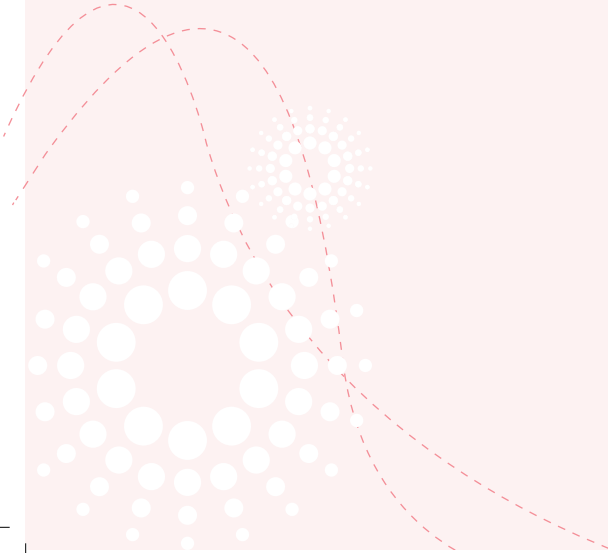




# คู่มือ

## การโฆษณาเครื่องสำอาง



สำนักควบคุมเครื่องสำอางและวัตถุอันตราย  
สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา  
กระทรวงสาธารณสุข

# คู่มือการโฆษณาเครื่องสำอาง

## คณะที่ปรึกษา

นายแพทย์บุญชัย สมบูรณ์สุข

เลขาธิการคณะกรรมการอาหารและยา

นายแพทย์ไพศาล ต้นคุ้ม

รองเลขาธิการคณะกรรมการอาหารและยา

เภสัชกรหญิงสุมาลี พรกิจประสาน

ผู้อำนวยการสำนักควบคุมเครื่องสำอางและวัตถุอันตราย

เภสัชกรหญิงคุณภร ตั้งจุฑาชัย

(รักษาการ) ผู้เชี่ยวชาญด้านความปลอดภัยของเครื่องสำอางและวัตถุอันตราย

## คณะผู้จัดทำ

ภญ.อนัญญา มณีภาค

เภสัชกรชำนาญการพิเศษ

ภญ.กุลชนา ศรวณีย์

เภสัชกรชำนาญการ

ภญ.น้ำหนึ่ง ศรีประเสริฐยิ่ง

เภสัชกรชำนาญการ

กลุ่มกำกับดูแลเครื่องสำอางหลังออกสู่ตลาด

สำนักควบคุมเครื่องสำอางและวัตถุอันตราย

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

## พิมพ์ที่

สำนักพิมพ์อักษรกราฟฟิคแอนด์ดีไซน์

ISBN : ๙๗๘-๙๗๔-๒๔๔-๓๘๓-๒

จำนวนพิมพ์ ๔,๐๘๐ เล่ม

กันยายน ๒๕๕๙

# คำนำ

คู่มือการโฆษณาเครื่องสำอางฉบับนี้ สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาจัดทำขึ้นเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่เจ้าหน้าที่และผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้อ้างอิงในการตรวจสอบและจัดทำโฆษณาเครื่องสำอางทางสื่อต่างๆ เนื่องจากพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. ๒๕๕๘ มิได้กำหนดให้ผู้ทำการโฆษณาต้องขออนุญาตจากหน่วยงานภาครัฐก่อนการโฆษณา แต่ให้ภาครัฐทำหน้าที่ในลักษณะการกำกับดูแลและดำเนินการทางกฎหมายเมื่อพบการโฆษณาที่ฝ่าฝืนกฎหมาย โดยคู่มือฉบับนี้เป็นการรวบรวมข้อมูลจากพระราชบัญญัติ กฎกระทรวงและประกาศต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งบทบัญญัติตามที่กำหนดไว้ใน ASEAN Cosmetic Directive พร้อมตัวอย่างข้อความโฆษณาเครื่องสำอางที่ตรวจพบจากสื่อต่างๆ ที่ผ่านการพิจารณาแล้วว่า เป็นข้อความที่ฝ่าฝืนกฎหมาย

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาหวังว่า คู่มือฉบับนี้จะสามารถใช้เป็นแนวทางให้เจ้าหน้าที่ใช้เป็นหลักเกณฑ์ในการพิจารณาการโฆษณาเครื่องสำอาง และเป็นแนวทางให้แก่ผู้ประกอบการและผู้ที่เกี่ยวข้องในการจัดทำโฆษณาเครื่องสำอางได้ถูกต้อง

กันยายน ๒๕๕๙

# สารบัญ

	หน้า
คำนำ	
กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณาเครื่องสำอาง	๕
พระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. ๒๕๕๘	๕
หมวด ๖ การโฆษณา	๕
หมวด ๙ บทกำหนดโทษ	๗
ระเบียบคณะกรรมการเครื่องสำอาง ว่าด้วยหลักเกณฑ์การเปรียบเทียบ	๗
ตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. ๒๕๕๘ พ.ศ. ๒๕๕๙	
แนวทางการตรวจสอบโฆษณาเครื่องสำอาง	๘
ตัวอย่างลักษณะการโฆษณาที่ฝ่าฝืนกฎหมาย	๑๒
ตัวอย่างข้อความการโฆษณาที่ฝ่าฝืนกฎหมาย	๑๓
ภาคผนวก	
๑. กลุ่มเครื่องสำอางบำรุงผิวที่มีสารไวท์เทนนิ่ง (Whitening products)	๑๘
๒. กลุ่มเครื่องสำอางลดริ้วรอย (Anti-aging, Anti-wrinkle)	๑๘
๓. กลุ่มเครื่องสำอางสำหรับสิว (Anti-acne, Anti-comedones)	๑๘
๔. กลุ่มเครื่องสำอางกระชับผิว (Contour cream, Anti-cellulite, Firming product)	๑๙
๕. กลุ่มเครื่องสำอางขัดผิว (Skin exfoliation)	๑๙
๖. กลุ่มเครื่องสำอางป้องกันแสงแดด/ผสมสารป้องกันแสงแดด (Sunscreen/ Sunscreen-containing products)	๒๐
๗. กลุ่มเครื่องสำอางทำความสะอาดผสมสารแอนตี้แบคทีเรีย (Antibacterial in cleansing products)	๒๑
๘. กลุ่มเครื่องสำอางขจัดรังแค (Anti-dandruff)	๒๑
๙. กลุ่มเครื่องสำอางบำรุงเส้นผมและหนังศีรษะ (Anti-hair fall due to breakage hair)	๒๑
๑๐. กลุ่มเครื่องสำอาง ยืด ดัด ย้อมสีผม (Hair perming, strengthening and colorants)	๒๒
๑๑. กลุ่มเครื่องสำอางลดเหงื่อและกลิ่นกาย (Anti-perspirant, deodorant)	๒๒
๑๒. กลุ่มเครื่องสำอางน้ำหอม (Perfumes/Fragrances/Colognes)	๒๓
๑๓. กลุ่มเครื่องสำอางสำหรับเล็บ (Nail products)	๒๓
๑๔. กลุ่มเครื่องสำอางสำหรับช่องปาก (Oral care products)	๒๓
๑๕. กลุ่มเครื่องสำอางฟอกสีฟัน (Teeth bleaching products)	๒๔

# กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณาเครื่องสำอาง

## พระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. ๒๕๕๘

### นิยามที่เกี่ยวข้อง (มาตรา ๔)

“เครื่องสำอาง” หมายความว่า วัตถุที่มุ่งหมายสำหรับใช้ทา ถู นวด โรย ฟัน หยอด ใส่ อบ หรือกระทำด้วยวิธีอื่นใดกับส่วนภายนอกของร่างกายมนุษย์ และให้หมายความรวมถึงการใช้กับฟันและเยื่อในช่องปาก โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อความสะอาด ความสวยงาม หรือเปลี่ยนแปลงลักษณะที่ปรากฏ หรือระงับกลิ่นกาย หรือปกป้องดูแลส่วนต่างๆ นั้น ให้อยู่ในสภาพดี และรวมตลอดทั้งเครื่องประทีนต่างๆ สำหรับผิวด้วย แต่ไม่รวมถึงเครื่องประดับและเครื่องแต่งตัวซึ่งเป็นอุปกรณ์ภายนอกร่างกาย

“ข้อความ” หมายความว่า รวมถึง การกระทำที่ปรากฏด้วยตัวอักษร ภาพ ภาพยนตร์ แสง เสียง เครื่องหมายหรือการกระทำใดๆ ที่ทำให้บุคคลทั่วไปสามารถเข้าใจความหมายได้

“โฆษณา” หมายความว่า การกระทำไม่ว่าโดยวิธีใดๆ ให้ประชาชนเห็น ได้ยิน หรือทราบข้อความเพื่อประโยชน์ในทางการค้า

“สื่อโฆษณา” หมายความว่า สิ่งที่ใช้เป็นสื่อในการโฆษณา เช่น หนังสือพิมพ์ สิ่งพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ โทรศัพท์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ หรือป้าย

### หมวด ๖ การโฆษณา

มาตรา ๔๑ การโฆษณาเครื่องสำอางต้องไม่ใช่ข้อความที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคหรือใช้ข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวม ทั้งนี้ ไม่ว่าข้อมูลดังกล่าวนั้นจะเป็นข้อความที่เกี่ยวกับแหล่งกำเนิด สภาพ คุณภาพ ปริมาณ หรือลักษณะของเครื่องสำอาง

ข้อความดังต่อไปนี้ ถือว่าเป็นข้อความที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคหรือเป็นข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวม

(๑) ข้อความที่เป็นเท็จหรือเกินความจริง

(๒) ข้อความที่จะก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับเครื่องสำอาง ไม่ว่าจะกระทำโดยใช้หรืออ้างอิงรายงานทางวิชาการ สถิติ หรือสิ่งใดสิ่งหนึ่งอันไม่เป็นความจริงหรือเกินความจริงหรือไม่ก็ตาม

(๓) ข้อความที่แสดงสรรพคุณที่เป็นการรักษาโรคหรือที่มีใช้จุดมุ่งหมายเป็นเครื่องสำอาง

(๔) ข้อความที่ทำให้เข้าใจว่ามีสรรพคุณบำรุงงาม

(๕) ข้อความที่เป็นการสนับสนุนโดยตรงหรือโดยอ้อมให้มีการกระทำผิดกฎหมายหรือศีลธรรมหรือนำไปสู่ความเสื่อมเสียในวัฒนธรรมของชาติ

(๖) ข้อความที่จะทำให้เกิดความแตกแยกหรือเสื่อมเสียความสามัคคีในหมู่ประชาชน

(๗) ข้อความอย่างอื่นตามที่กำหนดในกฎกระทรวง

ข้อความที่ใช้ในการโฆษณาที่บุคคลทั่วไปสามารถรู้ได้ว่าเป็นข้อความที่ไม่อาจเป็นความจริงได้โดยแน่แท้ ไม่เป็นข้อความที่ต้องห้ามในการโฆษณาตามวรรคสอง (๑)

**มาตรา ๔๒** การโฆษณาจะต้องไม่กระทำด้วยวิธีการอันอาจเป็นอันตรายต่อสุขภาพร่างกายหรือจิตใจ หรือขัดต่อศีลธรรมอันดีงามของประชาชน หรืออันอาจก่อให้เกิดความเดือดร้อนรำคาญแก่ผู้บริโภค

**มาตรา ๔๓** ในกรณีที่เลขาธิการเห็นว่าเครื่องสำอางใดอาจเป็นอันตรายแก่ผู้บริโภค ให้เลขาธิการ โดยความเห็นชอบของคณะกรรมการมีอำนาจออกคำสั่งให้ผู้จัดแจ้งหรือผู้ทำการโฆษณาดำเนินการ ดังต่อไปนี้

(๑) กำหนดให้การโฆษณานั้นต้องกระทำไปพร้อมกับคำแนะนำหรือคำเตือนเกี่ยวกับวิธีใช้หรืออันตราย ตามเงื่อนไขที่คณะกรรมการกำหนด ทั้งนี้ โดยคณะกรรมการจะกำหนดเงื่อนไขให้แตกต่างกัน สำหรับการโฆษณาที่ใช้สื่อโฆษณาต่างกันได้

(๒) จำกัดการใช้สื่อโฆษณาสำหรับเครื่องสำอางนั้น

(๓) ห้ามการโฆษณาเครื่องสำอางนั้น

ความใน (๒) และ (๓)ให้นำมาใช้บังคับแก่การโฆษณาที่เลขาธิการเห็นว่าขัดต่อศีลธรรม หรือวัฒนธรรม ของชาติด้วย

**มาตรา ๔๔** ในกรณีที่เลขาธิการเห็นว่าการโฆษณาใดฝ่าฝืนมาตรา ๔๑ หรือมาตรา ๔๒ ให้เลขาธิการ โดยความเห็นชอบของคณะกรรมการมีอำนาจออกคำสั่งให้ผู้จัดแจ้งหรือผู้ทำการโฆษณาดำเนินการดังต่อไปนี้

(๑) ให้แก้ไขข้อความหรือวิธีการในการโฆษณา

(๒) ห้ามการใช้ข้อความบางอย่างที่ปรากฏในการโฆษณา

(๓) ห้ามการโฆษณาหรือห้ามใช้วิธีการนั้นในการโฆษณา

(๔) ให้โฆษณาเพื่อแก้ไขความเข้าใจผิดของผู้บริโภคที่อาจเกิดขึ้นตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่ คณะกรรมการกำหนด

ในการออกคำสั่งตาม (๔) ให้เลขาธิการปฏิบัติตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่คณะกรรมการกำหนด โดยคำนึงถึงประโยชน์ของผู้บริโภคประกอบกับความสุจริตในการกระทำของผู้จัดแจ้งหรือผู้ทำการโฆษณา

**มาตรา ๔๕** ในกรณีที่เลขาธิการมีเหตุอันควรสงสัยว่า ข้อความใดที่ใช้ในการโฆษณาเป็นเท็จหรือเกิน ความจริงตามมาตรา ๔๑ วรรคสอง (๑) ให้เลขาธิการมีอำนาจออกคำสั่งให้ผู้จัดแจ้งหรือผู้ทำการโฆษณาพิสูจน์ เพื่อแสดงความจริงได้

ในกรณีที่ผู้จัดแจ้งหรือผู้ทำการโฆษณาอ้างรายงานทางวิชาการ ผลการวิจัย สถิติ การรับรองของสถาบัน หรือบุคคลอื่นใด หรือยืนยันข้อเท็จจริงอันใดอันหนึ่งในการโฆษณา ถ้าผู้จัดแจ้งหรือผู้ทำการโฆษณาไม่สามารถ พิสูจน์ได้ว่าข้อความที่ใช้ในการโฆษณาเป็นความจริงตามที่กล่าวอ้าง ให้เลขาธิการโดยความเห็นชอบของคณะกรรมการมีอำนาจออกคำสั่งตามมาตรา ๔๔ ได้

**มาตรา ๔๖** ผู้จัดแจ้งหรือผู้ทำการโฆษณาเครื่องสำอางซึ่งสงสัยว่าการโฆษณาของตนจะเป็น การฝ่าฝืน หรือไม่เป็นไปตามพระราชบัญญัตินี้ อาจขอให้คณะกรรมการให้ความเห็นในเรื่องนั้นก่อนทำการโฆษณาได้ ทั้งนี้ คณะกรรมการจะต้องให้ความเห็นและแจ้งให้ผู้ขอทราบภายในหกสิบวันนับแต่วันที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาได้รับคำขอ ถ้าไม่แจ้งภายในกำหนดระยะเวลาดังกล่าว ให้ถือว่าคณะกรรมการให้ความเห็นชอบแล้ว

การยื่นคำขอและการให้ความเห็นตามวรรคหนึ่ง ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่รัฐมนตรี ประกาศกำหนด

การให้ความเห็นของคณะกรรมการตามวรรคหนึ่งไม่ถือว่าเป็นการตัดอำนาจของคณะกรรมการที่จะพิจารณาวินิจฉัยใหม่เป็นอย่างอื่นเมื่อมีเหตุอันสมควร

การใดที่ได้กระทำไปตามความเห็นของคณะกรรมการ หรือที่ถือว่าคณะกรรมการให้ความเห็นชอบแล้วตามวรรคหนึ่งและวรรคสาม มิให้ถือว่าการกระทำนั้นเป็นความผิดทางอาญา

## หมวด ๙ บทกำหนดโทษ

**มาตรา ๘๔** ผู้ใดโฆษณาโดยไม่เป็นไปตามมาตรา ๔๑ หรือไม่ปฏิบัติตามมาตรา ๔๒ ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหนึ่งปี หรือปรับไม่เกินหนึ่งแสนบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

**มาตรา ๘๕** ผู้ใดไม่ปฏิบัติตามคำสั่งของเลขาธิการตามมาตรา ๔๓ หรือมาตรา ๔๔ ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหนึ่งปี หรือปรับไม่เกินหนึ่งแสนบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

**มาตรา ๘๘** ถ้าการกระทำความผิดตามมาตรา ๘๔ หรือมาตรา ๘๕ เป็นความผิดต่อเนื่อง ผู้กระทำความผิดต้องระวางโทษปรับวันละไม่เกินหนึ่งหมื่นบาทตลอดระยะเวลาที่ยังฝ่าฝืนหรือยังไม่ปฏิบัติให้ถูกต้อง

### ระเบียบคณะกรรมการเครื่องสำอาง ว่าด้วยหลักเกณฑ์การเปรียบเทียบ ตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. ๒๕๕๘ พ.ศ. ๒๕๕๙

บัญชีกำหนดอัตราค่าปรับ สำหรับการเปรียบเทียบ แบนทำยระเบียบคณะกรรมการเครื่องสำอางว่าด้วยหลักเกณฑ์การเปรียบเทียบ ตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. ๒๕๕๘ พ.ศ. ๒๕๕๙ ตามมติคณะกรรมการเครื่องสำอาง ในการประชุม ครั้งที่ ๒/๒๕๕๘ เมื่อวันที่ ๑๗ ธันวาคม ๒๕๕๘

ลำดับที่	ความผิด (มาตรา)	กำหนดโทษ (มาตรา)	อัตราโทษ	อัตราค่าปรับที่กำหนดให้เปรียบเทียบ			
				ครั้งที่ ๑	ครั้งที่ ๒	ครั้งที่ ๓	ครั้งที่ ๔ และครั้งต่อไป
๔๕	๔๑	๘๔	จำคุกไม่เกิน ๑ ปี หรือปรับไม่เกิน ๑๐๐,๐๐๐ บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ	๓๐,๐๐๐	๖๐,๐๐๐	๑๐๐,๐๐๐	ส่งพนักงานสอบสวนดำเนินคดี
๔๖	๔๒	๘๔	จำคุกไม่เกิน ๑ ปี หรือปรับไม่เกิน ๑๐๐,๐๐๐ บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ	๓๐,๐๐๐	๖๐,๐๐๐	๑๐๐,๐๐๐	ส่งพนักงานสอบสวนดำเนินคดี
๔๗	๔๓	๘๕	จำคุกไม่เกิน ๑ ปี หรือปรับไม่เกิน ๑๐๐,๐๐๐ บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ	๓๐,๐๐๐	๖๐,๐๐๐	๑๐๐,๐๐๐	ส่งพนักงานสอบสวนดำเนินคดี
๔๘	๔๔	๘๕	จำคุกไม่เกิน ๑ ปี หรือปรับไม่เกิน ๑๐๐,๐๐๐ บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ	๓๐,๐๐๐	๖๐,๐๐๐	๑๐๐,๐๐๐	ส่งพนักงานสอบสวนดำเนินคดี

## แนวทางการโฆษณาเครื่องสำอาง

ลำดับ	สาระสำคัญ	ข้อกำหนด
๑.	ชื่อเครื่องสำอาง/ชื่อทางการค้า/ตรา/เครื่องหมายการค้า	ชื่อเครื่องสำอาง/ชื่อทางการค้า/ตรา/เครื่องหมายการค้าต้องตรงตามที่แจ้งรายละเอียดต่อสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาหรือสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดที่สถานประกอบการตั้งอยู่
๒.	รูปภาพ	(๑) ต้องไม่ก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับเครื่องสำอาง (๒) ต้องไม่ขัดกับวัฒนธรรมอันดีงามของไทย
๓.	การกล่าวอ้างชื่อสารว่าเป็นส่วนผสมในเครื่องสำอาง <sup>๑</sup>	(๑) ต้องมีสารดังกล่าวเป็นส่วนผสมในเครื่องสำอางนั้นจริง (ในเบื้องต้นให้ตรวจสอบจากเอกสารสูตร) (๒) หากมีการกล่าวอ้างสรรพคุณของสารด้วยจะต้องเป็นสรรพคุณที่อยู่ในขอบข่ายของความเป็นเครื่องสำอางและต้องมีสารดังกล่าวเป็นส่วนผสมในปริมาณที่เพียงพอแก่การกล่าวอ้างสรรพคุณและจะต้องพิสูจน์ได้ โดยตรวจสอบจากเอกสารหลักฐานตามแนวทางในการแสดงหลักฐาน เพื่อพิสูจน์หรือสนับสนุนข้อความที่ใช้ในการโฆษณาเครื่องสำอาง ดังนี้ (๒.๑) เอกสารทางวิชาการซึ่งเป็นที่ยอมรับโดยทั่วไปและเชื่อถือได้ เช่น ตำรา หรือวารสารทางวิชาการที่ใช้ในการศึกษาและค้นคว้าเกี่ยวกับวิชาเครื่องสำอางทางการแพทย์ หรือทางเภสัชศาสตร์ หรือ (๒.๒) หนังสือรับรองจากหน่วยงานของรัฐหรือสถาบันเอกชนที่เชื่อถือได้ ที่รับผิดชอบในเรื่องที่ผู้ประกอบธุรกิจจะต้องนำพิสูจน์ทั้งของไทยหรือต่างประเทศ หรือ (๒.๓) ผลการทดลองหรือตรวจสอบคุณภาพเครื่องสำอางของทางสถาบันทางราชการทั้งไทย หรือต่างประเทศหรือสถาบันการศึกษาอันมีความเชี่ยวชาญในแขนงวิชาการอันต้องพิสูจน์หรือ (๒.๔) ผลการทดลองหรือตรวจสอบคุณภาพเครื่องสำอางของสถาบันเอกชนทั้งของประเทศไทยหรือต่างประเทศซึ่งสถาบันเหล่านี้จะต้องได้รับการรับรองจากหน่วยงานของรัฐที่รับผิดชอบในเรื่องที่ผู้ประกอบธุรกิจจะต้องนำพิสูจน์
๔.	สรรพคุณ	(๑) ต้องเป็นข้อความที่สื่อความหมายในขอบข่ายของวัตถุประสงค์ในการใช้เพื่อความสะอาด ความสวยงามหรือส่งเสริมให้เกิดความสวยงาม โดยไม่มีผลมุ่งหมายสำหรับให้เกิดผลแก่สุขภาพ โครงสร้างหรือการกระทำหน้าที่ใดๆ ของร่างกายของมนุษย์ ซึ่งเป็นสรรพคุณทางยา อันจะก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับเครื่องสำอาง



ลำดับ	สาระสำคัญ	ข้อกำหนด
		<p>(๒) ต้องแสดงสรรพคุณตรงตามประเภทเครื่องสำอางที่ปรากฏในใบรับแจ้งผลิต/นำเข้าเครื่องสำอาง หรือตรงตามการพิจารณาให้ความเห็นชอบในการใช้ฉลากเครื่องสำอางจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา หรือตรงตามการพิจารณาให้ความเห็นชอบเกี่ยวกับข้อความสำหรับโฆษณาเครื่องสำอางจากคณะกรรมการเครื่องสำอางแล้ว หรือตามกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางในภาคผนวก</p> <p>(๓) ต้องไม่เป็นเท็จหรือเกินความจริง</p>
๕.	การโฆษณาเปรียบเทียบ	ต้องเป็นการโฆษณาที่เป็นจริงและมีหลักฐานพิสูจน์ได้แต่ต้องไม่ทำให้เกิดความแตกแยกหรือเสื่อมเสียความสามัคคีในหมู่ประชาชน
๖.	การโฆษณาที่มีการยืนยันข้อเท็จจริงว่าได้รับรางวัลหรือเครื่องหมายต่างๆ	<p>(๑) ต้องเป็นรางวัลหรือเครื่องหมายที่ได้รับจากหน่วยงานราชการ สมาคมหรือสถาบันที่เกี่ยวกับเครื่องสำอาง ซึ่งข้อความนั้นเป็นจริงและมีหลักฐานพิสูจน์ได้</p> <p>(๒) ต้องแสดงแหล่งประกวด ปีที่ได้รับรางวัลไว้ให้ชัดเจนตรงตามที่ได้รับรางวัลในข้อความโฆษณา</p>
๗.	การโฆษณาโดยอ้างรายงานทางวิชาการ ผลการวิจัย สถิติการรับรองของสถาบันหรือยืนยันข้อเท็จจริงอย่างใดอย่างหนึ่ง	ต้องสามารถพิสูจน์ได้ว่าข้อความที่ใช้เป็นความจริงตามที่กล่าวอ้าง
๘.	การโฆษณาเครื่องสำอางที่ใช้หรืออ้างอิงข้อเท็จจริงเกี่ยวกับสถาบันพระมหากษัตริย์ หรือการโฆษณาเครื่องสำอาง ซึ่งรวมอยู่กับข้อความที่ถวายพระพร <sup>๑</sup>	<p>(๑) ต้องไม่ใช่ข้อความโฆษณาที่อ้างอิงข้อเท็จจริงเกี่ยวกับพระมหากษัตริย์ พระราชินี รัชทายาท หรือผู้สำเร็จราชการแทนพระองค์ ซึ่งได้กระทำไป โดยไม่ได้รับพระบรมราชานุญาต พระราชานุญาต หรืออนุญาตแล้วแต่กรณี ทั้งนี้ เว้นแต่</p> <p>(๑.๑) ข้อความโฆษณาว่าได้รับเหรียญ ใบสำคัญคู่มือ ประกาศนียบัตร หรือเครื่องหมายอื่นใดที่เป็นรางวัลในการแสดงหรือประกวดสินค้าหรือ บริการที่ได้รับจากพระมหากษัตริย์ พระราชินี รัชทายาท หรือผู้สำเร็จราชการแทนพระองค์</p> <p>(๑.๒) ข้อความโฆษณาว่าได้รับพระบรมราชานุญาตในการประกอบ ธุรกิจ ได้รับพระบรมราชานุญาต ให้ใช้ตราแผ่นดิน หรือได้รับพระราชทานตราตั้ง</p> <p>(๒) ข้อความโฆษณาซึ่งรวมอยู่กับข้อความที่ถวายพระพร หรือข้อความอย่างอื่นที่อ้างอิงเกี่ยวกับพระมหากษัตริย์ พระราชินี รัชทายาท หรือผู้สำเร็จราชการแทนพระองค์ โดยมีได้แสดงให้เห็นว่าข้อความส่วนที่เป็นการโฆษณานั้นแยกออกต่างหากจากข้อความที่ถวายพระพรหรือ ข้อความอย่างอื่นดังกล่าวข้างต้น</p>

ลำดับ	สาระสำคัญ	ข้อกำหนด
๙.	การโฆษณาเครื่องสำอางที่จัดให้มีการแถมพก หรือรางวัลโดยการเสี่ยงโชค <sup>๑</sup>	(๑) ต้องได้รับอนุญาตจากเจ้าพนักงานตามกฎหมายว่าด้วยการพนันก่อน (๒) ต้องระบุรายละเอียดดังต่อไปนี้ (๒.๑) หลักเกณฑ์ วิธีการ เงื่อนไข หรือข้อกำหนดในการเสี่ยงโชค (๒.๒) วัน เดือน ปีที่เริ่มและสิ้นสุดของการจัดให้มีการเสี่ยงโชค (๒.๓) ประเภทและลักษณะของของแถมพกหรือรางวัล จำนวนและมูลค่าของของแถมพกหรือรางวัลแต่ละสิ่ง หรือมูลค่ารวมในแต่ละประเภท (๒.๔) เขตหรือถิ่นที่มีการจัดให้มีการเสี่ยงโชค (๒.๕) วัน เดือน ปี เวลาและสถานที่ซึ่งกำหนดไว้สำหรับการทำการเสี่ยงโชค
๑๐.	การโฆษณาที่จัดให้มีการประกวดชิงรางวัลหรือจัดให้มีการให้ของแถมให้สิทธิ์ หรือประโยชน์โดยให้เปล่า <sup>๒</sup>	ต้องระบุรายละเอียดดังต่อไปนี้ (๑) หลักเกณฑ์ วิธีการ เงื่อนไข หรือข้อกำหนดในการประกวดชิงรางวัล หรือการให้ของแถม ให้สิทธิ์หรือประโยชน์ (๒) วัน เดือน ปีที่เริ่มและสิ้นสุดของการจัดให้มีการประกวดชิงรางวัล หรือการให้ของแถม ให้สิทธิ์หรือประโยชน์ (๓) ประเภท ลักษณะและมูลค่าของรางวัล ของแถม สิทธิหรือประโยชน์แต่ละสิ่ง หรือมูลค่ารวมในแต่ละประเภท (๔) เขตหรือถิ่นที่มีการจัดให้มีการประกวดชิงรางวัล หรือการให้ของแถม ให้สิทธิ์หรือประโยชน์ (๕) วัน เดือน ปี เวลาและสถานที่ซึ่งกำหนดไว้สำหรับการตัดสิน การประกวดชิงรางวัล
๑๑.	การอ้างอิงบุคคลากรทางการแพทย์หรือองค์การวิชาชีพ <sup>๓,๔</sup> (Professionals-related claims)	(๑) กรณีการอ้างอิงบุคคลากรทางการแพทย์ในการโฆษณาเครื่องสำอางให้ปฏิบัติตามข้อบังคับแพทยสภาว่าด้วยการรักษาจริยธรรมแห่งวิชาชีพเวชกรรมในส่วนที่เกี่ยวข้องเช่น ข้อ ๕ ผู้ประกอบวิชาชีพเวชกรรมต้องไม่แสดงตนเป็นผู้แสดงการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพใดๆ ต่อสาธารณชนในเชิงธุรกิจโดยรับค่าตอบแทนหรือผลประโยชน์ใดๆ จากการแสดงนั้น ข้อ ๖ ผู้ประกอบวิชาชีพเวชกรรมผู้ใดเมื่อแสดงความเห็นต่อสาธารณะโดยการพูด การเขียน หรือโดยวิธีการอื่นใดที่เกี่ยวข้องกับคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์สุขภาพใด ต้องแสดงโดยเปิดเผยในขณะเดียวกันนั้นด้วยว่าตนมีส่วนเกี่ยวข้องทางผลประโยชน์กับผู้ประกอบธุรกิจนั้นในสถานะใด เช่น เป็นที่ปรึกษา เป็นผู้ร่วมทุน เป็นผู้ได้รับทุนไปปฏิบัติงาน ไปประชุมหรือบรรยายจากผู้ประกอบธุรกิจนั้นๆ หรือข้อบังคับขององค์การวิชาชีพอื่นๆ (๒) กรณีอ้างอิงองค์กรวิชาชีพต่างๆ เช่น สถาบันการวิจัยฯ ในการโฆษณาเครื่องสำอางให้แสดงหลักฐานและการรับรองจากหน่วยงานที่กล่าวอ้างนั้นมาประกอบ

ลำดับ	สาระสำคัญ	ข้อกำหนด
๑๒.	การอ้างอิงความคิดเห็น โดยบุคคล ผู้มีชื่อเสียงเป็น ผู้แสดง (celebrity testimonial) <sup>๓,๔</sup>	การใช้บุคคลผู้มีชื่อเสียง (celebrities) เป็นผู้แสดงในการโฆษณาเครื่องสำอาง อาจกระทำได้ในกรณีดังต่อไปนี้ (๑) เป็นความคิดเห็นส่วนตัวของผู้แสดงที่ได้รับจากประสบการณ์ ในการใช้ เครื่องสำอางที่อยู่ในขอบข่ายของความเป็นเครื่องสำอางตามกฎหมายจริงๆ มิใช่ เป็นการแสดงที่กระทำไปตามบทบาทที่ได้รับมอบหมายแต่เพียงอย่างเดียว (๒) ให้ระบุชื่อ นามสกุลของผู้แสดงบนสื่อโฆษณา ทุกครั้งที่โฆษณา (๓) ต้องมีหลักฐานเป็นลายลักษณ์อักษรที่รับรองโดยผู้แสดง (Testimonial statement) ว่า สาระสำคัญที่นำเสนอในการโฆษณานั้นเป็นความจริงไว้ อ้างอิงด้วย

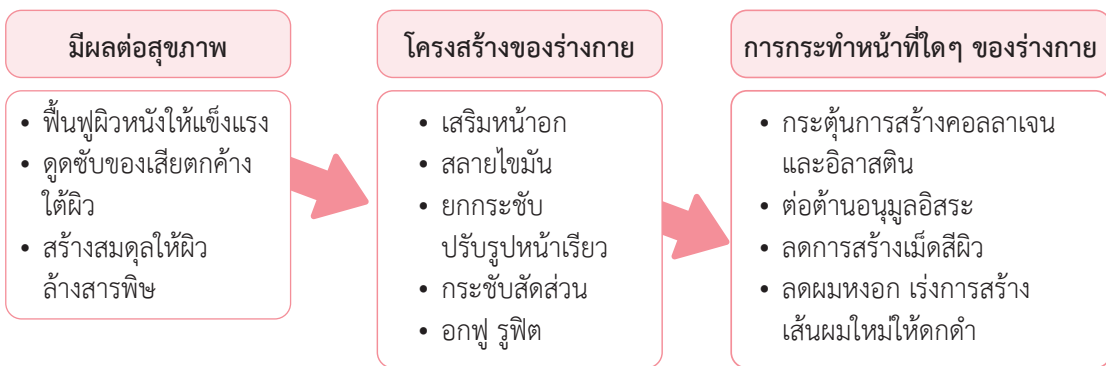
- ที่มา**
๑. ประกาศสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา เรื่อง แนวทางการพิจารณาข้อความที่ใช้ในการโฆษณา เครื่องสำอาง และแนวทางในการแสดงหลักฐานเพื่อพิสูจน์หรือสนับสนุนข้อความที่ใช้ในการโฆษณา เครื่องสำอาง ประกาศ ณ วันที่ ๘ สิงหาคม พ.ศ. ๒๕๓๗
  ๒. กฎกระทรวง ฉบับที่ ๓ (พ.ศ. ๒๕๒๖) ออกตามความในพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒
  ๓. มติที่ประชุมคณะกรรมการกฤษฎีกาการโฆษณาเครื่องสำอางที่ฝ่าฝืนกฎหมาย ครั้งที่ ๑/๒๕๕๓ เมื่อวันที่ ๑๑ พฤศจิกายน ๒๕๕๓
  ๔. ข้อบังคับแพทยสภาว่าด้วยการรักษาจริยธรรมแห่งวิชาชีพเวชกรรม (ฉบับที่ ๗) พ.ศ. ๒๕๔๕
  ๕. ประกาศคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา เรื่องแนวทางการพิสูจน์เพื่อแสดงความจริงเกี่ยวกับข้อความโฆษณา ฉบับลงวันที่ ๒๗ กรกฎาคม ๒๕๓๕ ออกตามความในพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒

## ตัวอย่างลักษณะการโฆษณาที่ฝ่าฝืนกฎหมาย

### ลักษณะการโฆษณาที่ฝ่าฝืนมาตรา ๔๑(๑)

- การโฆษณาโดยสื่อความหมายว่า ผลิตภัณฑ์ได้รับการรับรองคุณภาพจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา และ/หรือ กรมวิทยาศาสตร์การแพทย์
- การเปรียบเทียบกับการทำหัตถการทางการแพทย์ เช่น การเลเซอร์ การฉีดโบท็อกซ์ การศัลยกรรม ซึ่งมีการเปรียบเทียบว่าผลที่ได้จากการใช้เครื่องสำอางนั้นเทียบเท่าหรือดีกว่าการทำหัตถการ
- ไร้สารพิษ
- ไร้สารเคมี ไม่มีสารเคมีเจือปน
- ทำจากธรรมชาติ ๑๐๐ %

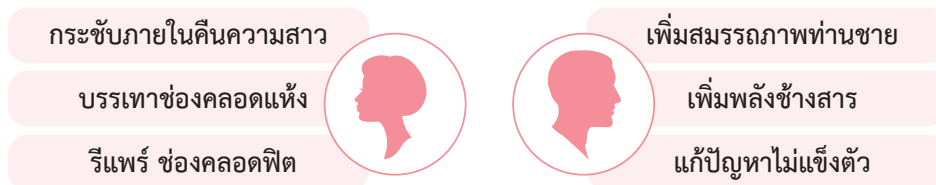
### ลักษณะการโฆษณาที่ฝ่าฝืนมาตรา ๔๑(๒)



### ลักษณะการโฆษณาที่ฝ่าฝืนมาตรา ๔๑(๓)

สรรพคุณรักษาโรค	มีใจจุดมุ่งหมายเครื่องสำอาง
<ul style="list-style-type: none"> <li>• ป้องกันหรือลดอาการอักเสบของผิว</li> <li>• ป้องกันหรือรักษาฝ้า</li> <li>• แก้ผดผื่นคัน</li> <li>• ระงับหรือยับยั้งเชื้อแบคทีเรีย เชื้อราที่ผิวหนัง</li> <li>• รักษาแผลหรือลดอาการอักเสบในช่องปาก</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ทาผิวกายเพื่อไล่ยุง แมลง</li> <li>• ทาบริเวณที่แมลงกัดต่อย</li> <li>• ซิลอมเส้นผมเพื่อกำจัดเหา</li> <li>• ชำระล้างอวัยวะต่างๆ และเปิดดวงชะตาชีวิต เพื่อรับพลังด้านดีให้แก่ผู้ใช้</li> </ul>

### ลักษณะการโฆษณาที่ฝ่าฝืนมาตรา ๔๑(๔)



## ตัวอย่างข้อความการโฆษณาที่ฝ่าฝืนกฎหมาย

- “...ให้ผลที่นำาทิ่งมากกว่าการทำโบท์อกซ์...ป้องกันการเกิดริ้วรอยใหม่และริ้วรอยจากความเครียดและมลพิษ...กระตุ้นการเกิดใหม่ของเซลล์ผิว...ช่วยทำให้กระบวนการเกิดริ้วรอยช้าลง...ช่วยล้างพิษที่ตกค้างอยู่บนผิวหน้า...ช่วยกระตุ้นการไหลเวียนของเลือด ช่วยขับสารพิษออกจากผิว...ช่วยกระตุ้นการเกิดใหม่ของเซลล์ผิวหนึ่ง...”

- “ลบริ้วรอย เสริมสร้างคอลลาเจนขึ้นใหม่ เพิ่มการไหลเวียนเลือด”

- “...ค้นพบวิธีป้องกันการทำลายดีเอ็นเอ และซ่อมแซมดีเอ็นเอที่ถูกทำลายไป โดยพัฒนามาเป็น Super DNA Defense Serum For Night ...ช่วยฟื้นฟูผิวที่ถูกทำลายจากสาเหตุต่างๆ ที่ผิวต้องเผชิญระหว่างวันให้กลับสู่สภาพเดิม และป้องกันผิวจากสัญญาณแห่งวัย...กระตุ้นการสร้างคอลลาเจน...สารบำรุงในผลิตภัณฑ์จะซึมซาบสู่ส่วนลึกของเซลล์ผิว เข้ากระตุ้นความสามารถในการฟื้นฟูผิวตามธรรมชาติจากการทำลายของสภาพแวดล้อม...ซ่อมแซม ฟื้นฟูผิวที่ถูกทำลายให้กลับสู่สภาพเดิม...๒. สารสกัดจากส่วนรากของลิโคริช (Licorice Root Extract) สารต้านอนุมูลอิสระ ช่วยต่อต้านอนุมูลอิสระปกป้องผิวจากการถูกทำลายของอนุมูลอิสระที่เกิดจากการทำลายของสภาพแวดล้อม ๓. สารสกัดจากอิกิโนเซีย (Echinacea Extract) ช่วยยับยั้งกระบวนการที่ทำให้ผิวอักเสบ...ช่วยกระตุ้นการสร้างคอลลาเจนให้เซลล์ผิว...ให้ซึมซาบสู่ส่วนลึกของเซลล์ผิว...”

- “ผลิตภัณฑ์กระตุ้นการทำงานของเซลล์ เซรั่มเนื้อนุ่มดูจแพรไหมที่ช่วยกระตุ้นการฟื้นฟูถึงระดับเซลล์ผิว ด้วยสัดส่วนที่เข้มข้นสูงสุดที่จะปฏิบัติการผลิตเซลล์ผิวใหม่ได้อย่างทรงประสิทธิภาพ ฟื้นฟูเซลล์ผิวล้าลึกถึงระดับโมเลกุล”

- “เซรั่มต้านการเกิดริ้วรอย รอยบวมซ้ำ...ช่วยชะลอการทำงานของเอนไซม์ MMP และชะลอการเกิดอนุมูลอิสระ ช่วยเพิ่มความแข็งแรงและรักษาความสมดุลของเนื้อเยื่อใต้ผิวหนัง เพิ่มประสิทธิภาพในการต่อต้านมลภาวะ ริ้วรอย...และรอยบวมซ้ำ...”

- “...ช่วยต่อต้านอนุมูลอิสระ กระตุ้นสารคอลลาเจน เร่งซ่อมแซมเซลล์ผิวที่ถูกทำลาย ชะลอการเสื่อมสภาพของผิว...”

- “...เป็นที่สุดแห่งการฟื้นฟูสภาพผิว ด้วยส่วนผสมของนมผึ้ง ช่วยต่อต้านอนุมูลอิสระ คงความอ่อนเยาว์ ชะลอวัย ปกป้องฟื้นฟูเซลล์ในร่างกาย กระตุ้นคอลลาเจน สามารถชะลอการร่วงโรยได้อย่างมีประสิทธิภาพ ปรับความยืดหยุ่นให้ผิว และช่วยรักษาบาดแผล...สารสกัดจากดอกคาร์โมมายล์ โดยจะบำรุงตั้งแต่ผิวหน้าชั้นนอกถึงผิวหน้าชั้นใน...ช่วยลดการระคายเคือง การอักเสบของผิว และช่วยลดปัญหาสิว สิวอักเสบ รวมถึงผื่นแดง ผื่นคันบนผิว และลดริ้วรอย...คอลลาเจนบริสุทธิ์จากประเทศสเปนมีความสามารถในการดูดซึมเข้าสู่ผิวภายในได้มากกว่าคอลลาเจนทั่วไป...เสริมการทำงานของกระบวนการฟื้นฟูสภาพผิวตามธรรมชาติ...จะทำให้ใบหน้าขาวใสเพียงครั้งแรกที่ใช้”

- “...ช่วยแก้ปัญหาต่างๆ ปัญหา สำหรับคนเป็นสิว เป็นฝ้า ใบหน้าที่หย่อนคล้อย...ผ่านการรับรองจากองค์การอาหารและยา...”

- “ครีมทาผิวจอร์จตรงจากประเทศอเมริกา...ผ่านการตรวจสอบจาก อย. เรียบร้อยแล้ว...ผ่านมาตรฐานระดับโลก และมาตรฐาน อย. ปลอดภัย มั่นใจได้...ส่วนประกอบจากธรรมชาติ ๑๐๐%...ช่วยลดฝ้า กระ จุดด่างดำ...”

จะเข้าไปกระตุ้นให้เกิดการสร้างโกรทฮอร์โมน Growth Hormone ที่ต่อมใต้สมอง เมื่อฮอร์โมน HGH ถูกส่งไปที่ตับและรวมกับอินซูลิน จึงได้สารตั้งต้นแห่งการกำเนิดเซลล์ คือ IGF-๑ IGF-๑ ซึ่งจะถูกส่งออกจากตับ ไปตามอวัยวะและเซลล์ทั่วร่างกายเพื่อไปรักษาเซลล์ที่บาดเจ็บ และซ่อมแซมส่วนที่สึกหรอ...ช่วยให้หน้าเรียว V Shape ลดสภาวะร่วงโรย กล้ามเนื้อหย่อนคล้อย...ช่วยระบบการทำงานของตับดีขึ้น...ช่วยทำให้ระบบเผาผลาญอาหารดีขึ้น...ช่วยดูแลสุขภาพ ลดสภาวะความแก่ชรา...ซ่อมแซมส่วนที่สึกหรอ และริ้วรอยที่เกิดจากอายุและกาลเวลา...”

- “...มุ่งเน้นความสัมพันธ์ของอำนาจความอ่อนเยาว์ที่ซ่อนเร้นภายในผู้หญิงทุกคน ด้วยคุณค่า Botanical Extract และ Rose Essential Oil ที่จะช่วยปรับสมดุลของ Female Hormone ที่มีส่วนในการคืนความกระชับยืดหยุ่นให้กับผิว เพื่อผลลัพธ์ความอ่อนเยาว์ของผิวที่ยาวนาน และยั่งยืนสมบูรณ์แบบ...”

- “...Set กระชับรูปหน้าเล็กเรียว...มหัศจรรย์ทองคำ ก่อกำเนิดความงามอันพิศุทธิ์ ดุจการร้อยไหมทองคำ ๔ เส้น ภายใน ๒๘ วัน ชิงตึง บล๊อคผิว ล็อคอายุกระชับรูปหน้าเล็กเรียว พิสูจน์ได้ บอกลาปัญหารูปหน้าอวบอูม แก้มป่อง ผิวหน้าหย่อนคล้อย ถ่ายรูปที่ไรหน้าอ้วนกลมทุกที ยิ่งซูมเข้าใกล้ก็เห็นริ้วรอยร่องลึก รอยตีนกา ชัดเจนจนไม่อยากถ่ายรูป เพราะไม่มั่นใจในผิวหน้า เชิญพิสูจน์นวัตกรรมแห่งการกระชับรูปหน้าและผิวพรรณกับ...รหัสลับที่จะปรับหน้าคุณให้เล็กเรียวกระชับแบบดาร...” พร้อมแสดงภาพก่อน-หลังและข้อความบรรยายภาพ ภายหลังจากใช้อย่างต่อเนื่องผิวอ่อนล้าและหย่อนคล้อยก็ได้รับการฟื้นฟูจนสมบูรณ์แบบ

- “ชุดกระชับผิวหน้าโดยไม่ต้องศัลยกรรม ขนาดแก้มลดลง ๐.๓-๑.๕ ซม. วัดความกระชับของผิวคุณได้ด้วยไม้บรรทัดนี้ใน ๑๐ นาที”

- “...กระชับรูปหน้าเป็นตัว V คินสามเหลี่ยมแห่งความงามให้กับใบหน้า ภายใต้อิทธิพลเดียวกันกับการทำเลเซอร์กระชับรูปหน้า ซึ่งมีคุณสมบัติสามารถเติมเซลล์ และฟื้นฟูเซลล์กระชับผิวได้ถึงถึงผิวในชั้นลึก...ทำให้เซลล์ผิวที่เริ่มฝ่อตัวกลับมาฟูและเต็มขึ้นจากภายใน...ทำให้ใบหน้าที่ย่อนคล้อยจนเสียรูปกลับเรียวกระชับได้รูปเป็นตัว V อีกครั้ง...สามารถเข้าเพิ่มปริมาณเซลล์กระชับผิวในชั้นไขมัน (volume-giving Cells) ในชั้นผิวหนังที่ลึกที่สุด...นอกจากนี้ยังผสมด้วยสารโกลิโกเปปไทด์ช่วยเพิ่มความแข็งแรงของผิวหนังชั้นนอกและกระตุ้นการสร้างคอลลาเจน และกรดไฮยาลูรอนิค...”

- “ลดของเหลวสะสมที่ก่อให้เกิดถุงใต้ตา ให้ถุงใต้ตาดูเล็กลง ขจัดการสะสมของธาตุเหล็กที่ก่อให้เกิดรอยคล้ำ ยับยั้งเอนไซม์ที่เพิ่มความเข้มข้นของเมลานิน”

- “สวยเพริ้ว กระชับไว เพียงคุณมีเวลา ๑๐-๑๕ นาที เหมาะกับผู้ที่ปัญหาเกี่ยวกับเซลล์โลโก้ ไขมันส่วนเกินตามร่างกาย ผิวหนังห้อยหย่อนคล้อย หลังคลอดบุตร หลังลดน้ำหนัก ช่วยผิวแตกลาย หรือรักษารูปร่างให้คงเดิม”

- “ออกแบบรูปร่างสวยตรงจุดกับผลิตภัณฑ์กระชับสัดส่วนและกระตุ้นการทำงานของระบบเผาผลาญ”

- “ผลิตภัณฑ์เพื่อการกระชับสัดส่วนพร้อมระบบป้องกัน พบว่ามีประสิทธิภาพสูงมากในการช่วยสลายไขมันใต้ชั้นผิวหนังได้อย่างรวดเร็ว”

- “โซว์หุ่นฟิต กระชับทุกสัดส่วน หมดปัญหา ผิวหย่อนคล้อย ผิวแตกลาย รอยดำ ผิวเปลือกส้ม...กำจัดเซลล์โลโก้...ปราศจากสารเคมี ปลอดภัย...เพื่อผิวที่มีเซลล์โลโก้ ริ้วรอยแตกลาย ผิวเปลือกส้ม ผิวหย่อนคล้อย ให้กลับมาตึงกระชับอีกครั้ง...สินค้ามี อย. รับประกันความปลอดภัย...ทาบริเวณที่ต้องการลดเซลล์โลโก้ เช่น บริเวณต้นแขน ต้นขา ให้กระชับหรือที่ต้องการลดเซลล์โลโก้ต่างๆ...”

- “ลดกระชับ สัมผัสได้ เหมือนได้ชวาน้ำ เฉพาะจุด...เจลร้อน ให้ความร้อนใต้ผิวหนัง...เจลเย็น เหมือนใส่สเตย์กระชับผิว ปลอดภัย เห็นผลจริง เมื่อใช้อย่างต่อเนื่อง ๗-๑๔ วัน”

- “...ลดปัญหาผมบาง ผมร่วง...เมื่อก่อนเวลาลูบหนังศีรษะแล้ว มีผมร่วงติดมือมามากจนรู้สึกตกใจ รากผมก็ดูลีบเล็ก แต่พอได้ใช้ ๒ สัปดาห์ รากผมและผมแข็งแรงขึ้น...ผมร่วงน้อยลง สังเกตดูรู้สึกที่ ความมันบนหนังศีรษะก็ลดลงด้วย และคนรอบข้างก็ทักว่าผมหนาขึ้น...ลดไขมันอุดตันที่ทำให้รากผมตีบ ลดการสร้างน้ำมันสาเหตุหลักของผมร่วง เพิ่มการไหลเวียนโลหิตเพื่อนำสารอาหารไปเลี้ยงเส้นผมมากขึ้น บำรุงรากผมและเส้นผมให้แข็งแรงไม่หลุดร่วงง่าย...มีจำหน่ายที่ร้านขายยาชั้นนำทั่วไป...”

- “...รับรองความปลอดภัยโดยองค์การอาหารและยาเรียบร้อย...ใช้แล้วปลอดภัย ไร้ผลข้างเคียง...”

- “...การใช้ serum อย่างต่อเนื่อง จะช่วยฟื้นฟูเซลล์ผมและช่วยกระตุ้นกระบวนการสร้างเม็ดสีเมลานิน... การใช้เซรั่มเป็นการแก้ปัญหาที่ต้นเหตุผมตกตัวอย่างเป็นธรรมชาติและจะไม่กลับมาหงอกอีก...HAIR SERUM เร่งสร้างเมลานินสาเหตุหลักของผมขาว...การใช้ serum ช่วยบำรุงหนังศีรษะ และเสริมสร้างความถี่ในการขึ้นของเส้นผม รวมถึงความแข็งแรงของผมที่ขึ้นใหม่...กระตุ้นการไหลเวียนของโลหิตให้รากผมแข็งแรง ให้อาหารสมอง...กระตุ้นรากผมใหม่ให้แข็งแรง ผมที่ขาวจะดำขึ้น...”

- “ปกป้องผิวจากโรคผิวหนัง ผด ผื่นคัน ช่วยฆ่าเชื้อแบคทีเรีย เชื้อรา กลาก เกลิออน ช่วยลดการอักเสบของผิวหนัง”

- “ยับยั้งการทำงานของ Tyrosinase ซึ่งเป็นตัวสร้างเม็ดสีเมลานิน”

- “เพื่อช่วยยับยั้งกระบวนการสร้างเม็ดสีเมลานินที่เป็นสาเหตุของผิวหมองคล้ำ”

- “เปลี่ยนจากคนดำ เป็นคนขาว”

- “ผิวคล้ำดำแคไหนก็ขาวได้”

- “ฉีกกฎกรรมพันธุ์ สิมไปเลยว่าเคยดำ”

- “เมื่อหยุดใช้หน้าก็ไม่กลับมาดำอีก ฝ้าจางลง ผิวขาวขึ้น”

- “จากที่เคยมีสิวกี่หายไปไม่กลับมาอีก ทำให้สิวยุบ สิวแห้ง”

- “ยับยั้ง/กำจัด/ต่อต้าน/ฆ่าเชื้อแบคทีเรีย ที่ทำให้เกิดสิว”

- “ต่อสู้และควบคุมการเกิดสิว”

- “สิิวหัวหนอง สิวหัวดำฝังใน สิวหัวช้าง สิวอักเสบ สิวหนอง สิวหัวแดง หายไป ปราบสิวบอบถอนรากถอนโคน”

- “รักษาสิิว ลดการเกิดสิิวอักเสบที่เกิดจากเชื้อโรค เกิดจากฮอร์โมนไม่สมดุล”

- “ช่วยปรับสภาพทรงอกคุณให้เต่งตึงขึ้น และยังช่วยเพิ่มขนาดอกให้ใหญ่ขึ้น สังเกตได้ภายใน ๒-๓ สัปดาห์ จะเพิ่มขึ้น ๑-๒ นิ้ว และจะอยู่อย่างถาวร โดยไม่ยุบ”

- “อกอิมขึ้นเทพจาก CUP เล็กสู่ CUP ใหญ่ อกอิมสั่งได้ไม่ต้องศัลยกรรมขยายอกอิม เต่งตึง แน่นเฟิร์ม ยกกระชับอกที่หย่อนคล้อย เพิ่มขนาดทรงอกและปรับผิวให้ขาวใสเต่งตึงไปพร้อมๆ กัน”

- “อกสวยแน่! เพียงแค่ใช้ ๒-๓ ครั้ง ก็รู้สึกได้ทันทีถึงการเปลี่ยนแปลง ๑. อกแพบหย่อนยานหลังคลอดบุตร ๒. อายุเริ่มเป็นสาวเต็มตัวแต่อกยังเล็กอยู่ ปัญหาอกไม่สมบูรณ์หลังคลอดบุตรนั้น ช่วยฟื้นฟูพลังผิว

“ต้นทรงเข้ารูป” ให้ความอิมเอบกับเนนทรวงอกเหมาะสำหรับผู้ที่ต้องการมีหน้าอกที่สวยงามเปล่งปลั่งมีน้ำมีนวล บุคคลที่ไม่พอใจกับอกตัวเอง”

- “อกสวยมันใจ ไม่ต้องศัลยกรรม...ทำมาจากธรรมชาติ ๑๐๐%...ใส่กว่าวเครือขาวแท้ เกรดพรีเมียม นำเข้าจากประเทศญี่ปุ่นและใส่แบบ ๑๐๐%...๗ วันแรก จะรู้สึกคัดหน้าอก...๑ เดือนผ่านไป มีเนนขึ้น มีเนื้อขึ้น หน้าอกขิดขึ้น...หลังจากใช้อย่างต่อเนื่อง คัพไซส์เปลี่ยนแปลงไปจาก A ๖๕ เป็น C ๗๐...จะไปกระตุ้นหน้าอก ของสาวประเภท ๒ ให้ความคมกระชับเต่งตึง ทำให้มีขนาดใหญ่ขึ้นได้...หน้าอกเล็กก็ช่วยได้ ปัญหาอกไม่กระชับ เต่งตึงเป็นทรงก็ช่วยได้...”

- “ฆ่าเชื้อโรค กระตุ้นสารต้านอนุมูลอิสระ...ทุกปัญหารอบเดือนของสตรี เรามีคำตอบ...๑. ปวดประจำเดือน...๒. มีตกขาวผิดปกติ...๓. ช่องคลอดมีกลิ่น...๔. มีอาการคัน...๕. ช่องคลอดไม่สะอาด...”

- “...ชาวดี ผ่าอนามัยสมุนไพร...สำหรับท่านที่มีปัญหาในเรื่องของ การตกขาว มีกลิ่นคาว กลิ่นอับชื้น มีอาการคันหลังการใส่ผ้าอนามัย ปวดประจำเดือน ประจำเดือนมาไม่ปกติ มดลูกอักเสบ รอบเดือนมาไม่ปกติ ติดเชื้อทางเดินปัสสาวะ แพ้ผ้าอนามัย มีปัญหาในเรื่องของมีกลิ่นเหม็นมากและริดสีดวงทวาร...สมุนไพร ๕ ชนิด ที่เป็นองค์ประกอบหลัก หินโหมฟาง (Mai Fang Stone) เป็นหินภูเขาไฟ คุณสมบัติช่วยดับกลิ่น กำจัดเชื้อจุลินทรีย์ ในลำไส้ใหญ่ ที่อาจปนเปื้อนจากการชำระล้าง ป้องกันการติดเชื้อ หมิงฟาง (ming fang) ช่วยให้ช่องคลอดกระชับ สลายลิ่มเลือด ขับและฟอกโลหิต ล้างโลหิต ระบุที่ตกค้าง ทำให้มดลูกเข้าอู่ ช่วยสมานแผลและห้ามเลือดแผล เล็กน้อย บินเพียน (Bin Pian) บรรเทาความร้อน ป้องกันการอักเสบอาการปวดท้อง แก้กโรคผิวหนัง แก้พุพอง กลิ่นหอมช่วยผ่อนคลาย เปเปอร์มินต์ (Peppermint) ใช้เป็นยาขับลม ลดอาการปวดเมื่อย ช่วยฆ่าเชื้อ ให้ความรู้สึกเย็นสบาย สดชื่น อารมณ์ดี ไคว่ มู่ หยู (Chinese Cypress Oie) กลิ่นอโรมาเทอราปี ช่วยให้ระบบประสาท ผ่อนคลาย บรรเทาอาการปวดเมื่อย ปวดหลัง ช่วยดูแล ระบบการไหลเวียนเลือดดีขึ้น

- “สบู่...โซฟ...ทำให้เส้นขนตามแขนขามีขนาดเล็กลง...ลดการระคายเคืองและการอักเสบของปัญหาผิว และผิวพรรณ...ลดรอยแผลเป็น...หลักการทำงานคล้ายเอสโตรเจนหรือฮอร์โมนเพศหญิง...ลดรอยแผลเป็น...ยับยั้ง เชื้อแบคทีเรีย...ช่วยป้องกันผิวอักเสบ...คุณสมบัติเดียวกับฮอร์โมนเพศหญิง คือจะช่วยความเต่งตึง อวบอิม มีน้ำ มีนวลของผิว...ป้องกันผิวอักเสบ...ช่วยกำจัดของเสียที่สะสมอยู่ในผิวหนัง...มีฤทธิ์ยับยั้งเอนไซม์ tyrosinase จึง อาจช่วยให้มนุษย์มีผิวขาวขึ้นได้...ต่อต้านอนุมูลอิสระ ฆ่าเชื้อแบคทีเรีย...ช่วยให้เซลล์ผิวหนังที่เกิดอาการอักเสบ คื่นสภาพเร็วขึ้นทั้งยังช่วยกำจัดจุลินทรีย์บางชนิดที่เป็นสาเหตุสำคัญของโรคผิวหนัง สารต้านอนุมูลอิสระป้องกัน ผลกระทบจากแสงแดด ผิวหนังอักเสบและเซลล์ผิวแข็งแรงด้วย...”

- “...สบู่มงคลที่ช่วยปรับฐานดวงชะตาชีวิต ชำระล้างสิ่งไม่ดี คุณไสย อวิชาต่างๆ...ให้มีพลังในการชำระล้าง อวิชาด้านมืด และคุณไสยต่างๆ อย่างสูงสุด...สบู่นี้จะช่วยชำระล้างอวิชาต่างๆ และเปิดดวงชะตาชีวิตเพื่อรับพลัง ด้านดีให้แก่ผู้ใช้...”

- “สบู่บำรุงกระชับผิวทรวงอก...ช่วยปรับระดับฮอร์โมนเพศหญิง...และต่อต้านอนุมูลอิสระ...Allantoin: สารที่ป้องกันการระคายเคือง ลดอาการแพ้...สารสกัดกวาวเครือขาว ช่วยเพิ่มฮอร์โมนเพศหญิง...”

- “สบู่...ลอกผิวดำ ผศผิวใหม่ ให้ขาวใส สะใจ สะกดสายตาคน ด้วยสารสกัดจากกอสูจิปลาเซลมอนเข้มข้น แค่ ๓ ฟอก ล้าง ก็ขาวได้ง่ายๆ ภายใน ๕ นาที...สบู่...จากสแกนดิเนเวีย ผ่านกระบวนการสกัดที่สะอาดและปลอดภัย เข้มข้นกว่าการใช้ไวท์เทนนิ่งทั่วไปถึง ๕๐ เท่า เห็นผลไวกว่า ปลอดภัยกว่า ไร้สารเคมี จากการวิจัยพบ



ว่า อสุจิในเซลม่อน เป็นแหล่งรวมของโปรตีนหลากหลายชนิดและยังมีวิตามินซี คอลลาเจน เข้มข้นกว่าสาร อื่นๆ ๕๐-๑๐๐ เท่า จึงทำให้ขาวไว ผิวพรรณเต่งตึง เห็นผลภายในครั้งแรกที่อาบ...ขาวเห็นผลเพียงอาบครั้งแรก...”

- “เสิร์ฟเฉพาะจุด ฟิตและอ่อนเยาว์ ช่วยฟื้นฟูจุดซ่อนเร้นให้เยาว์วัย อ่อนใส กระชับขึ้น”

- “น้ำหอมเพิ่มความสนุกสนานบนเตียงของคู่รักของคุณ น้ำหอมฟีโรโมน มัดใจผัว”

- “...แต่ความโดดเด่นจะอยู่ที่การผสมผสานฟีโรโมนเข้าไปซึ่งเป็นสารพิเศษที่ช่วยดึงดูดเพศตรงข้าม ต้องยอมรับว่าช่วงนี้กระแสน้ำหอมแบรนด์กำลังกลายเป็นกระแสฮือฮาในโลกโซเชียล โดยลูกค้าที่นำไปใช้ส่วนใหญ่บอกว่า เป็นน้ำหอมปลูกเร้าอารมณ์ หรือที่เรียกกันติดปากทั่วบ้านทั่วเมืองว่าน้ำหอมมัดใจสามี บ้างก็บอกว่ามันคือน้ำมันพรายยุคไฮเทค...”

- “คุณประโยชน์ ๑. ช่วยให้อวัยวะเพศชายแข็งตัวมีชีวิตชีวา ๒. เพิ่มระยะเวลาในการแข็งตัวช่วยให้สามารถมีเพศสัมพันธ์ได้นานขึ้นในแต่ละครั้ง ๓. สามารถมีเพศสัมพันธ์ได้บ่อยครั้ง ๔. ช่วยให้กระฉับกระเฉงมีชีวิตชีวา”

- “SERUM...เพิ่มพลังความเป็นชาย...เพิ่มขนาดน้องชายโดยตรง...๑ สัปดาห์ ผลลัพธ์ภายในการแข็งตัวดีขึ้น แข็งตัวได้เต็มที่ ความรู้สึกระหว่างมีกิจกรรมดีขึ้น แข็งตัวได้เต็มที่ ความรู้สึกระหว่างมีกิจกรรมดีขึ้น...ผลลัพธ์ภายนอกผิวหนังชุ่มชื้น ไม่แห้งตึง...๒ สัปดาห์ ผลลัพธ์ภายในสามารถแข็งตัวได้นานมากขึ้น ผ่านมาตรฐานจากองค์การอาหารและยาเลขที่...”

- “...เซรัมน้องชาย เพื่อสุขภาพเพศที่ดีกว่า... มีส่วนช่วยทำให้หลอดเลือดขยาย ทำให้น้องชายได้ขนาดตามที่เรapingพอใจ ใหญ่ อึด ทน นาน...เพื่อความแข็งแรง ขยายและเพิ่มขนาด ตลอดจนเพิ่มพลังทางเพศ...ป้องกันการติดเชื้อทางเพศสัมพันธ์ เช่น เชื้อ HIV...รักษาโรคเสื่อมสมรรถภาพทางเพศ...ช่วยบำรุงรักษาและทำให้อวัยวะเพศชายแข็งตัวได้อย่างมีประสิทธิภาพ...ได้ผ่านการรับรองจากองค์การอาหารและยา...ช่วยรักษาโรคเสื่อมสมรรถภาพทางเพศ (Erectile Dysfunction)...สามารถทำให้อวัยวะเพศขยายใหญ่ขึ้นและยาวขึ้นได้...ช่วยให้หลอดเลือด เส้นประสาทและกล้ามเนื้อแข็งแรงและมีประสิทธิภาพมากขึ้น ช่วยให้ระบบไหลเวียนของโลหิตดีขึ้น...ช่วยให้อวัยวะเพศขาวขึ้นและเรียบเนียน...ช่วยให้เพิ่มจำนวนอสุจิในการหลั่งแต่ละครั้ง...”

- “ปัญหาในช่องปาก ปวดฟัน เหงือกบวม เลือดออกตามไรฟัน รำมะนาด ใช้เป็นประจำ จะไม่มีแผลในช่องปากอีกเลย ใช้แล้วเหงือกไม่บวม”

- “ฟันฟูและเสริมสร้างกระดูกใหม่ เสริมสร้างผิวฟัน”

- “ช่วยแผลร้อนใน ช่วยให้รากฟันแข็งแรง”

- “ป้องกันการขยายตัวผิดปกติของชั้นเนื้อเยื่อต่างๆ รอบรากฟัน”

- “ยับยั้งเชื้อที่ทำให้เกิดฟันผุได้ดี”

- “บรรเทาอาการปวดบวม บรรเทาอาการเหงือกอักเสบ”

- “ระวัง...ข้อเจ็บ...ข้อติด...ข้อมีเสียงดัง...นั่งนานไม่ได้...โรคข้อเสื่อม...ประสิทธิภาพสูงกว่า ๕ เท่า...สร้างเสริมไขข้อใหม่...”

- “...น้ำมัน...สกัด...บรรเทาอาการเมื่อยล้า ปวดข้อ ปวดกล้ามเนื้อ...”

- “ครีมนมผึ้ง...บำรุงขนนิ้วและนิ้ว ป้องกันโรคนิ้วล็อก...”

- “ผมยาวถึง ๑.๓ ซม. ต่อเดือน...นวัตกรรมเพื่อผมยาวสวย ๑.๓ ซม. ต่อเดือน”

## ภาคผนวก

ผลิตภัณฑ์	แนวทางการพิจารณาโฆษณาเครื่องสำอาง	เอกสารอ้างอิง/มติ
๑. กลุ่มเครื่องสำอางบำรุงผิวที่มีสารไวท์เทนนิ่ง (Whitening products)	<p>๑. ห้ามใช้ข้อความหรือภาพโฆษณาที่สื่อความหมายถึงประสิทธิภาพของเครื่องสำอางว่า สามารถเปลี่ยนแปลงหรือทำให้สีผิวขาวขึ้นมากกว่าหรือแตกต่างจากสีผิวเดิมตามธรรมชาติ หรือใช้ข้อความอื่นที่มีความหมายในทำนองเดียวกัน</p> <p>๒. การโฆษณาที่ทำให้เข้าใจว่าเครื่องสำอางมีสรรพคุณช่วยให้ผิวพรรณแลดูกระจ่างใส ต้องแสดงข้อความที่มีความหมายทำให้เข้าใจว่า เครื่องสำอางไม่สามารถเปลี่ยนแปลงสีผิวตามธรรมชาติของแต่ละบุคคลได้</p> <p>๓. การโฆษณาที่มีการอ้างอิงผลการศึกษา/ผลการทดสอบหรือทดลองจากห้องปฏิบัติการขององค์กรใดๆ ต้องแสดงข้อความที่มีความหมายทำให้เข้าใจได้อย่างชัดเจนว่าผลลัพธ์ที่ได้ขึ้นอยู่กับสภาพผิวของแต่ละบุคคลด้วย</p> <p>หมายเหตุ: ดังนั้นการใช้คำว่า “ขาว” จึงใช้ได้ภายใต้คำจำกัดความของเครื่องสำอางและแนวทางข้างต้น เท่านั้น</p>	<p>๑) คำสั่งคณะกรรมการเครื่องสำอางที่ ๑/๒๕๔๙ เรื่อง ข้อความที่ห้ามใช้ในการโฆษณาเครื่องสำอาง ประกาศ วันที่ ๔ พฤษภาคม ๒๕๔๙</p> <p>๒) ประกาศสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา เรื่อง แนวทางการโฆษณาเครื่องสำอางตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. ๒๕๓๕ ประกาศวันที่ ๒๒ กันยายน ๒๕๕๑</p>
๒. กลุ่มเครื่องสำอางลดริ้วรอย (Anti-aging, Anti-wrinkle)	<p>๑. ห้ามใช้ข้อความหรือภาพที่สื่อความหมายถึงประสิทธิภาพในการป้องกัน ชะลอ หรือการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงโครงสร้างและกระบวนการเสื่อมสภาพอันเนื่องจากอายุที่มากขึ้น</p> <p>๒. การโฆษณาที่ทำให้เข้าใจว่ามีสรรพคุณ ช่วยลด ชะลอ หรือปกป้องผิวจากริ้วรอย ต้องแสดงข้อความที่ทำให้ผู้ใช้เข้าใจได้ว่า ผู้บริโภคจะได้รับผลในการใช้ในช่วงเวลาเมื่อใช้เครื่องสำอางเท่านั้น และผลลัพธ์ที่ได้ขึ้นอยู่กับสภาพผิวของแต่ละบุคคลด้วย</p> <p>สำหรับสรรพคุณในการปกปิดริ้วรอย เช่น กลุ่ม foundation หรือ concealer ต้องแสดงข้อความที่ทำให้เข้าใจได้ว่าจะสามารถปกปิดริ้วรอยได้ในขณะใช้เท่านั้น</p> <p>หมายเหตุ: ภายใต้คำจำกัดความของเครื่องสำอางไม่สามารถใช้ คำว่า “ช่วยต่อต้านอนุมูลอิสระ” เนื่องจากไม่ใช่สรรพคุณของเครื่องสำอาง แต่อาจให้ใช้คำทับศัพท์ผสมสารแอนตี้ออกซิแดนท์ (ถ้ามี)</p>	Unacceptable claims of ASEAN Cosmetic Claims Guidelines : “Prevents, reduces or reverses the physiological changes and degeneration conditions brought about by aging”
๓. กลุ่มเครื่องสำอางสำหรับสิว (Anti-acne, Anti-comedones)	ห้ามใช้ข้อความหรือภาพที่สื่อถึงความหมายถึงประสิทธิภาพในการรักษาสิว หรือลดการอักเสบของสิว	Unacceptable claims of ASEAN Cosmetic Claims Guidelines : “Prevents, Heals, Treats or Stops acne”

ผลิตภัณฑ์	แนวทางการพิจารณาโฆษณาเครื่องสำอาง	เอกสารอ้างอิง/มติ
๔. กลุ่มเครื่องสำอางกระชับผิว (Contour cream, Anti-cellulite, Firming product)	<p>๑. ห้ามใช้ข้อความหรือภาพที่สื่อความหมายถึงประสิทธิภาพในการเปลี่ยนแปลงระบบการทำงาน หรือโครงสร้างของร่างกาย เช่น เพิ่มการเผาผลาญ/ ลดการสะสมของไขมัน เพิ่มการไหลเวียนของระบบเลือด ลดขนาดของเอว เพิ่ม/ลดขนาดของทรงอก เป็นต้น</p> <p>๒. การโฆษณาต้องสื่อถึงวัตถุประสงค์ในการใช้ที่มีจุดมุ่งหมายสำหรับช่วยปรับสภาพผิวให้ดูดี เช่น ช่วยให้ผิวหนังหน้าหรือ ผิวภาคูกระชับอย่างเป็นธรรมชาติตามโครงร่างธรรมชาติของแต่ละบุคคล เป็นต้น</p>	Unacceptable claims of ASEAN Cosmetic Claims Guidelines : “Treatment of cellulite”, “Lose centimeters”, “Removes/ burns fat”
๕. กลุ่มเครื่องสำอางขัดผิว (Skin exfoliation)	<p>๑. ห้ามใช้ข้อความหรือภาพที่สื่อความหมายถึงประสิทธิภาพในการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างของผิว</p> <p>๒. ข้อความโฆษณาต้องสื่อความหมายทำให้เข้าใจว่าเครื่องสำอางมีสรรพคุณเกี่ยวกับการปรับสภาพผิวให้ดูดีขึ้น จากการใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนผสมของสารที่เสริมการผลัดเซลล์ผิว (chemical exfoliation เช่น AHA เป็นต้น) และ/หรือสารขัดผิว (physical exfoliation เช่น scrub beads เป็นต้น)</p> <p>๓. ต้องแสดงคำแนะนำให้หลีกเลี่ยงแสงแดดบริเวณที่ทาหรือใช้สารป้องกันแสงแดดควบคู่ไปด้วย ในกรณีผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนผสมของสารเสริมการผลัดเซลล์ผิวอย่างเดียว เช่น AHA ในปริมาณตั้งแต่ ๒.๕% ขึ้นไป เป็นต้น</p>	<p>๑) ๑๒<sup>th</sup> ACC Meeting, ๒๔-๒๕ June ๒๐๐๙, Malaysia. The following wording was agreed to define where mandatory sunburn alert labeling is required for products containing AHAs. “Labeling mandatory for products containing Glycolic and/ or Lactic acids at a concentration <math>\geq</math> ๒.๕% and do not contain a sunscreen.</p> <p>๒) Not required for products that are intended to be applied to non sun exposed areas of the body, contain a sunscreen or a lower concentration of AHA”</p>

ผลิตภัณฑ์	แนวทางการพิจารณาโฆษณาเครื่องสำอาง	เอกสารอ้างอิง/มติ
<p>๖. กลุ่มเครื่องสำอางป้องกันแสงแดด/ผสมสารป้องกันแสงแดด (Sunscreen/Sunscreen-containing products)</p>	<p><b>กรณีเป็นเครื่องสำอางที่มีวัตถุประสงค์หลักในการป้องกันแสงแดด (Primary Sunscreen)</b></p> <p>๑. ห้ามใช้ข้อความหรือภาพที่สื่อความหมายถึงประสิทธิภาพในการป้องกันแสงแดดว่า</p> <p>๑.๑ ป้องกันรังสีอื่นได้ นอกจากรังสีอัลตราไวโอเล็ต หรือรังสียูวี</p> <p>๑.๒ ป้องกันแสงแดดได้ยาวนาน โดยไม่ต้องทาซ้ำ</p> <p>๑.๓ ป้องกันอันตรายจากรังสียูวีได้ ๑๐๐%</p> <p>๑.๔ ป้องกันการเปลี่ยนแปลงเนื้อเยื่อของผิวหนัง ที่ไม่ใช่สาเหตุเกิดจากแสงแดด</p> <p>๑.๕ เมื่อทาผิวแล้วผลิตภัณฑ์ทนต่อการเช็ดถูหรือไม่ละลายออกมากับเหงื่อ</p> <p>๒. ข้อความโฆษณาต้องสื่อให้ผู้บริโภคเข้าใจถึงข้อควรปฏิบัติในการใช้เครื่องสำอางกลุ่มป้องกันแสงแดดอย่างเหมาะสม เพื่อให้ได้รับผลในการใช้อย่างเต็มประสิทธิภาพด้วยข้อความที่ทำให้เข้าใจว่า ทาในปริมาณ ๒ มิลลิกรัมต่อตารางเซนติเมตร ซึ่งประมาณเท่ากับ ๑ ซ้อนชา หรือสองช้อนนิ้วมือ สำหรับทาหน้าและคอ ซึ่งอาจแบ่งทา ๒ รอบ โดยทารอบละประมาณครึ่งช้อนชาหรือหนึ่งช้อนนิ้วมือและทาอย่างทั่วถึงสม่ำเสมอ ก่อนออกสู่แสงแดดอย่างน้อย ๑๕-๓๐ นาที เพื่อให้เครื่องสำอางยึดติดกับผิวหนัง หากออกสู่แสงแดดหรือมีกิจกรรมกลางแสงแดดเป็นเวลานาน ให้ทาซ้ำทุก ๑-๒ ชั่วโมง เพื่อการป้องกันแสงแดดที่มีประสิทธิภาพต่อเนื่อง</p> <p>๓. การแสดงค่าประสิทธิภาพการป้องกันรังสียูวี เช่น SPF (Sun Protection Factor หรือ Sunburn Protection Factor) และ/หรือ PA (UVA Protection Factor) ต้องระบุเฉพาะค่าประสิทธิภาพการป้องกันฯ ที่ได้จากการทดสอบเครื่องสำอางสำเร็จรูป</p> <p><b>กรณีเป็นเครื่องสำอางที่มีใช้มีวัตถุประสงค์หลักในการป้องกันแสงแดด (Secondary sunscreen)</b></p> <p>ห้ามใช้ข้อความหรือภาพที่สื่อให้เข้าใจว่าเป็นเครื่องสำอางที่มีวัตถุประสงค์หลักในการป้องกันแสงแดด หากมีวัตถุประสงค์เสริมร่วมกับการป้องกันแสงแดด เช่น ป้องกันแสงแดดพร้อมบำรุงผิวให้ชุ่มชื้นให้ปฏิบัติตามกรณีที่มีวัตถุประสงค์หลักในการป้องกันแสงแดด</p>	<p>๑) ประกาศสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา เรื่อง แนวทางการโฆษณาเครื่องสำอาง ตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. ๒๕๓๕ ประกาศ วันที่ ๒๗ สิงหาคม ๒๕๕๒</p> <p>๒) The Commission Recommendation of ๒๒ September ๒๐๐๖ on the efficacy of sunscreen products and the claims made relating thereto</p>

ผลิตภัณฑ์	แนวทางการพิจารณาโฆษณาเครื่องสำอาง	เอกสารอ้างอิง/มติ
<p>๗. กลุ่มเครื่องสำอางทำความสะอาดสะออดผสมสารแอนตี้แบคทีเรีย (Antibacterial in cleaning products)</p>	<p>๑. ห้ามใช้ข้อความหรือภาพที่สื่อถึงความหมายถึงประสิทธิภาพในการกำจัด/ยับยั้งการเจริญเติบโตของแบคทีเรีย ซึ่งเป็นสรรพคุณทางยา</p> <p>๒. ข้อความโฆษณาต้องสื่อความหมายทำให้เข้าใจว่าเครื่องสำอางมีสรรพคุณหลักในการทำความสะอาดเพื่อสุขอนามัยที่ดีของบุคคล และมีจุดประสงค์รองในการชำระล้าง/ลดการสะสมของแบคทีเรียที่เป็นสาเหตุหนึ่งของกลิ่นกายได้ด้วย โดยอาจใช้ข้อความที่สื่อความหมายดังนี้</p> <p>๒.๑ ใช้ทำความสะอาด ชำระล้างสิ่งสกปรก และแบคทีเรีย ซึ่งเป็นสาเหตุหนึ่งของกลิ่นกาย</p> <p>๒.๒ ใช้ทำความสะอาด ชำระล้าง สิ่งสกปรก และแบคทีเรีย</p> <p>๒.๓ ใช้ทำความสะอาด และช่วยลดการสะสมของแบคทีเรีย</p>	<p>มติคณะอนุกรรมการว่าด้วยฉลากและโฆษณา ตามที่ปรากฏในหนังสือ ที่ สธ ๐๘๐๕/ว ๔๒๑ ลงวันที่ ๒๘ สิงหาคม ๒๕๔๔</p>
<p>๘. กลุ่มเครื่องสำอางขจัดรังแค (Anti-dandruff)</p>	<p>๑. ห้ามใช้ข้อความหรือภาพที่สื่อถึงความหมายถึงประสิทธิภาพในการกำจัด/ยับยั้งอาการคันศีรษะ อันเนื่องมาจากเชื้อราหรือการรักษาโรคหนังศีรษะอักเสบ หรือขจัดรังแคแบบถาวร</p> <p>๒. การใช้ข้อความหรือภาพโฆษณาต้องสื่อความหมายภายใต้ขอบข่ายของเครื่องสำอางในลักษณะของการทำความสะอาดเส้นผม หนังศีรษะ และสะเก็ดรังแค รวมทั้งลดการคันศีรษะที่เกิดจากรังแคในช่วงระยะเวลาที่ใช้ผลิตภัณฑ์</p>	<p>Unacceptable claims of ASEAN Cosmetic Claims Guidelines : “Eliminates dandruff permanently”</p>
<p>๙. กลุ่มเครื่องสำอางบำรุงเส้นผมและหนังศีรษะ (Anti-hair fall due to breakage hair)</p>	<p>๑. ห้ามใช้ข้อความหรือภาพโฆษณาที่สื่อความหมายถึงประสิทธิภาพว่าช่วยลดปัญหาผมขาดหลุดร่วงอันเนื่องจากปัจจัยภายในร่างกาย หรือมีผลต่อการปรับวงจรการเจริญเติบโตของเส้นผมหรือหนังศีรษะ หรือลักษณะทางพันธุกรรม</p> <p>๒. การโฆษณาต้องสื่อความหมายถึงสรรพคุณในการดูแลเส้นผมว่าเคลือบเส้นผมให้ลื่นหวีง่าย</p>	<p>Unacceptable ckaims of ASEAN Cosmetic Claims Guidelines: “Restores hair cell”, “Hair loss can be arrested or reversed”, “Stimulates hair growth”</p>

ผลิตภัณฑ์	แนวทางการพิจารณาโฆษณาเครื่องสำอาง	เอกสารอ้างอิง/มติ
๑๐. กลุ่มเครื่องสำอาง ยืด ดัด ย้อมสีผม (Hair perming, strengthening and colorants)	<p>๑. ห้ามใช้ข้อความหรือภาพโฆษณาที่สื่อความหมายถึงประสิทธิภาพว่าช่วยทำให้เส้นผมอยู่ในสภาพที่ดีขึ้น หรือไม่ทำลายเส้นผม ยกเว้น หากมีส่วนผสม (active ingredient) ที่ช่วยในการปกป้องเส้นผม หรือบำรุงเส้นผม ซึ่งต้องมีผลการทดสอบประสิทธิภาพสนับสนุน</p> <p>๒. การโฆษณาต้องสื่อให้เข้าใจว่าผลิตภัณฑ์ให้ผลลัพธ์ไม่เป็นการถาวรและควรแสดงข้อความให้ทดสอบการแพ้งของผลิตภัณฑ์ก่อนใช้ เนื่องจากเป็นที่ทราบกันดีว่าสารเคมีในผลิตภัณฑ์กลุ่มนี้ส่งผลกระทบต่อสภาพของเส้นผม หรืออาจมีการแพ้จากการสัมผัสได้</p> <p><b>หมายเหตุ:</b> ข้อความสรรพคุณดังกล่าวไม่เกี่ยวข้องกับชื่อชนิดของผลิตภัณฑ์ เช่น ผลิตภัณฑ์ย้อมสีผมชนิดถาวร ชนิดกึ่งถาวร ชนิดชั่วคราว</p>	
๑๑. กลุ่มเครื่องสำอางลดเหงื่อและกลิ่นกาย (Anti-perspirant, deodorant)	<p>๑. ห้ามใช้ข้อความหรือภาพที่สื่อความหมายถึงประสิทธิภาพว่าช่วยระงับการเกิดเหงื่อ หรือมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างของต่อมเหงื่อ เช่น ลดจำนวนต่อมเหงื่อ มีผลต่อกระบวนการเกิดเหงื่อ เป็นต้น</p> <p>๒. การโฆษณาต้องสื่อความหมายเกี่ยวกับการลดกลิ่นกายอันเนื่องมาจากการหมักหมมที่เกิดจากความชื้นของเหงื่อใต้รักแร้ เมื่อลดความเปียกชื้นใต้วงแขนได้ ปัญหากลิ่นกายอันไม่พึงประสงค์ส่วนหนึ่งจึงลดลงได้</p> <p>๓. ควรระบุข้อความโฆษณาที่ทำให้ผู้บริโภคเข้าใจได้ว่า ผลลัพธ์ที่ได้ขึ้นอยู่กับสภาวะของแต่ละบุคคล</p> <p><b>หมายเหตุ:</b> เครื่องสำอางลดเหงื่อเมื่อสัมผัสกับผิว คุณสมบัติที่มีลักษณะคล้ายไข (wax, gel) จะเคลือบผิว เพื่อปิดรูขุมขน จึงมีส่วนช่วยลดเหงื่อที่จะหลั่งออกมาได้ส่วนหนึ่งในขณะที่ผลิตภัณฑ์ยังคงอยู่บนผิว ซึ่งผู้ใช้จะรู้สึกได้ว่าความเปียกชื้นใต้วงแขนลดลง จึงรู้สึกแห้งสบายกว่าที่ไม่ได้ใช้ผลิตภัณฑ์ และได้ความหอมเพิ่มจากกลิ่นของผลิตภัณฑ์ ซึ่งสารที่เคลือบผิวนี้จะหลุดลอกออกได้เมื่อมีการชำระล้างตามปกติ โดยไม่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างของต่อมเหงื่อ และด้วยส่วนประกอบอื่นๆ เช่น สาร anti-bacteria และน้ำหอม จึงช่วยลดปัญหากลิ่นกายอันไม่พึงประสงค์ ในขณะที่ใช้ผลิตภัณฑ์</p>	Unacceptable claims of ASEAN Cosmetic Claims Guidelines : “Completely prevents sweating/perspiration”

ผลิตภัณฑ์	แนวทางการพิจารณาโฆษณาเครื่องสำอาง	เอกสารอ้างอิง/มติ
๑๒. กลุ่มเครื่องสำอางน้ำหอม (Perfumes/ Fragrances/ Colognes)	๑. ห้ามใช้ข้อความหรือภาพที่สื่อความหมายถึงประสิทธิภาพว่าช่วยดึงดูดทางเพศ หรือกระตุ้นฮอร์โมนทางเพศ หรือมีผลต่อจิตใจและประสาท เช่น ช่วยระงับความเครียด, ทำให้นอนหลับ, ช่วยไม่ให้รู้สึกอ่อนล้า/อ่อนเพลีย เป็นต้น ๒. การโฆษณาต้องสื่อความหมายในลักษณะการให้กลิ่นหอมแก่ร่างกายตามกลิ่นของเครื่องสำอางนั้นๆ	Unacceptable claims of ASEAN Cosmetic Claims Guidelines : “Aphrodisiac or hormonal attraction”
๑๓. กลุ่มเครื่องสำอางสำหรับเล็บ (Nail products)	๑. ห้ามใช้ข้อความหรือภาพที่สื่อความหมายถึงประสิทธิภาพว่ามีผลต่อระบบการทำงานของร่างกาย เช่น ช่วยเร่งให้เล็บงอกยาวเร็วขึ้น หรือใช้รักษาเชื้อราที่เล็บ เป็นต้น ๒. การโฆษณาต้องสื่อความหมายในลักษณะที่เกี่ยวกับการทำความสะอาด เปลี่ยนแปลงหรือตกแต่งรูปลักษณ์ของเล็บเพื่อดูแลให้อยู่ในสภาพที่ดี เช่น ล้างสีเล็บ, แต่งสีเล็บ, เคลือบและบำรุงเล็บ เป็นต้น	Unacceptable claims of ASEAN Cosmetic Claims Guidelines : “Reference to growth resulting from nourishment”
๑๔. กลุ่มเครื่องสำอางสำหรับช่องปาก (Oral care products)	๑. ห้ามใช้ข้อความหรือภาพที่สื่อความหมายถึงประสิทธิภาพว่ามีผลในการรักษา/ป้องกันโรคปริทันต์ เช่น แผลในช่องปาก เชื้อราในช่องปาก เหงือกอักเสบ เลือดออกตามไรฟัน เป็นต้น ๒. การโฆษณาต้องสื่อถึงสรรพคุณหลักในการทำความสะอาดและส่งเสริมสุขอนามัยในช่องปาก และฟัน เช่น ป้องกันฟันผุ (กรณีมีส่วนผสมของสารป้องกันฟันผุ ได้แก่ ฟลูออไรด์ หรือสารอื่นที่มีข้อมูลทางวิชาการ และมีผลทดสอบประสิทธิภาพอ้างอิง) ลดการสะสมคราบแบคทีเรีย หรือคราบพลัค (กรณีมีส่วนผสมของสารแอนตี้แบคทีเรียในปริมาณที่ไม่เข้าข่ายเป็นยา ซึ่งต้องตรวจสอบจากตำรายาเป็นการเฉพาะแต่ละสาร) ลดการเสียวฟัน (กรณีที่มีส่วนผสมของสารลดการเสียวฟัน) ลดกลิ่นปาก และช่วยให้ลมหายใจสะอาดสดชื่น จึงส่งผลให้สุขภาพเหงือกและฟันดี <b>หมายเหตุ:</b> ในกรณีน้ำยาบ้วนปาก ไม่ใช่ข้อความ หรือภาพแสดงให้เข้าใจว่าสามารถทดแทนการแปรงฟันได้ ๓. กรณีที่เป็นผลิตภัณฑ์เพื่อสุขอนามัยในช่องปากที่มีส่วนผสมของ Hydrogen peroxide ที่เป็นส่วนผสม หรือที่ถูกปลดปล่อยจากผลิตภัณฑ์ไม่เกิน ๐.๑% ผู้ผลิต ผู้นำเข้า ผู้ขาย สามารถขายให้แก่ผู้บริโภคนำไปใช้ได้โดยทั่วไปนั้น ห้ามแสดงประสิทธิภาพในการฟอกสีฟัน	Unacceptable claims of ASEAN Cosmetic Claims Guidelines : “Treatment or prevention of dental abscess, gumboils, inflammation, mouth ulcers, periodontitis, pyorrhea, periodontal disease, stomatitis, thrush or any oral diseases or infections”

ผลิตภัณฑ์	แนวทางการพิจารณาโฆษณาเครื่องสำอาง	เอกสารอ้างอิง/มติ				
<p>๑๕. กลุ่มเครื่องสำอางฟอกสีฟัน (Teeth bleaching products)</p>	<p>๑. ห้ามใช้ข้อความหรือภาพที่สื่อความหมายถึง ประสิทธิภาพในการฟอกสีฟันให้ขาวขึ้นได้อันเนื่องจากผลอันไม่พึงประสงค์จากการใช้ยา กลุ่ม Tetracycline หรือกลุ่มที่เกิดจากโรคฟัน เช่น Fluorosis ซึ่งไม่สามารถแก้ไขได้จากการใช้เครื่องสำอางกลุ่มฟอกสีฟัน</p> <p>๒. การโฆษณาในส่วนของการแสดงภาพที่สื่อผลลัพธ์หลังการฟอกสีฟัน ต้องสอดคล้องกับความเป็นจริง หรือเพิ่มข้อความที่ทำให้ผู้บริโภคเข้าใจว่า “ผลลัพธ์ที่ได้ขึ้นอยู่กับสีของผิวฟันแต่ละบุคคล”</p> <p>หมายเหตุ:</p> <table border="1" data-bbox="404 825 1061 1129"> <thead> <tr> <th data-bbox="410 832 660 981">% Hydrogen peroxide ที่ถูกปลดปล่อยจากผลิตภัณฑ์</th> <th data-bbox="664 832 1055 981">ข้อกำหนดพิเศษ</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="410 987 660 1123">ไม่เกิน ๖%</td> <td data-bbox="664 987 1055 1123">- ผู้ผลิต ผู้นำเข้า ผู้ขายต้อง ขยายให้เฉพาะกับทันตแพทย์เท่านั้น ห้ามขยายให้ผู้บริโภคนำไปใช้เอง</td> </tr> </tbody> </table>	% Hydrogen peroxide ที่ถูกปลดปล่อยจากผลิตภัณฑ์	ข้อกำหนดพิเศษ	ไม่เกิน ๖%	- ผู้ผลิต ผู้นำเข้า ผู้ขายต้อง ขยายให้เฉพาะกับทันตแพทย์เท่านั้น ห้ามขยายให้ผู้บริโภคนำไปใช้เอง	<p>๑) ประกาศกระทรวงสาธารณสุข เรื่อง กำหนดชื่อและปริมาณของวัตถุที่อาจใช้เป็นส่วนผสมในการผลิตเครื่องสำอาง ประกาศ ณ วันที่ ๒๙ สิงหาคม ๒๕๕๑</p> <p>๒) Unacceptable claims of ASEAN Cosmetic Claims Guidelines : “Whitens tetracycline-induced stains”</p>
% Hydrogen peroxide ที่ถูกปลดปล่อยจากผลิตภัณฑ์	ข้อกำหนดพิเศษ					
ไม่เกิน ๖%	- ผู้ผลิต ผู้นำเข้า ผู้ขายต้อง ขยายให้เฉพาะกับทันตแพทย์เท่านั้น ห้ามขยายให้ผู้บริโภคนำไปใช้เอง					