

สำเนาฉบับ

เรื่องเสร็จที่ ๓ / ๒๕๖๒^๑

บันทึกการตอบข้อหารือกรมอนามัย

เรื่อง การจำหน่ายอาหารสำหรับทารก อาหารสำหรับเด็กเล็ก และอาหารเสริมสำหรับทารก
ผ่านช่องทางออนไลน์

บริษัท

ได้มีหนังสือ

เพื่อขอหารือ

เกี่ยวกับข้อกฎหมายตามพระราชบัญญัติควบคุมการส่งเสริมการตลาดอาหารสำหรับทารกและเด็กเล็ก พ.ศ. ๒๕๖๐ โดยมีรายละเอียดดังนี้

บริษัท

ประกอบ

กิจการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยการขายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ภายใต้ชื่อเว็บไซต์ www.jd.co.th ขอสอบถามปัญหาอันเกี่ยวกับการตีความตามพระราชบัญญัติควบคุมการส่งเสริมการตลาดอาหารสำหรับทารกและเด็กเล็ก พ.ศ. ๒๕๖๐ เพื่อให้บริษัทฯ รับทราบรวมถึงการนำไปใช้ในการดำเนินการปฏิบัติให้เป็นไปตามพระราชบัญญัติควบคุมการส่งเสริมการตลาดอาหารสำหรับทารกและเด็กเล็ก พ.ศ. ๒๕๖๐ ดังนี้

๑. อาหารสำหรับทารกหรืออาหารเสริมสำหรับทารก สามารถขายผ่านช่องทางออนไลน์ได้หรือไม่ หากบริษัทฯ ดำเนินการขายอาหารสำหรับทารกและอาหารเสริมสำหรับทารกในเว็บไซต์ของบริษัทฯ โดยการลงภาพรายละเอียดข้อมูลสินค้าและราคา เช่นนี้จะถือว่า

๑.๑ เป็นการโฆษณาตามพระราชบัญญัติควบคุมการส่งเสริมการตลาดอาหารสำหรับทารกและเด็กเล็ก พ.ศ. ๒๕๖๐ หรือไม่

๑.๒ หากเป็นการโฆษณา บริษัทฯ สามารถขายอาหารสำหรับทารกหรืออาหารเสริมทารกในเว็บไซต์ของบริษัทฯ โดยแสดงรายละเอียดการขายสินค้าได้มากน้อยเพียงใด เพื่อมิให้เป็นการเข้าข่ายการโฆษณาตามพระราชบัญญัตินี้ เนื่องจากพระราชบัญญัตินี้มิได้ห้ามการขายอาหารสำหรับทารกหรืออาหารเสริมสำหรับทารก

๒. อาหารสำหรับเด็กเล็กหรืออาหารเสริมสำหรับเด็กเล็ก สามารถทำการส่งเสริมการขายได้หรือไม่ และการขายสินค้าสองชิ้นในราคาเฉลี่ยที่ถูกกว่าซื้อชิ้นเดียว โดยไม่แสดงเครื่องหมายใด ๆ ว่าราคาเฉลี่ยถูกลง ถือเป็นการส่งเสริมการขายหรือไม่

๒.๑ คำว่า “ขายพ่วง” รวมถึงการขายสินค้าสองชิ้นในราคาเฉลี่ยที่ถูกกว่าซื้อชิ้นเดียวหรือไม่

๒.๒ หากไม่เป็นการขายพ่วง การขายสินค้าสองชิ้นในราคาเฉลี่ยที่ถูกกว่าซื้อชิ้นเดียว โดยไม่แสดงการลดราคา ไม่แสดงราคาสินค้าเดิม ไม่มีการขีดฆ่าราคาเดิมออก หรือแสดงเครื่องหมายใด ๆ ว่าราคาเฉลี่ยถูกลง เช่น สินค้าราคาชิ้นละ ๑๐ บาท หากซื้อสองชิ้นจะสามารถซื้อได้ในราคา ๑๕ บาท ทั้งนี้บริษัทฯ เพียงแสดงราคา ๑๕ บาท โดยไม่มีการขีดฆ่าว่าปกติราคา ๒๐ บาท ถือเป็นการส่งเสริมการขายหรือไม่

(๑) ข้อกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

๑. พระราชบัญญัติควบคุมการส่งเสริมการตลาดอาหารสำหรับทารกและเด็กเล็ก พ.ศ. ๒๕๖๐

“ส่งเสริมการตลาด” หมายความว่า การกระทำใด ๆ ที่มุ่งหมายเพื่อการจำหน่าย สร้างภาพลักษณ์ หรือประชาสัมพันธ์ หรือเพื่อการสนับสนุนหรือส่งเสริมให้มีการใช้อาหารสำหรับทารก อาหารสำหรับเด็กเล็ก หรืออาหารเสริมสำหรับทารก แล้วแต่กรณี ทั้งนี้ เพื่อประโยชน์ทางการค้า

มาตรา ๓^๒ นิยามคำว่า “โฆษณา” หมายความว่า การกระทำไม่ว่าโดยวิธีใด ๆ ให้ประชาชนเห็นหรือทราบข้อความ ทั้งนี้ เพื่อประโยชน์ทางการค้า

^๑ ส่งพร้อมหนังสือ ที่ สธ ๐๔๔๕.๐๔/ ๓๖๘๓ ลงวันที่ ๒๕ เมษายน ๒๕๖๒ ซึ่งกรมอนามัยมีถึงประธานกรรมการบริษัท

มาตรา ๑๔^๓ ห้ามผู้ใดโฆษณาอาหารสำหรับทารก ห้ามผู้ใดโฆษณาอาหารสำหรับเด็กเล็กโดยใช้ข้อความเกี่ยวกับทารกหรือเด็กเล็กในสื่อโฆษณาที่มีลักษณะเชื่อมโยงหรือทำให้เข้าใจได้ว่าเป็นอาหารสำหรับทารกหรือเหมาะสมสำหรับใช้เลี้ยงทารก

มาตรา ๑๖^๔ การให้ข้อมูลอาหารสำหรับทารกหรืออาหารสำหรับเด็กเล็ก ต้องมีข้อความเช่นเดียวกับข้อความตามที่ปรากฏในฉลากที่ได้รับอนุญาตตามกฎหมายว่าด้วยอาหาร โดยไม่ปรากฏข้อความที่เป็นการกล่าวอ้างทางโภชนาการและสุขภาพ

มาตรา ๑๘^๕ ในการส่งเสริมการตลาดอาหารสำหรับทารกและอาหารสำหรับเด็กเล็ก ห้าม ดำเนินการ ดังต่อไปนี้

(๑) ห้ามแจกหรือให้คุปองหรือสิทธิที่จะได้รับส่วนลด ข่ายพวง แลกเปลี่ยนหรือให้ของรางวัลของขวัญหรือสิ่งอื่นใด

(๒) ห้ามแจกอาหารสำหรับทารกหรืออาหารสำหรับเด็กเล็ก หรือตัวอย่างอาหารสำหรับทารกหรืออาหารสำหรับเด็กเล็ก ไม่ว่าโดยทางตรงหรือทางอ้อม

(๓) ห้ามให้อาหารสำหรับทารกหรืออาหารสำหรับเด็กเล็ก สิ่งของ หรือสิ่งอื่นใดแก่หญิงตั้งครรภ์หญิงที่มีบุตรเป็นทารกหรือเด็กเล็ก หรือบุคคลในครอบครัวที่มีทารกหรือเด็กเล็ก

(๔) ห้ามติดต่อหญิงตั้งครรภ์หรือหญิงที่มีบุตรซึ่งเป็นทารกหรือเด็กเล็ก หรือบุคคลในครอบครัวที่มีทารกหรือเด็กเล็กไม่ว่าโดยทางตรงหรือทางอ้อม เพื่อส่งเสริม สนับสนุน หรือแนะนำให้ใช้อาหารสำหรับทารกหรืออาหารสำหรับเด็กเล็ก หรือเพื่อสื่อให้เกิดความเชื่อมโยงกับอาหารสำหรับทารกหรืออาหารสำหรับเด็กเล็ก

^๓ มาตรา ๓ “โฆษณา” หมายความว่า การกระทำไม่ว่าโดยวิธีใด ๆ ให้ประชาชนเห็น หรือทราบข้อความทั้งนี้ เพื่อประโยชน์ทางการค้า

^๔ มาตรา ๑๔ ห้ามผู้ใดโฆษณาอาหารสำหรับทารก ห้ามผู้ใดโฆษณาอาหารสำหรับเด็กเล็กโดยใช้ข้อความเกี่ยวกับทารกหรือเด็กเล็กในสื่อโฆษณาที่มีลักษณะเชื่อมโยงหรือทำให้เข้าใจได้ว่าเป็นอาหารสำหรับทารกหรือเหมาะสมสำหรับใช้เลี้ยงทารก

^๕ มาตรา ๑๖ ภายใต้บังคับมาตรา ๑๔ การให้ข้อมูลเกี่ยวกับอาหารสำหรับทารกหรืออาหารสำหรับเด็กเล็กของผู้ผลิต ผู้นำเข้า หรือผู้จำหน่ายอาหารสำหรับทารกหรืออาหารสำหรับเด็กเล็ก หรือตัวแทน ต้องมีข้อความเช่นเดียวกับข้อความตามที่ปรากฏในฉลากอาหารสำหรับทารกหรืออาหาร สำหรับเด็กเล็กที่ได้รับอนุญาตตามกฎหมายว่าด้วยอาหาร โดยไม่ปรากฏข้อความที่เป็นการกล่าวอ้างทางโภชนาการและสุขภาพ และกรณีเป็นอาหารสำหรับทารกต้องมีข้อมูล ดังต่อไปนี้

(๑) ข้อมูลค่าใช้จายและปริมาณในการใช้อาหารสำหรับทารกในภาพรวม

(๒) ข้อควรระวังจากการเตรียมหรือการใช้อาหารสำหรับทารก

หลักเกณฑ์ วิธีการ เงื่อนไข และรายละเอียดในการจัดทำข้อมูลตามวรรคหนึ่ง ให้เป็นไปตามที่รัฐมนตรีประกาศกำหนดโดยคำแนะนำของคณะกรรมการ

ช่องทางในการให้ข้อมูลตามวรรคหนึ่ง ให้เป็นไปตามที่รัฐมนตรีประกาศกำหนดโดยคำแนะนำของคณะกรรมการ

^๕ มาตรา ๑๘ ในการส่งเสริมการตลาดอาหารสำหรับทารกและอาหารสำหรับเด็กเล็ก ห้ามผู้ผลิต ผู้นำเข้า หรือผู้จำหน่ายอาหารสำหรับทารกหรืออาหารสำหรับเด็กเล็ก หรือตัวแทน ดำเนินการ ดังต่อไปนี้

(๑) แจกหรือให้คุปองหรือสิทธิที่จะได้รับส่วนลด ข่ายพวง แลกเปลี่ยนหรือให้ของรางวัลของขวัญหรือสิ่งอื่นใด

(๒) แจกอาหารสำหรับทารกหรืออาหารสำหรับเด็กเล็ก หรือตัวอย่างอาหารสำหรับทารกหรืออาหารสำหรับเด็กเล็ก ไม่ว่าโดยทางตรงหรือทางอ้อม

(๓) ให้อาหารสำหรับทารกหรืออาหารสำหรับเด็กเล็ก สิ่งของ หรือสิ่งอื่นใดแก่หญิงตั้งครรภ์หญิงที่มีบุตรซึ่งเป็นทารกหรือเด็กเล็ก หรือบุคคลในครอบครัวที่มีทารกหรือเด็กเล็ก

(๔) ติดต่อหญิงตั้งครรภ์หรือหญิงที่มีบุตรซึ่งเป็นทารกหรือเด็กเล็ก หรือบุคคลในครอบครัวที่มีทารกหรือเด็กเล็กไม่ว่าโดยทางตรงหรือทางอ้อม เพื่อส่งเสริม สนับสนุน หรือแนะนำให้ใช้อาหารสำหรับทารกหรืออาหารสำหรับเด็กเล็ก หรือเพื่อสื่อให้เกิดความเชื่อมโยงกับอาหารสำหรับทารกหรืออาหารสำหรับเด็กเล็ก

มาตรา ๒๕ ห้ามผู้ใดโฆษณาอาหารเสริมสำหรับทารก

มาตรา ๒๖^๖ ห้ามผู้ผลิต ผู้นำเข้า หรือผู้จำหน่ายอาหารเสริมสำหรับทารก หรือตัวแทน ทำการส่งเสริมการตลาดอาหารเสริมสำหรับทารกแก่บุคคลใด ๆ ในสถานพยาบาลตามกฎหมายว่าด้วยสถานพยาบาล หรือสถานพยาบาลซึ่งดำเนินการโดยกระทรวง ทบวง กรม องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น รัฐวิสาหกิจ สถาบันการศึกษาของรัฐ หน่วยงานอื่นของรัฐ หรือสภากาชาดไทย ในลักษณะดังต่อไปนี้

(๑) แจกหรือให้คุปองหรือสิทธิที่จะได้รับส่วนลด ข่ายพ่วง แลกเปลี่ยนหรือให้ของรางวัลของขวัญหรือสิ่งอื่นใด

(๒) แจกหรือให้อาหารเสริมสำหรับทารก หรือตัวอย่างอาหารเสริมสำหรับทารก สิ่งของ หรือสิ่งอื่นใด ไม่ว่าโดยทางตรงหรือทางอ้อม

(๒) ความเห็นในประเด็นข้อหาหรือ

ข้อหาหรือ ๑ : อาหารสำหรับทารกหรืออาหารเสริมสำหรับทารก สามารถขายผ่านช่องทางออนไลน์ได้หรือไม่ หากบริษัทฯ ดำเนินการขายอาหารสำหรับทารกและอาหารเสริมสำหรับทารกในเว็บไซต์ของบริษัทฯ โดยการลงภาพ รายละเอียดข้อมูลสินค้าและราคา เช่นนี้จะถือว่า

๑.๑ เป็นการโฆษณาตามพระราชบัญญัติควบคุมการส่งเสริมการตลาดอาหารสำหรับทารกและเด็กเล็ก พ.ศ. ๒๕๖๐ หรือไม่

๑.๒ หากเป็นการโฆษณา บริษัทฯ สามารถขายอาหารสำหรับทารกหรืออาหารเสริมทารกในเว็บไซต์ของบริษัทฯ โดยแสดงรายละเอียดการขายสินค้าได้มากน้อยเพียงใด เพื่อมิให้เป็นการเข้าข่ายการโฆษณาตามพระราชบัญญัตินี้ เนื่องจากพระราชบัญญัตินี้มิได้ห้ามการขายอาหารสำหรับทารกหรืออาหารเสริมสำหรับทารก

ความเห็น : การจำหน่ายอาหารสำหรับทารก อาหารสำหรับเด็กเล็ก หรืออาหารเสริมสำหรับทารก โดยผ่านช่องทางออนไลน์บนเว็บไซต์ สามารถดำเนินการได้ โดยการจำหน่ายทางออนไลน์ ถือเป็น การจำหน่ายช่องทางหนึ่ง สามารถกระทำได้โดยไม่ถูกควบคุมภายใต้พระราชบัญญัติควบคุมการส่งเสริมการตลาดอาหารสำหรับทารกและเด็กเล็ก พ.ศ. ๒๕๖๐ หากการจำหน่ายนั้นไม่มีการโฆษณา หรือส่งเสริมการตลาด หรือให้ข้อมูลที่ละเมิดกฎหมาย

จากข้อเท็จจริงข้างต้นหากบริษัทฯ ดำเนินการจำหน่ายอาหารสำหรับทารกและอาหารเสริมสำหรับทารกผ่านช่องทางออนไลน์บนเว็บไซต์ โดยการลงภาพ รายละเอียดข้อมูลและราคาของสินค้า สามารถดำเนินการได้และจะไม่ถือเป็นการโฆษณาตามพระราชบัญญัติควบคุมการส่งเสริมการตลาดอาหารสำหรับทารกและเด็กเล็ก พ.ศ. ๒๕๖๐ โดยบริษัทฯ ต้องดำเนินการ ดังนี้

๑. ในการแสดงข้อมูลของสินค้า ต้องแสดงเฉพาะรูปสินค้า/ผลิตภัณฑ์ ชื่อยี่ห้อ สูตร ปริมาณ และราคาของสินค้า/ผลิตภัณฑ์ โดยแสดงให้ปรากฏเป็นข้อมูลในช่องทางจำหน่าย ถือว่าเป็นการให้ข้อมูลสินค้าที่ไม่ละเมิดมาตรา ๑๔ และมาตรา ๑๖

^๖ มาตรา ๒๖ ในการส่งเสริมการตลาดอาหารเสริมสำหรับทารก ห้ามผู้ผลิต ผู้นำเข้า หรือผู้จำหน่ายอาหารเสริมสำหรับทารก หรือตัวแทน ทำการส่งเสริมการตลาดอาหารเสริมสำหรับทารกแก่บุคคลใด ๆ ในสถานพยาบาลตามกฎหมายว่าด้วยสถานพยาบาล หรือสถานพยาบาลซึ่งดำเนินการโดยกระทรวง ทบวง กรม องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น รัฐวิสาหกิจ สถาบันการศึกษาของรัฐ หน่วยงานอื่นของรัฐ หรือสภากาชาดไทย ในลักษณะ ดังต่อไปนี้

(๑) แจกหรือให้คุปองหรือสิทธิที่จะได้รับส่วนลด ข่ายพ่วง แลกเปลี่ยนหรือให้ของรางวัลของขวัญหรือสิ่งอื่นใด

(๒) แจกหรือให้อาหารเสริมสำหรับทารก หรือตัวอย่างอาหารเสริมสำหรับทารก สิ่งของ หรือสิ่งอื่นใด ไม่ว่าโดยทางตรงหรือทางอ้อม

๒. หากบริษัทจะมีการให้ข้อมูลอาหารสำหรับทารกนอกเหนือจากที่กล่าวมาข้างต้น จะต้องเป็นการให้ข้อมูลตามมาตรา ๑๖ และประกาศกระทรวงสาธารณสุข เรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการ เงื่อนไข รายละเอียดการจัดทำข้อมูลและช่องทางในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับอาหารสำหรับทารก พ.ศ. ๒๕๖๑

๓. การจำหน่ายอาหารสำหรับทารกและเด็กเล็กช่องทางออนไลน์มีข้อควรระวังเพิ่มเติม ดังนี้

- ห้ามแสดงตัวเลขหรือเปอร์เซ็นต์ในการลดราคาสินค้าให้ผู้ซื้อทราบ ว่าทำการลดราคากี่บาท หรือกี่เปอร์เซ็นต์จากราคาปกติ

- ห้ามมีกิจกรรมใด ๆ ที่ให้สิทธิที่จะได้รับส่วนลด ขยายพวง แลกเปลี่ยนหรือให้ของรางวัลของขวัญอื่นใด หรือส่งเสริมการตลาดร่วมกับอาหารอื่น

- ห้ามมีข้อความแสดงว่า ให้อาหารตัวอย่างสำหรับทารกหรืออาหารสำหรับเด็กเล็กไม่ว่าทางตรงหรือทางอ้อม

- ห้ามมีข้อความใด ๆ ที่สนับสนุนหรือส่งเสริมการตลาดให้มีการใช้อาหารสำหรับทารก อาหารสำหรับเด็กเล็ก หรืออาหารเสริมสำหรับทารก

ข้อหารือ ๒ : อาหารสำหรับเด็กเล็กหรืออาหารเสริมสำหรับเด็กเล็ก สามารถทำการส่งเสริมการขายได้หรือไม่ และการขายสินค้าสองชิ้นในราคาเฉลี่ยที่ถูกกว่าซื้อชิ้นเดียว โดยไม่แสดงเครื่องหมายใด ๆ ว่าราคาเฉลี่ยถูกลง ถือเป็นการส่งเสริมการขายหรือไม่

๒.๑ คำว่า “ขยายพวง” รวมถึงการขายสินค้าสองชิ้นในราคาเฉลี่ยที่ถูกกว่าซื้อชิ้นเดียวหรือไม่

๒.๒ หากไม่เป็นการขยายพวง การขายสินค้าสองชิ้นในราคาเฉลี่ยที่ถูกกว่าซื้อชิ้นเดียวโดยไม่แสดงการลดราคา ไม่แสดงราคาสินค้าเดิม ไม่มีการขีดฆ่าราคาเดิมออก หรือแสดงเครื่องหมายใด ๆ ว่าราคาเฉลี่ยถูกลง เช่น สินค้าราคาชิ้นละ ๑๐ บาท หากซื้อสองชิ้นจะสามารถซื้อได้ในราคา ๑๕ บาท ทั้งนี้บริษัทฯ เพียงแสดงราคา ๑๕ บาท โดยไม่มีการขีดฆ่าว่าปกติราคา ๒๐ บาท ถือเป็นการส่งเสริมการขายหรือไม่

ความเห็น : การส่งเสริมการตลาดตามพระราชบัญญัติควบคุมการส่งเสริมการตลาดอาหารสำหรับทารกและเด็กเล็ก พ.ศ. ๒๕๖๐ นี้ หมายถึง การกระทำด้วยวิธีการใด ๆ ที่มีมุ่งหมายเพื่อการจำหน่ายหรือการสนับสนุนหรือส่งเสริมให้มีการใช้อาหารสำหรับทารก อาหารสำหรับเด็กเล็ก หรืออาหารเสริมสำหรับทารก เพื่อประโยชน์ทางการค้า โดยผู้ผลิต ผู้นำเข้า ผู้จำหน่ายอาหารสำหรับทารกหรืออาหารสำหรับเด็กเล็ก หรือตัวแทน สามารถทำการส่งเสริมการตลาดอาหารสำหรับทารก อาหารสำหรับเด็กเล็ก หรืออาหารเสริมสำหรับทารกได้ โดยไม่กระทำการใด ๆ ที่ขัดต่อพระราชบัญญัตินี้

การขยายพวง เป็นการขายที่มีลักษณะเป็นการบังคับให้ผู้ซื้อต้องซื้อตามแบบที่จัดไว้ให้เท่านั้น โดยกำหนดให้ผู้ซื้อที่ต้องการซื้อสินค้าชนิดหนึ่ง ต้องซื้อสินค้าอีกชนิดหนึ่งไปด้วยโดยไม่มีทางเลือก (สำนักงานคณะกรรมการแข่งขันทางการค้า กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์ , มกราคม ๒๕๕๒) ซึ่งในการขยายพวงนั้น สินค้าที่นำมาขายพวงกับสินค้าหลักจะต้องเป็นสินค้าที่มีราคา กล่าวคือ หากสินค้าที่นำมาขายพวงกับสินค้าหลักนั้นเป็นสินค้าที่ไม่มีราคาจะเข้าข่ายเป็นการแถมสินค้า จากข้อเท็จจริงข้างต้น บริษัทฯ ทำการจำหน่ายสินค้าสองชิ้นในราคาเฉลี่ยที่ถูกกว่าซื้อชิ้นเดียว โดยไม่มีการแสดงราคาสินค้าเดิม ไม่มีการขีดฆ่าราคาเดิมออก หรือไม่แสดงเครื่องหมายใด ๆ ที่สื่อให้ทราบว่าสินค้ามีราคาเฉลี่ยถูกลง จะไม่เข้าข่ายเป็นการขยายพวง ตามพระราชบัญญัติควบคุมการส่งเสริมการตลาดอาหารสำหรับทารกและเด็กเล็ก พ.ศ. ๒๕๖๐

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม :

๑. ในการส่งเสริมการตลาดอาหารเสริมสำหรับทารก บริษัทฯ สามารถกระทำการได้ ยกเว้นการส่งเสริมการตลาดอาหารเสริมสำหรับทารกให้แก่บุคคลใด ๆ ในหน่วยบริการสาธารณสุขตามมาตรา ๒๗ แห่งพระราชบัญญัติควบคุมการส่งเสริมการตลาดอาหารสำหรับทารกและเด็กเล็ก พ.ศ. ๒๕๖๐

๒. อาหารเสริมสำหรับเด็กเล็ก ไม่ถูกควบคุมภายใต้พระราชบัญญัติควบคุมการส่งเสริมการตลาดอาหารสำหรับทารกและเด็กเล็ก พ.ศ. ๒๕๖๐

๓. อาหารสำหรับเด็กเล็ก หมายความว่า นมหรือผลิตภัณฑ์อื่นที่ใช้เป็นอาหาร ทั้งนี้ ที่มีข้อความแสดงให้เห็นว่าใช้ในการเลี้ยงเด็กเล็ก และเฉพาะตามที่รัฐมนตรีประกาศกำหนดโดยคำแนะนำของคณะกรรมการ ซึ่งในปัจจุบันรัฐมนตรีว่าการกระทรวงสาธารณสุขยังไม่ได้ประกาศกำหนดดังกล่าวเป็นการเฉพาะ จึงทำให้ยังไม่มีผลใช้บังคับในกรณีอาหารสำหรับเด็กเล็กตามพระราชบัญญัตินี้

๓๕๔ ๖๖๑

(นายดนัย จีวันดา)

รองอธิบดีกรมอนามัย ปฏิบัติราชการแทน

อธิบดีกรมอนามัย

กรมอนามัย

ศูนย์บริหารกฎหมายสาธารณสุข

๒๓ เมษายน ๒๕๖๒