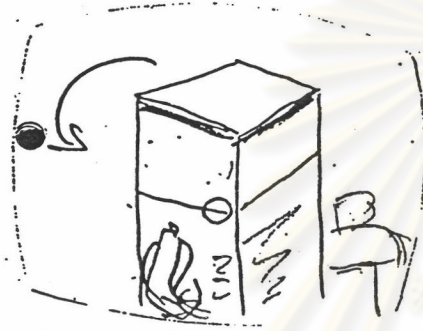
4 ภาพ - กล่องโสม ในมือของปู่

เสียงปู่ - " โสมเกาหลีสกัด " " แหน่ปู่กำสั่งสิ
ว่าจะไปซื้อมาอยู่เร็ว "



5 ภาพ - หน้าหลาแต่ตากภูมิใจ

เสียงหลา- " คุณพ่อก็บอกอะ...ว่าท้องถูกใจคุณปู่แน่ ๆ เลย.."
เสียงปู่ - "...อะ ๆ ไร่ใหม่ ถูกใจย่าของหลานทวยเหมือนกัน.."



6 ภาพ - ทิวหนังสือบนกล่องยาใหญ่เกินไปจอ แล้ววางออกจนเวิ
สินค้า ... ความอยู่เย็นที่ถึง 2 นาที สักกรุ้ขอ
ทิวหนังสือชื่อบริษัท ๆ



7 ภาพ - ทิวหนังสือซองกล่องยา
" บริษัท จำกัด

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ยกตัวอย่างการโฆษณา : มีการร้องรำทำเพลง

ข้อความโฆษณาข้างต่อไปนี้

ภาพ

เสียง

~~นักร้องเพลง~~ นอนตะแคงนอนเอียง นอนจะกลิ้งให้เร็วนอน
~~นอนแล้วจึงหันที~~ อย่าให้มีเพกกีโยโค

~~น่านจะคอยหัดหรืออยู่ใกล้~~

ผู้ประกาศ : อย่าปล่อยให้การโง่เป็นต้นเหตุ
ของความไม่สงบสุข
ผู้คิดค้น/ผู้ขายยาโร
ผู้มีศรัทธาทั่วเพนอิน
ช่วยบรรเทาอาการไอทั้งแบบมีเสมหะ
และผู้ไม่มี

(นี่คือข้อความที่ไม่ต้องการออก)

~~นักร้องเพลง~~ เชื้อ...นอนตะแคงนอนเอียง
ผู้ประกาศ : ขามบรรเทาอาการไอโร

ลงชื่อ.....ผู้ยื่นคำขอ

(.....)

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ยกตัวอย่างการโฆษณา : รับรองหรือยกย่องสรรพคุณยาโดยบุคคลอื่น

ภาพ

- 1. ชาย 1 ในชุดสูทหันหน้าสู่กล้อง
- 2. ชาย 1 เดินหุค
- 3. ชาย 1 นั่งลงที่โต๊ะทำงาน

ซูเปอร์ แอน มีคัลยา อะลูมิเนียม ไฮดรอกไซด์

- 4. ชาย 1 เปิดสวิทช์ เห็นหลอดรอกซ์ที่จอกภาพ
- $Al(OH)_3 + 2mgO \cdot 3SiO_2 \cdot H_2O$
 $Al(OH)_3 + 2MgO \cdot 3SiO_2 \cdot xH_2O$
 ซ้อนอักษร อนุพันธ์ของอะลูมิเนียม และแมกนีเซียม

ซูเปอร์ แมกนีเซียม ไทโรซิลิเคต, คาโอลิน

- 5. ซ้อนอักษรในภาพ

- 6. ภาพต่อเนื่องจอกภาพแผงยา และ กล่องยาแอน.

ซูเปอร์ โลโก้เครื่องหมาย บริษัท จำกัด โฆษกชาย ไซ้ แอน

บทกวี : การแต่งกวีต้องไม่ทำให้เข้าใจว่าเป็นนกลลการทบทวนบทกวี

๑. บทกวีที่แต่งต้องไม่เหมือนห้องปฏิบัติการทางวิทยาศาสตร์

(ชี้ค้ำข้อความที่ไม่ต้องการออก)

เพผลิตภัณฑ์คือ ทุนเงินและถูกต้อง
ตรงตามที่ได้ร้คนกภาพ

เสียง

ชาย 1 โรคกระเพาะอาหารเกิดจากหลายสาเหตุ

ชาย 1 ยารักษาโรคกระเพาะแอน

ชาย 1 มีคัลยา อะลูมิเนียม ไฮดรอกไซด์

ชาย 1 แมกนีเซียม ไทโรซิลิเคต, คาโอลิน

โฆษกชาย แอน ยาลดกรด และ เคลือบแผล
ในกระเพาะ

โฆษกชาย ห้องอึก จุกเสียดแน่น

ลงชื่อ..... ผู้ยื่นคำขอ

(.....)

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาพ 1 ชาย 1 ไปดูที่ศูนย์ขายสินค้า
 ภาพ 2 ชาย 1 ไปที่ศูนย์ขายสินค้า
 ภาพ 3 ชาย 1 นั่งอยู่ที่โต๊ะทำงาน
 ภาพ 4 ชาย 1 มีถ้วย และถ้วยน้ำ โครบอลไฟ
 ภาพ 5 ชาย 1 มีถ้วย และถ้วยน้ำ โครบอลไฟ

ภาพ 6 ชาย 1 เปิดฝาบัตร เป็นชุดบรรจุภัณฑ์อาหาร
 $Al(OH)_3 + 2MgO \cdot 3SiO_2 \cdot xH_2O$
 ศูนย์ขายสินค้า
 ภาพ 7 ชาย 1 มีถ้วย และถ้วยน้ำ โครบอลไฟ

ภาพ 8 ชาย 1 มีถ้วย และถ้วยน้ำ โครบอลไฟ

ภาพ 9 ชาย 1 มีถ้วย และถ้วยน้ำ โครบอลไฟ

1. ... $Al(OH)_3 + 2MgO \cdot 3SiO_2 \cdot xH_2O$...
2. ... $Al(OH)_3 + 2MgO \cdot 3SiO_2 \cdot xH_2O$...
3. ... $Al(OH)_3 + 2MgO \cdot 3SiO_2 \cdot xH_2O$...

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ยกตัวอย่างการโฆษณา : แสดงความทุกข์ทรมาน ฯ

ภาพ	ข้อความ
1. ชายหนุ่มกำลังตอกตะปูเฟลอคิวหันหน้ามา	MVO: อุบัติเหตุป้องกันได้
2. เด็กคนหนึ่งไม่หันระวังตัวเฟลอคิวเหยียบลงบน สเก็ตบอร์ดที่วางทิ้งไว้	MVO: —
3. เด็กคนเดิมใน SCENE ที่ 2 ลื่นล้ม (ภาพจะ FREEZE ไว้ไม่แสดงอาการทุกข์ทรมาน)	MVO: แต่หากไม่ระวังแบบนี้
4. CU. ที่มือของชายหนุ่มขณะตอกตะปู (ภาพจะ FREEZE ไว้ไม่แสดงอาการทุกข์ทรมาน)	MVO: อาการปวด อักเสบ พกซ์ บวม อาจเกิดขึ้น
5. CU. มือหยิบหลอดยาออกจากกล่องยา เยล	MVO: บรรเทาด้วย —เยล
6. ขณะจับยาลงบนผิวหนัง (มีสักบนปกมือ)	MVO: มีตัวยาสำคัญ 3 ชนิดคือ
7. CU. ที่เฟรม มีตัวหนังสือปรากฏขึ้น SUPER: ซึมเข้าสู่ผิวหนังได้ง่าย เอสซัน เอสซันโซเดียมและ โดเอทิลเอมีน ซาลิไซเลต	MVO: เอสซัน เอสซันโซเดียมและ โดเอทิลเอมีน ซาลิไซเลต
8. ชายหนุ่มแสดงความรัก-ห่วงใยเด็ก	MVO: —
9. PACK SHOT ของยา SUPER: —เยล คลายปวด อักเสบ พกซ์ บวม	MVO: —เยล คลายปวด อักเสบ พกซ์ บวม

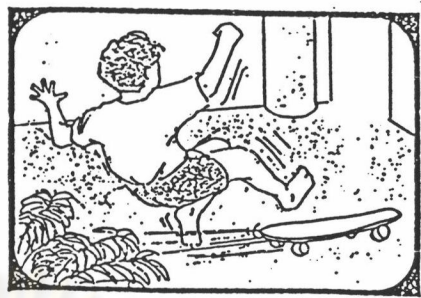
ภาพวินิจฉัยและ
ตรวจความถี่ได้รับอนุญาต

ลงชื่อ _____ ผู้ยื่นคำขอ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



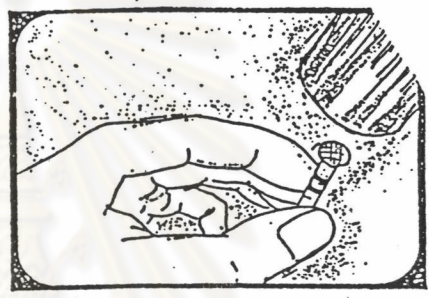
1. ชายคนหนึ่งกำลังตกตะลึงเมื่อได้เห็นหน้ามา
MVO: ชูดี! เพชรปองกันไว้



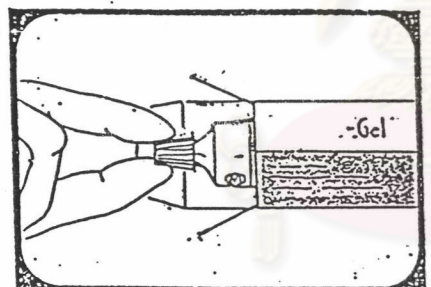
2. เด็กคนหนึ่งไม่ทันระวังตัวเมื่อเห็นรถลงถนน
สเก็ตบอร์ดก็ร่วงตึงไว้
MVO: —



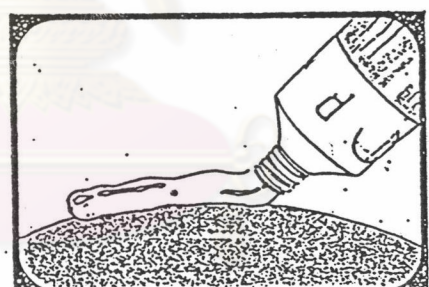
3. เด็กคนเดิมใน SCENE ที่ 2 ขึ้นเตียง (ภาพ FREEZE ไว้ในผลอากาศที่ขุ่นหม่น)
MVO: อากาศขุ่น อึกเสบ พักช้า



4. CU. มือของชายคนหนึ่งขณะตกตะลึง (ภาพ FREEZE ไว้ในผลอากาศที่ขุ่นหม่น)
MVO: อากาศขุ่น อึกเสบ พักช้า



5. CU. มือหนึ่งหลุดออกจากกล่องยา
MVO: ชูดี!
MVO: ขวดเพลาด้วยเพลา-เลน



6. ขณะบีบยาจากหลอดหนึ่ง (มีสีลมทวนเพลา)
MVO: มีสีขาวสลับ 3 ชุดติดๆ

ซิมเข้าสู่วิวหนึ่งได้ง่าย

โทนี่ ซิม พง

ไอเอสอาร์ - ไอเอสอาร์ ซิมเค็ม และ ไอเอสอาร์ - ซิมเค็ม

7. CU. ดีเฟน มีส่วนหนึ่งคือปากกูดื่น
SUPER: ซิมเข้าสู่วิวหนึ่งได้ง่าย โทนี่ ซิม พง
ไอเอสอาร์ ไอเอสอาร์ ซิมเค็ม และ
ไอเอสอาร์ - ไอเอสอาร์ ซิมเค็ม
MVO: ไอเอสอาร์ ไอเอสอาร์ ซิมเค็ม และ
ไอเอสอาร์ - ไอเอสอาร์ ซิมเค็ม



8. ชายคนหนึ่งแสดงความรัก-ห่วงใยเด็ก
MVO: —

-เยล

คัลยาปอด อึกเสบ ฟักช้า บวม

9. PACK SHOT ของยา: -เยล
SUPER: -เยล
คัลยาปอด อึกเสบ ฟักช้า บวม
MVO: -เยล คัลยาปอด
อึกเสบ ฟักช้า บวม

ยกตัวอย่างการโฆษณา : มีข้อความไม่ครบถ้วน ตรงตามเกณฑ์ ๑




ภาพ	เสียง
1. ภาพอักษรคำว่า "แผล"	1. โหมยก เป็นแผล
2. ภาพอักษรคำว่า "ผี"	2. ผี
3. ภาพอักษรคำว่า "ผิวหนังอักเสบและมีหนอง"	3. ผิวหนังอักเสบ มีหนอง
4. ภาพกล่องยา - มีขิ้น ชนิดออกซิเจน	4. นึกถึง! - มีขิ้น ชนิดออกซิเจน
5. ภาพกล่องยา - มีขิ้น ชนิดออกซิเจน	5. - มีขิ้น ชนิดออกซิเจน มีตัวยาทรรวไรกลืน
ซูเปอร์ - มีขิ้น ชนิดออกซิเจน มีตัวยาทรรวไรกลืน	
รักษา แผล ผี ผื่นผิวหนังอักเสบและมีหนอง	

- หมายเหตุ
1. ทั้งอักษรและเสียงต้องมีความยาวเท่ากันตลอดข้อความ
 2. การออกเสียงชื่อยา ต้องออกเสียงดังสม่ำเสมอจนตลอดข้อความ

ภาพผลิตภัณฑ์เครื่องซักเงินและถูกต้อง
ตรงตามที่ได้รับอนุญาต
จากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา
(มีข้อความที่ไม่ต้องการออก)

ลงชื่อ.....ผู้ยื่นขอ

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

CUT	ACTION	VIDEO	AUDIO	SEC.
1.	ภาพอักษรคำว่า "แผล"		โฆษก เป็นแผล	
2.	ภาพอักษรคำว่า "สี"		สี	
3.	ภาพอักษรคำว่า "ผิวหนังอักเสบ และ มีหนอง"		ผิวหนังอักเสบ มีหนอง	
4.	ภาพกล่องยา มัยซิน ซินค คอยมท์ เมนท์		นิกดิง มัยซิน ซินค คอยมท์ เมนท์	
5.	ภาพกล่องยา มัยซิน ซินคคอยมท์ เมนท์ ซูเปอร์ มัยซินซินคคอยมท์ เมนท์ รักษาแผล สี ผิวหนังอักเสบ และมีหนอง		มัยซินซินคคอยมท์ เมนท์ <u>มีทั้งขนาดกรากลิ้น</u>	

เสียง

ชาย : คนได้มีใครมั่งไม่รู้จักหนังสือคน มื่อใครมั่งไม่เคยแถโนธา รองเง็ง
มีใครไม่เคยกินสะคอกกับน้ำบูคู ข้องคูนเคย...ทั้งเพ
คูนพอ ๆ กับ จัย ไม่บาย...เป็นไข... จัย... จัย (หัวเราะ)

VO. ชาย : ใจยาของคนไทย
ใจ แอสไฟริน
อ่านคำเดือนทุกครั้งก่อนใช้ยา
ไม่ควรใช้ยานี้บรรเทาอาการปวดเมื่อย เนื่องจากการทำงานหนัก
ควรรับประทานยาหลังอาหารทันที แล้วดื่มน้ำตามมาก ๆ
ทศ: ไร่จาวีร์มลิ้มศรีราวีอรองมันเนา

(จีคฆ่าข้อความที่ไม่ต้องการออก)

ลงชื่อ.....ผู้ยื่นคำขอ

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ประวัติผู้เขียน

นางสาวเขาวเรศ อุปมายันต์ เกิดเมื่อวันที่ 23 สิงหาคม พ.ศ. 2509 สำเร็จการศึกษา
เภสัชศาสตรบัณฑิต จากคณะเภสัชศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และเข้าศึกษาต่อในหลักสูตร
สูตริเทคโนโลยีศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในปีการศึกษา
2537

ประสบการณ์ในการทำงาน เริ่มต้นจากการประกอบอาชีพรับราชการในตำแหน่งเภสัชกร
โรงพยาบาลเกษตรสมบูรณ์ จังหวัดชัยภูมิ ต่อมาโอนเข้ามารับราชการในตำแหน่งนักวิชาการ
อาหารและยา กองควบคุมวัตถุเสพติด สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

ปัจจุบันทำงานในตำแหน่ง เจ้าหน้าที่วิเคราะห์นโยบายและแผน กองวิชาการ สำนักงาน
คณะกรรมการอาหารและยา



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย