

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

แกะสูตรตลาดอุปโภค/บริโภค-แพชั่น กวิกกำลังซื้อไตรมาส 2 กระเดื่อง. (6 เมษายน 2550). โพสต์

ทูเดย์: Section B 5.

ครึ่งปีแรกตลาดหดทั้งปีโตต่ำ 5%. (28 มีนาคม 2550). โพสต์ ทูเดย์: Section B 1.

โฆษณาในโรงหนังแรงสุด. (13 เมษายน 2550). โพสต์ ทูเดย์: Section B 2.

จับตาสินค้าน่าสงสัย. วันที่เข้าถึงแหล่งข้อมูล 25 เมษายน 2550, แหล่งที่มา

www.fda.moph.go.th/watch

จินดา บุญช่วยเกื้อกุล, จินตนา เทียมทิพย์, วิศิษฐ์ ปิยะมาดา, ทิพากร มีใจเย็น และวิษณุ ไรจน์
เรื่องไร. (2542). การศึกษาการรับรู้และใช้ประโยชน์ข้อมูลบนฉลากผลิตภัณฑ์อาหารของ
ประชาชนในพื้นที่เขตเมือง ในประเทศไทย. สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

จิราณี ศรีคันสนีย์. (2545). การรับรู้บุคลิกภาพตราสินค้าทเวลฟ์ พลัส และสไปรท์หอมนกแก้ว Parrot
Gold ผ่านบรรจุภัณฑ์. โครงการพิเศษปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาการโฆษณา
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

นภสร ลิ้มไชยวัฒน์. (2545). ประสิทธิภาพของการออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์ที่มีต่อผู้บริโภค.

วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาการโฆษณา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ 194) พ.ศ.2543. เรื่อง ฉลาก. ราชกิจจานุเบกษาฉบับ
ประกาศทั่วไป เล่ม 118 ตอนพิเศษ 6 ง. ลงวันที่ 24 มกราคม พ.ศ.2544.

ประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ 252) พ.ศ.2545. เรื่อง ฉลาก (ฉบับที่ 2). ราชกิจจานุเบกษา
ฉบับประกาศทั่วไป เล่ม 119 ตอนพิเศษ 54 ง. ลงวันที่ 18 มิถุนายน พ.ศ.2545.

ประกาศคณะกรรมการว่าด้วยฉลาก พ.ศ. 2541. เรื่อง ลักษณะของฉลากสินค้าที่ควบคุมฉลาก.
ราชกิจจานุเบกษาฉบับประกาศทั่วไป เล่ม 116 ตอนพิเศษ 59 ง. ลงวันที่ 20 สิงหาคม
2542.

ประกาศคณะกรรมการเครื่องสำอาง (ฉบับที่ 1) พ.ศ.2536. เรื่อง ฉลากของเครื่องสำอาง.

ราชกิจจานุเบกษา เล่ม 110 ตอนที่ 26 ลงวันที่ 4 มีนาคม พ.ศ. 2536

ผลวิจัยชี้คนไทยใส่ใจการซื้อสินค้า อ่านฉลากมากที่สุดในเอเชียแปซิฟิก. (31 ตุลาคม

2548). ประชาชาติธุรกิจ: 3.

ผู้บริโภคไทยยุค Smart Age ห่วงใยสุขภาพอ่านฉลากก่อนซื้อ. (7 พฤศจิกายน 2548). ผู้จัดการ

รายสัปดาห์: Section B 2.

- พระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ.2522. วันที่เข้าถึงแหล่งข้อมูล 8 ธันวาคม 2549, แหล่งที่มา
<http://www.fda.moph.go.th/fda-net/html/product/food/foodact/foodact2522.htm>
- พระราชบัญญัติเครื่องสำอางค์ พ.ศ.2535. ราชกิจจานุเบกษา เล่ม 109 ตอนที่ 42 ลงวันที่ 8
 เมษายน พ.ศ. 2535.
- พฤษชาติ ชีวะโอสถ (2546). การออกแบบและข้อมูลบนฉลากที่สอดคล้องกับกฎ. *สมอ สาร*,
 29(341). 6-27 – 6-32.
- มาตรฐานฉลากและเครื่องหมายการค้าสำคัญอย่างไร. (2546). *สมอ สาร*, 29(341).
 6-25 – 6-50.
- ยักษ์สแน็ก ลบภาพนมหลอกเด็ก เกาะกระแส "Healthy & Beauty". (23 มีนาคม
 2550). *โพสต์ทูเดย์*: Section B 5.
- ระเบียบสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา. ว่าด้วยการขออนุญาตใช้ฉลากอาหาร. ราชกิจจานุเบกษาฉบับประกาศทั่วไป เล่ม 113 ตอนที่ 97 ง. ลงวันที่ 3 ธันวาคม 2539.
- ลัดดา โสภณรัตน์. (2546). อิทธิพลของการออกแบบบรรจุภัณฑ์ต่อกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาการโฆษณา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิเชียร เกตุสิงห์. (2537). *คู่มือวิจัยเชิงปฏิบัติการ*. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2549). *สรุปผลเบื้องต้นการสำรวจภาวะเศรษฐกิจและสังคมของครัวเรือน ปี 2549*.
- สำนักผังเมืองกรุงเทพมหานคร. (2548). *การแบ่งพื้นที่กทม. ใหม่จาก 6 กลุ่มเป็น 12 กลุ่มเขต*. Retrieved January 10, 2007, แหล่งที่มา <http://203.155.220.217/cpd/news/diarynews/Groupdist01.htm>
- อมรรัตน์ สวัสดิ์ทิพย์. (2540). ฉลากเขียว. *วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี*, 12(2), 13-17.
- อรพร วนมงคล. (2544). การใช้ประโยชน์จากข้อมูลบนฉลาก มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มของผู้บริโภค อายุ 20-60 ปี ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (สาธารณสุขศาสตร์) สาขาวิชาเอกโภชนาวิทยา มหาวิทยาลัยมหิดล.
- อย.จัดอ่านฉลาก โครงการ 2. วันที่เข้าถึงแหล่งข้อมูล 25 เมษายน 2550, แหล่งที่มา
<http://www.moph.go.th/todaynews-show.php?ContentID=237>

ภาษาอังกฤษ

- Aaker, D. A. (1991). *Managing brand equity: Capitalizing on the value of a brand name*. New York: Free Press.
- Abbott, R. (1997). Food and nutrition information: A study of sources, uses, and understanding. *British Food Journal*, 99(2), p. 43-49.
- Aldershoff, D.E., & Feenstra, M. H. (1988). *Het effect van voedingswaardeclaims*, VMT, No. 22, pp. 15-18.
- Arias-Bolzmann, L., Chakraborty, G., & Mowen, J. C. (2000). Effects of Absurdity in advertising: The moderating role of product category attitude and the mediating role of cognitive responses. *Journal of Advertising*. 29(1), p. 35-48.
- Armstrong, G. & Kotler, P. (2005). *Marketing: An introduction*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Assael, H. (2004). *Consumer behavior: A strategic approach*. New York: Houghton Mifflin.
- Bannister, J. P., & Saunders, J. A. (1978). UK consumers' attitudes towards imports: The measurement of national stereotype image. *European Journal of Marketing*, 12(8), 562-570.
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2007). *Advertising and promotion: An integrated marketing communications perspective*. New York, NY: McGraw-Hill/Irwin.
- Bender, M. M., & Derby, B. M. (1992). Prevalence of reading nutrition label and ingredient information on foods labels among adult American: 1983-1988. *Journal of Nutrition Education*, 24(6), 292-297.
- Bilkey, W. J., & Nes, E. (1982). Country-of-origin effects on products evaluations. *Journal of International Business Studies*, 13(1), 89-99.
- Bitner, M. J., & Obermiller, C. (1985). The Elaboration likelihood model: Limitations and extensions in marketing. *Advances in Consumer Research*, vol.12, pp.420-25.
- Briston, J., & Neill, T. (1972). *Packaging management*. Essex, UK: Gower Press.
- Burton, S., Garretson, J. A., & Velliquette, A. M. (1999). Implications of Accurate usage of nutrition facts panel information for food product evaluations and purchase intentions. *Journal of the Academy of Marketing Science*. 27(4), p. 470-480.

- Byrd-Bredbenner, C., Alfieri, L., & Kiefer, L. (2000). The nutrition label knowledge and usage behaviors of women in the US. *British Nutrition Foundation*, 25, p.315-322.
- Consumer Insight: Health & Beauty Corns of Bangkokians*. (2550). Retrieved 26 January 2007, from <http://www.marketeeer.co.th/search.aspx>
- Chang, C. (2004). Country of origin as a heuristic cue: The effects of message ambiguity and product involvement. *Media Psychology*, 6(2), 169-192.
- Coulson, N. S. (2000). An application of stages of change model to consumer use of food labels. *British Food Journal*, 102(9), pp 661-8.
- Davies, M. A. P., & Wright, L. T. (1994). The importance of labeling examined in food marketing. *European Journal of Marketing*, 28(2), pp. 57-67.
- Donton, Peter de R. (1990). *Packaging in the marketing mix*. Wilthire: Redwood Press.
- Duncan, T. (2005). *Principles of Advertising & IMC*. (2nd ed.). New York, NY: McGraw-Hill.
- Ellwood, I. (2001). *The essential brand book: Over 100 techniques to increase brand value*. London, UK: Kogan Page.
- Food Marketing Institute (1989). *Trends*, Washington, DC.
- Glanz, K., Rudd, J., Mullis, R. M., Snyder, P. (1989). Point of purchase nutrition information, federal regulations and consumer health education: A critical view. *Journal of Nutrition Education*, 21, pp. 95-100.
- Grewal, D., Monroe, K. B., & Krishnan, R. (1998). The effects of price-comparison advertising on buyers' perceptions of acquisition value, transaction value, and behavioral intentions. *Journal of Marketing*, 62(2), 46-59.
- Griger, C., Wyse, B. M., Michael, W. B., & Hansen, R. G. (1991). Nutrition labels in bar graph format seemed most useful consumer purchase decision using adaptive conjoint analysis. *Journal of American Diet Association*, 91, 800-807.
- Gronhaug, K. (1972). Risk indicators, perceived risk and consumer's choice of information sources. *Swedish Journal of Economics*, 2, 246-262.
- Hadden, S. G. (1991). Regulating product risks through consumer information. *Journal of Social Issues*, 47(1), p. 93-105.
- Hall, I. H. (1998). *Label and labeling: A literature review*. UK: Pira International.

- Hampries, C. (1998). A code of practice for food labelling. *Nutrition & Food Science*. No.4 July/August. pp. 193-197.
- Hanna, N., & Wozniak, R. (2001). *Consumer behavior: An applied approach*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Hausman, A. (2000). A multi-method investigation of consumer motivations in impulse buying behavior. *Journal of Consumer Marketing*, 17(5), pp. 403-19.
- Hawkins, D. I., Best, R. J., & Coney, K. A. (2001). *Consumer behavior: Building marketing strategy* (8th ed.). Boston: McGraw-Hill.
- Hill, E., & O' Sullivan, T. (1996). *Marketing*. London: Addison Wesley Longman Limited.
- Holkham, T. (1995). *Label writing and planning: A guide to good customer communication*. Great Britain: Blackie Academic & Professional.
- Hoyer, W. D., & MacInnis, D. J. (2001). *Consumer behavior* (2nd ed.). Boston, NY: Houghton Mifflin.
- Institute of Grocery Distribution (IGD). (2003). The key to a healthier diet is clearer food labeling and healthier food choices say consumer. Retrieved December 24, 2006, from <http://www.igd.com/analysis/>
- Kraft, F. B., & Goodell, P. W. (1993). Identifying the health conscious consumer. *Journal of Health Care Marketing*, 13(3), p. 18-25.
- Keller, K. L. (1998). *Strategic brand management*, Upper Saddle River: N.J.: Prentice Hall.
- Kotler, P. (2003). *Marketing management* (11th. ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2006). *Marketing management*. (12th ed.). New Jersey: Prentice Hall.
- Kupiec, B., & Revell, B. (2001). Measuring consumer quality judgements. *British Food Journal*, 103(1), p.7-22.
- Lane, w. R., King, K. W., & Russell, J. T. (2005). *Kleppner's advertising procedure*. (16th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Liefeld, J. P. (2004). Consumer knowledge and use of country-of-origin information at the point of purchase. *Journal of Consumer Behavior*, 4(2), 85-96.

- Lewis, M. (1997). Brand packaging. In Cowley, D. Editor. *Understanding brands by 10 People who do.* (pp.137-164). London, UK: Kogan Page.
- Loudon, D. L., & Della Bitta, A. J. (1993). *Consumer behavior: Concepts and applications* (4th ed.). Singapore: McGraw-Hill.
- Love, D. A. (2000). Labelling requirements. In Blanchfield, J. R. (Eds). *Food Labelling.* Washington, DC: Woodhead Publishing Limited and CRC Press LLC.
- Lutz, R. J. (1991). The role of attitude theory in marketing. In H. H. Kassarijan, & T. S. Robertson (Eds.), *Perspectives in consumer behavior* (4th ed.). Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Mangleburg, T. F., Grewal, D., & Bristol, T. (1997). Socialization, gender, and adolescent's self-reports of their generalized use of product labels. *The Journal of Consumer Affairs*, 31(2), p. 255-279.
- Markin, R. J. (1974). *Consumer behavior: A cognitive orientation.* NY: Macmillian.
- Martineau, P. (1957). *Motivation in advertising: Motives that make people buy.* New York, NY: McGraw-Hill.
- Michell, V. W. and Papavassiliou, V. (1999). Marketing cause and implication of consumer confusion. *Journal of Product & Brand Management*, 8(4), pp.319-39.
- Milne, G. R., Beckman, J., & Taubman, M. L. (1996). Consumer attitudes toward privacy and direct marketing in Argentina. *Journal of Direct Marketing*, 10(1), p. 22-33.
- Moorman, C. (1990). The effects of stimulus and consumer characteristics on the utilization of nutrition information. *Journal of Marketing Research*, 28(February), p. 63-70.
- Moorman, C., & Matulich, E. (1993). A model of consumers' preventive health behaviors: The role of health motivation and health ability. *Journal of consumer Research*, 20(2), p. 208-228.
- Morgan, C. L. (1997). *Packaging design.* New York, NY: RotoVision.
- Mowen, J. C., & Minor M. (1998). *Consumer behavior* (5th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.
- Mueller, B. (1996). *International advertising: Communication across cultures.* Belmont, CA: Wadsworth.

- Nakashima, A. (1970). A comparison of Japanese and U.S. attitudes toward foreign products. *Journal of Marketing*, 34(1), 68-74.
- Nakashima, A. (1977). A comparative "made in" product image survey among Japanese businessman. *Journal of Marketing*, 41(3), 95-100.
- Nickels, W.G., & Jolson, M. A. (1976). Packaging – the fifth "p" in the marketing mix? *S.A.M. Advanced Management Journal*, (Winter), 13-21.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (1990). *Consumer behavior and marketing strategy*. (2nd ed.). Homewood, IL: Irwin.
- Polonsky, M. J., Bailey, J., Baker, H., Basche, C., Jepson, C., & Neath, L. (1998). Communicating environmental information: Are marketing claims on packaging misleading? *Journal of Business Ethics*, 17(3), p. 281-294.
- Raghubir, P., & Krishna, A. (1999). Vital dimensions in volume perception: Can the eye fool the stomach? *Journal of Marketing Research*, 36 (August), 313-326.
- Ramsland, T. (1989). Labels. In Selin, J. (Eds.), *Handbook on Procurement of packaging* (pp. 76-79). Helsinki: Prodec.
- Rettie, R., & Brewer, C. (2000). The verbal and visual components of package design. *Journal of product & Brand Management*, 9(1), 56-70.
- Robertson, T. S., Zielinski, J. & Ward, S. (1984). *Consumer behavior*. Glenview, IL: Scott, Foresman and Company.
- Roselius, T. (1971). Consumer rankings of risk reduction methods. *Journal of Marketing*, 35(January), 56-61.
- Sanzo, M. J., del Rio, A. B., Iglesias, V., & Vazquez, R. (2003). Attitude and satisfaction in a traditional food product. *British Food Journal*, 105(11), pp.771-790.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2007). *Consumer behavior* (9th ed.). Pearson, NJ: Prentice Hall.
- Shanon, B. (1993). Nutrition labeling: Putting the consumer first. *British Food Journal*, 96(4), p.40-44.
- Shimp, T. A. (2003). *Advertising & promotion : Supplemental aspects of integrated marketing communications*. (6th ed.). Ohio: South-Western.
- Shine, A., O'Reilly, S., & O'Sullivan, K. (1997). Consumer attitudes to nutrition labeling. *British Food Journal*, 99(8), p.283-289.

- Shine, A., O'Reilly, S., & O'Sullivan, K. (1997). Consumer use of nutrition labels. *British Food Journal*, 99(8), p.290-296.
- Silayoi, P., & Speece, M. (2004). Packaging and purchase decisions: An exploratory study on the impact of involvement level and time pressure. *British Food Journal*, 106(8/9), p.607-628.
- Smith, P. R. (1998). *Marketing communications: An integrated approach* (2nd ed.). London, UK: Kogan Page.
- Solomon, M. R. (2007). *Consumer behavior: Buying, having, and being* (7th ed.). Pearson, NJ: Prentice Hall.
- Spence, H. E., & Engel, J. F. (1970). The impact of brand preference on the perception of brand names: A laboratory analysis. In D. T. Kollat, R. D. Blackwell, & J. F. Engel (Eds.), *Research in consumer behavior*. New York: Holt, Rinehart & Winston.
- Stanton, W. J. (2000). *Fundamentals of marketing*. (4th ed.). Roseville: McGraw-Hill.
- Statt, D. A. (1997). *Understanding the consumer : a psychological approach*. Houndmills, Basingstoke, Hampshire: Macmillan Press.
- Stewart, B. (1996). *Packaging as an effective marketing tool*. London, UK: Kogan Page.
- Underwood, R.L. (2003). The communicative power of product packaging: Creating brand identity via lived and mediated experience. *Journal of Marketing Theory and Practice*, (Winter), 62-76.
- Underwood, R. L., & Klein, N. M. (2002). Packaging as brand communication: Effects of product pictures on consumer responses to the package and brand. *Journal of Marketing Theory and Prentice*, (Fall), 58-68.
- Underwood, R. L., Klein, N. M., & Burke, R. R. (2001). Packaging communication: Attentional effects of product imagery. *Journal of Product & Brand Management*, 10(7), 403-422.
- Vaughn, R. (1980). How advertising works: A planning model. *Journal of Advertising Research*, 20(5), p. 27-33.
- Wandel, M. (1995). Marketing av matvarar-tit gagneller bry? Work report No.5, *National Institute for consumer Research*, Oslo, Norway.

- Wandel, M. (1997). Food labeling from a consumer perspective. *British Food Journal*, 99(6), p.212-219.
- Wansink, B. (1996). Can package size accelerate consumption volume? *Journal of Marketing*, 60(July), p.1-14.
- Wansink, B., & Ittersum van, K. (2003). Weight and height and shape and size: When do peripheral cues drive evaluation and consumption? *Advances in consumer Research*, 30(1), p.363-365.
- Ward, N. (1992). *Fundamentals of packaging course: Labels and labeling*. The Institute of packaging.
- Wells, W., Burnett, J., & Moriarty, S. (2006). *Advertising: Principle and practice* (5th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Wells, W. D., & Prentsky, D. (1996). *Consumer behavior*. New York: John Wiley & Son.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

พระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522

พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดชมีพระบรมราชโองการโปรดเกล้าฯ ให้ประกาศว่า โดยที่เป็นการสมควรปรับปรุงกฎหมายว่าด้วยการควบคุมคุณภาพอาหารจึงทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้ตราพระราชบัญญัติขึ้นไว้โดยคำแนะนำและยินยอมของ สภานิติบัญญัติแห่งชาติ ทำหน้าที่รัฐสภา ดังต่อไปนี้

มาตรา 1 พระราชบัญญัตินี้เรียกว่า “พระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ.2522”

มาตรา 2 พระราชบัญญัตินี้ให้ใช้บังคับตั้งแต่วันถัดจากวันประกาศในราชกิจจานุเบกษา เป็นต้นไป

มาตรา 3 ให้ยกเลิก

(1) พระราชบัญญัติควบคุมคุณภาพอาหาร พ.ศ.2507

(2) ประกาศของคณะปฏิวัติ ฉบับที่ 49 ลงวันที่ 18 มกราคม พ.ศ.2515

บรรดาบทกฎหมาย กฎ และข้อบังคับอื่นในส่วนที่มีบัญญัติไว้แล้วในพระราชบัญญัตินี้ หรือซึ่งขัดหรือแย้งกับบทแห่งพระราชบัญญัตินี้ ให้ใช้พระราชบัญญัตินี้แทน

มาตรา 4 ในพระราชบัญญัตินี้

“อาหาร” หมายความว่า ของกินหรือเครื่องค้ำจุนชีวิต ได้แก่

(1) วัตถุทุกชนิดที่คนกิน ดื่ม อม หรือนำเข้าสู่ร่างกายไม่ว่าด้วยวิธีใด ๆ หรือในรูปลักษณะใด ๆ แต่ไม่รวมถึงยา วัตถุออกฤทธิ์ต่อจิตและประสาท หรือยาเสพติดให้โทษ ตามกฎหมายว่าด้วยการนั้น แล้วแต่กรณี

(2) วัตถุที่มุ่งหมายสำหรับใช้หรือใช้เป็นส่วนผสมในการผลิตอาหารรวมถึงวัตถุเจือปนอาหาร สี และเครื่องปรุงแต่งกลิ่นรส

“อาหารควบคุมเฉพาะ” หมายความว่า อาหารที่รัฐมนตรีประกาศในราชกิจจานุเบกษาให้เป็นอาหารที่อยู่ในความควบคุมคุณภาพหรือมาตรฐาน

“ตำรับอาหาร” หมายความว่า รายการของวัตถุที่ใช้เป็นส่วนประกอบอาหาร ซึ่งระบุน้ำหนักหรือปริมาณของแต่ละรายการ

“ภาชนะบรรจุ” หมายความว่า วัตถุที่ใช้บรรจุอาหารไม่ว่าด้วยการใส่หรือห่อหรือด้วยวิธีใด ๆ

“ฉลาก” หมายความว่า รอยประดิษฐ์ เครื่องหมาย หรือข้อความใด ๆ ที่แสดงไว้ที่อาหารภาชนะบรรจุอาหาร หรือหีบห่อของภาชนะที่บรรจุอาหาร

“ผลิต” หมายความว่า ทำ ผสม ปรุงแต่ง และหมายความรวมถึงแบ่งบรรจุด้วย

"จำหน่าย" หมายความว่ารวมถึง ขาย จ่าย แจก หรือแลกเปลี่ยน ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ในทางการค้า หรือการมีไว้เพื่อจำหน่ายด้วย

"นำเข้า" หมายความว่า นำหรือส่งเข้ามาในราชอาณาจักร

"ส่งออก" หมายความว่า นำหรือส่งออกนอกราชอาณาจักร

"โรงงาน" หมายความว่า โรงงานตามกฎหมายว่าด้วยโรงงานที่สร้างขึ้นเพื่อผลิตอาหาร

"ผู้รับอนุญาต" หมายความว่า ผู้ได้รับใบอนุญาตตามพระราชบัญญัตินี้ในกรณีที่มีนิติบุคคลเป็นผู้รับใบอนุญาตให้หมายความรวมถึงผู้ซึ่งนิติบุคคลแต่งตั้งให้เป็นผู้ดำเนินการด้วย

"ผู้อนุญาต" หมายความว่า เลขาธิการคณะกรรมการอาหารและยา หรือผู้ซึ่งเลขาธิการ คณะกรรมการอาหารและยามอบหมาย

"คณะกรรมการ" หมายความว่า คณะกรรมการอาหาร

"พนักงานเจ้าหน้าที่" หมายความว่า ผู้ซึ่งรัฐมนตรีแต่งตั้งให้ปฏิบัติการตามพระราชบัญญัตินี้

"รัฐมนตรี" หมายความว่า รัฐมนตรีผู้รักษาการตามพระราชบัญญัตินี้

มาตรา 5 ให้รัฐมนตรีว่าการกระทรวงสาธารณสุขรักษาการตามพระราชบัญญัตินี้ และให้มี อำนาจแต่งตั้งพนักงานเจ้าหน้าที่ ออกกฎกระทรวงกำหนดค่าธรรมเนียมไม่เกินอัตราท้าย พระราชบัญญัตินี้ ยกเว้นค่าธรรมเนียมและกำหนดกิจการอื่นกับออกประกาศ ทั้งนี้ เพื่อปฏิบัติการ ตามพระราชบัญญัตินี้กฎกระทรวงและประกาศนั้นเมื่อได้ประกาศในราชกิจจานุเบกษาแล้วให้ใช้ บังคับได้

มาตรา 6 เพื่อประโยชน์แก่การควบคุมอาหาร ให้รัฐมนตรีมีอำนาจประกาศในราชกิจจานุเบกษา

(1) กำหนดอาหารควบคุมเฉพาะ

(2) กำหนดคุณภาพหรือมาตรฐานของอาหารควบคุมเฉพาะตามชื่อ ประเภท ชนิด หรือ ลักษณะของอาหารนั้น ๆ ที่ผลิตเพื่อจำหน่าย นำเข้า เพื่อจำหน่าย หรือที่จำหน่าย ตลอดจน หลักเกณฑ์ เงื่อนไข และวิธีการผลิตเพื่อจำหน่าย นำเข้าเพื่อจำหน่าย หรือจำหน่าย

(3) กำหนดคุณภาพหรือมาตรฐานของอาหารที่มีไซเป็นอาหารตาม (1) และจะกำหนด หลักเกณฑ์ เงื่อนไข และวิธีการผลิตเพื่อจำหน่าย นำเข้าเพื่อจำหน่าย หรือจำหน่าย ด้วยหรือไม่ก็ได้

(4) กำหนดอัตราส่วนของวัตถุที่ใช้เป็นส่วนผสมอาหารตามชื่อ ประเภท ชนิด หรือลักษณะ ของอาหารที่ผลิตเพื่อจำหน่าย นำเข้าเพื่อจำหน่ายหรือที่จำหน่ายรวมทั้งการใช้สีและเครื่องปรุง แต่งกลิ่นรส

(5) กำหนดหลักเกณฑ์ เงื่อนไข และวิธีการใช้วัตถุเจือปนในอาหาร การใช้วัตถุกันเสีย และ วิธีป้องกันการเสีย การเจือสี หรือวัตถุอื่นในอาหารที่ผลิตเพื่อจำหน่าย นำเข้าเพื่อจำหน่าย หรือที่ จำหน่าย

(6) กำหนดคุณภาพหรือมาตรฐานของภาชนะบรรจุและการใช้ภาชนะบรรจุ ตลอดจนการห้ามใช้วัตถุใดเป็นภาชนะบรรจุอาหารด้วย

(7) กำหนดวิธีการผลิต เครื่องมือเครื่องใช้ในการผลิต และการเก็บรักษาอาหารเพื่อป้องกันมิให้อาหารที่ผลิตเพื่อจำหน่าย นำเข้าเพื่อจำหน่าย หรือที่จำหน่าย เป็นอาหารไม่บริสุทธิ์ตามพระราชบัญญัตินี้

(8) กำหนดอาหารที่ห้ามผลิต นำเข้า หรือจำหน่าย

(9) กำหนดหลักเกณฑ์ เงื่อนไข และวิธีการในการตรวจ การเก็บตัวอย่าง การยึด การอายัด และการตรวจวิเคราะห์ทางวิชาการ ซึ่งอาหาร รวมทั้งเอกสารอ้างอิง

(10) กำหนดประเภทและชนิดอาหารที่ผลิตเพื่อจำหน่าย นำเข้าเพื่อจำหน่าย หรือที่จำหน่าย ซึ่งจะต้องมีฉลาก ข้อความในฉลาก เงื่อนไข และวิธีการแสดงฉลาก ตลอดจนหลักเกณฑ์ และ วิธีการโฆษณาในฉลากพระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522

ประกาศกระทรวงสาธารณสุข

(ฉบับที่ 194) พ.ศ.2543

เรื่อง "ฉลาก"

โดยเป็นการสมควรปรับปรุงประกาศกระทรวงสาธารณสุขว่าด้วยเรื่อง ฉลาก อาศัยอำนาจตามความในมาตรา 5 และมาตรา 6(10) แห่งพระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522 อันเป็นพระราชบัญญัติที่มีบทบัญญัติบางประการเกี่ยวกับการจำกัดสิทธิและเสรีภาพของบุคคล ซึ่งมาตรา 29 ประกอบกับมาตรา 35 มาตรา 48 และมาตรา 50 ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทยบัญญัติให้กระทำได้โดยอาศัยอำนาจตามบทบัญญัติแห่งกฎหมายรัฐมนตรีว่าการกระทรวงสาธารณสุขออกประกาศไว้ ดังต่อไปนี้

ข้อ 1 ให้ยกเลิก

- (1) ประกาศกระทรวงสาธารณสุข ฉบับที่ 68 (พ.ศ.2525) เรื่อง ฉลาก ลงวันที่ 29 เมษายน พ.ศ.2525
- (2) ประกาศกระทรวงสาธารณสุข ฉบับที่ 95 (พ.ศ.2528) เรื่อง ฉลาก (ฉบับที่ 2) ลงวันที่ 30 กันยายน พ.ศ.2528

ข้อ 2 ให้อาหารดังต่อไปนี้ ต้องมีฉลาก

- (1) อาหารควบคุมเฉพาะ
- (2) อาหารที่กำหนดคุณภาพหรือมาตรฐาน
- (3) อาหารที่รัฐมนตรีประกาศให้เป็นอาหารที่ต้องมีฉลาก
- (4) อาหารอื่นนอกจากอาหารตาม (1) (2) และ (3)

ข้อ 3 ฉลากของอาหารที่จำหน่ายต่อผู้บริโภค ต้องมีข้อความภาษาไทยแต่จะมีภาษาต่างประเทศด้วยก็ได้ และจะต้องมีข้อความแสดงรายละเอียดดังต่อไปนี้ เว้นแต่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาจะยกเว้นให้ไม่ต้องระบุข้อความหนึ่งข้อความใด

(1) ชื่ออาหาร

(2) เลขสารบบอาหาร

(3) ชื่อและที่ตั้งของผู้ผลิตหรือผู้แบ่งบรรจุสำหรับอาหารที่ผลิตในประเทศ ชื่อและที่ตั้งของผู้นำเข้าและประเทศผู้ผลิตสำหรับอาหารนำเข้า แล้วแต่กรณีสำหรับอาหารที่ผลิตในประเทศ อาจแสดงชื่อและที่ตั้งสำนักงานใหญ่ของผู้ผลิตหรือของผู้แบ่งบรรจุก็ได้

(4) ปริมาณของอาหารเป็นระบบเมตริก

(4.1) อาหารที่เป็นของแข็ง ให้แสดงน้ำหนักสุทธิ

(4.2) อาหารที่เป็นของเหลว ให้แสดงปริมาตรสุทธิ

(4.3) อาหารที่มีลักษณะครึ่งแข็งครึ่งเหลว อาจแสดงเป็นน้ำหนักสุทธิหรือปริมาตรสุทธิก็ได้

(4.4) อื่น ๆ แสดงเป็นน้ำหนักสุทธิ กรณีที่อาหารมีส่วนผสมที่เป็นชิ้นหรือเนื้ออาหารผสมอยู่กับส่วนผสมที่เป็นน้ำหรือของเหลว และแยกกันอย่างชัดเจน ให้แสดงปริมาตรน้ำหนักเนื้ออาหาร (drained weight) เว้นแต่อาหารที่ไม่อาจแยกเนื้ออาหารออกจากน้ำหรือของเหลวนั้นได้

(5) ส่วนประกอบที่สำคัญเป็นร้อยละของน้ำหนักโดยประมาณ ยกเว้นส่วนประกอบของอาหารที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาประกาศกำหนดให้แสดงเป็นร้อยละของน้ำหนัก และให้แสดงเรียงตามลำดับปริมาณจากมากไปน้อย กรณีที่เป็นอาหารซึ่งต้องเจือจางหรือทำละลายก่อนบริโภคตามที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาประกาศกำหนด ให้แสดงส่วนประกอบที่สำคัญดังกล่าวของอาหารเมื่อเจือจางหรือทำละลายตามวิธีปรุงเพื่อรับประทานตามที่แจ้งไว้บนฉลาก

(6) ข้อความว่า "ใช้วัตถุกันเสีย" ถ้ามีการใช้

(7) ข้อความว่า "เจือสีธรรมชาติ" หรือ "เจือสีสังเคราะห์" ถ้ามีการใช้แล้วแต่กรณี

(8) ข้อความว่า "ใช้ เป็นวัตถุปรุงแต่งรสอาหาร" (ความที่เว้นไว้ให้ระบุชื่อของวัตถุปรุงแต่งรสอาหารที่ใช้)

(9) ข้อความว่า "ใช้ เป็นวัตถุให้ความหวานแทนน้ำตาล" (ความที่เว้นไว้ให้ระบุชื่อของวัตถุที่ให้ความหวานแทนน้ำตาลที่ใช้) ด้วยตัวอักษรขนาดไม่เล็กกว่า 2 มิลลิเมตร สีของตัวอักษรตัดกับสีของพื้นฉลาก

(10) ข้อความว่า "แต่งกลิ่นธรรมชาติ" "แต่งกลิ่นเลียนธรรมชาติ" "แต่งกลิ่นสังเคราะห์" "แต่งรสธรรมชาติ" หรือ "แต่งรสเลียนธรรมชาติ" ถ้ามีการใช้แล้วแต่กรณี

(11) วันเดือนและปีที่ผลิต เดือนและปีที่ผลิต วันเดือนและปีที่หมดอายุการบริโภคหรือ วันเดือนและปีที่อาหารยังมีคุณภาพหรือมาตรฐานดี โดยมีข้อความว่า "ผลิต" "หมดอายุ" หรือ "ควรบริโภคก่อน" กำกับไว้ด้วยแล้วแต่กรณี ดังต่อไปนี้

(11.1) วันเดือนและปีที่หมดอายุการบริโภค สำหรับอาหารที่เก็บไว้ได้ไม่เกิน 90 วัน

(11.2) เดือนและปีที่ผลิต หรือ วันเดือนและปีที่หมดอายุการบริโภค สำหรับอาหารที่เก็บไว้ได้เกิน 90 วัน

(11.3) วันเดือนและปีที่ผลิต และ วันเดือนและปีที่หมดอายุการบริโภคสำหรับอาหารที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาประกาศกำหนดการแสดงข้อความตาม (11.1) (11.2) และ (11.3) จะต้องแสดงให้เรียงตามลำดับของวันเดือนปีตามที่กำหนด กรณีการแสดงเดือนอาจแสดงโดยใช้ตัวอักษรแทนได้สำหรับวันเดือนและปีที่หมดอายุการบริโภค อาจแสดงวันเดือนและปีที่ควรบริโภคก่อนแทนได้

(12) คำแนะนำในการเก็บรักษา (ถ้ามี)

(13) วิธีปรุงเพื่อรับประทาน (ถ้ามี)

(14) วิธีการใช้และข้อความที่จำเป็นสำหรับอาหารที่มุ่งหมายจะใช้กับทารกหรือเด็กอ่อนหรือบุคคลกลุ่มใดใช้โดยเฉพาะ

(15) ข้อความที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยากำหนดให้ต้องมี สำหรับอาหารที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาประกาศกำหนดฉลากของอาหารตามข้อ 2(4) อย่างน้อยต้องแสดงข้อความตาม (1)(3)(4) และ (11)

ข้อ 4 ฉลากของอาหารที่มีได้จำหน่ายต่อผู้บริโภคแต่จำหน่ายให้กับผู้ปรุงหรือผู้จำหน่ายอาหาร ให้แสดงฉลากตามข้อ 3 เว้นแต่ในกรณีที่มีคู่มือหรือเอกสารประกอบที่แสดงรายละเอียดตามข้อ 3(5) ถึง 3(10) และ 3(12) ถึง 3(15) อยู่แล้ว จะแสดงข้อความเพียงข้อ 3(1) ถึง 3(4) และ 3(11) ก็ได้

ข้อ 5 ฉลากของอาหารที่มีได้จำหน่ายต่อผู้บริโภคและมีใช้อาหารที่ต้องแสดงฉลากตามข้อ 3 หรือข้อ 4 ต้องมีข้อความภาษาไทย เว้นแต่อาหารที่นำเข้าอาจแสดงข้อความภาษาอังกฤษก็ได้ และอย่างน้อยต้องมีข้อความ ดังต่อไปนี้

(1) ชื่อและประเภทหรือชนิดของอาหาร

(2) เลขสารบบอาหาร

(3) ปริมาณสุทธิของอาหารเป็นระบบเมตริก

(4) ชื่อและที่ตั้งของผู้ผลิตสำหรับอาหารที่ผลิตในประเทศ ชื่อและที่ตั้งของผู้นำเข้าและประเทศผู้ผลิตสำหรับอาหารนำเข้า แล้วแต่กรณีสำหรับอาหารที่ผลิตในประเทศ อาจแสดงชื่อและที่ตั้งสำนักงานใหญ่ของผู้ผลิตได้

ข้อ 6 ฉลากของอาหารที่ผลิตเพื่อส่งออกจะแสดงข้อความเป็นภาษาใดก็ได้ แต่อย่างน้อยต้องระบุ

6.1 ประเทศผู้ผลิต

6.2 เลขสารบบอาหาร (ถ้ามี)

ข้อ 7 ฉลากของอาหารดังต่อไปนี้ ต้องส่งมอบให้สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาตรวจอนุมัติให้ใช้ก่อนนำไปใช้

(1) อาหารควบคุมเฉพาะ

(2) อาหารอื่นที่รัฐมนตรีประกาศกำหนด

ฉลากของอาหารที่ได้รับอนุญาตให้ใช้แล้ว ต้องแสดงเลขสารบบอาหารตามแบบที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กำหนดไว้ที่ฉลาก

ข้อ 8 การแสดงเลขสารบบอาหารสำหรับอาหารตามข้อ 2(1) ข้อ 2(2) และข้อ 2(3) ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาประกาศกำหนด

ข้อ 9 ฉลากของอาหารต้องปิด ติด หรือแสดงไว้ในที่เปิดเผยที่ภาชนะบรรจุและหรือหีบห่อของภาชนะบรรจุอาหาร และมองเห็นได้ชัดเจน โดยมีขนาดของฉลากสัมพันธ์กับพื้นที่ของภาชนะบรรจุหรือหีบห่อนั้น ๆ

ข้อ 10 ฉลากของอาหารต้องไม่ทำให้เข้าใจผิดไม่ว่าโดยทางตรงหรือทางอ้อมระหว่างอาหารกับข้อความ รูป รูปภาพ รอยประดิษฐ์ เครื่องหมาย หรือเครื่องหมายการค้าที่แนะนำผลิตภัณฑ์ชนิดอื่น

ข้อ 11 ฉลากที่มีข้อความ รูป รูปภาพ รอยประดิษฐ์ เครื่องหมาย หรือเครื่องหมายการค้าไม่ว่าจะเป็นภาษาใดที่ปรากฏในฉลาก ต้อง

(1) ไม่เป็นเท็จหรือหลอกลวงให้เกิดความหลงเชื่อโดยไม่สมควร หรือไม่ทำให้เข้าใจผิดในสาระสำคัญ

(2) ไม่แสดงถึงชื่ออาหาร ส่วนประกอบของอาหาร อัตราส่วนของอาหาร ปริมาณของอาหาร หรือแสดงถึงสรรพคุณของอาหารอันเป็นเท็จหรือเป็นการหลอกลวงให้เกิดความหลงเชื่อ

(3) ไม่ทำให้เข้าใจว่ามีวัตถุตามข้อความ ชื่อ รูป รูปภาพ รอยประดิษฐ์เครื่องหมายหรือเครื่องหมายการค้าดังกล่าวผสมอยู่ในอาหารโดยที่ไม่มีวัตถุนั้นผสมอยู่ หรือมีผสมอยู่ในปริมาณที่ไม่อาจแสดงสรรพคุณได้

ข้อ 12 ข้อความในฉลากต้องมีลักษณะเห็นได้ชัดเจนและอ่านได้ง่ายการแสดงข้อความตามข้อ 3(1) ข้อ 3(4) และข้อ 3(11) ให้แสดงในตำแหน่งที่สามารถเห็นได้ชัดเจน กรณีการแสดงข้อความตามข้อ 3(11) ไว้ที่ด้านล่างของภาชนะบรรจุ ต้องมีข้อความที่ฉลากนั้นว่าจะควรวัดวันเดือนและปีที่ผลิต เดือนและปีที่ผลิต วันเดือนและปีที่หมดอายุการบริโภค หรือ วันเดือนและปีที่อาหารยังมีคุณภาพหรือมาตรฐานดี ได้ที่ใด

ข้อ 13 การแสดงสีของพื้นฉลากและสีของข้อความในฉลากต้องใช้สีที่ตัดกัน ซึ่งทำให้ข้อความที่ระบุอ่านได้ชัดเจน ขนาดของตัวอักษรต้องสัมพันธ์กับขนาดของพื้นที่ฉลาก เว้นแต่ข้อความดังต่อไปนี้ ต้องมีขนาดตัวอักษร ตำแหน่ง และแบบตามที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กำหนด

- (1) เลขสารบบอาหาร
- (2) ข้อความตามข้อ 3(15)

ข้อ 14 ฉลากที่มีเครื่องหมายการค้าแสดงไว้ สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาอาจกำหนดให้ระบุคำว่า “ตรา” หรือ “เครื่องหมายการค้า” กำกับเครื่องหมายการค้าไว้ด้วย ทั้งนี้เพื่อป้องกันมิให้ผู้บริโภคเข้าใจผิดเกี่ยวกับอาหารนั้น

ข้อ 15 ชื่ออาหารตามข้อ 3(1) ต้องไม่ทำให้เข้าใจผิดในสาระสำคัญ ไม่เป็นเท็จ ไม่เป็นการหลอกลวงให้เกิดความหลงเชื่อ ทำให้เข้าใจผิด หรือขัดกับวัฒนธรรมอันดีงามของไทย หรือสื่อไปในทางทำลายคุณค่าของภาษาไทย และมีข้อความต่อเนื่องกันในแนวนอน ขนาดของตัวอักษรใกล้เคียงกัน อ่านได้ชัดเจน และให้ใช้ชื่ออย่างหนึ่งอย่างใด ดังต่อไปนี้

- (1) ชื่อเฉพาะของอาหาร ชื่อสามัญหรือชื่อที่ใช้เรียกอาหารตามปกติ
- (2) ชื่อที่แสดงประเภทหรือชนิดของอาหาร
- (3) ชื่อทางการค้า การใช้ชื่อนี้ต้องมีข้อความแสดงประเภทหรือชนิดของอาหารกำกับชื่อ

อาหารด้วย โดยจะอยู่ในบรรทัดเดียวกับชื่อทางการค้าก็ได้ และจะมีขนาดตัวอักษรต่างกับชื่อทางการค้าก็ได้ แต่ต้องสามารถอ่านได้ชัดเจนเพื่อป้องกันมิให้ผู้บริโภคเข้าใจผิดเกี่ยวกับอาหาร สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาอาจกำหนดให้ระบุข้อความหนึ่งข้อความใดประกอบชื่ออาหาร เช่น สารที่บรรจุ (Packing media) กรรมวิธีการผลิต รูปลักษณะของอาหาร ชนิดของส่วนของพืช หรือส่วนที่เป็นต้นกำเนิดของอาหาร

ข้อ 16 ให้ใบสำคัญการใช้อาหารตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข ฉบับที่ 68 (พ.ศ. 2525) เรื่อง ฉลาก ลงวันที่ 29 เมษายน พ.ศ.2525 แก้ไขเพิ่มเติมโดยประกาศกระทรวงสาธารณสุข ฉบับที่ 95 (พ.ศ.2528) เรื่อง ฉลาก (ฉบับที่ 2) ลงวันที่ 30 กันยายน พ.ศ.2528 และฉบับที่เกี่ยวข้อง ซึ่งออกให้ก่อนวันที่ประกาศนี้ใช้บังคับยังคงใช้ต่อไปได้อีกสองปี นับแต่วันที่ประกาศนี้ใช้บังคับ

ข้อ 17 ให้ผู้ผลิต ผู้นำเข้า ซึ่งอาหารที่ได้รับอนุญาตอยู่ก่อนวันที่ประกาศนี้ใช้บังคับ ยื่นคำขอรับ เลขสารบบอาหารภายในหนึ่งปี นับแต่วันที่ประกาศนี้ใช้บังคับ และเมื่อได้ยื่นคำขอดังกล่าวแล้วให้ คงใช้ฉลากเดิมที่เหลืออยู่ต่อไปจนกว่าจะหมดแต่ต้องไม่เกินสองปี นับแต่วันที่ประกาศนี้ใช้บังคับ

ข้อ 18 ประกาศนี้ ให้ใช้บังคับเมื่อพ้นกำหนดหนึ่งร้อยแปดสิบวันนับแต่วันถัดจากวันประกาศใน ราชกิจจานุเบกษาเป็นต้นไป

ประกาศกระทรวงสาธารณสุข

(ฉบับที่ 252) พ.ศ.2545

เรื่อง "ฉลาก" (ฉบับที่ 2)

โดยที่เป็นการสมควรแก้ไขเพิ่มเติมประกาศกระทรวงสาธารณสุขว่าด้วยเรื่อง ฉลาก อาศัย อำนาจตามความในมาตรา 5 และมาตรา 6(10) แห่งพระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ.2522 อันเป็น พระราชบัญญัติที่มีบทบัญญัติบางประการเกี่ยวกับการจำกัดสิทธิและเสรีภาพของบุคคล ซึ่ง มาตรา 29 ประกอบกับมาตรา 35 มาตรา 48 และมาตรา 50 ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักร ไทยบัญญัติให้กระทำได้โดยอาศัยอำนาจตามบทบัญญัติแห่งกฎหมายรัฐมนตรีว่าการกระทรวง สาธารณสุขออกประกาศไว้ ดังต่อไปนี้

ข้อ 1 ให้ยกเลิกความในข้อ 3(5) ของประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ 194) พ.ศ.2543 เรื่อง ฉลาก ลงวันที่ 19 กันยายน พ.ศ.2543 และให้ใช้ความต่อไปนี้แทน

"(5) ส่วนประกอบที่สำคัญเป็นร้อยละของน้ำหนักโดยประมาณเรียงตามลำดับ ปริมาณจากมากไปน้อย เว้นแต่

(ก) อาหารที่มีเนื้อที่ของฉลากทั้งแผ่นน้อยกว่า 35 ตารางเซนติเมตร แต่ทั้งนี้จะต้องมี ข้อความแสดงส่วนประกอบที่สำคัญไว้บนหีบห่อของอาหารนั้น หรือ

(ข) อาหารที่มีส่วนประกอบที่สำคัญแต่เพียงอย่างเดียวโดยไม่รวมถึงวัตถุดิบอาหาร วัตถุดิบแต่งกลิ่นรส วัตถุดิบปรุงแต่งรสอาหาร หรือส่วนผสมอาหาร ที่เป็นส่วนผสม"

ข้อ 2 ให้ยกเลิกความในข้อ 5 ของประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ 194) พ.ศ.2543 เรื่อง ฉลาก ลงวันที่ 19 กันยายน พ.ศ.2543 และให้ใช้ความต่อไปนี้แทน

“ข้อ 5 ฉลากของอาหารที่มีได้จำหน่ายต่อผู้บริโภคและมีไซอาหารที่ต้องแสดงฉลากตามข้อ 3 หรือ ข้อ 4 ต้องมีข้อความภาษาไทย เว้นแต่อาหารที่นำเข้าอาจแสดงข้อความภาษาอังกฤษก็ได้ และอย่างน้อยต้องมีข้อความ ดังต่อไปนี้

- (1) ชื่อและประเภทหรือชนิดของอาหาร
- (2) เลขสารบบอาหาร (ถ้ามี)
- (3) ปริมาณสุทธิของอาหารเป็นระบบเมตริก
- (4) ชื่อและที่ตั้งของผู้ผลิตหรือผู้แบ่งบรรจุสำหรับอาหารที่ผลิตในประเทศ ชื่อและที่ตั้งของผู้นำเข้าและประเทศผู้ผลิตสำหรับอาหารนำเข้า แล้วแต่กรณี ทั้งนี้สำหรับอาหารที่ผลิตในประเทศ อาจแสดงชื่อและที่ตั้งสำนักงานใหญ่ของผู้ผลิตหรือของผู้แบ่งบรรจุก็ได้”

ข้อ 3 ประกาศนี้ ให้ใช้บังคับตั้งแต่วันถัดจากวันประกาศในราชกิจจานุเบกษาเป็นต้นไป

ระเบียบสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

ว่าด้วยการขออนุญาตใช้ฉลากอาหาร

เนื่องด้วยระเบียบสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาว่าด้วยการใช้ฉลากอาหารลงวันที่ 1 มีนาคม 2525 ใช้บังคับมาเป็นเวลานาน ประกอบกับสถานการณ์ความเหมาะสมหลายอย่างได้เปลี่ยนแปลงไป

ฉะนั้น อาศัยอำนาจตามความในข้อ 12 (2) แห่งประกาศกระทรวงสาธารณสุข ฉบับที่ 68 (พ.ศ. 2525) เรื่อง ฉลาก ลงวันที่ 2 เมษายน 2525 ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยประกาศกระทรวงสาธารณสุข ฉบับที่ 95 (พ.ศ. 2528) เรื่อง ฉลาก (ฉบับที่ 2) ลงวันที่ 30 กันยายน 2538 สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาจึงวางระเบียบไว้ดังต่อไปนี้

ข้อ 1 ระเบียบนี้เรียกว่า “ระเบียบสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาว่าด้วยการขออนุญาตฉลากอาหาร”

ข้อ 2 ระเบียบนี้ให้ใช้บังคับตั้งแต่วันลงนามในระเบียบนี้เป็นต้นไป

ข้อ 3 ให้ยกเลิกระเบียบสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาว่าด้วยการขออนุญาตใช้ฉลากอาหาร ลงวันที่ 1 มีนาคม 2533

ข้อ 4 อาหารที่ต้องขออนุญาตใช้ฉลากมีดังนี้

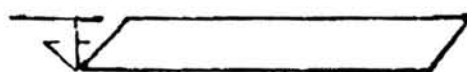
- 4.1 อาหารควบคุมเฉพาะที่ผลิตจากสถานที่ผลิตที่ไม่เข้าค่ายเป็นโรงงานตามพระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522
- 4.2 อาหารที่กำหนดคุณภาพหรือมาตรฐาน
- 4.3 อาหารที่นำเข้าเพื่อจำหน่าย ซึ่งไม่ใช่อาหารควบคุมเฉพาะ
- 4.4 อาหารอื่นที่จำหน่ายซึ่งรัฐมนตรีประกาศกำหนดให้เป็นอาหารที่ต้องมีฉลาก

ข้อ 5 ผู้ใดประสงค์จะขออนุญาตใช้ฉลากอาหาร ให้ยื่นคำขออนุญาตใช้ฉลากอาหารตามแบบ จ. 2 ท้ายระเบียบนี้ พร้อมด้วยหลักฐานที่ระบุไว้ในแบบ จ. 2

การอนุญาตให้ใช้ฉลากอาหารให้ใช้แบบ จ.1 ท้ายระเบียบนี้

ข้อ 6 ให้ผู้ที่ได้รับใบสำคัญการใช้ฉลากอาหารแสดงเลขที่อนุญาตฉลากอาหารในฉลากอาหารที่ได้รับอนุญาตให้ใช้ตามรายละเอียด ดังต่อไปนี้

6.1 อยู่ในกรอบพื้นสีขาว สีของกรอบตัดกับสีพื้นของฉลาก และมีลักษณะตามแบบข้างล่างดังนี้



6.2 ขนาดของตัวอักษร แสดงเลขที่อนุญาตฉลากอาหารต้องมีขนาดที่เหมาะสมกับพื้นที่ของฉลาก แต่ต้องไม่เล็กกว่า 2 มิลลิเมตร

ข้อ 7 การแสดงเลขที่อนุญาตฉลากอาหารสำหรับอาหารที่มีปัญหา ไม่อาจแสดงเลขที่อนุญาตฉลากได้ตามข้อ 6 ให้เป็นไปตามที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาเห็นสมควร

ข้อ 8 ผู้ที่ได้รับใบสำคัญการใช้ฉลากอาหาร ผู้ใดที่ประสงค์จะแก้ไขรายการในใบสำคัญการใช้ฉลากอาหารให้ยื่นคำขอตามแบบ จ. 3 ท้ายระเบียบนี้ พร้อมด้วยหลักฐานตามที่ระบุไว้ในแบบ จ.3

การอนุญาตให้แก้ไขรายการในใบสำคัญการใช้ฉลากอาหาร ผู้อนุญาตจะแสดงไว้ในใบสำคัญการใช้ฉลากอาหาร หรือจะมีหนังสือแจ้งให้ทราบถึงการอนุญาตก็ได้

ข้อ 9 ผู้ที่ได้รับใบสำคัญการใช้ฉลากอาหาร ผู้ใดประสงค์จะขอใบแทนใบสำคัญการใช้ฉลากอาหารที่ให้ยื่นคำขอตามแบบ จ. 4 ท้ายระเบียบนี้ พร้อมด้วยหลักฐานตามที่ระบุไว้ในแบบ จ. 4

การอนุญาตคำขอใบแทนใบสำคัญการใช้ฉลากอาหารให้ผู้อนุญาตออกใบสำคัญการใช้ฉลากอาหารตามใบสำคัญการใช้ฉลากอาหารเดิม แต่ให้กำกับว่า "ใบแทน" ไว้ที่ด้านหน้าด้วย

ข้อ 10 ผู้ที่ได้รับใบสำคัญการใช้ฉลากอาหาร ผู้ใดประสงค์จะเพิ่มฉลากเพื่อส่งออก และมีความจำเป็นต้องใช้ฉลากตามที่ผู้สั่งซื้อต้องการให้ยื่นหนังสือตามแบบ จ. 5 ท้ายระเบียบนี้ พร้อมด้วยหลักฐานตามที่ระบุไว้ในแบบ จ. 5

ข้อ 11 ผู้ใดประสงค์จะนำเข้าเพื่อจำหน่ายซึ่งอาหารบางชนิดตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ 162) พ.ศ. 2538 เรื่อง การแสดงฉลากของอาหารบางชนิดที่นำเข้าเพื่อจำหน่าย ต้องแจ้งรายละเอียดของอาหารดังกล่าวก่อนวันนำเข้าต่อสำนักงานคณะกรรมการอาหาร

และยา โดยให้กรอรายละเอียดที่ระบุไว้ในแบบ จ. 6 จำนวน 2 ฉบับ และเมื่อได้รับหลักฐานการรับแจ้งรายละเอียดจากเจ้าหน้าที่แล้ว จะต้องแสดงหลักฐานดังกล่าวทุกครั้งในขณะที่มีการนำเข้าเพื่อจำหน่ายซึ่งอาหารบางชนิด ตามที่ระบุไว้ในแบบ จ. 6 เสียก่อน จึงจะนำเข้าเพื่อจำหน่ายได้

ข้อ 12 ผู้ใดประสงค์จะผลิตน้ำดื่มในภาชนะบรรจุที่ปิดสนิทเฉพาะกรณีที่ต้องขออนุญาตใช้ฉลากอาหาร ให้ผู้ยื่นคำขออนุญาตผลิตอาหารเพื่อเป็นตัวอย่างตามแบบ จ. 7 พร้อมยื่นคำขออนุญาตใช้ฉลากอาหารตามแบบ จ. 2

ข้อ 13 ให้ผู้อนุญาตที่อำนาจสั่งยกเลิกใบสำคัญการใช้ฉลากอาหารได้ถ้าปรากฏว่าอาหารนั้นมีลักษณะ ดังต่อไปนี้

- (1) เป็นอาหารไม่บริสุทธิ์ตามมาตรา ๒๖
- (2) เป็นอาหารปลอมตามมาตรา ๒๗
- (3) เป็นอาหารผิดมาตรฐานตามมาตรา ๒๘
- (4) เป็นอาหารที่มีลักษณะดังที่บัญญัติไว้ในมาตรา ๒๙
- (5) เป็นอาหารที่เปลี่ยนวัตถุประสงค์เป็นยา เป็นวัตถุที่ออกฤทธิ์ต่อจิตและประสาท เป็นยาเสพติดให้โทษ เป็นเครื่องสำอาง หรือเป็นเครื่องมือแพทย์
- (6) เป็นอาหารที่มีสถานที่ผลิต หรือสถานที่นำเข้า เข้าข่ายต้องขอใบอนุญาตและขึ้นทะเบียนตำรับอาหารตามกฎหมาย
- (7) เป็นอาหารที่ได้รับอนุญาตให้ใช้ฉลากไว้แล้ว แต่มิได้มายื่นคำขอแก้ไขเปลี่ยนแปลงรายการที่ไม่ถูกต้อง ภายในระยะเวลาที่ประกาศกระทรวงสาธารณสุขที่เกี่ยวข้องได้กำหนดไว้
- (8) เป็นอาหารที่ตรวจพบว่าสถานที่ผลิตอาหารได้เลิกกิจการแล้ว

ข้อ 14 การยกเลิกใบสำคัญการใช้ฉลากอาหาร ให้ดำเนินการดังนี้

- (1) ให้กองควบคุมอาหารรายงานข้อเท็จจริง พร้อมด้วยหลักฐานเสนอสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา เมื่อมีกรณีตามข้อ ๑๓ ลักษณะใดลักษณะหนึ่ง
- (2) การแจ้งยกเลิกใบสำคัญการใช้ฉลากอาหาร ให้ทำเป็นหนังสือสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาถึงผู้ที่ได้รับใบสำคัญการใช้ฉลากในกรณีต่างจังหวัดให้ทำหนังสือสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ถึงสำนักงานสาธารณสุขจังหวัด และผู้ที่ได้รับใบสำคัญการใช้ฉลาก

ข้อ 15 เพื่อพิทักษ์ประโยชน์และความปลอดภัยของผู้บริโภคให้นำความในข้อ 8, ข้อ 9, ข้อ 10, ข้อ 13 และข้อ 14 บังคับใช้กับใบสำคัญการใช้ฉลากอาหารที่ออกตามระเบียบสำนักงาน

คณะกรรมการอาหารและยาว่าด้วยวิธีการแสดงเลขที่อนุญาตฉลากอาหารตามประกาศกระทรวง
สาธารณสุข ฉบับที่ 68 (พ.ศ. 2525) ลงวันที่ 10 กรกฎาคม 2528 ด้วย

ประกาศคณะกรรมการว่าด้วยฉลาก

เรื่อง "ลักษณะของฉลากสินค้าที่ควบคุมฉลาก" พ.ศ. 2541

โดยสินค้าที่ผลิตเพื่อขายโดยโรงงานตามกฎหมายว่าด้วยโรงงานและสินค้าที่สั่งหรือนำเข้า
มาในราชอาณาจักรเพื่อขาย เป็นสินค้าที่ควบคุมฉลากตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.
2522 ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2541 ดังนั้น จำต้อง
กำหนดลักษณะของฉลากสินค้านี้ดังต่อไปนี้

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา 30 และมาตรา 31 แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครอง
ผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2541
คณะกรรมการว่าด้วยฉลากจึงออกประกาศไว้ ดังต่อไปนี้

ข้อ 1 ฉลากของสินค้าที่ควบคุมฉลาก จะต้องระบุข้อความ รูป รอยประดิษฐ์หรือภาพ
ตามความเหมาะสม แล้วแต่กรณี แต่ข้อความนั้นจะต้องตรงต่อความเป็นจริง ไม่ก่อให้เกิดความ
เข้าใจผิดเกี่ยวกับสาระสำคัญของสินค้านั้น และต้องเป็นภาษาไทยหรือภาษาไทยกำกับ
ภาษาต่างประเทศ เพื่ออธิบายให้เข้าใจความหมายของรูป รอยประดิษฐ์หรือภาพ ที่สามารถเห็น
และอ่านได้ชัดเจน ทั้งนี้ ให้เป็นไปตามข้อ 2

ความในวรรคหนึ่ง ไม่ใช้บังคับกับฉลากของสินค้าที่ควบคุมฉลากที่ผลิตขึ้นเพื่อการส่งออก
และไม่ขายในประเทศ

ข้อ 2 ฉลากของสินค้าที่ควบคุมฉลาก จะต้องระบุดังต่อไปนี้

- (1) ชื่อประเภท หรือชนิดของสินค้าที่แสดงให้เข้าใจได้ว่าสินค้านั้นคืออะไร ใน
กรณีที่เป็นสินค้าที่สั่งหรือนำเข้ามาในราชอาณาจักรเพื่อขายให้ระบุชื่อ
ประเทศที่ผลิตด้วย
- (2) ชื่อหรือเครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียนในประเทศไทยของผู้ผลิตเพื่อขาย
ในประเทศไทย
- (3) ชื่อหรือเครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียนในประเทศไทยของผู้สั่งหรือนำเข้า
มาในราชอาณาจักรเพื่อขาย
- (4) สถานที่ตั้งของผู้ผลิตเพื่อขาย หรือของผู้สั่งหรือผู้นำเข้ามาในราชอาณาจักร
เพื่อขายแล้วแต่กรณี

- (5) ต้องแสดงขนาดหรือมิติ หรือปริมาณ หรือปริมาตร หรือน้ำหนักของสินค้านั้น แล้วแต่กรณี สำหรับหน่วยที่ใช้จะใช้ชื่อเต็มหรือชื่อย่อ หรือสัญลักษณ์แทนก็ได้
- (6) ต้องแสดงวิธีใช้ เพื่อให้ผู้บริโภคเข้าใจว่าสินค้านั้นใช้เพื่อสิ่งใด เช่น ใช้ทำความสะอาดพื้นไม้ หรือพื้นกระเบื้อง ภาชนะพลาสติก หรือภาชนะดินเผา ภาชนะเคลือบใช้ตั้งบนเตาไฟ ใช้เข้าไมโครเวฟ ใช้เก็บอาหารในตู้เย็น
- (7) ช้อแนะนำในการใช้หรือห้ามใช้ เพื่อความถูกต้องในการใช้ที่ให้ประโยชน์แก่ผู้บริโภค เช่น ห้ามใช้ของมีคมกับการชะน้ำแข็งในตู้เย็น
- (8) คำเตือน (ถ้ามี)
- (9) วันเดือนปีที่ผลิต หรือวันเดือนปีที่หมดอายุการใช้ หรือวันเดือนปีที่ควรใช้ ก่อนวันเดือนปีที่ระบุนั้น เพื่อให้เข้าใจในประโยชน์ของคุณภาพหรือคุณสมบัติของสินค้านั้น (ถ้ามี)
- (10) ราคา โดยระบุหน่วยเป็นบาท และจะระบุเป็นสกุลเงินอื่นด้วยก็ได้

ข้อ 3 ในกรณีที่ไม้อาจแสดงฉลากของสินค้าที่ควบคุมฉลากอย่างถูกต้องตามที่ระบุไว้ในข้อ 1 และข้อ 2 รวมไว้ในตำแหน่งเดียวกัน เช่น ไม้อาจแสดงไว้ที่สินค้าได้ทั้งหมด ก็ให้แสดงข้อความ รูป รอยประดิษฐ์หรือภาพ อย่างหนึ่งอย่างใดไว้ในส่วนหนึ่งส่วนใดที่สินค้าหรือที่ภาชนะบรรจุหรือหีบห่อบรรจุสินค้า หรือสอดแทรกหรือรวมไว้กับสินค้าหรือภาชนะบรรจุหรือหีบห่อบรรจุสินค้า หรือในเอกสาร หรือคู่มือสำหรับการใช้ประกอบกับสินค้า หรือป้ายที่ติดตั้งหรือแสดงไว้ที่สินค้าหรือภาชนะบรรจุหรือหีบห่อบรรจุสินค้านั้น แต่เมื่อรวมการแสดงฉลากไว้ทุกแห่งแล้ว ต้องสามารถเห็นและอ่านได้ชัดเจน

ข้อ 4 ในกรณีที่สินค้าใดเป็นสินค้าที่ควบคุมฉลากตามมาตรา 30 และมาตรา 31 แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2541 ให้ผู้ผลิตเพื่อขายในประเทศไทย และผู้สั่งหรือนำเข้ามาราชาอาณาจักรเพื่อขาย เป็นผู้จัดทำฉลากของสินค้าตามประกาศฉบับนี้ให้แล้วเสร็จภายในระยะเวลา 60 วัน นับแต่วันที่ประกาศฉบับนี้มีผลใช้บังคับ

ในกรณีที่สินค้าใดเป็นสินค้าที่ควบคุมฉลากตามที่คณะกรรมการว่าด้วยฉลากประกาศกำหนดตามมาตรา 30 และมาตรา 31 แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 อยู่ก่อนวันที่ประกาศฉบับนี้บังคับใช้ ให้สินค้านั้นมีฉลากตามประกาศดังกล่าวใช้ได้ต่อไปภายในระยะเวลาไม่เกิน 60 วัน นับแต่วันที่ประกาศฉบับนี้มีผลใช้บังคับ

ข้อ 5 ให้เลขาธิการคณะกรรมการคุ้มครองบริโภค เป็นผู้รักษาการตามประกาศฉบับนี้

ข้อ 6 ประกาศฉบับนี้ ให้ใช้บังคับตั้งแต่วันถัดจากวันประกาศในราชกิจจานุเบกษา เป็นต้นไป ให้ไว้ ณ วันที่ 23 กันยายน พ.ศ. 2541

ประกาศคณะกรรมการว่าด้วยฉลาก

เรื่อง "ลักษณะของฉลากสินค้าที่ควบคุมฉลาก (ฉบับที่ 2)" พ.ศ. 2542

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา 30 และมาตรา 31 แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2541 คณะกรรมการว่าด้วยฉลากจึงออกประกาศไว้ ดังนี้

ข้อ 1 ให้เพิ่มความต่อไปนี้เป็น ข้อ 3 ทวิ ข้อ 3 ตริ และข้อ 3 จัตวา แห่งประกาศคณะกรรมการว่าด้วยฉลาก เรื่องลักษณะของฉลากสินค้าที่ควบคุมฉลาก พ.ศ. 2541

"ข้อ 3 ทวิ ให้สินค้าที่ควบคุมฉลากดังต่อไปนี้ ได้รับการยกเว้นไม่ต้องติดฉลากตามข้อ 1 และข้อ 2 ภายใต้เงื่อนไข ดังนี้

- (1) สินค้าที่ขายส่งแก่ผู้ประกอบการใช้ในโรงงาน หรือสถานประกอบการ ให้ได้รับการยกเว้นไม่ต้องติดฉลาก
- (2) สินค้าประเภทเครื่องจักรกล หรืออุปกรณ์ หรืออะไหล่ของสินค้าประเภทเครื่องจักรกลหรือรถยนต์ หรือรถไถ หรือรถอื่นๆ หรือเครื่องใช้ไฟฟ้า หรือเครื่องสูบน้ำ และสินค้าประเภทวัสดุก่อสร้าง หากไม่สามารถปฏิบัติตามข้อ 3 ได้ครบถ้วน ให้แสดงฉลากราคาและข้อความอื่นตามข้อ 2 ไว้ในคู่มือหรือเอกสารหรือบัญชีราคาสินค้า (Price List) ไว้ ณ จุดที่ขาย
- (3) สินค้าประเภทผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียมไม่ต้องติดฉลาก

ข้อ 3 ตริ สินค้าประเภทน้ำมันเครื่อง ให้ทำฉลากตามข้อ 1 ข้อ 2 และให้ระบุเครื่องหมายเลขทะเบียนคุณภาพผลิตภัณฑ์น้ำมันหล่อลื่นเหลวตามที่ขึ้นทะเบียนไว้กับกรมการค้าในประเภทน้ำมันเครื่องด้วย

ข้อ 3 จัตวา สินค้าประเภทก๊าซหุงต้ม ให้ทำฉลากตามข้อ 1 ข้อ 2 และให้แสดงเครื่องหมายประจำตัวของผู้บรรจุก๊าซตามที่ขึ้นทะเบียนไว้กับกรมการค้าในประเภทก๊าซหุงต้มด้วย"

ข้อ 2 ประกาศฉบับนี้ให้ใช้บังคับตั้งแต่วันถัดจากวันประกาศในราชกิจจานุเบกษา เป็นต้นไปประกาศ ณ วันที่ 13 สิงหาคม 2542

พระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2535

พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช มีพระบรมราชโองการโปรดเกล้าฯ ให้ประกาศว่า โดยที่เป็นการสมควรปรับปรุงกฎหมายว่าด้วยเครื่องสำอาง จึงทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้ตราพระราชบัญญัติขึ้นไว้โดยคำแนะนำและยินยอมของสภานิติบัญญัติแห่งชาติ ทำหน้าที่รัฐสภา ดังต่อไปนี้

มาตรา 1 พระราชบัญญัตินี้เรียกว่า "พระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2535"

มาตรา 2 พระราชบัญญัตินี้ให้ใช้บังคับตั้งแต่วันถัดจากวันประกาศในราชกิจจานุเบกษาเป็นต้นไป

มาตรา 3 ให้ยกเลิก

- (1) พระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2517
- (2) พระราชบัญญัติเครื่องสำอาง (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2518

มาตรา 4 ในพระราชบัญญัตินี้ "เครื่องสำอาง" หมายความว่า

(1) วัตถุที่มุ่งหมายสำหรับใช้ทา ถู นวด โรย พ่น หยอด ใส่ อบหรือกระทำด้วยวิธีอื่นใดต่อส่วนหนึ่งส่วนใดของร่างกายเพื่อความสะอาด ความสวยงาม หรือ ส่งเสริมให้เกิดความสวยงาม และรวมตลอดทั้งเครื่องประทีนผิวต่างๆ ด้วย แต่ไม่รวมถึงเครื่องประดับและ เครื่องแต่งตัวซึ่งเป็นอุปกรณ์ภายนอกร่างกาย

(2) วัตถุที่มุ่งหมายสำหรับใช้เป็นส่วนผสมในการผลิตเครื่องสำอางโดยเฉพาะ หรือ

(3) วัตถุอื่นที่กำหนดโดยกฎกระทรวงให้เป็นเครื่องสำอาง

" ภาชนะบรรจุ " หมายความว่า วัตถุใดๆที่ใช้บรรจุหรือหุ้มห่อเครื่องสำอางโดยเฉพาะ

" ฉลาก " หมายความว่า รูป รอยประดิษฐ์ หรือข้อความใดๆเกี่ยวกับเครื่องสำอางซึ่งแสดงไว้ที่เครื่องสำอาง ภาชนะบรรจุ หรือ หีบห่อ หรือ สอดแทรก หรือรวมไว้กับเครื่องสำอาง ภาชนะบรรจุ หรือ หีบห่อ และหมายความรวมถึงเอกสาร หรือคู่มือสำหรับใช้ประกอบกับเครื่องสำอาง

" ผลิต " หมายความว่า ทำ ผสม เปลี่ยนรูป แปรสภาพ ปรับแต่ง แบ่งบรรจุหรือเปลี่ยนภาชนะบรรจุ

" นำเข้า " หมายความว่า นำหรือส่งเข้ามาในราชอาณาจักร

" ขาย " หมายความว่า จำหน่าย จ่ายแจก หรือแลกเปลี่ยน ทั้งนี้ เพื่อประโยชน์ในการค้าและหมายความรวมถึงมิไว้เพื่อขายด้วย

" สถานที่ " หมายความว่า ที่ อาคาร หรือส่วนของอาคาร และหมายความรวมถึงบริเวณสถานที่ด้วย

" คณะกรรมการ " หมายความว่า คณะกรรมการเครื่องสำอาง

" เลขาธิการ " หมายความว่า เลขาธิการคณะกรรมการอาหารและยา

" พนักงานเจ้าหน้าที่ " หมายความว่า ผู้ซึ่งรัฐมนตรีแต่งตั้งให้ปฏิบัติการตามพระราชบัญญัตินี้

" รัฐมนตรี " หมายความว่า รัฐมนตรีผู้รักษาการตามพระราชบัญญัตินี้

มาตรา 5 เพื่อคุ้มครองอนามัยของบุคคล ให้รัฐมนตรีมีอำนาจประกาศในราชกิจจานุเบกษา

(1) กำหนดชื่อ ประเภท ชนิด หรือลักษณะของเครื่องสำอางควบคุมพิเศษ ซึ่งการผลิตเพื่อขาย หรือการนำเข้าเพื่อขาย ต้องได้ขึ้นทะเบียนตามมาตรา 16 เสียก่อน

(2) กำหนดชื่อ ประเภท ชนิด หรือลักษณะของเครื่องสำอางควบคุม ซึ่งการผลิตเพื่อขาย หรือการนำเข้าเพื่อขาย ต้องเป็นไปตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่กำหนดตามมาตรา 27

(3) กำหนดชื่อ ประเภท ชนิด หรือลักษณะของเครื่องสำอางที่ห้ามผลิต นำเข้า หรือขาย

(4) กำหนดชื่อวัตถุที่ห้ามใช้เป็นส่วนผสมในการผลิตเครื่องสำอาง

(5) กำหนดชื่อ และปริมาณของวัตถุที่อาจใช้เป็นส่วนผสมในการผลิตเครื่องสำอาง

(6) กำหนดชื่อ ประเภท ชนิดหรือลักษณะของเครื่องสำอางที่มีการควบคุมฉลาก

เครื่องสำอางที่จะกำหนดเป็นเครื่องสำอางควบคุมพิเศษ ต้องเป็นเครื่องสำอางที่อาจเป็นอันตรายรุนแรงต่อผู้ใช้ หรือมีส่วนประกอบของวัตถุมีพิษ หรือวัตถุอื่นที่อาจก่อให้เกิดอันตรายรุนแรงต่อสวัสดิภาพอนามัยของบุคคล ก่อนออกประกาศตามมาตรา นี้ ให้มีการรับฟังข้อคิดเห็นจากหน่วยราชการ และภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องประกอบด้วย ตามควรแก่กรณี เว้นแต่จะเป็นเรื่องเร่งด่วนหรือมีเหตุจำเป็นที่ไม่อาจปฏิบัติได้เช่นนั้น

มาตรา 6 ให้มีคณะกรรมการเครื่องสำอางคณะหนึ่ง ประกอบด้วย ปลัดกระทรวงสาธารณสุข

เป็น ประธานกรรมการ อธิบดีกรมการแพทย์ อธิบดีกรมควบคุมโรคติดต่อ อธิบดี

กรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ อธิบดีกรมอนามัย เลขาธิการคณะกรรมการอาหารและยา อธิบดีกรม

วิทยาศาสตร์บริการ อธิบดีกรมศุลกากร ผู้แทนทบวงมหาวิทยาลัยซึ่งแต่งตั้งจาก ผู้ดำรงตำแหน่ง

คณบดีคณะเภสัชศาสตร์สองคน เป็นกรรมการโดยตำแหน่ง กับกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิซึ่งรัฐมนตรี

แต่งตั้งอีกไม่เกินหกคน ในจำนวนนี้จะต้องแต่งตั้งจากผู้ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับการผลิต นำเข้า หรือ

จำหน่ายเครื่องสำอางไม่เกินสองคนเป็นกรรมการ ให้เลขาธิการคณะกรรมการอาหารและยา

แต่งตั้งข้าราชการของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาเป็นกรรมการและเลขานุการหนึ่งคน

และเป็นกรรมการและผู้ช่วยเลขานุการสองคน

มาตรา 7 กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิมีวาระอยู่ในตำแหน่งคราวละสองปี แต่อาจได้รับการแต่งตั้งอีกได้

มาตรา 8 กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิพ้นจากตำแหน่งก่อนวาระ เมื่อ

- (1) ตาย
- (2) ลาออก
- (3) รัฐมนตรีให้ออกเพราะไม่สุจริตต่อหน้าที่ มีความประพฤติเสื่อมเสียหรือหย่อน

สมรรถภาพ

- (4) เป็นบุคคลล้มละลาย
- (5) เป็นคนไร้ความสามารถหรือเป็นคนเสมือนไร้ความสามารถ หรือ
- (6) ได้รับโทษจำคุกโดยคำพิพากษาถึงที่สุดให้จำคุก เว้นแต่เป็นโทษสำหรับความผิดที่ได้กระทำโดยประมาท หรือความผิดลหุโทษ เมื่อกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิพ้นจากตำแหน่งก่อนวาระ รัฐมนตรีอาจแต่งตั้งผู้อื่นเป็นกรรมการแทนได้ และให้ผู้นั้นอยู่ในตำแหน่งตามวาระของกรรมการซึ่งตนแทน

มาตรา 9 การประชุมคณะกรรมการ ต้องมีกรรมการมาประชุมไม่น้อยกว่ากึ่งหนึ่งของจำนวนกรรมการทั้งหมด จึงจะเป็นองค์ประชุม ถ้าประธานกรรมการไม่มาประชุม หรือ ไม่อาจปฏิบัติหน้าที่ได้ ให้กรรมการที่มาประชุมเลือกกรรมการคนหนึ่งเป็นประธานในที่ประชุม การวินิจฉัยชี้ขาดของที่ประชุม ให้ถือเสียงข้างมาก กรรมการคนหนึ่ง ให้มีเสียงหนึ่งในการลงคะแนน ถ้าคะแนนเสียงเท่ากันให้ประธานในที่ประชุมออกเสียงเพิ่มขึ้นอีกเสียงหนึ่งเป็นเสียงชี้ขาด

มาตรา 10 ให้คณะกรรมการมีอำนาจและหน้าที่

- (1) เสนอความเห็นต่อรัฐมนตรีเพื่อปฏิบัติการตามมาตรา 5 มาตรา 27 หรือมาตรา 35
- (2) ให้คำแนะนำหรือความเห็นในการขึ้นทะเบียน และการเพิกถอนทะเบียนเครื่องสำอางควบคุมพิเศษเว้นแต่กรณีตามมาตรา 23 วรรคสาม
- (3) ให้คำแนะนำหรือคำปรึกษาแก่รัฐมนตรีในเรื่องที่เกี่ยวกับเครื่องสำอาง
- (4) ปฏิบัติการอื่นใดตามที่กฎหมายกำหนด

มาตรา 11 ให้คณะกรรมการมีอำนาจแต่งตั้งคณะอนุกรรมการเพื่อพิจารณาศึกษา หรือวิจัยเกี่ยวกับเรื่องที่อยู่ในอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการ หรือปฏิบัติการอย่างหนึ่งอย่างใดตามที่คณะกรรมการมอบหมายได้ ให้คณะกรรมการกำหนดองค์ประชุม และวิธีดำเนินงานของคณะอนุกรรมการได้ตามความเหมาะสม

มาตรา 12 ในการปฏิบัติหน้าที่ ให้คณะกรรมการหรือคณะอนุกรรมการตามมาตรา 11 มีอำนาจออกคำสั่งเป็นหนังสือ เรียกบุคคลใดมาให้ถ้อยคำหรือให้ส่งเอกสารหรือวัตถุใด เพื่อประกอบการพิจารณาได้

มาตรา 13 ห้ามมิให้ผู้ใดผลิตเพื่อขาย หรือนำเข้าเพื่อขายเครื่องสำอางควบคุมพิเศษ ตามมาตรา 5

(1) เว้นแต่เลขาธิการจะรับขึ้นทะเบียนเครื่องสำอางนั้นแล้ว บทบัญญัติวรรคหนึ่ง มิให้ใช้บังคับกับผู้ได้รับอนุมัติให้จัดตั้งร้านค้าปลอดอากรตามกฎหมายว่าด้วยศุลกากรที่นำเครื่องสำอางควบคุมพิเศษเข้ามาเพื่อขายในร้านค้าปลอดอากร แต่ในการนี้รัฐมนตรีอาจประกาศในราชกิจจานุเบกษา กำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการอย่างหนึ่งอย่างใดให้ต้องปฏิบัติ เพื่อความปลอดภัยของประชาชน หรือป้องกันการฝ่าฝืน หรือหลบเลี่ยงบรรดากฎหมายที่เกี่ยวข้องได้

มาตรา 14 การผลิตหรือนำเข้าตัวอย่างเครื่องสำอางควบคุมพิเศษ เพื่อการศึกษา วิเคราะห์ทางวิชาการหรือเพื่อการขอขึ้นทะเบียนต้องแจ้งให้พนักงานเจ้าหน้าที่ทราบก่อน และให้ผลิตหรือนำเข้าได้ ตามจำนวนที่พนักงานเจ้าหน้าที่กำหนดและต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขข้อกำหนดในกฎกระทรวงด้วย

มาตรา 15 ผู้ขอขึ้นทะเบียนเครื่องสำอางควบคุมพิเศษต้องยื่นคำขอ ส่งมอบตัวอย่าง และแจ้งรายละเอียดของเครื่องสำอางต่อพนักงานเจ้าหน้าที่ ตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่กำหนดในกฎกระทรวงกฎกระทรวงตามวรรคหนึ่ง ให้กำหนดสิ่งที่ผู้ขอขึ้นทะเบียนต้องนำมาแสดงโดยครบถ้วนและกำหนดระยะเวลาในการดำเนินการเพื่อขอขึ้นทะเบียนไว้ด้วย

มาตรา 16 การขึ้นทะเบียนเครื่องสำอางควบคุมพิเศษ ให้ระบุสาระสำคัญดังต่อไปนี้ไว้ในทะเบียน

- (1) ชื่อและสถานประกอบการของผู้ผลิตเพื่อขาย หรือผู้นำเข้าเพื่อขาย
- (2) ชื่อทางการค้าของเครื่องสำอาง
- (3) สารสำคัญและวัตถุอื่นที่ใช้เป็นส่วนผสม
- (4) กระบวนการผลิต
- (5) วิธีการวิเคราะห์
- (6) สถานที่ผลิต เครื่องมือและเครื่องใช้ในการผลิต สำหรับกรณีผู้ผลิตเพื่อขาย
- (7) วิธีการเก็บรักษา
- (8) ภาชนะบรรจุ
- (9) ฉลากที่มีการควบคุมตามมาตรา 5 (6)

เครื่องสำอางควบคุมพิเศษของผู้ขอขึ้นทะเบียนรายเดียวกัน ที่แตกต่างกันเพียงในส่วนชื่อทางการค้า สี ขนาดบรรจุ หรือส่วนที่มีไซสาร์สำคัญประการอื่น ที่รัฐมนตรีโดยความเห็นชอบของคณะกรรมการกำหนดโดยประกาศในราชกิจจานุเบกษา ให้ขึ้นทะเบียนรวมกันในทะเบียนเครื่องสำอางควบคุมพิเศษเดียวกัน

มาตรา 17 ค่าใช้จ่ายในการวิเคราะห์หรือตรวจสอบต่างๆ เพื่อการขึ้นทะเบียนเครื่องสำอางควบคุมพิเศษ ให้ผู้ขอขึ้นทะเบียนชำระตามการใช้จ่ายและภาระที่เกิดขึ้นจริง

มาตรา 18 ให้เลขาธิการมีคำสั่งไม่รับขึ้นทะเบียนเครื่องสำอางควบคุมพิเศษ ถ้าคณะกรรมการเห็นว่า

- (1) เครื่องสำอางนั้นไม่ปลอดภัยในการใช้ตามมาตรา 33(1) (2) หรือ (3)
- (2) เครื่องสำอางนั้นให้ชื่อไปในทำนองโอ้อวด ไม่สุภาพ หรืออาจทำให้เข้าใจผิดจากความจริง หรือ
- (3) เครื่องสำอางที่ใช้ชื่อไม่เหมาะสมกับวัฒนธรรมอันดีงามของไทย หรือ ส่อไปในทางทำลายคุณค่าของภาษาไทย
- (4) สถานที่ผลิต เครื่องมือ และเครื่องใช้ในการผลิตของผู้ผลิตเพื่อขาย ไม่ถูกต้องตามที่กำหนดในกฎกระทรวงคำสั่งไม่รับขึ้นทะเบียนให้เป็นที่สุด

มาตรา 19 ถ้าใบสำคัญการขึ้นทะเบียนสูญหาย หรือถูกทำลายในสาระสำคัญ ให้ผู้ผลิตเพื่อขาย หรือนำเข้าเพื่อขายเครื่องสำอางควบคุมพิเศษ ยื่นคำขอรับใบแทนต่อพนักงานเจ้าหน้าที่ ภายในสิบห้าวัน นับแต่วันที่ทราบการสูญหายหรือถูกทำลาย การขอรับใบแทนใบสำคัญ และการออกใบแทนใบสำคัญ ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่กำหนดในกฎกระทรวง

มาตรา 20 ผู้ขอขึ้นทะเบียนอาจขอแก้ไขรายการเครื่องสำอางควบคุมพิเศษที่ขึ้นทะเบียนไว้แล้ว ได้ โดยปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่กำหนดในกฎกระทรวง และให้นำมาตรา 15 วรรคสอง มาใช้บังคับโดยอนุโลม

มาตรา 21 เครื่องสำอางควบคุมพิเศษรายใดที่ได้ขึ้นทะเบียนไว้แล้ว หากต่อมาปรากฏว่าเครื่องสำอางนั้นไม่ปลอดภัยในการใช้ ตามมาตรา 33 เลขาธิการโดยคำแนะนำหรือความเห็นชอบของคณะกรรมการ มีอำนาจสั่งเพิกถอนการขึ้นทะเบียนเครื่องสำอางนั้นได้

มาตรา 22 ผู้ผลิตเพื่อขายหรือนำเข้าเพื่อขาย ต้องผลิตหรือนำเข้าเครื่องสำอางควบคุมพิเศษให้ตรงตามที่ได้ขึ้นทะเบียนไว้ ผู้ผลิตเพื่อขายเครื่องสำอางควบคุมพิเศษ ต้องผลิต และมีสถานที่ผลิต เครื่องมือและเครื่องใช้ในการผลิตตามหลักเกณฑ์ และวิธีการที่กำหนดในกฎกระทรวง การนำเข้าเครื่องสำอางควบคุมพิเศษทุกครั้ง ต้องจัดให้มีเอกสารประกอบการนำเข้าตามหลักเกณฑ์ และวิธีการที่กำหนดในกฎกระทรวง ในการนี้เมื่อพนักงานศุลกากรหรือพนักงานเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องได้ตรวจปล่อยให้นำเข้าแล้ว ให้จัดส่งเอกสารที่เกี่ยวข้องดังกล่าวไปยังสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาโดยไม่ชักช้า

มาตรา 23 ถ้าผู้ได้ขึ้นทะเบียนเครื่องสำอางควบคุมพิเศษรายใด จะเริ่มประกอบการผลิตหรือนำเข้าเครื่องสำอางดังกล่าวเมื่อใดผู้นั้นต้องแจ้งให้เลขาธิการทราบก่อน ตั้งแต่มีการแจ้งตามวรรคหนึ่ง ผู้ได้ขึ้นทะเบียนเครื่องสำอางควบคุมพิเศษต้องชำระค่าธรรมเนียมรายปีตามที่กำหนดในกฎกระทรวง แต่ต้องไม่เกินอัตราท้ายพระราชบัญญัตินี้ ทั้งนี้ จนกว่าจะมีการแจ้งหยุดการประกอบการผลิตหรือการนำเข้า ถ้าไม่มีการชำระค่าธรรมเนียมรายปีภายในระยะเวลาที่กำหนด ให้เสียเงินเพิ่มอีกร้อยละห้าต่อเดือนและให้เลขาธิการเตือนให้มีการชำระค่าธรรมเนียมรายปี และเงินเพิ่ม ภายในระยะเวลาสามสิบวันนับแต่วันที่ได้รับหนังสือเตือน และถ้ายังไม่มีการชำระให้ถูกต้อง ให้เลขาธิการเพิกถอนทะเบียนเครื่องสำอางควบคุมพิเศษนั้นเสีย

มาตรา 24 ในกรณีที่ปรากฏว่าผู้ผลิตเพื่อขาย หรือนำเข้าเพื่อขายเครื่องสำอางควบคุมพิเศษ ผ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามมาตรา 22 หรือกฎกระทรวงที่ออกตามมาตรา 22 ให้เลขาธิการมีอำนาจสั่งให้ผู้นั้นระงับการกระทำที่ฝ่าฝืน หรือแก้ไขปรับปรุง หรือปฏิบัติให้ถูกต้องได้ และให้มีอำนาจประกาศการฝ่าฝืน หรือไม่ปฏิบัติตามดังกล่าวให้ประชาชนทราบ เพื่อประโยชน์แก่การคุ้มครองผู้บริโภคได้ตามควรแก่กรณี

มาตรา 25 ห้ามมิให้ผู้ใดขายเครื่องสำอางควบคุมพิเศษที่มีได้ขึ้นทะเบียน หรือถูกสั่งเพิกถอนทะเบียนแล้ว เว้นแต่เป็นการขายในร้านค้าปลอดอากร โดยผู้ดำเนินการร้านค้าปลอดอากรซึ่งได้ปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ และวิธีการที่รัฐมนตรีประกาศกำหนดตามมาตรา 13 วรรคสอง

มาตรา 26 ในกรณีมีความจำเป็นเพื่อการควบคุม เลขาธิการมีอำนาจออกคำสั่ง ดังต่อไปนี้

- (1) ให้ผู้ผลิตเพื่อขาย หรือนำเข้าเพื่อขายเครื่องสำอางควบคุมพิเศษ ต้องรายงานรายละเอียดของการดำเนินการเกี่ยวกับเครื่องสำอางที่ตนได้ผลิตหรือนำเข้า
- (2) ให้ผู้ผลิตเพื่อขาย หรือนำเข้าเพื่อขายเครื่องสำอางควบคุมพิเศษ ต้องจัดส่งตัวอย่างของเครื่องสำอางที่ตนได้ผลิตหรือนำเข้า

มาตรา 27 เพื่อประโยชน์ในการคุ้มครองอนามัยของบุคคล ให้รัฐมนตรีมีอำนาจประกาศในราชกิจจานุเบกษา กำหนดปริมาณของส่วนประกอบสำคัญของเครื่องสำอางควบคุมตามมาตรา 5 (2) ได้ และจะกำหนดภาชนะบรรจุ หลักเกณฑ์ วิธีการผลิต วิธีการนำเข้า หรือวิธีการเก็บรักษา เพื่อให้ผู้ผลิตเพื่อขายหรือนำเข้าเพื่อขายเครื่องสำอางควบคุมปฏิบัติด้วยก็ได้

มาตรา 28 ผู้ใดประสงค์จะผลิตเพื่อขาย หรือนำเข้าเพื่อขายเครื่องสำอางควบคุมต้องปฏิบัติ ดังนี้

- (1) แจ้งชื่อ ที่ตั้งสำนักงาน และสถานที่ผลิตหรือสถานที่เก็บเครื่องสำอางแล้วแต่กรณี
- (2) แจ้งชื่อ ประเภท หรือชนิดของเครื่องสำอางที่ตนจะผลิตหรือนำเข้า
- (3) แจ้งปริมาณของส่วนประกอบสำคัญของเครื่องสำอางนั้น

การแจ้งตามวรรคหนึ่งให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่กำหนดในกฎกระทรวง ผู้ผลิตเพื่อขาย หรือผู้นำเข้าเพื่อขายเครื่องสำอางควบคุม ต้องปฏิบัติตามประกาศของรัฐมนตรีตามมาตรา 27 ให้นำความในมาตรา 23 วรรคสองและวรรคสาม มาตรา 24 และมาตรา 26 มาใช้บังคับแก่การผลิตเพื่อขาย หรือการนำเข้าเพื่อขายเครื่องสำอางควบคุมโดยอนุโลม

มาตรา 29 ในกรณีมีการกำหนดวัตถุใดที่อาจใช้เป็นส่วนผสมในเครื่องสำอางได้ตามมาตรา 5(5) ให้ถือว่าการใช้วัตถุดังกล่าวในเครื่องสำอาง เป็นการปฏิบัติที่ชอบด้วยกฎหมายแล้ว โดยไม่ต้องอยู่ในบังคับของบทกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้องอีก วัตถุใดที่มีการกำหนดเป็นวัตถุที่อาจใช้เป็นส่วนผสมในการผลิตเครื่องสำอางได้ตามมาตรา 5 (5) ถ้าต่อมาได้มีการประกาศวัตถุนั้นเป็นวัตถุที่ห้ามใช้เป็นส่วนผสมในการผลิตเครื่องสำอางตามมาตรา 5 (4) ประกาศดังกล่าวจะใช้บังคับได้ เมื่อพ้นกำหนดหนึ่งร้อยแปดสิบวันนับแต่วันที่ประกาศ เว้นแต่กรณีที่จะเป็นอันตรายร้ายแรงต่อผู้ใช้ จะมีการกำหนดให้ใช้บังคับโดยทันที หรือมีกำหนดจะใช้บังคับน้อยกว่าระยะเวลาดังกล่าวก็ได้

มาตรา 30 ฉลากของเครื่องสำอางที่มีการควบคุมตามมาตรา 5(6) จะต้องมีลักษณะดังต่อไปนี้

- (1) ใช้ข้อความที่ตรงต่อความจริง และไม่มีข้อความที่อาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับ เครื่องสำอาง
- (2) ต้องระบุข้อความอันจำเป็น ซึ่งหากมิได้กล่าวเช่นนั้น จะทำให้ผู้บริโภคเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับเครื่องสำอาง การกำหนดตามวรรคหนึ่ง (2) ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ เงื่อนไข และรายละเอียดที่คณะกรรมการกำหนด โดยประกาศในราชกิจจานุเบกษา

มาตรา 31 เมื่อคณะกรรมการเห็นว่าฉลากใดไม่เป็นไปตามมาตรา 30 คณะกรรมการมีอำนาจสั่งให้ผู้ผลิตเพื่อขาย หรือผู้นำเข้าเพื่อขายเครื่องสำอางที่มีการควบคุมฉลาก เลิกใช้ฉลากดังกล่าว หรือดำเนินการแก้ไขฉลากนั้นให้ถูกต้อง

มาตรา 32 ผู้ประสงค์จะผลิตเพื่อขายหรือนำเข้าเพื่อขายเครื่องสำอางที่มีการควบคุมฉลาก อาจขอให้เลขาธิการให้ความเห็นในฉลากที่ประสงค์จะใช้นั้นได้ การขอความเห็น คำปวยการ และระยะเวลาในการให้ความเห็น ให้เป็นไปตามระเบียบที่รัฐมนตรีกำหนด

มาตรา 33 เครื่องสำอางที่มีลักษณะอย่างหนึ่งอย่างใดต่อไปนี้ ให้ถือว่าเป็นเครื่องสำอางที่ไม่ปลอดภัยในการใช้

- (1) เครื่องสำอางที่มีสารที่อาจเป็นอันตรายต่อผู้ใช้เจือปนอยู่ด้วย
- (2) เครื่องสำอางที่มีวัตถุที่ห้ามใช้ตามมาตรา 5 (4)
- (3) เครื่องสำอางที่ผลิต หรือใช้ภาชนะบรรจุไม่ถูกสุขลักษณะอันอาจเป็นอันตรายต่อผู้ใช้
- (4) เครื่องสำอางที่มีสารอันสลายตัวทั้งหมด หรือแต่บางส่วน ภายหลังที่บรรจุภาชนะแล้ว และทำให้เกิดเป็นพิษอันอาจเป็นอันตรายต่อผู้ใช้

มาตรา 34 เครื่องสำอางที่มีลักษณะอย่างหนึ่งอย่างใดต่อไปนี้ ให้ถือว่าเป็นเครื่องสำอางปลอม

- (1) เครื่องสำอางที่ใช้วัตถุอย่างหนึ่งอย่างใดที่ทำเทียมขึ้นเป็นสารสำคัญของเครื่องสำอางนั้น หรือเป็นเครื่องสำอางที่ไม่มีสารสำคัญตามที่ได้แจ้งไว้ต่อพนักงานเจ้าหน้าที่
- (2) เครื่องสำอางที่แสดงว่าได้ขึ้นทะเบียนไว้ ซึ่งมีใช่ความจริง
- (3) เครื่องสำอางที่ใช้ฉลากแจ้งชื่อผู้ผลิต หรือแหล่งผลิตที่มีใช่ความจริง
- (4) เครื่องสำอางซึ่งมีสารสำคัญขาด หรือเกินกว่าร้อยละสิบตามที่ขึ้นทะเบียนไว้ หรือตามที่แจ้งไว้ต่อพนักงานเจ้าหน้าที่ หรือตามที่ระบุไว้ในฉลาก

มาตรา 35 เครื่องสำอางซึ่งมีสารสำคัญน้อย หรือมากกว่าที่ขึ้นทะเบียนเครื่องสำอางไว้ หรือที่ได้แจ้งไว้ต่อพนักงานเจ้าหน้าที่หรือที่ระบุไว้ในฉลาก เกินเกณฑ์ค่าคลาดเคลื่อนที่รัฐมนตรีกำหนดโดยประกาศในราชกิจจานุเบกษา แต่ไม่ถึงขนาดดังกล่าว ในมาตรา 34(4) ให้ถือว่าเป็นเครื่องสำอางผิดมาตรฐาน

มาตรา 36 ห้ามมิให้ผู้ใดผลิตเพื่อขาย นำเข้าเพื่อขาย หรือขายเครื่องสำอางที่ไม่ปลอดภัยในการใช้ตามมาตรา 33 เครื่องสำอางปลอมตามมาตรา 34 หรือเครื่องสำอางผิดมาตรฐานตามมาตรา 35

มาตรา 37 ให้นำบทบัญญัติของกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองผู้บริโภค ในส่วนที่เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคในด้านการโฆษณามาใช้บังคับแก่การโฆษณาเครื่องสำอางโดยอนุโลมโดยให้ถือว่า อำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคเป็นอำนาจหน้าที่ของรัฐมนตรี และให้ถือว่า อำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาเป็นอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการ

มาตรา 38 เมื่อปรากฏว่าผู้ผลิตเพื่อขาย ผู้นำเข้าเพื่อขาย หรือผู้ขายใดกระทำความผิดตามพระราชบัญญัตินี้ หรือมีเหตุอันควรสงสัยว่า กระทำการเช่นนั้น ให้พนักงานเจ้าหน้าที่โดยได้รับอนุมัติจากเลขาธิการมีอำนาจจับกุมผู้นั้นเพื่อส่งพนักงานสอบสวนดำเนินการต่อไปตามกฎหมายในกรณีมีเหตุอันสมควร เลขาธิการอาจสั่งให้พนักงานเจ้าหน้าที่เข้าดำเนินการร่วมกับพนักงานสอบสวนได้ ตามระเบียบที่กระทรวงสาธารณสุขกำหนดโดยความเห็นชอบของกระทรวงมหาดไทย ในการนี้ให้พนักงานเจ้าหน้าที่ดังกล่าวมีฐานะเป็น พนักงานสอบสวนตามประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา

มาตรา 39 ในกรณีที่มีเหตุอันควรสงสัยว่า มีการกระทำความผิดพระราชบัญญัตินี้ ให้เลขาธิการมีอำนาจสั่งให้พนักงานเจ้าหน้าที่ดำเนินการ ดังต่อไปนี้

- (1) เข้าไปในสถานที่ผลิต สถานที่นำเข้า สถานที่เก็บ หรือสถานที่ขายเครื่องสำอาง หรือเข้าไปในยานพาหนะที่บรรทุกเครื่องสำอาง ทั้งนี้ เพื่อตรวจสอบเครื่องสำอาง ภาชนะบรรจุ เอกสาร หรือสิ่งใด ๆ ที่เกี่ยวกับเครื่องสำอาง รวมตลอดทั้งวิธีการผลิต หรือวิธีการเก็บรักษา ในเวลาระหว่าง

พระอาทิตย์ขึ้นถึงอาทิตย์ตก หรือในเวลาทำการของสถานที่นั้น

(2) นำเครื่องสำอางหรือวัตถุที่สงสัยว่าเป็นเครื่องสำอางในปริมาณพอสมควร ไปเป็นตัวอย่างเพื่อตรวจสอบ หรือวิเคราะห์

(3) ค้น ยึด หรืออายัดเครื่องสำอาง ภาชนะบรรจุ เอกสารหรือสิ่งใดที่เกี่ยวข้องกับเครื่องสำอาง

(4) มีหนังสือเรียกให้บุคคลใดๆมาให้ถ้อยคำหรือส่งเอกสารและหลักฐานที่จำเป็น เพื่อประกอบการพิจารณาของพนักงานเจ้าหน้าที่ ในการปฏิบัติหน้าที่ตามวรรคหนึ่ง ให้ผู้ที่เกี่ยวข้องอำนวยความสะดวกตามสมควร

มาตรา 40 ในการปฏิบัติหน้าที่ตามมาตรา 39 (1) ให้กระทำการต่อหน้าผู้ครอบครองสถานที่หรือยานพาหนะ หรือถ้าเจ้าของหรือผู้ครอบครองไม่อยู่ในที่นั้น ก็ให้กระทำต่อหน้าบุคคลอื่นอย่างน้อยสองคน ซึ่งพนักงานเจ้าหน้าที่ได้ร้องขอมาเป็นพยาน ถ้าไม่เป็นการเร่งด่วนให้พนักงานเจ้าหน้าที่แจ้งเป็นหนังสือ ให้เจ้าของหรือผู้ครอบครองสถานที่ หรือยานพาหนะนั้นทราบล่วงหน้า ตามสมควรก่อน สิ่งของใดที่ได้ยึดหรืออายัด ต้องให้ผู้ครอบครองสถานที่หรือยานพาหนะ บุคคลที่ทำงานในสถานที่หรือยานพาหนะนั้นหรือพยานดู แล้วแต่กรณี เพื่อให้รับรองว่าถูกต้อง ถ้าบุคคลดังกล่าวนั้นรับรอง หรือไม่ยอมรับรองให้พนักงานเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติหน้าที่บันทึกไว้ สิ่งของที่ยึดหรืออายัดได้ ให้ห่อหรือบรรจุหีบห่อดีตราไว้ หรือให้ทำเครื่องหมายไว้เป็นสำคัญ

มาตรา 41 ให้เลขาธิการโดยความเห็นชอบของคณะกรรมการ มีอำนาจประกาศผลการตรวจสอบ หรือวิเคราะห์เครื่องสำอางหรือวัตถุที่สงสัยว่าเป็นเครื่องสำอาง ที่นำไปตรวจสอบหรือวิเคราะห์ตามมาตรา 39 (2) ให้ประชาชนทราบ เพื่อประโยชน์แก่การคุ้มครองผู้บริโภคได้ ในการนี้ จะต้องให้เจ้าของเครื่องสำอางมีโอกาสชี้แจง ได้แย้ง และแสดงพยานหลักฐาน ตามควรแก่กรณี

มาตรา 42 ในการปฏิบัติหน้าที่ตามมาตรา 39 พนักงานเจ้าหน้าที่ต้องปฏิบัติหน้าที่ในลักษณะที่มิให้มีการเสียหายหรือกระจัดกระจายเท่าที่กระทำได้

มาตรา 43 ให้พนักงานเจ้าหน้าที่ผู้ค้น บันทึกรายละเอียดแห่งการค้นและบัญชีรายละเอียด สิ่งของที่ค้น ยึด หรืออายัด บันทึกการค้นและบัญชีดังกล่าว ในวรรคหนึ่ง ให้อ่านให้ผู้ครอบครองสถานที่หรือยานพาหนะ บุคคลที่ทำงานในสถานที่ หรือยานพาหนะนั้น หรือพยานฟัง แล้วแต่กรณี และให้บุคคลดังกล่าวนั้นลงลายมือชื่อรับรองไว้ ถ้าไม่ยอมลงลายมือชื่อรับรอง ให้พนักงานเจ้าหน้าที่ผู้ค้น บันทึกไว้ และให้ส่งบันทึก บัญชีและสิ่งของที่ยึดไปยังสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุขโดยรีบด่วน

มาตรา 44 ในการปฏิบัติหน้าที่ พนักงานเจ้าหน้าที่ต้องแสดงบัตรประจำตัว เมื่อผู้ที่เกี่ยวข้องร้องขอบัตรประจำตัวพนักงานเจ้าหน้าที่ให้เป็นไปตามแบบที่กำหนดในกฎกระทรวง

มาตรา 45 เมื่อปรากฏว่าเครื่องสำอางใดที่ผลิตเพื่อขาย นำเข้าเพื่อขาย หรือขาย ที่เป็นการฝ่าฝืน มาตรา 13 หรือมีลักษณะตามที่กำหนดไว้ในมาตรา 21 มาตรา 33 มาตรา 34 หรือมาตรา 35 ให้พนักงานเจ้าหน้าที่มีอำนาจยึด หรืออายัดไว้เพื่อดำเนินคดีต่อไป สำหรับเครื่องสำอางตามวรรคหนึ่ง พนักงานเจ้าหน้าที่จะสั่งให้ผู้ผลิตเพื่อขาย ผู้นำเข้าเพื่อขาย ผู้ขายหรือผู้ครอบครอง จัดเก็บ และทำลายเครื่องสำอางนั้นหรือส่งมอบให้แก่พนักงานเจ้าหน้าที่ ภายในระยะเวลาที่พนักงานเจ้าหน้าที่กำหนดก็ได้ ของที่ยึดหรืออายัดไว้ ถ้าเจ้าของหรือผู้ครอบครองมิได้โต้แย้ง และขอรับคืน ภายในเก้าสิบวัน นับแต่วันที่ยึด หรืออายัด ให้เครื่องสำอางนั้นตกเป็นของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา เพื่อจัดการตามระเบียบที่กระทรวงสาธารณสุขกำหนด

มาตรา 46 ผู้ใดไม่มาให้ถ้อยคำ หรือไม่ส่งเอกสาร หรือวัตถุตามที่คณะกรรมการหรือ คณะอนุกรรมการสั่งตามมาตรา 12 หรือตามที่พนักงานเจ้าหน้าที่มีคำสั่งตามมาตรา 39(4) ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหนึ่งเดือน หรือปรับไม่เกินหนึ่งหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

มาตรา 47 ผู้ใดฝ่าฝืนมาตรา 13 วรรคหนึ่งหรือไม่ปฏิบัติตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่รัฐมนตรี ประกาศกำหนดตามมาตรา 13 วรรคสอง ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหกเดือน หรือปรับไม่เกิน สามหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ ผู้ใดได้กระทำความผิดตามวรรคหนึ่งซ้ำอีก ภายในเวลาห้าปี นับแต่วันที่กระทำความผิดครั้งที่แล้ว ผู้นั้นต้องระวางโทษสองเท่าของโทษที่กำหนดตามมาตราหนึ่ง

มาตรา 48 ผู้ใดไม่ปฏิบัติตามมาตรา 19 วรรคหนึ่ง ต้องระวางโทษปรับไม่เกินห้าพันบาท

มาตรา 49 ผู้ใดฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามกฎกระทรวงที่ออกตามมาตรา 14 หรือฝ่าฝืนมาตรา 22 วรรคหนึ่ง หรือกฎกระทรวงที่ออกตามมาตรา 22 วรรคสอง ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสามเดือน หรือ ปรับไม่เกินสองหมื่นบาท หรือ ทั้งจำทั้งปรับ

มาตรา 50 ผู้ใดผลิตหรือนำเข้าเครื่องสำอางควบคุมพิเศษที่ถูกสั่งเพิกถอนใบสำคัญการขึ้น ทะเบียนตามมาตรา 21 ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหกเดือน หรือปรับไม่เกินสามหมื่นบาท หรือทั้ง จำทั้งปรับ ให้นำบทบัญญัติมาตรา 47 วรรคสอง มาใช้บังคับแก่ผู้กระทำความผิดตามวรรคหนึ่ง โดยอนุโลม

มาตรา 51 ผู้ใดฝ่าฝืนมาตรา 23 วรรคหนึ่ง ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสามเดือน หรือปรับไม่เกิน สองหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ ให้นำบทบัญญัติมาตรา 47 วรรคสอง มาใช้บังคับแก่ผู้กระทำ ความผิดตามวรรคหนึ่งโดยอนุโลม

มาตรา 52 ผู้ใดฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามมาตรา 24 หรือมาตรา 45 วรรคสอง ต้องระวางโทษ จำคุกไม่เกินสามเดือนหรือปรับไม่เกินสองหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

มาตรา 53 ผู้ใดฝ่าฝืนมาตรา 25 ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสามเดือน หรือปรับไม่เกินสองหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ ถ้าการกระทำตามวรรคหนึ่งเป็นการกระทำโดยประมาท ผู้กระทำความผิดต้องระวางโทษปรับไม่เกินหนึ่งหมื่นบาท ให้นำบทบัญญัติมาตรา 47 วรรคสอง มาใช้บังคับแก่ผู้กระทำความผิดตามวรรคหนึ่งโดยอนุโลม

มาตรา 54 ผู้ใดไม่ปฏิบัติตามคำสั่งของเลขาธิการตามมาตรา 26 ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหนึ่งเดือน หรือปรับไม่เกินหนึ่งหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

มาตรา 55 ผู้ใดไม่ปฏิบัติตามมาตรา 28 วรรคหนึ่งหรือวรรคสาม ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหนึ่งเดือนหรือปรับไม่เกินหนึ่งหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

มาตรา 56 ผู้ใดโดยเจตนาก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในแหล่งกำเนิด สภาพ คุณภาพ ปริมาณ หรือสาระสำคัญประการอื่นอันเกี่ยวกับเครื่องสำอาง ไม่ว่าจะเป็นอย่างใดก็ตาม หรือผู้อื่น ใช้ฉลากที่มีข้อความอันเป็นเท็จหรือข้อความที่รู้ หรือควรรู้อยู่แล้วว่า อาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิดเช่นนั้น ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหกเดือน หรือปรับไม่เกินสามหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ ถ้าผู้กระทำความผิดตามวรรคหนึ่งกระทำความผิดซ้ำอีกภายในหกเดือน นับแต่วันกระทำความผิดครั้งก่อน ผู้กระทำความผิดต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหนึ่งปี หรือปรับไม่เกินหกหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

มาตรา 57 ผู้ใดขายเครื่องสำอางที่มีการควบคุมฉลาก โดยไม่มีฉลาก หรือมีฉลากแต่ฉลาก หรือการแสดงฉลากนั้นไม่ถูกต้องหรือขายเครื่องสำอางที่มีฉลากที่คณะกรรมการสั่งเลิกใช้ ตามมาตรา 31 ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสามเดือน หรือปรับไม่เกินสองหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ ถ้าการกระทำตามวรรคหนึ่งเป็นการกระทำโดยประมาท ผู้กระทำความผิดต้องระวางโทษปรับไม่เกินหนึ่งหมื่นบาท ถ้าการกระทำตามวรรคหนึ่งเป็นการกระทำของผู้ผลิตเพื่อผู้ขาย หรือผู้นำเข้าเพื่อขายเครื่องสำอางที่มีการควบคุมฉลาก ผู้กระทำความผิดต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหกเดือน หรือปรับไม่เกินสามหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

มาตรา 58 ผู้ใดรับจ้างทำฉลากที่ไม่ถูกต้องตามกฎหมาย หรือรับจ้างติดตรึงฉลากที่ไม่ถูกต้องตามกฎหมายเกี่ยวกับเครื่องสำอางที่มีการควบคุมฉลากโดยรู้หรือควรรู้แล้วว่าฉลากดังกล่าวนั้นไม่ถูกต้องตามกฎหมาย ต้องระวางโทษปรับไม่เกินหนึ่งหมื่นบาท

มาตรา 59 ผู้ใดผลิตเพื่อขาย นำเข้าเพื่อขาย หรือขายเครื่องสำอางที่มีลักษณะตามมาตรา 33(1) หรือ (2) หรือมาตรา 34(1) หรือ (2) อันเป็นการฝ่าฝืนมาตรา 36 ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหนึ่งปี หรือปรับไม่เกินหกหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ ผู้ใดผลิตเพื่อขาย นำเข้าเพื่อขาย หรือขายเครื่องสำอางที่มีลักษณะตามมาตรา 33 (3) หรือ (4) หรือมาตรา 34 (3) หรือ (4) อันเป็นการฝ่าฝืนมาตรา 36 ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหกเดือน หรือปรับไม่เกินสามหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

ถ้าการนำเข้าเพื่อขายเครื่องสำอางตามวรรคหนึ่งหรือวรรคสองเป็นการกระทำโดยประมาท ผู้กระทำต้องระวางโทษปรับไม่เกินสามหมื่นบาท ถ้าการขายเครื่องสำอางตามวรรคหนึ่งหรือวรรคสอง เป็นการกระทำโดยประมาท ผู้กระทำต้องระวางโทษปรับไม่เกินหนึ่งหมื่นบาท

มาตรา 60 ผู้ใดผลิตเพื่อขายหรือนำเข้าเพื่อขายเครื่องสำอางที่มีลักษณะตามมาตรา 35 อันเป็นการฝ่าฝืนมาตรา 36 ต้องระวางโทษปรับไม่เกินสองหมื่นบาท ถ้าการนำเข้าเพื่อขายตามวรรคหนึ่งเป็นการกระทำโดยประมาท ผู้กระทำต้องระวางโทษปรับไม่เกินห้าพันบาท

มาตรา 61 ผู้ใดขายเครื่องสำอางที่มีลักษณะตามมาตรา 35 อันเป็นการฝ่าฝืนมาตรา 36 ต้องระวางโทษปรับไม่เกินห้าพันบาท ถ้าการกระทำตามวรรคหนึ่งเป็นการกระทำโดยประมาท ผู้กระทำต้องระวางโทษปรับไม่เกินสามพันบาท

มาตรา 62 ผู้ใดไม่อำนวยความสะดวกตามสมควรแก่พนักงานเจ้าหน้าที่ ซึ่งปฏิบัติหน้าที่ตามมาตรา 39 ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหนึ่งเดือน หรือปรับไม่เกินหนึ่งหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

มาตรา 63 บรรดาเครื่องสำอางที่ผลิตเพื่อขาย นำเข้าเพื่อขาย หรือขายที่เป็นการฝ่าฝืนมาตรา 13 หรือมีลักษณะตามที่กำหนดไว้ในมาตรา 21 มาตรา 33 มาตรา 34 หรือมาตรา 35 รวมทั้งภาชนะบรรจุ ฉลาก และอุปกรณ์สำหรับใช้กับเครื่องสำอางดังกล่าว ให้ริบเสียทั้งสิ้นไม่ว่าจะมีผู้ถูกลงโทษตามคำพิพากษาหรือไม่และของที่ริบให้ส่งมอบแก่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา เพื่อจัดการตามระเบียบที่กระทรวงสาธารณสุขกำหนด

มาตรา 64 ในกรณีที่ศาลพิพากษาให้ลงโทษบุคคลใดในความผิดตามมาตรา 47 มาตรา 50 มาตรา 53 หรือมาตรา 59 วรรคหนึ่งหรือวรรคสอง ถ้ามีพฤติการณ์ให้เห็นว่าบุคคลดังกล่าวอาจจะกระทำความผิดเช่นนั้นขึ้นอีก ศาลจะสั่งไว้ในคำพิพากษาห้ามการประกอบการผลิตหรือนำเข้าหรือขาย มีกำหนดเวลาไม่เกินห้าปี นับแต่วันพ้นโทษไปแล้วก็ได้

มาตรา 65 บรรดาความผิดที่มีโทษปรับสถานเดียวตามพระราชบัญญัตินี้ ให้คณะกรรมการหรือพนักงานเจ้าหน้าที่ที่คณะกรรมการมอบหมายมีอำนาจเปรียบเทียบปรับได้ ในกรณีที่มีการยึด หรืออายัดของกลางที่เกี่ยวข้องกับการกระทำความผิดตามพระราชบัญญัตินี้ ผู้มีอำนาจเปรียบเทียบปรับตามวรรคหนึ่ง จะเปรียบเทียบปรับได้ต่อเมื่อ

(1) ในกรณีที่อาจแก้ไขให้ถูกต้องได้ เมื่อผู้กระทำความผิดยินยอมและได้แก้ไขของกลางที่ยึดหรืออายัดไว้ให้ถูกต้องแล้ว

(2) ในกรณีที่ไม้อาจแก้ไขให้ถูกต้องได้ เมื่อผู้กระทำความผิดยินยอมให้ของกลางที่ยึดหรืออายัดไว้ ตกเป็นของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ในกรณีที่ผู้ยินยอมให้เปรียบเทียบปรับได้แก้ไขของกลางถูกต้องแล้ว ให้พนักงานเจ้าหน้าที่ถอนการยึดหรืออายัดของกลางนั้นเสีย บรรดา

สิ่งของที่ตกเป็นของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ให้จัดการตามระเบียบที่กระทรวง
สาธารณสุขกำหนด

มาตรา 66 ให้รัฐมนตรีประกาศกำหนดชื่อ ของเครื่องสำอางควบคุมพิเศษ และเครื่องสำอาง
ควบคุม ให้แล้วเสร็จภายในหกเดือนนับแต่วันที่พระราชบัญญัตินี้ใช้บังคับในระหว่างที่การ
ดำเนินการตามวรรคหนึ่ง ยังไม่แล้วเสร็จ

(1) ให้ถือว่าเครื่องสำอางที่การผลิตเพื่อขาย หรือ นำเข้าเพื่อขายต้องขอรับใบอนุญาตตาม
มาตรา 5(1) แห่งพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2517 เป็นเครื่องสำอางควบคุมพิเศษตาม
พระราชบัญญัตินี้ โดยให้ถือว่าผู้ได้รับใบอนุญาตให้ผลิตเพื่อขายหรือนำเข้าเพื่อขายและได้รับ
ใบสำคัญการขึ้นทะเบียนเครื่องสำอางดังกล่าว เป็นผู้ได้ขึ้นทะเบียนเครื่องสำอางควบคุมพิเศษตาม
พระราชบัญญัตินี้

(2) ให้ถือว่าเครื่องสำอางที่ต้องมีคุณภาพมาตรฐานตามที่กำหนดตามมาตรา 5(2) แห่ง
พระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2517 เป็นเครื่องสำอางควบคุมตามพระราชบัญญัตินี้ โดยให้
ถือว่าประกาศของรัฐมนตรีที่กำหนดคุณภาพมาตรฐานสำหรับเครื่องสำอางดังกล่าวเป็นประกาศ
ของรัฐมนตรีตามมาตรา 27 แห่งพระราชบัญญัตินี้

มาตรา 67 บรรดากฎกระทรวงและประกาศที่ได้ออกตามกฎหมายว่าด้วยเครื่องสำอาง และใช้
อยู่ในวันใช้บังคับพระราชบัญญัตินี้ ให้คงใช้บังคับได้ต่อไปเท่าที่ไม่ขัดหรือแย้งกับพระราชบัญญัตินี้

มาตรา 68 ให้รัฐมนตรีว่าการกระทรวงสาธารณสุขรักษาการตามพระราชบัญญัตินี้ และให้มี
อำนาจแต่งตั้งพนักงานเจ้าหน้าที่ ออกกฎกระทรวงกำหนดค่าธรรมเนียมไม่เกินอัตราท้าย
พระราชบัญญัตินี้ ยกเว้น ค่าธรรมเนียม และกำหนดกิจการอื่นกับออกประกาศ ทั้งนี้ เพื่อ
ปฏิบัติการตามพระราชบัญญัตินี้ กฎกระทรวงและประกาศนั้น เมื่อได้ประกาศในราชกิจจา
นุเบกษาแล้วให้ใช้บังคับได้

ประกาศคณะกรรมการเครื่องสำอาง

ฉบับที่ 1 (พ.ศ.2536)

เรื่อง "ฉลากของเครื่องสำอาง"

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา 30 วรรคสอง แห่งพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.
2535 คณะกรรมการเครื่องสำอางออกประกาศไว้ ดังต่อไปนี้

ข้อ 1 ฉลากของเครื่องสำอางควบคุมพิเศษ อย่างน้อยต้องระบุข้อความอันจำเป็น ดังต่อไปนี้

(1) ชื่อเครื่องสำอาง และ/หรือชื่อทางการค้าของเครื่องสำอาง ซึ่งต้องมีขนาดใหญ่กว่า
ข้อความอื่น

- (2) ประเภทหรือชนิดของเครื่องสำอาง
- (3) ชื่อความ "เครื่องสำอางควบคุมพิเศษ"
- (4) เลขทะเบียนเครื่องสำอาง
- (5) ชื่อและปริมาณของสารควบคุมพิเศษ และสารสำคัญ
- (6) ชื่อและที่ตั้งของผู้ผลิตหรือผู้นำเข้า กรณีที่เป็นเครื่องสำอางนำเข้าต้องระบุประเทศที่

ผลิตด้วย

- (7) เลขที่แสดงครั้งที่ผลิต
- (8) วันเดือนปีที่ผลิต
- (9) วิธีใช้เครื่องสำอาง
- (10) ปริมาณสุทธิ
- (11) คำเตือนเกี่ยวกับอันตรายที่อาจเกิดขึ้นต่ออนามัยของบุคคล (ถ้ามี)

ข้อ 2 ฉลากของเครื่องสำอางควบคุม อย่างน้อยต้องระบุข้อความอันจำเป็น ดังต่อไปนี้

- (1) ชื่อเครื่องสำอาง และ/หรือ ชื่อทางการค้าของเครื่องสำอาง ซึ่งต้องมีขนาดใหญ่กว่าชื่อความอื่น
- (2) ประเภทหรือชนิดของเครื่องสำอาง
- (3) ชื่อความ "เครื่องสำอางควบคุม"
- (4) ชื่อและปริมาณของส่วนประกอบสำคัญ
- (5) ชื่อและที่ตั้งของผู้ผลิตหรือผู้นำเข้ากรณีที่เป็นเครื่องสำอางนำเข้าต้องระบุประเทศที่

ผลิตด้วย

- (6) เลขที่แสดงครั้งที่ผลิต
- (7) วันเดือนปีที่ผลิต
- (8) วิธีใช้เครื่องสำอาง
- (9) ปริมาณสุทธิ
- (10) คำเตือนเกี่ยวกับอันตรายที่อาจเกิดขึ้นต่ออนามัยของบุคคล (ถ้ามี)

ข้อ 3 ฉลากของเครื่องสำอางอื่น ที่นอกเหนือจากเครื่องสำอางควบคุมพิเศษและเครื่องสำอางควบคุมอย่างน้อยต้องระบุข้อความอันจำเป็น ดังต่อไปนี้

- (1) ชื่อเครื่องสำอาง และ/หรือ ชื่อทางการค้าของเครื่องสำอาง
- (2) ประเภทหรือชนิดของเครื่องสำอาง
- (3) ชื่อส่วนประกอบสำคัญ

(4) ชื่อและที่ตั้งของผู้ผลิตหรือผู้นำเข้า กรณีที่เป็นเครื่องสำอางนำเข้าต้องระบุประเทศที่ผลิตด้วย

(5) วันเดือนปีที่ผลิต

(6) วิธีใช้เครื่องสำอาง

(7) ปริมาณสุทธิ

(8) คำเตือนเกี่ยวกับอันตรายที่อาจเกิดขึ้นต่ออนามัยของบุคคล (ถ้ามี)

ข้อ 4 ฉลากของเครื่องสำอางต้องใช้ข้อความภาษาไทยที่มองเห็นและอ่านได้ชัดเจน นอกจากนี้ข้อความอันจำเป็นที่ได้กำหนดไว้แล้ว อาจมีข้อความอื่นหรือมีภาษาต่างประเทศด้วยก็ได้ ยกเว้นส่วนประกอบสำคัญของเครื่องสำอางใช้ภาษาไทย หรือเขียนภาษาไทยทับศัพท์ภาษาอังกฤษ หรือใช้ภาษาอังกฤษอย่างใดอย่างหนึ่งก็ได้

ข้อ 5 ให้เครื่องสำอางที่ต้องมีฉลากซึ่งนำเข้าเพื่อขาย ได้รับการยกเว้นไม่ต้องทำฉลากเป็นภาษาไทยที่ภาษาระบบรรจุหรือหีบห่อ ในขณะที่นำเข้าที่ด่านศุลกากร แต่ต้องจัดทำฉลากเป็นภาษาไทยก่อนนำออกจำหน่ายให้แล้วเสร็จและถูกต้อง ภายใน 30 วัน นับแต่วันที่พนักงานเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องได้ตรวจปล่อยให้นำเข้าแล้ว

ข้อ 6 ฉลากของเครื่องสำอางต้องจัด หรือติดแสดงไว้ในที่เปิดเผย มองเห็นได้ชัดเจนที่เครื่องสำอางหรือภาษาระบบรรจุ หรือหีบห่อของภาษาระบบรรจุเครื่องสำอางในกรณีของเครื่องสำอางควบคุมพิเศษ จะต้องติดฉลากทั้งที่ภาษาระบบรรจุ และหีบห่อของภาษาระบบรรจุเครื่องสำอาง

ข้อ 7 ในกรณีของเครื่องสำอางที่มีภาษาระบบรรจุนขนาดเล็ก และมีพื้นที่ในการแสดงฉลากน้อยกว่า 20 ตารางเซนติเมตร ให้แสดงข้อความตามข้อ 1(1) (4) (10) หรือ ข้อ 2 (1) (9) หรือข้อ 3 (1) (7) เป็นอย่างน้อยที่ภาษาระบบรรจุหรือหีบห่อสำหรับข้อความอื่นๆที่เหลือจากที่ระบุไว้ตามวรรคหนึ่ง ให้แสดงไว้ที่ใบแทรกหรือเอกสารหรือคู่มือที่ใช้ประกอบกับเครื่องสำอางนั้นด้วย

ข้อ 8 ฉลากของเครื่องสำอางที่ผลิตเพื่อส่งออกจำหน่ายต่างประเทศ จะแสดงข้อความเป็นภาษาใดก็ได้ แต่อย่างน้อยต้องมีข้อความและความหมายตรงกับภาษาไทย ดังต่อไปนี้

(1) ชื่อเครื่องสำอาง และ/หรือ ชื่อทางการค้าของเครื่องสำอาง

(2) ข้อความที่แสดงว่า ผลิตในประเทศไทย หรือเป็นผลิตภัณฑ์ของประเทศไทย

(3) ข้อความ "สำหรับส่งออกเท่านั้น"

ประกาศฉบับนี้ให้ใช้บังคับตั้งแต่วันถัดจากวันประกาศในราชกิจจานุเบกษา เป็นต้นไป

ภาคผนวก ข

แบบสอบถามเบื้องต้น

| | | |
|--|--|--|
| | | |
|--|--|--|

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการทำวิทยานิพนธ์ ของนิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาการโฆษณา คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เพื่อศึกษาถึงความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อฉลากสินค้า จึงใคร่ขอความร่วมมือจากทุกท่าน ในการตอบแบบสอบถามให้ครบทุกข้อตามความเป็นจริง ทั้งนี้ข้อมูลที่ท่านตอบในแบบสอบถามทั้งหมดจะถือเป็นความลับ ซึ่งจะนำเสนอผลการวิจัยในลักษณะโดยรวมเท่านั้น และนำผลที่ได้ไปใช้ประโยชน์ทางการศึกษาต่อไป

คำชี้แจง กรุณาตอบแบบสอบถาม ด้วยการทำเครื่องหมาย ✓ หน้าข้อที่ต้องการเลือก

1. คุณมีความถี่ในการเลือกซื้อสินค้าสำหรับการอุปโภคบริโภคต่อไปนี้เพื่อใช้ในชีวิตประจำวันบ่อยเพียงใด

| ความถี่ในการซื้อสินค้าประเภท | เป็นประจำ | ค่อนข้างบ่อย | เป็นบางครั้ง | นานๆ ครั้ง | ไม่ซื้อเลย |
|---|-----------|--------------|--------------|------------|------------|
| 1.) ยาสูบ (Tobacco) เช่น บุหรี่ | | | | | |
| 2.) ผลิตภัณฑ์เพื่อการดูแลผม(Hair Preparations) เช่น แชมพู ครีมนวด เจล/มูส/สเปรย์/ครีมแต่งผม น้ำยาเปลี่ยนสีผม ย้ายอมผมดำ | | | | | |
| 3.) ผลิตภัณฑ์เพื่อการดูแลช่องปาก (Oral Products) เช่น ยาสีฟัน น้ำยาบ้วนปาก แปรงสีฟัน โคมขัดฟัน | | | | | |
| 4.) ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดและบำรุงผิวหน้า (Facial Wash Facial Nourishing Products) เช่น สบู่/เจลโฟม/ครีมล้างหน้า โลชั่น/ครีมบำรุงผิวหน้า ครีมกันแดด | | | | | |
| 5.) ผลิตภัณฑ์เพื่อการดูแลผิวหน้า (Facial-care Products) เช่น ผลิตภัณฑ์ลอกผิวเสี้ยน | | | | | |
| 6.) ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดผิวกาย (Body Wash Products) เช่น สบู่ก้อน/สบู่เหลว | | | | | |
| 7.) ผลิตภัณฑ์เพื่อการดูแลและบำรุงผิวกาย (Skin-care Products) เช่น ผลิตภัณฑ์ระงับกลิ่นกาย ครีมกันแดด บอดีโลชั่น/ครีมบำรุงผิว แป้ง | | | | | |

| ความถี่ในการซื้อสินค้าประเภท | เป็นประจำ | ค่อนข้างบ่อย | เป็นบางครั้ง | นานๆ ครั้ง | ไม่ซื้อเลย |
|--|-----------|--------------|--------------|------------|------------|
| 8.) เครื่องสำอาง (Cosmetics) เช่น ลิปมัน ลิปติก แป้งพัฟ/แป้งฝุ่นตลับ แป้งแข็งผสมรองพื้น/ทูเวย์ | | | | | |
| 9.) ผลิตภัณฑ์คุมกำเนิด (Birth Control Products) เช่น ถุงยางอนามัย | | | | | |
| 10.) ยา (Pharmaceutical) เช่น ยาแก้ปวด ยาแก้ปวดกล้ามเนื้อ | | | | | |
| 11.) กระดาษชำระ (Tissue Paper) เช่น กระดาษชำระ (ม้วน) กระดาษเช็ดหน้า (กล่อง) | | | | | |
| 12.) ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดในครัวเรือน (Home-care Products) เช่น น้ำยาล้างห้องน้ำ ผงซักฟอก | | | | | |
| 13.) เครื่องแต่งกาย (Men/Women Apparel) เช่น เสื้อ กางเกง/กระโปรง รองเท้า | | | | | |
| 14.) เพลง (Music) เช่น เทป/ซีดี เพลงไทย/สากล | | | | | |
| 15.) อุปกรณ์ถ่ายภาพ (Photographic Product) เช่น फिल्मถ่ายรูป กล้องถ่ายรูปชนิดใช้แล้วทิ้ง | | | | | |
| 16.) อุปกรณ์สื่อสาร (Communication Equipment) เช่น โทรศัพท์มือถือ | | | | | |

2. คุณมีความถี่ในการเลือกซื้อสินค้าสำหรับการบริโภคต่อไปนี้เพื่อใช้ในชีวิตประจำวันบ่อยเพียงใด

| ความถี่ในการซื้อสินค้าประเภท | เป็นประจำ | ค่อนข้างบ่อย | เป็นบางครั้ง | นานๆ ครั้ง | ไม่ซื้อเลย |
|--|-----------|--------------|--------------|------------|------------|
| 1.) เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ (Alcoholic Beverages) เช่น เหล้า เบียร์ ไวน์ | | | | | |
| 2.) เครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ (Non-alcoholic Beverages) เช่น น้ำอัดลม ชา กาแฟ น้ำผัก/น้ำผลไม้ เครื่องดื่มให้พลังงาน (กระทิงแดง/ลิโพ) เครื่องดื่มเกลือแร่ (สปอนเซอร์ เกเตอร์เรด) | | | | | |
| 3.) ผลิตภัณฑ์นม (Dairy Products) เช่น นมยูเอชที (UHT) นมเปรี้ยวพร้อมดื่ม นมถั่วเหลืองโยเกิร์ต | | | | | |
| 4.) อาหารทานเล่นและขนมขบเคี้ยว (Snack Foods) เช่น หมากฝรั่ง มันฝรั่งกรอบ ข้าวเกรียบ ปลาเส้น ช็อคโกแลต ไอศกรีม คุกกี้/บิสกิต/เวเฟอร์ | | | | | |
| 5.) อาหาร (Food) เช่น บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป ผลไม้กระป๋อง อาหารกระป๋องสำเร็จรูป ผงชูรส/ก้อนชูรส | | | | | |
| 6.) อาหารนอกบ้าน (Outside-home Meals) เช่น ร้านอาหารฟาสต์ฟู้ด ภัตตาคาร บริการส่งอาหารถึงที่ | | | | | |
| 7.) อาหารเสริมและวิตามิน (Vitamins & Supplementary Foods) เช่น ฝรั่ง ขุปไก่สกัด แคปซูลอาหารเสริม | | | | | |

ภาคผนวก ค

ตารางแสดงรายละเอียดค่าเฉลี่ยของผลการทดสอบเบื้องต้น (Pre-test) เพื่อทำการคัดเลือกประเภทสินค้าอุปโภคและบริโภคที่ผู้บริโภคใช้ในชีวิตประจำวันมากที่สุดประเภทละ 2 หมวดหมู่

สินค้าอุปโภค

| | N | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
|--------------------|----|---------|---------|------|----------------|
| Tobacco | 30 | 1 | 4 | 1.30 | .837 |
| Hair | 30 | 1 | 5 | 3.30 | 1.442 |
| Oral | 30 | 1 | 5 | 3.23 | 1.194 |
| Facial Wash | 30 | 1 | 5 | 3.73 | 1.236 |
| Facial Care | 30 | 1 | 5 | 2.70 | 1.264 |
| Body Wash | 30 | 1 | 5 | 3.70 | 1.285 |
| Skin Care | 30 | 1 | 5 | 3.40 | 1.453 |
| Cosmetics | 30 | 1 | 5 | 2.57 | 1.278 |
| Birth Control | 30 | 1 | 4 | 1.43 | .898 |
| Pharmaceutical | 30 | 1 | 5 | 2.57 | 1.104 |
| Tissue | 30 | 2 | 5 | 3.50 | 1.042 |
| Home Care | 30 | 1 | 5 | 2.07 | 1.143 |
| Apparel | 30 | 2 | 5 | 3.63 | .928 |
| Music | 30 | 1 | 5 | 3.17 | 1.206 |
| Photographic | 30 | 1 | 4 | 2.27 | .868 |
| Comm Equip | 30 | 1 | 5 | 2.53 | .900 |
| Valid N (listwise) | 30 | | | | |

สินค้าบริโภค

| | N | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
|-------------------------|----|---------|---------|------|-------------------|
| Alcoholic Bev | 30 | 1 | 5 | 2.03 | 1.159 |
| Non-alcoholic | 30 | 2 | 5 | 4.27 | .817 |
| Dairy Product | 30 | 2 | 5 | 3.97 | .890 |
| Snack | 30 | 3 | 5 | 4.23 | .868 |
| Food | 30 | 1 | 5 | 3.23 | 1.006 |
| Outside Home | 30 | 2 | 5 | 4.03 | .964 |
| Vitamin & Supplementary | 30 | 1 | 5 | 2.17 | .913 |
| Valid N (listwise) | 30 | | | | |

ภาคผนวก ง

แบบสอบถามเบื้องต้น

| | | |
|--|--|--|
| | | |
|--|--|--|

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการทำวิทยานิพนธ์ ของนิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาการโฆษณา คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เพื่อศึกษาถึงความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่ออลากสินค้า จึงใคร่ขอความร่วมมือจากทุกท่าน ในการตอบแบบสอบถามให้ครบทุกข้อตามความเป็นจริง ทั้งนี้ข้อมูลที่ท่านตอบในแบบสอบถามทั้งหมดจะถือเป็นความลับ ซึ่งจะนำเสนอผลการวิจัยในลักษณะโดยรวมเท่านั้น และนำผลที่ได้ไปใช้ประโยชน์ทางการศึกษาต่อไป

คำชี้แจง กรุณาตอบแบบสอบถาม ด้วยการทำเครื่องหมาย ✓ หน้าข้อที่ต้องการเลือก

1. คุณมีความถี่ในการเลือกซื้อสินค้าสำหรับการอุปโภคต่อไปนีเพื่อใช้ในชีวิตประจำวันบ่อยเพียงใด

1.1 ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดผิวหนัง (Body Wash Product)

| ความถี่ในการซื้อสินค้าประเภท | เป็นประจำ | ค่อนข้างบ่อย | เป็นบางครั้ง | นาน ๆ ครั้ง | ไม่ซื้อเลย |
|------------------------------|-----------|--------------|--------------|-------------|------------|
| 1.) สบู่ก้อน | | | | | |
| 2.) สบู่เหลว | | | | | |

1.2 ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดและบำรุงผิวหน้า (Facial Wash Facial Nourishing Products)

| ความถี่ในการซื้อสินค้าประเภท | เป็นประจำ | ค่อนข้างบ่อย | เป็นบางครั้ง | นาน ๆ ครั้ง | ไม่ซื้อเลย |
|------------------------------|-----------|--------------|--------------|-------------|------------|
| 1.) สบู่ล้างหน้า | | | | | |
| 2.) เจลล้างหน้า | | | | | |
| 3.) โฟมล้างหน้า | | | | | |
| 4.) ครีมล้างหน้า | | | | | |
| 5.) โลชั่นบำรุงผิวหน้า | | | | | |
| 6.) ครีมบำรุงผิวหน้า | | | | | |
| 7.) ครีมกันแดด | | | | | |

2. คุณมีความถี่ในการเลือกซื้อสินค้าสำหรับการบริโภคต่อไปนี้เพื่อใช้ในชีวิตประจำวันบ่อยเพียงใด

2.1 เครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ (Non-alcoholic Beverages)

| ความถี่ในการซื้อสินค้าประเภท | เป็นประจำ | ค่อนข้างบ่อย | เป็นบางครั้ง | นานๆ ครั้ง | ไม่ซื้อเลย |
|--|-----------|--------------|--------------|------------|------------|
| 1.) น้ำอัดลม | | | | | |
| 2.) ชา | | | | | |
| 3.) กาแฟ | | | | | |
| 4.) น้ำผัก | | | | | |
| 5.) น้ำผลไม้ | | | | | |
| 5.) เครื่องดื่มให้พลังงาน (กระทิงแดง/ลิโพ) | | | | | |
| 7.) เครื่องดื่มเกลือแร่ (สปอนเซอร์ เกเตอร์เรด) | | | | | |

2.2 อาหารทานเล่นและขนมขบเคี้ยว (Snack Foods)

| ความถี่ในการซื้อสินค้าประเภท | เป็นประจำ | ค่อนข้างบ่อย | เป็นบางครั้ง | นานๆ ครั้ง | ไม่ซื้อเลย |
|------------------------------|-----------|--------------|--------------|------------|------------|
| 1.) หนากฝรั่ง | | | | | |
| 2.) มันฝรั่งกรอบ | | | | | |
| 3.) ข้าวเกรียบ | | | | | |
| 4.) ปลาเส้น | | | | | |
| 5.) ช็อคโกแลต | | | | | |
| 6.) ไอศกรีม | | | | | |
| 7.) คุกกี้ | | | | | |
| 8.) บิสกิต | | | | | |
| 9.) เวเฟอร์ | | | | | |

ภาคผนวก จ

ตารางแสดงรายละเอียดค่าเฉลี่ยผลการทดสอบเบื้องต้น (Pre-test) เพื่อทำการคัดเลือกประเภทสินค้าที่ใช้ในการศึกษา โดยคัดเลือกสินค้าที่มีความถี่ในการซื้อสูงสุด 1 สินค้าต่อแต่ละหมวดหมู่

สินค้าอุปโภค

1. ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดและบำรุงผิวหน้า (Facial Wash & Facial Nourishing Products)

| | N | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
|--------------------|----|---------|---------|------|----------------|
| Soap Cleanser | 30 | 1 | 3 | 3.45 | 1.324 |
| Gel Cleanser | 30 | 1 | 2 | 2.04 | 1.849 |
| Foam Cleanser | 30 | 1 | 5 | 4.10 | 1.348 |
| Cream Cleanser | 30 | 1 | 3 | 2.57 | 1.673 |
| Lotion | 30 | 1 | 5 | 3.83 | 1.367 |
| Cream | 30 | 1 | 3 | 3.65 | 1.354 |
| Sun Block | 30 | 1 | 5 | 3.37 | 1.564 |
| Valid N (listwise) | 30 | | | | |

2. ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดผิวกาย (Body Wash Products)

| | N | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
|--------------------|----|---------|---------|------|----------------|
| Soap | 30 | 1 | 5 | 3.13 | 1.613 |
| Liquid Soap | 30 | 1 | 5 | 3.70 | 1.442 |
| Valid N (listwise) | 30 | | | | |

สินค้ำบริโภค

1.เครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ (Non-alcoholic Beverages)

| | N | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
|--------------------|----|---------|---------|------|----------------|
| Soft Drink | 30 | 1 | 5 | 3.23 | 1.104 |
| Tea | 30 | 1 | 5 | 2.97 | .964 |
| Coffee | 30 | 1 | 5 | 2.57 | 1.305 |
| Vegetable | 30 | 1 | 5 | 3.30 | 1.204 |
| Fruit Juice | 30 | 2 | 5 | 3.43 | 1.073 |
| Energy Drink | 30 | 1 | 2 | 1.17 | .379 |
| Electrolyte Bev | 30 | 1 | 3 | 1.30 | .535 |
| Valid N (listwise) | 30 | | | | |

2.อาหารทานเล่นและขนมขบเคี้ยว (Snack Foods)

| | N | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
|--------------------|----|---------|---------|------|----------------|
| Chewing Gum | 30 | 1 | 5 | 2.63 | 1.066 |
| Potato Chip | 30 | 1 | 5 | 2.97 | .999 |
| Crackers | 30 | 1 | 4 | 2.47 | .681 |
| Fish Snack | 30 | 1 | 5 | 2.67 | 1.028 |
| Chocolate | 30 | 2 | 5 | 3.93 | .828 |
| Ice-cream | 30 | 2 | 5 | 3.77 | .971 |
| Cookie | 30 | 2 | 5 | 3.13 | .860 |
| Biscuits | 30 | 1 | 4 | 2.34 | .578 |
| Wafer | 30 | 1 | 3 | 2.03 | .246 |
| Valid N (listwise) | 30 | | | | |

ภาคผนวก จ

แบบสอบถาม

| | | |
|--|--|--|
| | | |
|--|--|--|

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการทำวิทยานิพนธ์ ของนิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาการโฆษณา คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เพื่อศึกษาถึงความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อฉลากสินค้า จึงใคร่ขอความร่วมมือจากทุกท่าน ในการตอบแบบสอบถามให้ครบทุกข้อตามความเป็นจริง ทั้งนี้ข้อมูลที่ท่านตอบในแบบสอบถามทั้งหมดจะถือเป็นความลับ ซึ่งจะนำเสนอผลการวิจัยในลักษณะโดยรวมเท่านั้น และนำผลที่ได้ไปใช้ประโยชน์ทางการศึกษาต่อไป

ส่วนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง กรุณาตอบแบบสอบถาม ด้วยการทำเครื่องหมาย ✓ หน้าข้อที่ต้องการเลือก

1.) เพศ

- () 1. ชาย () 2. หญิง

2.) อายุ

- () 1. 18-21 ปี () 2. 22-25 ปี
() 3. 26-29 ปี () 4. 30-35 ปี

3.) สถานภาพ

- () 1. โสด () 2. สมรส
() 3. หย่า / ม่าย () 4. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

4.) ระดับการศึกษาสูงสุด

- () 1. มัธยมต้นหรือเทียบเท่า () 2. มัธยมปลาย/ปวช.
() 3. อนุปริญญา/ปวส. () 4. ปริญญาตรี
() 5. สูงกว่าปริญญาตรี () 6. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

5.) อาชีพ

- () 1. นิสิต / นักศึกษา () 2. ค้าขาย
() 3. ธุรกิจส่วนตัว () 4. รับราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ
() 5. พนักงานบริษัท เอกชน () 6. รับจ้างทั่วไป
() 7. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

6.) รายได้ส่วนตัวต่อเดือน

- () 1. ต่ำกว่า 10,000 บาท () 2. 10,000-15,000 บาท
 () 3. 15,001-20,000 บาท () 4. 20,001-25,000 บาท
 () 5. 25,001-30,000 บาท () 6. 30,001 บาท ขึ้นไป

คำชี้แจง กรุณาตอบแบบสอบถาม ด้วยการทำเครื่องหมาย ✓ หน้าข้อที่ต้องการเลือก

อยากทราบว่าก่อนที่คุณจะทำการซื้อสินค้าเหล่านี้ คุณมีการอ่านข้อมูลต่างๆ บนฉลากของสินค้าเหล่านี้ มากน้อยเพียงใด (1 = ไม่อ่านเลย, 2 = นานๆ ครั้ง, 3 = บางครั้ง, 4 = ค่อนข้างบ่อย, 5 = เป็นประจำ)

| ข้อความ | ผลิตภัณฑ์ล้างหน้า ประเภทโฟมล้างหน้า | | | | | ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดผิว ประเภทสบู่มะสบู่เหลว | | | | | | |
|--|--|---|---|---|-----------|---|------------|---|---|---|-----------|--|
| | ไม่อ่านเลย | | ↔ | | เป็นประจำ | | ไม่อ่านเลย | | ↔ | | เป็นประจำ | |
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | | |
| 1. อ่านฉลากยี่ห้อบนฉลาก | | | | | | | | | | | | |
| 2. อ่านฉลากประเภทสินค้า (เช่น ใช้สำหรับผิวมัน ผิวผสม ผิวแห้ง) | | | | | | | | | | | | |
| 3. อ่านส่วนประกอบที่สำคัญ (เช่น Water Glycerin Sodium Perfume) | | | | | | | | | | | | |
| 4. อ่านชื่อผู้ผลิต | | | | | | | | | | | | |
| 5. อ่านที่ตั้งของผู้ผลิต | | | | | | | | | | | | |
| 6. อ่านประเทศที่ผลิต | | | | | | | | | | | | |
| 7. อ่านตัวเลขครั้งที่ผลิต | | | | | | | | | | | | |
| 8. อ่านวันเดือนปีที่ผลิต | | | | | | | | | | | | |
| 9. อ่านวิธีใช้สินค้า | | | | | | | | | | | | |
| 10. อ่านปริมาณสุทธิของสินค้า | | | | | | | | | | | | |
| 11. อ่านค่าเตือน | | | | | | | | | | | | |
| 12. ันดูโลโก้ | | | | | | | | | | | | |
| 13. ันดูรูปภาพต่างๆ บนฉลาก | | | | | | | | | | | | |
| 14. ันดูราคาสินค้า | | | | | | | | | | | | |
| 15. ันอ่านคำกล่าวอ้างถึงประโยชน์ของสินค้าที่ระบุบนฉลาก | | | | | | | | | | | | |
| 16. โดยภาพรวมฉันท่านรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าที่ปรากฏบนฉลาก | | | | | | | | | | | | |

คำชี้แจง กรุณาตอบแบบสอบถาม โดยการใส่เครื่องหมาย ✓ รอบตัวเลขที่มีระดับคะแนนตามความคิดเห็นของท่าน บรรทัดละ 1 แห่ง เท่านั้น
(กรุณาตอบแบบสอบถามทุกบรรทัด)

โดย ช่องที่ 1 = เห็นด้วยอย่างยิ่งกับข้อความด้านหน้า
 ช่องที่ 2 = เห็นด้วยกับข้อความด้านหน้า
 ช่องที่ 3 = มีความคิดเห็นเป็นกลางกับข้อความทั้งสอง
 ช่องที่ 4 = เห็นด้วยกับข้อความด้านหลัง
 ช่องที่ 5 = เห็นด้วยอย่างยิ่งกับข้อความด้านหลัง

คุณมีความรู้สึกอย่างไรต่อผลภาพของ ผลิตภัณฑ์ล้างหน้าประเภท
 ใหม่ล้างหน้า ที่มีอยู่ในปัจจุบัน

(1) (2) (3) (4) (5)

ไม่ถูกใจ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : ถูกใจ
 ไม่เห็นด้วยกับ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : เห็นด้วยกับ
 ลักษณะของฉลาก _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : ลักษณะของฉลาก
 ไม่พึงพอใจ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : พึงพอใจ
 มีความรู้สึกด้านลบ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : มีความรู้สึกด้านบวก
 ไม่เหมาะสม _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : เหมาะสม
 204 ไม่น่าสนใจ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : น่าสนใจ
 ไม่มีความคิดสร้างสรรค์ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : มีความคิดสร้างสรรค์
 ไม่มีคุณค่า _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : มีคุณค่า
 ไม่ดี _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : ดีมาก
 ไม่มีความสำคัญ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : มีความสำคัญ

คุณมีความรู้สึกอย่างไรต่อผลภาพของ ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด
 ผิวกายประเภท สบู่ขยล ที่มีอยู่ในปัจจุบัน

(1) (2) (3) (4) (5)

ไม่ถูกใจ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : ถูกใจ
 ไม่เห็นด้วยกับ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : เห็นด้วยกับ
 ลักษณะของฉลาก _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : ลักษณะของฉลาก
 ไม่พึงพอใจ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : พึงพอใจ
 มีความรู้สึกด้านลบ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : มีความรู้สึกด้านบวก
 ไม่เหมาะสม _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : เหมาะสม
 ไม่น่าสนใจ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : น่าสนใจ
 ไม่มีความคิดสร้างสรรค์ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : มีความคิดสร้างสรรค์
 ไม่มีคุณค่า _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : มีคุณค่า
 ไม่ดี _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : ดีมาก
 ไม่มีความสำคัญ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : มีความสำคัญ

ผลิตภัณฑ์ล้างหน้า
ประเภทโฟมล้างหน้า

ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดผิวกาย
ประเภทสบู่นิ้ว

| ข้อความ | ผลิตภัณฑ์ล้างหน้า ประเภทโฟมล้างหน้า | | | | | ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดผิวกาย ประเภทสบู่นิ้ว | | | | |
|---|--|---|---|---|-------------------|--|---|---|---|-------------------|
| | ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง | | | | เห็นด้วยอย่างยิ่ง | ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง | | | | เห็นด้วยอย่างยิ่ง |
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 13. รูปภาพต่างๆ บนฉลากมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้านี้ | | | | | | | | | | |
| 14. การระบุราคาสินค้าบนฉลากมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้านี้ | | | | | | | | | | |
| 15. การระบุคำกล่าวอ้างถึงประโยชน์ของสินค้าบนฉลากมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้านี้ | | | | | | | | | | |
| 16. รายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าที่ปรากฏบนฉลากมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้านี้ | | | | | | | | | | |



มีหน้าถัดไปค่ะ

คำชี้แจง กรุณาตอบแบบสอบถาม โดยการใส่เครื่องหมาย ✓ รอบตัวเลขที่มีระดับคะแนนตามความคิดเห็นของท่าน บรรทัดละ 1 แห่ง เท่านั้น
(กรุณาตอบแบบสอบถามทุกบรรทัด)

โดย ช่องที่ 1 = เห็นด้วยอย่างยิ่งกับข้อความด้านหน้า

ช่องที่ 2 = เห็นด้วยกับข้อความด้านหน้า

ช่องที่ 3 = มีความคิดเห็นเป็นกลางกับข้อความทั้งสอง

ช่องที่ 4 = เห็นด้วยกับข้อความด้านหลัง

ช่องที่ 5 = เห็นด้วยอย่างยิ่งกับข้อความด้านหลัง

คุณมีความรู้สึกอย่างไรต่อผลจากของ เครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์

ประเภท น้ำผลไม้ ที่มีอยู่ในปัจจุบัน

(1) (2) (3) (4) (5)

ไม่ถูกใจ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : ถูกใจ
 ไม่เห็นด้วยกับ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : เห็นด้วยกับ
 ลักษณะของฉลาก _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : ลักษณะของฉลาก
 ไม่พึงพอใจ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : พึงพอใจ
 มีความรู้สึกด้านลบ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : มีความรู้สึกด้านบวก
 ไม่เหมาะสม _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : เหมาะสม
 ไม่น่าสนใจ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : น่าสนใจ
 ไม่มีความคิดเห็นสร้างสรรค์ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : มีความคิดสร้างสรรค์
 ไม่มีคุณค่า _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : มีคุณค่า
 ไม่ดี _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : ดีมาก
 ไม่มีความสำคัญ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : มีความสำคัญ

คุณมีความรู้สึกอย่างไรต่อผลจากของ อาหารทานเล่นและขนมขบเคี้ยว

ประเภท ช็อกโกแลต ที่มีอยู่ในปัจจุบัน

(1) (2) (3) (4) (5)

ไม่ถูกใจ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : ถูกใจ
 ไม่เห็นด้วยกับ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : เห็นด้วยกับ
 ลักษณะของฉลาก _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : ลักษณะของฉลาก
 ไม่พึงพอใจ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : พึงพอใจ
 มีความรู้สึกด้านลบ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : มีความรู้สึกด้านบวก
 ไม่เหมาะสม _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : เหมาะสม
 ไม่น่าสนใจ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : น่าสนใจ
 ไม่มีความคิดเห็นสร้างสรรค์ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : มีความคิดสร้างสรรค์
 ไม่มีคุณค่า _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : มีคุณค่า
 ไม่ดี _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : ดีมาก
 ไม่มีความสำคัญ _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : มีความสำคัญ

เครื่องมือที่ไม่มีแอลกอฮอล์
ประเภทน้ำผลไม้

อาหารทานเล่นและขนมขบเคี้ยว
ประเภทซ็อกโกแลต

| ข้อความ | ← ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง | | | | | เห็นด้วยอย่างยิ่ง → | | | | |
|---|------------------------|---|---|---|---|---------------------|---|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 14. วันเดือนปีที่เหมาะสมที่ปรากฏบนฉลากมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้านี้ | | | | | | | | | | |
| 15. การระบุคำแนะนำในการเก็บรักษาบนฉลากมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้านี้ | | | | | | | | | | |
| 16. การระบุวิธีใช้สินค้าบนฉลากมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้านี้ | | | | | | | | | | |
| 17. โลโก้ที่ปรากฏบนฉลากมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้านี้ | | | | | | | | | | |
| 18. รูปภาพต่างๆ บนฉลากมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้านี้ | | | | | | | | | | |
| 19. การระบุราคาสินค้าบนฉลากมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้านี้ | | | | | | | | | | |
| 20. การระบุคำกล่าวอ้างถึงประโยชน์ของสินค้าบนฉลากมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้านี้ | | | | | | | | | | |
| 21. รายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าที่ปรากฏบนฉลากมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้านี้ | | | | | | | | | | |

☺ ขอขอบคุณที่ท่านได้ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม ☺

ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

นางสาวอรรวรรณ กรุณานุวัตร เกิดเมื่อวันที่ 28 กรกฎาคม พ.ศ. 2526 สำเร็จการศึกษาปริญญาโทเศรษฐศาสตรบัณฑิต (เกียรตินิยมอันดับหนึ่ง) สาขาวิชาการโฆษณา จากมหาวิทยาลัยกรุงเทพ เมื่อปีการศึกษา 2547 และได้เข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาเอกบัณฑิต สาขาวิชาการโฆษณา ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในปีการศึกษา 2548