

สำเนาฉบับ

เรื่องเสร็จที่ ๑ /๒๕๖๒^๑

บันทึกการตอบข้อหารือกรมอนามัย
เรื่อง การโฆษณาและการให้ข้อมูลตามพระราชบัญญัติควบคุมการส่งเสริมการตลาดอาหาร
สำหรับทารกและเด็กเล็ก พ.ศ. ๒๕๖๐

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ได้มีหนังสือ.

ถึงกรมอนามัย เพื่อขอหารือในประเด็นกฎหมายเกี่ยวกับพระราชบัญญัติควบคุม
การส่งเสริมการตลาดอาหารสำหรับทารกและเด็กเล็ก พ.ศ. ๒๕๖๐ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

พระราชบัญญัติควบคุมการส่งเสริมการตลาดอาหารสำหรับทารกและเด็กเล็ก พ.ศ. ๒๕๖๐
ได้กำหนดการควบคุมการส่งเสริมการตลาดอาหารสำหรับทารกและเด็กเล็ก รวมทั้งอาหารเสริมสำหรับทารก
ไว้ในหมวด ๒ การควบคุมการส่งเสริมการตลาด และมีผลใช้บังคับเมื่อวันที่ ๘ กันยายน ๒๕๖๐ แล้วนั้น
สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาในฐานะเป็นหน่วยงานที่มีหน้าที่ควบคุมและกำกับดูแลความปลอดภัย
คุณภาพมาตรฐานของอาหาร รวมไปถึงการโฆษณาอาหาร จะต้องพิจารณาดำเนินการในส่วนที่เกี่ยวข้องให้
สอดคล้องตามพระราชบัญญัตินี้ดังกล่าวด้วย ดังนั้น สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาจึงขอหารือใน
รายละเอียดของมาตรา ๑๖ และ มาตรา ๑๗ ดังนี้

๑. “การโฆษณา” มีความเหมือนหรือแตกต่างจาก “การให้ข้อมูล” อย่างไร ทั้งนี้
พระราชบัญญัตินี้กำหนดให้นิยามไว้เพียงคำว่า “โฆษณา” แต่ไม่ได้ให้คำจำกัดความของคำว่า “การให้ข้อมูล” ไว้
 (“โฆษณา” หมายความว่า การกระทำไม่ว่าโดยวิธีใด ๆ ให้ประชาชนเห็น หรือทราบข้อความ ทั้งนี้ เพื่อ
ประโยชน์ทางการค้า)

๒. “การโฆษณา” ถือว่าเป็น “การให้ข้อมูล” หรือไม่ ประการใด เนื่องจากหากถือว่าการ
โฆษณาเป็นการให้ข้อมูลแล้ว การดำเนินการเกี่ยวกับการพิจารณาอนุญาตโฆษณาของสำนักงาน
คณะกรรมการอาหารและยาจำเป็นต้องชะลอไว้ก่อน จนกว่าหลักเกณฑ์ วิธีการ เงื่อนไข และรายละเอียดใน
การจัดทำข้อมูลสำหรับการให้ข้อมูล และช่องทางการให้ข้อมูล ที่รัฐมนตรีประกาศกำหนดโดยคำแนะนำของ
คณะกรรมการควบคุมการส่งเสริมการตลาดอาหารสำหรับทารกและเด็กเล็กจะมีผลบังคับใช้

๓. การให้ข้อมูลแก่บุคลากรด้านสาธารณสุขนั้น ถือว่าเป็นการโฆษณาหรือไม่ ประการใด
และหากถือว่าเป็นการโฆษณาแล้ว สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาจำเป็นต้องชะลอการดำเนินการ
พิจารณาอนุญาตไว้ก่อน จนกว่าหลักฐานทางวิทยาศาสตร์สำหรับการให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์แก่บุคลากร
ด้านสาธารณสุขที่รัฐมนตรีประกาศกำหนดโดยคำแนะนำของคณะกรรมการควบคุมการส่งเสริมการตลาด
อาหารสำหรับทารกและเด็กเล็กจะมีผลบังคับใช้

๑. ข้อกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

กรมอนามัย ได้พิจารณาข้อหารือดังกล่าวแล้วเห็นว่าพระราชบัญญัติควบคุมการส่งเสริม
การตลาดอาหารสำหรับทารกและเด็กเล็ก พ.ศ. ๒๕๖๐ ได้กำหนดคำนิยาม ไว้ดังนี้

^๑ ส่งพร้อมหนังสือ ที่ สธ ๐๔๔๕.๐๔/๙๗๙๔ ลงวันที่ ๒๔ ตุลาคม ๒๕๖๑ ซึ่งกรมอนามัยมีถึง
เลขที่การคณะกรรมการอาหารและยา

“โฆษณา” หมายความว่า การกระทำไม่ว่าโดยวิธีใด ๆ ให้ประชาชนเห็นหรือทราบข้อความ
ทั้งนี้ เพื่อประโยชน์ทางการค้า

“ข้อความ” หมายความว่า การกระทำให้ปรากฏด้วยตัวอักษร รูป รอยประดิษฐ์ ภาพ
ภาพยนตร์ แสง เสียง เครื่องหมาย หรือการกระทำอย่างใด ๆ ที่ทำให้บุคคลทั่วไปสามารถเข้าใจความหมายได้

“บุคลากรด้านสาธารณสุข” หมายความว่า บุคลากรทุกสาขาอาชีพที่ปฏิบัติงานในหน่วย
บริการสาธารณสุข และให้หมายความรวมถึงอาสาสมัครที่ปฏิบัติงานเกี่ยวกับการบริการสาธารณสุขด้วย

มาตรา ๑๔ ห้ามผู้ใดโฆษณาอาหารสำหรับทารก

ห้ามผู้ใดโฆษณาอาหารสำหรับเด็กเล็กโดยใช้ข้อความเกี่ยวกับทารกหรือเด็กเล็กในสื่อ
โฆษณาที่มีลักษณะเชื่อมโยงหรือทำให้เข้าใจได้ว่าเป็นอาหารสำหรับทารกหรือเหมาะสมสำหรับใช้เลี้ยงทารก

มาตรา ๑๖ ภายใต้บังคับมาตรา ๑๔ การให้ข้อมูลเกี่ยวกับอาหารสำหรับทารกหรืออาหาร
สำหรับเด็กเล็กของผู้ผลิต ผู้นำเข้า หรือผู้จำหน่ายอาหารสำหรับทารกหรืออาหารสำหรับเด็กเล็กหรือตัวแทน
ต้องมีข้อความเช่นเดียวกับข้อความตามที่ปรากฏในฉลากอาหารสำหรับทารกหรืออาหารสำหรับเด็กเล็กที่
ได้รับอนุญาตตามกฎหมายว่าด้วยอาหาร โดยไม่ปรากฏข้อความที่เป็นการกล่าวอ้างทางโภชนาการและ
สุขภาพ และกรณีเป็นอาหารสำหรับทารกต้องมีข้อมูล ดังต่อไปนี้

(๑) ข้อมูลค่าใช้จ่ายและปริมาณในการใช้อาหารสำหรับทารกในภาพรวม

(๒) ข้อควรระวังจากการเตรียมหรือการใช้อาหารสำหรับทารก

หลักเกณฑ์ วิธีการ เงื่อนไข และรายละเอียดในการจัดทำข้อมูลตามวรรคหนึ่ง ให้เป็นไป
ตามที่รัฐมนตรีประกาศกำหนดโดยคำแนะนำของคณะกรรมการ

ช่องทางในการให้ข้อมูลตามวรรคหนึ่ง ให้เป็นไปตามที่รัฐมนตรีประกาศกำหนดโดย
คำแนะนำของคณะกรรมการ

มาตรา ๑๗ การให้ข้อมูลเกี่ยวกับอาหารสำหรับทารกหรืออาหารสำหรับเด็กเล็กของ
ผู้ผลิต ผู้นำเข้า หรือผู้จำหน่ายอาหารสำหรับทารกหรืออาหารสำหรับเด็กเล็ก หรือตัวแทน แก่บุคลากรด้าน
สาธารณสุขต้องมีหลักฐานทางวิทยาศาสตร์รองรับ ทั้งนี้ หลักฐานทางวิทยาศาสตร์ ให้เป็นไปตามที่รัฐมนตรี
ประกาศกำหนดโดยคำแนะนำของคณะกรรมการ

- ประกาศกระทรวงสาธารณสุข เรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการ เงื่อนไข รายละเอียดการจัดทำ
ข้อมูลและช่องทางในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับอาหารสำหรับทารก พ.ศ. ๒๕๖๑

- ประกาศกระทรวงสาธารณสุข เรื่อง หลักฐานทางวิทยาศาสตร์ที่ใช้ประกอบการให้ข้อมูล
เกี่ยวกับอาหารสำหรับทารกหรืออาหารสำหรับเด็กเล็ก หรืออาหารเสริมสำหรับทารก แก่บุคลากรด้านสาธารณสุข
พ.ศ. ๒๕๖๑

๒. ความเห็นในประเด็นข้อหารือ

ข้อหารือประเด็นที่ ๑ “การโฆษณา” มีความเหมือนหรือแตกต่างจาก “การให้ข้อมูล”
อย่างไร ทั้งนี้ พระราชบัญญัติดังกล่าวนิยามไว้เพียงคำว่า “โฆษณา” แต่ไม่ได้ให้คำจำกัดความของคำว่า “การ
ให้ข้อมูล” ไว้ (“โฆษณา” หมายความว่า การกระทำไม่ว่าโดยวิธีใด ๆ ให้ประชาชนเห็น หรือทราบข้อความ
ทั้งนี้ เพื่อประโยชน์ทางการค้า)

ความเห็น “การโฆษณา” หมายความว่า การกระทำไม่ว่าโดยวิธีใด ๆ ให้ประชาชนเห็นหรือ
ทราบข้อความ เช่น ตัวอักษร รูปภาพ แสง เสียง เครื่องหมาย หรือการกระทำใด ๆ ที่ทำให้บุคคลทั่วไปสามารถ
เข้าใจความหมายได้ ทั้งนี้ เพื่อประโยชน์ทางการค้า กล่าวคือ การโฆษณาเป็นการเผยแพร่ข้อความที่ต้องการสื่อให้
ทราบถึงข้อมูลของผลิตภัณฑ์ออกไปยังสาธารณชน เช่น การประกาศ การนำผลิตภัณฑ์เผยแพร่ในสื่อมวลชนหรือ
สื่อสิ่งพิมพ์ ไม่ว่าจะเป็นทางช่องทาง National media เช่น สื่อมวลชน, โทรทัศน์, วิทยุ, หนังสือพิมพ์, นิตยสาร,

สื่อออนไลน์ เป็นต้น หรือ Local media เช่น เคเบิลท้องถิ่น, วิทยุชุมชน, พนักงานแนะนำสินค้า, ป้ายติดโฆษณา ตามรถบริการสาธารณะ เป็นต้น (พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. ๒๕๕๔) ส่วน “การให้ข้อมูล” เป็นการกระทำไม่ว่าโดยวิธีใด ๆ ให้ประชาชนเห็นหรือทราบข้อความ ทั้งนี้ไม่ว่าจะเป็นการมุ่งเน้นประโยชน์ทางการค้าหรือไม่มุ่งเน้นประโยชน์ทางการค้าก็ตาม โดยหลักการการให้ข้อมูลเกี่ยวกับอาหารสำหรับทารกหรืออาหารสำหรับเด็กเล็กสามารถพิจารณาได้ ๒ ประเด็น ดังนี้ ๑) การให้ข้อมูลเกี่ยวกับอาหารสำหรับทารก หากเป็นการกระทำเพื่อมุ่งเน้นประโยชน์ทางการค้า ถือว่าเป็นการโฆษณา ตามมาตรา ๑๔ วรรคหนึ่ง ซึ่งไม่สามารถกระทำได้ไม่ว่าโดยวิธีการใด ๆ และ ๒) การให้ข้อมูลเกี่ยวกับอาหารสำหรับเด็กเล็ก สามารถกระทำได้หากไม่เป็นการโฆษณาอาหารสำหรับเด็กเล็กโดยใช้ข้อความเกี่ยวกับทารกหรือเด็กเล็กในสื่อโฆษณาที่มีลักษณะเชื่อมโยงหรือทำให้เข้าใจได้ว่าเป็นอาหารสำหรับทารกหรือเหมาะสมสำหรับใช้เลี้ยงทารก ตามมาตรา ๑๔ วรรคสอง

ดังนั้น จึงสามารถสรุปได้ว่า การให้ข้อมูลกับการโฆษณามีกิจกรรม การกระทำที่เหมือนหรือคล้ายคลึงกัน โดยการโฆษณาเป็นส่วนหนึ่งของการให้ข้อมูล แต่แตกต่างกันที่เจตนา กล่าวคือ การโฆษณาถือเป็นการให้ข้อมูลที่มีเจตนาเพื่อมุ่งเน้นประโยชน์ทางการค้า

ข้อหาหรือประเด็นที่ ๒ “การโฆษณา” ถือว่าเป็น “การให้ข้อมูล” หรือไม่ ประการใด เนื่องจาก หากถือว่าการโฆษณาเป็นการให้ข้อมูลแล้ว การดำเนินการเกี่ยวกับการพิจารณาอนุญาตโฆษณาของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาจำเป็นต้องชะลอไว้ก่อน จนกว่าหลักเกณฑ์ วิธีการ เงื่อนไข และรายละเอียดในการจัดทำข้อมูลสำหรับการให้ข้อมูล และช่องทางการให้ข้อมูล ที่รัฐมนตรีประกาศกำหนดโดยคำแนะนำของคณะกรรมการควบคุมการส่งเสริมการตลาดอาหารสำหรับทารกและเด็กเล็กจะมีผลบังคับใช้

ความเห็น การโฆษณาถือเป็นการให้ข้อมูลอย่างหนึ่ง แต่เป็นการกระทำไม่ว่าโดยวิธีใด ๆ ให้ประชาชนเห็นหรือทราบข้อความและสามารถเข้าใจความหมายได้ โดยมีเจตนาเพื่อมุ่งเน้นประโยชน์ทางการค้า ซึ่งต้องปฏิบัติให้เป็นไปตามมาตรา ๑๔ ดังนั้น การพิจารณาอนุญาตโฆษณาของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา จะต้องพิจารณาว่าสามารถอนุญาตให้โฆษณาเรื่องใดได้บ้าง เช่น การจัดทำข้อมูล สื่อ หรือเอกสาร ต่างๆ ซึ่งต้องเป็นไปตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข หลักเกณฑ์ว่าด้วยการตลาดอาหารสำหรับทารกและเด็กเล็ก และผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้อง พ.ศ. ๒๕๕๑ และกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้องด้วย ส่วนการให้ข้อมูลควรพิจารณาให้เป็นไปตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข เรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการ เงื่อนไข รายละเอียดการจัดทำข้อมูลและช่องทางในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับอาหารสำหรับทารก พ.ศ. ๒๕๖๑ ซึ่งเป็นการให้ข้อมูลเกี่ยวกับอาหารสำหรับทารกที่ไม่เข้าข่ายเป็นการโฆษณา เช่น การให้ข้อมูลเกี่ยวกับปริมาณการใช้อาหารสำหรับทารก ค่าใช้จ่ายที่ต้องใช้กรณีทารกไม่ได้กินนมแม่ ข้อควรระวังจากการเตรียมหรือการใช้อาหารสำหรับทารก และช่องทางการให้ข้อมูล เป็นต้น

ข้อหาหรือประเด็นที่ ๓ การให้ข้อมูลแก่บุคลากรด้านสาธารณสุขนั้น ถือว่าเป็นการโฆษณาหรือไม่ ประการใด และหากถือว่าเป็นการโฆษณาแล้ว สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาจำเป็นต้องชะลอการดำเนินการพิจารณาอนุญาตไว้ก่อน จนกว่าหลักฐานทางวิทยาศาสตร์สำหรับการให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์แก่บุคลากรด้านสาธารณสุขที่รัฐมนตรีประกาศกำหนดโดยคำแนะนำของคณะกรรมการควบคุมการส่งเสริมการตลาดอาหารสำหรับทารกและเด็กเล็กจะมีผลบังคับใช้

ความเห็น การให้ข้อมูลของผู้ผลิต ผู้นำเข้า หรือผู้จำหน่ายอาหารสำหรับทารกหรืออาหารสำหรับเด็กเล็ก หรือตัวแทน แก่บุคลากรด้านสาธารณสุข หากเป็นไปตามเงื่อนไข หลักเกณฑ์ วิธีการ ตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข เรื่อง หลักฐานทางวิทยาศาสตร์ที่ใช้ประกอบการให้ข้อมูลเกี่ยวกับอาหารสำหรับทารก อาหารสำหรับเด็กเล็ก หรืออาหารเสริมสำหรับทารก แก่บุคลากรด้านสาธารณสุข พ.ศ. ๒๕๖๑ ไม่ถือว่าเป็นการโฆษณา โดยการให้ข้อมูลแก่บุคลากรด้านสาธารณสุขต้องมีหลักฐานทางวิทยาศาสตร์รองรับซึ่งมาจากแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือ เช่น ๑) บทความที่ตีพิมพ์ในวารสารทางวิชาการหรือตำราที่เกี่ยวข้องและเป็นที่ยอมรับ

ในวงการวิชาการระดับนานาชาติ ๒) บทความที่ตีพิมพ์ในฐานข้อมูลอื่นที่มีความน่าเชื่อถือโดยเป็นข้อมูลที่มาจากวารสารวิทยาศาสตร์ซึ่งมีคุณภาพเป็นที่ยอมรับในวงการวิชาการที่มีการประเมินโดยผู้ทรงคุณวุฒิในสาขานั้น ๆ (Peer review journal) หรือ ๓) รายงานหรือแนวปฏิบัติของคณะกรรมการผู้เชี่ยวชาญ (expert committee) ที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น

ทั้งนี้ หากผู้ผลิต ผู้นำเข้า หรือผู้จำหน่ายอาหารสำหรับทารกหรืออาหารสำหรับเด็กเล็ก หรือตัวแทน มีความประสงค์จะทำการโฆษณาเกี่ยวกับอาหารสำหรับเด็กเล็กแก่บุคลากรด้านสาธารณสุข ต้องปฏิบัติให้เป็นไปตามมาตรา ๑๔ และบทบัญญัติแห่งพระราชบัญญัติควบคุมการส่งเสริมการตลาดอาหารสำหรับทารกและเด็กเล็ก พ.ศ. ๒๕๖๐ ด้วย



(นางอัมพร เบญจพลทิพย์)

รองอธิบดีกรมอนามัย ปฏิบัติราชการแทน

อธิบดีกรมอนามัย

กรมอนามัย

ศูนย์บริหารกฎหมายสาธารณสุข

๒๔ ตุลาคม ๒๕๖๑