

คู่มือ

การตรวจสอบ
ประสิทธิภาพ
ผลิตภัณฑ์สุขภาพเบื้องต้น



คู่มือการตรวจสอบแผนระวางโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพเบื้องต้น

พิมพ์ครั้งที่ 6 พฤษภาคม 2559

จำนวนพิมพ์ 5,000 เล่ม

ผลิตโดย
กลุ่มพัฒนาเครือข่าย
กองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค
สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา
กระทรวงสาธารณสุข

สงวนลิขสิทธิ์ตามพระราชบัญญัติ

ห้ามลอกเลียนแบบส่วนหนึ่งส่วนใดของหนังสือเล่มนี้

โดยไม่ได้รับอนุญาตจากเจ้าของลิขสิทธิ์

พิมพ์ที่ โรงพิมพ์สำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ

คำคำ

ปัจจุบันผู้บริโภคให้ความสนใจเรื่องการดูแลสุขภาพมากขึ้น ประกอบกับสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) เห็นว่าสถานการณ์ด้านการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ไม่ถูกต้อง ทั้งที่เป็นการโฆษณาคุณภาพสรรพคุณ ประโยชน์ของผลิตภัณฑ์สุขภาพโดยไม่ได้รับอนุญาตหรือโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพไม่ตรงตามที่อนุญาต ส่งผลให้ผู้บริโภคได้รับผลิตภัณฑ์ที่ไม่คุ้มค่าและอาจได้รับอันตรายจากผลิตภัณฑ์ ดังจะเห็นได้จากปริมาณการรับแจ้งข้อมูลร้องเรียนจากประชาชนผู้บริโภค เรื่องพบการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพที่กล่าวอ้างเกินจริง เป็นเท็จ ทำให้หลงเชื่อ เมื่อซื้อและนำไปบริโภค นอกจากใช้แล้วไม่ได้ผลตามคำโฆษณาแล้ว บางครั้งก่อให้เกิดอันตรายต่อสุขภาพอีกด้วย

อย. ได้ดำเนินงานเชิงรุกเพื่อแก้ไขปัญหาการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ผิดกฎหมาย ซึ่งต้องอาศัยความร่วมมือจากหลายฝ่าย กลยุทธ์ที่สำคัญประการหนึ่ง คือ มุ่งเน้นพัฒนากลไกการทำงานร่วมกัน ดังนั้น **“เครือข่ายดำเนินงาน”** จึงเป็นกลไกสำคัญในการช่วย อย. เพื่าระวังการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ผิดกฎหมาย และบอกต่อความรู้ให้แก่สมาชิกเครือข่าย เพื่อให้รู้เท่าทันการโฆษณาเหล่านั้น อันจะช่วยลดปัญหาที่เกิดจากการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพที่กล่าวอ้างเกินจริงได้

“คู่มือการตรวจสอบเพื่าระวังโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพเบื้องต้น”

ผลิตขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้เป็นเครื่องมือในการเพื่าระวังการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ผิดกฎหมาย โดยหวังว่าเนื้อหาในคู่มือจะช่วยให้อุปกรณ์ของ ด่าน. ประกอบด้วย คณะทำงานภาคประชาชน เครือข่ายของ คณะทำงานภาคประชาชน และประชาชนผู้บริโภคทั่วไปสามารถใช้ประโยชน์ ในการเพื่าระวังการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ผิดกฎหมาย ส่งผลให้ช่วยลดปัญหาการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ไม่ถูกต้อง ไม่เหมาะสม ตลอดจน ช่วยให้ประชาชนได้รับความปลอดภัยจากการบริโภคมากยิ่งขึ้น

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

สารบัญ

	หน้า
✿ เตรียมพร้อมฉบับหนึ่ง ก่อนเฝ้าระวัง	1
✿ การเฝ้าระวังโฆษณา	5
✿ การเฝ้าระวังโฆษณาอาหาร	11
✿ การเฝ้าระวังโฆษณาเครื่องสำอาง	17
✿ การเฝ้าระวังโฆษณาเครื่องมือแพทย์	24
✿ การเฝ้าระวังโฆษณาวัตถุอันตรายที่ใช้ในบ้านเรือน	29
✿ อย. บอกต่อ... ข้อความโฆษณาที่ อย. ไม่อนุญาต	36
✿ ช่องทางการแจ้งข้อมูล / แจ้งเบาะแสผลิตภัณฑ์สุขภาพ และประเด็นอื่นๆ	43

ถ้าไม่อยากเสียเงิน

โดยเปล่าประโยชน์ อย่าหลงเชื่อโฆษณา

สรรพคุณเกินจริง และอ่านฉลาก

ให้ละเอียดก่อนซื้อ



เตรียมพร้อม นับหนึ่ง ก่อนเฟียร์ะวัง



ทำความรู้จักผลิตภัณฑ์สุขภาพ

ผลิตภัณฑ์สุขภาพ เป็นผลิตภัณฑ์ที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิต และเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีวัตถุประสงค์การใช้เพื่อสุขภาพอนามัย รวมถึงเป็นผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับการประกอบวิชาชีพด้านการแพทย์ และ สาธารณสุข ตลอดจนผลิตภัณฑ์ที่อาจมีผลกระทบต่อสุขภาพอนามัย

ผลิตภัณฑ์สุขภาพ มีดังนี้

ยา หมายถึง ยาที่ใช้ป้องกัน บำบัด บรรเทา รักษาโรคหรืออาการของโรคต่าง ๆ ทั้งที่เป็นยาแผนโบราณ และยาแผนปัจจุบัน ซึ่งแบ่งออกเป็น ยาสามัญประจำบ้าน ยาอันตราย ยาควบคุมพิเศษ ยาบรรจุเสร็จที่ไม่ใช่ยาอันตราย หรือยาควบคุมพิเศษ ซึ่งผลิตภัณฑ์ยามีทั้งยาสำหรับมนุษย์และยาสำหรับสัตว์



อาหาร หมายถึง ของกินหรือเครื่องค้ำจุนชีวิต เช่น อาหารในภาชนะบรรจุที่ปิดสนิท น้ำบริโภคในภาชนะบรรจุที่ปิดสนิท นมพร้อมดื่ม กาแฟปรุงสำเร็จ ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร เป็นต้น



เครื่องสำอาง อาทิ ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดผิวหน้า ครีมหรือโลชั่นบำรุงผิว ครีมรองพื้น แป้งทาหน้า ลิปสติก ทิชชูตา/แท้ม ครีมกันแดด น้ำหอม ผลิตภัณฑ์ย้อมผม เจลแต่งผม ผลิตภัณฑ์ทาเล็บ ยาสีฟัน ฯลฯ



เครื่องมือแพทย์ อาทิ ถูยางอนามัย แก้วไฟฟ้าสติก คอนแทคเลนส์
รวมถึงคอนแทคเลนส์แฟชั่น เครื่องนวด เครื่องสั่นสะเทือน ฯลฯ



วัตถุอันตรายที่ใช้ในบ้านเรือน อาทิ ผลิตภัณฑ์ป้องกันและกำจัด
แมลงในบ้านเรือน ผลิตภัณฑ์ซักผ้าชนิดเหลว ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด
ห้องน้ำ ผลิตภัณฑ์ลบคำผิด ฯลฯ



วัตถุเสพติด อาทิ ยาเสพติดที่มีการใช้ประโยชน์ทางการแพทย์ เช่น มอร์ฟิน โคเดอีน หรือ วัตถุที่ออกฤทธิ์ต่อจิตและประสาท เช่น ยานอนหลับ ยาลดความอ้วนบางชนิด แม้แต่สารระเหยจำพวก ทินเนอร์ แอลกอฮอล์ กาวยาง ฯลฯ ก็จัดเป็นวัตถุเสพติดเช่นกัน



ซึ่งผลิตภัณฑ์สุขภาพที่มักจะพบการโฆษณากล่าวอ้างเกินจริง คือ ยา อาหาร เครื่องสำอาง เครื่องมือแพทย์ และวัตถุอันตรายที่ใช้ในบ้านเรือน เพื่อเป็นการเฝ้าระวังและส่งเสริมให้มีความรู้ในการดูแลตัวเอง ไม่ให้ตกเป็นเหยื่อของโฆษณากล่าวอ้างเกินจริง เราจึงต้องรู้จักการเฝ้าระวังโฆษณาเบื้องต้น

การเฝ้าระวังโฆษณา



ยา เป็นผลิตภัณฑ์ที่ผู้ซื้อคาดหวังว่ารักษาโรคได้แน่นอน จึงมีผู้อาศัยความคิดดังกล่าวโฆษณาเกินกว่าสรรพคุณที่ได้รับอนุญาต เช่น เพิ่มสมรรถภาพทางเพศ ฟันฟุตับ ไต รักษาเบาหวาน ฯลฯ โดยรูปแบบการโฆษณาที่ อย. พบปัญหาการหลอกลวงหรือผิดกฎหมาย มีดังนี้

ลักษณะการโฆษณา
ที่ต้องเฝ้าระวัง

การโฆษณาโดยมีการรับรอง ยกย่อง
สรรพคุณยาโดยบุคคลอื่น

ตัวอย่าง

- แพทย์...(ชื่อ)...รับรองยาว่า
“ใช้แล้วหายปวดหลังเลย”
- “โฆษณาโดยมีการระบุชื่อผู้ขาย”



ลักษณะการโฆษณา
ที่ต้องเผื่อระวัง

การโฆษณาขายยาที่มีการแถม
หรือออกสลากรางวัล

ตัวอย่าง

โฆษณาว่า ให้ส่งชิ้นส่วนมาชิงโชค/
ส่งฉลากยาแลกรางวัล/
ซื้อยา 1 ขวด แถม 1 ขวด/
ซื้อยา 1 ขวด แถมกระดิกน้ำ 1 ใบ เป็นต้น

ซื้อ
ฟรี



ลักษณะการโฆษณา
ที่ต้องเผื่อระวัง

การโฆษณาสรรพคุณยา ว่าสามารถรักษา
หรือ ป้องกันโรค ได้หายขาด

ตัวอย่าง

โฆษณาที่มีการใช้คำดังต่อไปนี้ เช่น
ยอดยียม หายแน่ วิเศษยิ่ง ปลอดภัย ไม่มีผลข้างเคียง ฯลฯ

ลักษณะการโฆษณา
ที่ต้องเผื่อระวัง

การโฆษณาสรรพคุณยาเกินความจริง



ตัวอย่าง

- โฆษณายาระบายบรรเทาอาการท้องผูกว่าสามารถลดน้ำหนัก ละลายไขมัน/ลดไขมัน
- โฆษณายา ว่ารักษาเอดส์ มะเร็ง
- แจกแจงสรรพคุณส่วนประกอบของสมุนไพรแต่ละชนิดที่มีอยู่ในยา เช่น โถไม้รู้ลัม บำรุงความกำหนัด แก้ปัสสาวะพิการ หรือ โสมจีน แก้เสื่อมสมรรถภาพทางเพศ เสริมภูมิต้านทาน เป็นต้น เสมือนกินแล้วจะได้ผลตามที่กล่าวอ้าง ซึ่งที่จริงแล้วการออกฤทธิ์ของยาจะเป็นการออกฤทธิ์โดยรวมและมีสรรพคุณตามที่ได้รับอนุญาตขึ้นทะเบียน คือ บำรุงร่างกาย เท่านั้น

ลักษณะการโฆษณา
ที่ต้องเผื่อระวัง

การโฆษณาหรือทำให้เข้าใจว่า
เป็น ยาบำรุงกาม เพิ่มสมรรถภาพทางเพศ

ตัวอย่าง

โฆษณาว่าเป็น ยาบำรุงกาม เพิ่มสมรรถภาพทางเพศ

ลักษณะการโฆษณา
ที่ต้องเฝ้าระวัง

การโฆษณาสรรพคุณยาว่าสามารถรักษา
โรคร้ายแรง ได้แก่ โรคเบาหวาน มะเร็ง
อัมพาต วัณโรค โรคเรื้อน รวมถึงโรคหรือ
อาการของโรคเกี่ยวกับสมอง หัวใจ ปอด
ตับ ม้าม และไต

ตัวอย่าง

โฆษณาว่าสามารถบรรเทา/บำบัด/รักษา/
ป้องกันโรคมะเร็ง อัมพาต วัณโรค โรคเรื้อน
โรคหรืออาการของโรคเกี่ยวกับสมอง หัวใจ
ปอด ตับ ม้าม และไต

ลักษณะการโฆษณา
ที่ต้องเฝ้าระวัง

การโฆษณาทำให้เข้าใจผิดว่ามีตัวยา
เป็นส่วนประกอบ หรือมีแต่ปริมาณน้อย
กว่าที่โฆษณา

ตัวอย่าง

ทำให้เข้าใจว่ามีตัวยาปริมาณ 1,000 มิลลิกรัม แต่มีปริมาณยาจริง
เพียง 500 มิลลิกรัม หรือไม่มีเลย

ลักษณะการโฆษณา
ที่ต้องเฝ้าระวัง

การโฆษณายาหรือทำให้เข้าใจว่า

- เป็นยาทำให้แท้งลูกหรือขับระดูอย่างแรง
- เป็นยาคุมกำเนิด

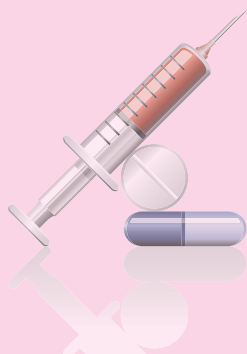


ตัวอย่าง

- โฆษณาอวดอ้างว่า เป็นยาขับประจำเดือน
ยาทำแท้ง ช่วยยุติการตั้งครรภ์ไม่พึงประสงค์
- โฆษณาว่าเป็นยาคุมกำเนิด

ลักษณะการโฆษณา
ที่ต้องเฝ้าระวัง

การโฆษณาสรรพคุณยาอันตราย
ยาควบคุมพิเศษ ต่อประชาชนทั่วไป



ตัวอย่าง

- โฆษณาว่าเป็น “ยารักษาสิ่ว” “ยารักษาฝ้า”
“ยาคุมกำเนิด” “ยาลดความดันโลหิต”
- การโฆษณายาชนิดทุกประเภท

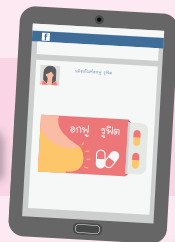
“อกฟู รูพิต” คัมหรือที่จะเสี่ยง?

ปัจจุบันพบผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร อวดสรรพคุณ

อกฟู รูพิต

โฆษณาทางเว็บไซต์และเฟซบุ๊ก

**เป็นจำนวนมาก
แถมอวดสรรพคุณต่าง ๆ
ที่เกินจริง เช่น...**



เปลี่ยนหน้าอก
จากคัพ A เป็น C,D,E



กระชับ
มดลูก



กระชับ
สัดส่วน



ผิวสวย
หน้าใส



แต่รู้หรือไม่?

ผลิตภัณฑ์เหล่านี้มักแอบใส่ “ฮอร์โมนเพศหญิง” ในปริมาณสูง

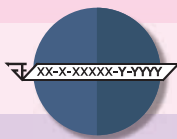
ผลข้างเคียงที่ตามมา คือ “โรคมะเร็ง” • มะเร็งเต้านม • มะเร็งรังไข่ • มะเร็งมดลูก

สวย...

แบบไม่เสี่ยง



อย่าเชื่อผลิตภัณฑ์
เสริมอาหารที่โฆษณา
สรรพคุณเกินจริง



หากต้องการซื้อผลิตภัณฑ์
เสริมอาหาร เลือกซื้อผลิตภัณฑ์
ที่มีฉลากถูกต้อง มีเลขสารบบอาหาร
ในกรอบเครื่องหมาย อย.



รับประทานอาหาร
ให้หลากหลาย
ครบ 5 หมู่



ออกกำลังกาย
สม่ำเสมออย่างน้อย
วันละ 30 นาที



ผลิตภัณฑ์
เสริมอาหาร
ไม่ใช่ยารักษาโรค



สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา
Food and Drug Administration



YouTube

/FDATHAI

การเฝ้าระวังโฆษณาอาหาร



อาหาร เป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีสรรพคุณในการบำบัด รักษา ป้องกัน บรรเทาโรคหรืออาการของโรค และไม่มีผลกับโครงสร้างของร่างกาย โดยผลิตภัณฑ์อาหาร อาทิ ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร เครื่องดื่มผสมสารสกัด หรือผสมวิตามินต่าง ๆ กาแฟปรุงสำเร็จชนิดผง ฯลฯ มักพบการโฆษณาที่ไม่ถูกต้อง ในหลากหลายลักษณะ เช่น ลดความอ้วน ช่วยผิวขาว ใส กระจ่าง รักษาโรค กำจัด/ขับสารพิษ เป็นต้น ซึ่งหากพบการอวดอ้างลักษณะดังกล่าว รู้ได้ทันทีว่าเป็นการโฆษณาที่ไม่ได้รับอนุญาต และอาจเป็นการโฆษณาที่หลอกลวง โดยลักษณะ/ตัวอย่างข้อความในโฆษณาที่ต้องเฝ้าระวัง สรุปโดยสังเขปได้ ดังนี้



ลักษณะการโฆษณา
ที่ต้องเฝ้าระวัง

การโฆษณาคุณประโยชน์ของอาหาร
ที่ไม่ได้รับอนุญาต และอาจหลอกลวง
ให้เกิดความหลงเชื่อโดยไม่สมควร

ตัวอย่าง

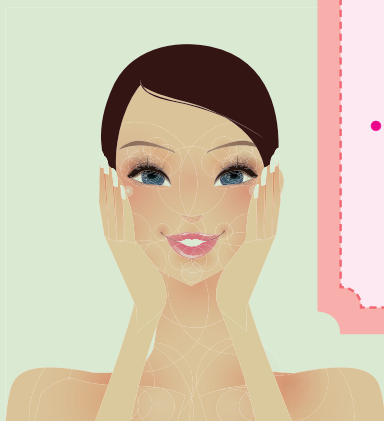
ทำให้ผมมีน้ำหนัก เงามาม ดกดำ ป้องกันผมร่วง ผมขาว

ลักษณะการโฆษณา
ที่ต้องเฝ้าระวัง

การโฆษณาคุณประโยชน์ของอาหาร
ที่ไม่ได้รับอนุญาต และอาจหลอกลวง
ให้เกิดความหลงเชื่อโดยไม่สมควร

ตัวอย่าง

- ผิวขาว เนียน ผิวพรรณเปล่งปลั่ง สดใส
ลดริ้วรอยเหี่ยวย่น ลดสิว ฝ้า กระ
จุดด่างดำ
- ลดน้ำหนักส่วนเกินได้รวดเร็วและ
ปลอดภัย สามารถลดน้ำหนัก
ได้อาทิตย์ละอย่างต่ำ 5 กิโลกรัม
โดยร่างกายไม่อ่อนเพลีย



ลักษณะการโฆษณา
ที่ต้องเผื่อระวัง

การโฆษณาคุณประโยชน์ของอาหาร
ที่ไม่ได้รับอนุญาต และอาจหลอกลวง
ให้เกิดความหลงเชื่อโดยไม่สมควร

ตัวอย่าง

- ช่วยซ่อมแซมและจัดสารพิษของร่างกาย...ช่วยให้ร่างกายแข็งแรงสามารถต้านทานโรคภัยไข้เจ็บได้ดีขึ้น มีภูมิคุ้มกันโรคที่ดีขึ้น...
- ...ลดสารพิษที่มาจากอาหารและมลพิษทางอากาศ ช่วยป้องกันไม่ให้เซลล์ในร่างกายเปลี่ยนแปลงเป็นมะเร็ง...
- ช่วยเพิ่มความสูง

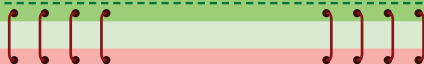
ตัวอย่าง

- เครื่องดื่มสมุนไพรจีน สูตรนี้เป็นสุดยอดของเครื่องดื่มสมุนไพร... โสมอเมริกา... ป้องกันโรคหัวใจ สมอฝ่อ สมอเลื่อม... โสมเกาหลี... ป้องกันโลหิตจาง... ปักคิ้วดำ... ป้องกันเบาหวาน... เจียเต็กยัง... ป้องกันไตวาย...
- บำรุงร่างกาย บำรุงสมอง หัวใจ ประสาท สายตา
- ช่วยระงับกลิ่นกาย กลิ่นปาก
- ทำให้ฟันขาว
- ยับยั้งการเจริญเติบโตของเชื้อโรค
- สร้างภูมิคุ้มกันให้กับร่างกาย



ลักษณะการโฆษณา
ที่ต้องเผื่อระวัง

การโฆษณาคุณประโยชน์ของอาหาร
ที่ไม่ได้รับอนุญาต และอาจหลอกลวง
ให้เกิดความหลงเชื่อโดยไม่สมควร



before



after

ตัวอย่าง

- ช่วยแก้ปัญหาวัยทอง เช่น ลดอาการร้อนวูบวาบ ป้องกันโรคกระดูกพรุน เป็นต้น
- ช่วยบำรุงและเสริมสร้างประสิทธิภาพทางเพศ เช่น เพิ่มขนาดอวัยวะเพศ เพิ่มน้ำรัก เพิ่มความอึด
- ยืนยันว่ามีผลการศึกษาทางวิทยาศาสตร์ แต่ไม่ได้รับเอกสารอ้างอิงใด ๆ หรือมีเอกสารวิจัยที่จำงทำขึ้น
- แสดงบทสัมภาษณ์ผู้ป่วยที่ใช้ผลิตภัณฑ์อาหาร แล้วโรค/อาการของโรคต่าง ๆ หายหรือดีขึ้น
- แสดงภาพก่อนและหลัง (Before and After) ของผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ ซึ่งสื่อให้เข้าใจว่าเมื่อรับประทานผลิตภัณฑ์แล้วทำให้ได้ผลดีขึ้น เช่น น้ำหนักลดลง โรคหรืออาการของโรคดีขึ้น เป็นต้น



ตัวอย่างคำหรือข้อความที่ไม่อนุญาต



ให้ใช้ในการโฆษณา

คุณภาพ คุณประโยชน์ และสรรพคุณของอาหาร

ยอด	ดีเลิศ	เด็ดขาด	ศักดิ์สิทธิ์
มหัศจรรย์	ที่สุด	สุดยอด	เยี่ยม
เยี่ยมยอด	ยอดเยี่ยม	ดีที่สุด	เลิศที่สุด
ชนะเลิศ	เลิศเลอ	ดีเด็ด	วิเศษ
ฮีโร่	บริสุทธิ์	ล้ำเลิศ	ชั้นเลิศ
เลิศล้ำ	หนึ่งเดียว	พิเศษ	ยอดไปเลย
เยี่ยมไปเลย	ที่หนึ่งเลย	โดดเด่น	ปาฏิหาริย์



คุณกำลังตกเป็นเหยื่อ!!

โฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพเหล่านี้หรือไม่?



อวดว่า
“อกฟู รูฟิต”
แต่แอบใส่ฮอร์โมนเพศหญิงเกินขนาด



อวดว่า
“เพิ่มพลังทางเพศ”
แต่แอบใส่สารอันตราย (ซิลเดนาฟิล)



อวดว่า
“ลดความอ้วน”
แต่แอบใส่ยาอันตราย (ไซบูทรามิน)



หยุดซื้อ...หยุดเชื่อ...ผลิตภัณฑ์สุขภาพโฆษณาหลอกลวง
ร้องเรียนสายด่วน อย. 1556



สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา
Food and Drug Administration



YouTube /FDATHAI

การเฟ้าระวัง โฆษณาเครื่องสำอาง



เครื่องสำอาง เป็นผลิตภัณฑ์ใช้ภายนอก เพื่อความสะอาด ความสวยงาม และมีผลต่อร่างกายเพียงแค่ผิวภายนอกเท่านั้น ไม่สามารถลงลึกถึงผิวชั้นในได้ และไม่มีผลเปลี่ยนแปลงโครงสร้างหรือการทำงานของร่างกาย แต่ปัจจุบันยังพบเห็นข้อความโฆษณาเครื่องสำอางที่อวดอ้างเกินจริงหลากหลายลักษณะ โดยลักษณะการโฆษณาเครื่องสำอางที่ต้องเฟ้าระวัง มีดังนี้

ลักษณะการโฆษณา
ที่ต้องเฟ้าระวัง

การโฆษณาที่ก่อให้เกิดความเข้าใจผิด
ในสาระสำคัญ



ตัวอย่าง

...กรณีที่มีปัญหาผมร่วง ผมบาง หนังศีรษะล้าน
หรือชะลอการเกิดผมขาวและต้องการ
เร่งเส้นผมใหม่เกิดขึ้น...

ลักษณะการโฆษณา ที่ต้องเฝ้าระวัง

การโฆษณาที่ก่อให้เกิดความเข้าใจผิด ในสาระสำคัญ

before



after



ตัวอย่าง

- ...สบู่อ... เพื่อผิวหน้าขาวใส
- ...ครีมทาแก้มขาว รักแร้ขาว เป็นครีมที่ใช้ทา รักแร้ แก้มขาว...
- ...ครีมหน้าขาวใสถาวร...
- ...ช่วยให้ใบหน้าขาวขึ้นเพียงข้ามคืน...
- ...เห็นนะว่าผิวเปลี่ยน...เรียบขึ้น...ขาวขึ้น...
- ...พร้อมเผยผิวใหม่ที่ขาวใสได้ทันที...
- ...ยับยั้งกระบวนการสร้างสีผิวที่ผิดปกติ...
- ...สูตรผสมพิเศษ...ซึ่งมีคุณสมบัติยับยั้งการทำงานของ Tyrosinase ซึ่งเป็นตัวสร้างเม็ดสีเมลานิน...
- ...เพื่อช่วยยับยั้งกระบวนการสร้างเมลานินที่เป็นสาเหตุของผิวหมองคล้ำ
- ...รักษาปัญหา ฝ้า กระ...
- ...ช่วยลดสิ่วฝ้า...สบู่อลดฝ้า...
- ...สิ่วอีกเสบยุบไปเยอะมาก...สิ่วนี้ยุบเกือบหมดหน้าก็เรียบ...
- ...ยังปกป้องผิวจากโรคผิวหนัง ผด ผื่นคัน ช่วยฆ่าเชื้อแบคทีเรีย เชื้อรา กลาก เกลื้อน... ช่วยลดการอักเสบของผิวหนัง...

ลักษณะการโฆษณา ที่ต้องพิจารณา

การโฆษณาที่ก่อให้เกิดความเข้าใจผิด ในสาระสำคัญ

ตัวอย่าง

- ...สวยเพรียว กระชับไว เพียงคุณใช้เวลา 10-15 นาที
- เจลและครีมผ่านการค้นคว้าเพื่อให้เหมาะกับผู้ที่มีปัญหาเกี่ยวกับเซลลูไลท์ ไขมันส่วนเกินตามร่างกาย ผิวหนังห้อยหย่อนคล้อยหลังคลอดบุตร หลังลดน้ำหนัก ช่วยผิวแตกลายให้จางลง และเรียบเนียนขึ้น หรือรักษารูปร่างให้คงเดิม เหมาะสำหรับผู้ที่ไม่มีเวลาดูแลตัวเอง เพียงทาและนวดเจลและครีมบริเวณที่ต้องการ จะได้รูปร่างและสัดส่วนที่สวยงามขึ้น
- ...หลังผ่าตัดคลอด น้ำหนักลดแต่มีปัญหาของเซลลูไลท์ หน้าท้องหย่อนคล้อย ผิวแตกลาย ได้ทดลองใช้... เซลลูไลท์และหน้าท้องเป็นชั้น ๆ หายไป ผิวและหน้าท้องเรียบเนียน รูปร่างกระชับ ผิวแตกลายจางลงและเรียบเนียนขึ้น เนียนนุ่มยามสัมผัส สามารถกลับไปใส่เสื้อผ้าก่อนผ่าตัดได้
- ...ชุดกระชับผิวหนังโดยไม่ต้องศัลยกรรม...ขนาดแก้มลดลง 0.3-1.5 ซม. ...วัดความกระชับของผิวคุณได้ด้วยไม้บรรทัดนี้ใน 10 นาที...

ลักษณะการโฆษณา ที่ต้องเฝ้าระวัง

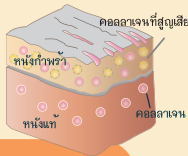
การโฆษณาที่ก่อให้เกิดความเข้าใจผิด ในสาระสำคัญ

ตัวอย่าง

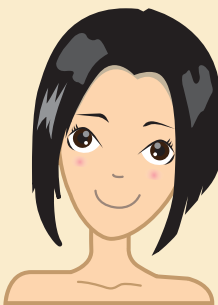
- ...ส่วนผสมของน้ำมันนั้นต้องครบและถูกต้องตามสูตร โดยแต่ละชนิดต้องมีคุณสมบัติเฉพาะตัว เช่น ช่วยกระตุ้นการไหลเวียนของโลหิต และช่วยให้ไขมันขาว และของเหลวใต้ผิวกระจายออกไปสู่ระบบการขจัดของเสีย...
 - ...ลดปัญหาโรคเหงือก...
 - ...คุณสมบัติพิเศษ
1. ช่วยให้อวัยวะเพศชายแข็งตัวมีชีวิตชีวา
 2. เพิ่มระยะเวลาในการแข็งตัว ช่วยให้สามารถมีเพศสัมพันธ์ได้นานขึ้นในแต่ละครั้ง
 3. สามารถมีเพศสัมพันธ์ได้บ่อยมากขึ้น
 4. ช่วยให้การฉับกระฉ่งมีชีวิตชีวา...



ลักษณะการโฆษณา ที่ต้องเผื่อระวัง



สร้างคอลลาเจน
ให้หน้าเต่งตึง



การโฆษณาที่ก่อให้เกิดความเข้าใจผิด ในสาระสำคัญ

ตัวอย่าง

- ...ช่วยต่อต้านอนุมูลอิสระ...
- ...ลบริ้วรอย...เสริมสร้างคอลลาเจนขึ้นใหม่...
...เพิ่มการไหลเวียนเลือด...
- ...ซ่อมแซมเซลล์ผิวหนังให้มีความสมบูรณ์...
ซ่อมแซมและปกป้องเซลล์ผิว
กระตุ้นการทำงานของเซลล์ผิว
ช่วยสร้างคอลลาเจนให้ผิวหนังเต่งตึง...
- ...ทำทนายแรงโน้มถ่วงของธรรมชาติด้วย
เทคโนโลยี Biolifting ยกกระชับผิว...
- ...บำรุงยกกระชับผิวหนัง เห็นผลทันทีที่ใช้...
- ...ปฏิบัติตรงเข้ากระตุ้นการทำงานของ
ระบบไหลเวียน น้ำหล่อเลี้ยงตามธรรมชาติ
คืนความอัมเอิบ สู้แหล่งกักเก็บน้ำใต้ผิว
ธรรมชาติ กระตุ้นและเพิ่มระดับ
การหมุนเวียนของน้ำหล่อเลี้ยงในชั้นผิว
...หล่อเลี้ยงผิวธรรมชาติอย่างแท้จริง
จากภายใน...

ลักษณะการโฆษณา ที่ต้องเฝ้าระวัง

การโฆษณาที่ก่อให้เกิดความเข้าใจผิด ในสาระสำคัญ

ตัวอย่าง

- ...ช่วยปรับสภาพทรวงอกคุณให้เต่งตึงขึ้น และยังช่วยเพิ่มขนาดอกให้ใหญ่ขึ้นจนคนใกล้ชิดคุณสามารถสังเกตเห็นได้ภายใน 2-3 สัปดาห์ จะเพิ่มขึ้น 1-2 นิ้ว และจะอยู่ตัวอย่างถาวร โดยไม่ยุบ เมื่อคุณใช้ 3 กระปุก รับรองผลถาวร...
- ...ขยายเส้นห้ อกสวย ...ช่วยกระชับทรวงอกและขยายทรวงอกให้ดูอวบอ้อม เต่งตึงได้รูป ...เปล่งปลั่ง และมีน้ำมีนวลมากขึ้น...
- ...อกสวยแน่! เพียงแค่ใช้ 2-3 ครั้ง ก็รู้สึกได้ทันทีถึงการเปลี่ยนแปลง
 1. อกแฟบ หย่อนยานหลังคลอดบุตร
 2. อายุเริ่มเป็นสาวเต็มตัว แต่อกยังเล็กอยู่ ...ปัญหาอกไม่สมบูรณ์หลังคลอดบุตรนั้น...ช่วยฟื้นฟูพลังผิว “ดันทรงเข้ารูป”
ให้ความอึดอัดกับเนินทรวงอก เหมาะสำหรับผู้ที่ต้องการมีหน้าอกที่สวยงามเปล่งปลั่งมีน้ำมีนวล บุคคลที่ไม่พอใจกับอกตัวเอง...

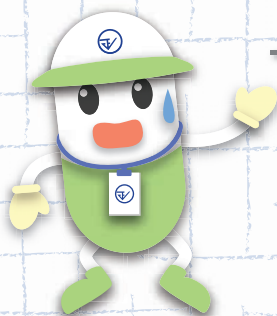




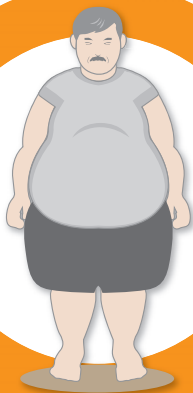
อย่าหลงเชื่อ



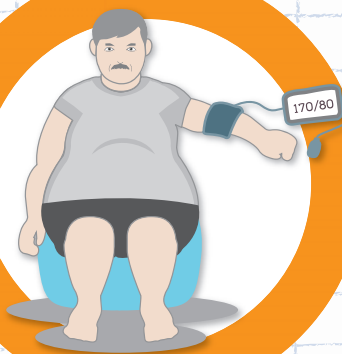
อุปกรณ์บำบัดด้วยกระแสไฟฟ้าสถิต อังรักษาสารพัดโรค



อัมพฤกษ์ อัมพาต



เบาหวาน



ความดันโลหิตสูง

ข้อเท็จจริง : อบ. ไม่เคยอนุญาต อุปกรณ์บำบัดด้วยกระแสไฟฟ้าสถิตที่มีข้อบ่งใช้หรือ
วัตถุประสงค์การใช้ที่เกี่ยวกับเบาหวาน ความดันโลหิตสูง อัมพฤกษ์ อัมพาต



สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา
Food and Drug Administration



YouTube /FDATHAI



การเฝ้าระวังโฆษณา เครื่องมือแพทย์

เครื่องมือแพทย์ เป็นหนึ่งในผลิตภัณฑ์สุขภาพที่อยู่ในความรับผิดชอบของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) ซึ่งมักจะพบปัญหาการโฆษณาโอ้อวดเกินจริง โดยส่วนใหญ่จะพบปัญหาในเครื่องใช้หรือเครื่องมือที่ใช้เพื่อกายภาพบำบัด เช่น แก้วไฟฟ้าสติกิตเตียงนวดอินฟราเรด เป็นต้น โดยมีการโฆษณาในลักษณะที่สามารถ บรรเทา และรักษาโรคต่าง ๆ ได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งโรคอัมพฤกษ์ อัมพาต เบาหวาน ความดันโลหิตสูง หรือสามารถจัดสารพิษออกจากร่างกายได้ ทั้งนี้หากประชาชนพบการโฆษณาเกินจริงในลักษณะโอ้อวดดังกล่าว ควรแจ้ง อย. เพื่อดำเนินการ นอกจากนี้ยังมีลักษณะการโฆษณาเครื่องมือแพทย์/ตัวอย่างข้อความในโฆษณาที่ต้องเฝ้าระวังอื่น ๆ อีก ดังนี้



ลักษณะการโฆษณา
ที่ต้องเผื่อระวัง

โฆษณาเครื่องมือแพทย์ที่ห้ามผลิต
นำเข้า ขาย

[[[[

]]]]

ตัวอย่าง

ส่วนใหญ่ไม่มีการระบุชื่อ ที่อยู่ผู้จัดทำจำหน่าย

ลักษณะการโฆษณา
ที่ต้องเผื่อระวัง

แสดงการรับรอง ยกย่องคุณประโยชน์ของ
เครื่องมือแพทย์ โดยบุคคลหนึ่งบุคคลใด
ทั้งทางตรงและทางอ้อม

[[[[

]]]]

ตัวอย่าง

- ยกนิ้วโป้ง (บ่งบอกถึงความเยี่ยมยอด)
- ชูนิ้ว ๒ นิ้ว (วิดตอริ/ชัยชนะ)
- ถือ จับ ไชว (ยกเว้นแสดงลักษณะของการใช้เครื่อง)



ลักษณะการโฆษณา
ที่ต้องเผื่อระวัง

จัดให้มีรางวัลโดยการเสี่ยงโชค

[[[[

]]]]

ตัวอย่าง

มีการชิงโชค จึงรางวัล โดยวิธีการจับฉลาก หรือสุ่ม

ลักษณะการโฆษณา
ที่ต้องเฝ้าระวัง

โฆษณาสรรพคุณว่าสามารถป้องกัน
บำบัด บรรเทา รักษาโรคที่ห้ามโฆษณา
ต่อประชาชนทั่วไป

ตัวอย่าง

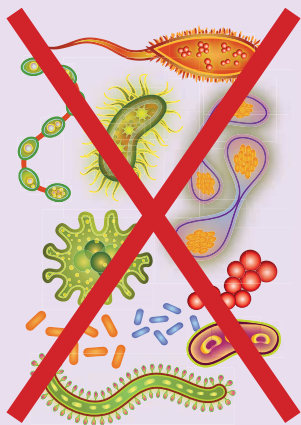
โฆษณาว่าสามารถป้องกัน บำบัด บรรเทา รักษาโรคมะเร็ง
/เบาหวาน/อัมพฤกษ์/อัมพาต/โรคทางจิตเวช/โรคความดันโลหิต
/โรคหรืออาการของโรคทางสมอง หัวใจและหลอดเลือด ปอด ม้าม
ตับ ไต/เอ็ดส์

ลักษณะการโฆษณา
ที่ต้องเฝ้าระวัง

ก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญ

ตัวอย่าง

- ใช้เพื่อวัตถุประสงค์ในการลดน้ำหนัก
กระชับสัดส่วน
- ใช้เพื่อวัตถุประสงค์ในการเสริมความงาม
เช่น ทำให้ผิวเนียน เรียบ
- ระบุดรพคุณในทางยา เช่น ม้าหรือ
ทำลาย หรือกำจัดเชื้อแบคทีเรีย
เชื้อรา ไวรัส
- เสริมสร้างภูมิคุ้มกันโรค



ลักษณะการโฆษณา
ที่ต้องเผื่อระวัง

จัดต่อวัฒนธรรม ศีลธรรมอันดี
ของประเทศไทย

ตัวอย่าง

การแสดงให้เห็นร่องรอยผู้หญิง ภาพโป๊ เปลือย ลามก อนาจาร

ลักษณะการโฆษณา
ที่ต้องเผื่อระวัง

ชักนำให้รับบริการหรือให้พำนัก
เกินความจำเป็น

ตัวอย่าง

- แจกบัตรให้ไปใช้บริการทุกวัน ภายในระยะเวลา ๑ เดือน
- การแสดงข้อดีในการใช้เครื่องมือแพทย์นั้น ๆ บ่อย ๆ

ลักษณะการโฆษณา
ที่ต้องเผื่อระวัง

หักทอนเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์ของผู้อื่น

ตัวอย่าง

- ดีกว่า
- เบากว่า
- หนาหนุ่มกว่า
- เย็นกว่า
- เล็กกว่า

ตัวอย่างคำหรือข้อความที่ไม่อนุญาต ให้ใช้ในการโฆษณาเครื่องมือแพทย์

ยอด	ยอดเยี่ยม	พิเศษ	ดีเลิศ	วิเศษ
เด็ดขาด	หายขาด	หายห่วง	ทันใจ	ฉับพลัน
ศักดิ์สิทธิ์	มหัศจรรย์	ที่หนึ่ง	เหนือกว่า	เป็นที่หนึ่ง
ปลอดภัยที่สุด	เหมาะสมที่สุด	ปลอดภัย	ที่สุด	แน่นอน
มั่นใจ	ไม่มีผลข้างเคียง	หมดกังวล	โอกาสอย่างนี้	ไม่ทำให้
			มีไม่บ่อยนัก	เกิดอาการแพ้

คำ หรือข้อความภาพ หรือเสียงอันใด ที่มีความหมายทำนองเดียวกัน



การเฝ้าระวังโฆษณา วัตถุอันตรายที่ใช้ในบ้านเรือน



วัตถุอันตรายที่ใช้ในบ้านเรือน

เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีการใช้อย่างแพร่หลาย เช่น ผลิตภัณฑ์ป้องกันกำจัดแมลง
ไล่แมลง ยาจุดกันยุง และผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด/ฆ่าเชื้อ พื้น ฝาผนัง
สุขภัณฑ์ พบว่าคำหรือข้อความซึ่งอวดอ้างเกินจริง และ อย. ไม่อนุญาต
ให้ใช้ในการโฆษณาวัตถุอันตราย ดังนี้



ลักษณะการโฆษณา
ที่ต้องพิจารณา

ผลิตภัณฑ์ป้องกันกำจัดแมลง

ตัวอย่าง

- ใช้ภาพเด็ก / นำเด็กมาเป็นนักแสดงในโฆษณา
- ใช้ภาพผลไม้ประกอบการโฆษณา
- ใช้ภาพชวนให้สุดดม
- ใช้ข้อความชวนให้สุดดม เช่น คำว่า “หอม” “กลิ่นหอม”
เพื่อสื่อว่าผลิตภัณฑ์ที่โฆษณานั้นปลอดภัย



ลักษณะการโฆษณา
ที่ต้องพิจารณา

ผลิตภัณฑ์ทาผิวหนังไล่ยุง/ไล่แมลง

ตัวอย่าง

- ใช้ได้บ่อยเท่าที่ต้องการ
- ไม่ระคายเคืองผิว
- โลชั่นธรรมชาติ
- หนอมผิว
- บำรุงผิว



ลักษณะการโฆษณา
ที่ต้องเผื่อระวัง

ผลิตภัณฑ์ฉีดพ่นกำจัดแมลง

ตัวอย่าง

- กำจัดแมลงได้ทุกชนิด
- พืชตายแรงสูง
- สูตรฆ่าแมลง...เร็ว...เร็ว
- พลังแรง
- เพิ่มพลังกำจัด
- สูตรมือปราบแมลง

ลักษณะการโฆษณา
ที่ต้องเผื่อระวัง

ยาจุดกันยุง

ตัวอย่าง

- ปลอดภัย
- ทำจากธรรมชาติ 99%



ลักษณะการโฆษณา
ที่ต้องเผื่อระวัง

ยากันยุงที่ใช้กับเครื่องไฟฟ้า

ตัวอย่าง

- ฆ่ายุง
- กำจัดยุง



ลักษณะการโฆษณา
ที่ต้องเฝ้าระวัง

เหยื่อกำจัดมด แมลง

ตัวอย่าง

- ตายยกรัง
- ไม่ทิ้งสารตกค้าง
- ไม่มีผลต่อเด็ก สัตว์เลี้ยง อาหาร
- ฆ่าได้ทั้งรัง
- สูตรยาพิเศษ



ลักษณะการโฆษณา
ที่ต้องเฝ้าระวัง

แชมพู กำจัดเห็บ หมัด เหา ไร
หมัดในสัตว์เลี้ยง

ตัวอย่าง

- ประสิทธิภาพสูง
- ปลอดภัยต่อสุนัข สัตว์เลี้ยง
- กำจัดตัวเห็บทุกชนิด
- ทำให้ผิวหนังสุขภาพดี



ลักษณะการโฆษณา
ที่ต้องเผื่อระวัง

ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด
ผลิตภัณฑ์ฆ่าเชื้อโรคพื้นและเครื่องสุขภัณฑ์

ตัวอย่าง

- ขจัดคราบเหนียวกว่า
- คราบสกปรกทุกชนิด
- ฉนวนมือ
- ที่คัดค้านขึ้นเป็นพิเศษ
- น้ำหอมปรับอากาศ
- ประสิทธิภาพสูง
- ประสิทธิภาพเยี่ยม
- หมดจดอย่างมีอนามัย
- ไร้สารตกค้าง
- ยังสามารถเป็นน้ำหอมปรับอากาศ ที่ให้กลิ่นหอมของดอกไม้ที่สดชื่น
- ระบบเดียวที่มีประสิทธิภาพสูงสุด
- ไม่เป็นอันตรายต่อสุขภัณฑ์ ท่อน้ำ หรือระบบบำบัดน้ำเสีย (สำหรับผลิตภัณฑ์ประเภท กรด-ด่าง)
- สูตรใหม่ลดกลิ่นฉุน ลดควัน (สำหรับผลิตภัณฑ์ประเภท กรด-ด่าง)
- ใช้น้ำยาทำความสะอาดพื้นทุกวันช่วยป้องกันคุณจากโรคภัยที่มองไม่เห็น
- ฆ่าเชื้อโรค 100 %



ตัวอย่างคำหรือข้อความที่ไม่อนุญาต
ให้ใช้ในการโฆษณาวัตถุอันตรายที่ใช้ในบ้านเรือน

ได้ผลเด็ดขาด

ปลอดภัย

ออกฤทธิ์แรง

ได้ผล 100% (ร้อยเปอร์เซ็นต์)

ไม่เป็นอันตราย

ไม่เป็นพิษ



วิธีง่าย ๆ ปลอดภัยจากผลิตภัณฑ์สุขภาพ “ลองโลก”



ผลิตภัณฑ์สุขภาพ
ใช้จนโฆษณาสูงถึง
30,000 ล้านบาท/ปี

โฆษณา “ชวน” ให้ “เชื่อ”
เล่นซ้ำ ๆ ทางโทรทัศน์
50 ถึง 80 ครั้งต่อวัน



อย่าไว้ใจสิ่งที่ได้ฟังจากวิทยุในทันที
สรรพคุณต่าง ๆ อาจพูดมาเพียง
เพื่อ “อยากขายของได้” เท่านั้น



อย่าหลงกลสื่อสิ่งพิมพ์ เก้าเลือก
“คนดูดี” มาแล้วทั้งนั้น

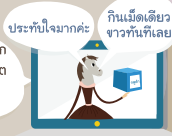


อย่าเคลิ้มคำอวดสรรพคุณ
เกินจริงตามช่องเคเบิล
“เห็นทั้งวันขายอยู่อย่างเดียว”



ชาวอุร่า
ชาเล็ก เริ่มขาย
“ใบยอสีเขียว”
ออกสู่ ฐผลิต
ลดกระชั้นชิดส่วน

อย่าด่วนตัดสินใจจาก
วีวไวน์อินเทอร์เน็ต
“หน้าบ้าน” เพียง



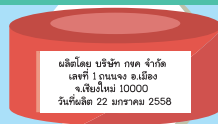
3 ขั้นตอน เช็คทุกครั้งก่อนซื้อผลิตภัณฑ์สุขภาพ

1



ใช้สติ คิด วิเคราะห์ แยกแยะ
“ความเป็นจริง กับ ความเกินจริง”

2



อ่านฉลากอย่างละเอียด

3



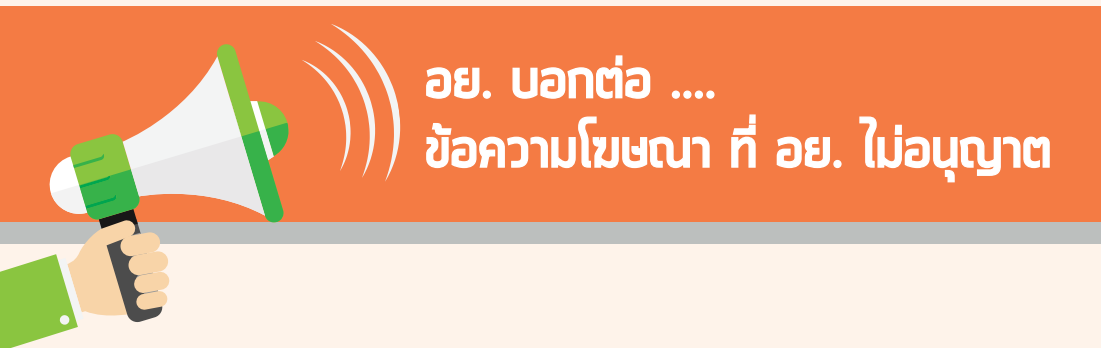
มองหาสัญลักษณ์ที่แสดงว่า
ผ่านการอนุญาตหรือจดแจ้งกับ อย. แล้ว



สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา
Food and Drug Administration



YouTube /FDATHAI



อย. บอกต่อ

ข้อความโฆษณา ที่ อย. ไม่อนุญาต

คุณเคยไหม?

พบผลิตภัณฑ์อาหาร เครื่องสำอาง ยาแผนโบราณ อุปกรณ์การแพทย์ หรือเครื่องมือกายภาพบำบัด ที่โฆษณาว่าสามารถรักษาโรคร้ายแรง/เรื้อรัง หรือช่วยเปลี่ยนแปลงโครงสร้างร่างกาย นอกจากนี้ยังอ้างว่า อย. รับรอง หรือปลอดภัยเพราะผ่าน อย. แล้ว ทั้ง ๆ ที่ อย. ไม่เคยอนุญาตให้โฆษณาในลักษณะรักษาโรค ลดความอ้วน เพื่อหุ่นเพรียว ผิวสวย หรือรับรองสรรพคุณดังกล่าวเลย



ตัวอย่าง

ข้อความโฆษณาเกินจริง มีหลากหลายรูปแบบ
โปรดจดจำไว้ โฆษณาอ้างเกินจริง
ตามที่ปรากฏในตาราง
...อย่าเชื่ออย่าซื้ออย่าใช้

ผลิตภัณฑ์		ตัวอย่างข้อความโฆษณาเกินจริง
ยา		
	ยารักษาร่างกาย ยาลูกกลอน	• ช่วยให้มีเรี่ยว มีแรง บึ้งบึ้ง เสริมสมรรถภาพทางเพศ รักษาโรคเบาหวาน อัลไซเมอร์
	ยาระบายมะขามแขก	• ลดไขมัน ลดโคเลสเตอรอล ลดความอ้วน
	ยาแผนโบราณ	• รักษาไต ตับ แก้เบาหวาน ลดความดัน เพิ่มสมรรถภาพทางเพศ
(ปัญหาที่มักพบ คือ จั๊นทะเบียนเป็นผลิตภัณฑ์ยา แต่โฆษณาสรรพคุณเกินกว่าที่ได้รับอนุญาตจาก อย.)		

ผลิตภัณฑ์	ตัวอย่างข้อความโฆษณาเกินจริง
อาหาร	
กาแฟปรุงสำเร็จ 	• ช่วยลดน้ำหนัก ลดความอ้วน • เผาผลาญไขมัน กระชับสัดส่วน • ดักจับไขมัน สลายไขมัน • ช่วยให้ผิวพรรณสดใส ผิวขาว • ช่วยเพิ่มขนาดหน้าอก และ ความเต่งตึง • ปรับระดับน้ำตาลในเลือด • ช่วยเพิ่มพลังทางเพศ สำหรับผู้ชาย
ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ทั้งในรูปแบบเม็ด แคปซูล ของเหลว ฯลฯ 	• อ้าง อย.รับรองว่ารักษาโรค ลดไขมัน ได้ • ช่วยให้ความจำดี • ขับสารพิษและไขมัน ในร่างกาย • อวดอ้างรักษาโรคมะเร็ง เบาหวาน หัวใจ ภูมิแพ้ ความดันโลหิตสูง เสริมสมรรถภาพทางเพศ ลดโคเลสเตอรอล เพิ่มออกซิเจนให้เซลล์ร่างกาย เพิ่มภูมิต้านทานโรค • ช่วยให้ผิวขาว ผิวพรรณดี ลดริ้วรอยจุดด่างดำ • เพิ่มคอลลาเจนให้ผิว ช่วยให้ผิวเต่งตึง • ช่วยเพิ่มความสูง

ผลิตภัณฑ์	ตัวอย่างข้อความโฆษณาเกินจริง
เครื่องดื่ม อาทิ เครื่องดื่มสมุนไพร น้ำผลไม้ผสมสมุนไพร 	• กินแล้วบำรุงผิวพรรณให้สดใส • รักษาโรคเบาหวาน มะเร็ง อัมพาต วัณโรค โรคเรื้อน โรคหรืออาการของโรคสมอง หัวใจ ปอด ตับ ม้าม ไต • ลดอ้วน ทำให้น้ำหนักร่างกาย รอบเอว รอบสะโพก รอบแขน ลดลง • ช่วยการกำจัด และขับสารพิษ ออกจากร่างกาย • สร้างภูมิคุ้มกันในร่างกาย ทำลายอนุมูลอิสระ • ลดโคเลสเตอรอล • ช่วยกระชับช่องคลอด ออกเต่งตึง • เพิ่มสมรรถภาพทางเพศ • ป้องกันเชื้อเสื่อม รักษาโรคข้อ • บำรุงตับ บำรุงไต บำรุงหัวใจ บำรุงปอด
น้ำคลอโรฟิลล์ 	• ล้างสารพิษออกจากร่างกาย • ผิวพรรณดีขึ้น ดูเนียน กระชับ ริ้วรอยจางลง • บำรุงโลหิต ให้เลือดไหลเวียนดี

ผลิตภัณฑ์	ตัวอย่างข้อความโฆษณาเกินจริง
เครื่องสำอาง	
	ครีมทาผิวกาย/ ทาผิวหน้า • ทาแล้วสามารถสลายไขมันลดเซลลูไลท์ • ช่วยให้ทรวงอกกระชับได้รูปทรง • สร้างคอลลาเจนให้หน้าเต่งตึง ยกผิวส่วนที่หย่อนคล้อย • เสริมสร้างเซลล์ผิวใหม่ ปรับสภาพผิวให้ดีขึ้นจากภายใน
	เจลทาผิวหน้า • ทาแล้วช่วยให้รูปหน้าเรียวเล็กลง
	ครีมทาสิว-ฝ้า • ในตลับเดียว มีสารหยุดยั้งไม่ให้เกิดสิวหรือฝ้าขึ้นมาใหม่ • รักษา ฝ้า กระ จุดด่างดำ • ครีมทาสิว มีตัวยาช่วยลดการอักเสบของสิว • ใช้แล้วกระ ฝ้า หาย
	ไวท์เทนนิ่งครีม • ฟื้นฟูผิวให้แข็งแรง ขาวใสในทันที

ผลิตภัณฑ์	ตัวอย่างข้อความโฆษณาเกินจริง
เครื่องมือแพทย์	
	เข็มวัดเส้นสะท้อน (ผู้ขายมักเรียกว่า เข็มวัดลดอ้วน/ เข็มวัดลดสัดส่วน/ เข็มวัดกระชับ สัดส่วน/ เข็มวัดรัดหุ่น) • ควบคุมการสะสมของไขมันส่วนเกิน รูปร่างสมส่วน • ลดความอ้วนได้โดยไม่ต้องพึ่งยาลดความอ้วน หรือการออกกำลังกาย • กระชับเอว ต้นแขน ต้นขา • ใช้แล้วเสมือนได้ออกกำลังกาย • ช่วยลดหรือกระชับทุกสัดส่วนโดยเสียเวลาไม่กินาที
	เตียงนวดอินฟราเรด • บรรเทาและรักษาโรคต่าง ๆ • เสริมสร้างภูมิคุ้มกันโรคในร่างกายมนุษย์ โดยขจัดเซลล์เก่าและสร้างเซลล์ใหม่ขึ้นมาทดแทน • ขจัดของเสียทำลายแบคทีเรีย

ผลิตภัณฑ์		ตัวอย่างข้อความโฆษณาเกินจริง
	เก้าอี้ไฟฟ้าสถิต	• บรรเทาและรักษาโรคต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในคนที่ เป็นโรคอัมพฤกษ์ อัมพาต เบาหวาน ความดันโลหิตสูง ฯลฯ
	คอนแทคเลนส์ แพชั่น	• ทำให้ดวงตาดูกลมโต • ดวงตาเป็นประกาย ดูโดดเด่น • ดวงตาโตขึ้นอย่างเห็นได้ชัดเจน จนใคร ๆ ต้องมอง • ดวงตาดูเข้มขึ้น • คอนแทคเลนส์ รุ่นตาหวาน สวยใส

ช่องทางการแจ้งข้อมูล / แจ้งเบาะแสผลิตภัณฑ์สุขภาพ และประเด็นอื่น ๆ



ประเด็นที่แจ้งข้อมูล	หน่วยงานที่รับผิดชอบ
พบความบกพร่องของผลิตภัณฑ์สุขภาพ** ที่เห็นได้ชัดเจน เช่น ไม่แสดงฉลากภาษาไทย แสดงฉลากไม่ครบถ้วน เป็นต้น	- สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) แจ้งร้องเรียนได้ที่ - ศูนย์จัดการเรื่องร้องเรียน และปราบปรามการกระทำผิดกฎหมายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพ อาคาร 1 ชั้น 1 - สายด่วน อย. 1556 - โทรศัพท์ 0 2590 1556 - อีเมล 1556@fda.moph.go.th - ตู้ ปณ. 1556 ปณ.กระทรวงสาธารณสุข จังหวัดนนทบุรี 11004 - สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดทุกแห่ง แจ้งที่ กลุ่มงานคุ้มครองผู้บริโภค
พบโฆษณาโอ้อวด หลอกหลวง หรือทำให้เข้าใจผิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพ	
พบการผลิต นำเข้า หรือขายยา และวัตถุเสพติด โดยไม่ได้รับอนุญาต	
พบการผลิต นำเข้า หรือขายผลิตภัณฑ์สุขภาพปลอม	
พบการผลิต หรือขายผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ห้าม หรือมีสารห้ามใช้ เช่น ยาชุด ครีมหาผ้าที่มีสารปรอทแอมโมเนีย หรือไฮโดรควิโนน หรือกรดวิตามินเอ อาหารที่ผสมสารบอแรกซ์ สารฟอกขาว เป็นต้น	
ได้รับอันตรายจากการบริโภค หรือใช้ผลิตภัณฑ์สุขภาพ ทั้ง ๆ ที่ได้ปฏิบัติตามวิธีใช้ คำแนะนำ หรือข้อควรระวังตามที่ระบุบนฉลากแล้ว	

ประเด็นที่แจ้งข้อมูล	หน่วยงานที่รับผิดชอบ
พบเห็นสถานที่ผลิตอาหารที่ดูแล้ว น่าจะไม่ปลอดภัยแก่ผู้บริโภค	1. กทม. แจ้งที่กรุงเทพมหานคร หมายเลขโทรศัพท์ 1555 หรือ สำนักงานเขตทุกเขต 2. ต่างจังหวัด แจ้งที่สำนักงานสาธารณสุข จังหวัด
พบการทุจริต และประพฤติดีมีชอบ ของเจ้าหน้าที่ และหน่วยงานภายใน อย.	
สถานที่ปรุงหรือจำหน่ายอาหารสด อาหารพร้อมบริโภค เช่น ร้านค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต บิมน้ำมัน จำหน่าย อาหารไม่มีคุณภาพ สกปรก เป็นต้น	
ได้รับความเดือดร้อนจากเพื่อนบ้าน/ สิ่งแวดล้อม เช่น เพื่อนบ้านส่งเสียง ดัง หรือ โรงงานผลิตอาหารส่งกลิ่น รบกวน เป็นต้น	
ไม่ได้รับความเป็นธรรมจากสินค้า หรือบริการ เช่น ถูกหลอกให้ซื้อ เครื่องกรองน้ำ เครื่องทำน้ำแข็ง ตู้เย็น โทรทัศน์ หรือบ้านจัดสรร ไม่ได้คุณภาพ เป็นต้น	สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) หมายเลขโทรศัพท์ 1166
พบเห็นการขายตรงหรือการตลาด แบบตรงโดยไม่ได้รับอนุญาต	
การขายสินค้าราคาแพง (รวมถึงการขายผลิตภัณฑ์สุขภาพด้วย)	กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์ หมายเลขโทรศัพท์ 1569
ซื้ออาหารแล้วถูกโกงตาชั่ง	กองชั่ง ตวง วัด กระทรวงพาณิชย์ หมายเลขโทรศัพท์ 1569
พบแพทย์ไม่มีจรรยาบรรณหลอกหลวง ทำให้ได้รับอันตรายหรือเสียหาย	แพทยสภา หมายเลขโทรศัพท์ 0 2590 1881 และ 0 2590 1886

ประเด็นที่แจ้งข้อมูล	หน่วยงานที่รับผิดชอบ
คลินิกหรือสถานพยาบาล ไม่ได้รับอนุญาต/ไม่ได้มาตรฐาน	กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ หมายเลขโทรศัพท์ 0 2193 7999
เกี่ยวกับสิทธิประกันสังคม	สำนักงานประกันสังคม หมายเลขโทรศัพท์ 1506
เกี่ยวกับการให้บริการบัตรทอง	สำนักงานหลักประกันสุขภาพแห่งชาติ หมายเลขโทรศัพท์ 1330
สื่อบุหรี่ในที่ห้ามสูบ/จำหน่ายสุรา ให้แก่เด็กอายุต่ำกว่าที่กฎหมาย กำหนด	กรมควบคุมโรค หมายเลขโทรศัพท์ 0 2590 3342

หมายเหตุ : ผลิตภัณฑ์สุขภาพ** ได้แก่ ผลิตภัณฑ์อาหาร ยา เครื่องสำอาง
เครื่องมือแพทย์ วัตถุอันตรายที่ใช้ในบ้านเรือน และวัตถุเสพติด

กรณีแจ้งข้อมูล / แจ้งเบาะแส ทางโทรศัพท์ผ่านระบบฝากข้อความ
(ร้องเรียนนอกเวลาราชการ) หรือทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (อีเมล)
ควรแจ้งชื่อ พร้อมหมายเลขโทรศัพท์ของผู้แจ้งข้อมูล /
แจ้งเบาะแสไว้ด้วย เพื่อเจ้าหน้าที่จะได้สามารถติดต่อกลับได้
กรณีข้อมูลที่แจ้งไม่เพียงพอต่อการดำเนินการ



ที่ปรึกษา

นพ.บุญชัย
นพ.ไพศาล

สมบูรณ์โสภ
ต้นคุ้ม

เลขาธิการคณะกรรมการอาหารและยา
รองเลขาธิการคณะกรรมการอาหารและยา

คณะผู้จัดทำ

ภก.วีระชัย

นลชชัย

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

ภญ.สุมาลี

พรกิจประสาน

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

ภญ.กุลชญา

ศรวณีย์

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

ภญ.น้ำหนึ่ง

ศรีประเสริฐยิ่ง

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

ภญ.กาญจนา

ลิ้มถาวรกิจ

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

ภญ.วนิดา

วิญญ์วิวัฒน์

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

ภญ.วรพร

นาถบรรพต

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

นางสาวพรพรรณ

เกลี้ยงราดี

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

ภญ.พนิตนาฏ

คำนุ้ย

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

ภญ.มธุรส

ยอดพรหม

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

นายวิมล

ลิ้มสมวงศ์

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

นางณัฐชา

ณ รังษี

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

ภญ.สิทธยา

สุมนานนท์

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

ภญ.ศิริกุล

อำพนธ์

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

นางสาวจุฬาลักษณ์

นิพนธ์แก้ว

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

คู่มือ

การตรวจสอบเฟียร์วัง โฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพเบื้องต้น





สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา
กระทรวงสาธารณสุข

กองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค

โทรศัพท์ 0 2590 7122

www.oryor.com



You Tube /FDATHAI