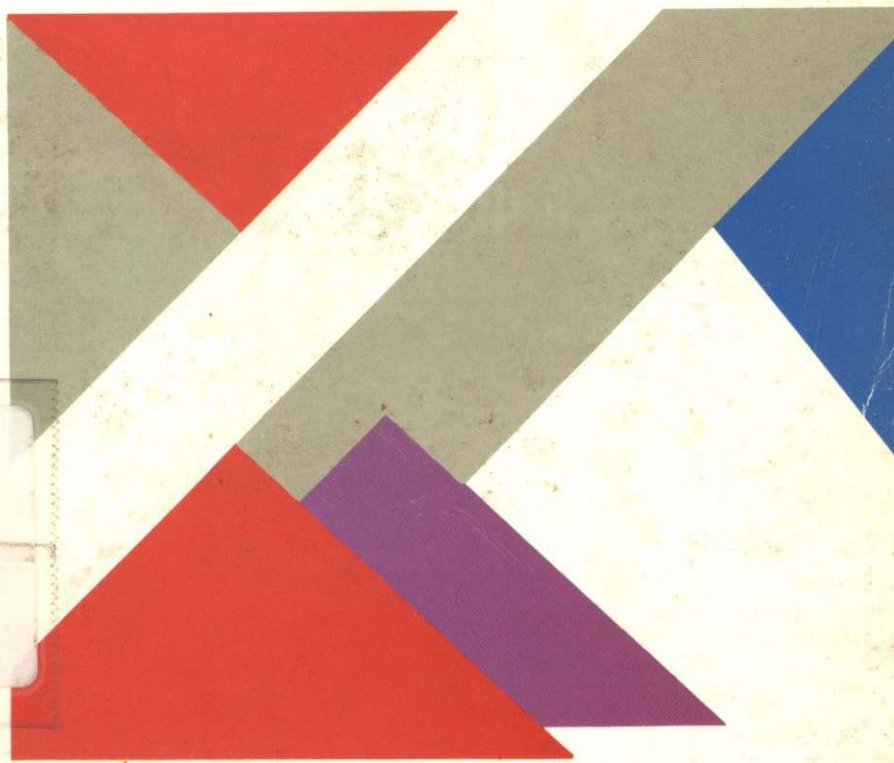


# คู่มือ ผู้โฆษณา



สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค  
สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี  
สำนักนายกรัฐมนตรี

THAI NATIONAL ASSEMBLY LIBRARY



3961106763

เอกสารเผยแพร่ “ห้ามจำหน่าย”

วันที่ 29 / ๗ / 38

เลขทะเบียน 2000

เลขหมู่ KP  
70

๑ 122๑

2538



# คู่มือผู้โฆษณา

ห้องสมุดกฎหมาย

สมบัติห้องสมุดรัฐสภา

สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี

จัดพิมพ์เผยแพร่ พุทธศักราช ๒๕๓๘

พิมพ์ครั้งที่ ๔ พ.ศ. ๒๕๓๘

จำนวน ๕,๐๐๐ เล่ม

พิมพ์ที่ บริษัท รุ่งศิลป์การพิมพ์ (๑๙๗๗) จำกัด

๘๕-๘๕ ถนนมหานคร บางรัก กรุงเทพฯ ๑๐๕๐๐ โทร. ๒๓๖-๐๐๕๘ แฟกซ์. ๒๓๘-๕๐๒๘

นายจตุรงค์ ชวนะปัญญา ผู้พิมพ์ผู้โฆษณา

## คำนำ

ปัจจุบันนี้ ความเจริญก้าวหน้าทางวิทยาการ วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีมีมากขึ้น เป็นผลให้ประชาชนทุกคนซึ่งเป็นผู้บริโภคได้มี วัสดุ อุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องใช้ สินค้าและบริการต่างๆ ซึ่งอำนวยความสะดวกและเป็นประโยชน์ในการดำเนินชีวิตเพิ่มมากขึ้น ประกอบกับการแข่งขันทางด้านการค้าและการแข่งขันชิงส่วนแบ่งในการตลาดทำให้ผู้ประกอบการการค้า และผู้ที่ประกอบธุรกิจโฆษณาใช้งบประมาณมากมายเพื่อพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาด และนำวิชาการโฆษณามาใช้ในการส่งเสริมการขายสินค้าและบริการ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อจูงใจผู้บริโภคให้ซื้อสินค้าโดยให้ข้อมูลแนะนำรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้า ตลอดจนส่งเสริมการขายด้วยวิธีการต่างๆ เช่น ลดราคา แลก แจก แถม ชิงโชค จับฉั้้นส่วน ฯ นอกจากนี้มีการใช้ถ้อยคำ ข้อความและภาพโฆษณาที่ดึงดูดความสนใจผู้บริโภคให้ซื้อสินค้าซึ่งอาจทำให้ผู้บริโภคตกอยู่ในฐานะที่เสียเปรียบ เพราะผู้บริโภคไม่อยู่ในฐานะที่ทราบภาวะตลาดและความจริงที่เกี่ยวกับคุณภาพและราคาของสินค้าและบริการต่างๆ ได้อย่างถูกต้องทันทั่วทั้งที่

ดังนั้น การโฆษณาจึงควรอยู่ในขอบเขตที่จะไม่ละเมิดสิทธิของผู้บริโภคและไม่ฝ่าฝืนพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒ ซึ่งมุ่งคุ้มครองผู้บริโภคให้ได้รับความเป็นธรรมจากการเลือกซื้อสินค้า และเลือกใช้บริการ รวมถึงผู้ที่ได้รับการเสนอหรือการชักชวนจาก

**ผู้ประกอบธุรกิจเพื่อให้ซื้อสินค้าหรือรับบริการด้วย**

**สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค จึงหวังเป็นอย่างยิ่ง  
ว่า ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณา และประชาชนผู้บริโภคทั่วไปคงจะได้  
รับประโยชน์จากหนังสือคู่มือผู้โฆษณาเล่มนี้ได้บ้างตามสมควร**

**สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค**

# สารบัญ

- การคุ้มครองผู้บริโภคในด้านการโฆษณา	๑
- ตัวอย่างข้อความโฆษณาที่ฝ่าฝืนพระราชบัญญัติคุ้มครอง ผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒	๓๕
- อำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา	๔๒
- พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒	๔๗
- กฎกระทรวงฉบับที่ ๒ (พ.ศ. ๒๕๒๔)	๗๙
- กฎกระทรวงฉบับที่ ๓ (พ.ศ. ๒๕๒๖)	๘๔
- กฎกระทรวงฉบับที่ ๔ (พ.ศ. ๒๕๒๘)	๘๘
- กฎกระทรวงฉบับที่ ๕ (พ.ศ. ๒๕๓๔)	๙๒
- คำสั่งคณะกรรมการว่าด้วยโฆษณาที่ ๒/๒๕๓๒	๙๗

สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค  
สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี ทำเนียบรัฐบาล  
ดุสิต กท. ๑๐๓๐๐ โทร. ๒๘๑๐๕๘๐, ๒๘๒๕๐๑๙

## การคุ้มครองผู้บริโภคในด้านการโฆษณา

การให้ความคุ้มครองผู้บริโภคในด้านการโฆษณา นั้น มิใช่เป็นของใหม่สำหรับประเทศไทย รัฐได้ให้ความคุ้มครองผู้บริโภคในด้านการโฆษณามาเป็นเวลาช้านาน โดยได้กำหนดควบคุมการโฆษณาไว้ในกฎหมายหลายฉบับเป็นการเฉพาะเรื่อง เช่น การควบคุมการโฆษณาของสถานประกอบโรคศิลปะตามพระราชบัญญัติควบคุมการประกอบโรคศิลปะพุทธศักราช ๒๔๗๘ โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะมิให้สถานประกอบโรคศิลปะที่ถูกถอนใบอนุญาต โฆษณาหลอกลวงผู้บริโภคว่าตนสามารถรักษาโรคได้ในขณะที่ตนถูกถอนใบอนุญาต การห้ามนำรายงานการวิเคราะห์อาหารสัตว์ของพนักงานเจ้าหน้าที่ไปโฆษณาเพื่อประโยชน์ในการค้าตามพระราชบัญญัติควบคุมคุณภาพอาหารสัตว์ พ.ศ. ๒๕๐๖ การห้ามโฆษณาสรรพคุณอาหารเป็นเท็จหรือเกินความจริงตามพระราชบัญญัติควบคุมคุณภาพอาหาร พ.ศ. ๒๕๐๗ การห้ามบริษัทประกันชีวิตและบริษัทประกันภัยโฆษณาจูงใจผู้บริโภคเข้ารับบริการโดยใช้ข้อความเป็นเท็จหรือเกินความจริงตามพระราชบัญญัติประกันชีวิต พ.ศ. ๒๕๑๐ และพระราชบัญญัติประกันภัย พ.ศ. ๒๕๑๐ เป็นต้น

บทบัญญัติควบคุมการโฆษณาในกฎหมายที่กล่าวมาแล้วนั้น ล้วนเป็นบัญญัติที่ให้ความคุ้มครองแก่ผู้บริโภคในด้านโฆษณาทั้งสิ้น แต่เนื่องจากยังมีสินค้าและบริการอยู่อีกมากมายที่ไม่ได้มีกฎหมาย

ควบคุมไว้โดยเฉพาะและผู้ประกอบกิจการหรือตัวแทนของผู้ประกอบกิจการในการโฆษณาได้เสนอขายสินค้าและบริการเหล่านั้น โดยได้นำวิทยากรในทางการตลาดและการโฆษณามาใช้ในการส่งเสริมการขายและบริการของตนโดยไม่มีขอบเขต ผู้บริโภคต้องตกอยู่ในฐานะเป็นผู้เสียเปรียบ เพราะผู้บริโภคไม่สามารถรู้ความจริงได้ว่าคุณภาพของสินค้าเหล่านั้นเป็นไปตามที่ผู้ประกอบกิจการได้โฆษณาไว้หรือไม่เพราะศิลปะการโฆษณานั้นอาจโฆษณาโดยข้อความที่ไม่มีความจริงก็ได้ หรือให้ความจริงเพียงบางส่วนเพื่อให้ผู้บริโภคหลงเข้าใจผิดเอาเองก็ได้ ดังนั้นรัฐบาลจึงเห็นความจำเป็นที่จะช่วยให้ผู้บริโภคได้รับความคุ้มครองให้พ้นจากการถูกหลอกลวงและเอาเปรียบจากผู้ประกอบธุรกิจซึ่งเป็นผู้ผลิตหรือขายสินค้าเหล่านั้น โดยตรากฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคขึ้นใช้บังคับเมื่อปี พ.ศ. ๒๕๒๒ เพื่อให้ครอบคลุมรักษาประโยชน์ของผู้บริโภคเป็นการทั่วไป โดยได้กำหนดวิธีการการคุ้มครองสิทธิ ๔ ประการของผู้บริโภครวมไว้ในกฎหมายดังกล่าว (*มาตรา ๔ แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒*)

การให้ความคุ้มครองแก่ผู้บริโภคในด้านโฆษณานั้น เป็นการให้ความคุ้มครองสิทธิในประการที่ ๑ ของผู้บริโภค คือ สิทธิที่จะได้รับข่าวสารรวมทั้งคำพรรณนาคุณภาพที่ถูกต้องและเพียงพอเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการโดยในกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองผู้บริโภค ได้กำหนดให้มีองค์กรพิเศษขึ้น รับผิดชอบควบคุมดูแลคุ้มครอง

ประโยชน์ของผู้บริโภคโดยเฉพาะในด้านนี้ คือ “คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา”

คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาประกอบด้วยกรรมการไม่น้อยกว่า ๗ คน แต่ไม่เกิน ๑๓ คน ซึ่งในทางปฏิบัติคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคได้แต่งตั้งคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาโดยตั้งจากผู้แทนของส่วนราชการที่เกี่ยวข้อง และผู้มีความรู้ในวิชาการโฆษณา ซึ่งอาจมาจากอาจารย์ในมหาวิทยาลัย ผู้แทนจากสมาคมผู้ประกอบการธุรกิจโฆษณา และผู้แทนสื่อโฆษณา กรรมการว่าด้วยการโฆษณามีวาระอยู่ในตำแหน่งคราวละ ๒ ปี

เอ้าเร่เข้ามา คุณลุงคุณป้า  
 คุณตาคุณยาย คุณน้าคุณอ้น  
 แม่พี่น้อง  
 เหมียยดี ย่าต๋องของเรา รักสุขภาพ  
 ปรารถนาตัวร้อน เป็นไข้ บรรเทาอาการ  
 ปรารถนาเฉื่อยตามร่างกายได้เร็วจริงๆ



## อำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา

อำนาจหน้าที่โดยทั่วไปของคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา  
จำแนกได้เป็น ๓ ประการ คือ

๑. หน้าที่โดยทั่วไปในการควบคุมดูแลการโฆษณาสินค้าหรือบริการที่ยังมิได้ถูกควบคุมการโฆษณาโดยกฎหมายอื่น โดยกฎหมายได้กำหนดมาตรฐานของ “ข้อความ” ที่จะใช้ในการโฆษณาไว้ในมาตรา ๒๒ และกำหนดมาตรฐานเกี่ยวกับ “วิธีการ” ที่ใช้ในการโฆษณาไว้ในมาตรา ๒๓

๒. หน้าที่ในการป้องกันหรือระงับยับยั้งความเสียหายหรืออันตรายอันจะเกิดขึ้นแก่ผู้บริโภคเนื่องจากการโฆษณาสินค้าบางประเภทเป็นการลวงหน้าโดยกำหนดเงื่อนไขเกี่ยวกับการโฆษณาสินค้าหรือบริการนั้น หรือห้ามการโฆษณาหรือจำกัดการใช้สื่อโฆษณาสินค้าหรือบริการนั้นอันเป็นอำนาจหน้าที่ซึ่งกำหนดตามมาตรา ๒๔ มาตรา ๒๕ และมาตรา ๒๖

๓. หน้าที่ในการตรวจข้อความโฆษณาที่ผู้ประกอบการธุรกิจขอให้พิจารณาให้ความเห็นก่อนทำการโฆษณา อันเป็นหน้าที่ที่กำหนดตามมาตรา ๒๙

ในการดำเนินการตามหน้าที่ของคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาดังกล่าวแล้ว ถ้าคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาได้พิจารณาข้อความโฆษณาใดแล้ว และหลังจากที่ได้ให้โอกาสแก่ผู้-

กระทำการโฆษณาได้ชี้แจงข้อเท็จจริงหรือนำพินิจชี้แจงแสดงความจริงว่า ข้อความโฆษณาของตนมิได้มีลักษณะอันเป็นการฝ่าฝืนกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคแล้ว คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาเห็นว่า ข้อความโฆษณานั้นมีลักษณะอันเป็นการฝ่าฝืนต่อกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคแล้ว คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณามีอำนาจที่จะออกคำสั่งอย่างหนึ่งอย่างใดตามที่กำหนดไว้ในมาตรา ๒๗ แก่ผู้ประกอบการธุรกิจได้ และหากผู้ประกอบการฝ่าฝืนคำสั่งของคณะกรรมการฯ ย่อมต้องรับโทษอาญาตามที่กำหนดไว้ตามมาตรา ๔๔ แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒

**ลักษณะของข้อความโฆษณาที่ถือว่าเป็นข้อความโฆษณาอันเป็นการฝ่าฝืนต่อกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค**

กฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองผู้บริโภคได้กำหนดเป็นหลักการไว้ในมาตรา ๒๒ และมาตรา ๒๓ ว่าการโฆษณาสินค้าหรือบริการจะต้องไม่กระทำในลักษณะซึ่ง

**ลักษณะ ๑** ใช้ข้อความที่เป็นการไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค

**ลักษณะ ๒** ใช้ข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวม

**ลักษณะ ๓** ใช้วิธีการโฆษณาในลักษณะที่อาจเป็นอันตรายต่อสุขภาพร่างกายหรือจิตใจหรืออาจก่อให้เกิดความรำคาญแก่ผู้บริโภค ทั้งนี้ตามที่กำหนดไว้ในกฎกระทรวง

ลักษณะ ๔ ข้อความโฆษณาอย่างอื่นที่มีกฎกระทรวงกำหนดให้เป็นข้อความโฆษณา อันถือว่าเป็นบรรทัดต่อผู้บริโภค หรืออาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวม

๔.๑ คือการใช้ข้อความที่เป็นการไม่เป็นบรรทัดต่อผู้บริโภคนั้น ในกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองผู้บริโภค มาตรา ๒๒ ได้แยกไว้เป็น ๒ ประการ คือ

๑. ข้อความโฆษณาที่เป็นเท็จหรือเกินความจริง
๒. ข้อความโฆษณาที่จะก่อให้เกิดผู้บริโภคเกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ ทั้งนี้โดยไม่ว่าจะกระทำโดยใช้หรืออ้างอิงรายงานทางวิชาการ สถิติ หรือสิ่งใดสิ่งหนึ่งอันไม่เป็นบรรทัดหรือเกินความจริงหรือไม่ก็ตาม

๔.๒ คือการใช้ถ้อยคำอันอาจก่อให้เกิดผลเสียหายแก่สังคมเป็นส่วนรวม ได้แยกไว้เป็น ๒ ลักษณะเช่นกันคือ

๑. ข้อความที่เป็นการสนับสนุนโดยตรงหรือโดยอ้อมให้มีการกระทำผิดกฎหมายหรือศีลธรรม หรือนำไปสู่ความเสื่อมเสียในวัฒนธรรมของชาติ
๒. ข้อความที่จะทำให้เกิดความแตกแยกหรือเสื่อมเสียความสามัคคีในหมู่ประชาชน

๔.๓ ซึ่งได้แก่วิธีการโฆษณาอันอาจเป็นอันตรายต่อสุขภาพร่างกายหรือจิตใจ หรืออาจก่อให้เกิดความรำคาญแก่ ผู้บริโภคตามที่

กำหนดในกฎกระทรวงนั้น คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณากำลังพิจารณากร่างเป็นกฎกระทรวงขึ้นโดยมีหลักการกำหนดให้การโฆษณาโดยนำสิ่งอันตรายมาประกอบกับการโฆษณาโดยไม่มีระบบป้องกันภัยที่รัดกุม การโฆษณาโดยใช้เสียงดังเกินสมควรหรือมีการเปลี่ยนแปลงระดับเสียงให้แตกต่างกันโดยฉับพลัน เป็นวิธีการโฆษณาอันอาจเป็นอันตรายต่อผู้บริโภค

๔.๔ ข้อความโฆษณาที่มีกฎกระทรวงกำหนดให้เป็นข้อความโฆษณาอันถือว่าไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคหรือก่อให้เกิดความเสียหายต่อสังคมเป็นส่วนรวมนั้น ปัจจุบันนี้คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาได้กร่างเสนอและประกาศใช้บังคับแล้ว คือกฎกระทรวงฉบับที่ ๓ (พ.ศ. ๒๕๒๖) และกฎกระทรวงฉบับที่ ๔ (พ.ศ. ๒๕๒๘) ออกตามความในพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒

แนวทางดำเนินการเกี่ยวกับข้อความโฆษณาที่เห็นว่าอาจมีลักษณะอันเป็นการฝ่าฝืนต่อบทบัญญัติแห่งกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค

ในกรณีที่ปรากฏว่ามีข้อความโฆษณาใดอาจมีลักษณะอันเป็นการฝ่าฝืนต่อบทบัญญัติแห่งกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค ไม่ว่าจะโดยการตรวจพบของคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา หรือเป็นข้อความโฆษณาที่ถูกนำเสนอต่อคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา โดยการติดตามสอดส่องข้อความโฆษณาของสำนักงานคณะ

กรรมการคุ้มครองผู้บริโภคและพิจารณาคำร้องเรียนของผู้บริโภค และคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาได้พิจารณาแล้วเห็นว่า เป็นข้อความที่อาจมีลักษณะเป็นการฝ่าฝืนต่อบทบัญญัติแห่งกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาจะพิจารณาวินิจฉัยข้อความนั้นไปโดยทันทีก็ได้ ในกรณีที่เป็นกรณี queเห็นได้ว่า ไม่มีปัญหาที่จะต้องพิจารณาอย่างซับซ้อนหรือใช้เวลาในการพิจารณามากนัก แต่เพื่อให้การพิจารณาวินิจฉัยดำเนินการแก่ข้อความนั้นเป็นไปโดยยุติธรรม รอบคอบและเพื่อช่วยให้การพิจารณากระทำได้โดยรวดเร็ว คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาจะส่งข้อความโฆษณานั้นไปให้คณะอนุกรรมการวินิจฉัยข้อความโฆษณาซึ่งเป็นคณะอนุกรรมการทางวิชาการที่คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาได้ตั้งขึ้นดังกล่าวมาแล้วพิจารณาให้ความเห็นเกี่ยวกับข้อความโฆษณานั้นมาก่อน เพื่อประกอบการพิจารณาของคณะกรรมการฯ โดยในการส่งข้อความโฆษณาไปให้คณะอนุกรรมการวินิจฉัยข้อความโฆษณานั้นคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาก็ได้มีคำสั่งให้ผู้กระทำการโฆษณาไปชี้แจงข้อเท็จจริง หรือแสดงหลักฐาน เพื่อพิสูจน์ว่าข้อความโฆษณาของตนมิได้มีลักษณะอันเป็นการฝ่าฝืนต่อกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองผู้บริโภคต่อคณะอนุกรรมการวินิจฉัยข้อความโฆษณาด้วย

คณะอนุกรรมการวินิจฉัยฯจะได้พิจารณาวินิจฉัยให้ความเห็นเกี่ยวกับข้อความโฆษณาโดยนำข้อเท็จจริงและพยานหลักฐานที่ผู้

กระทำการโฆษณาได้นำมาแสดง พิจารณาประกอบกับหลักเกณฑ์ของบทบัญญัติแห่งกฎหมายและในบางครั้งอาจนำหลักเกณฑ์หรือบรรทัดฐานการควบคุมการโฆษณาในต่างประเทศมาพิจารณาประกอบตัวอย่างรอบคอบ และจัดทำเป็นบันทึกเสนอความเห็นเกี่ยวกับข้อความโฆษณานั้นต่อคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา เพื่อพิจารณามีมติวินิจฉัยให้ดำเนินการแก้ข้อความโฆษณานั้นต่อไป โดยในบันทึกดังกล่าวจะได้แจกแจงเหตุผลประกอบความเห็นไว้เป็นหลักฐานอย่างชัดเจน และคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาจะพิจารณามีมติวินิจฉัยตามความเห็นที่คณะกรรมการวินิจฉัยข้อความโฆษณาได้เสนอไว้หรือไม่ก็ได้

ในกรณีที่คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาเห็นว่า ข้อความโฆษณานั้นไม่มีลักษณะอันเป็นการฝ่าฝืนต่อมาตรา ๒๒ หรือมาตรา ๒๓ แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภคฯ จะได้มีมติให้ยุติเรื่องและให้สำนักงานฯ แจ่งเป็นหนังสือให้ผู้กระทำการโฆษณาทราบว่า ข้อความโฆษณาของตนไม่มีลักษณะอันเป็นการฝ่าฝืนต่อบทบัญญัติแห่งกฎหมาย

ในกรณีที่คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณามีมติวินิจฉัยว่า ข้อความโฆษณานั้นมีลักษณะอันเป็นการฝ่าฝืนต่อบทบัญญัติแห่งกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค คือ เป็นข้อความที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค หรือใช้ถ้อยคำที่อาจก่อให้เกิดความเสื่อมเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวม หรือใช้วิธีการโฆษณาอันอาจเป็นอันตรายต่อผู้บริโภค หรือใช้

ข้อความโฆษณาอันฝ่าฝืนต่อเงื่อนไขการโฆษณาที่คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณากำหนดให้ต้องปฏิบัติ สำหรับการโฆษณาสินค้าบางประเภท คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาก็จะได้ใช้อำนาจออกคำสั่งอย่างหนึ่งอย่างใดดังต่อไปนี้ หรือหลายอย่างให้ผู้กระทำการโฆษณาปฏิบัติ คือ

๑. ให้แก้ไขข้อความหรือวิธีการในการโฆษณา
๒. ห้ามการใช้ข้อความบางอย่างที่ปรากฏในการโฆษณา
๓. ห้ามการโฆษณาหรือการใช้วิธีการนั้นในการโฆษณา
๔. ให้โฆษณาเพื่อแก้ไขความเข้าใจผิดของผู้บริโภคที่อาจเกิดขึ้นแล้วตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่คณะกรรมการฯ กำหนด (มาตรา ๒๗) ซึ่งหลักเกณฑ์และวิธีการในเรื่องนี้ คณะกรรมการฯ ได้กำหนดขึ้นไว้แล้ว

คำสั่งของคณะกรรมการฯ ตามมาตรา ๒๗ ตามมาตรา ๒๘ วรรคสองนี้ ถ้าผู้ได้รับคำสั่งไม่พอใจ ก็มีสิทธิอุทธรณ์ต่อคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคได้ตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่กำหนด ตามกฎกระทรวง ฉบับที่ ๒ (พ.ศ. ๒๕๒๔) ออกตามความในพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒ แต่การอุทธรณ์คำสั่งของคณะกรรมการฯ นี้ไม่เป็นการทุเลาการบังคับตามคำสั่งของคณะกรรมการฯ เว้นแต่คณะกรรมการฯ จะสั่งเป็นอย่างอื่นเป็นการชั่วคราวก่อนการวินิจฉัยอุทธรณ์ แต่สำหรับคำสั่งของคณะกรรมการฯ

ในข้ออื่นๆ การสั่งให้ส่งเอกสารหรือสั่งให้มาพิสูจน์แสดงความจริง ไม่ได้มีการกำหนดให้อุทธรณ์ได้ (มาตรา ๔๓, ๔๔)

การฝ่าฝืนคำสั่งของคณะกรรมการฯ เป็นความผิดทางอาญา และจะต้องได้รับโทษตามที่กฎหมายกำหนดไว้ เช่น การไม่ส่งเอกสารหรือไม่มาชี้แจงต่อคณะกรรมการฯ มีโทษจำคุกไม่เกินหนึ่งเดือนหรือปรับไม่เกินหนึ่งหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ (มาตรา ๔๖) ผู้ที่ไม่ปฏิบัติตามคำสั่งของคณะกรรมการฯ ที่สั่งตามมาตรา ๒๗ และมาตรา ๒๘ วรรคสอง คือ ให้แก้ไขข้อความหรือวิธีการในการโฆษณา ห้ามใช้ข้อความบางอย่างในการโฆษณา ห้ามการโฆษณา หรือห้ามใช้วิธีการบางอย่างในการโฆษณาและให้โฆษณาแก้ไขความเข้าใจผิด มีโทษจำคุกไม่เกินหกเดือน หรือปรับไม่เกินห้าหมื่นบาทหรือทั้งจำทั้งปรับ (มาตรา ๔๘) แต่ถ้าเป็นการกระทำของเจ้าของสื่อโฆษณา หรือผู้ประกอบการโฆษณา ผู้กระทำคงมีโทษเพียงกึ่งหนึ่ง และถ้าเป็นการกระทำความผิดต่อเนื่อง ผู้กระทำอาจถูกลงโทษปรับวันละไม่เกินห้าพันบาทหรือไม่เกินสองเท่าของค่าใช้จ่ายที่ใช้สำหรับการโฆษณานั้นตลอดระยะเวลาที่ยังฝ่าฝืนไม่ปฏิบัติตาม (มาตรา ๕๑) ความผิดเหล่านี้เป็นความผิดที่เปรียบเทียบได้ โดยคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคเป็นผู้มีอำนาจเปรียบเทียบหรือมอบหมายให้คณะกรรมการฯ หรือคณะอนุกรรมการ หรือพนักงานสอบสวน หรือพนักงานเจ้าหน้าที่ ดำเนินการเปรียบเทียบได้ ซึ่งในปัจจุบันนี้คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคได้มอบหมายให้คณะอนุกรรมการ

พิจารณาเปรียบเทียบขึ้นเป็นผู้เปรียบเทียบความผิดเกี่ยวกับการโฆษณา ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒ โดยดำเนินการเปรียบเทียบปรับตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคกำหนด

อนึ่ง กฎหมายได้กำหนดไว้ด้วยว่า ถ้าในการสอบสวนพบว่าบุคคลใดกระทำความผิดตามพระราชบัญญัตินี้ และบุคคลนั้นยินยอมให้เปรียบเทียบให้พนักงานสอบสวนส่งเรื่องมายังผู้ซึ่งคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคมอบหมายให้มีอำนาจเปรียบเทียบภายในเจ็ดวันนับแต่วันที่ผู้นั้นแสดงความยินยอมให้เปรียบเทียบ และเมื่อผู้กระทำความผิดได้เสียค่าปรับตามที่เปรียบเทียบคดีนั้นก็เป็นการอันเล็กน้อย

แนวทางในการพิจารณาวินิจฉัยข้อความโฆษณาของคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา อาจสรุปได้ดังนี้

๑. ต้องพิจารณาก่อนเสมอว่า ข้อความโฆษณาที่พิจารณานั้นเป็นกรณีอันมีกฎหมายอื่นกำหนดการควบคุมการโฆษณาไว้โดยเฉพาะแล้วหรือไม่ ถ้าเป็นสินค้าซึ่งมีกฎหมายควบคุมการโฆษณาไว้โดยเฉพาะแล้วก็ต้องบังคับไปตามกฎหมายนั้น จะนำกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองผู้บริโภคในหมวด ๒ อันว่าด้วยการคุ้มครองผู้บริโภคไปใช้บังคับได้เฉพาะแต่เท่าที่ไม่ขัดหรือซ้ำกับกฎหมายเฉพาะเรื่องเท่านั้น เช่น กรณีเป็นข้อความโฆษณาสรรพคุณสินค้าเครื่องสำอาง อันอยู่ภายใต้บังคับของพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. ๒๕๑๗

ซึ่งมาตรา ๗๒ ได้ทำการห้ามมิให้ผู้ใดโฆษณาสรรพคุณเครื่องสำอาง เป็นเท็จหรือเกินความจริง หรือเป็นข้อความโฆษณาเกินคำยาอันอยู่ ภายใต้บังคับของพระราชบัญญัติยา พ.ศ. ๒๕๑๐ ซึ่งมาตรา ๘๘ (๒) บัญญัติว่า การโฆษณายาจะต้องไม่แสดงสรรพคุณยาอันเป็นเท็จหรือเกินความจริง และพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒ มาตรา ๒๒ (๑) บัญญัติว่า การโฆษณาจะต้องไม่ใช่ข้อความที่เป็นเท็จหรือเกินความจริงดังนี้ เมื่อมีการโฆษณายาโดยแสดงสรรพคุณยาอันเป็นเท็จหรือเกินความจริง ก็จะต้องบังคับตามพระราชบัญญัติยา พ.ศ. ๒๕๑๐ มาตรา ๘๘ (๒) ซึ่งมีความผิดตามมาตรา ๑๒๔ แห่งพระราชบัญญัติยา พ.ศ. ๒๕๑๐ ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหกเดือนหรือปรับไม่เกินหนึ่งหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ ไม่บังคับตามกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค ดังนี้เป็นต้น ทั้งนี้เพราะบทบัญญัติในมาตรา ๒๑ แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒ ได้กำหนดว่า

“ในกรณีที่มีกฎหมายว่าด้วยการใด ได้บัญญัติเรื่องใดไว้โดยเฉพาะแล้ว ให้บังคับตามบทบัญญัติแห่งกฎหมายว่าด้วยการนั้น และให้นำบทบัญญัติในหมวดนี้ไปใช้บังคับได้เท่าที่ไม่ซ้ำหรือขัดกับบทบัญญัติดังกล่าว

ในกรณีที่กฎหมายดังกล่าวมิได้มีบทบัญญัติให้อำนาจแก่เจ้าหน้าที่ผู้มีอำนาจตามกฎหมายออกคำสั่งเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคตามที่บัญญัติไว้ในหมวดนี้ ให้คณะกรรมการเฉพาะเรื่องมี

อำนาจออกคำสั่งตามความในหมวดนี้ เว้นแต่ในกรณีที่กฎหมายดังกล่าวมีเจ้าหน้าที่ผู้มีอำนาจตามกฎหมายอยู่แล้ว คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคอาจมอบอำนาจให้เจ้าหน้าที่ผู้มีอำนาจตามกฎหมายว่าด้วยการนั้นๆ ใช้อำนาจตามพระราชบัญญัตินี้แทนคณะกรรมการเฉพาะเรื่องได้

การมอบอำนาจให้เจ้าหน้าที่ผู้มีอำนาจตามกฎหมายว่าด้วยการนั้นๆ ตามวรรคสองให้ประกาศในราชกิจจานุเบกษา”

บทบัญญัติในมาตราดังกล่าวนี้ได้กำหนดขึ้นก็โดยมีจุดประสงค์จะมีให้มีการปฏิบัติราชการที่ซ้ำซ้อนกัน ดังนั้นในกรณีเช่นนี้ คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา ก็จะส่งข้อความโฆษณานั้นไปให้หน่วยงานที่รับผิดชอบพิจารณาดำเนินการตามหน้าที่ต่อไป

๒. ในกรณีที่เป็นข้อความโฆษณาสินค้าอันอยู่ในอำนาจของคณะกรรมการฯ ที่จะพิจารณาได้ คณะกรรมการฯ ต้องให้โอกาสแก่ผู้กระทำการโฆษณาชี้แจงข้อเท็จจริงและแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการกระทำของตนก่อนเสมอ เว้นแต่เป็นเรื่องมีความจำเป็นหรือเร่งด่วน (โดยผลของมาตรา ๑๘ แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค) เช่น การปล่อยให้โฆษณาต่อไปจะก่อให้เกิดผลเสียหายแก่ผู้บริโภคได้ เช่นนี้ คณะกรรมการฯ ก็อาจใช้อำนาจออกคำสั่งตามมาตรา ๒๗ สั่งห้ามใช้ข้อความโฆษณานั้นหรือสั่งอย่างหนึ่งอย่างใดตามที่กฎหมายกำหนดให้อำนาจไว้ไปก่อนได้

ในกรณีที่ข้อความโฆษณานั้นมีเหตุอันควรสงสัยว่าเป็นข้อความโฆษณาอันเป็นเท็จหรือเกินความจริง คณะกรรมการฯ มีอำนาจออกคำสั่งให้ผู้กระทำการโฆษณานำพินิจเพื่อแสดงความจริงว่าข้อความโฆษณาของตนนั้นมิได้เป็นเท็จหรือเกินความจริง และถ้าในการโฆษณานั้น ผู้กระทำการโฆษณาได้อ้างรายงานทางวิชาการ ผลการวิจัย สถิติ การรับรองของสถาบันหรือบุคคลอื่นใด หรือยืนยันข้อเท็จจริงอย่างหนึ่งอย่างใด และตนไม่สามารถพินิจได้ว่าข้อความที่ใช้เป็นความจริงตามที่ตนกล่าวอ้างกฎหมายกำหนดว่าผู้นั้นได้กระทำการโฆษณาโดยรู้หรือรู้ว่าข้อความโฆษณาของตนเป็นเท็จ

ในทางปฏิบัติของคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา จัดให้วิธีการในการให้โอกาสแก่ผู้กระทำการโฆษณาชี้แจงข้อเท็จจริงหรือนำพินิจแสดงความจริง ๒ วิธี

(๑) ในกรณีที่ข้อความโฆษณานั้นเป็นเรื่องบกพร่องในการใช้ถ้อยคำ เช่น นำเอาถ้อยคำมีลักษณะเป็นการยืนยันข้อเท็จจริงที่ยากแก่การพินิจให้เป็นความจริงได้ เช่น การโฆษณาโดยใช้ถ้อยคำ “ดีที่สุด” หรือ “๑๐๐%” “ที่สุดในโลก” มาประกอบข้อความโฆษณา เช่นนี้ คณะกรรมการฯ ได้ใช้วิธีให้สำนักงานฯ มีหนังสือแจ้งให้ผู้กระทำการโฆษณาทราบว่า ข้อความโฆษณาของผู้กระทำการโฆษณานั้นมีลักษณะเป็นข้อความที่ยืนยันข้อเท็จจริงที่มีลักษณะอัน

THAI NATIONAL ASSEMBLY LIBRARY



3961106763

อาจเป็นเท็จ หรือเกินความจริงที่ยากแก่การพิสูจน์ความจริง (เช่น การโฆษณาโดยใช้ถ้อยคำว่าสินค้าของตนเป็นสินค้าที่ดีที่สุดในโลก นั้นการที่แสดงหลักฐานที่เชื่อถือได้ให้เห็นดังเช่นที่โฆษณานั้นเป็น กรณีที่กระทำได้ยากหรือบางกรณีอาจกระทำไม่ได้เลย) จึงขอให้ แก้ไขข้อความโฆษณาเสียหรือหากประสงค์จะแสดงหลักฐานพิสูจน์ก็ ขอให้มาชี้แจงแสดงหลักฐานภายในเวลาที่กำหนดไว้ในหนังสือแจ้งนั้น ถ้าไม่มาภายในเวลาที่กำหนดจะถือว่าไม่ประสงค์จะพิสูจน์ และหลังจากนั้น สำนักงานฯ ก็จะติดตามดูว่ามีการโฆษณาโดยใช้ถ้อยคำเช่น นี้อยู่อีกหรือไม่ หากพบก็จะออกคำสั่งตามมาตรา ๒๗ สั่งการต่อไป

(๒) ในกรณีที่ข้อความโฆษณานั้นน่าสงสัยว่าเป็นการ โฆษณาเท็จหรือเกินความจริงอันอาจพิสูจน์ให้เห็นได้ คณะกรรมการฯ ก็จะอาศัยอำนาจตามมาตรา ๒๘ ออกคำสั่งเรียกให้ผู้กระทำการ โฆษณามาพิสูจน์แสดงความจริง

๓. ในการแสดงหลักฐานเพื่อพิสูจน์ข้อความโฆษณา คณะ กรรมการว่าด้วยการโฆษณาได้วางแนวทางไว้ว่า หลักฐานดังต่อไปนี้ เป็นเอกสารหลักฐานอันรับฟังได้

(๑) หนังสือรับรองจากหน่วยงานของรัฐที่รับผิดชอบในเรื่องที่ผู้ประกอบการธุรกิจจะต้องนำพิสูจน์ทั้งของไทยและของต่างประเทศ

(๒) ผลการทดลองหรือตรวจทดสอบคุณภาพสินค้าของ สถาบันของทางราชการทั้งไทยและต่างประเทศ เช่น ผลการทดสอบ

ของกรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ ของวิศวกรรมสถานหรือสถาบันการศึกษาอันมีความเชี่ยวชาญในแขนงวิชาอันต้องพิสูจน์

(๓) ข้อความโฆษณาที่ใช้โฆษณาในต่างประเทศที่มีกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคอย่างรัดกุม และข้อความที่ใช้ในนั้นได้แปลตรงตามความหมายที่โฆษณาเผยแพร่อยู่ในต่างประเทศนั้น

(๔) หลักฐานในลักษณะเป็นคำรับรองหรือแสดงการยอมรับจากผู้ประกอบธุรกิจที่จำหน่ายสินค้าประเภทเดียวกับสินค้าที่โฆษณานั้นถือว่าเป็นคู่แข่งของสินค้านั้น (ดังเช่นที่คณะกรรมการฯ เคยรับฟังเอกสารแสดงสถิติการขายของบริษัทผลิตฟิล์มสีฟูจิ ซึ่งยอมรับว่ามียอดขายต่ำกว่าฟิล์มโกดัก เป็นต้น) .

หลักฐานที่ผู้กระทำการโฆษณานำมาแสดงที่มีลักษณะเป็นเอกสารรับรองจากบริษัทแม่ผู้ผลิตในต่างประเทศไม่ถือว่าเป็นหลักฐานอันรับฟังได้

### ตัวอย่างและแนวทางในการวินิจฉัยเป็นรายกรณี

โดยหลักทั่วไปของการพิจารณาตีความข้อความโฆษณานั้น จะต้องพิจารณาว่าบุคคลทั่วไปเข้าใจความหมายของข้อความโฆษณาที่ปรากฏนั้นว่าอย่างไร มิใช่ถือเอาตามความเข้าใจหรือเจตนาของผู้ประกอบธุรกิจหรือผู้กระทำการโฆษณาว่า เข้าใจหรือต้องการให้ตีความว่าอย่างไร เมื่อโฆษณาว່ให้บริการฟรี ความหมายตามความเข้าใจของผู้บริโภคโดยทั่วไปย่อมเข้าใจว่าให้บริการ

โดยไม่ต้องคิดค่าตอบแทน แต่ข้อเท็จจริงที่ผู้กระทำการโฆษณาอ้างว่าการให้บริการฟรีนั้น กระทำภายใต้เงื่อนไขใด ผู้กระทำการโฆษณาจะต้องระบุเงื่อนไขให้ครบถ้วนเพื่อให้บุคคลทั่วไปเข้าใจถึงความต้องการหรือเจตนารมณ์ของตนให้ชัดเจนเข้าใจได้

คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาพอจะกำหนดสรุปลักษณะของข้อความโฆษณาที่อาจมีลักษณะเป็นการฝ่าฝืนกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคและแนวทางในการพิจารณาวินิจฉัยข้อความโฆษณาแต่ละลักษณะได้ ดังนี้

(๑) ข้อความโฆษณานั้นเป็นเท็จหรือเกินความจริง หรือข้อความที่จะก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ อาจแยกได้เป็น

๑.๑ ข้อความโฆษณานั้นมีลักษณะเป็นการยืนยันข้อเท็จจริงอันยากแก่การพิสูจน์ ซึ่งถ้าผู้ประกอบการธุรกิจสามารถแสดงหลักฐานพิสูจน์ได้ ก็มีสิทธิโฆษณาต่อไปได้ เช่น กรณีการโฆษณาว่าเป็นโรงงานผลิตเทปบันทึกเสียงสมบูรณ์แบบแห่งแรกในประเทศไทย (กรณีหมายเลข ๓๘/๒๕๒๓) ผู้ประกอบการธุรกิจได้แสดงหนังสือรับรองของสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน ยืนยันว่าโรงงานที่โฆษณาเป็นโรงงานผลิตเทปบันทึกเสียงสมบูรณ์แบบแห่งแรกในประเทศไทยจริง เมื่อพิสูจน์ได้เช่นนี้ คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาก็ถือว่าเป็นข้อความโฆษณาที่ไม่มีลักษณะอันเป็นการฝ่าฝืนต่อกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค การโฆษณาของโรงแรมโฆษะ (กรณี

หมายเลข ๘๔/๒๕๒๖) โดยใช้ข้อความว่า “โรงแรมชั้นหนึ่ง ที่สง่างามที่สุดในจังหวัดขอนแก่น เป็นโรงแรมที่โอ่อ่าที่สุดของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ” คำว่า “สง่างามที่สุด” เห็นได้ว่า ไม่มีหลักฐานใดจะนำพินิจได้ “โอ่อ่าที่สุด” ก็เช่นกัน เมื่อให้นำพินิจ โรงแรมก็เพียงแต่มีหนังสือชี้แจงว่าเป็นโรงแรมที่มีห้องทันสมัยเท่านั้น คณะกรรมการฯ จึงได้ขอให้ตัดคำว่า “ที่สุด” ออกเสีย

ตัวอย่าง กรณีหมายเลข ๗๑/๒๕๒๖ การโฆษณาตู้เย็น เนชั่นเนลใช้ข้อความว่า “ตู้เย็นรุ่นใหม่ทุกแบบของเนชั่นเนลสร้างความพอใจให้ชนทุกระดับจนเป็นที่นิยมมากที่สุดในยุคปัจจุบัน” “ระบบบดรายไปปีที่ เป็นเทคนิคพิเศษของเนชั่นเนลช่วยให้ประหยัดการใช้ไฟฟ้าที่สุด” เมื่อเรียกให้มาพินิจแสดงความจริง บริษัทผู้กระทำการโฆษณาไม่สามารถแสดงหลักฐานพินิจได้และยินยอมตัดคำว่า “ที่สุด” ออก ดังนั้นเป็นต้น กรณีโฆษณารถยนต์มาสด้า (กรณีหมายเลข ๖๖/๒๕๒๖) ใช้ข้อความว่า “ก.ค. ๒๕๒๕ ผลิตภัณฑ์ ๑ ล้านเร็วที่สุดในประวัติศาสตร์” บริษัทกมลสุโกศลแสดงหลักฐานว่าเป็นข้อมูลที่ได้มาจากหนังสือข่าวสารทางวิชาการของบริษัทผู้ผลิตในประเทศญี่ปุ่น ซึ่งโฆษณาเผยแพร่ทั่วไปในประเทศญี่ปุ่นและประเทศอื่นอีกหลายประเทศ คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา วินิจฉัยว่า หนังสือข่าวสารที่อ้างโฆษณาเผยแพร่อยู่ในประเทศที่มีกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคที่เชื่อถือได้จึงฟังว่าข้อความโฆษณาดังกล่าวไม่เกินความจริงดังนี้เป็นต้น

การนำเอาถ้อยคำที่มีลักษณะยืนยันข้อเท็จจริงอันยากแก่การพิสูจน์ที่นำมาใช้ประกอบข้อความนี้ คณะกรรมการฯ ได้มีมติวางแนวทางในการพิจารณาไว้เป็นการภายในว่า กรณีที่ผู้โฆษณาได้นำเอาคำว่า “ที่สุด” และคำว่า “กว่า” มาประกอบข้อความโฆษณาโดยไม่ระบุข้อความอื่นตามมาไว้ว่า

ก. ในกรณีที่ผู้กระทำการโฆษณาใช้คำว่า “กว่า” หรือ “ที่สุด” ไปประกอบข้อความโฆษณา โดยที่ถ้อยคำนั้นไม่มีความหมายเฉพาะเจาะจงที่แน่นอน แต่ขึ้นอยู่กับความเข้าใจหรือความรู้สึกของแต่ละบุคคล (Subjective) เช่น การนำคำว่า “กว่า” หรือ “ที่สุด” ไปประกอบคำว่า สวย ดี เก่ เด่น เหมาะ ทันสมัย อร่อย ได้มาตรฐาน เป็นต้น กรณีเช่นนี้ให้ถือว่าข้อความโฆษณานั้นไม่มีลักษณะเป็นการยืนยันข้อเท็จจริงอันต้องพิสูจน์แสดงความจริง

ข. ในกรณีที่ผู้กระทำการโฆษณาใช้คำว่า “กว่า” หรือ “ที่สุด” ไปประกอบข้อความโดยที่ถ้อยคำนั้นมีความหมายเฉพาะเจาะจงและเป็นถ้อยคำที่ความหมายทั่วไปเข้าใจได้ว่ามีความเหนือกว่าในด้านที่มีความหมายนั้นเพื่อเปรียบเทียบกับสินค้าในประเทศเดียวกันได้ เช่น นำคำว่า “กว่า” หรือ “ที่สุด” ไปประกอบคำว่า “ยาวนาน” “ประหยัด” “ทน” “เล็ก” เป็นต้น ในกรณีเช่นนี้ให้ถือว่าเป็นข้อความโฆษณาที่มีลักษณะเป็นการยืนยันข้อเท็จจริงที่ต้องพิสูจน์แสดงความจริงเกี่ยวกับข้อความโฆษณานั้น ทั้งนี้ เว้นแต่ว่าในข้อความโฆษณานั้นเองได้มีข้อความอื่นที่ให้เหตุผลหรือแสดงให้เห็น

**ห้องสมุดกฎหมาย**

เข้าใจได้ว่า การมีคุณภาพกว่าหรือที่สุดตามความหมายของถ้อยคำ นั้นเชื่อได้ว่าเป็นความจริงตามที่ได้โฆษณา กรณีเช่นนี้ถือว่าเป็น ข้อความโฆษณาที่ยืนยันข้อเท็จจริงอันไม่ต้องพิสูจน์แสดงความจริง

ในการพิจารณา คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาก็ได้ยึด ข้อที่ตกลงกันเป็นการภายในนี้เป็นหลักในการพิจารณา

๑.๒ การโฆษณาอ้างว่าลดราคาสินค้า เรื่องนี้ ปัญหาอยู่ที่ ว่าผู้โฆษณาได้ลดราคาสินค้าลงจริงตามคำโฆษณาหรือไม่ แต่ด้วย เหตุที่ราคามาตรฐานของสินค้าแต่ละประเภทยังไม่ได้มีการวางไว้ อย่างแน่นอน ดังนั้น การที่จะพิสูจน์ว่าเป็นเท็จหรือเกินความจริงหรือไม่ จึงกระทำได้ยาก กรณีสินค้าควบคุมราคา การตรวจสอบว่าลด ราคาลงจริงหรือไม่ย่อมกระทำได้ง่าย แต่กรณีที่สินค้านั้นไม่มีราคา มาตรฐาน การพิสูจน์ย่อมขึ้นอยู่กับข้อเท็จจริงและการนำสืบว่า ราคา โดยทั่วไปของสินค้านั้นราคาเท่าใดและได้ลดลงราคาเท่าใดดังนั้น ขณะนี้คณะกรรมการฯ จึงยังมีได้วางกฎเกณฑ์เกี่ยวกับการโฆษณา ลดราคาสินค้าขึ้นไว้ แต่การที่จะโฆษณาว่าลดราคาสินค้านั้น ผู้- ประกอบธุรกิจก็ควรจะได้แจ้งเงื่อนไขไว้ในข้อความโฆษณาให้ชัดเจนว่า ลดราคาลงเท่าใดภายใต้เงื่อนไขอย่างไร กรณีตัวอย่างเช่น เคยมีผู้- บริโภคร้องเรียนการโฆษณาลดราคาของห้างโตมารู ว่าลดราคา เครื่องสำอางตั้งแต่ ๑๐% - ๕๐% ขึ้นไปแต่เมื่อผู้บริโภคจะเข้าซื้อ สินค้าผู้ประกอบการกลับอ้างว่าลดเฉพาะชนิดนั้นขนาดนั้น ซึ่ง เงื่อนไขว่าลดอย่างไรนั้น ผู้ประกอบการก็มีได้แจ้งให้ผู้บริโภครทราบ

ให้ชัดเจน จึงทำให้ผู้บริโภคเข้าใจผิด จึงมีมติให้สำนักงานฯ มีหนังสือแจ้งวิธีการที่ถูกต้องให้ผู้กระทำการโฆษณาทราบ

๑.๓ การโฆษณายืนยันข้อเท็จจริงว่าได้รับรางวัลหรือได้รับใบรับรองคุณภาพ หรือกล่าวอ้างยืนยันตัวเลขอันดับพิสูจน์แสดงความจริง ผู้โฆษณาต้องแสดงแหล่งประกวด ปีที่ได้รับรางวัลไว้ให้ชัดแจ้งตรงตามที่ได้รับรางวัลในข้อความโฆษณา หากมิได้ระบุไว้เมื่อถูกเรียกมาพิสูจน์ก็ต้องพร้อมที่แสดงหลักฐานได้ เช่นการโฆษณาว่าได้รับรางวัลเป็น “แชมป์แห่งประเทศไทย” โดยไม่ระบุผู้จัด อาจทำให้ผู้บริโภคเข้าใจได้ว่าเป็นรางวัลที่ได้รับจากทางราชการเช่นกรณีการโฆษณาของร้านตัดสูท “เด่น” ว่าเป็นแชมป์สูทแห่งประเทศไทย (กรณีหมายเลข ๘๑/๒๕๒๕) ซึ่งการจัดประกวดที่ผู้โฆษณาได้รับรางวัลเป็นสมาคมของเอกชน แต่เมื่อฟังจากข้อความโฆษณา ผู้บริโภคจะสำคัญผิดได้ดังนั้น จึงออกคำสั่งให้แก้ไขข้อความโฆษณาโดยขอให้ระบุให้ชัดแจ้งว่าจัดประกวดโดยผู้ใด เมื่อใด หรือกรณีการโฆษณาของรถยนต์ไดฮัทสึ ซาเรด (กรณีหมายเลข ๓๓/๒๕๒๖) โฆษณาว่า “เพื่อเฉลิมฉลองตำแหน่งแชมป์ซาฟารี ปี ๘๒ รถยอดเยี่ยม ในรุ่น ๑๐๐๐ ซี ซี” บริษัทฯ ผู้โฆษณาแสดงหลักฐานให้เห็นว่าโฆษณาโดยถือตามข้อความโฆษณาภาษาอังกฤษที่ได้โฆษณาเผยแพร่ในประเทศญี่ปุ่นและประเทศอื่นที่มีกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคอันเชื่อถือได้ จึงเป็นโฆษณาที่ไม่เกินความจริง หรือกรณีการโฆษณาชุดเครื่องครัว โมดูล่า (กรณีหมายเลข ๒/๒๕๒๓) โฆษณาว่าเครื่อง

ครัวโมดูล่าได้รับรางวัลที่ ๑ ในการประกวดผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม เครื่องเงิน ประจำปี ๒๕๒๒ ซึ่งผู้โฆษณารางวัลแสดงหลักฐานเป็น กิตติบัตรของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมมาแสดง จึงรับฟังว่าเป็น ข้อความโฆษณาไม่เกินความจริง หรือกรณีการโฆษณาก่อนหน้า ของ ห้างหุ้นส่วนจำกัด ฮงโก้ (กรณีหมายเลข ๖๒/๒๕๒๖) ซึ่งโฆษณา ว่าได้รับรองคุณภาพจากรัฐบาลญี่ปุ่น โดยชี้แจงว่าโฆษณาเช่นนั้น เพราะข้างกล่องของสินค้ามีรูปตรารับรองคุณภาพสินค้าของรัฐบาล ญี่ปุ่นประทับอยู่ แต่ไม่อาจแสดงหลักฐานเป็นหนังสือรับรองของทาง ราชการญี่ปุ่นว่าเป็นสินค้าที่ได้รับการรับรองคุณภาพต่อคณะกรรมการฯ ได้ กรณีนี้จึงต้องถือว่า ไม่อาจพิสูจน์ข้อความโฆษณา บริษัท ผู้โฆษณาจึงขอระงับใช้ข้อความโฆษณาดังกล่าว กรณีการโฆษณา นาฬิกาคาสิโอ (กรณีหมายเลข ๕๒/๒๕๒๖) ข้อความว่า “กันน้ำลึก ๒๐๐ เมตร จับเวลาแม่นยำ ๑/๑๐๐ วินาที นาฬิกาสตรีกันน้ำลึก ๕๐ เมตร” บริษัทแสดงหลักฐานว่านำตัวเลขดังกล่าวมาจากหนังสือเยน-เนอรัล แคตตาล็อก ซึ่งโฆษณาเผยแพร่ในประเทศญี่ปุ่น และ ประเทศอื่นหลายประเทศ เป็นหลักฐานอันรับฟังได้จึงถือว่าเป็น ข้อความโฆษณาที่ไม่เกินความจริง หรือกรณีการโฆษณาสินค้า เครื่องประหยัดไฟไอโคโน โฆษณาว่าช่วยประหยัดไฟได้ ๑๐-๘๐ % โดยแสดงหลักฐานเป็นหนังสือรายงานผลการทดสอบของคณะ อาจารย์ผู้ทดลองซึ่งมีถึงคณบดีคณะวิศวกรรมศาสตร์ของสถาบัน เทคโนโลยีพระจอมเกล้าแต่ในหลักฐานดังกล่าวไม่มีข้อความอัน

แสดงว่าได้ผลแน่ชัดว่าประหยัดได้ถึงตัวเลขที่ปรากฏในข้อความโฆษณา กรณีนี้จึงไม่อาจรับฟังได้ คณะกรรมการฯ จึงเห็นว่าเป็นข้อความโฆษณาเกินความจริง จึงให้ผู้กระทำการโฆษณาแก้ไขข้อความโฆษณา ดังนี้เป็นต้น

๑.๔ โฆษณาเปรียบเทียบในลักษณะเหยียบย่ำสินค้าอื่นหรือการโฆษณาเปรียบเทียบสินค้าของตนว่ามีคุณภาพดีกว่าสินค้านี้หรือสินค้านั้น โดยทั่วไปคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาไม่มีอำนาจที่จะห้ามมิให้กระทำเว้นแต่จะมีลักษณะเกินความจริงหรือเป็นเท็จ แต่การโฆษณานั้นจะต้องกระทำโดยต้องแถลงความจริงทั้งหมดให้ผู้บริโภคทราบ การเปรียบเทียบโดยไม่แถลงความจริงทั้งหมด ถือว่าเป็นการปกปิดข้อเท็จจริงทำให้ผู้บริโภคสำคัญผิดในสาระสำคัญของสินค้า การโฆษณาเปรียบเทียบผู้โฆษณาต้องแถลงความจริงให้ผู้บริโภคทราบโดยครบถ้วน และการโฆษณาโดยใช้วิธีเปรียบเทียบกับสินค้าอื่นนี้ควรทำได้เฉพาะแต่ส่วนที่เป็นสาระสำคัญ การนำเอาเรื่องเล็กๆ น้อยๆ มาเป็นหลักเปรียบเทียบนั้น ก็อาจถือว่าเป็นการทำให้ผู้บริโภคเข้าใจผิดว่าสินค้านั้นดีกว่าสินค้าอื่นมาก

ตัวอย่างการโฆษณาโดยใช้วิธีเปรียบเทียบกับสินค้าอื่น เช่น การโฆษณาเครื่องปรับอากาศแคเรีย (กรณีหมายเลข ๑/๒๕/๒๕๒๔) โฆษณาโดยกล่าวอ้างว่าประหยัดค่าไฟฟ้าได้มากกว่าคู่แข่ง ๔๖% แสดงหลักฐานพิสูจน์เป็นตารางผลทดสอบระหว่างแคเรียกับเครื่องปรับอากาศเฟดเดอร์แอกปริล และโกลสฟอร์ด เปรียบเทียบการ

ประหยัดไฟ ที่บริษัททดสอบไว้มาแสดง แต่ไม่อาจหาหลักฐานของทางราชการมารับรองผลการพิสูจน์ได้ กรณีนี้จึงยังฟังไม่ได้ว่าเป็นข้อความโฆษณาคุณภาพของสินค้าที่ไม่เกินความจริง ในขณะที่เครื่องปรับอากาศแคเรียโฆษณาว่าดีกว่าโกลสฟอร์ด เครื่องปรับอากาศโกลสฟอร์ดก็ได้โฆษณาว่า “โกลสฟอร์ดกินไฟน้อยกว่ายี่ห้ออื่น ๓๐%-๕๐% ฯลฯ (กรณีหมายเลข ๑๔/๒๕๒๔) และก็ไม่สามารถพิสูจน์แสดงความจริงได้เช่นกัน

๑.๕ การโฆษณาอันทำให้ผู้บริโภคเข้าใจผิดในสาระสำคัญของสินค้าซึ่งกระทำกันในหลายรูปแบบ เช่น การใช้ข้อความโฆษณาหรือใช้ชื่อของสินค้าในลักษณะที่ทำให้ผู้บริโภคเข้าใจผิดในแหล่งกำเนิดของสินค้า เข้าใจผิดในวัสดุที่ใช้ผลิตสินค้า เช่น กรณีการโฆษณาสินค้านาฬิกาจากัวร์ที่โฆษณาว่า “นาฬิกาจากัวร์เรือนบางเรือนแรกที่หุ้มทองคำ ๑๐๐% กรณีการโฆษณาสินค้าสบู่เลอเวีย โดยมีเครื่องหมายธงของสหราชอาณาจักรอังกฤษประทับไว้บนกล่อง ทำให้ผู้บริโภคเข้าใจว่าสินค้าดังกล่าวผลิตจากประเทศอังกฤษทั้งๆ ที่สินค้าดังกล่าวผลิตในประเทศไทย จดทะเบียนการค้าในประเทศไทยซึ่งคณะกรรมการฯ ได้ขอให้ผู้กระทำการโฆษณาแก้ไขข้อความโฆษณา และเนื่องจากบริษัทอ้างว่า “เลอเวียแห่งลอนดอน” เป็นชื่อเครื่องหมายการค้าซึ่งกำลังดำเนินการขอจดทะเบียนอยู่ ดังนั้น คณะกรรมการฯ จึงขอให้สำนักงานฯ มีหนังสือขอความร่วมมือไปยังกรมทะเบียนการค้า โดยขอให้ระมัดระวังในการรับจดทะเบียนการค้าอย่า

ให้มีลักษณะอันจะทำให้ผู้บริโภคเกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญของสินค้า และในบางครั้งเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความเข้าใจผิดว่าสินค้าของตนมีคุณภาพดีได้ถือเอากระแสรับสั่งของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวมาใช้เป็นแกนโฆษณา เช่น กรณีการโฆษณาสินค้าขนมหม้อแกง เพชรสุภาพรรณ(กรณีหมายเลข๒๔/๒๕๒๓)

๑.๖ การโฆษณาว่ารับประกันสินค้า การโฆษณาลักษณะรับประกันสินค้า ผู้โฆษณาต้องระบุลักษณะและขอบเขตของการประกันให้ชัดเจน เงื่อนไขของการปฏิบัติตามที่ประกันต้องชัดและครบถ้วนทุกเงื่อนไข ระบุตัวผู้รับประกัน ระยะเวลาประกัน ขั้นตอนปฏิบัติตามสัญญาประกันเพราะโฆษณาการรับประกันโดยไม่ชัดเจนนั้นย่อมก่อให้เกิดจนถึงเจตนาประสงค์ไม่รับผิดชอบของผู้รับประกัน ทั้งอาจทำให้ผู้บริโภคสำคัญผิดได้อีกด้วย ดังเช่นการโฆษณาสินค้ายาป้องกันสนิมรถ ทัพ-โคท-ไดนอล(กรณีหมายเลข ๑๗/๒๕๒๓) กรณีการโฆษณา นาทิกาอัลบาควอด (กรณีหมายเลข ๔๐/๒๕๒๓) และการโฆษณา สินค้ารถยนต์ของศูนย์จำหน่ายรถยนต์(กรณีหมายเลข๔๘/๒๕๒๓) ผู้โฆษณาได้ระบุไว้ในข้อความโฆษณาว่า รับประกัน...ปี โดยไม่แสดงเงื่อนไขใดๆ ไว้ คณะกรรมการฯได้มีหนังสือแจ้งวิธีการโฆษณาให้ผู้กระทำการโฆษณาทราบและแก้ไขข้อความโฆษณา

(๒) ข้อความโฆษณาที่เป็นการสนับสนุนโดยตรงหรือโดยอ้อมให้มีการกระทำผิดกฎหมายหรือศีลธรรมหรือนำไปสู่ความเสื่อมเสียวัฒนธรรมแห่งชาติ

การโฆษณาที่เป็นการสนับสนุนโดยตรงหรือโดยอ้อมให้มีการกระทำผิดกฎหมายหรือศีลธรรม มีตัวอย่างอยู่หลายกรณี เช่น การโฆษณาตำราเล่นหวยของศูนย์ม้าขุนศึกบางเสาชิง (กรณีหมายเลข ๖๒/๒๕๒๕) การโฆษณาของ ส.ซีเลขนาโซค (กรณีหมายเลข ๑๔/๒๕๒๓) ซึ่งเป็นการโฆษณาชี้แนะแหล่งหาตัวเลขมาแทงสลากกินรวบ ซึ่งการเล่นเป็นการกระทำผิดกฎหมายหรือการโฆษณาของแผงจำหน่ายหนังสือเบอร์ ๑๖ ซึ่งชี้แนะแหล่งซื้อหนังสือต้องห้าม เป็นต้น

สำหรับการโฆษณาที่จะนำไปสู่ความเสื่อมเสียวัฒนธรรมของชาตินี้เป็นเรื่องซึ่งอาจพิจารณาได้ยาก เพราะบางครั้งอาจมีลักษณะเป็นเพียงการโฆษณาโดยใช้ถ้อยคำอันไม่เหมาะสมเท่านั้น ซึ่งอาจต้องเข้าลักษณะห้ามมิให้นำมาใช้เป็นโฆษณาตามมาตรา ๒๒ (๓) เช่น เคยมีผู้โฆษณาโดยการให้บริการเสริมสวยว่า “ทรงนึ่งทำให้แข็ง บีบแรงก็ไม่หย่อน” (การโฆษณาของประโยชน์วิบัติ กรณีหมายเลข ๕๘/๒๕๒๓) หรือใช้คำว่า “ดวงชีวัน โกมลเสน เปิดดอกเปิดสะพอก ให้สัมผัส” หรือกรณีการโฆษณาของพัฒนาพงษ์บาร์-เบอร์ที่ใช้ข้อความโฆษณาว่า “Sexy beautiful Braless Hostess. Chat and Drinkin Private room till Midnight Romantic Deen” (กรณีหมายเลข ๒๖/๒๕๒๓) ข้อความทั้ง ๓ ข้อความนี้อาจมีความเห็นแตกออกเป็น ๒ ฝ่าย โดยฝ่ายหนึ่งอาจเห็นว่ายังไม่มีลักษณะถึงกับเป็นการทำให้เสื่อมเสียวัฒนธรรมของชาติ มีลักษณะเป็นแต่เพียงข้อความที่ไม่เหมาะสม แต่อาจมีอีกฝ่ายหนึ่งเห็นว่าเป็นถ้อยคำที่ไม่เหมาะสมจน

ถึงขั้นเป็นการทำให้เสื่อมเสียวัฒนธรรมของชาติได้ และโดยเหตุที่เรามีหน่วยงานซึ่งมีผู้เชี่ยวชาญในด้านวัฒนธรรมอยู่โดยเฉพาะ (คือคณะกรรมการเอกลักษณ์แห่งชาติ และสำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ) จึงควรเป็นหน้าที่ของหน่วยงานเหล่านั้นที่จะต้องวางมาตรการในเรื่องนี้ให้แน่นอนลงไว้ แต่จะอย่างไรก็ตาม เพื่อเป็นแนวทางพิจารณาเป็นการภายในของคณะกรรมการฯ ในการที่จะพิจารณาข้อความโฆษณาให้มีลักษณะอันถึงขั้นทำให้เสื่อมเสียวัฒนธรรมหรือศีลธรรมอันดีงามหรือไม่ คณะกรรมการฯ ก็ได้วางหลักฐานเป็นแนวทางพิจารณานั้นไว้

นอกจากนั้น ยังมีถ้อยคำที่ใช้ในการโฆษณาบางคำมาใช้ เช่น คำว่า “เทห์” คำว่า “เฉียบ” คำว่า “เก๋ก๊ก” ซึ่งมีปัญหาอยู่ว่ามีลักษณะอันเป็นการทำลายวัฒนธรรมทางภาษาหรือไม่และมีบางท่านเห็นว่า มีลักษณะเป็นภาษาร่วมสมัยที่เกิดขึ้นและจะเสื่อมในเวลาอันรวดเร็ว ไม่มีลักษณะอันจะทำให้เกิดความเสียหายในทางภาษาแต่อย่างใด ดังนั้นในขณะนี้จึงยังไม่มีคำสั่งห้ามใช้คำเหล่านี้

(๓) ข้อความโฆษณาที่มีลักษณะอันจะทำให้เกิดความแตกแยกหรือเสื่อมความสามัคคีในหมู่ประชาชน ขณะนี้ยังไม่พบข้อความโฆษณาที่มีลักษณะเช่นว่านี้

(๔) ข้อความโฆษณาอันมีลักษณะเป็นการไม่เป็นธรรมแก่ผู้บริโภคตามที่กำหนดในกฎกระทรวง ซึ่งกรณีที่เป็นปัญหามากกัณอยู่ในขณะนี้ คือการโฆษณาโดยมีของแจกแถม หรือจัดให้มีการ

ประกวดชิงรางวัลโดยการเสี่ยงโชค โดยที่ผู้ประกอบการธุรกิจที่โฆษณา  
 อาจยังไม่ทราบโดยทั่วถึง ดังนั้นในระยะนี้จึงยังมีได้ดำเนินการกวาด-  
 ขันอย่างจริงจังนัก แต่เมื่อพบว่ามีการโฆษณาผิดจากกฎกระทรวง  
 ดังกล่าว ก็ได้ใช้วิธีเตือนให้ผู้กระทำการโฆษณาแก้ไข

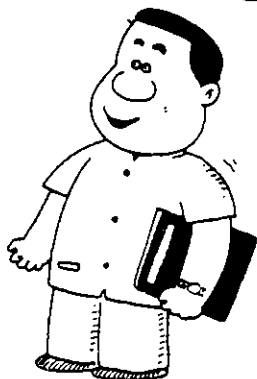
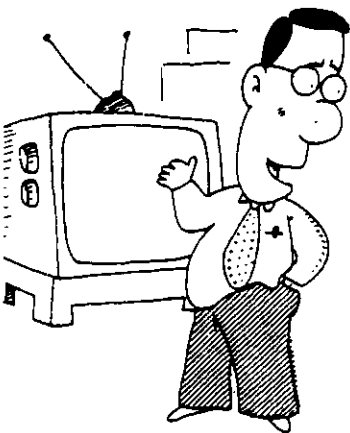
สำหรับการตรวจพิจารณาให้ความเห็นข้อความโฆษณาที่  
 ผู้กระทำการโฆษณาขอให้พิจารณาให้ความเห็นก่อนกระทำการ  
 โฆษณาอันเป็นหน้าที่ของคณะกรรมการฯ ตามมาตรา ๒๕ นั้น การ  
 พิจารณาให้ความเห็นก็ได้ดำเนินไปในหลักเกณฑ์เดียวกันกับการ  
 พิจารณาวินิจฉัยข้อความโฆษณาดังกล่าวมาแล้ว เมื่อพิจารณาเห็น  
 ว่าข้อความที่ขอให้พิจารณาให้ความเห็นนั้นมีลักษณะอันเป็นการ  
 ฝ่าฝืนต่อมาตรา ๒๒ มาตรา ๒๓ ก็จะแจ้งให้ผู้ขอแก้ไขเสีย หากไม่ยอม  
 ก็ถือว่าข้อความดังกล่าวนั้นไม่ได้รับความคุ้มครองตามกฎหมาย

อนึ่ง เนื่องจากการวินิจฉัยข้อความโฆษณาที่ได้เสร็จสิ้นไป  
 แล้วมีอยู่หลายกรณีที่คณะกรรมการวินิจฉัยข้อความโฆษณาได้  
 จัดทำบันทึกเสนอความเห็นต่อคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาโดย  
 ได้แสดงเหตุผลและหลักเกณฑ์ในการพิจารณาให้ความเห็นไว้อย่าง  
 ครบถ้วนจนสมควรที่ถือเอาเป็นหลักเกณฑ์หรือเป็นบรรทัดฐานที่จะ  
 นำไปใช้แก่การพิจารณาวินิจฉัยข้อความโฆษณาในกรณีอื่นที่อยู่ใน  
 ประเภทเดียวกันได้ ทั้งผู้ประกอบการที่ประสงค์จะกระทำการ  
 โฆษณาก็อาจถือเอาเป็นแนวปฏิบัติได้อีกด้วย



สินค้าของเราได้ผ่านการพิสูจน์  
คุณภาพจากสถาบันต่างประเทศมาแล้ว!

ซื้อสิครับ มี!



นี่อะไรกัน!

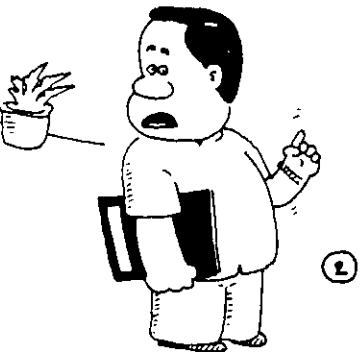
โอเค! ไรขอได้!



โรงแรมแห่งนี้  
ใหญ่ที่สุดในเอเชีย

ใหญ่ก็  
ที่สุดครับ

ผมมาจาก ส.ค.ย. เจียว่าน  
มาสมัคร ขอถามไหม  
นี่น้อย ครับ!



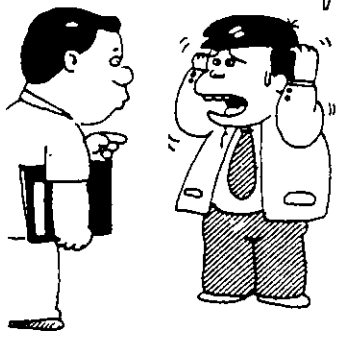
๒

ท่านพิสูจน์ได้ไหม  
ว่าใหญ่ที่สุดในเอเชีย

อ้อ..อ้อ!!  
คือว่า!!

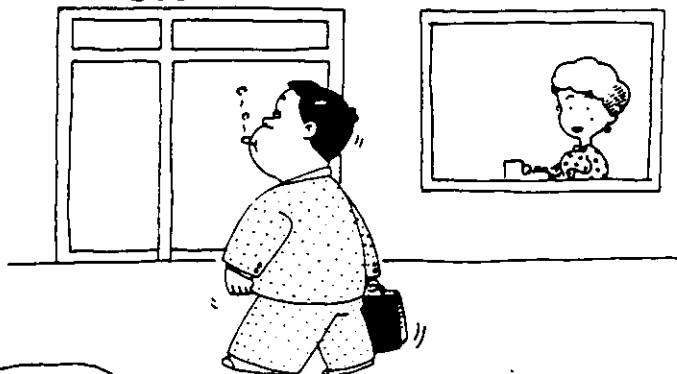
ก็พิสูจน์ไม่ได้  
ห้ามโฆษณา!

!!!



ที่นี้รับซื้อเจดีย์ให้เรณุก์  
โดยไม่ต้องเสียเรณุก์กันเป็น

บริษัท ก.เงิน



1

คุณประจักษ์ใจ  
ยังมีใบเสร็จอีก  
สองสามใบ  
จะส่งไปเก็บ  
กันด้วยครับ

บริษัท ก.เงิน



เรณุก์ก็ยัง  
ไม่ได้ แถมต้อง  
เสียค่าธรรมเนียม  
เยอะแยะ

2

# ตัวอย่างข้อความโฆษณาที่ฝ่าฝืน พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค

พ.ศ. ๒๕๒๒

๑. ข้อความที่เป็นเท็จหรือเกินความจริง (มาตรา ๒๒ วรรคสอง (๑))

๑.๑ อวดอ้างสรรพคุณ คุณสมบัติ คุณภาพ

-“สร้างสรรค์สิ่งที่ดีที่สุด.....”

-“เจ้าแรกและเจ้าเดียว” “ใหญ่กว่า”

-“แจกแบบนี้มีแห่งเดียวและแห่งแรกในภาคอีสาน”

-“ทีวี.สี ๑๔ นิ้ว ชนิดเดียวที่มีระบบหาช่องอัตโนมัติ.....”

-“เป็นโครงการใหญ่ที่สุดใจกลางเมืองแห่งแรกใน  
เชียงใหม่”

-“.....ทนวัตต์สูงสุดได้โดยไม่มีจำกัด”

-“ด้วยคุณลักษณะเด่นที่ไม่มีในวิดีโออื่น.....”

-“ระบบเงินดาวน์และผ่อนระยะยาวเป็นแห่งแรกและ  
แห่งเดียวในประเทศไทย”

-“มีลายทองแดงละเอียดมากที่สุดถึง ๒,๑๐๐ เส้น  
กล้าพิสูจน์ว่าดีที่สุดในเท่าที่หาได้ในเมืองไทย”

-“..... ดิดได้แม่ในอวกาศ”

-“ครั้งแรกลิปสติกยักษ์สูงที่สุดในโลก.....”

-“ประหยัดที่สุดในรถยนต์แบบเดียวกัน.....”

-“.....ดีที่สุด.....เท่าที่จะหาได้ในปัจจุบัน”

-“.....เชิญท่านเป็นเจ้าของ Condominium ที่  
หรูหราในพัทยาราคาเป็นล้านด้วยเงินจำนวนหมื่น โดยร่วมโครง  
การ.....แห่งแรกในเอเชีย”

- “Only.....lock systems from America offer you quality  
quaranteed for a lifetime”

-“วารสาร ที่ขายดีที่สุดและรายงานความเที่ยงตรง  
ที่สุดได้ยกย่องให้.....เป็นเทอร์นรุ่นเดียวที่ได้ CLASS 1”

-“ผลิตขึ้นจากขนแกะแท้ ๑๐๐%” “.....เท่านั้นที่  
สามารถสร้างสรรค์ลวดลายและสีสันทให้สวยงาม”

-“โรงแรมชั้นเลิศระดับมาตรฐานสากลแห่งแรกแห่ง  
เดียวในเชียงใหม่”

-“หัวเทียนที่ขายดีที่สุดในโลก”

-“ผลิตภัณฑ์ถนนมเร็วหน้มที่จำหน่ายมากที่สุดในอเมริกา”

-“ชนิดเดียวเท่านั้นที่สามารถตัดไฟในระดับที่ร่างกาย  
ปลอดภัยที่สุด”

-“บริการไม่มีใครเทียบเท่า.....”

-“เป็นศูนย์รวมเครื่องหนังและบุตติกที่ใหญ่ที่สุดใน  
เมืองไทย”

-“โทรทัศน์ระบบเดียวในโลกที่คว่ำรางวัลเอ็มมี”

-“...เป็นฉนวนไม่ติดไฟให้ความปลอดภัยแก่คุณ.....”

-“...อาหารจีนเลิศรส จากก๊กเมืองจีนค่าตัวแพงที่สุด”

๑.๒ อ่างอิงสถาบันหรือหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐบาลและ  
เอกชน

-“ได้ผ่านการทดสอบจากสถาบันทางการไฟฟ้าทั้งใน  
และต่างประเทศมาแล้ว”

-“ได้รับเกียรติให้เป็นสมาชิกขององค์การควบคุม  
ความปลอดภัยแห่งชาติสหรัฐอเมริกาและระหว่างประเทศอีกด้วย”

-“ผ่านการพิสูจน์คุณภาพได้มาตรฐานโลกจากสถาบัน  
SAE ในสหรัฐอเมริกามาแล้ว”

-“รางวัลผู้ผลิตสินค้ามาตรฐานจากสมาพันธ์ภาคพื้น  
ยุโรป.....”

-“.....และออกเป็นมาตรฐานแล้ว โดยสถาบัน ASTM  
และ AMWA แห่งสหรัฐอเมริกา”

-“ผ่านการทดลองจากโรงพยาบาลชั้นนำทั่วโลกมาแล้ว”

-“.....น้ำยาเคลือบสีรถที่ได้รับการรับรองคุณภาพจากสหรัฐอเมริกา”

-“.....ยังต้องปฏิบัติตามข้อกำหนดมาตรฐานของสมาคมทดสอบวัสดุของอเมริกา (เอ เอสทีไอ) รวมทั้งสมาคมผู้ผลิตเครื่องใช้ภายในบ้านของอเมริกา (เอ เอชเอเอ็ม).....”

-“ผ่านการทดสอบและยอมรับในประสิทธิภาพจาก ๓ สถาบันของทางราชการสหรัฐอเมริกา.....”

#### ๑.๓ อ่างอิงตัวเลขทางสถิติ

-“ปฏิวัติใหม่ประหยัดน้ำมันขึ้นกว่าเดิม ๒๐%”

-“drastically reduce ambient light reflection improving contrast **by more than 30%**”

-“ประหยัดเชื้อเพลิง ๓๐%-๕๐%.....”

-“ทำให้อายุการใช้งานเพิ่มขึ้น ๒๕๐% ยืดอายุการใช้งานของอุปกรณ์เครื่องจักรออกไปถึง ๑,๐๐๐%.....”

-“โทรทัศน์สี.....สีสรรธรรมชาติ สีไม่เหลืองไม่เพี้ยน ๑๐๐%”

-“แปรสัญญาณจากเทปเป็นภาพและเสียงได้คมชัด ๑๐๐%”

-“มีประสิทธิภาพเหนือกว่าอย่างน้อย ๑๕% .....เบากว่า ๔๕%”

## ๒. ข้อความที่จะก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญ

-“ติดตั้งโทรศัพท์ทุกหลัง”

-“มีโทรศัพท์ทุกหลัง”

-“.....สามารถด้านทานการเจริญเติบโตของเชื้อโรค เพราะเชื้อโรคไม่สามารถอยู่ในยางธรรมชาติได้เกิน ๒๔ ชั่วโมง”

-“ลด ๑๐ กก. ใน ๓๖ ครั้ง”

-“เราให้คุณครึ่งแสน ทันทีที่คุณมาเป็นเพื่อนบ้านคนใหม่ของเรา...”

-“.....รถบรรทุกน้ำมันได้ถอยรถกลับและวิ่งเข้าชนรถ.....อีกหลายครั้ง แต่ด้วยความแข็งแกร่งของโครงสร้างรถ.....คนโดยสารทั้งหมดจึงปลอดภัย และรอดชีวิตทุกคน.....”

## ๓. การแจกแถมรางวัลด้วยการเสี่ยงโชคหรือการประกวดชิงรางวัล (กฎกระทรวง ฉบับที่ ๓ พ.ศ. ๒๕๒๖)

-“ชื่อนาฬิกา.....๑ เรือน แจกวิทยุฟรี ๑ เครื่อง...”

-“ชื่อถุงเท้านักเรียน.....๓ คู่ หรือกางเกงในเด็ก.....๓ ก่องก็ได้ร่อนพระราชากับงานบินอวกาศฟรีทันทีวันนี้ ๓๑ พ.ค. ๒๕๒๗”

-“.....แจกแถมอย่างมโหฬารด้วย ๑๔ รายการยักษ์ พัดลม ตู้เย็น แอร์.....เริ่มตั้งแต่วันที่ถึง ๕ พฤษภาคม เท่านั้น”

-“...แห่งเดียวที่แถมบิกินี่เปอร์ ฟรี.....”

-“ชื่อรองเท้านักเรียน.....๑ คู่ วันนี้ แถมกล่องดินสอ ๑ ก่อง ฟรีทันที หมดเขต ๓๑ พฤษภาคม ๒๕๒๗”

-“ชื่อตู้เย็น.....รับไปได้ทันทีที่พัสดุมปรับอากาศฟรี  
วันนี้ถึง ๓๐ มิถุนายน ๒๕๒๗”

หมายเหตุ:- การแจกแถมรางวัลด้วยการเสี่ยงโชคหรือ  
การประกวดชิงรางวัลต้องระบุข้อความดังต่อไปนี้

๑. ประเภทและลักษณะของรางวัล จำนวนรางวัล และ  
มูลค่าของรางวัล

๒. วิธีการแจกรางวัลหรือชิงโชค

๓. กำหนดระยะเวลาเริ่มต้นและสิ้นสุดและวันประกาศผล

๔. กำหนดเขตหรือถิ่น หรือสถานที่สำหรับจับฉั้่นส่วนหรือ

คู่มือ

๕. ข้อความที่เป็นการสนับสนุนโดยตรงหรือโดยอ้อมให้มี  
การกระทำผิดกฎหมายหรือศีลธรรม หรือนำไปสู่ความเสื่อมเสียใน  
วัฒนธรรมของชาติ (มาตรา ๒๒ วรรคสอง (๓))

- “ไปที่แผงเบอร์.....เมื่อคุณต้องการหนังสือต้องห้าม.....”

๕. ข้อความที่จะทำให้เกิดความแตกแยกหรือเสื่อมเสีย  
ความสามัคคีในหมู่ประชาชน (มาตรา ๒๒ วรรคสอง (๔))

หมายเหตุ:- ยังไม่มีข้อความโฆษณาที่ฝ่าฝืน



# อำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการ ว่าด้วยการโฆษณา

คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณามีอำนาจหน้าที่ดำเนินการคุ้มครองผู้บริโภคตามมาตรา ๒๒ ถึงมาตรา ๒๙ แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒ เฉพาะเรื่องที่ยังมิได้มีบัญญัติไว้ในกฎหมายอื่น ดังนี้

๑. ในกรณีที่ผู้ประกอบธุรกิจโฆษณาโดยใช้ข้อความที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคหรือใช้ข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวม

(ก) ถ้าข้อความดังกล่าวเป็นข้อความที่เป็นเท็จหรือเกินความจริงหรือเป็นข้อความที่จะก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณามีอำนาจออกคำสั่งให้ผู้กระทำการโฆษณาแก้ไขข้อความ หรือวิธีการในการโฆษณา ห้ามการใช้ข้อความบางอย่างที่ปรากฏในการโฆษณา ห้ามการโฆษณา หรือห้ามใช้วิธีการนั้นในการโฆษณา และหรือให้โฆษณาเพื่อแก้ไขความเข้าใจผิดของผู้บริโภคที่อาจเกิดขึ้นแล้วตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณากำหนด

(ข) ถ้าข้อความดังกล่าวเป็นข้อความที่เป็นการสนับสนุนโดยตรงหรือโดยอ้อมให้มีการกระทำผิดกฎหมายหรือศีลธรรม

หรือนำไปสู่ความเสื่อมเสียในวัฒนธรรมของชาติ หรือเป็นข้อความที่จะทำให้เกิดความแตกแยกหรือเสื่อมเสียความสามัคคีในหมู่ประชาชน หรือเป็นข้อความอย่างอื่นตามที่กำหนดในกฎกระทรวง คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา มีอำนาจออกคำสั่งในทำนองเดียวกัน(ก) หรือเสนอความเห็นเพื่อให้คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคดำเนินการคดีกับผู้กระทำการโฆษณาดังกล่าว

หนึ่งในปัจจุบันกฎกระทรวงที่ออกตามความในพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค คือ กฎกระทรวง ฉบับที่ ๓ (พ.ศ. ๒๕๒๖) เป็นการควบคุมการโฆษณาแจกแถมและการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชค ฯลฯ และกฎกระทรวงฉบับนี้มีการแก้ไขเพิ่มเติมโดยกฎกระทรวง ฉบับที่ ๔ (พ.ศ. ๒๕๒๘) ควบคุมการโฆษณาขายอาคารชุด ที่ดิน และบ้านจัดสรร ซึ่งเป็นการขยายขอบเขตการคุ้มครองผู้บริโภคให้กว้างขึ้น

๒. ในกรณีที่ผู้ประกอบธุรกิจโฆษณาโดยใช้วิธีการอันอาจเป็นอันตรายต่อสุขภาพ ร่างกายหรือจิตใจ หรืออันอาจก่อให้เกิดความรำคาญแก่ผู้บริโภคตามที่กำหนดในกฎกระทรวง คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา มีอำนาจออกคำสั่งในทำนองเดียวกับ(ก) หรือเสนอความเห็นเพื่อให้คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคดำเนินการคดีกับผู้กระทำการโฆษณาได้

หนึ่งในปัจจุบันคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา กำลังดำเนินการให้มีการออกกฎกระทรวงในเรื่องดังกล่าว

๓. ในกรณีที่คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาเห็นว่าสินค้าใดอาจเป็นอันตรายแก่ผู้บริโภคและคณะกรรมการว่าด้วยฉลากได้กำหนดให้สินค้านั้นเป็นสินค้าที่ควบคุมฉลาก ให้คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา มีอำนาจออกคำสั่งกำหนดให้การโฆษณานั้นต้องกระทำไปพร้อมกับคำแนะนำหรือคำเตือนเกี่ยวกับวิธีใช้หรืออันตรายตามเงื่อนไขที่คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา กำหนด ทั้งนี้ โดยคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาจะกำหนดเงื่อนไขให้แตกต่างกันสำหรับการโฆษณาที่ใช้สื่อโฆษณาต่างกันได้ จำกัดการใช้สื่อโฆษณาสำหรับสินค้านั้น ห้ามการโฆษณาสินค้านั้น

อนึ่งในการออกคำสั่งจำกัดการใช้สื่อโฆษณาและห้ามการโฆษณาสินค้านั้น ให้นำมาใช้บังคับแก่การโฆษณาที่คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา เห็นว่าการใช้หรือประโยชน์ของสินค้านั้นขัดต่อนโยบายทางสังคม ศีลธรรมหรือวัฒนธรรมของชาติด้วย



อย่าหลงเชื่อข้อความโฆษณา ต้องพิจารณาให้รอบคอบ

๔. ในกรณีที่คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาเห็นว่าสินค้าหรือบริการใดผู้บริโภคจำเป็นต้องทราบข้อเท็จจริงเกี่ยวกับสภาพ ฐานะ และรายละเอียดอย่างอื่นเกี่ยวกับผู้ประกอบการว่าด้วยการโฆษณามีอำนาจกำหนดให้การโฆษณาสินค้าหรือบริการนั้นต้องให้ข้อเท็จจริงดังกล่าวตามที่คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา กำหนดได้

๕. ในกรณีที่คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาเห็นว่าข้อความในการโฆษณาโดยทางสื่อโฆษณาใดสมควรแจ้งให้ผู้บริโภคทราบว่าข้อความนั้นเป็นข้อความที่มีความมุ่งหมายเพื่อการโฆษณา คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณามีอำนาจกำหนดให้การโฆษณาโดยทางสื่อโฆษณานั้นต้องมีถ้อยคำชี้แจงกำกับให้ประชาชนทราบว่าข้อความดังกล่าวเป็นการโฆษณาได้ และคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาจะกำหนดเงื่อนไขอย่างใดให้ต้องปฏิบัติด้วยก็ได้

๖. ผู้ประกอบธุรกิจผู้ใดสงสัยว่าการโฆษณาของตนจะเป็นการฝ่าฝืนหรือไม่เป็นไปตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒ ผู้ประกอบธุรกิจนั้นอาจขอให้คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาพิจารณาให้ความเห็นในเรื่องนั้นก่อนทำการโฆษณาได้ ในกรณีนี้คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาจะต้องให้ความเห็นและแจ้งให้ผู้ขอทราบภายใน ๓๐ วัน นับแต่วันที่คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาได้รับคำขอ ถ้าไม่แจ้งภายในกำหนดระยะเวลาดังกล่าว ให้ถือว่าคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาให้ความเห็นชอบแล้ว

การให้ความเห็นของคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา ไม่ถือว่าเป็นการตัดอำนาจของคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาที่จะพิจารณาวินิจฉัยใหม่เป็นอย่างอื่น เมื่อมีเหตุอันสมควร

การใดที่ผู้ประกอบธุรกิจได้กระทำไปตามความเห็นของคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา มิให้ถือว่าการกระทำนั้นเป็นความผิดทางอาญา

# พระราชบัญญัติ คุ้มครองผู้บริโภค

พ.ศ. ๒๕๒๒

## ภูมิพลอดุลยเดช ป.ร.

ให้ไว้ ณ วันที่ ๓๐ เมษายน พ.ศ. ๒๕๒๒

เป็นปีที่ ๓๔ ในรัชกาลปัจจุบัน

พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช มีพระบรมราชโองการโปรดเกล้าฯ ให้ประกาศว่า

โดยที่เป็นการสมควรมีกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองผู้บริโภค

จึงทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้ตราพระราชบัญญัติขึ้นไว้ด้วยคำแนะนำและยินยอมของสภานิติบัญญัติแห่งชาติ ทำหน้าที่รัฐสภาดังต่อไปนี้

มาตรา ๑ พระราชบัญญัตินี้เรียกว่า “พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒”

มาตรา ๒ พระราชบัญญัตินี้ให้ใช้บังคับตั้งแต่วันถัดจากวันประกาศในราชกิจจานุเบกษาเป็นต้นไป

มาตรา ๓ ในพระราชบัญญัตินี้

“ซื้อ” หมายความว่ารวมถึง เช่า เช่าซื้อ หรือได้มาไม่ว่าด้วยประการใดๆ โดยให้ค่าตอบแทนเป็นเงินหรือผลประโยชน์อย่างอื่น

“ขาย” หมายความว่ารวมถึง ให้เช่า ให้เช่าซื้อ หรือจัดหาให้ไม่ว่าด้วยประการใดๆ โดยเรียกค่าตอบแทนเป็นเงินหรือผลประโยชน์อย่างอื่น ตลอดจนการเสนอหรือการชักชวนเพื่อการดังกล่าวด้วย

“สินค้า” หมายความว่า สิ่งของที่ผลิตหรือมีไว้เพื่อขาย

“บริการ” หมายความว่า การรับจัดทำการทำงาน การให้สิทธิใดๆ หรือการให้ใช้หรือให้ประโยชน์ในทรัพย์สินหรือกิจการใดๆ โดยเรียกค่าตอบแทนเป็นเงินหรือผลประโยชน์อื่นแต่ไม่รวมถึงการจ้างแรงงานตามกฎหมายแรงงาน

“ผลิต” หมายความว่า ทำ ผสม ปู รัง ประกอบ ประดิษฐ์ หรือแปรสภาพและหมายความว่ารวมถึงการเปลี่ยนรูป การดัดแปลง การคัดเลือกหรือการแบ่งบรรจุ

“ผู้บริโภค” หมายความว่า ผู้ซื้อหรือได้รับบริการจากผู้ประกอบธุรกิจ และหมายความว่ารวมถึงผู้ซึ่งได้รับการเสนอหรือการชักชวนจากผู้ประกอบธุรกิจเพื่อให้ซื้อสินค้าหรือรับบริการด้วย

“ผู้ประกอบการธุรกิจ” หมายความว่า ผู้ขาย ผู้ผลิตเพื่อขาย ผู้ส่งหรือนำเข้ามาในราชอาณาจักรเพื่อขายหรือผู้ซื้อเพื่อขายต่อซึ่งสินค้าหรือผู้ให้บริการ และหมายความว่ารวมถึงผู้ประกอบการโฆษณาด้วย

“ข้อความ” หมายความว่ารวมถึงการกระทำให้ปรากฏด้วยตัวอักษร ภาพ ภาพยนตร์ แสง เสียง เครื่องหมายหรือการกระทำอย่างใด ๆ ที่ทำให้บุคคลทั่วไปสามารถเข้าใจความหมายได้

“โฆษณา” หมายความว่าถึงกระทำการไม่ว่าโดยวิธีใด ๆ ให้ประชาชนเห็นหรือทราบข้อความ เพื่อประโยชน์ในทางการค้า

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

“ฉลาก” หมายความว่า รูป รอยประดิษฐ์ กระจกหรือสิ่งอื่นใดที่ทำให้ปรากฏข้อความเกี่ยวกับสินค้าซึ่งแสดงไว้ที่สินค้าหรือภาชนะบรรจุหรือหีบห่อบรรจุสินค้า หรือสอดแทรกหรือรวมไว้กับสินค้าหรือภาชนะบรรจุหรือหีบห่อบรรจุสินค้า และหมายความรวมถึงเอกสารหรือคู่มือสำหรับใช้ประกอบกับสินค้า ป้ายที่ติดตั้งหรือแสดงไว้ที่สินค้าหรือภาชนะบรรจุ หรือหีบห่อบรรจุสินค้านั้น

“คณะกรรมการ” หมายความว่า คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

“กรรมการ” หมายความว่า กรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

“พนักงานเจ้าหน้าที่” หมายความว่า ผู้ซึ่งรัฐมนตรีแต่งตั้งให้ปฏิบัติการตามพระราชบัญญัตินี้

“รัฐมนตรี” หมายความว่า รัฐมนตรีผู้รักษาการตามพระราช-

## บัญญัตินี้

มาตรา ๔ ผู้บริโภคมีสิทธิได้รับความคุ้มครองดังต่อไปนี้

(๑) สิทธิที่จะได้รับข่าวสารรวมทั้งคำพรรณนาคุณภาพที่ถูกต้องและเพียงพอเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ

(๒) สิทธิที่จะมีอิสระในการเลือกหาสินค้าหรือบริการ

(๓) สิทธิที่จะได้รับความปลอดภัยจากการใช้สินค้าหรือบริการ

(๔) สิทธิที่จะได้รับการพิจารณาและชดเชยความเสียหาย ทั้งนี้ ตามที่กฎหมายว่าด้วยการนั้นๆ หรือพระราชบัญญัตินี้ บัญญัติไว้

มาตรา ๕ ในการปฏิบัติหน้าที่ตามพระราชบัญญัตินี้ ให้พนักงานเจ้าหน้าที่มีอำนาจดังต่อไปนี้

(๑) นับ ชั่ง ตวง วัด ตรวจสอบสินค้า และเก็บหรือนำสินค้าในปริมาณพอสมควรไปเป็นตัวอย่างเพื่อทำการทดสอบ โดยไม่ต้องชำระราคาสินค้านั้น ทั้งนี้ ตามหลักเกณฑ์ที่คณะกรรมการกำหนด

(๒) ค้น ยึด หรืออายัดสินค้า ภาชนะหรือหีบห่อบรรจุสินค้า ฉลากหรือเอกสารอื่นที่ไม่เป็นไปตามพระราชบัญญัตินี้เพื่อประโยชน์ในการดำเนินคดีในกรณีที่มีเหตุอันสมควรสงสัยว่ามีการกระทำผิดตามพระราชบัญญัตินี้

(๓) เข้าไปในสถานที่หรือยานพาหนะใดๆ เพื่อตรวจสอบการผลิตสินค้า การขายสินค้าหรือบริการ รวมทั้งตรวจสอบสมุดบัญชี เอกสารและอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องของผู้ประกอบธุรกิจในการณที่มีเหตุอันควรสงสัยว่ามีการกระทำผิดตามพระราชบัญญัตินี้

(๔) มีหนังสือเรียกให้บุคคลใดๆ มาให้ถ้อยคำ หรือส่งเอกสารและหลักฐานที่จำเป็นเพื่อประกอบการพิจารณาของพนักงานเจ้าหน้าที่

ในการปฏิบัติหน้าที่ตามวรรคหนึ่ง ให้ผู้ที่เกี่ยวข้องอำนวยความสะดวกตามสมควร

มาตรา ๖ ในการปฏิบัติหน้าที่ตามมาตรา ๕ (๓) ถ้าไม่เป็นการเร่งด่วนให้พนักงานเจ้าหน้าที่แจ้งเป็นหนังสือให้เจ้าของหรือผู้ครอบครองสถานที่หรือยานพาหนะนั้นทราบล่วงหน้าตามสมควรก่อน และให้กระทำการต่อหน้าผู้ครอบครองสถานที่หรือยานพาหนะ หรือถ้าเจ้าของหรือผู้ครอบครองไม่อยู่ในที่นั้น ก็ให้กระทำต่อหน้าบุคคลอื่นอย่างน้อยสองคน ซึ่งพนักงานเจ้าหน้าที่ได้ร้องขอมาเป็นพยาน

การค้นตามมาตรา ๕ (๒) ให้พนักงานเจ้าหน้าที่กระทำได้เฉพาะเวลาระหว่างพระอาทิตย์ขึ้นถึงพระอาทิตย์ตก

มาตรา ๗ ในการปฏิบัติหน้าที่ตามพระราชบัญญัตินี้ พนักงานเจ้าหน้าที่ต้องแสดงบัตรประจำตัวเมื่อผู้ที่เกี่ยวข้องร้องขอ

บัตรประจำตัวของพนักงานเจ้าหน้าที่ ให้เป็นไปตามแบบที่

กำหนดในกฎกระทรวง

มาตรา ๘ ให้นายกรัฐมนตรีรักษาการตามพระราชบัญญัตินี้ และให้มีอำนาจแต่งตั้งพนักงานเจ้าหน้าที่ และออกกฎกระทรวงเพื่อปฏิบัติการตามพระราชบัญญัตินี้

กฎกระทรวงนั้น เมื่อประกาศในราชกิจจานุเบกษาแล้ว ให้ใช้บังคับได้

### หมวด ๑

#### คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

มาตรา ๙ ให้มีคณะกรรมการคณะหนึ่งเรียกว่า “คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค” ประกอบด้วยนายกรัฐมนตรีเป็นประธานกรรมการ ปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี ปลัดกระทรวงอุตสาหกรรม ปลัดกระทรวงพาณิชย์ ปลัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เลขาธิการคณะกรรมการอาหารและยา และผู้ทรงคุณวุฒิอีกไม่เกินหกคนซึ่งคณะรัฐมนตรีแต่งตั้งเป็นกรรมการและผู้ช่วยกรรมการสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคเป็นกรรมการและเลขานุการ

มาตรา ๑๐ คณะกรรมการมีอำนาจและหน้าที่ดังต่อไปนี้

(๑) พิจารณาเรื่องราวร้องทุกข์จากผู้บริโภคที่ได้รับความเดือดร้อนหรือเสียหายอันเนื่องมาจากการกระทำของผู้ประกอบธุรกิจ

(๒) ดำเนินการเกี่ยวกับสินค้าที่อาจเป็นอันตรายแก่

ผู้บริโภครวมมาตรา ๓๖

(๓) แจ่งหรือโฆษณาข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่อาจก่อให้เกิดความเสียหายหรือเสื่อมเสียแก่สิทธิของผู้บริโภค ในการนี้จะระบุชื่อสินค้าหรือบริการ หรือชื่อของผู้ประกอบธุรกิจด้วยก็ได้

(๔) ให้คำปรึกษาและแนะนำแก่คณะกรรมการเฉพาะเรื่อง และพิจารณาวินิจฉัยการอุทธรณ์คำสั่งของคณะกรรมการเฉพาะเรื่อง

(๕) วางระเบียบเกี่ยวกับการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการเฉพาะเรื่องและคณะอนุกรรมการ

(๖) สอดส่องเร่งรัดพนักงานเจ้าหน้าที่ ส่วนราชการ หรือหน่วยงานอื่นของรัฐให้ปฏิบัติตามอำนาจและหน้าที่ที่กฎหมายกำหนดตลอดจนเร่งรัดพนักงานเจ้าหน้าที่ให้ดำเนินคดีในความผิดเกี่ยวกับ การละเมิดสิทธิของผู้บริโภค

(๗) ดำเนินคดีเกี่ยวกับการละเมิดสิทธิของผู้บริโภคที่คณะกรรมการเห็นสมควรหรือมีผู้ร้องขอตามมาตรา ๓๙

(๘) รับรองสมาคมตามมาตรา ๔๐

(๙) เสนอความเห็นต่อคณะรัฐมนตรีเกี่ยวกับนโยบายและมาตรการในการคุ้มครองผู้บริโภค และพิจารณาให้ความเห็นในเรื่องใดๆที่เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคตามที่คณะรัฐมนตรีหรือรัฐมนตรีมอบหมาย

(๑๐) ปฏิบัติการอื่นใดตามที่มิมีกฎหมายกำหนดไว้ให้เป็นอำนาจและหน้าที่ของคณะกรรมการ

ในการปฏิบัติหน้าที่ตามมาตรา นี้ คณะกรรมการอาจมอบหมายให้สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคเป็นผู้ปฏิบัติการหรือเตรียมข้อเสนอมายังคณะกรรมการเพื่อพิจารณาดำเนินการต่อไปได้

มาตรา ๑๑ ให้กรรมการซึ่งคณะรัฐมนตรีแต่งตั้ง อยู่ในตำแหน่งคราวละสามปี

กรรมการที่พ้นจากตำแหน่งอาจได้รับแต่งตั้งอีกได้

มาตรา ๑๒ นอกจากการพ้นจากตำแหน่งตามวาระตามมาตรา ๑๑ กรรมการซึ่งคณะรัฐมนตรีแต่งตั้งพ้นจากตำแหน่ง เมื่อ

(๑) ตาย

(๒) ลาออก

(๓) คณะรัฐมนตรีให้ออก

(๔) เป็นบุคคลล้มละลาย

(๕) เป็นคนไร้ความสามารถหรือคนเสมือนไร้ความสามารถ

(๖) ได้รับโทษจำคุกโดยคำพิพากษาถึงที่สุดให้จำคุก เว้นแต่เป็นโทษสำหรับความผิดที่ได้กระทำโดยประมาทหรือความผิดลหุโทษ

ในกรณีที่กรรมการพ้นจากตำแหน่งก่อนวาระ คณะรัฐมนตรี

อาจแต่งตั้งให้ดำรงตำแหน่งแทนอยู่ในตำแหน่งเท่ากับวาระที่เหลืออยู่ของกรรมการซึ่งตนแทน

ในกรณีที่คณะรัฐมนตรีแต่งตั้งกรรมการเพิ่มขึ้นในระหว่างที่กรรมการซึ่งแต่งตั้งไว้แล้วยังมีวาระอยู่ในตำแหน่ง ให้ผู้ที่ได้รับแต่งตั้งให้เป็นกรรมการเพิ่มขึ้นอยู่ในตำแหน่งเท่ากับวาระที่เหลืออยู่ของกรรมการที่ได้รับแต่งตั้งไว้แล้ว

มาตรา ๑๓ ในการประชุมคณะกรรมการ ถ้าประธานกรรมการไม่มาประชุมหรือไม่อยู่ในที่ประชุม ให้กรรมการที่มาประชุมเลือกกรรมการคนหนึ่งเป็นประธานในที่ประชุม

การประชุมคณะกรรมการทุกคราวต้องมีกรรมการมาประชุมไม่ต่ำกว่ากึ่งหนึ่งของจำนวนกรรมการทั้งหมด จึงจะเป็นองค์ประชุม

การวินิจฉัยชี้ขาดของที่ประชุมให้ถือเสียงข้างมาก กรรมการคนหนึ่งให้มีเสียงหนึ่งในการลงคะแนน ถ้าคะแนนเสียงเท่ากัน ให้ประธานในที่ประชุมออกเสียงเพิ่มขึ้นอีกเสียงหนึ่งเป็นเสียงชี้ขาด

มาตรา ๑๔ ให้มีคณะกรรมการเฉพาะเรื่อง ดังต่อไปนี้

(๑) คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา

(๒) คณะกรรมการว่าด้วยฉลาก

คณะกรรมการเฉพาะเรื่อง ประกอบด้วยกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิในเรื่องเกี่ยวข้องตามที่คณะกรรมการแต่งตั้งขึ้น มีจำนวนไม่น้อยกว่าเจ็ดคนแต่ไม่เกินสิบสามคน

กรรมการเฉพาะเรื่อง อยู่ในตำแหน่งคราวละสองปี และให้นำมาตรา ๑๑ วรรคสอง และมาตรา ๑๒ มาใช้บังคับโดยอนุโลม

คณะกรรมการเฉพาะเรื่อง มีอำนาจและหน้าที่ตามที่กำหนดไว้ในพระราชบัญญัตินี้และตามที่คณะกรรมการมอบหมาย

มาตรา ๑๕ คณะกรรมการและคณะกรรมการเฉพาะเรื่อง จะแต่งตั้งคณะอนุกรรมการเพื่อพิจารณาหรือปฏิบัติการอย่างหนึ่งอย่างใดตามที่คณะกรรมการหรือคณะกรรมการเฉพาะเรื่องมอบหมายก็ได้

มาตรา ๑๖ การประชุมของคณะกรรมการเฉพาะเรื่องและคณะอนุกรรมการให้นำมาตรา ๑๓ มาใช้บังคับโดยอนุโลม

มาตรา ๑๗ คณะกรรมการและคณะกรรมการเฉพาะเรื่องมีอำนาจสั่งให้บุคคลหนึ่งบุคคลใดส่งเอกสารหรือข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับเรื่องที่มีผู้ร้องทุกข์หรือเรื่องอื่นใดที่เกี่ยวกับการคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคมาพิจารณาได้ ในการนี้จะเรียกบุคคลที่เกี่ยวข้องมาชี้แจงตัวก็ได้

มาตรา ๑๘ ในการปฏิบัติหน้าที่ตามพระราชบัญญัตินี้ คณะกรรมการหรือคณะกรรมการเฉพาะเรื่องต้องให้โอกาสแก่ผู้ถูกกล่าวหาหรือสงสัยว่ากระทำการอันเป็นการละเมิดสิทธิของผู้บริโภคเพื่อชี้แจงข้อเท็จจริงและแสดงความคิดเห็นตามสมควร เว้นแต่ในกรณีที่จำเป็นและเร่งด่วน

การกำหนดหรือการออกคำสั่งในเรื่องใดตามพระราชบัญญัตินี้ ให้คณะกรรมการหรือคณะกรรมการเฉพาะเรื่องคำนึงถึงความเสีย-

หายที่อาจเกิดขึ้นแก่ทั้งผู้บริโภคและผู้ประกอบธุรกิจ และในกรณี  
เห็นสมควร คณะกรรมการหรือคณะกรรมการเฉพาะเรื่องจะกำหนด  
เงื่อนไขหรือวิธีการชั่วคราวในการบังคับให้เป็นไปตามการกำหนด  
หรือการออกคำสั่งนั้นก็ได้

มาตรา ๑๙ ให้จัดตั้งสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครอง  
ผู้บริโภคขึ้นในสำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี

มาตรา ๒๐ ให้สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคมี  
อำนาจและหน้าที่ดังต่อไปนี้

(๑) รับเรื่องราวร้องทุกข์จากผู้บริโภคที่ได้รับความ  
เดือดร้อนหรือเสียหายอันเนื่องมาจากการกระทำของผู้ประกอบธุรกิจ  
เพื่อเสนอต่อคณะกรรมการ

(๒) ติดตามและสอดส่องพฤติกรรมของผู้ประกอบธุรกิจ  
ซึ่งกระทำการใดๆ อันมีลักษณะเป็นการละเมิดสิทธิของผู้บริโภค  
และจัดให้มีการทดสอบหรือพิสูจน์สินค้าหรือบริการใดๆ ตามที่เห็น  
สมควรและจำเป็นเพื่อคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภค

(๓) สนับสนุนหรือทำการศึกษาและวิจัยปัญหาเกี่ยวกับการ  
คุ้มครองผู้บริโภคร่วมกับสถาบันการศึกษาและหน่วยงานอื่น

(๔) ส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการศึกษาแก่ผู้บริโภคในทุก  
ระดับการศึกษาเกี่ยวกับความปลอดภัยและอันตรายที่อาจได้รับจาก  
สินค้าหรือบริการ

(๕) ดำเนินการเผยแพร่วิชาการ และให้ความรู้และการศึกษาแก่ผู้บริโภคร เพื่อสร้างนิสัยในการบริโภคที่เป็นการส่งเสริมพละนามัย ประหยัดและใช้ทรัพยากรของชาติให้เป็นประโยชน์มากที่สุด

(๖) ประสานงานกับส่วนราชการหรือหน่วยงานของรัฐที่มีอำนาจหน้าที่เกี่ยวกับการควบคุม ส่งเสริม หรือกำหนดมาตรฐานของสินค้าหรือบริการ

(๗) ปฏิบัติการอื่นใดตามที่คณะกรรมการหรือคณะกรรมการเฉพาะเรื่องมอบหมาย

## หมวด ๒

### การคุ้มครองผู้บริโภค

มาตรา ๒๑ ในกรณีที่มิกฎหมายว่าด้วยการใด ได้บัญญัติเรื่องใดไว้โดยเฉพาะแล้วให้บังคับตามบทบัญญัติแห่งกฎหมายว่าด้วยการนั้น และให้นำบทบัญญัติในหมวดนี้ไปใช้บังคับได้เท่าที่ไม่ซ้ำหรือขัดกับบทบัญญัติดังกล่าว

ในกรณีที่กฎหมายดังกล่าวมิได้มีบทบัญญัติให้อำนาจแก่เจ้าหน้าที่ผู้มีอำนาจตามกฎหมายออกคำสั่งเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคตามที่บัญญัติไว้ในหมวดนี้ ให้คณะกรรมการเฉพาะเรื่องมีอำนาจออกคำสั่งตามความในหมวดนี้ เว้นแต่ในกรณีที่กฎหมายดังกล่าวมีเจ้าหน้าที่ผู้มีอำนาจตามกฎหมายอยู่แล้ว คณะกรรมการ

คุ้มครองผู้บริโภคอาจมอบอำนาจให้เจ้าหน้าที่ผู้มีอำนาจตามกฎหมายว่าด้วยการนั้นๆ ใช้อำนาจตามพระราชบัญญัตินี้แทนคณะกรรมการเฉพาะเรื่องได้

การมอบอำนาจให้เจ้าหน้าที่ผู้มีอำนาจตามกฎหมายว่าด้วยการนั้นๆ ตามวรรคสองให้ประกาศในราชกิจจานุเบกษา

## ส่วนที่ ๑

### การคุ้มครองผู้บริโภคในด้านการโฆษณา

มาตรา ๒๒ การโฆษณาจะต้องไม่ใช่ข้อความที่เป็นการไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคหรือใช้ข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวม ทั้งนี้ไม่ว่าข้อความดังกล่าวนั้นจะเป็นข้อความที่เกี่ยวข้องกับแหล่งกำเนิด สภาพ คุณภาพ หรือลักษณะของสินค้าหรือบริการ ตลอดจนการส่งมอบ การจัดหาหรือการใช้สินค้าหรือบริการ

ข้อความดังต่อไปนี้ ถือเป็นข้อความที่เป็นการไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคหรือเป็นข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวม

(๑) ข้อความที่เป็นเท็จหรือเกินความจริง

(๒) ข้อความที่จะก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ ไม่ว่าจะกระทำโดยใช้หรืออ้างอิงรายงานทางวิชาการสถิติหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่งอันไม่เป็นความจริงหรือเกินความ

จริงหรือไม่ก็ตาม

(๓) ข้อความที่เป็นการสนับสนุนโดยตรงหรือโดยอ้อมให้มีการกระทำผิดกฎหมายหรือศีลธรรม หรือนำไปสู่ความเสื่อมเสียในวัฒนธรรมของชาติ

(๔) ข้อความที่จะทำให้เกิดความแตกแยกหรือเสื่อมเสียความสามัคคีในหมู่ประชาชน

(๕) ข้อความอย่างอื่นตามที่กำหนดในกฎกระทรวง

ข้อความที่ใช้ในการโฆษณาที่บุคคลทั่วไปสามารถรู้ได้ว่าเป็นข้อความที่ไม่อาจเป็นความจริงได้โดยแน่แท้ ไม่เป็นข้อความที่ต้องห้ามในการโฆษณาตาม (๑)

มาตรา ๒๓ การโฆษณาจะต้องไม่กระทำด้วยวิธีการอันอาจเป็นอันตรายต่อสุขภาพ ร่างกายหรือจิตใจ หรืออันอาจก่อให้เกิดความรำคาญแก่ผู้บริโภคนั้น ทั้งนี้ตามที่กำหนดในกฎกระทรวง

มาตรา ๒๔ ในกรณีที่คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาเห็นว่าสินค้าใดอาจเป็นอันตรายแก่ผู้บริโภคนั้นและคณะกรรมการว่าด้วยฉลากได้กำหนดให้สินค้านั้นเป็นสินค้าที่ควบคุมฉลากตามมาตรา ๓๐ ให้คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณามีอำนาจออกคำสั่งดังต่อไปนี้

(๑) กำหนดให้การโฆษณานั้นต้องกระทำไปพร้อมกับคำแนะนำหรือคำเตือนเกี่ยวกับวิธีใช้หรืออันตราย ตามเงื่อนไขที่คณะ

กรรมการว่าด้วยการโฆษณากำหนด ทั้งนี้โดยคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาจะกำหนดเงื่อนไขให้แตกต่างกันสำหรับการโฆษณาที่ใช้สื่อโฆษณาต่างกันได้

(๒) จำกัดการใช้สื่อโฆษณาสำหรับสินค้านั้น

(๓) ห้ามการโฆษณาสินค้านั้น

ความใน (๒) และ (๓)ให้นำมาใช้บังคับแก่การโฆษณาที่คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาเห็นว่าการใช้หรือประโยชน์ของสินค้านั้นขัดต่อนโยบายทางสังคม ศิลธรรม หรือวัฒนธรรมของชาติด้วย

มาตรา ๒๕ ในกรณีที่คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาเห็นว่าสินค้าหรือบริการใดผู้บริโภครู้จักจำเป็นต้องทราบข้อเท็จจริงเกี่ยวกับสภาพฐานะและรายละเอียดอย่างอื่นเกี่ยวกับผู้ประกอบการธุรกิจด้วย คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณามีอำนาจกำหนดให้การโฆษณาสินค้าหรือบริการนั้นต้องให้ข้อเท็จจริงดังกล่าวตามที่คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณากำหนดไว้

มาตรา ๒๖ ในกรณีที่คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาเห็นว่าข้อความในการโฆษณาโดยทางสื่อโฆษณาใดสมควรแจ้งให้ผู้บริโภคทราบว่าข้อความนั้นเป็นข้อความที่มีความมุ่งหมายเพื่อการโฆษณา คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณามีอำนาจกำหนดให้การโฆษณาโดยทางสื่อโฆษณานั้นต้องมีถ้อยคำชี้แจงกำกับให้ประชาชน

ทราบว่ายข้อความดังกล่าวเป็นการโฆษณาได้ ทั้งนี้ คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาจะกำหนดเงื่อนไขอย่างไรให้ต้องปฏิบัติตามก็ได้

มาตรา ๒๗ ในกรณีที่คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาเห็นว่าการโฆษณาใดฝ่าฝืนมาตรา ๒๒ มาตรา ๒๓ มาตรา ๒๔ (๑) หรือมาตรา ๒๕ ให้คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา มีอำนาจออกคำสั่งอย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่างดังต่อไปนี้

- (๑) ให้แก้ไขข้อความหรือวิธีการในการโฆษณา
- (๒) ห้ามการใช้ข้อความบางอย่างที่ปรากฏในการโฆษณา
- (๓) ห้ามการโฆษณาหรือห้ามใช้วิธีการนั้นในการโฆษณา
- (๔) ให้โฆษณาเพื่อแก้ไขความเข้าใจผิดของผู้บริโภคที่อาจเกิดขึ้นแล้วตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา กำหนด

ในการออกคำสั่งตาม (๔) ให้คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา กำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการ โดยคำนึงถึงประโยชน์ของผู้บริโภคประกอบกับความสุจริตใจในการกระทำของผู้กระทำการโฆษณา

มาตรา ๒๘ ในกรณีที่คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา มีเหตุอันควรสงสัยว่า ข้อความใดที่ใช้ในการโฆษณาเป็นเท็จหรือเกินความจริงตามมาตรา ๒๒ วรรคสอง (๑) ให้คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา มีอำนาจออกคำสั่งให้ผู้กระทำการโฆษณา พิสูจน์เพื่อแสดงความจริงได้

ในกรณีที่ผู้กระทำการโฆษณาอ้างรายงานทางวิชาการ ผลการวิจัยสถิติ การรับรองของสถาบันหรือบุคคลอื่นใด หรือยืนยันข้อเท็จจริงอันใดอันหนึ่งในการโฆษณา ถ้าผู้กระทำการโฆษณาไม่สามารถพิสูจน์ได้ว่าข้อความที่ใช้ในการโฆษณาเป็นความจริงตามที่กล่าวอ้าง ให้คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณามีอำนาจออกคำสั่งตามมาตรา ๒๗ ได้ และให้ถือว่าผู้กระทำการโฆษณารู้หรือควรได้รู้ว่าข้อความนั้นเป็นความเท็จ

มาตรา ๒๘ ผู้ประกอบธุรกิจผู้ใดสงสัยว่าการโฆษณาของตนจะเป็นการฝ่าฝืนหรือไม่เป็นไปตามพระราชบัญญัตินี้ ผู้ประกอบธุรกิจผู้นั้นอาจขอให้คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาพิจารณาให้ความเห็นในเรื่องนั้นก่อนทำการโฆษณาได้ ในกรณีนี้คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาจะต้องให้ความเห็นและแจ้งให้ผู้ขอทราบภายในสามสิบวันนับแต่วันที่คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาได้รับคำขอ ถ้าไม่แจ้งภายในกำหนดระยะเวลาดังกล่าวให้ถือว่าคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาให้ความเห็นชอบแล้ว

การขอความเห็นและคำปวยการให้ความเห็นให้เป็นไปตามระเบียบที่คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณากำหนด คำปวยการที่ได้รับให้นำส่งคลังเป็นรายได้แผ่นดิน

การให้ความเห็นของคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาตามวรรคหนึ่งไม่ถือว่าเป็นการตัดอำนาจของคณะกรรมการว่าด้วยการ

โฆษณาที่จะพิจารณาวินิจฉัยใหม่เป็นอย่างอื่นเมื่อมีเหตุอันสมควร

การใดที่ได้กระทำไปตามความเห็นของคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาที่ให้ตามวรรคหนึ่ง มิให้ถือว่าการกระทำนั้นเป็นความผิดทางอาญา

## ส่วนที่ ๒

### การคุ้มครองผู้บริโภคในด้านฉลาก

มาตรา ๓๐ ให้คณะกรรมการว่าด้วยฉลากมีอำนาจกำหนดให้สินค้าดังต่อไปนี้เป็นสินค้าที่ควบคุมฉลากได้

(๑) สินค้าที่อาจก่อให้เกิดอันตรายแก่สุขภาพ ร่างกาย หรือจิตใจ เนื่องในการใช้สินค้านั้น หรือโดยสภาพของสินค้า

(๒) สินค้าที่ประชาชนทั่วไปใช้เป็นประจำซึ่งการกำหนดฉลากของสินค้านั้นจะเป็นประโยชน์แก่ผู้บริโภคในการที่จะได้ทราบข้อเท็จจริงในสาระสำคัญเกี่ยวกับสินค้านั้น

มาตรา ๓๑ ฉลากของสินค้าที่ควบคุมฉลาก จะต้องมีลักษณะดังต่อไปนี้

(๑) ใช้ข้อความที่ตรงต่อความจริงและไม่มีข้อความที่อาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับสินค้า

(๒) ต้องระบุข้อความอันจำเป็น ซึ่งหากมิได้กล่าวเช่นนั้น

จะทำให้ผู้บริโภคเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับสินค้า

ทั้งนี้ตามหลักเกณฑ์ เงื่อนไขและรายละเอียดที่คณะกรรมการว่าด้วยฉลากกำหนด

การกำหนดตามวรรคหนึ่ง ให้ประกาศในราชกิจจานุเบกษา และประกาศดังกล่าว จะกำหนดกรณีหรือเงื่อนไขที่เป็นการยกเว้นไม่อยู่ภายใต้บังคับตามความในวรรคหนึ่งด้วยก็ได้

มาตรา ๓๒ การกำหนดข้อความของฉลากตามมาตรา ๓๐ ต้องไม่เป็นการบังคับให้ผู้ประกอบธุรกิจต้องเปิดเผยความลับทางการผลิต เว้นแต่ข้อความดังกล่าวจะเป็นสิ่งจำเป็นที่เกี่ยวกับสุขภาพอนามัยและความปลอดภัยของผู้บริโภค

มาตรา ๓๓ เมื่อคณะกรรมการว่าด้วยฉลากเห็นว่าฉลากใดไม่เป็นไปตามมาตรา ๓๑ คณะกรรมการว่าด้วยฉลากมีอำนาจสั่งให้ผู้ประกอบธุรกิจเลิกใช้ฉลากดังกล่าวหรือดำเนินการแก้ไขฉลากนั้นให้ถูกต้อง

มาตรา ๓๔ ผู้ประกอบธุรกิจผู้ใดสงสัยว่าฉลากของตนจะเป็นการฝ่าฝืนหรือไม่เป็นไปตามมาตรา ๓๑ ผู้ประกอบธุรกิจผู้นั้นอาจขอให้คณะกรรมการว่าด้วยฉลากพิจารณาให้ความเห็นในฉลากนั้นก่อนได้ ในกรณีนี้ให้นำมาตรา ๒๙ มาใช้บังคับโดยอนุโลม

มาตรา ๓๕ เพื่อประโยชน์ในการควบคุมและการตรวจสอบการประกอบธุรกิจเกี่ยวกับสินค้าที่ควบคุมฉลาก รัฐมนตรีมีอำนาจ

ประกาศในราชกิจจานุเบกษา กำหนดให้ผู้ประกอบธุรกิจ在售สินค้าดังกล่าวต้องจัดทำและเก็บรักษาบัญชีเอกสาร และหลักฐานเพื่อให้พนักงานเจ้าหน้าที่ทำการตรวจสอบได้

วิธีจัดทำและเก็บรักษาบัญชี เอกสารและหลักฐานตามวรรคหนึ่งให้เป็นไปตามที่กำหนดในกฎกระทรวง

### ส่วนที่ ๓

#### การคุ้มครองผู้บริโภคโดยประการอื่น

มาตรา ๓๖ เมื่อมีเหตุอันควรสงสัยว่าสินค้าใด อาจเป็นอันตรายแก่ผู้บริโภค คณะกรรมการอาจสั่งให้ผู้ประกอบธุรกิจดำเนินการทดสอบหรือพิสูจน์สินค้านั้นได้ ถ้าผู้ประกอบธุรกิจไม่ดำเนินการทดสอบหรือพิสูจน์สินค้าหรือดำเนินการล่าช้าโดยไม่มีเหตุผลอันสมควร คณะกรรมการจะจัดให้มีการพิสูจน์โดยผู้ประกอบธุรกิจเป็นผู้เสียค่าใช้จ่ายก็ได้

ถ้าผลจากการทดสอบหรือพิสูจน์ปรากฏว่าสินค้านั้นอาจเป็นอันตรายแก่ผู้บริโภค และกรณีไม่อาจป้องกันอันตรายที่จะเกิดจากสินค้านั้นได้โดยการกำหนดฉลากตามมาตรา ๓๐ หรือตามกฎหมายอื่น ให้คณะกรรมการมีอำนาจสั่งห้ามขายสินค้านั้น และถ้าเห็นสมควรจะสั่งให้ผู้ประกอบธุรกิจเปลี่ยนแปลงสินค้านั้นภายใต้เงื่อนไขตามที่คณะกรรมการกำหนดก็ได้ ในกรณีที่สินค้านั้นไม่สามารถเปลี่ยนแปลงได้หรือเป็นที่สงสัยว่าผู้ประกอบธุรกิจจะเก็บสินค้านั้นไว้

เพื่อขายต่อไป คณะกรรมการมีอำนาจสั่งให้ผู้ประกอบธุรกิจทำลาย หรือจะจัดให้มีการทำลายโดยผู้ประกอบธุรกิจเป็นผู้เสียค่าใช้จ่ายก็ได้

ในกรณีจำเป็นและเร่งด่วน ถ้าคณะกรรมการมีเหตุที่น่าเชื่อว่าสินค้าใดอาจเป็นอันตรายแก่ผู้บริโภค ให้คณะกรรมการมีอำนาจสั่งห้ามขายสินค้านั้นเป็นการชั่วคราวจนกว่าจะได้มีการทดสอบหรือพิสูจน์สินค้าตามวรรคหนึ่งหรือวรรคสอง

การสั่งห้ามขายสินค้าตามวรรคสองและวรรคสาม ให้ประกาศในราชกิจจานุเบกษา

มาตรา ๓๗ คณะกรรมการมีอำนาจกำหนดให้การประกอบธุรกิจขายสินค้าหรือบริการอย่างใดอย่างหนึ่ง เป็นธุรกิจที่ควบคุมรายการในหลักฐานการรับเงินได้

รายการในหลักฐานการรับเงินเงินของการประกอบธุรกิจดังกล่าวให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ เงื่อนไข และรายละเอียดที่คณะกรรมการกำหนด คณะกรรมการจะกำหนดข้อความที่ต้องใช้หรือห้ามใช้ และวิธีการใช้ข้อความนั้นไว้ด้วยก็ได้

การกำหนดในวรรคหนึ่ง ให้ประกาศในราชกิจจานุเบกษา และในประกาศดังกล่าวจะกำหนดกรณีหรือเงื่อนไขที่เป็นการยกเว้นไม่อยู่ภายใต้บังคับตามความในวรรคหนึ่งด้วยก็ได้

มาตรา ๓๘ ผู้ประกอบธุรกิจตามมาตรา ๓๗ วรรคหนึ่ง มีหน้าที่ต้องส่งมอบหลักฐานการรับเงินตามมาตรา ๓๗ ให้แก่ผู้บริโภค

ภายในระยะเวลาที่เป็นทางปฏิบัติตามปกติสำหรับการประกอบธุรกิจประเภทนั้นหรือภายในระยะเวลาที่คณะกรรมการกำหนดโดยประกาศในราชกิจจานุเบกษา

มาตรา ๓๙ ในกรณีที่คณะกรรมการเห็นสมควรเข้าดำเนินคดีเกี่ยวกับการละเมิดสิทธิของผู้บริโภค หรือเมื่อได้รับคำร้องจากผู้บริโภคที่ถูกละเมิดสิทธิซึ่งคณะกรรมการเห็นว่าการดำเนินคดีนั้นจะเป็นประโยชน์แก่ผู้บริโภคเป็นส่วนรวม คณะกรรมการมีอำนาจแต่งตั้งพนักงานอัยการโดยความเห็นชอบของอธิบดีกรมอัยการ หรือข้าราชการในสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคซึ่งมีคุณวุฒิไม่ต่ำกว่าปริญญาตรีทางนิติศาสตร์เป็นเจ้าหน้าที่คุ้มครองผู้บริโภค เพื่อให้มีหน้าที่ดำเนินคดีแพ่งและคดีอาญาแก่ผู้กระทำการละเมิดสิทธิของผู้บริโภคในศาล และเมื่อคณะกรรมการได้แจ้งไปยังกระทรวงยุติธรรมเพื่อแจ้งให้ศาลทราบ ให้เจ้าหน้าที่คุ้มครองผู้บริโภคมีอำนาจดำเนินคดีตามที่คณะกรรมการมอบหมายได้

ในการดำเนินคดีในศาล ให้เจ้าหน้าที่คุ้มครองผู้บริโภคมีอำนาจฟ้องเรียกทรัพย์สิน หรือค่าเสียหายให้แก่ผู้บริโภคที่ร้องขอได้ด้วย และในการนี้ให้ได้รับยกเว้นค่าฤชาธรรมเนียมทั้งปวง

มาตรา ๔๐ สมาคมใดมีวัตถุประสงค์ในการคุ้มครองผู้บริโภคหรือต่อต้านการแข่งขันอันไม่เป็นธรรมทางการค้า และข้อบังคับของสมาคมดังกล่าวในส่วนที่เกี่ยวกับคณะกรรมการ สมาชิก และวิธีการดำเนินการของสมาคมเป็นไปตามเงื่อนไขที่กำหนดในกฎกระทรวง

สมาคมนั้นอาจยื่นคำขอให้คณะกรรมการรับรองเพื่อให้สมาคมนั้นมีสิทธิและอำนาจฟ้องตามมาตรา ๔๑ ได้

การยื่นคำขอตามวรรคหนึ่ง ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่กำหนดในกฎกระทรวง

การรับรองสมาคมตามวรรคหนึ่ง ให้ประกาศในราชกิจจานุเบกษา

มาตรา ๔๑ ในการดำเนินคดีที่เกี่ยวกับการละเมิดสิทธิของผู้บริโภคให้สมาคมที่คณะกรรมการรับรองตามมาตรา ๔๐ มีสิทธิในการฟ้องคดีแพ่ง คดีอาญา หรือดำเนินกระบวนการพิจารณาใดๆ ในคดีเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคได้และให้มีอำนาจฟ้องเรียกค่าเสียหายแทนสมาชิกของสมาคมได้ ถ้ามีหนังสือมอบหมายให้เรียกค่าเสียหายแทนจากสมาชิกของสมาคม

ในการดำเนินคดีตามวรรคหนึ่ง มิให้สมาคมถอนฟ้อง เว้นแต่ศาลจะอนุญาตเมื่อศาลเห็นว่าการถอนฟ้องนั้นไม่เป็นผลเสียต่อการคุ้มครองผู้บริโภคเป็นส่วนรวมสำหรับคดีแพ่งเกี่ยวกับการเรียกค่าเสียหายแทนสมาชิกของสมาคม การถอนฟ้องหรือการพิพากษาในกรณีที่คู่ความตกลงหรือประนีประนอมยอมความกัน จะต้อง มีหนังสือแสดงความยินยอมของสมาชิกผู้มอบหมายให้เรียกค่าเสียหายแทนมาแสดงต่อศาลด้วย

มาตรา ๔๒ นอกจากต้องปฏิบัติตามบทบัญญัติในประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์และกฎหมายอื่นแล้ว สมาคมที่คณะกรรมการรับรองตามมาตรา ๔๐ ต้องปฏิบัติตามระเบียบที่คณะกรรมการกำหนด

เมื่อปรากฏว่าสมาคมที่คณะกรรมการรับรองตามมาตรา ๔๐ สมาคมใดไม่ปฏิบัติตามระเบียบที่คณะกรรมการกำหนด หรือเมื่อมีพฤติการณ์ปรากฏว่าสมาคมนั้นดำเนินการเพื่อป้องกันคดีโดยไม่สุจริต ให้คณะกรรมการมีอำนาจเพิกถอนการรับรองสมาคมนั้นได้

การเพิกถอนการรับรองสมาคมใดตามมาตรา นี้ ให้ประกาศในราชกิจจานุเบกษา

ในกรณีที่สมาคมซึ่งถูกเพิกถอนการรับรองตามมาตรา นี้ได้ฟ้องคดีไต่ไต่ต่อศาลและคดีนั้นยังค้างอยู่ในการพิจารณาของศาล ให้ศาลสั่งจำหน่ายคดีนั้นเสีย

### หมวด ๓

#### การอุทธรณ์

มาตรา ๔๓ ในกรณีที่ผู้ได้รับคำสั่งของคณะกรรมการเฉพาะเรื่องตามมาตรา ๒๗ หรือมาตรา ๒๘ วรรคสอง ไม่พอใจคำสั่งดังกล่าวให้มีสิทธิอุทธรณ์ต่อคณะกรรมการได้

มาตรา ๔๔ การอุทธรณ์ตามมาตรา ๔๓ ให้ยื่นต่อคณะ

กรรมการภายในสิบวันนับแต่วันที่ผู้อุทธรณ์ได้รับทราบคำสั่งของ  
คณะกรรมการเฉพาะเรื่อง

หลักเกณฑ์และวิธีการยื่นอุทธรณ์ และวิธีพิจารณาอุทธรณ์  
ให้เป็นไปตามที่กำหนดในกฎกระทรวง

การอุทธรณ์คำสั่งตามวรรคหนึ่ง ย่อมไม่เป็นการทุเลาการ  
บังคับตามคำสั่งของคณะกรรมการเฉพาะเรื่อง เว้นแต่คณะกรรมการ  
จะสั่งเป็นอย่างอื่นเป็นการชั่วคราวก่อนการวินิจฉัยอุทธรณ์

คำวินิจฉัยของคณะกรรมการให้เป็นที่สุด

#### หมวด ๔

#### บทกำหนดโทษ

มาตรา ๔๕ ผู้ใดขัดขวางหรือไม่อำนวยความสะดวก ไม่ให้  
ถ้อยคำหรือไม่ส่งเอกสาร หรือหลักฐานแก่พนักงานเจ้าหน้าที่ซึ่ง  
ปฏิบัติการตามมาตรา ๕ ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหนึ่งเดือน หรือ  
ปรับไม่เกินหนึ่งหมื่นบาทหรือทั้งจำทั้งปรับ

มาตรา ๔๖ ผู้ใดไม่ปฏิบัติตามคำสั่งของคณะกรรมการหรือ  
คณะกรรมการเฉพาะเรื่องตามมาตรา ๑๗ ต้องระวางโทษจำคุกไม่  
เกินหนึ่งเดือนหรือปรับไม่เกินหนึ่งหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

มาตรา ๔๗ ผู้ใดโดยเจตนาก่อให้เกิดความเข้าใจผิดใน  
แหล่งกำเนิด สภาพ คุณภาพ ปริมาณ หรือสาระสำคัญประการอื่น

อันเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ ไม่ว่าจะ เป็นของตนเองหรือผู้อื่น  
โฆษณาหรือใช้ฉลากที่มีข้อความอันเป็นเท็จหรือข้อความที่รู้หรือควรรู้  
อยู่แล้วว่าอาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิด เช่นว่านั้นต้องระวางโทษ  
ปรับไม่เกินห้าหมื่นบาท

ถ้าผู้กระทำความผิดตามวรรคหนึ่งกระทำความผิดซ้ำอีกภายใน  
หกเดือนนับแต่วันกระทำความผิดครั้งก่อน ผู้กระทำต้องระวางโทษ  
จำคุกไม่เกินหนึ่งปีหรือปรับไม่เกินหนึ่งแสนบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

มาตรา ๔๘ ผู้ใดโฆษณาโดยใช้ข้อความตามมาตรา ๒๒ (๓)  
หรือ (๔) หรือข้อความตามที่กำหนดในกฎกระทรวงที่ออกตามมาตรา  
๒๒ (๕) หรือฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามมาตรา ๒๓ มาตรา ๒๔ มาตรา  
๒๕ หรือมาตรา ๒๖ ต้องระวางโทษปรับไม่เกินสามหมื่นบาท

มาตรา ๔๙ ผู้ใดไม่ปฏิบัติตามคำสั่งของคณะกรรมการว่า  
ด้วยการโฆษณาซึ่งสั่งตามมาตรา ๒๗ หรือมาตรา ๒๘ วรรคสอง  
ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหกเดือน หรือปรับไม่เกินห้าหมื่นบาท  
หรือทั้งจำทั้งปรับ

มาตรา ๕๐ ถ้าการกระทำตามมาตรา ๔๗ มาตรา ๔๘ หรือ  
มาตรา ๔๙ เป็นการกระทำของเจ้าของสื่อโฆษณา หรือผู้ประกอบการ  
กิจการโฆษณา ผู้กระทำต้องระวางโทษเพียงกึ่งหนึ่งของโทษที่  
บัญญัติไว้สำหรับความผิดนั้น

มาตรา ๕๑ ถ้าการกระทำความผิดตามมาตรา ๔๗ มาตรา

๔๘ มาตรา ๔๙ หรือมาตรา ๕๐ เป็นความผิดต่อเนื่อง ผู้กระทำความผิด  
 ระวังโทษปรับวันละไม่เกินห้าพันบาท หรือไม่เกินสองเท่าของค่าใช้  
 จ่ายที่ใช้สำหรับการโฆษณา นั้น ตลอดระยะเวลาที่ยังฝ่าฝืนหรือไม่  
 ปฏิบัติตาม

มาตรา ๕๒ ผู้ใดขายสินค้าที่ควบคุมฉลากตามมาตรา ๓๐  
 โดยไม่มีฉลากหรือมีฉลากแต่ฉลากหรือการแสดงฉลากนั้นไม่ถูกต้อง  
 หรือขายสินค้าที่มีฉลากที่คณะกรรมการว่าด้วยฉลากสั่งเลิกใช้ตาม  
 มาตรา ๓๓ ทั้งนี้โดยรู้หรือควรรู้อยู่แล้วว่าการไม่มีฉลากหรือการ  
 แสดงฉลากดังกล่าวนั้นไม่ถูกต้องตามกฎหมาย ต้องระวังโทษปรับ  
 ไม่เกินหนึ่งหมื่นบาท

ถ้าการกระทำตามวรรคหนึ่งเป็นการกระทำของผู้ผลิตเพื่อ  
 ขายหรือผู้ส่งหรือนำเข้ามาในราชอาณาจักรเพื่อขาย ผู้กระทำความผิด  
 ระวังโทษจำคุกไม่เกินหนึ่งเดือน หรือปรับไม่เกินห้าหมื่นบาท หรือ  
 ทั้งจำทั้งปรับ

มาตรา ๕๓ ผู้ประกอบธุรกิจผู้ใดไม่ปฏิบัติตามคำสั่งของ  
 คณะกรรมการว่าด้วยฉลากซึ่งสั่งตามมาตรา ๓๓ ต้องระวังโทษ  
 จำคุกไม่เกินหกเดือน หรือปรับไม่เกินห้าหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

มาตรา ๕๔ ผู้ได้รับจ้างทำฉลากที่ไม่ถูกต้องตามกฎหมาย  
 หรือรับจ้างติดตรึงฉลากที่ไม่ถูกต้องตามกฎหมายกับสินค้า โดยรู้  
 หรือควรรู้อยู่แล้วว่าฉลากดังกล่าวนั้นไม่ถูกต้องตามกฎหมาย ต้อง

ระวางโทษปรับไม่เกินห้าพันบาท

มาตรา ๕๕ ผู้ประกอบธุรกิจผู้ใดไม่ปฏิบัติตามกฎกระทรวงที่ออกตามมาตรา ๓๕ ต้องระวางโทษปรับไม่เกินหนึ่งหมื่นบาท

มาตรา ๕๖ ผู้ประกอบธุรกิจผู้ใด ขายสินค้าที่คณะกรรมการสั่งห้ามขายเพราะสินค้านั้นอาจเป็นอันตรายแก่ผู้บริโภคตามมาตรา ๓๖ ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหกเดือนหรือปรับไม่เกินห้าหมื่นบาทหรือทั้งจำทั้งปรับ

ถ้าผู้ประกอบธุรกิจนั้นเป็นผู้ผลิตเพื่อขายหรือเป็นผู้ส่งหรือนำเข้ามาในราชอาณาจักรเพื่อขาย ผู้กระทำต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินห้าปี หรือปรับไม่เกินห้าแสนบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

มาตรา ๕๗ ผู้ประกอบธุรกิจผู้ใดไม่ส่งมอบหลักฐานการรับเงินที่มีรายการถูกต้องตามมาตรา ๓๗ ให้แก่ผู้บริโภคภายในระยะเวลาตามมาตรา ๓๘ ต้องระวางโทษปรับไม่เกินสองพันบาท

ผู้ประกอบธุรกิจผู้ใดส่งมอบหลักฐานการรับเงิน โดยลงจำนวนเงินมากกว่าที่ผู้บริโภคจะต้องชำระ และได้รับเงินจำนวนนั้นไปจากผู้บริโภคแล้วต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหนึ่งเดือน หรือปรับตั้งแต่ห้าร้อยบาทถึงหนึ่งหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ เว้นแต่จะพิสูจน์ได้ว่าตนได้ใช้ความระมัดระวังตามสมควรในการประกอบธุรกิจเช่นนั้นแล้ว

มาตรา ๕๘ ผู้ใดกระทำความผิดตามพระราชบัญญัตินี้

ภายในสถานที่ประกอบธุรกิจของผู้ประกอบธุรกิจ และการกระทำนั้น เป็นไปเพื่อประโยชน์ของผู้ประกอบธุรกิจ ให้สันนิษฐานว่าผู้ประกอบธุรกิจเป็นผู้กระทำความผิดร่วมด้วย เว้นแต่จะพิสูจน์ได้ว่าตนไม่สามารถคาดหมายได้ว่าบุคคลนั้นจะกระทำความผิดแม้จะให้ความระมัดระวังตามสมควรแล้ว

มาตรา ๕๙ ในกรณีที่ผู้กระทำความผิดซึ่งต้องรับโทษตามพระราชบัญญัตินี้เป็นนิติบุคคล กรรมการหรือผู้จัดการหรือผู้รับผิดชอบในการดำเนินการของนิติบุคคลนั้นต้องรับโทษตามที่กฎหมายกำหนดสำหรับความผิดนั้นๆ ด้วย เว้นแต่จะพิสูจน์ได้ว่าตนมิได้มีส่วนในการกระทำความผิดของนิติบุคคลนั้น

มาตรา ๖๐ ผู้ใดโดยเจตนาทุจริต ใช้ จ้าง วาน ยุง หรือดำเนินการให้สมาคมที่คณะกรรมการรับรองตามมาตรา ๔๐ ฟ้องร้องผู้ประกอบธุรกิจคนใดเป็นคดีแพ่งหรือคดีอาญาต่อศาล เพื่อกลับแกล้างผู้ประกอบธุรกิจนั้นให้ได้รับความเสียหาย ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหกเดือนหรือปรับไม่เกินห้าหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

มาตรา ๖๑ ผู้ใดเปิดเผยข้อเท็จจริงใดเกี่ยวกับกิจการของผู้ประกอบธุรกิจอันเป็นข้อเท็จจริงที่ตามปกติวิสัยของผู้ประกอบธุรกิจจะพึงสงวนไว้ไม่เปิดเผย ซึ่งตนได้มาหรือล่วงรู้เนื่องจากการปฏิบัติการตามพระราชบัญญัตินี้ ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหนึ่งปี หรือปรับไม่เกินหนึ่งแสนบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ เว้นแต่เป็นการเปิดเผย

ในการปฏิบัติราชการหรือเพื่อประโยชน์ในการสอบสวน หรือการพิจารณาคดี

ผู้ใดได้มาหรือล่วงรู้ข้อเท็จจริงใดจากบุคคลตามวรรคหนึ่ง เนื่องในการปฏิบัติราชการหรือการสอบสวนหรือการพิจารณาคดี แล้วเปิดเผยข้อเท็จจริงนั้นในประการที่น่าจะเสียหายแก่ผู้หนึ่งผู้ใด ต้องระวางโทษเช่นเดียวกัน

มาตรา ๖๒ บรรดาความผิดตามพระราชบัญญัตินี้ คณะกรรมการมีอำนาจเปรียบเทียบได้ และในการนี้ให้คณะกรรมการมีอำนาจมอบหมายให้คณะกรรมการเฉพาะเรื่องหรือคณะอนุกรรมการ พนักงานสอบสวนหรือพนักงานเจ้าหน้าที่ ดำเนินการเปรียบเทียบได้ โดยจะกำหนดหลักเกณฑ์ในการเปรียบเทียบหรือเงื่อนไขประการใดๆ ให้แก่ผู้ได้รับมอบหมายตามที่เห็นสมควรด้วยก็ได้

ภายใต้บังคับของบทบัญญัติตามวรรคหนึ่งในการสอบสวน ถ้าพนักงานสอบสวนพบว่าบุคคลใดกระทำความผิดตามพระราชบัญญัตินี้และบุคคลนั้นยินยอมให้เปรียบเทียบ ให้พนักงานสอบสวนส่งเรื่องมายังคณะกรรมการหรือผู้ซึ่งคณะกรรมการมอบหมายให้มีอำนาจเปรียบเทียบตามวรรคหนึ่งภายในเจ็ดวัน นับแต่วันที่ผู้นั้นแสดงความยินยอมให้เปรียบเทียบ

เมื่อผู้กระทำความผิดได้เสียค่าปรับตามที่เปรียบเทียบแล้ว ให้ถือว่าคดีเลิกกันตามประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา

# ผู้รับสนองพระบรมราชโองการ

ส. โหตระกิตย์

รองนายกรัฐมนตรี

หมายเหตุ :- เหตุผลในการประกาศใช้พระราชบัญญัติฉบับนี้คือ เนื่องจากปัจจุบันนี้การเสนอสินค้าและบริการต่างๆ ต่อประชาชนนับวันแต่จะเพิ่มมากขึ้นผู้ประกอบการค้าและผู้ประกอบการธุรกิจโฆษณาได้นำวิธีการในทางการตลาดและทางการโฆษณามาใช้ในการส่งเสริมการขายสินค้าและบริการ ซึ่งการกระทำดังกล่าวทำให้ผู้บริโภคตกอยู่ในฐานะที่เสียเปรียบเพราะผู้บริโภคไม่อยู่ในฐานะที่ทราบภาวะตลาด และความจริงที่เกี่ยวกับคุณภาพและราคาของสินค้าและบริการต่างๆ ได้อย่างถูกต้องทันที่นอกจากนั้นในบางกรณีแม้จะมีกฎหมายให้ความคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคโดยการกำหนดคุณภาพและราคาของสินค้าและบริการอยู่แล้วก็ตาม แต่การที่ผู้บริโภคแต่ละรายจะไปฟ้องร้องดำเนินคดีกับผู้ประกอบการค้าหรือผู้ประกอบการโฆษณาเมื่อมีการละเมิดสิทธิของผู้บริโภคนั้นย่อมจะเสียเวลาและค่าใช้จ่ายเป็นการไม่คุ้มค่า และผู้บริโภคจำนวนมากไม่อยู่ในฐานะที่จะสละเวลาและเสียค่าใช้จ่ายในการดำเนินคดีได้ และในบางกรณีก็ไม่อาจจะยับยั้งการกระทำที่จะเกิดความเสียหายแก่ผู้บริโภคได้ทันที่สมควรจะมีกฎหมายให้ความคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคเป็นการทั่วไป โดยกำหนดหน้าที่ของผู้ประกอบการค้าและผู้ประกอบการธุรกิจโฆษณาต่อผู้บริโภค เพื่อให้ความเป็น

ธรรมตามสมควรแก่ผู้บริโภค ตลอดจนจัดให้มีองค์กรของรัฐที่เหมาะสมเพื่อตรวจตรา ดูแลและประสานงานการปฏิบัติงานของส่วนราชการต่างๆ ในการให้ความคุ้มครองผู้บริโภค จึงจำเป็นต้องตราพระราชบัญญัตินี้ขึ้น

---

(สำเนา)

กฎกระทรวง

ฉบับที่ ๒ (พ.ศ. ๒๕๒๔)

ออกตามความในพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค

พ.ศ. ๒๕๒๒

---

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา ๘ และมาตรา ๔๔ แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒ นายกรัฐมนตรีออกกฎกระทรวงไว้ดังต่อไปนี้

ข้อ ๑ การอุทธรณ์คำสั่งของคณะกรรมการเฉพาะเรื่องตามมาตรา ๔๓ ผู้ได้รับคำสั่งของคณะกรรมการเฉพาะเรื่องต้องกระทำสำหรับตนเองจะอุทธรณ์เพื่อผู้อื่นหรือมอบหมายให้ผู้อื่นอุทธรณ์แทนไม่ได้

ข้อ ๒ อุทธรณ์ตามข้อ ๑ ต้องทำเป็นหนังสือและมีรายการดังต่อไปนี้

(๑) วัน เดือน ปี ที่ยื่นอุทธรณ์

(๒) ชื่อและที่อยู่ของผู้อุทธรณ์

(๓) คำชี้แจงข้อเท็จจริงและข้อกฎหมายพร้อมทั้งความประสงค์ที่ยกขึ้นอ้างอิงในการอุทธรณ์โดยแจ้งชัด

## (๔) ลายมือชื่อของผู้อุทธรณ์

ทั้งนี้ให้แนบสำเนาคำสั่งของคณะกรรมการเฉพาะเรื่อง พร้อมด้วยเอกสารหลักฐานประกอบอุทธรณ์ถ้ามี

ข้อ ๓ การยื่นอุทธรณ์ให้ผู้อุทธรณ์ยื่นต่อเจ้าหน้าที่ ณ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค หรือจะส่งทางไปรษณีย์ลงทะเบียนถึงผู้อำนวยการสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคก็ได้ ในกรณีที่ส่งทางไปรษณีย์ลงทะเบียนให้ถือวันที่ปรากฏในหลักฐานทางไปรษณีย์เป็นวันยื่นอุทธรณ์

ข้อ ๔ เมื่อได้รับอุทธรณ์แล้ว ให้ผู้อำนวยการสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค หรือผู้ที่ได้รับมอบหมายออกไปรับอุทธรณ์ให้แก่ผู้ยื่นอุทธรณ์ไว้เป็นหลักฐาน อุทธรณ์ที่ยื่นต่อเจ้าหน้าที่ ณ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ให้ออกไปรับอุทธรณ์ให้แก่ผู้ยื่นอุทธรณ์ในวันยื่นอุทธรณ์ ถ้าได้รับอุทธรณ์ทางไปรษณีย์ลงทะเบียน ให้ส่งไปรับอุทธรณ์ให้แก่ผู้ยื่นอุทธรณ์ภายในสามวันนับแต่วันได้รับอุทธรณ์ และให้ผู้อำนวยการสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคเสนออุทธรณ์ต่อคณะกรรมการเพื่อพิจารณาโดยเร็ว

ข้อ ๕ คณะกรรมการจะพิจารณาอุทธรณ์เอง หรือจะมอบหมายให้คณะอนุกรรมการเป็นผู้พิจารณาและเสนอความเห็นเกี่ยวกับอุทธรณ์ก่อนก็ได้

กรรมการหรืออนุกรรมการซึ่งมีส่วนได้เสียในอุทธรณ์เรื่องใด

จะเข้าชี้แจงต่อคณะกรรมการหรือคณะอนุกรรมการก็ได้ แต่จะเข้าร่วมประชุมพิจารณาอุทธรณ์นั้นมิได้

ข้อ ๖ คณะอนุกรรมการจะแจ้งให้ผู้อุทธรณ์หรือให้บุคคลซึ่งเกี่ยวข้องกับเรื่องที่อุทธรณ์ ส่งเอกสารหรือข้อมูลเพื่อประโยชน์ในการพิจารณาอุทธรณ์ต่อคณะกรรมการก็ได้ในการนี้จะขอให้บุคคลดังกล่าวมาชี้แจงต่อคณะกรรมการด้วยก็ได้

ข้อ ๗ ในกรณีที่ผู้อุทธรณ์ไม่ปฏิบัติตามคำสั่งของคณะกรรมการที่ได้สั่งตามมาตรา ๑๗ โดยมีได้แจ้งเหตุขัดข้องเป็นหนังสือต่อคณะกรรมการภายในเจ็ดวันนับแต่วันที่ได้รับคำสั่งของคณะกรรมการ ให้ถือว่าผู้อุทธรณ์ได้ทิ้งอุทธรณ์

ข้อ ๘ ถ้าผู้อุทธรณ์ทิ้งอุทธรณ์หรือถอนอุทธรณ์ ให้คณะกรรมการจำหน่ายอุทธรณ์นั้นเสีย

ข้อ ๙ การอุทธรณ์คำสั่งของคณะกรรมการเฉพาะเรื่องในเรื่องใดประเด็นใดถ้าได้ทิ้งอุทธรณ์หรือถอนอุทธรณ์แล้ว ห้ามอุทธรณ์ซ้ำอีก

ข้อ ๑๐ ในกรณีที่คณะกรรมการมอบหมายให้คณะอนุกรรมการพิจารณาและเสนอความเห็นเกี่ยวกับอุทธรณ์ตามข้อ ๕ คณะอนุกรรมการต้องพิจารณาอุทธรณ์และเสนอความเห็นต่อคณะกรรมการภายในสิบห้าวันนับแต่วันได้รับอุทธรณ์จากคณะกรรมการ แต่ถ้ายังพิจารณาไม่เสร็จ ให้คณะอนุกรรมการขยายระยะเวลา

พิจารณาอุทธรณ์ได้ครั้งละไม่เกินสิบห้าวันและให้บันทึกเหตุผลที่จำ  
 ต้องมีการขยายระยะเวลาพิจารณาอุทธรณ์ในแต่ละครั้งไว้ด้วย พร้อม  
 ทั้งรายงานให้คณะกรรมการทราบตามระยะเวลาที่คณะกรรมการ  
 กำหนด

ข้อ ๑๑ คณะกรรมการต้องพิจารณาอุทธรณ์ให้แล้วเสร็จ  
 ภายในหกสิบวันนับแต่วันได้รับอุทธรณ์ เว้นแต่มีเหตุจำเป็นให้ขยาย  
 ระยะเวลาพิจารณาอุทธรณ์ได้ครั้งละไม่เกินสิบห้าวัน และให้บันทึก  
 เหตุผลที่จำต้องมีการขยายระยะเวลาพิจารณาอุทธรณ์ไว้ด้วย

ข้อ ๑๒ เมื่อคณะกรรมการพิจารณาอุทธรณ์แล้วให้มีคำ  
 วินิจฉัยอย่างใดอย่างหนึ่งดังต่อไปนี้

(๑) ถ้าเห็นว่าอุทธรณ์นั้นยื่นเกินกำหนดเวลาตามมาตรา ๔๔  
 วรรคหนึ่ง หรือถ้าเป็นอุทธรณ์ปัญหาข้อกฎหมายและเห็นว่าปัญหา  
 ข้อกฎหมายนั้นไม่เป็นสาระอันควรได้รับการวินิจฉัย หรือถ้าเรื่องที่  
 อุทธรณ์นั้นมีการฟ้องร้องเป็นคดีอยู่ในศาลหรือศาลพิพากษาหรือมี  
 คำสั่งเด็ดขาดแล้ว ให้ยกอุทธรณ์

(๒) ถ้าเห็นว่าคำสั่งของคณะกรรมการเฉพาะเรื่องถูกต้อง  
 ไม่ว่าโดยเหตุเดียวกันหรือโดยเหตุอื่น ให้มีคำวินิจฉัยยืนตามคำสั่ง  
 ของคณะกรรมการเฉพาะเรื่อง

(๓) ถ้าเห็นว่าคำสั่งของคณะกรรมการเฉพาะเรื่องไม่ถูกต้อง  
 ให้กลับคำสั่งของคณะกรรมการเฉพาะเรื่อง และมีคำวินิจฉัยใน

## ปัญหาเหล่านั้นใหม่

(๔) ถ้าเห็นว่าคำสั่งของคณะกรรมการเฉพาะเรื่องถูกบางส่วนและผิดบางส่วนให้แก่คำสั่งของคณะกรรมการเฉพาะเรื่อง โดยมีคำวินิจฉัยยื่นส่วนที่ถูกและมีคำวินิจฉัยแก้ส่วนผิดนั้นใหม่

ข้อ ๑๓ คำวินิจฉัยของคณะกรรมการตามข้อ ๑๒ ให้ทำเป็นหนังสือระบุเหตุผลแห่งคำวินิจฉัยโดยชัดแจ้ง และลงลายมือชื่อกรรมการทุกคนที่ร่วมพิจารณาอุทธรณ์เรื่องนั้น

ข้อ ๑๔ ให้ผู้อำนวยการสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคแจ้งคำวินิจฉัยของคณะกรรมการให้ผู้อุทธรณ์ทราบภายในสามวันนับแต่วันที่คณะกรรมการมีคำวินิจฉัย

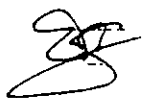
ให้ไว้ ณ วันที่ ๒๒ เมษายน พ.ศ. ๒๕๒๔

(ลงชื่อ) พลเอก เปรม ติณสูลานนท์

นายกรัฐมนตรี

(ประกาศในราชกิจจานุเบกษา เล่ม ๕๘ ตอนที่ ๗๒ ลงวันที่ ๑๓ พฤษภาคม ๒๕๒๔)

สำเนาถูกต้อง



(นายชัยวิทย์ อมรพันธุ์)

นิติกร ๗

(สำเนา)

กฎกระทรวง

ฉบับที่ ๓ (พ.ศ. ๒๕๒๖)

ออกตามความในพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา ๘ และมาตรา ๒๒ วรรคสอง (๕) แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒ นายกรัฐมนตรีออกกฎกระทรวงไว้ดังต่อไปนี้

ให้ข้อความดังต่อไปนี้ เป็นข้อความที่เข้าลักษณะตามมาตรา ๒๒ วรรคสอง (๕)

(๑) ข้อความโฆษณาสินค้าหรือบริการที่ใช้หรืออ้างอิงข้อเท็จจริงเกี่ยวกับพระมหากษัตริย์ พระราชินี รัชทายาท หรือผู้สำเร็จราชการแทนพระองค์ซึ่งได้กระทำไปโดยไม่ได้รับพระบรมราชานุญาต พระราชานุญาตหรืออนุญาต แล้วแต่กรณี ทั้งนี้ เว้นแต่

(ก) ข้อความโฆษณาว่าได้รับเหรียญ ใบสำคัญคู่มือประกาศนียบัตร หรือเครื่องหมายอื่นใดที่เป็นรางวัลในการแสดงหรือประกวดสินค้าหรือบริการ ที่ได้รับจากพระมหากษัตริย์ พระราชินี รัชทายาท หรือผู้สำเร็จราชการแทนพระองค์

(ข) ข้อความโฆษณาว่าได้รับพระบรมราชานุญาตในการประกอบธุรกิจ ได้รับพระบรมราชานุญาตให้ใช้ตราแผ่นดิน หรือ

ได้รับพระราชทานตราตั้ง

(๒) ข้อความโฆษณาสินค้าหรือบริการซึ่งรวมอยู่กับข้อความที่ถวายพระพรหรือข้อความอย่างอื่นที่อ้างอิงเกี่ยวกับพระมหากษัตริย์ พระราชินี รัชทายาท หรือผู้สำเร็จราชการแทนพระองค์โดยมิได้แสดงให้เห็นว่าข้อความส่วนที่เป็นการโฆษณาสินค้าหรือบริการนั้น แยกออกต่างหากจากข้อความที่ถวายพระพรหรือข้อความอย่างอื่น ดังกล่าวข้างต้น

(๓) ข้อความโฆษณาสินค้าหรือบริการที่ระบุหรือประกาศว่าผู้ประกอบการจะจัดให้มีการแถมพหุหรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชค ก่อนที่ผู้ประกอบการนั้นได้รับอนุญาตจากเจ้าพนักงานตามกฎหมายว่าด้วยการพนัน

(๔) ข้อความโฆษณาสินค้าหรือบริการที่ระบุหรือประกาศว่าผู้ประกอบการจะจัดให้มีการแถมพหุหรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชคซึ่งผู้ประกอบการได้รับอนุญาตจากเจ้าพนักงานตามกฎหมายว่าด้วยการพนันแล้ว โดยข้อความโฆษณาดังกล่าวมิได้ระบุรายละเอียดดังต่อไปนี้

(ก) หลักเกณฑ์ วิธีการ เงื่อนไข หรือข้อกำหนดในการเสี่ยงโชค

(ข) วัน เดือน ปีที่เริ่มต้นและสิ้นสุดของการจัดให้มีการเสี่ยงโชค

(ค) ประเภทและลักษณะของของแถมพกหรือรางวัล จำนวนและมูลค่าของของแถมพกหรือรางวัลแต่ละสิ่ง หรือมูลค่ารวมในแต่ละประเภท

(ง) เขตหรือถิ่นที่มีการจัดให้มีการเสี่ยงโชค

(จ) วัน เดือน ปี เวลา และสถานที่ซึ่งกำหนดไว้สำหรับการทำการเสี่ยงโชค

(๕) ข้อความโฆษณาสินค้าหรือบริการที่ระบุหรือประกาศว่าผู้ประกอบการจัดให้มีการประกวดชิงรางวัลหรือจัดให้มีการให้ของแถม ให้สิทธิหรือประโยชน์โดยให้เปล่าโดยข้อความโฆษณาดังกล่าวมิได้ระบุรายละเอียดดังต่อไปนี้

(ก) หลักเกณฑ์ วิธีการ เงื่อนไข หรือข้อกำหนดในการประกวดชิงรางวัลหรือการให้ของแถม ให้สิทธิหรือประโยชน์

(ข) วัน เดือน ปีที่เริ่มต้นและสิ้นสุดของการจัดให้มีการประกวดชิงรางวัลหรือการให้ของแถม ให้สิทธิหรือประโยชน์

(ค) ประเภท ลักษณะ และมูลค่าของรางวัล ของแถม สิทธิหรือประโยชน์แต่ละสิ่ง หรือมูลค่ารวมในแต่ละประเภท

(ง) เขต หรือถิ่นที่กำหนดให้มีการประกวดชิงรางวัล หรือที่จัดให้มีการให้ของแถม ให้สิทธิหรือประโยชน์

(จ) วัน เดือน ปีและสถานที่ซึ่งกำหนดไว้สำหรับการ

ตัดสินการประกวดชิงรางวัล

(ฉ) ร้านค้าหรือตัวแทนจำหน่ายที่ผู้ประกอบการธุรกิจจัดให้มีการให้ของแถมให้สิทธิหรือประโยชน์

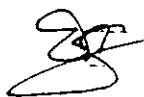
ให้ไว้ ณ วันที่ ๑๙ เมษายน พ.ศ. ๒๕๖๖

(ลงชื่อ) พลเอก เปรม ติณสูลานนท์

นายกรัฐมนตรี

(ประกาศในราชกิจจานุเบกษา เล่ม ๑๐๐ ตอนที่ ๖๓ ลงวันที่ ๒๑ เมษายน ๒๕๖๖)

สำเนาถูกต้อง



(นายชัยวิทย์ อมรพันธุ์)

นิติกร ๗

(สำเนา)  
 กฎกระทรวง  
 ฉบับที่ ๔ (พ.ศ. ๒๕๒๘)  
 ออกตามความในพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค  
 พ.ศ. ๒๕๒๒

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา ๘ และมาตรา ๒๒ วรรคสอง (๕) แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒ นายกรัฐมนตรีออกกฎกระทรวงไว้ดังต่อไปนี้

ให้เพิ่มความต่อไปนี้เป็น (๖) และ (๗) ของกฎกระทรวง ฉบับที่ ๓ (พ.ศ. ๒๕๒๖) ออกตามความในพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒

“(๖) ข้อความโฆษณาขายห้องชุดในอาคารชุดทางหนึ่งสี่-พิมพ์ สิ่งพิมพ์ หรือป้ายโฆษณา โดยข้อความโฆษณาดังกล่าวมิได้ระบุรายละเอียดดังต่อไปนี้

(ก) ในกรณีที่อาคารนั้นยังมีได้จดทะเบียนเป็นอาคารชุดตามกฎหมายว่าด้วยอาคารชุด

๑. ข้อความแสดงว่าอาคารดังกล่าวยังมีได้จดทะเบียนเป็นอาคารชุดตามกฎหมายว่าด้วยอาคารชุด

๒. ชื่อผู้มีกรรมสิทธิ์ในที่ดินที่จะก่อสร้างเป็นอาคารชุด ตำแหน่งที่ดิน เลขที่ของโฉนดที่ดิน และจำนวนเนื้อที่ที่ดินที่จะเป็นทรัพย์สินส่วนกลาง

๓. ชื่อผู้ประกอบการธุรกิจขายห้องชุดที่โฆษณาขายห้องชุดในกรณีที่ผู้ประกอบการดังกล่าวมิใช่ผู้มีกรรมสิทธิ์ในที่ดินนั้น

๔. ทุนจดทะเบียน ทุนที่ชำระแล้ว และชื่อกรรมการผู้จัดการหรือหุ้นส่วนผู้จัดการของผู้ประกอบการธุรกิจขายห้องชุดที่โฆษณาขายห้องชุด ซึ่งเป็นนิติบุคคล

๕. ภาวะผูกพันเกี่ยวกับที่ดินและอาคารดังกล่าว ถ้ามี

๖. วัน เดือน ปีที่เริ่มต้นก่อสร้างอาคารดังกล่าว และที่คาดหมายว่าจะก่อสร้างเสร็จ

(ข) ในกรณีที่อาคารนั้นได้จดทะเบียนเป็นอาคารชุดตามกฎหมายว่าด้วยอาคารชุดแล้ว

๑. เลขที่ของทะเบียนอาคารชุด

๒. ชื่อเจ้าของห้องชุด เลขที่ของห้องชุด ตำแหน่งที่ดิน เลขที่ของโฉนดที่ดิน และจำนวนเนื้อที่ที่ดินที่เป็นทรัพย์สินส่วนกลาง

๓. ชื่อผู้ประกอบการธุรกิจขายห้องชุดที่โฆษณาขายห้องชุดในกรณีที่ผู้ประกอบการดังกล่าวมิใช่เจ้าของห้องชุด

๔. ทุนจดทะเบียน ทุนที่ชำระแล้ว และชื่อกรรมการผู้จัดการหรือหุ้นส่วนผู้จัดการของผู้ประกอบการธุรกิจขายห้อง-

ชุดที่โฆษณาขายห้องชุด ซึ่งเป็นนิติบุคคล

๕. ภาวะผูกพันเกี่ยวกับห้องชุดดังกล่าว ถ้ามี

(๗) ข้อความโฆษณา ขายที่ดินโดยการแบ่งขายเป็นแปลงย่อยทางหนังสือพิมพ์ สิ่งพิมพ์ หรือป้ายโฆษณา ไม่ว่าผู้ประกอบการขายที่ดินนั้นจะเป็นผู้ได้รับใบอนุญาตให้ทำการจัดสรรที่ดินตามกฎหมายว่าด้วยการจัดสรรที่ดินหรือไม่ และไม่ว่าจะเป็นการขายที่ดินพร้อมทั้งอาคารหรือไม่โดยข้อความโฆษณาดังกล่าวมิได้ระบุรายละเอียดดังต่อไปนี้

(ก) ชื่อผู้มีกรรมสิทธิ์ในที่ดิน ตำแหน่งที่ดิน และเลขที่ของโฉนดที่ดินดังกล่าว หรือเลขที่ของใบอนุญาตให้ทำการจัดสรรที่ดินตามกฎหมายว่าด้วยการจัดสรรที่ดิน

(ข) ชื่อผู้ประกอบการขายที่ดินที่โฆษณาขายที่ดินในกรณีที่ผู้ประกอบการจัดดังกล่าวมิใช่ผู้มีกรรมสิทธิ์ในที่ดิน

(ค) ทุนจดทะเบียน ทุนที่ชำระแล้ว และชื่อกรรมการผู้จัดการ หรือหุ้นส่วนผู้จัดการ ของผู้ประกอบการขายที่ดินที่โฆษณาขายที่ดินซึ่งเป็นนิติบุคคล

(ง) ภาวะผูกพันเกี่ยวกับที่ดินและอาคารดังกล่าว ถ้ามี”

ให้ไว้ ณ วันที่ ๓๑ มีนาคม พ.ศ. ๒๕๒๘

(ลงชื่อ) พลเอก เปรม ติณสูลานนท์

นายกรัฐมนตรี

(ประกาศในราชกิจจานุเบกษา ฉบับพิเศษ เล่ม ๑๐๒ ตอนที่ ๕๕ วันที่ ๑๑ เมษายน ๒๕๒๘)

หมายเหตุ- เหตุผลในการประกาศใช้กฎกระทรวงฉบับนี้ คือ เนื่องจากในปัจจุบันนี้ได้มีการใช้ข้อความโฆษณาขายห้องชุดในอาคารชุด และข้อความโฆษณาขายที่ดินที่แบ่งขายเป็นแปลงย่อย โดยมีได้ระบายละเอียดเกี่ยวกับห้องชุดหรือที่ดินที่แบ่งขายเป็นแปลงย่อย และรายละเอียดเกี่ยวกับสภาพฐานะของผู้ประกอบธุรกิจอันเป็นการไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคหรืออาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวมและโดยที่มาตรา ๒๒ วรรคสอง (๕) แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒ บัญญัติให้ออกกฎกระทรวงกำหนดข้อความอย่างอื่นนอกจากข้อความที่กำหนดไว้แล้วในมาตราดังกล่าว เป็นข้อความที่ถือว่าเป็นการไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคหรือเป็นข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวม สมควรกำหนดให้ข้อความโฆษณาขายห้องชุดในอาคารชุด และข้อความโฆษณาขายที่ดินที่แบ่งขายเป็นแปลงย่อย ที่มีได้ระบายละเอียดดังกล่าวเป็นข้อความที่เข้าลักษณะตามมาตรา ๒๒ วรรคสอง (๕) แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒ จึงจำเป็นต้องออกกฎกระทรวงนี้

สำเนาถูกต้อง



(นายชัยวิทย์ อมรพันธ์)

นิติกร ๗

กฎกระทรวง  
ฉบับที่ ๕ (พ.ศ. ๒๕๓๔)  
ออกตามความในพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค  
พ.ศ. ๒๕๒๒

---

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา ๘ และมาตรา ๒๒ วรรคสอง (๕) แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒ นายกรัฐมนตรีออกกฎกระทรวงไว้ดังต่อไปนี้

ให้ยกเลิกความใน (๔) และ (๕) แห่งกฎกระทรวง ฉบับที่ ๓ (พ.ศ. ๒๕๒๖) ออกตามความในพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒ และให้ใช้ความต่อไปนี้แทน

“(๔) ข้อความโฆษณาสินค้าหรือบริการที่ระบุหรือประกาศว่าผู้ประกอบการจัดให้มีการแถมพิกหรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชค ซึ่งผู้ประกอบการได้รับอนุญาตจากเจ้าพนักงานตามกฎหมายว่าด้วยการพนันแล้ว หรือข้อความโฆษณาสินค้าหรือบริการที่ระบุหรือประกาศว่าผู้ประกอบการจัดให้มีการประกวดชิงรางวัล โดยข้อความโฆษณาดังกล่าวมิได้ระบุรายละเอียดดังต่อไปนี้

(ก) หลักเกณฑ์ วิธีการ เงื่อนไข หรือข้อกำหนดในการเสี่ยงโชคหรือในการประกวดชิงรางวัล

(ข) วัน เดือน ปีที่เริ่มต้นและสิ้นสุดของการจัดให้มีการเสี่ยงโชคหรือการประกวดชิงรางวัลวันแต่กรณีที่เป็นการแข่งขันทางวิทยุโทรทัศน์ ข้อความโฆษณาที่กำหนดระยะเวลาเริ่มต้นของการเสี่ยงโชคหรือการประกวดชิงรางวัลนั้นจะให้ปรากฏในส่วนที่เป็นภาพหรือในส่วนที่เป็นเสียงอย่างหนึ่งอย่างใดก็ได้ แต่ข้อความโฆษณาที่กำหนดระยะเวลาสิ้นสุดนั้นจะต้องให้ปรากฏทั้งในส่วนที่เป็นภาพและส่วนที่เป็นเสียง

(ค) ประเภทและลักษณะของของแถมพกหรือรางวัล จำนวนและมูลค่าของของแถมพกหรือรางวัลแต่ละสิ่งหรือมูลค่ารวมในแต่ละประเภทวันแต่กรณีที่มีการโฆษณาทางวิทยุกระจายเสียงหรือวิทยุโทรทัศน์ ผู้ประกอบธุรกิจจะไม่ระบุมูลค่าของของแถมพกหรือรางวัลแต่ละสิ่ง หรือมูลค่ารวมในแต่ละประเภทก็ได้ แต่ผู้ประกอบธุรกิจจะต้องระบุมูลค่ารวมของของแถมพกหรือรางวัลทุกประเภทไว้แทน

ในกรณีที่สิ่งซึ่งจัดเป็นของแถมพกหรือรางวัลเป็นสิ่งซึ่งมีมูลค่าที่ผู้บริโภคอาจทราบได้โดยทั่วไป และข้อความโฆษณานั้นได้แสดงให้เห็นให้ผู้บริโภคทราบถึงประเภทและลักษณะของของแถมพกหรือรางวัลไว้โดยชัดแจ้งแล้วผู้ประกอบธุรกิจจะไม่ระบุมูลค่าของของแถมพกหรือรางวัลนั้นไว้ก็ได้

(ง) เขตหรือถิ่นที่มีการจัดให้มีการเสี่ยงโชคหรือการประกวดชิงรางวัลวันแต่กรณีที่เป็นการจัดให้มีขึ้นทั่วราชอาณาจักร

(จ) วัน เดือน ปี เวลา และสถานที่ซึ่งกำหนดไว้สำหรับการทำการเสี่ยงโชคหรือการตัดสินการประกวดชิงรางวัล

(ฉ) สื่อโฆษณาที่จะใช้ในการประกาศรายชื่อผู้ได้รับของแถมพกหรือรางวัลจากการเสี่ยงโชคหรือการประกวดชิงรางวัล

(๕) ข้อความโฆษณาสินค้าหรือบริการที่ระบุหรือประกาศว่า ผู้ประกอบธุรกิจจัดให้มีการให้ของแถม หรือให้สิทธิหรือประโยชน์ โดยให้เปล่า โดยข้อความโฆษณาดังกล่าวมิได้ระบุรายละเอียดดังต่อไปนี้

(ก) หลักเกณฑ์ วิธีการ เงื่อนไข หรือข้อกำหนดในการให้ของแถม หรือให้สิทธิหรือประโยชน์

(ข) วัน เดือน ปีที่เริ่มต้นและสิ้นสุดของการจัดให้มีการให้ของแถม หรือให้สิทธิหรือประโยชน์ เว้นแต่

๑) กรณีที่เป็นการโฆษณาทางวิทยุโทรทัศน์ ข้อความโฆษณาที่กำหนดระยะเวลาเริ่มต้นของการให้ของแถม ให้สิทธิหรือประโยชน์นั้นจะให้ปรากฏในส่วนที่เป็นภาพหรือในส่วนที่เป็นเสียงอย่างใดอย่างหนึ่งก็ได้แต่ข้อความโฆษณาที่กำหนดระยะเวลาสิ้นสุดนั้นจะต้องให้ปรากฏทั้งในส่วนที่เป็นภาพและส่วนที่เป็นเสียง

๒) กรณีที่เป็นการให้ของแถมโดยการติดของแถมไว้กับสินค้าในลักษณะที่ผู้บริโภคสามารถเห็นของแถมนั้นได้อยู่แล้ว หรือโดยการบรรจุของแถมไว้ในหีบห่อของสินค้านั้นและได้ระบุ

ข้อความไว้ที่หีบห่อบรรจุสินค้านั้นว่าได้จัดให้มีการให้ของแถมโดยให้เปล่าพร้อมกับการขายสินค้านั้นแล้ว

(ค) ประเภท ลักษณะ และมูลค่าของของแถม สิทธิหรือประโยชน์แต่ละสิ่งหรือมูลค่ารวมในแต่ละประเภท เว้นแต่กรณีที่เป็นการโฆษณาทางวิทยุกระจายเสียง หรือวิทยุโทรทัศน์ ผู้ประกอบธุรกิจจะไม่ระบุมูลค่าของของแถม สิทธิหรือประโยชน์แต่ละสิ่ง หรือมูลค่ารวมในแต่ละประเภทก็ได้ แต่ผู้ประกอบธุรกิจจะต้องระบุมูลค่ารวมของของแถม สิทธิหรือประโยชน์ทุกประเภทไว้แทน

ในกรณีที่สิ่งซึ่งจัดเป็นของแถม หรือสิทธิหรือประโยชน์โดยให้เปล่านั้น เป็นสิ่งซึ่งมีมูลค่าที่ผู้บริโภคอาจทราบได้โดยทั่วไป และข้อความโฆษณานั้นได้แสดงให้เห็นให้ผู้บริโภคทราบถึงประเภทและลักษณะของของแถม สิทธิหรือประโยชน์โดยให้เปล่าไว้โดยชัดเจนแล้ว ผู้ประกอบธุรกิจจะไม่ระบุมูลค่าของของแถม สิทธิหรือประโยชน์โดยให้เปล่านั้นไว้ก็ได้

(ง) เขตหรือถิ่นที่จัดให้มีการให้ของแถม ให้สิทธิหรือประโยชน์โดยให้เปล่าเว้นแต่กรณีที่เป็นการจัดให้มีขึ้นทั่วราชอาณาจักร

(จ) สถานที่ที่กำหนดไว้ให้ผู้บริโภคมารับของแถม หรือสิทธิหรือประโยชน์โดยให้เปล่า เว้นแต่

๑) กรณีที่จัดให้มีการรับของแถม สิทธิหรือประโยชน์ ณ ร้านค้า หรือตัวแทนจำหน่ายสินค้านั้นทั่วไปทุกแห่ง หรือ

๒) กรณีที่เป็นการให้ของแถมโดยการติดของแถมไว้กับสินค้าในลักษณะที่ผู้บริโภคสามารถเห็นของแถมนั้นได้อยู่แล้ว หรือโดยการบรรจุของแถมไว้ในหีบห่อของสินค้านั้นและได้ระบุข้อความไว้ที่หีบห่อบรรจุสินค้านั้นว่าได้จัดให้มีการให้ของแถมโดยให้เปล่ากับการขายสินค้านั้นแล้ว”

ให้ไว้ ณ วันที่ ๒๙ พฤษภาคม พ.ศ. ๒๕๓๔

(ลงชื่อ) อานันท์ ปันยารชุน

นายกรัฐมนตรี

(ราชกิจจานุเบกษา เล่ม ๑๐๘ ตอนที่ ๑๐๒ วันที่ ๑๑ มิถุนายน ๒๕๓๔)

หมายเหตุ - เหตุผลในการประกาศใช้กฎกระทรวงฉบับนี้ คือ เนื่องจากข้อกำหนดในการระบุรายละเอียดในข้อความโฆษณาที่ชักชวนให้ผู้บริโภคทำการเสี่ยงโชคเพื่อรับของแถมพกหรือรางวัลซึ่งผู้ประกอบการได้รับอนุญาตจากเจ้าพนักงานตามกฎหมายว่าด้วยการพนันแล้ว และข้อกำหนดในการระบุรายละเอียดในข้อความโฆษณาที่ชักชวนให้ผู้บริโภคเข้าประกวดชิงรางวัลหรือรับของแถมหรือรับสิทธิหรือประโยชน์โดยให้เปล่าตามที่กำหนดไว้ใน (๔) และ (๕) แห่งกฎกระทรวง ฉบับที่ ๓ (พ.ศ. ๒๕๒๖) ออกตามความในพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒ ยังไม่เหมาะสมกับสภาพการณ์ในปัจจุบัน สมควรแก้ไขเพิ่มเติมให้เหมาะสมยิ่งขึ้น จึงจำเป็นต้องออกกฎกระทรวงนี้

(สำเนา)  
 คำสั่งคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา  
 ที่ ๒ / ๒๕๓๒  
 เรื่อง ห้ามการโฆษณาบุหรี

ด้วยคณะรัฐมนตรีได้มีมติเมื่อวันที่ ๒๖ เมษายน ๒๕๓๑ และวันที่ ๒๐ ธันวาคม ๒๕๓๑ เห็นชอบในหลักการตามโครงการรณรงค์ให้ประชาชนตระหนักถึงพิษภัยของบุหรีและเลิกสูบบุหรี รวมทั้งมีมติเห็นชอบในหลักการให้งดการโฆษณาบุหรีทุกชนิดในรูปแบบต่างๆ ทั้งทางตรงและทางอ้อมในที่สาธารณะและสื่อทุกชนิด

คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาได้พิจารณาแล้วเห็นว่า บุหรีเป็นสินค้าที่อาจก่อให้เกิดอันตรายแก่ผู้บริโภค และคณะกรรมการว่าด้วยฉลากได้กำหนดให้บุหรีเป็นสินค้าที่ควบคุมฉลากตามประกาศคณะกรรมการว่าด้วยฉลาก ฉบับที่ ๔๔ (พ.ศ. ๒๕๓๒) ลงวันที่ ๓ กุมภาพันธ์ พ.ศ. ๒๕๓๒ ดังนั้น อาศัยอำนาจตามความในมาตรา ๒๔ (๓) แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒ คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาจึงมีคำสั่งห้ามการโฆษณาสินค้าที่เป็นบุหรีตามความหมายในประกาศคณะกรรมการว่าด้วยฉลากดังกล่าวด้วยสื่อโฆษณาทุกชนิด

ทั้งนี้ ตั้งแต่วันประกาศในราชกิจจานุเบกษาเป็นต้นไป

สั่ง ณ วันที่ ๓ เดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. ๒๕๓๒

(ลงชื่อ) อรรถนิติ ดิษฐอำนาจ

(นายอรรถนิติ ดิษฐอำนาจ)

ประธานคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา

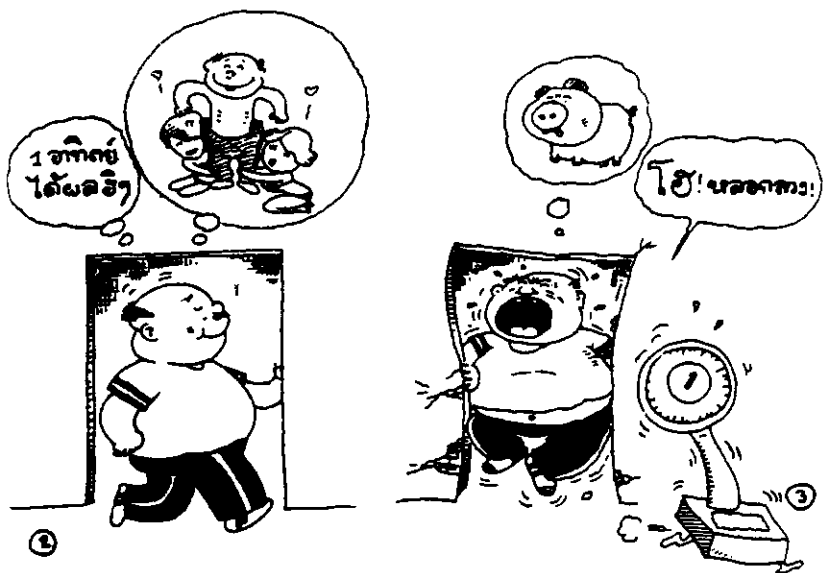
(ประกาศในราชกิจจานุเบกษา เล่ม ๑๐๖ ตอนที่ ๒๕ ลงวันที่ ๑๐ กุมภาพันธ์ ๒๕๓๒)

สำเนาถูกต้อง



(นายนิโรธ เจริญประกอบ)

เจ้าหน้าที่สืบสวนสอบสวน ๗



ผู้บริโภคที่ฉลาด อย่าเป็นทาสการโฆษณา

