

ตารางที่ ๑/๒๕๖๐

**เจตนารมณ์และแผนการดำเนินการของผู้ผลิต ผู้นำเข้า และผู้จำหน่าย หรือตัวแทน เพื่อให้สอดคล้องกับ
พระราชบัญญัติควบคุมการส่งเสริมการตลาดอาหารสำหรับทารกและเด็กเล็ก พ.ศ. ๒๕๖๐
โดย สมาคมผู้ผลิตอาหารทารกและเด็กเล็ก**

มาตราที่เกี่ยวข้อง	เจตนารมณ์และแผนการดำเนินการของผู้ผลิต ผู้นำเข้า และผู้จำหน่าย หรือตัวแทนเพื่อให้สอดคล้องกับ พ.ร.บ.ฯ	เหตุผลประกอบพร้อมแหล่งอ้างอิง
<p>มาตรา ๓ ในพระราชบัญญัตินี้</p> <p>“อาหารสำหรับทารก” หมายความว่า</p> <p>(๑) นมหรือผลิตภัณฑ์อื่นที่ใช้เป็นอาหาร ทั้งนี้ ที่มีส่วนประกอบของสารอาหารที่เหมาะสมและเพียงพอที่จะใช้เลี้ยงทารกตามกฎหมายว่าด้วยอาหาร</p> <p>(๒) นมหรือผลิตภัณฑ์อื่นที่ใช้เป็นอาหาร ทั้งนี้ ที่มีข้อความแสดงให้เห็นว่าใช้เลี้ยงทารกได้</p> <p>“อาหารสำหรับเด็กเล็ก” หมายความว่า นมหรือผลิตภัณฑ์อื่นที่ใช้เป็นอาหาร ทั้งนี้ ที่มีข้อความแสดงให้เห็นว่าใช้ในการเลี้ยงเด็กเล็ก และเฉพาะตามที่รัฐมนตรีประกาศกำหนดโดยคำแนะนำของคณะกรรมการ</p> <p>“อาหารเสริมสำหรับทารก” หมายความว่า อาหารที่ใช้เสริมคุณค่าทางโภชนาการและสร้างความคุ้นเคยในการบริโภคอาหารให้แก่ทารกที่มีอายุตั้งแต่หกเดือนขึ้นไปตามกฎหมายว่าด้วยอาหาร</p> <p>“บุคลากรด้านสาธารณสุข” หมายความว่า บุคลากรทุกสาขาอาชีพที่ปฏิบัติงานในหน่วยบริการสาธารณสุข และให้หมายความรวมถึงอาสาสมัครที่ปฏิบัติงานเกี่ยวกับบริการสาธารณสุขด้วย</p>	<p>๑. ผลิตภัณฑ์ที่จัดเป็น “อาหารสำหรับทารก” ตามนิยามในพระราชบัญญัตินี้ คือ</p> <p>๑) นมผงดัดแปลงสำหรับทารกตั้งแต่แรกเกิดถึง ๑ ปี (สูตร ๑)</p> <p>๒) นมผงดัดแปลงสูตรต่อเนื่องสำหรับทารกและเด็กเล็ก (สูตร ๒)</p> <p>๒. เมื่อพระราชบัญญัตินี้มีผลบังคับใช้ จะยังไม่มีผลิตภัณฑ์ใดในตลาดที่จัดเป็น “อาหารสำหรับเด็กเล็ก” รวมทั้งนมและผลิตภัณฑ์นม นมปรุงแต่ง เครื่องดื่มนม สำหรับเด็กอายุ ๑ ปีขึ้นไป ฯลฯ (เช่น นมผงสูตร ๓ สูตร ๔ นม UHT) จนกว่าจะมีประกาศกระทรวงฯ กำหนดว่าผลิตภัณฑ์ใดบ้างเป็น “อาหารสำหรับเด็กเล็ก” ผลิตภัณฑ์นั้นจึงจะถูกควบคุมการส่งเสริมการตลาดตามพระราชบัญญัตินี้</p> <p>๓. ผลิตภัณฑ์ที่จัดเป็น “อาหารเสริมสำหรับทารก” คือผลิตภัณฑ์ที่จัดทะเบียนตามกฎหมายอาหารเป็นอาหารเสริมสำหรับทารกและเด็กเล็กและที่มีข้อความระบุว่าใช้สำหรับทารกอายุ ๖-๑๒ เดือนเท่านั้น</p> <p>๔. เกสัชกรที่เป็นสมาชิกของสภาเภสัชกรรม ซึ่งเป็นหนึ่งในองค์กรวิชาชีพด้านสาธารณสุขภายใต้พระราชบัญญัตินี้ รวมทั้งเภสัชกรวิชาชีพที่ปฏิบัติการตามร้านขายยา ถือเป็น “บุคลากรด้านสาธารณสุข”</p>	

<p>มาตรา ๑๐ ให้คณะกรรมการมีอำนาจหน้าที่ ดังต่อไปนี้</p> <p>(๑) กำหนดนโยบาย ยุทธศาสตร์ และมาตรการในการควบคุม การส่งเสริมการตลาดอาหารสำหรับทารก อาหารสำหรับเด็กเล็ก และอาหารเสริมสำหรับทารก</p> <p>(๒) ส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาระบบในการเฝ้าระวังการ ส่งเสริมการตลาดอาหารสำหรับทารก อาหารสำหรับเด็กเล็ก และ อาหารเสริมสำหรับทารก</p> <p>(๓) ให้คำแนะนำหรือความเห็นแก่รัฐมนตรีในการออกประกาศ เพื่อปฏิบัติการตามพระราชบัญญัตินี้</p> <p>มาตรา ๑๒ ในการปฏิบัติหน้าที่ตามพระราชบัญญัตินี้ คณะกรรมการและคณะอนุกรรมการอาจขอให้หน่วยงาน องค์กร หรือ บุคคลใด จัดส่งเอกสารทางวิชาการหรือสถิติที่เกี่ยวข้องกับการ ส่งเสริมการตลาดอาหารสำหรับทารก อาหารสำหรับเด็กเล็ก และอาหาร เสริมสำหรับทารก และมีอำนาจออกคำสั่งเป็นหนังสือเรียกบุคคลใด มาให้ข้อเท็จจริงหรือแสดงความคิดเห็น หรือให้ส่งคำชี้แจง เอกสาร ข้อมูล หลักฐาน หรือสิ่งอื่นใดที่เกี่ยวข้องมาเพื่อใช้ประกอบการ พิจารณาได้</p> <p>มาตรา ๑๓ ให้กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข รับผิดชอบ งานธุรการของคณะกรรมการและคณะอนุกรรมการ และให้มีอำนาจ หน้าที่ ดังต่อไปนี้</p>	<p>ผู้ผลิต ผู้นำเข้า และผู้จำหน่าย มีความยินดีจะขอเข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่ง ในการกำหนด และจัดทำนโยบาย ยุทธศาสตร์ และมาตรการในการควบคุม การส่งเสริมการตลาดอาหารสำหรับทารก อาหารสำหรับเด็กเล็ก และ อาหารเสริมสำหรับทารก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกระบวนการพิจารณาร่าง และออกกฎหมายลำดับรอง โดยคณะกรรมการควบคุมการส่งเสริม การตลาดสำหรับทารกและเด็กเล็ก (คสตท.) และกรมอนามัย กระทรวง สาธารณสุข ควรเปิดโอกาสให้มีการรับฟังความคิดเห็นของผู้ที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะจากผู้ผลิต ผู้นำเข้า และผู้จัดจำหน่าย เพื่อวิเคราะห์ผลกระทบที่ อาจเกิดขึ้นจาก นโยบาย ยุทธศาสตร์ มาตรการ และกฎหมายลำดับรอง ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับพระราชบัญญัตินี้อย่างรอบด้านและเป็นระบบ โดยมิ การประกาศแจ้งล่วงหน้าและเปิดโอกาสให้เอกชนมีส่วนร่วมตกลงรูปแบบ ของการรับฟังความคิดเห็นและกรอบเวลาด้วย และเมื่อสิ้นสุดขั้นตอนการ รับฟังความคิดเห็นแล้ว ควรมีการเปิดเผยผลการรับฟังความคิดเห็นและการ วิเคราะห์นั้นต่อประชาชน และนำมาประกอบการพิจารณาในกระบวนการ ในการกำหนด และจัดทำนโยบาย ยุทธศาสตร์ มาตรการ และกฎหมาย ลำดับรองในการควบคุมการส่งเสริมการตลาดทุกขั้นตอน การดำเนินการ โดยฟังความรอบด้านจากทุกฝ่ายเช่นนี้ จะทำให้การบังคับใช้นโยบาย ยุทธศาสตร์ มาตรการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกฎหมายลำดับรอง ได้รับความ ร่วมมือจากทุกฝ่ายและมีประสิทธิภาพสูงสุด</p>	<p>รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. ๒๕๖๐</p> <p>มาตรา ๗๗ รัฐพึงจัดให้มีกฎหมายเพียงเท่าที่ จำเป็น และยกเลิกหรือปรับปรุงกฎหมาย ที่หมดความจำเป็นหรือไม่สอดคล้องกับ สภาพการณ์ หรือที่เป็นอุปสรรคต่อการ ดำรงชีวิตหรือการประกอบอาชีพโดยไม่ชักช้า เพื่อไม่ให้ เป็นภาระแก่ประชาชน และ ดำเนินการให้ประชาชนเข้าถึงตัวบทกฎหมาย ต่าง ๆ ได้โดยสะดวกและสามารถเข้าใจ กฎหมายได้ง่ายเพื่อปฏิบัติตามกฎหมายได้ อย่างถูกต้อง</p> <p>(วรรคสอง) ก่อนการตรากฎหมายทุกฉบับ รัฐพึงจัดให้มีการรับฟังความคิดเห็นของ ผู้เกี่ยวข้อง วิเคราะห์ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น จากกฎหมายอย่างรอบด้านและเป็นระบบ รวมทั้งเปิดเผยผลการรับฟังความคิดเห็นและ การวิเคราะห์นั้นต่อประชาชน และนำมา ประกอบการพิจารณาในกระบวนการตรา กฎหมายทุกขั้นตอน</p> <p>เมื่อกฎหมายมีผลใช้บังคับแล้ว รัฐพึงจัดให้มี การประเมินผลสัมฤทธิ์ของกฎหมายทุกฉบับ</p>
---	--	---

<p>(๑) จัดทำนโยบาย ยุทธศาสตร์ และมาตรการในการควบคุม การส่งเสริมการตลาดอาหารทารก อาหารสำหรับเด็กเล็ก และอาหาร เสริมสำหรับทารก เสนอต่อคณะกรรมการ</p> <p>(๒) ประสานงานและร่วมมือกับหน่วยงานของรัฐและ หน่วยงานของเอกชนที่เกี่ยวข้องทั้งในประเทศและต่างประเทศ ใน การดำเนินการตามนโยบาย ยุทธศาสตร์ และมาตรการในการ ควบคุมการส่งเสริมการตลาดอาหารสำหรับทารก อาหารสำหรับเด็ก เล็ก และอาหารเสริมสำหรับทารก</p>		<p>ระยะเวลาที่กำหนดโดยรับฟังความคิดเห็นของ ผู้เกี่ยวข้องประกอบด้วย เพื่อพัฒนากฎหมาย ทุกฉบับให้สอดคล้องและเหมาะสมกับบริบท ต่าง ๆ ที่เปลี่ยนแปลงไป</p> <p>(วรรคสาม) รัฐพึงใช้ระบบอนุญาตและระบบ คณะกรรมการในกฎหมายเฉพาะกรณี ที่ จำเป็น พึงกำหนดหลักเกณฑ์การใช้ดุลพินิจ ของเจ้าหน้าที่ของรัฐและระยะเวลาในการ ดำเนินการตามขั้นตอนต่าง ๆ ที่บัญญัติไว้ใน กฎหมายให้ชัดเจน และพึงกำหนดโทษอาญา เฉพาะความผิดร้ายแรง</p>
<p>มาตรา ๑๔ ห้ามผู้ใดโฆษณาอาหารสำหรับทารก ห้ามผู้ใดโฆษณาอาหารสำหรับเด็กเล็กโดยใช้ข้อความเกี่ยวกับ ทารกหรือเด็กเล็กในสื่อโฆษณาที่มีลักษณะเชื่อมโยงหรือทำให้เข้าใจ ได้ว่าเป็นอาหารสำหรับทารกหรือเหมาะสมสำหรับใช้เลี้ยงทารก</p>	<p>การโฆษณาผลิตภัณฑ์อาหารอื่นสำหรับเด็กอายุ ๑ ปีขึ้นไป จะทำโดยมี ข้อความระบุให้ชัดเจนว่า “ผลิตภัณฑ์นี้สำหรับเด็กอายุ ๑ ปีขึ้นไปและทุกคน ในครอบครัวเท่านั้น” หรือข้อความที่มีความหมายคล้ายคลึงกันตามที่ สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาจะอนุมัติให้ใช้ประกอบการโฆษณา และจะไม่มีการใช้รูปภาพหรือสัญลักษณ์ใด ๆ ที่สื่อถึงทารก</p>	
<p>มาตรา ๑๕ ผู้ผลิต ผู้นำเข้า หรือผู้จำหน่ายอาหารสำหรับทารก หรืออาหารสำหรับเด็กเล็กหรือตัวแทน ต้องดำเนินการให้ฉลากอาหาร สำหรับทารกและฉลากอาหารสำหรับเด็กเล็กแตกต่างกันอย่างชัดเจน และสามารถมองเห็นหรือแยกแยะได้โดยง่าย</p> <p>ฉลากอาหารสำหรับทารกและฉลากอาหารสำหรับเด็กเล็กตาม วรรคหนึ่งต้องแตกต่างจากฉลากอาหารอื่นอย่างชัดเจน</p>	<p>เนื่องจากการตัดสินใจฉลากอาหารใด ๆ “แตกต่างกันอย่างชัดเจนและ สามารถมองเห็นหรือแยกแยะได้โดยง่าย” หรือไม่นั้น เป็นเรื่องเฉพาะบุคคล และยังไม่มียุทธศาสตร์ที่สามารถปฏิบัติได้ อย่างชัดเจนจากคณะกรรมการ ควบคุมการส่งเสริมการตลาดสำหรับทารกและเด็กเล็ก (คสทท.)</p>	

	<p>ดังนั้นผู้ผลิต ผู้นำเข้า หรือผู้จำหน่ายอาหารสำหรับทารก หรือตัวแทน จึงต้องใช้วิจารณญาณ ของตัวเองในการตัดสินใจว่า ผลิตอาหารสำหรับทารกในปัจจุบัน มีความแตกต่างจากผลิตอาหารอื่นอย่างชัดเจนแล้วหรือยัง และอาจดำเนินการปรับแก้ไขตามที่เห็นสมควร จนกว่าจะมีข้อตกลงถึงหลักเกณฑ์ที่สามารถปฏิบัติได้จากหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง</p>	
<p>มาตรา ๑๖ ภายใต้บังคับมาตรา ๑๔ การให้ข้อมูลเกี่ยวกับอาหารสำหรับทารกหรือ อาหารสำหรับเด็กเล็กของผู้ผลิต ผู้นำเข้า หรือผู้จำหน่ายอาหารสำหรับทารกหรืออาหารสำหรับเด็กเล็ก หรือตัวแทน ต้องมีข้อความเช่นเดียวกับข้อความตามที่ปรากฏในฉลากอาหารสำหรับทารกหรืออาหาร สำหรับเด็กเล็กที่ได้รับอนุญาตตามกฎหมายว่าด้วยอาหาร โดยไม่ปรากฏข้อความที่เป็นการกล่าวอ้างทางโภชนาการและสุขภาพ และกรณีเป็นอาหารสำหรับทารกต้องมีข้อมูล ดังต่อไปนี้</p> <p>(๑) ข้อมูลค่าใช้จ่ายและปริมาณในการใช้อาหารสำหรับทารกในภาพรวม</p> <p>(๒) ข้อควรระวังจากการเตรียมหรือการใช้อาหารสำหรับทารก หลักเกณฑ์ วิธีการ เงื่อนไข และรายละเอียดในการจัดทำข้อมูลตามวรรคหนึ่ง ให้เป็นไปตามที่ รัฐมนตรีประกาศกำหนดโดยคำแนะนำของคณะกรรมการ</p> <p>ช่องทางในการให้ข้อมูลตามวรรคหนึ่ง ให้เป็นไปตามที่ รัฐมนตรีประกาศกำหนดโดยคำแนะนำ ของคณะกรรมการ</p>	<p>การให้ข้อมูลเกี่ยวกับอาหารสำหรับทารกของผู้ผลิต ผู้นำเข้า ตามมาตรานี้จะกระทำก็ต่อเมื่อมีคำถามที่เกี่ยวกับอาหารทารกของผู้ผลิต ผู้นำเข้า แต่ละรายจากผู้บริโภคซึ่งได้ตัดสินใจแล้วด้วยตนเองว่าจะเลือกใช้ อาหารทารก เพื่อประโยชน์ในการคุ้มครองผู้บริโภคให้ได้รับข่าวสารรวมทั้ง คำพรรณนาคุณภาพที่ถูกต้องและเพียงพอเกี่ยวกับอาหารทารก โดยไม่มีเจตนาที่จะโฆษณาอาหารทารกดังกล่าว</p> <p>ทั้งนี้การให้ข้อมูลโดยการตอบคำถามดังกล่าว จะมีข้อความที่อ้างอิง จากข้อความตามที่ปรากฏในฉลากอาหารสำหรับทารก</p> <p>ในส่วนของการแสดงข้อมูลค่าใช้จ่ายและปริมาณในการใช้อาหาร สำหรับทารกในภาพรวมพร้อมทั้งข้อควรระวังจากการเตรียมหรือการใช้ อาหารสำหรับทารก ตามอนุมาตรา ๑ และ ๒ นั้น เนื่องจากยังไม่มี หลักเกณฑ์กำหนด ผู้ผลิต ผู้นำเข้า หรือผู้จำหน่าย หรือตัวแทน จะยังไม่สามารถให้ข้อมูลในส่วนนี้ได้</p>	<p>พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒</p> <p>มาตรา ๔ ผู้บริโภคมีสิทธิได้รับความคุ้มครอง ดังต่อไปนี้</p> <p>(๑) สิทธิที่จะได้รับข่าวสารรวมทั้งคำ พรรณนาคุณภาพที่ถูกต้องและ เพียงพอเกี่ยวกับสินค้าและบริการ</p> <p>WHO Code, Article 4.2. Informational and educational materials, whether written, audio, or visual, dealing with the feeding of infants and intended to reach pregnant women and mothers of infants and young children, should include clear information on all the following points: (a) the benefits and superiority of breast-feeding; (b) maternal nutrition, and the preparation for</p>



		<p>and maintenance of breast-feeding; (c) the negative effect on breast-feeding of introducing partial bottle-feeding; (d) the difficulty of reversing the decision not to breast-feed; and (e) where needed, the proper use of infant formula, whether manufactured industrially or home-prepared. When such materials contain information about the use of infant formula, they should include the social and financial implications of its use; the health hazards of inappropriate foods or feeding methods; and, in particular, the health hazards of unnecessary or improper use of infant formula and other breast-milk substitutes, Such materials should not use any pictures or text which may idealize the use of breast-milk substitutes.</p>
<p>มาตรา ๑๗ การให้ข้อมูลเกี่ยวกับอาหารสำหรับทารกหรืออาหารสำหรับเด็กเล็ก ของผู้ผลิต ผู้นำเข้า หรือผู้จำหน่ายอาหารสำหรับทารกหรืออาหารสำหรับเด็กเล็ก หรือตัวแทน แก่บุคลากรด้าน</p>	<p>ข้อมูลเกี่ยวกับอาหารสำหรับทารกที่ ผู้ผลิต ผู้นำเข้า หรือผู้จำหน่าย หรือตัวแทน ให้แก่บุคลากรด้านสาธารณสุขนั้น จะต้องเป็นข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่เป็นข้อมูลทางวิทยาศาสตร์และเป็นข้อเท็จจริง เช่น งานวิจัย /</p>	<p>WHO Code 7.2 Information provided by manufacturers and distributors to health</p>

<p>สาธารณสุขต้องมีหลักฐานทางวิทยาศาสตร์รองรับ ทั้งนี้ หลักฐานทางวิทยาศาสตร์ให้เป็นไปตามที่รัฐมนตรีประกาศกำหนดโดยคำแนะนำของคณะกรรมการ</p>	<p>บทความที่ดีพิมพ์ในวารสารทางการแพทย์และวิทยาศาสตร์สุขภาพ original article, review article, book review บทความวารสารทางการแพทย์ บน Internet หนังสือหรือตำราวิชาการ เว็บไซต์ทางการแพทย์ ทั้งไทยและต่างประเทศ, Guideline ต่าง ๆ หนังสือประกอบการประชุม / รายงานการประชุม Product monograph โดยไม่โน้มน้าว ชักจูง หรือทำให้เชื่อว่าการให้นมผสมดีเท่ากับ หรือดีกว่าการให้นมแม่ และมีข้อความสนับสนุนการเลี้ยงลูกด้วยนมแม่</p> <p>ทั้งนี้การให้ข้อมูลอาจจะกระทำในรูปแบบการบอกกล่าวแบบตัวต่อตัว หรือเป็นกลุ่มคณะ หรือการจัดทำเป็นเอกสารด้วยสื่อต่าง ๆ</p>	<p>professionals regarding products within the scope of this Code should be restricted to scientific and factual matters, and such information should not imply or create a belief that bottlefeeding is equivalent or superior to breast-feeding. It should also include the information specified in Article 4.2.</p>
<p>มาตรา ๑๘ ในการส่งเสริมการตลาดอาหารสำหรับทารกและอาหารสำหรับเด็กเล็ก ห้ามผู้ผลิต ผู้นำเข้า หรือผู้จำหน่ายอาหารสำหรับทารกหรืออาหารสำหรับเด็กเล็ก หรือตัวแทน ดำเนินการดังต่อไปนี้</p>	<p>ผู้ผลิต ผู้นำเข้า หรือผู้จำหน่าย หรือตัวแทน ด้วยการดำเนินการที่เป็นอิสระต่อกัน และเป็นไปตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขันทางการค้า จะไม่ทำการส่งเสริมการตลาดอาหารสำหรับทารก</p>	
<p>(๑) แจกหรือให้คูปองหรือสิทธิที่จะได้รับส่วนลด ขยายพวง แลกเปลี่ยนหรือให้ของรางวัล ของขวัญหรือสิ่งอื่นใด</p>	<p>ผู้ผลิต ผู้นำเข้า หรือผู้จำหน่าย หรือตัวแทน จะไม่ทำการแจกหรือให้คูปองหรือสิทธิที่จะได้รับส่วนลด ขยายพวง แลกเปลี่ยนหรือให้ของรางวัล ของขวัญหรือสิ่งอื่นใดเพื่อส่งเสริมการตลาดของอาหารสำหรับทารกต่อผู้บริโภคโดยตรงผ่านช่องทางการค้าต่าง ๆ</p>	<p>5.3 In conformity with paragraphs 1 and 2 of this Article, there should be no point of-sale advertising, giving of samples, or any other promotion device to induce sales directly to the consumer at the retail level, such as special displays, discount coupons, premiums, special sales, loss-leaders and tie-in sales, for products within the scope of this Code. This</p>

		provision should not restrict the establishment of pricing policies and practices intended to provide products at lower prices on a long-term basis.
(๒) แจกอาหารสำหรับทารกหรืออาหารสำหรับเด็กเล็ก หรือ ตัวอย่างอาหารสำหรับทารกหรืออาหารสำหรับเด็กเล็ก ไม่ว่าจะโดยทางตรงหรือทางอ้อม	ผู้ผลิต ผู้นำเข้า หรือผู้จำหน่าย หรือตัวแทน จะไม่ทำการแจกอาหาร สำหรับทารก หรือตัวอย่างอาหารสำหรับทารก ไม่ว่าจะโดยทางตรงหรือทางอ้อมต่อหญิงตั้งครรภ์ หญิงที่มีบุตรซึ่งเป็นทารกหรือเด็กเล็ก หรือบุคคลในครอบครัวที่มีทารกหรือเด็กเล็ก	5.2 Manufacturers and distributors should not provide, directly or indirectly, to pregnant women, mothers or members of their families, samples of products within the scope of this Code.
(๓) ให้อาหารสำหรับทารกหรืออาหารสำหรับเด็กเล็ก สิ่งของ หรือสิ่งอื่นใดแก่หญิงตั้งครรภ์ หญิงที่มีบุตรซึ่งเป็นทารกหรือเด็กเล็ก หรือบุคคลในครอบครัวที่มีทารกหรือเด็กเล็ก	ผู้ผลิต ผู้นำเข้า หรือผู้จำหน่าย หรือตัวแทน จะไม่ให้อาหารสำหรับทารก สิ่งของ หรือสิ่งอื่นใดแก่หญิงตั้งครรภ์ หญิงที่มีบุตรซึ่งเป็นทารกหรือเด็กเล็ก หรือบุคคลในครอบครัวที่มีทารกหรือเด็กเล็ก โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริม การตลาดอาหารสำหรับทารก ข้อห้ามการให้สิ่งของ หรือสิ่งอื่นใดแก่หญิงตั้งครรภ์ หญิงที่มีบุตรซึ่งเป็น ทารกหรือเด็กเล็ก หรือบุคคลในครอบครัวที่มีทารกหรือเด็กเล็ก ตามวงเล็บนี้ หมายถึง สิ่งของ หรือสิ่งอื่นใดที่มีตราสัญลักษณ์ของอาหารทารก ทั้งนี้ไม่รวมถึงสิ่งของ หรือสิ่งอื่นใดที่มีตราสัญลักษณ์ของบริษัทผู้ผลิต	5.4 Manufacturers and distributors should not distribute to pregnant women or mothers or infants and young children any gifts of articles or utensils which may promote the use of breast-milk substitutes or bottle-feeding.
(๔) ติดต่อหญิงตั้งครรภ์หรือหญิงที่มีบุตรซึ่งเป็นทารกหรือเด็ก เล็ก หรือบุคคลในครอบครัวที่มีทารกหรือเด็กเล็กไม่ว่าทางตรงหรือ ทางอ้อม เพื่อส่งเสริม สนับสนุน หรือแนะนำให้อาหารสำหรับทารก	ผู้ผลิต ผู้นำเข้า ผู้จำหน่าย หรือตัวแทน จะไม่ติดต่อหญิงตั้งครรภ์หรือ หญิงที่มีบุตรซึ่งเป็นทารกหรือเด็กเล็ก หรือบุคคลในครอบครัวที่มีทารกหรือ เด็กเล็กเพื่อส่งเสริม สนับสนุน หรือแนะนำให้อาหารสำหรับทารกหรือ	Considering that manufacturers and distributors of breast-milk substitutes have an important and constructive role

<p>หรืออาหารสำหรับเด็กเล็ก หรือเพื่อสื่อให้เกิดความเชื่อมโยงกับอาหารสำหรับทารกหรืออาหารสำหรับเด็กเล็ก</p>	<p>เพื่อสื่อให้เกิดความเชื่อมโยงกับอาหารสำหรับทารก หมายถึง สื่อที่มีข้อความระบุถึงอาหารสำหรับทารกโดยเฉพาะตราใดตราหนึ่ง หรือมีการสื่อถึงอาหารสำหรับทารก และ/หรือ ส่วนประกอบเปรียบเทียบกับนมแม่ไม่ว่าในกรณีใด ๆ</p> <p>ทั้งนี้ไม่รวมถึงการสื่อที่สนับสนุนการเลี้ยงลูกด้วยนมแม่ การสื่อถึงโภชนาการหญิงตั้งครรภ์และหญิงให้นมบุตร โภชนาการทารกในภาพรวม และโภชนาการสำหรับเด็กเล็ก เพื่อส่งเสริม สนับสนุน ความรู้ด้านโภชนาการที่ถูกต้องในช่วงแรกของชีวิต</p> <p>ผู้ผลิต ผู้นำเข้า สามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับอาหารสำหรับทารกเมื่อผู้บริโภคร้องขอเกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์ และข้อควรระวังในการใช้ผลิตภัณฑ์ ในกรณีที่ผู้บริโภคมีความจำเป็นต้องใช้ผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้เป็นไปตามมาตรา ๑๖</p>	<p>to play in relation to infant feeding, and in the promotion of the aim of this Code and its proper implementation;</p>
<p>มาตรา ๑๙ ในกรณีที่ผู้ผลิต ผู้นำเข้า หรือผู้จำหน่ายอาหารสำหรับทารกหรืออาหารสำหรับเด็กเล็ก หรือตัวแทน ประสงค์จะมอบหรือให้สิ่งของ อุปกรณ์ หรือของใช้แก่หน่วยบริการสาธารณสุข สิ่งของ อุปกรณ์ หรือของใช้ดังกล่าวจะต้องไม่มีชื่อ ตรา หรือสัญลักษณ์ของอาหารสำหรับทารกหรืออาหารสำหรับเด็กเล็ก หรือชื่อ ตรา หรือสัญลักษณ์จะต้องไม่สื่อให้เกิดความเชื่อมโยงกับอาหารสำหรับทารกหรืออาหารสำหรับเด็กเล็ก</p>	<p>กรณีผู้ผลิต ผู้นำเข้า หรือผู้จำหน่าย หรือตัวแทน จะให้สิ่งของ อุปกรณ์ หรือของใช้แก่หน่วยบริการสาธารณสุข สิ่งของ อุปกรณ์ หรือของใช้ดังกล่าวจะต้องไม่มีชื่อ ตรา หรือสัญลักษณ์ของอาหารสำหรับทารก หรือชื่อ ตรา หรือสัญลักษณ์จะต้องไม่สื่อให้เกิดความเชื่อมโยงกับอาหารสำหรับทารก</p> <p>ทั้งนี้ ผู้ผลิต ผู้นำเข้า หรือผู้จำหน่าย หรือตัวแทน สามารถให้สิ่งของ อุปกรณ์ หรือของใช้ ที่มีชื่อ ตรา หรือสัญลักษณ์ของบริษัทผู้ผลิต ผู้นำเข้า หรือผู้จำหน่าย หรือตัวแทน (Corporate branding) ได้</p>	<p>6.8 Equipment and materials, in addition to those referred to in Article 4.3, donated to a health care system may bear a company's name or logo, but should not refer to any proprietary product within the scope of this Code.</p>
<p>มาตรา ๒๐ ห้ามผู้ผลิต ผู้นำเข้า หรือผู้จำหน่ายอาหารสำหรับทารกหรืออาหารสำหรับเด็กเล็ก หรือตัวแทน ให้หรือเสนอว่าจะให้ของขวัญ เงิน สิ่งจูงใจ หรือประโยชน์อื่นใดแก่บุคลากรด้าน</p>	<p>ผู้ผลิต ผู้นำเข้า หรือผู้จำหน่าย หรือตัวแทน จะไม่ทำการให้ หรือเสนอว่าจะให้ของขวัญ เงิน สิ่งจูงใจ หรือประโยชน์อื่นใดแก่บุคลากรด้านสาธารณสุข</p>	

<p>สาธารณสุข</p> <p>ความในวรรคหนึ่งไม่ใช้บังคับกับการให้ตามประเพณีหรือธรรมเนียมจรรยา ทั้งนี้ ตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่รัฐมนตรีประกาศกำหนดโดยคำแนะนำของคณะกรรมการ</p>	<p>ทั้งนี้ ผู้ผลิต ผู้นำเข้า หรือผู้จำหน่าย หรือตัวแทน สามารถให้ค่าตอบแทนที่จ่ายให้กับนักวิชาการ (Honorarium) เช่น ค่าวิทยากร ค่าที่ปรึกษา และ/หรือ ค่าเขียนบทความทางวิชาการที่ไม่ได้เป็นการส่งเสริมการตลาดอาหารสำหรับทารกแก่บุคลากรด้านสาธารณสุขได้</p>	
<p>มาตรา ๒๑ ห้ามผู้ผลิต ผู้นำเข้า หรือผู้จำหน่ายอาหารสำหรับทารกหรืออาหารสำหรับเด็กเล็ก หรือตัวแทน จัดหรือให้การสนับสนุนในการจัดการประชุม อบรม หรือสัมมนาทางวิชาการเกี่ยวกับอาหารสำหรับทารกหรืออาหารสำหรับเด็กเล็กแก่หน่วยบริการสาธารณสุข บุคลากรด้านสาธารณสุข วิทยุตั้งครุภรณ์ หรือวิทยุที่มีบุตรซึ่งเป็นทารกหรือเด็กเล็ก เว้นแต่เป็นการสนับสนุนองค์วิชาชีพด้านสาธารณสุข และสถาบันอุดมศึกษาของรัฐที่มีการเรียนการสอนที่เกี่ยวกับสุขภาพแม่และเด็ก ในการดำเนินการดังกล่าวตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่รัฐมนตรีประกาศกำหนดโดยคำแนะนำของคณะกรรมการ</p>	<p>ผู้ผลิต ผู้นำเข้า หรือผู้จำหน่าย หรือตัวแทน สามารถจัดหรือให้การสนับสนุนในการจัดการประชุม อบรม หรือสัมมนาด้านวิชาการที่มีเนื้อหาสนับสนุนการเลี้ยงลูกด้วยนมแม่ การสัมมนาวิชาการที่สื่อถึงโภชนาการหญิงตั้งครรภ์และหญิงให้นมบุตร โภชนาการทารกในภาพรวม และโภชนาการสำหรับเด็กเล็ก เพื่อส่งเสริม สนับสนุน ความรู้ด้านโภชนาการที่ถูกต้องในช่วงแรกของชีวิตได้ โดยไม่มีเนื้อหาหรือระบุถึงอาหารสำหรับทารก โดยเฉพาะตราใดตราหนึ่ง และ/หรือ มีการสื่อถึงอาหารสำหรับทารก โดยเฉพาะตราใดตราหนึ่ง และมีการสื่อส่วนประกอบอาหารสำหรับทารกเปรียบเทียบกับนมแม่</p>	
<p>มาตรา ๒๒ ห้ามผู้ผลิต ผู้นำเข้า หรือผู้จำหน่ายอาหารสำหรับทารกหรืออาหารสำหรับเด็กเล็ก หรือตัวแทน สาธิตหรือให้การสนับสนุนในการสาธิตการใช้อาหารสำหรับทารกหรืออาหารสำหรับเด็กเล็กในหน่วยบริการสาธารณสุขหรือสถานที่อื่นใด เพื่อประโยชน์ทางการค้า หรือเพื่อส่งเสริมหรือสนับสนุนให้มีการใช้อาหารสำหรับทารกหรืออาหารสำหรับเด็กเล็ก เพื่อประโยชน์ทางการค้า</p> <p>ความในวรรคหนึ่งไม่ใช้บังคับกับผู้ผลิตที่เป็นบุคลากรด้าน</p>	<p>ผู้ผลิต ผู้นำเข้า ผู้จำหน่าย หรือตัวแทน อาจทำการสาธิตให้แก่บุคลากรด้านสาธารณสุข ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการให้ข้อมูลตามมาตรา ๑๗ แก่บุคลากรด้านสาธารณสุข ที่จะสามารถให้คำแนะนำทางวิชาชีพต่อเพื่อให้ผู้บริโภคสามารถใช้ผลิตภัณฑ์ได้อย่างถูกต้องและปลอดภัย โดยไม่ถือเป็นการส่งเสริม หรือสนับสนุนให้มีการใช้อาหารสำหรับทารก หรืออาหารสำหรับเด็กเล็ก เพื่อประโยชน์ทางการค้า</p>	<p>6.2 No facility of a health care system should be used for the purpose of promoting infant formula or other products within the scope of this Code. This Code does not, however, preclude the dissemination of information to health professionals as</p>

<p>สาธารณสุขซึ่งดำเนินการเพื่อประโยชน์ทางการแพทย์หรือเพื่อประโยชน์ในการรักษาทารกหรือเด็กเล็ก</p>		<p>provided in Article 7.2.</p>
<p>มาตรา ๒๓ ห้ามผู้ผลิต ผู้นำเข้า หรือผู้จำหน่ายอาหารสำหรับทารกหรืออาหารสำหรับเด็กเล็ก หรือตัวแทน บริจาคอาหารสำหรับทารกหรืออาหารสำหรับเด็กเล็กให้แก่หน่วยบริการสาธารณสุขหรือบุคลากรด้านสาธารณสุข</p> <p>ความในวรรคหนึ่งไม่ใช้บังคับกับการบริจาคอาหารสำหรับทารกหรืออาหารสำหรับเด็กเล็กที่มีวัตถุประสงค์พิเศษเพื่อใช้สำหรับผู้ป่วยเฉพาะโรคหรือผู้ที่มีความผิดปกติของร่างกายและการบริจาคในกรณีจำเป็นตามที่รัฐมนตรี ประกาศกำหนดโดยคำแนะนำของคณะกรรมการ</p> <p>หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขในการบริจาคตามวรรคสองให้เป็นไปตามที่รัฐมนตรีประกาศกำหนดโดยคำแนะนำของคณะกรรมการ</p>	<p>ผู้ผลิต ผู้นำเข้า หรือผู้จำหน่าย หรือตัวแทน จะไม่ทำการบริจาคอาหารสำหรับทารกให้แก่หน่วยบริการสาธารณสุขหรือบุคลากรด้านสาธารณสุข ทั้งนี้ไม่รวมถึงการบริจาคอาหารทารกที่มีวัตถุประสงค์พิเศษ หรืออาหารทางการแพทย์ตามที่ขึ้นทะเบียนไว้กับสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา เพื่อใช้สำหรับผู้ป่วยเฉพาะโรค หรือผู้ที่มีความผิดปกติของร่างกาย ตามคำร้องขออย่างเป็นทางการที่เป็นลายลักษณ์อักษร เพื่อประโยชน์แก่ทารกที่เจ็บป่วยและไม่สามารถได้รับการเลี้ยงดูด้วยนมแม่ได้</p>	<p>6.6 Donations or low-price sales to institutions or organizations of supplies of infant formula or other products within the scope of this Code, whether for use in the institutions or for distribution outside them, may be made. Such supplies should only be used or distributed for infants who have to be fed on breast-milk substitutes. If these supplies are distributed for use outside the institutions, this should be done only by the institutions or organizations concerned. Such donations or low-price sales should not be used by manufacturers or distributors as a sales inducement.</p>
<p>มาตรา ๒๔ การจัดทำหรือเผยแพร่ข้อมูลทางวิชาการเกี่ยวกับสุขภาพแม่และเด็กของผู้ผลิต ผู้นำเข้า หรือผู้จำหน่ายอาหารสำหรับทารกหรืออาหารสำหรับเด็กเล็ก หรือตัวแทน ต้องไม่มีลักษณะเป็นการส่งเสริมหรือสนับสนุน ให้ใช้อาหารสำหรับทารกหรืออาหาร</p>	<p>การจัดทำ หรือเผยแพร่ข้อมูลทางวิชาการเกี่ยวกับสุขภาพแม่และเด็กของผู้ผลิต ผู้นำเข้า อาหารสำหรับทารก จะไม่มีลักษณะเป็นการส่งเสริมหรือสนับสนุน ให้ใช้อาหารสำหรับทารกไม่ว่าทางตรงหรือทางอ้อม หรือสื่อให้เกิดความเชื่อมโยงกับอาหารสำหรับทารก เช่น การใช้รูปทารก รูปขวดนม</p>	

<p>สำหรับเด็กเล็กไม่ว่าทางตรงหรือทางอ้อมหรือสื่อให้เกิดความเชื่อมโยงกับอาหารสำหรับทารกหรืออาหารสำหรับเด็กเล็ก</p> <p>ความในวรรคหนึ่งไม่ใช้บังคับกับผู้ผลิตที่เป็นบุคคลากรด้านสาธารณสุขซึ่งดำเนินการเพื่อประโยชน์ในการรักษาทารกหรือเด็กเล็ก</p>	<p>การเปรียบเทียบสารอาหารในนมแม่ เป็นต้น</p> <p>ทั้งนี้ไม่รวมถึงการจัดทำ หรือเผยแพร่ข้อมูลทางวิชาการที่สนับสนุนการเลี้ยงลูกด้วยนมแม่ การสื่อถึงโภชนาการหญิงตั้งครรภ์ และหญิงให้นมบุตร โภชนาการทารกในภาพรวม และโภชนาการสำหรับเด็กเล็ก เพื่อส่งเสริมสนับสนุน ความรู้ด้านโภชนาการที่ถูกต้องในช่วงแรกของชีวิตโดยไม่มีการสื่อให้เกิดความเชื่อมโยงกับอาหารสำหรับทารก</p>	
<p>มาตรา ๒๕ ห้ามผู้ใดโฆษณาอาหารเสริมสำหรับทารก</p>	<p>อาหารเสริมสำหรับทารก” คือผลิตภัณฑ์ที่จดทะเบียนตามกฎหมายอาหาร เป็นอาหารเสริมสำหรับทารกและเด็กเล็ก และที่มีข้อความระบุว่าใช้สำหรับทารกอายุ ๖-๑๒ เดือนเท่านั้น</p> <p>ดังนั้นอาหารเสริมสำหรับเด็กอายุตั้งแต่ ๑๒ เดือนขึ้นไป สามารถโฆษณาได้ เมื่อ พ.ร.บ. มีผลบังคับใช้</p>	
<p>มาตรา ๒๖ ผู้ผลิต ผู้นำเข้า หรือผู้จำหน่ายอาหารเสริมสำหรับทารก หรือตัวแทนต้องดำเนินการให้ฉลากอาหารเสริมสำหรับทารกแตกต่างจากฉลากอาหารสำหรับทารก ฉลากอาหารสำหรับเด็กเล็ก หรือฉลากอาหารอื่นอย่างชัดเจนและสามารถมองเห็นหรือแยกแยะได้ง่าย</p>	<p>เนื่องจากการตัดสินใจฉลากอาหารใดๆ “แตกต่างกันอย่างชัดเจนและสามารถมองเห็น หรือแยกแยะได้ง่าย” หรือไม่นั้น เป็นเรื่องเฉพาะบุคคล และยังมีหลักเกณฑ์ที่สามารถปฏิบัติได้อย่างชัดเจนจากคณะกรรมการ (คสท.) ดังนั้นผู้ผลิต ผู้นำเข้า หรือผู้จำหน่ายอาหารเสริมสำหรับทารก หรือตัวแทนจึงต้องใช้วิจารณญาณ ของตัวเองในการตัดสินใจว่า ฉลากอาหารเสริมสำหรับทารกในปัจจุบันมีความแตกต่างจากฉลากอาหารอื่นอย่างชัดเจนแล้วหรือยัง และอาจดำเนินการปรับแก้ไขตามที่เห็นสมควร จนกว่าจะมีข้อตกลงถึงหลักเกณฑ์ที่สามารถปฏิบัติได้</p>	
<p>มาตรา ๒๗ ในการส่งเสริมการตลาดอาหารเสริมสำหรับทารก ห้ามผู้ผลิต ผู้นำเข้า หรือผู้จำหน่ายอาหารเสริมสำหรับทารก หรือตัวแทน ทำการส่งเสริมการตลาดอาหารเสริมสำหรับทารกแก่บุคคล</p>	<p>ผู้ผลิต ผู้นำเข้า หรือผู้จำหน่ายอาหารเสริมสำหรับทารก หรือตัวแทน สามารถทำการส่งเสริมการตลาดอาหารเสริมสำหรับทารกอายุ ตั้งแต่ ๖ เดือนขึ้นไปได้ อาทิ</p>	<p>WHO Code, Article 3: “Health care system” means governmental, non-governmental or private institutions or</p>



<p>ใด ๆ ในสถานพยาบาลตามกฎหมายว่าด้วยสถานพยาบาล หรือสถานพยาบาลซึ่งดำเนินการโดยกระทรวง ทบวง กรม องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น รัฐวิสาหกิจ สถาบันการศึกษาของรัฐ หน่วยงานอื่นของรัฐ หรือสภากาชาดไทย ในลักษณะ ดังต่อไปนี้</p> <p>(๑) แจกหรือให้คุปองหรือสิทธิที่จะได้รับส่วนลด ขายพวง แลกเปลี่ยนหรือให้ของรางวัลของขวัญหรือสิ่งอื่นใด</p> <p>(๒) แจกหรือให้อาหารเสริมสำหรับทารก หรือตัวอย่างอาหารเสริมสำหรับทารก สิ่งของ หรือสิ่งอื่นใด ไม่ว่าจะโดยทางตรงหรือทางอ้อม</p>	<p>(๑) แจก หรือให้คุปอง หรือสิทธิที่จะได้รับส่วนลด ขายพวง แลกเปลี่ยนหรือให้ของรางวัลของขวัญหรือสิ่งอื่นใด</p> <p>(๒) แจก หรือให้อาหารเสริมสำหรับทารก หรือตัวอย่างอาหารเสริมสำหรับทารก สิ่งของ หรือสิ่งอื่นใด ไม่ว่าจะโดยทางตรงหรือทางอ้อม ได้ที่ Trade channel เช่น ร้านค้าส่ง ร้านค้าปลีก ร้านขายยา หรือสถานที่อื่นใด ยกเว้น สถานพยาบาล หรือสถานพยาบาลซึ่งดำเนินการโดยกระทรวง ทบวง กรม องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น รัฐวิสาหกิจ สถาบันการศึกษาของรัฐ</p> <p>การส่งเสริมการตลาดอาหารเสริมสำหรับทารกในลักษณะอื่น นอกเหนือจากอนุมาตรา (๑) และ (๒) ข้างต้นนั้น ผู้ผลิต ผู้นำเข้า หรือผู้จำหน่าย หรือตัวแทน สามารถทำได้แม้ในสถานพยาบาล</p>	<p>organizations engaged, directly or indirectly, in health care for mothers, infants and pregnant women; and nurseries or child-care institutions. It also includes health workers in private practice. For the purposes of this Code, the health care system does not include pharmacies or other established sales outlets.</p>
<p>มาตรา ๒๘ ห้ามผู้ผลิต ผู้นำเข้า หรือผู้จำหน่ายอาหารเสริมสำหรับทารก หรือตัวแทนทำการส่งเสริมการตลาดอาหารเสริมสำหรับทารกแก่หญิงตั้งครรภ์ หรือหญิงที่มีบุตรซึ่งเป็นทารกอายุไม่เกินหกเดือน</p>	<p>ผู้ผลิต ผู้นำเข้า หรือผู้จำหน่ายอาหารเสริมสำหรับทารก หรือตัวแทนทำการส่งเสริมการตลาดอาหารเสริมสำหรับทารกแก่หญิงที่มีบุตรซึ่งเป็นทารกอายุเกินหกเดือนได้</p>	
<p>มาตรา ๕๑ ฉลากอาหารสำหรับทารก ฉลากอาหารสำหรับเด็กเล็กหรือฉลากอาหารเสริมสำหรับทารกที่ได้จัดทำไว้แล้วในวันก่อนวันที่พระราชบัญญัตินี้ใช้บังคับ ซึ่งไม่เป็นไปตามมาตรา ๑๕ หรือมาตรา ๒๖ ให้ยังคงใช้ได้ต่อไป ทั้งนี้ ไม่เกินหนึ่งปีนับแต่วันที่พระราชบัญญัตินี้ใช้บังคับ</p>	<p>ในกรณีที่ฉลากไม่เป็นไปตามมาตรา ๑๕ หรือ ๒๖ ผู้ผลิต ผู้นำเข้าและผู้จำหน่ายหรือตัวแทน จะใช้ฉลากดังกล่าวในการผลิตผลิตภัณฑ์ให้หมดก่อนวันที่ ๘ กันยายน ๒๕๖๑</p>	