

ประกาศกระทรวงสาธารณสุข

เรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขเกี่ยวกับการโฆษณาผลิตภัณฑ์สมุนไพร

พ.ศ. ๒๕๖๔

โดยที่เป็นการสมควรกำหนดหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขเกี่ยวกับการโฆษณาผลิตภัณฑ์สมุนไพร เพื่อประโยชน์ต่อสาธารณะและการคุ้มครองผู้บริโภค

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา ๕ วรรคหนึ่ง และมาตรา ๖ (๒๑) แห่งพระราชบัญญัติผลิตภัณฑ์สมุนไพร พ.ศ. ๒๕๖๒ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงสาธารณสุขโดยคำแนะนำของคณะกรรมการผลิตภัณฑ์สมุนไพร ในการประชุมครั้งที่ ๓/๒๕๖๔ เมื่อวันที่ ๗ เมษายน ๒๕๖๔ จึงออกประกาศกำหนดไว้ ดังต่อไปนี้

ข้อ ๑ ประกาศนี้เรียกว่า “ประกาศกระทรวงสาธารณสุข เรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขเกี่ยวกับการโฆษณาผลิตภัณฑ์สมุนไพร พ.ศ. ๒๕๖๔”

ข้อ ๒ ประกาศนี้ให้ใช้บังคับตั้งแต่วันถัดจากวันประกาศในราชกิจจานุเบกษาเป็นต้นไป

ข้อ ๓ การโฆษณาผลิตภัณฑ์สมุนไพรให้โฆษณาได้ ดังต่อไปนี้

(๑) การโฆษณาด้วยข้อความตามที่ได้รับอนุญาตในการขึ้นทะเบียนตำรับ รับแจ้งรายละเอียดหรือรับจดแจ้งผลิตภัณฑ์สมุนไพร

(๒) การโฆษณาข้อมูลเกี่ยวกับราคา

(๓) การโฆษณาเครื่องหมายหรือการรับรองต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกัผลิตภัณฑ์สมุนไพร

(๔) การโฆษณาข้อมูลงานวิจัยที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สมุนไพร

(๕) การโฆษณาอื่นที่จะเป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภค ตามที่เลขาธิการคณะกรรมการอาหารและยาประกาศกำหนด

ข้อ ๔ ห้ามโฆษณาผลิตภัณฑ์สมุนไพรในลักษณะที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค หรืออาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมอันเป็นส่วนรวม ดังต่อไปนี้

(๑) โฆษณาที่รวมอยู่กับการถวายพระพร หรือการกระทำอย่างอื่นที่อ้างอิงเกี่ยวกับพระมหากษัตริย์ พระราชินี รัชทายาท หรือผู้สำเร็จราชการแทนพระองค์

(๒) โฆษณาที่อาจก่อให้เกิดความแตกแยกหรือเสื่อมเสียความสามัคคีในหมู่ประชาชน

(๓) โฆษณาที่เป็นการสนับสนุนโดยตรงหรือโดยอ้อมให้มีการกระทำความผิดกฎหมายหรือขัดต่อศีลธรรมหรือนำไปสู่ความเสื่อมเสียในประเพณีและวัฒนธรรมอันดีของชาติ

(๔) โฆษณาที่อาจก่อให้เกิดพฤติกรรมลอกเลียนแบบที่จะนำมาซึ่งอันตรายหรือความรุนแรง

(๕) โฆษณาที่ก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญของผลิตภัณฑ์สมุนไพร

(๖) โฆษณาที่ก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในราคาของผลิตภัณฑ์สมุนไพร รวมถึงโฆษณาราคาเกินกว่าที่ปรากฏในฉลาก

(๓) โฆษณาโดยไม่สุภาพ หรือแสดงความทุกข์ทรมานของผู้ป่วย

(๘) โฆษณาโดยนำเสนอเนื้อหาว่าได้จัดให้มีการแถมพิกหรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชค ซึ่งมีได้ปฏิบัติตามกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้อง

(๙) โฆษณาข้อมูลงานวิจัยด้านสรรพคุณ หรือข้อความกล่าวอ้างทางสุขภาพของส่วนประกอบผลิตภัณฑ์สมุนไพร หรือผลิตภัณฑ์สมุนไพร ที่ไม่สอดคล้องกับสรรพคุณ หรือข้อความกล่าวอ้างทางสุขภาพที่ได้รับอนุญาตในการขึ้นทะเบียนตำรับ รับประทานละเอียด หรือรับจดแจ้งผลิตภัณฑ์สมุนไพร หรือไม่น่าเชื่อถือ

(๑๐) โฆษณาชักชวนให้ผู้บริโภคใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรอย่างพร่ำเพรื่อ เกินความจำเป็น

(๑๑) โฆษณาสรรพคุณที่ทำให้แท้งลูกหรือช่วยขับระดูอย่างแรง

(๑๒) โฆษณาสรรพคุณที่ช่วยบำรุงกามหรือคุมกำเนิด

(๑๓) โฆษณาคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่สามารถป้องกัน บำบัด บรรเทา รักษา มะเร็ง เบาหวาน โรคเรื้อรัง วัณโรค เอ็ดส์ โรคหรืออาการของโรคทางสมอง หัวใจและหลอดเลือด ปอด ม้าม ตับ ไต ตา และโรคอื่น ๆ ตามที่เลขาธิการคณะกรรมการอาหารและยาประกาศกำหนด

(๑๔) โฆษณาที่เป็นการทับถมหรือเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์สมุนไพรอื่น ยกเว้นการเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์ของผู้รับใบสำคัญการขึ้นทะเบียนตำรับ ผู้รับใบรับจดแจ้ง หรือผู้รับใบรับแจ้งรายละเอียดรายเดียวกัน

(๑๕) โฆษณาผลิตภัณฑ์สมุนไพรใช้เฉพาะสถานพยาบาล

ความใน (๑๑) (๑๒) (๑๓) (๑๔) และ (๑๕) ไม่ใช่บังคับแก่การโฆษณาซึ่งกระทำโดยตรงต่อผู้ประกอบการวิชาชีพเวชกรรม ผู้ประกอบการวิชาชีพทันตกรรม ผู้ประกอบการวิชาชีพเภสัชกรรม ผู้ประกอบการวิชาชีพการแพทย์แผนไทย และผู้ประกอบการวิชาชีพการแพทย์แผนไทยประยุกต์ ทั้งนี้ การโฆษณาซึ่งกระทำโดยตรงต่อผู้ประกอบการวิชาชีพดังกล่าว ต้องได้รับใบอนุญาตตามมาตรา ๗๐

ความใน (๑๑) (๑๒) และ (๑๓) ไม่ใช่บังคับแก่การแสดงข้อความที่อยู่บนฉลากและเอกสารกำกับผลิตภัณฑ์สมุนไพร

ข้อ ๕ การโฆษณาผลิตภัณฑ์สมุนไพร ต้องแสดงข้อความหรือสัญลักษณ์ ดังนี้

(๑) แสดงชื่อผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ถูกต้องอย่างน้อย ๑ ครั้ง หรือ ๑ แห่ง ที่ตรงตามใบสำคัญการขึ้นทะเบียนตำรับผลิตภัณฑ์สมุนไพร ใบรับแจ้งรายละเอียดผลิตภัณฑ์สมุนไพร หรือใบรับจดแจ้งผลิตภัณฑ์สมุนไพร หรือชื่อของวัตถุที่มุ่งหมายสำหรับใช้เป็นส่วนผสมในการผลิตผลิตภัณฑ์สมุนไพร

(๒) แสดงเลขที่ใบอนุญาตโฆษณาในสื่อโฆษณาทุกชนิดที่ได้รับอนุญาตให้ชัดเจน โดยอาจให้แสดงรหัส สัญลักษณ์ทางอิเล็กทรอนิกส์ที่ได้รับอนุญาตจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ร่วมด้วยก็ได้

(๓) แสดงข้อความ ดังต่อไปนี้ “ผู้บริโภคสามารถแจ้งความเสียหายที่เกิดขึ้นจากผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่สายด่วน อย. ๑๕๕๖”

(๔) กรณีมีการแสดงคำเตือนที่ฉลากหรือเอกสารกำกับผลิตภัณฑ์ให้แสดงข้อความ ดังต่อไปนี้
“อ่านคำเตือนในฉลากและเอกสารกำกับผลิตภัณฑ์ก่อนใช้”

การแสดงข้อความตาม (๑) (๒) (๓) และ (๔) ด้วยตัวอักษรต้องสามารถอ่านได้ชัดเจน หรือการแสดงข้อความตาม (๑) (๒) (๓) และ (๔) ด้วยเสียงต้องสามารถรับฟังได้อย่างชัดเจน ความเร็วและความดังของเสียงต้องสม่ำเสมอ

ทั้งนี้ การโฆษณาผ่านทางสิ่งของสำหรับแจกหรือของชำร่วย ให้ยกเว้นการแสดงข้อความตาม (๒) (๓) และ (๔) และการโฆษณาทางสื่อเสียงที่มีระยะเวลาโฆษณาน้อยกว่า ๑๐ วินาที ให้ยกเว้นการแสดงข้อความตาม (๓) และ (๔)

ข้อ ๖ เงื่อนไขในการโฆษณาผลิตภัณฑ์สมุนไพร มีดังต่อไปนี้

(๑) โฆษณาตามที่ได้รับอนุญาต

(๒) การโฆษณาผ่านอินเทอร์เน็ต สื่อสังคม (Social Media) หรือสื่ออื่นใดของผู้ได้รับอนุญาตโฆษณา หากมีบุคคลได้แสดงความคิดเห็นต่อสื่อโฆษณา โดยใช้ข้อความในลักษณะซึ่งขัดต่อกฎหมายว่าด้วยผลิตภัณฑ์สมุนไพร ให้ผู้ได้รับอนุญาตโฆษณามีหน้าที่ควบคุม และเฝ้าระวังการแสดงความคิดเห็นเหล่านั้นมิให้เผยแพร่ต่อไป

(๓) หากใบสำคัญการขึ้นทะเบียนตำรับผลิตภัณฑ์สมุนไพร ใบรับแจ้งรายละเอียด หรือใบรับจดทะเบียนของผลิตภัณฑ์สมุนไพรนั้นถูกยกเลิกหรือเพิกถอน หรือมีคำสั่งจากผู้อนุญาตให้เพิกถอนใบอนุญาตโฆษณา ให้ผู้ได้รับอนุญาตโฆษณางดเว้น หรือยุติการเผยแพร่โฆษณาผลิตภัณฑ์สมุนไพรดังกล่าวผ่านสื่อโฆษณาทั้งหมด

(๔) การโฆษณาเครื่องหมายหรือการรับรองต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์สมุนไพร ต้องมีหลักฐานแสดงว่าได้รับการรับรองจริง โดยหลักฐานจะต้องได้รับความเห็นชอบจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

ประกาศ ณ วันที่ ๑๙ กรกฎาคม พ.ศ. ๒๕๖๔

อนุทิน ชาญวีรกูล

รัฐมนตรีว่าการกระทรวงสาธารณสุข