

## บรรณานุกรม

### ภาษาไทย

- กรมพล ทงธรรมชาติ และคณะ. "การทำงานในระบบคณะกรรมการ" ในผลงานวิจัย ด้านการบริหารงานบุคคลในราชการพลเรือน(2523-2526)เนื่องในโอกาสวันข้าราชการพลเรือน ทิพาวดี เมฆสวรรค์. บรรณาธิการ. กรุงเทพฯ บริษัทประชาชนจำกัด. 2527.
- กุลพล พลวัน. สิทธิมนุษยชนกับสหประชาชาติ. กรุงเทพฯ. ศูนย์บริการเอกสารกรมอัย 2527.
- เฉลิมพร อุ่นแก้ว. "เสรีภาพสื่อมวลชนภายใต้กรอบแห่งกฎหมายไทย." วิทยานิพนธ์ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ 2534.
- ชัญญี กาญจนอุไรโรจน์. "โฆษณา..น้ำผึ้งหรือยาพิษ" สื่อมวลชนปริทัศน์ 4, 16 (2533) หน้า 29.
- ดวงฤดี รัตนโอฬาร. "บทบาทของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ในการควบคุมดูแลการโฆษณาทางสื่อมวลชน" , วิทยานิพนธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2535.
- จารุเรศ ภาศโอสถ. "บทบาทและหน้าที่ของคณะกรรมการบริหารวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ : ศึกษาเฉพาะคณะกรรมการตรวจพิจารณาภาพยนตร์ ทางวิทยุโทรทัศน์" วิทยานิพนธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 2535.
- บุญเลิศ ศักดิ์สิลก. สิทธิการสื่อสารในประเทศไทย ชุดศึกษาวิจัย พัฒนาการสิทธิมนุษยชนในประเทศไทย สถาบันไทยคดีศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ก.ค.2527
- ประสาน พงษ์ประสูร. "ผลกระทบของการควบคุมการโฆษณาของรัฐต่อการผลิตโฆษณาทางโทรทัศน์ในประเทศไทย" วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการตลาด บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2525.
- ประชาสัมพันธ์, กรม. กฎหมายและระเบียบที่นำไว้ในวงการสื่อสารมวลชน กรุงเทพฯ 2530.

- ปาริฉัตร มั่นคง. "ทัศนคติของวัยรุ่นที่มีต่อโฆษณาและสินค้าในโฆษณาที่แสดงออกเกี่ยวเนื่องกับกามารมณ์" วิทยานิพนธ์คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ 2534.
- ธงชัย สันติวงษ์. องค์การและการบริหาร. ไทยวัฒนาพานิช, กรุงเทพฯ, 2533. ธรรมศาสตร์, มหาวิทยาลัย. สื่อมวลชนในสังคมไทย สถานภาพและแนวโน้มในทศวรรษ 1990 เอกสารประกอบการสัมมนา คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน 30-31 ม.ค.- 1 ก.พ. 2534
- พรสุรีย์ ณะศรีสีบัวงค์. "กระบวนการคัดเลือกข่าวโทรทัศน์ : ศึกษาเฉพาะกรณี สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 " วิทยานิพนธ์ คณะนิเทศศาสตร์ สาขาสื่อสารมวลชน จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย พ.ศ. 2535.
- มนูญ แสงหิรัญ. การโฆษณา ความหมายและการสร้างงานโฆษณา, ส.ค. 2522.
- ระเด่น ทักขณา. "จริยธรรมของนักโฆษณาและนักประชาสัมพันธ์" ในเอกสารการสนทนา ชุติวิชา กฎหมายและจริยธรรมสื่อมวลชน (กรุงเทพฯ: สาขานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 1021-1030.
- วุฒิ พงศ์ชัชวาล. "ทัศนคติของนักโฆษณาเกี่ยวกับบทบาทของโฆษณาต่อการพัฒนาสังคม" วิทยานิพนธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย พ.ศ. 2533.
- สมสุข หินวิมาน. "วิฤกษ์กระจายเสียงแห่งประเทศไทยกับการสร้างความชอบธรรมของรัฐ : วิเคราะห์รายการข่าวภาคถ่ายทอด" วิทยานิพนธ์ คณะนิเทศศาสตร์ ภาควิชาการสื่อสารมวลชน 2534.
- สมศักดิ์ คุณเงิน และคณะ. รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2534 สำนักพิมพ์วิญญูชน, กรุงเทพฯ พ.ศ. 2534.
- สรพรหิรี วิริยศิริ. "สู่ความสำเร็จกับชายที่ชื่อ สรพรหิรี วิริยศิริ" 24ปี การก่อตั้ง สมาคมโฆษณา 1990 กรุงเทพฯ, 2533: 26-28
- สุชาดา ประเสริฐ. เกณฑ์มาตรฐานการพิจารณาอนุญาตโฆษณาผลิตภัณฑ์ อาหาร ยา และ เครื่องมือแพทย์, ฝ่ายกำหนดมาตรฐานการโฆษณา กองเผยแพร่และควบคุมการโฆษณา สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข, พฤษภาคม 2535.

- สุรพงษ์ โสธนะเสถียร. การสื่อสารกับสังคม คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, เมษายน 2533.
- สุกัญญา อุนันชัย. "ปิ้ง...ที่กอบปี่หนึ่ง." คู่แข่ง 11, 128(พ.ค.34):174-176
- สัญญา สัญญาวิวัฒน์. หลักสังคมวิทยา กรุงเทพมหานคร 2523.
- สวัสดิ์ คำชาย. ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับกฎหมายสื่อสารมวลชน ภาควิชารัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ คณะวิชามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ สหวิทยาลัยศรีอยุธยา วิทยาลัยครูจະเทิงเทรา, 2532.
- ศิริชัย ศิริเกษ และ กาญจนา แก้วเทพ. ทฤษฎีสื่อสารมวลชน กรุงเทพฯ ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2531.
- ศิริวัฒน์ อิกิระวิวงศ์. "บทบาทของกองเผยแพร่ และควบคุมการโฆษณา กระทรวงสาธารณสุข ในการพิจารณาควบคุมการโฆษณาสินค้าประเภทอาหารและยา" วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาการตลาด จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 2525.
- อุบลรัตน์ ศิริชูศักดิ์. "อุตสาหกรรมโฆษณาและผลกระทบต่อการผลิตข่าวสารและวัฒนธรรม" วารสารนิเทศศาสตร์ 12 (2534):37-47

#### ภาษาอังกฤษ

- Comstock, George A. Information Management and Mass Media Menace or Myth? in Gibbs, Jack P. (ed) Social Control, pp.205-228 California:Sage, 1982.
- Horton, Paul B. and Hunt Chester L. Sociology. 6<sup>th</sup> ed. Mc Graw Hill International Book, 1984
- Toulmin, S. The Uses of Argument. Cambridge University Press, 1964



ภาคผนวก

ตารางเวรคณะกรรมการตรวจพิจารณาโฆษณาทางวิทยุโทรทัศน์

ประจำเดือน สิงหาคม 2536

สถานที่	รายชื่อกรรมการ	สถานที่	รายชื่อกรรมการ
พุธที่ 4 ของ 3	ประธานกรรมการ (กมล) ผู้แทนสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ผู้แทนสถานีวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ นายกสมาคมโฆษณาธุรกิจหรือผู้แทน อมว. หรือผู้แทน กวว. (ทิพย์เยาว์)	ศุกร์ที่ 15 ของ 3	ประธานกรรมการ (กมล) ผู้แทนสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ผู้แทนสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา นายกสมาคมโฆษณาธุรกิจหรือผู้แทน อมว. หรือผู้แทน กวว. (ทิพย์เยาว์)
ศุกร์ที่ 6 ของ 5	ประธานกรรมการ (กมล) ผู้แทนสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ผู้แทนกระทรวงศึกษาธิการ นายกสมาคมโฆษณาธุรกิจหรือผู้แทน อมว. หรือผู้แทน กวว. (สุมาลี)	จันทร์ที่ 16 ของ 5	ประธานกรรมการ (กมล) ผู้แทนกระทรวงศึกษาธิการ ผู้แทนสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา นายกสมาคมโฆษณาธุรกิจหรือผู้แทน อมว. หรือผู้แทน กวว. (สุมาลี)
วันพุธที่ 9 ของ 7	ประธานกรรมการ (กมล) ผู้แทนสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ผู้แทนสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา นายกสมาคมโฆษณาธุรกิจหรือผู้แทน อมว. หรือผู้แทน กวว. (จินตนา)	พุธที่ 18 ของ 7	ประธานกรรมการ (กมล) ผู้แทนสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ผู้แทนสถานีวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ นายกสมาคมโฆษณาธุรกิจหรือผู้แทน อมว. หรือผู้แทน กวว. (จินตนา)
พุธที่ 11 ของ 9	ประธานกรรมการ (กมล) ผู้แทนกระทรวงศึกษาธิการ ผู้แทนกรมตำรวจ นายกสมาคมโฆษณาธุรกิจหรือผู้แทน อมว. หรือผู้แทน กวว. (ทิพย์เยาว์)	ศุกร์ที่	ประธานกรรมการ (กมล) ผู้แทนสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ผู้แทนกระทรวงศึกษาธิการ นายกสมาคมโฆษณาธุรกิจหรือผู้แทน อมว. หรือผู้แทน กวว. (จินตนา)

- 2 -

วัน สถานที่	รายชื่อกรรมการ	วัน สถานที่	รายชื่อกรรมการ
วัน จันทร์ที่ 23 ของ 3	ประธานกรรมการ (กมล) ผู้แทนสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ผู้แทนกรมตำรวจ นายกสมาคมโฆฆาธุรภิจหรือผู้แทน อมว.หรือผู้แทน กว. (ทิพย์เยาว์)	ศุกร์ที่ 27 ของ 7	ประธานกรรมการ (กมล) ผู้แทนสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ผู้แทนสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา นายกสมาคมโฆฆาธุรภิจหรือผู้แทน อมว.หรือผู้แทน กว. (จินตนา)
พุธที่ 25 ของ 5	ประธานกรรมการ (กมล) ผู้แทนสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ผู้แทนกระทรวงศึกษาธิการ นายกสมาคมโฆฆาธุรภิจหรือผู้แทน อมว.หรือผู้แทน กว. (สุนาลี)	จันทร์ที่ 30 ของ 9	ประธานกรรมการ (กมล) ผู้แทนกระทรวงศึกษาธิการ ผู้แทนสภามันวิจยพฤคภิจรรมศาสตร์ นายกสมาคมโฆฆาธุรภิจหรือผู้แทน อมว.หรือผู้แทน กว. (สุนาลี)

หมายเหตุ วันจันทร์ที่ 2 สิงหาคม ตรงกับวันอาสาฬหบูชา เป็นวันหยุดราชการ

(นายวีรพล คงสูงเนิน)

กรรมการและเลขาธิการ

คณะกรรมการทรวจิจวรณาโฆฆาธุรภิจวิภิจ

คณะกรรมการตรวจพิจารณาฯ

86

.....	ประธานฯ
.....	อนุกรรมการ
.....	อนุกรรมการ
.....	อนุกรรมการ
.....	อนุกรรมการ
.....	อนุกรรมการ
.....	อนุกรรมการ
.....	และเลขานุการ

แบบ 1

หนังสือขออนุญาต

ส่งภาพยนตร์-เทป ออกอากาศทางวิทยุโทรทัศน์

สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7

วันที่ 4 เดือน ตุลาคม พ.ศ. 2536

ข้าพเจ้า นายวัฒนา จันจิรบูรณ์ ตำแหน่งผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายขายเวลา สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ตั้งอยู่ที่ 999/1 ถนนพหลโยธิน แขวงลาดยาว เขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ขอยื่นความประสงค์ต่อคณะกรรมการตรวจพิจารณาการโฆษณาทางวิทยุโทรทัศน์ เพื่อขออนุญาตโฆษณาออกอากาศทางวิทยุโทรทัศน์ดังต่อไปนี้

1. ภาพยนตร์  เทป  ไทย  ต่างประเทศ

1.1 ชื่อเรื่องภาพยนตร์/เทป 10 สี่แควรมล (สี่แก้ว)

1.2 ภาพยนตร์/เทปนี้มี 1 ม้วน ใช้เวลาฉาย 15 วินาที/นาที

1.3 ชื่อของบุคคลหรือบริษัทที่จัดทำภาพยนตร์/เทป มงคล แควรมล

2. พร้อมกับคำขอนี้ ข้าพเจ้าได้ส่ง

ภาพยนตร์

เนื้อเรื่อง

บทพากย์ภาพยนตร์

ถ้อยคำโฆษณา

อนุญาตโดยมีเงื่อนไข

.....

4 ต.ค. 2536



คณะกรรมการการกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์

ลงชื่อ

.....

(นายวัฒนา จันจิรบูรณ์)

ผู้ขออนุญาต

หนังสือแจ้งผลการตรวจ  
พิจารณาการโฆษณาทางวิทยุโทรทัศน์

ที่ นร. (กทข.) 1805/ท/ 515

วันที่ 4 เดือน ตุลาคม พ.ศ. 2536

ตามที่ นายวัฒนา จันจิรบูรณ์ ผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายขายเวลา สถานีวิทยุโทรทัศน์สีทองทัพบกช่อง 7 ตั้งอยู่ที่ 998/1 ถนนพหลโยธิน แขวงลาดยาว เขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ได้ยื่นคำขออนุญาตโฆษณาออกอากาศทางวิทยุโทรทัศน์ ดังต่อไปนี้-

1. ภาพยนตร์  เทป  ชื่อเรื่อง 10 ปีแกรมมี่ (โคโลน่า)

(ถ้ามีภาษาต่างประเทศถ้ามี)  
เป็นจำนวน 1 ม้วน ยาว เมตร ใช้เวลาฉาย 15 นาที/วินาที  
สร้างขึ้นโดยบุคคลหรือบริษัททำภาพยนตร์ ชล. แกรมมี่  
หมายเลขที่ฟิล์ม มีเนื้อเรื่อง

2. แผ่นภาพโฆษณาหรือสไลด์โฆษณา สินค้าชื่อ  
รายละเอียดภาพและถ้อยคำโฆษณา

คณะกรรมการตรวจพิจารณาการโฆษณาทางวิทยุโทรทัศน์ ได้ตรวจพิจารณาแล้ว มีมติดังต่อไปนี้-

อนุญาตให้ส่งออกอากาศทางวิทยุโทรทัศน์ได้  
 อนุญาตโดยมีเงื่อนไขดังนี้ *ให้แก้ไขคำพูดซึ่งตรงกับ "แปลก" ให้เป็น "ชมเชย" "ขอบคุณ"*  
*ในกรณีที่ด้วย (๑) ให้ตัดคำว่า "หรือ" ให้ด้วยออก.*

ไม่อนุญาต (ชี้แจงเหตุผล)

อนึ่งการอนุญาตนี้ให้ยกเลิกหากมีการขัดแย้งกับกฎหมายหรือระเบียบของทางราชการที่ได้ออกใช้บังคับภายหลังการอนุญาตนี้

จึงเรียนมาเพื่อทราบ

(ลงชื่อ) *จินตนา จุฑะเสว*  
(นางจินตนา จุฑะเสว) อนุกรรมการและเลขานุการฯ  
แทนกรรมการและเลขานุการ  
คณะกรรมการตรวจพิจารณาการโฆษณาทางวิทยุโทรทัศน์





## พระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ.2522

ส่วนที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมการโฆษณา

มาตรา 4 ในพระราชบัญญัตินี้

"อาหาร" หมายความว่า ของกินหรือเครื่องค้ำจุนชีวิต ได้แก่

- (1) วัตถุทุกชนิดที่คนกิน ดื่ม อม หรือนำเข้าสู่ร่างกายไม่ว่าด้วยวิธีใด ๆ แต่ไม่รวมถึงยา วัตถุออกฤทธิ์ต่อจิตและประสาทหรือยาเสพติดให้โทษ ตามกฎหมายว่าด้วยการนั้น แล้วแต่กรณี
- (2) วัตถุที่มุ่งหมายสำหรับใช้หรือใช้เป็นส่วนผสมในการผลิตอาหาร รวมถึงวัตถุเจือปนอาหาร สี และเครื่องปรุงแต่งกลิ่นรส

"อาหารควบคุมเฉพาะ" หมายความว่า อาหารที่รัฐมนตรีประกาศในราชกิจจานุเบกษา ให้เป็นอาหารที่อยู่ในความควบคุมคุณภาพหรือมาตรฐาน

"ตำรับอาหาร" หมายความว่า รายการของวัตถุที่ใช้เป็นส่วนประกอบอาหาร ซึ่งระบุน้ำหนัก หรือปริมาตรของแต่ละรายการ

"ภาชนะบรรจุ" หมายความว่า วัตถุที่ใช้บรรจุอาหารไม่ว่าด้วยการใส่ หรือห่อ หรือด้วยวิธีใด ๆ

"ฉลาก" หมายความว่า รูป รอยประดิษฐ์ เครื่องหมาย หรือข้อความใด ๆ ที่แสดงไว้ที่อาหาร ภาชนะบรรจุอาหาร หรือหีบห่อของภาชนะที่บรรจุอาหาร

"ผลิต" หมายความว่า ทำ ผสม ปรุงแต่ง และหมายความรวมถึงแบ่งบรรจุด้วย

"จำหน่าย" หมายความว่า ขาย จ่าย แจก หรือแลกเปลี่ยน ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ในการการค้า หรือการมีไว้เพื่อจำหน่ายด้วย

มาตรา 40 ห้ามมิให้ผู้ใดโฆษณาคุณภาพประโยชน์ คุณภาพ หรือสรรพคุณของอาหาร อันเป็นเท็จ หรือเป็นการหลอกลวงให้เกิดความหลงเชื่อโดยไม่สมควร

มาตรา 41 ผู้ใดประสงค์จะโฆษณาคุณภาพประโยชน์ คุณภาพ หรือสรรพคุณของ อาหาร ทางวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ ทางฉายภาพ ภาพยนตร์ หรือทางหนังสือพิมพ์ หรือสิ่งพิมพ์อื่น หรือ ด้วยวิธีอื่นใดเพื่อประโยชน์ในทางการค้า ต้องนำเสียง ภาพ ภาพยนตร์ หรือข้อความที่จะโฆษณาดังกล่าวนั้น ให้ผู้อนุญาตตรวจพิจารณาก่อน เมื่อได้รับอนุญาตแล้ว จึงจะโฆษณาได้

มาตรา 42 เพื่อพิทักษ์ประโยชน์และความปลอดภัยของผู้บริโภค ให้ผู้อนุญาตมีอำนาจ สั่งเป็นหนังสืออย่างใด อย่างหนึ่ง ดังนี้

- (1) ให้ผู้ผลิต นำเข้า หรือผู้จำหน่ายอาหาร หรือผู้ทำการโฆษณา ระงับการโฆษณา อาหารที่เห็นว่าเป็นการโฆษณาโดยฝ่าฝืนมาตรา 41
- (2) ให้ผู้ผลิต ผู้นำเข้า หรือผู้จำหน่ายอาหาร หรือผู้ทำการโฆษณาอาหาร ระงับการผลิต การนำเข้า การจำหน่าย หรือการโฆษณาอาหารที่คณะกรรมการเห็นว่าอาหาร ดังกล่าวไม่มีคุณภาพประโยชน์ คุณภาพ หรือสรรพคุณตามที่โฆษณา

มาตรา 70 ผู้ใดโฆษณาอาหารโดยฝ่าฝืนมาตรา 40 ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสามปี หรือปรับไม่เกินสามหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

มาตรา 71 ผู้ใดฝ่าฝืนมาตรา 41 ต้องระวางโทษปรับไม่เกินห้าพันบาท

มาตรา 72 ผู้ใดฝ่าฝืนคำสั่งของผู้อนุญาต ซึ่งสั่งตามมาตรา 42 ต้องระวางโทษจำคุก ไม่เกินสองปี หรือปรับไม่เกินสองหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ และให้ปรับเป็นรายวันอีกวันละไม่น้อยกว่า ห้าร้อยบาทแต่ไม่เกินหนึ่งพันบาท ตลอดเวลาที่ไม่ปฏิบัติตามคำสั่งดังกล่าว

**พระราชบัญญัติยา พ.ศ.2510**  
**และฉบับแก้ไขเพิ่มเติม**

ส่วนที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมการโฆษณา

มาตรา 4 ในพระราชบัญญัตินี้

“ยา” หมายความว่า

- (1) วัตถุที่รับรองไว้ในตำรับยาที่รัฐมนตรีประกาศ
- (2) วัตถุที่มุ่งหมายสำหรับใช้ในการวินิจฉัย บำบัด บรรเทา รักษา หรือ ป้องกันโรค หรือความเจ็บป่วยของมนุษย์หรือสัตว์
- (3) วัตถุที่เป็นเภสัชเคมีภัณฑ์ หรือเภสัชเคมีภัณฑ์สำเร็จรูป 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

“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 ปรง หรือ แปรสภาพ

“ผลิต” หมายความว่า ทำ ผสม ปรง หรือแปรสภาพ 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 หรือใช้ถ้อยคำอื่นใดที่มีความหมาย ทำนองเดียวกัน
- (2) ไม่แสดงสรรพคุณยาอันเป็นเท็จหรือเกินความจริง
- (3) ไม่ทำให้เข้าใจว่ามีวัตถุใดเป็นตัวยา หรือเป็นส่วนประกอบของยา ซึ่งความจริงไม่มีวัตถุหรือส่วนประกอบนั้นในยา หรือมีแต่ไม่เท่าที่ ทำให้เข้าใจ
- (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

มาตรา 89 ห้ามมิให้โฆษณาขายยาโดยไม่สุภาพ หรือโดยการร้องรำทำเพลง หรือแสดงความทุกข์ทรมานของผู้ป่วย

มาตรา 90 ห้ามมิให้โฆษณาขายยาโดยวิธีแถมพก หรือออกสลากรางวัล

มาตรา 90 ทวิ เลขาธิการคณะกรรมการอาหารและยา มีอำนาจสั่งเป็นหนังสือให้ระงับการโฆษณาขายยาที่เห็นว่าเป็นการโฆษณาโดยฝ่าฝืนพระราชบัญญัตินี้ได้

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

มาตรา 124 ทวิ ผู้ใดฝ่าฝืนคำสั่งให้ระงับการโฆษณาขายยาของเลขาธิการคณะกรรมการอาหารและยาซึ่งสั่งตามมาตรา 90 ทวิ ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสามเดือน หรือปรับไม่เกินห้าพันบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ และให้ปรับเป็นรายวันอีกวันละห้าร้อยบาท จนกว่าจะปฏิบัติตามคำสั่งดังกล่าว

## พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค

พ.ศ.2522

### ในส่วนที่เกี่ยวกับการโฆษณา

#### มาตรา 3 ในพระราชบัญญัตินี้

“ผู้บริโภค” หมายความว่า ผู้ซื้อหรือได้รับบริการจากผู้ประกอบธุรกิจ และหมายความรวมถึงผู้ซึ่งได้รับการเสนอหรือการชักชวนจากผู้ประกอบธุรกิจเพื่อให้ซื้อสินค้าหรือรับบริการด้วย

“ผู้ประกอบธุรกิจ” หมายความว่า ผู้ขาย ผู้ผลิตเพื่อขาย ผู้ส่งหรือนำเข้ามาในราชอาณาจักรเพื่อขาย หรือผู้ซื้อเพื่อขายต่อซึ่งสินค้า หรือผู้บริการ และหมายความรวมถึงผู้ประกอบกิจการโฆษณาด้วย

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

“โฆษณา” หมายความว่ารวมถึง การทำการไม่ว่าโดยวิธีใด 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

ข้อความที่ใช้ในการโฆษณาที่บุคคลทั่วไปสามารถรู้ได้ว่าเป็นข้อความที่ไม่อาจเป็นจริงได้ โดยแน่แท้ ไม่เป็นข้อความที่ต้องห้ามในการโฆษณาตาม (1)

มาตรา 23 การโฆษณาจะต้องไม่กระทำด้วยวิธีการอันอาจเป็นอันตรายต่อสุขภาพ ร่างกายและจิตใจหรืออันอาจก่อให้เกิดความรำคาญแก่ผู้บริโภค ทั้งนี้ ตามที่กำหนด ในกฎกระทรวง

มาตรา 24 ในกรณีที่คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาเห็นว่า สินค้าใดอาจเป็นอันตรายแก่ผู้บริโภค และคณะกรรมการว่าด้วยฉลากได้กำหนดให้สินค้านั้นเป็นสินค้าที่ควบคุมฉลากตาม มาตรา 30 ให้คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณามีอำนาจออกคำสั่งดังต่อไปนี้

- (1) กำหนดให้การโฆษณานั้นต้องกระทำไปพร้อมกับคำแนะนำหรือเตือนเกี่ยวกับวิธีใช้



หรืออันตรายตามเงื่อนไขที่คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณากำหนด ทั้งนี้ โดย  
คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาจะกำหนดเงื่อนไขได้แตกต่างกันสำหรับการ  
โฆษณาที่ให้สื่อโฆษณาต่างกันได้

- (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  
คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาที่มีอำนาจกำหนดให้การโฆษณาโดยทางสื่อโฆษณานั้นต้องมีข้อความชี้แจง  
กำกับให้ประชาชนทราบว่า ข้อความดังกล่าวเป็นการโฆษณาได้ ทั้งนี้ คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา  
จะกำหนดเงื่อนไขอย่างไรให้ต้อง 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 28 ในกรณีที่คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณามีเหตุอันควรสงสัยว่า ข้อความใดที่ใช้ในการโฆษณาเป็นเท็จหรือเกินความจริงตามมาตรา 22 วรรคสอง (1) ให้คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณามีอำนาจออกคำสั่งให้ผู้กระทำการโฆษณาพิสูจน์เพื่อแสดง ความจริงได้

ในกรณีที่ผู้กระทำการโฆษณาอ้างรายงานทางวิชาการ ผลการวิจัยสถิติการรับรองของสถาบันหรือบุคคลอื่นใด หรือยืนยันข้อเท็จจริงอันใดอันหนึ่งในการโฆษณา ถ้าผู้กระทำการโฆษณาไม่สามารถพิสูจน์ได้ว่า ข้อความที่ใช้ในการโฆษณาเป็นความจริงตามที่กล่าวอ้าง ให้คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณามีอำนาจออกคำสั่งตามมาตรา 27 ได้ และให้ถือว่าผู้กระทำการโฆษณาหรือควรได้รู้ว่าข้อความนั้นเป็นความจริง

มาตรา 29 ผู้ประกอบธุรกิจผู้ใดสงสัยว่าการโฆษณาของตนเป็นการฝ่าฝืนหรือไม่เป็นไปตามพระราชบัญญัตินี้ ผู้ประกอบธุรกิจนี้เองขอให้โฆษณาพิจารณาให้ความเห็นใน เรื่องนั้นก่อนทำการโฆษณาได้ ในกรณีที่คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาจะต้องให้ความเห็น และแจ้งให้ผู้ขอทราบภายในสามสิบวันนับแต่วันที่โฆษณาได้รับคำขอ ถ้าไม่แจ้งภายในกำหนดระยะเวลาดังกล่าว ให้ถือว่าคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาให้ความเห็นชอบแล้ว

การขอความเห็นและคำปวยการในการให้ความเห็นให้เป็นไปตามระเบียบที่ว่าด้วยการโฆษณากำหนด คำปวยการที่ได้รับให้นำส่งคลังเป็นรายได้แผ่นดิน

การให้ความเห็นของคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาตามวรรคหนึ่ง ไม่ถือว่าเป็นการตัดอำนาจของคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาที่จะพิจารณาวินิจฉัยใหม่เป็นอย่างอื่น เมื่อมีเหตุอันสมควร

การใดที่ได้กระทำไปตามความเห็นของคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาที่ให้ตามวรรคหนึ่ง มิให้ถือว่าการกระทำนั้นเป็นความผิดทางอาญา

## บทกำหนดโทษ

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

ถ้าผู้กระทำผิดตามวรรคหนึ่งกระทำความผิดซ้ำอีกภายในหกเดือนนับแต่วันกระทำความผิดครั้งก่อน ผู้กระทำต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหนึ่งปี 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

(3) ข้อความโฆษณาสินค้าหรือบริการที่ระบุหรือประกาศว่าผู้ประกอบการจะจัดให้มีการแถมพหรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชคก่อนที่ผู้ประกอบการนั้นได้รับอนุญาตจากเจ้าพนักงานตามกฎหมายว่าด้วยการพนัน

(4) ข้อความโฆษณาสินค้าหรือบริการที่ระบุหรือประกาศว่าผู้ประกอบการจะจัดให้มีการแถมพหรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชคซึ่งผู้ประกอบการได้รับอนุญาตจากเจ้าพนักงานตามกฎหมายว่าด้วยการพนันแล้ว โดยข้อความโฆษณาดังกล่าวมิได้ระบุรายละเอียดดังต่อไปนี้

(ก) หลักเกณฑ์ วิธีการ เมื่อนไข หรือข้อกำหนดในการเสี่ยงโชค

(ข) วัน เดือน ปี ที่เริ่มต้นและสิ้นสุดของการจัดให้มีการเสี่ยงโชค

(ค) ประเภท และลักษณะของของแถมพหรือรางวัล จำนวนและมูลค่าของของแถมพหรือรางวัลแต่ละสิ่ง หรือมูลค่ารวมในแต่ละประเภท

(ง) เขตหรือถิ่นที่มีการจัดให้มีการเสี่ยงโชค

(จ) วัน เดือน ปี เวลา และสถานที่ซึ่งกำหนดไว้สำหรับการทำการเสี่ยงโชค

(5) ข้อความโฆษณาสินค้าหรือบริการที่ระบุหรือประกาศว่าผู้ประกอบการจะจัดให้มีการประกวดชิงรางวัลหรือจัดให้ของแถม ให้สิทธิหรือประโยชน์โดยให้เปล่าโดยข้อความโฆษณาดังกล่าวมิได้ระบุรายละเอียดดังต่อไปนี้

(ก) หลักเกณฑ์ วิธีการ เมื่อนไข หรือข้อกำหนดในการประกวดชิงรางวัลหรือการใช้ของแถมให้สิทธิหรือประโยชน์

(ข) วัน เดือน ปี ที่เริ่มต้นและสิ้นสุดของการจัดให้มีการประกวดชิงรางวัลหรือการใช้ของแถมให้สิทธิหรือประโยชน์

(ค) ประเภท ลักษณะ และมูลค่าของรางวัล ของแถม สิทธิหรือประโยชน์แต่ละสิ่งหรือมูลค่ารวมในแต่ละประเภท

(ง) เขตหรือถิ่นที่กำหนดให้มีการประกวดชิงรางวัล หรือที่จัดให้มีการให้ของแถมให้สิทธิหรือประโยชน์

(จ) วัน เดือน ปี เวลา และสถานที่ซึ่งกำหนดไว้สำหรับการตัดสินการประกวดชิงรางวัล

(ค) ร้านค้าหรือตัวแทนจำหน่ายที่ผู้ประกอบการจัดให้มีการให้ของแถม  
ให้สิทธิหรือประโยชน์

ให้ไว้ ณ วันที่ 19 เมษายน พ.ศ.2526

พลเอก เปรม ติณสูลานนท์  
นายกรัฐมนตรี

(ประกาศในราชกิจจานุเบกษา เล่ม 100 ตอนที่ 63 ลงวันที่ 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) 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 เว้นแต่กรณีที่เป็นกรณีการโฆษณาทางวิทยุโทรทัศน์ ข้อความโฆษณาที่กำหนดระยะเวลาเริ่มต้นของการเสี่ยงโชคหรือการประกวดชิงรางวัลนั้นจะให้ปรากฏในส่วนที่เป็นภาพหรือในส่วนที่เป็นเสียงอย่างหนึ่งอย่างใดก็ได้ แต่ข้อความโฆษณาที่กำหนดระยะเวลาสิ้นสุดนั้นจะต้องให้ปรากฏทั้งในส่วนที่เป็นภาพและส่วนที่เป็นเสียง

(ค) ประเภทและลักษณะของของแถมพกหรือรางวัล จำนวนและมูลค่าของของแถมพกหรือรางวัลแต่ละสิ่ง หรือมูลค่ารวมในแต่ละประเภท เว้นแต่กรณีที่มีการโฆษณาทางวิทยุกระจายเสียงหรือวิทยุโทรทัศน์ ผู้ประกอบธุรกิจจะไม่ระบุมูลค่าของของแถมพกหรือรางวัลแต่ละสิ่ง หรือมูลค่ารวมในแต่ละประเภทก็ได้ แต่ผู้ประกอบธุรกิจจะต้องระบุมูลค่ารวมของของแถมพกหรือรางวัลทุกประเภทไว้แทน

ในกรณีที่สิ่งซึ่งจัดเป็นของแถมพกหรือรางวัลเป็นสิ่งซึ่งมีมูลค่าที่ผู้บริโภคอาจทราบได้โดยทั่วไป และข้อความโฆษณานั้นได้แสดงให้เห็นให้ผู้บริโภคทราบถึงประเภทและลักษณะของของแถมพกหรือรางวัลโดยชัดเจนแล้ว ผู้ประกอบธุรกิจจะไม่ระบุมูลค่าของของแถมพก หรือรางวัลนั้นไว้ก็ได้

(ง) เขตหรือถิ่นที่มีการจัดให้มีการเสี่ยงโชคหรือการประกวดชิงรางวัล 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



เป็นเสียอย่างใดอย่างหนึ่งก็ได้ แต่ข้อความโฆษณาที่กำหนดระยะเวลาสิ้นสุดนั้น จะต้องให้ปรากฏทั้งในส่วนที่เป็นภาพและส่วนที่เป็นเสียง

2) กรณีที่เป็นการให้ของแถมโดยการติดของแถมไว้กับสินค้า ในลักษณะที่ผู้บริโภคสามารถเห็นของแถมนั้นได้อยู่แล้ว หรือโดยการบรรจุของแถมไว้ในหีบห่อของสินค้านั้น และได้ระบุข้อความไว้ที่หีบห่อบรรจุสินค้านั้นว่าได้จัดให้มีการให้ของแถมโดยให้เปล่าพร้อมกับการขายสินค้านั้นแล้ว

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

ในกรณีที่สิ่งซึ่งจัดเป็นของแถม หรือสิทธิหรือประโยชน์โดยให้เปล่านั้นเป็น สิ่งซึ่งมีมูลค่าที่ผู้บริโภคอาจทราบได้โดยทั่วไป และข้อความโฆษณานั้นได้แสดงให้เห็นให้ผู้บริโภคทราบถึงประเภท และลักษณะของของแถม สิทธิหรือประโยชน์โดยให้เปล่าไว้โดยชัดเจนแล้ว ผู้ประกอบธุรกิจจะไม่ระบุมูลค่าของของแถม สิทธิหรือประโยชน์ โดยให้เปล่า นั้นไว้ก็ได้

(ง) เขตหรือถิ่นที่จัดให้มีการให้ของแถม ให้สิทธิหรือประโยชน์โดยให้เปล่า เว้นแต่กรณีที่เป็นการจัดให้มีขึ้นทั่วราชอาณาจักร

(จ) สถานที่ที่กำหนดไว้ให้ผู้บริโภคมารับของแถมไว้กับสินค้า หรือสิทธิหรือประโยชน์โดยให้เปล่า เว้นแต่

(1) กรณีที่จัดให้มีการรับของแถม สิทธิหรือประโยชน์ ณ ร้านค้า หรือ ตัวแทนจำหน่ายสินค้านั้นทั่วไปทุกแห่ง หรือ

(2) กรณีที่เป็นการให้ของแถมโดยการติดของแถมไว้กับสินค้าในลักษณะที่ผู้บริโภคสามารถเห็นของแถมนั้นได้อยู่แล้ว หรือโดยการบรรจุของแถมไว้ในหีบห่อของสินค้านั้น และได้ระบุข้อความไว้ที่หีบห่อบรรจุสินค้านั้นว่าได้จัดให้มีการให้ของแถมโดยให้เปล่าพร้อมกับการขายสินค้านั้นแล้ว

ให้ไว้ ณ วันที่ 29 พฤษภาคม พ.ศ.2534

ลงชื่อ นายอานันท์ ปันยารชุน  
(นายอานันท์ ปันยารชุน)  
นายกรัฐมนตรี

(ประกาศในราชกิจจานุเบกษา เล่ม 108 ตอนที่ 102 ลงวันที่ 11 มิถุนายน 2534)



ระเบียบคณะกรรมการบริหารวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์  
ว่าด้วยการโฆษณาสินค้าและบริการธุรกิจทางวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์  
พ.ศ. 2521

โดยที่เป็นการสมควรวางระเบียบว่าด้วยการโฆษณาสินค้าและบริการธุรกิจทางวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ เพื่อให้การโฆษณาสินค้าและบริการธุรกิจทางวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ ของสถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ของส่วนราชการและรัฐวิสาหกิจดำเนินไปด้วยความเรียบร้อยเรียบร้อยและสอดคล้องกับกฎหมาย คณะกรรมการบริหารวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ออกระเบียบไว้ดังต่อไปนี้

ข้อ 1 ระเบียบนี้เรียกว่า "ระเบียบคณะกรรมการบริหารวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ว่าด้วยการโฆษณาสินค้าและบริการธุรกิจทางวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ พ.ศ. 2521"

ข้อ 2 ระเบียบนี้ให้ใช้แก่การโฆษณาทางวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ของสถานีวิทยุกระจายเสียงและสถานีวิทยุโทรทัศน์ของส่วนราชการและรัฐวิสาหกิจ

การโฆษณาสินค้าทั่วไปและบริการธุรกิจ

ข้อ 3 ข้อความ ภาพยนตร์ หรือภาพนิ่งที่ใช้ในการโฆษณาสินค้าและบริการธุรกิจที่จะออกโฆษณาทางวิทยุกระจายเสียงหรือวิทยุโทรทัศน์ ต้องมีลักษณะดังนี้

3.1 ไม่ขัดต่อความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดี หรือไม่ก่อให้เกิดการแตกความสามัคคีระหว่างคนในชาติ หรือไม่กระทบกระเทือนต่อสัมพันธ์ไมตรีระหว่างประเทศไทยกับต่างประเทศ

3.2 ไม่เหยียดหยาม หรือเป็นการดูหมิ่นเหยียดหยาม หรือหมิ่นมุขบุคคลอื่น หรือสินค้าและบริการธุรกิจอื่น ไม่ว่าจะสินค้าและบริการธุรกิจชนิดหรือประเภทเดียวกันหรือไม่

3.3 ไม่เป็นข้อความสองแง่สองง่ามที่มีความหมายเหยียดหยาม หรือเป็นภาพหรือข้อความที่ดูหมิ่นลามารมณ์

3.4 ไม่เป็นการโฆษณาอวดอ้างสรรพคุณของสินค้าและบริการธุรกิจอันเป็นเท็จหรือเกินความจริง

3.5 ไม่ก่อให้เกิดความวุ่นวายหรือเสียหายหรือตกใจแก่ผู้ฟังและผู้ชมโดยทั่วไป

3.6 นำเสียงในการพูดโฆษณาหรือเสียงที่ใช้ประกอบต้องสุภาพ

ข้อ 4 ห้ามโฆษณาสินค้าและบริการธุรกิจที่ขัดต่อศีลธรรมและวัฒนธรรมอันดีงามของไทยหรือก่อให้เกิดภาพพจน์ไปในทางลามกอนาจาร

ข้อ 5 ห้ามโฆษณาสินค้าประเภทอาวุธที่ใช้ในสงคราม

ข้อ 6 ห้ามโฆษณาถึงส่วนตัวของผู้อุปถัมภ์รายการ โฆษก ผู้ประกาศหรือผู้จัดการ

ข้อ 7 ห้ามอ้างชื่อบุคคลหรือสิ่งซึ่งเป็นที่เคารพสักการะของประชาชนเพื่อประโยชน์ในการโฆษณา

#### การโฆษณาสินค้าพิเศษ

ข้อ 8 การโฆษณาสินค้าพิเศษอันได้แก่ ยา อาหาร เครื่องดื่ม เครื่องสำอาง วัตถุที่มีพิษ 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.1609/ว.46

คณะกรรมการบริหารวิทยุกระจายเสียง  
และวิทยุโทรทัศน์

8 พฤษภาคม 2522

เรื่อง การโฆษณาทางวิทยุโทรทัศน์

เรียน ผู้อำนวยการสถานีวิทยุโทรทัศน์ทุกสถานี

เนื่องด้วย กบว. ได้พิจารณาเห็นว่า การโฆษณาทางวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ ได้มีการโฆษณาไอ้วัดสรรพคุณยาโดยฝ่าฝืนต่อกฎหมายว่าด้วยยาและประกาศของกระทรวงสาธารณสุขผู้หนึ่ง ๆ โดยเฉพาะการโฆษณาสดซึ่งยากต่อการควบคุมอย่างยิ่ง กบว. จึงได้มีมติคำสั่งห้ามการโฆษณาที่เป็น การโฆษณาสดทางวิทยุกระจายเสียงโดยเด็ดขาด ทั้งนี้ตั้งแต่วันที่ 1 มิถุนายน 2522 เป็นต้นไปแล้ว นั้น

ที่ประชุม กบว. เมื่อวันที่ 3 พฤษภาคม 2522 ได้พิจารณาเห็นว่า ในปัจจุบันนี้การโฆษณาที่เป็น การโฆษณาในรายการสด การโฆษณาสด และรายการสดซึ่งบันทึกลงเทปโทรทัศน์นั้น ไม่อยู่ในข่ายต้องผ่าน การตรวจพิจารณาของคณะกรรมการตรวจพิจารณาภาพยนตร์ทางวิทยุโทรทัศน์ ทำให้การโฆษณาที่ โฆษณาสดมีการฝ่าฝืนต่อกฎหมายว่าด้วยยาและประกาศของกระทรวงสาธารณสุขเช่นเดิม สมควรจะได้ถือ ปฏิบัติเช่นเดียวกับวิทยุกระจายเสียง จึงมีมติห้ามไม่ให้สถานีวิทยุโทรทัศน์ทำการโฆษณาที่เป็น การโฆษณาสด ทั้งนี้ให้หมายรวมถึงการโฆษณาสดที่บันทึกลงเทปโทรทัศน์ด้วย ทั้งนี้ตั้งแต่วันที่ 1 มิถุนายน 2522 เป็นต้นไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบและกวดำเนินปฏิบัติโดยเคร่งครัดด้วยจกชอปกุณเบียง.

ขอแสดงความนับถืออย่างสูง

(นายสุวิทย์ หวังภูษเคนทร์)

กรรมการและเลขานุการ

คณะกรรมการบริหารวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์

กบว. โทร. 2823715



ด่วนมาก  
ที่ สร.1609/ว.50

คณะกรรมการบริหารวิทย์กระจายเสียง  
และวิทยุโทรทัศน์

17 กรกฎาคม 2522

เรื่อง การโฆษณาอาหารและยา

เรียน ผู้อำนวยการสถานี นายสถานี หัวหน้าสถานี

สิ่งที่ส่งมาด้วย สำเนาหนังสือกระทรวงสาธารณสุข ด่วนมาก ที่ สส.0707/1799 ลงวันที่ 18 มิถุนายน 2522  
และที่ สส.0707/2850 ลงวันที่ 7 มิถุนายน 2522

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

โดยผลของกฎหมายทั้งสองฉบับดังกล่าวนี้ การโฆษณาอาหารและยาทางสถานีวิทยุกระจายเสียง และวิทยุโทรทัศน์ จะต้องได้รับอนุญาตจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาแล้วจึงจะทำการโฆษณาได้ ฉะนั้น หากการโฆษณาใดที่ผ่านการตรวจพิจารณาอนุญาตจาก กบว. ไปก่อนแล้ว แต่ยังไม่ได้รับการอนุญาตจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ก็ขอให้สถานีนำโฆษณาอาหารและยานั้น ไปขออนุญาตต่อสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาโดยด่วนต่อไปด้วย และหากมีข้อสงสัยประการใดขอให้สอบถามได้ที่ สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา โทร. 2810614 โดยตรง

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ และถือปฏิบัติโดยเคร่งครัดต่อไปด้วยจักขอขอบคุณยิ่ง.

ขอแสดงความนับถืออย่างสูง

(นายสุวิทย์ หวังภูขเคนทร์)

กรรมการและเลขานุการ

คณะกรรมการบริหารวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์

กบว. โทร. 2823715



ที่ สร.1609/ว.77

คณะกรรมการบริหารวิทยุกระจายเสียง  
และวิทยุโทรทัศน์

22 ธันวาคม 2524

เรื่อง การกำหนดมาตรการสำหรับการโฆษณาสินค้าเครื่องดื่มประเภทสุราทางวิทยุโทรทัศน์  
เรียน ผู้อำนวยการสถานีวิทยุโทรทัศน์ ทุกสถานี

เนื่องด้วยในการประชุมคณะกรรมการตรวจพิจารณาภาพยนตร์ทางวิทยุโทรทัศน์เมื่อวันที่ 28 กรกฎาคม 2524 ณ สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 5 ได้มีการตกลงร่วมกับสถานีวิทยุโทรทัศน์ในส่วนกลาง ให้ลดการโฆษณาสิ่งที่เป็นอบายมุขประเภทสุรา เพราะในปัจจุบันได้มีการโฆษณาสุราไปในทำนองโน้มน้าวให้ผู้ชมเกิดความอยากลอง หรือเห็นดีเห็นงามไปกับคำนิยมที่ไม่เหมาะสม ซึ่งอาจมีผลต่อจิตใจ โดยเฉพาะผู้ชมที่อยู่ในวัยเด็กและเยาวชน

ต่อมา คณะกรรมการตรวจพิจารณาการโฆษณาทางวิทยุโทรทัศน์ ได้พิจารณากำหนดมาตรการสำหรับการโฆษณาสินค้าเครื่องดื่มประเภทสุราทางวิทยุโทรทัศน์ ดังนี้

1. เห็นควรห้ามการโฆษณาสุราประเภทสุรากลั่น ซึ่งมีแอลกอฮอล์สูงกว่า 15 ดีกรีขึ้นไป เช่น เหล้าวิสกี้ บรั่นดี ซลย มิให้การโฆษณาทางวิทยุโทรทัศน์ก่อนเวลา 22.00 น. (คงให้โฆษณาได้ตั้งแต่เวลา 22.00 น. จนกระทั่งปิดสถานี)

2. เห็นควรผ่อนผันให้สุราแช่ ซึ่งมีแอลกอฮอล์ไม่เกิน 15 ดีกรี เช่น เบียร์ ทำการโฆษณาได้ก่อนเวลา 22.00 น. แต่มีเงื่อนไขด้านวิธีการโฆษณาที่จะต้องพิจารณาโดยละเอียดรอบคอบอีกครั้งหนึ่ง

ที่ประชุม กบว. เมื่อวันที่ 9 ธันวาคม 2524 จึงมีมติว่าในขั้นต้นนี้ให้ขอความร่วมมือจากสถานีวิทยุโทรทัศน์ทุกสถานีให้งดการโฆษณาสุรากลั่น ทางโทรทัศน์ในช่วงเวลาก่อน 22.00 น. ทั้งที่ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2525 เป็นต้นไป สำหรับการโฆษณาสุราแช่นั้น ให้ทุกสถานีทำการโฆษณาได้ก่อนเวลา 22.00 น. ดังเช่นที่เคยปฏิบัติได้ผลมาก่อน จนกว่าจะมีการเปลี่ยนแปลงเป็นอย่างอื่นซึ่งจะได้แจ้งให้ทราบในภายหลัง

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ และกรุณาถือเป็นแนวทางปฏิบัติต่อไปด้วยจักษุขอบคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถืออย่างสูง

(นายเปรม โรหิตोปลการ)

กรรมการและเลขานุการ

คณะกรรมการบริหารวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์

กบว. โทร. 2823715

ประวัติผู้เขียน

นางกัญญา พรปรีชา เป็นข้าราชการกองงาน กกช.(กบว.)  
สังกัดกรมประชาสัมพันธ์ สำเร็จการศึกษาปริญญาตรี การศึกษาศาสตร์บัณฑิต  
จากมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เมื่อปีการศึกษา 2520 เข้าศึกษาต่อ  
หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ที่จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยใน ปี 2534

