

การคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณา

การคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณา เป็นมาตรการหนึ่งของ “การคุ้มครองผู้บริโภค” ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2541 ในอันที่จะให้การคุ้มครองแก่ผู้บริโภคเกี่ยวกับการได้รับข้อมูลข่าวสาร รวมทั้งคำพรรณนาคุณภาพที่ถูกต้อง และเพียงพอเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ ดังนั้น การโฆษณาเพื่อจำหน่ายสินค้าหรือให้บริการต่าง ๆ จึงต้องมีการใช้ถ้อยคำ หรือข้อความที่ไม่มีลักษณะไม่เป็นจริงหรือเป็นเท็จ , เข้าใจผิดในสาระสำคัญของสินค้าหรือบริการ , อาจก่อให้เกิดความเสียหายต่อสังคมเป็นการส่วนรวม , ก่อให้เกิดการสนับสนุนไม่ว่าจะโดยตรงหรือโดยอ้อมที่ทำให้มีการกระทำความผิดกฎหมายหรือศีลธรรมอันดี หรือนำไปสู่ความเสื่อมเสียในวัฒนธรรมของชาติ , ก่อให้เกิดความแตกแยก หรือความสามัคคีในหมู่ประชาชน และอย่างอื่นที่กฎหมายกำหนด ไม่ว่าจะเกิดจากการที่ผู้โฆษณาจะใช้วิธีการ หรือการดำเนินการไม่ว่าจะเป็นการอ้างอิงรายงานผลการศึกษาวิจัยทางวิชาการ สถิติ หรือสิ่งใดสิ่งหนึ่งอันไม่เป็นความจริงหรือเกินความจริงหรือไม่ก็ตาม

พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ได้กำหนดให้มีการจัดตั้งคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาขึ้นมาเพื่อทำหน้าที่ในการควบคุมดูแลการโฆษณาสินค้าหรือบริการ และมีอำนาจในการแต่งตั้งคณะกรรมการขึ้นเพื่อดำเนินการพิจารณาหรือปฏิบัติการอย่างหนึ่งอย่างใดตามที่คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณามอบหมายก็ได้

การโฆษณาหมายถึงอะไร?

พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ได้มีการนิยามเพื่อให้ความหมายเกี่ยวกับการโฆษณาไว้ ดังนี้

โฆษณา หมายความว่า การกระทำการไม่ว่าโดยวิธีการใด ๆ ให้ประชาชนเห็นหรือทราบข้อความเพื่อประโยชน์ในทางการค้า

สื่อโฆษณา หมายความว่า สิ่งที่ใช้เป็นสื่อในการโฆษณา เช่น หนังสือพิมพ์ สิ่งพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ โทรทัศน์ โทรทัศน์ ทรานส์มิชชั่น หรือป้าย

อำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณามีอะไรบ้าง?

คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาจัดตั้งขึ้นตามมาตรา 14 แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 อันประกอบไปด้วยผู้ทรงคุณวุฒิในส่วนที่เกี่ยวข้องเป็นองค์ประกอบของคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา โดยมีจำนวนไม่น้อยกว่าเจ็ดคนแต่ไม่เกินสิบสามคน และมีวาระใน

1. การโฆษณาจะต้องไม่ใช่ข้อความที่เป็นการไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคหรือใช้ข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวม ทั้งนี้ ไม่ว่าข้อความดังกล่าวนั้นจะเป็นข้อความที่เกี่ยวกับแหล่งกำเนิด สภาพ คุณภาพ หรือลักษณะของสินค้าหรือบริการ ตลอดจนการส่งมอบ การจัดหา หรือการใช้สินค้าหรือบริการ ซึ่งข้อความต่อไปนี้ ถือว่า เป็นข้อความที่เป็นการไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคหรือเป็นข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวม คือ

(1) ข้อความที่เป็นเท็จหรือเกินความจริง

(2) ข้อความที่จะก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ ไม่ว่าจะกระทำโดยใช้หรืออ้างอิงรายงานทางวิชาการ สถิติ หรือสิ่งใดสิ่งหนึ่งอันไม่เป็นความจริงหรือเกินความจริงหรือไม่ก็ตาม

(3) ข้อความที่เป็นการสนับสนุนโดยตรงหรือโดยอ้อมให้มีการกระทำผิดกฎหมายหรือศีลธรรม หรือนำไปสู่ความเสื่อมเสียในวัฒนธรรมของชาติ

(4) ข้อความที่จะทำให้เกิดความแตกแยกหรือเสื่อมเสียความสามัคคีในหมู่ประชาชน

(5) ข้อความอย่างอื่นตามที่กำหนดในกฎกระทรวง

ทั้งนี้ หากข้อความที่ใช้ในการโฆษณาที่บุคคลโดยทั่วไปสามารถเข้าใจได้ว่า ข้อความโฆษณาดังกล่าวไม่อาจเป็นความจริงได้อย่างแน่แท้ ก็ไม่ถือว่า เป็นข้อความที่ต้องห้ามในการโฆษณาตามข้อ (1)

2. กรณีที่คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา เห็นว่า สินค้าใดอาจเป็นอันตรายต่อผู้บริโภค และคณะกรรมการว่าด้วยฉลากได้มีการกำหนดให้เป็นสินค้านั้นเป็นสินค้าที่ควบคุมฉลาก คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา มีอำนาจในการที่จะออกคำสั่ง ดังนี้

(1) กำหนดให้การโฆษณาดังกล่าวต้องมีการแนะนำหรือคำเตือนเกี่ยวกับวิธีการใช้หรืออันตราย ควบคู่ไปกับการโฆษณา ตามเงื่อนไขที่คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณากำหนด

(2) จำกัดการใช้สื่อโฆษณาสินค้านั้น ๆ

(3) ห้ามไม่ให้ทำการโฆษณาสินค้านั้น ๆ

ทั้งนี้ การห้ามตาม (2) และ(3) ต้องเป็นกรณีที่คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาเห็นว่า การใช้หรือประโยชน์ของสินค้านั้น ๆ ขัดต่อนโยบายทางสังคม ศีลธรรมหรือวัฒนธรรมของชาติ

3. กรณีที่คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา เห็นว่า การโฆษณาสินค้าหรือบริการใด มีความจำเป็นที่ผู้บริโภคต้องทราบถึง ข้อเท็จจริงเกี่ยวกับสภาพ ฐานะ และรายละเอียดอย่างอื่นเกี่ยวกับผู้ประกอบการธุรกิจ สามารถกำหนดให้แสดงหรือแจ้งข้อเท็จจริงดังกล่าวได้

4. มีอำนาจในการออกคำสั่งให้ผู้โฆษณา ทำการแก้ไขข้อความหรือวิธีการโฆษณา , ห้ามการใช้ข้อความโฆษณาบางอย่างที่ปรากฏในการโฆษณา , ห้ามการโฆษณาหรือห้ามใช้วิธีการโฆษณานั้น ๆ หรือให้ผู้โฆษณาทำการแก้ไขความเข้าใจผิดของผู้บริโภค ตามหลักเกณฑ์ และวิธีการที่คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณากำหนด

5. มีอำนาจออกคำสั่งให้ผู้โฆษณาพิสูจน์ข้อความโฆษณา เพื่อแสดงความจริงได้ ถ้าสงสัยว่าข้อความที่โฆษณาเป็นเท็จหรือเกินความจริง และในกรณีที่ผู้โฆษณามีการอ้างอิงรายงานทางวิชาการ ผลการวิจัย สถิติ การรับรองของสถาบัน หรือบุคคลอื่นใด หรือยืนยันข้อเท็จจริงอันใดอันหนึ่งในการโฆษณา ถ้าไม่สามารถพิสูจน์ได้ว่าเป็นจริงตามที่โฆษณา ให้ถือว่า “ผู้โฆษณาหรือควรรู้ว่าข้อความนั้นเป็นเท็จ”

6. ให้ความเห็นเกี่ยวกับกรณีที่ผู้โฆษณามีข้อสงสัยว่า การโฆษณาจะเป็นการฝ่าฝืนกฎหมายหรือไม่

7. มีอำนาจในการเปรียบเทียบความผิดผู้โฆษณา และเจ้าของสื่อโฆษณา ที่กระทำความผิดตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2541

ข้อความโฆษณาใดที่ถือว่า เป็นข้อความที่เป็นการละเมิดสิทธิผู้บริโภค?

การคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณา นั้นตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ได้กำหนดเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวไว้ใน มาตรา 22 โดยแยกออกได้ใน 4 ลักษณะ ดังนี้

ลักษณะที่ 1 เป็นการใช้ข้อความโฆษณาที่ไม่เป็นธรรมกับผู้บริโภค กล่าวคือ การใช้ข้อความโฆษณาที่เป็นเท็จหรือเกินความเป็นจริง หรือข้อความโฆษณาที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่มีการโฆษณา ไม่ว่าจะการโฆษณาดังกล่าวจะมีการอ้างอิงรายงานทางวิชาการ การศึกษาวิจัย สถิติ หรือสิ่งอื่นใดก็ตามที่ไม่เป็นความจริงหรือเกินกว่าความเป็นจริง แต่ไม่รวมถึงการใช้ข้อความโฆษณา วิธีการโฆษณาที่บุคคลทั่วไป เห็นแล้วสามารถรับรู้ หรือเข้าใจได้ว่า “ไม่อาจเป็นความจริงได้อย่างแน่นอน”



ตัวอย่าง ภาพที่มีใช้ในการโฆษณาจำหน่ายมันบด



ภาพแสดง ปริมาณมันบดที่คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาให้ผู้ประกอบธุรกิจพิสูจน์

ตัวอย่างการโฆษณาข้างต้นเป็นการโฆษณาโดยใช้ภาพในการโฆษณาจำหน่ายมันบดของผู้ประกอบธุรกิจ ซึ่งข้อเท็จจริง ปรากฏว่า เมื่อผู้บริโภคพบเห็นภาพโฆษณาดังกล่าว จึงตัดสินใจเข้าเลือกซื้อมันบด แต่ปรากฏว่า ผู้บริโภคไม่ได้รับมันบดตามปริมาณที่ได้มีการแสดงภาพโฆษณา จึงได้ร้องเรียนต่อสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค และเมื่อได้เชิญผู้ประกอบธุรกิจเข้าชี้แจงข้อเท็จจริง ผลการพิจารณาประกอบคำชี้แจงข้อเท็จจริงของผู้ประกอบธุรกิจ คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา มีคำสั่งห้ามใช้ข้อความโฆษณาดังกล่าว แม้ว่า ผู้ประกอบธุรกิจจะชี้แจงว่า ภาพโฆษณาดังกล่าวเกิดจากการปรับแต่งทางเทคนิคเพื่อเป็นการส่งเสริมการค้าเท่านั้น ก็ตาม คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา เห็นว่า การโฆษณาดังกล่าวส่งผลทำให้ผู้บริโภคเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ

และจากการดำเนินการตามกรณีตัวอย่างนี้ได้ส่งผลถึงผู้ประกอบธุรกิจรายอื่น ๆ จะต้องใช้ความระมัดระวังในการใช้ข้อความ หรือวิธีการโฆษณาเพื่อจำหน่ายสินค้าหรือบริการของตน ซึ่งอาจเห็นได้จากการโฆษณาในปัจจุบันได้ว่า หากมีการแสดงภาพการโฆษณาจำหน่ายอาหาร หรือเครื่องดื่มที่มีการใช้ภาพประกอบการโฆษณา จะมีข้อความประกอบกับภาพโฆษณาดังกล่าวว่า “ใช้สำหรับการโฆษณาเท่านั้น”

ลักษณะที่ 2 เป็นการใช้ข้อความโฆษณาที่ก่อให้เกิดความเสียหายต่อสังคมโดยรวม กล่าวคือ การใช้ข้อความที่เป็นการสนับสนุน ส่งเสริมไม่ว่าจะเป็นทางตรง หรือทางอ้อม ให้มีการกระทำความผิดกฎหมายหรือศีลธรรมอันดีของประชาชน หรือนำไปสู่ความเสื่อมเสียต่อวัฒนธรรมของชาติ ตลอดจนทำให้เกิดความแตกแยก ความสามัคคีของประชาชน

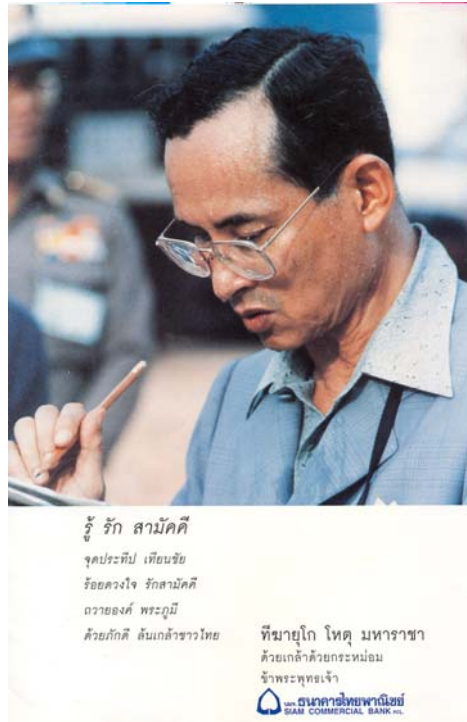


70 0585 0473	หนัง X ญี่ปุ่น 3 รุม !!!	hot!
70 0586 0473	แอบถ่ายเปลือยหนุ่มนักเรียนชาย-หญิง	new!
70 0587 0473	แอบถ่ายที่โรงแรมจริงจังจริง (ชัดมาก)	
70 1163 0473	รวมหนัง X ญี่ปุ่นเซอะมากมมาก	hot!
70 1160 0473	แอบถ่าย น.ศ.หญิง น้าเยี่ยม!!	
70 1072 0473	เด็กมัธยมใจถึงโซว์นม!!	hot!
70 0827 0473	แอบถ่ายห้องสุราหญิงเห็นหมดเลย..	hot!
70 1071 0473	สาวเน็ดใจเด็ด โซว์นมเห็นเต็มๆ	
70 1217 0473	ภาพนี้เก็บไว้ดูยามเหงา อารมณ์เปลี่ยว	hot!
70 1344 0473	แอบถ่ายแก้มฟ้าอมแสด เปลือยทั่วร่าง	new!

ภาพแสดง การโฆษณาที่เป็นการกระทำความผิดกฎหมายหรือศีลธรรมอันดีของประชาชน

การโฆษณาดังกล่าวข้างต้นเป็นการโฆษณาการให้บริการโหลดข้อความหรือภาพทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ ซึ่งคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาพิจารณาแล้วเห็นว่า เป็นการใช้ข้อความโฆษณาที่มีลักษณะเป็นการกระทำความผิดกฎหมายหรือศีลธรรมอันดีของประชาชน หรือนำไปสู่ความเสื่อมเสียต่อวัฒนธรรมของชาติ จึงได้มีคำสั่งห้ามไม่ให้ผู้ประกอบการรายดังกล่าวทำการใช้ข้อความโฆษณาแต่อย่างใดก็ตามปัจจุบัน ก็ยังคงมีผู้ประกอบการรายอื่นได้ทำการโฆษณาในลักษณะที่คล้ายคลึงกันนี้อยู่ แต่ได้มีการปรับเปลี่ยนกระบวนกร และวิธีการเพื่อหลีกเลี่ยงการกระทำผิดในรูปแบบต่างกันไป

ลักษณะที่ 3 เป็นการใช้ข้อความโฆษณาที่ผิดตามกฎหมายที่คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณากำหนดแนวทาง และวิธีการปฏิบัติไว้ เช่น การโฆษณาสินค้าหรือบริการที่ใช้อ้างอิงข้อเท็จจริงเกี่ยวกับพระมหากษัตริย์ พระราชินี รัชทายาท หรือผู้สำเร็จราชการแทนพระองค์ , การโฆษณาสินค้าหรือบริการที่ระบุหรือประกาศว่า ผู้ประกอบการก็จะจัดให้มีการแถมพกดหรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชค , การโฆษณาขายห้องชุด บ้านจัดสรร ในหนังสือพิมพ์ สื่อสิ่งพิมพ์ โทรทัศน์ วิทยุ หรือป้ายโฆษณา เป็นต้น



ภาพแสดง ข้อความโฆษณาสินค้าหรือบริการในลักษณะของการถวายพระพร

สำหรับการโฆษณาที่มีข้อความโฆษณาสินค้าหรือบริการ รวมทั้งเครื่องหมายการค้าหรือเครื่องหมายอื่นๆ ของผู้ประกอบการที่รวมอยู่กับข้อความที่ถวายพระพรหรือข้อความอย่างอื่นที่อ้างอิงเกี่ยวกับพระมหากษัตริย์ พระราชินี รัชทายาท หรือผู้สำเร็จราชการแทนพระองค์ นั้น คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาได้มีการออกกฎกระทรวงห้ามมิให้ผู้ประกอบการดำเนินการตามข้อกำหนดดังกล่าว แต่ผู้ประกอบการสามารถที่จะระบุชื่อของผู้ประกอบการหรือผู้ประพันธ์ข้อความดังกล่าวได้ ซึ่งตัวอย่างการโฆษณาข้างต้นเข้าลักษณะของการแสดงเครื่องหมายการค้า



ภาพแสดง การโฆษณาที่มีลักษณะเป็นการลด แลก แจก แถมของรางวัล

การโฆษณาข้างต้นเป็นการโฆษณาเกี่ยวกับการจัดให้มีการลด แจก แถมของรางวัลของผู้ประกอบธุรกิจ คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาได้มีการออกข้อกำหนด หลักเกณฑ์ที่ผู้ประกอบการธุรกิจต้องปฏิบัติตาม โดยการโฆษณานี้มีการใช้ข้อความโฆษณาที่ คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาเห็นว่า เป็นการฝ่าฝืน คือ “ตั้งแต่วันนี้หรือจนกว่าสินค้าจะหมด” เนื่องจากข้อความดังกล่าว ไม่ถือว่า เป็นระยะเวลาเริ่มต้นหรือสิ้นสุดในการจัดให้มีของแถม และการจะยกข้อความดังกล่าวขึ้น มาเป็นข้ออ้างในการที่จะยกเว้นความผิดของผู้ประกอบธุรกิจ ไม่ได้เช่นกัน

ลักษณะที่ 4 เป็นการโฆษณาที่มีลักษณะที่ไม่ทำให้เกิดอันตรายต่อสุขภาพ ร่างกาย หรือจิตใจ หรืออาจก่อให้เกิดความรำคาญต่อผู้บริโภค ปัจจุบันยังไม่ได้มีการออกหลักเกณฑ์ในการดำเนินการดังกล่าว

ขั้นตอนการตรวจสอบข้อความโฆษณาอย่างไร?

สำหรับการตรวจสอบข้อความโฆษณาที่มีการโฆษณาอยู่ทั่วไปของผู้ประกอบธุรกิจนั้น การจะมีขั้นตอน กระบวนการ และวิธีการดำเนินการ ในการตรวจสอบการโฆษณา ในทุก ๆ สื่อ ไม่ว่าจะเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุ-โทรทัศน์ หรือป้ายโฆษณา เป็นต้น ซึ่งผู้รับผิดชอบงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณา คือ กองคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณา โดยมีรายละเอียดขั้นตอนการปฏิบัติ โดยเจ้าหน้าที่จะทำการตรวจสอบข้อความโฆษณาจากสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสารต่าง ๆ สื่อวิทยุ-โทรทัศน์ หรือป้ายโฆษณา เป็นต้น หากเจ้าหน้าที่เห็นว่า การใช้ข้อความโฆษณาดังกล่าวเป็นการใช้ข้อความโฆษณาที่มีลักษณะเป็นการฝ่าฝืนตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 จะดำเนินการ ดังนี้

(1) ทำการสรุปข้อเท็จจริง ข้อกฎหมาย ประเด็นปัญหาเกี่ยวกับข้อความโฆษณารวมถึง ข้อพิจารณา นำเสนอแนะต่อผู้บังคับบัญชาเพื่อพิจารณาสั่งการ

(2) มีหนังสือเชิญผู้ประกอบการมาชี้แจงข้อเท็จจริง ตลอดจนนำเสนอเอกสารหลักฐานประกอบการชี้แจงเกี่ยวกับการโฆษณา

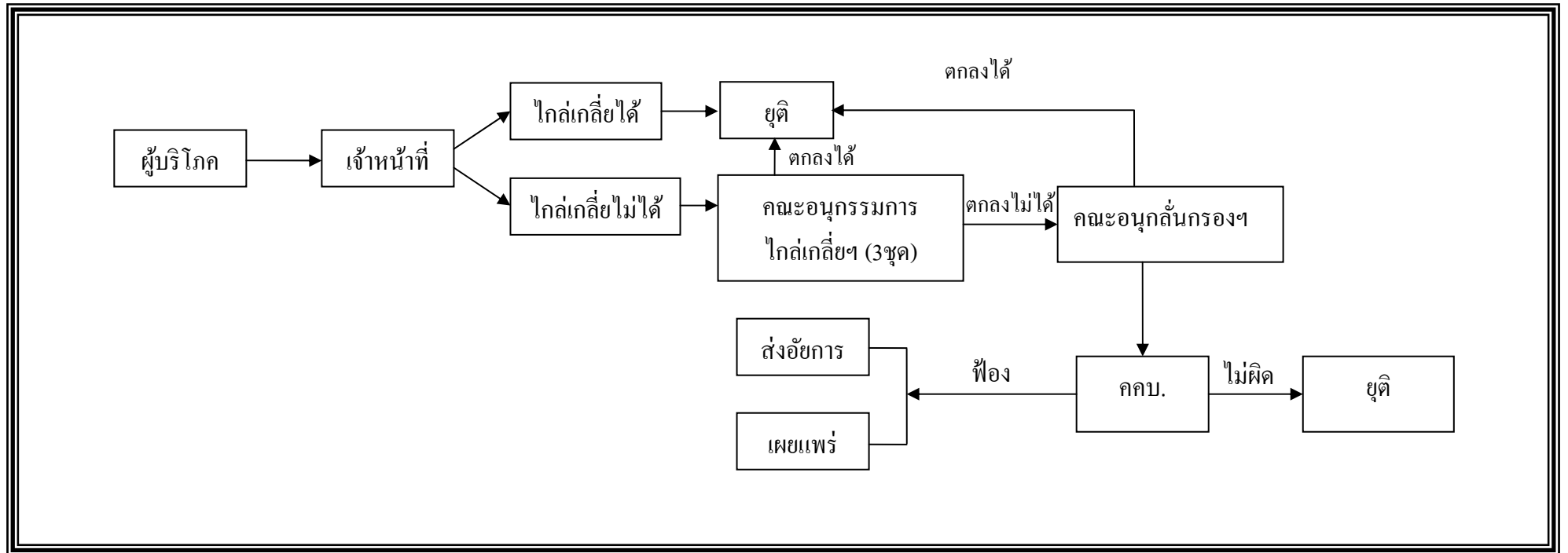
(3) กรณีที่ผู้ประกอบการไม่สามารถชี้แจงข้อเท็จจริงเกี่ยวกับกรณีดังกล่าว หรือยังมีข้อสงสัยว่า ข้อความโฆษณาดังกล่าวอาจเป็นการฝ่าฝืนตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 เจ้าหน้าที่จะนำเสนอเรื่องต่อคณะกรรมการติดตามสอดส่องและวินิจฉัยการโฆษณา และคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา พิจารณา ดำเนินการตามอำนาจหน้าที่ เช่น การสั่งให้ทำการแก้ไขข้อความโฆษณา , การสั่งห้ามใช้ข้อความโฆษณา เป็นต้น

(4) กรณีที่คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา เห็นว่า การใช้ข้อความโฆษณาของผู้ประกอบธุรกิจฝ่าฝืนพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ให้เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบ นำเรื่องเสนอต่อคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อพิจารณาใช้อำนาจทำการเปรียบเทียบความผิดแก่ผู้ประกอบการไม่ว่าจะเป็น ผู้ทำการโฆษณา หรือเจ้าของสื่อโฆษณา

(5) ทำการแจ้งมติคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคให้ผู้ทำการโฆษณา หรือเจ้าของสื่อโฆษณา ทราบ เพื่อให้มาชำระค่าปรับตามมติคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค หรือหากผู้ได้รับคำสั่ง

(6) กรณีที่ผู้ทำการโฆษณา หรือเจ้าของสื่อโฆษณา ไม่ทำการมาชำระค่าปรับตามคำสั่งของคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบจะประสานส่งเรื่องไปยังสำนักกฎหมายและคดี สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคเพื่อดำเนินการบังคับให้ผู้ทำการโฆษณา หรือเจ้าของสื่อโฆษณา มาชำระค่าปรับตามกฎหมาย

ร้องเรียนทั่วไป(ส่วนกลาง)



ภาพแสดง ขั้นตอนการดำเนินการเรื่องร้องเรียนจากผู้บริโภค(ส่วนกลาง)

ทำอย่างไรที่จะทำการโฆษณาไม่ผิดกฎหมาย?

ในกรณีที่ผู้ประกอบการมีข้อสงสัยว่า การใช้ข้อความโฆษณาของตนจะเป็นการฝ่าฝืนตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 หรือไม่นั้น ผู้ประกอบการสามารถสร้างความมั่นใจได้โดยวิธีการ “ขอความเห็น” ต่อคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา เพื่อพิจารณาข้อความโฆษณาของตนว่า ฝ่าฝืนหรือไม่ ซึ่งการดำเนินการดังกล่าวผู้ประกอบการต้องทำการยื่นคำขอตามแบบที่คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณากำหนดไว้ โดยมีขั้นตอน และการดำเนินการ ดังนี้

1. เมื่อผู้ประกอบการได้ยื่นคำขอตามแบบที่คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา กำหนดไว้ คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา จะดำเนินการพิจารณาข้อความโฆษณา และแจ้งผลการพิจารณาให้ผู้ประกอบการทราบภายในระยะเวลาไม่เกิน 30 วัน นับจากวันที่ได้ยื่นคำขอ
2. ผู้ประกอบการที่ยื่นคำขอต้องชำระค่าขอความเห็นและค่าป่วยการในการให้ความเห็นในอัตราค่าบริการกรณีภาพยนตร์หรือแถบบันทึกเสียงหรือภาพ 10,000 บาท(หนึ่งหมื่นบาทถ้วน) ต่อ 1 เรื่อง หรือข้อความอย่างอื่นในอัตราหน้าแรก 10,000 บาท(หนึ่งหมื่นบาทถ้วน) หน้าถัดไปหน้าละ 5,000 บาท(ห้าพันบาทถ้วน) ซึ่งค่าป่วยการดังกล่าวสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคจะนำส่งคลังเป็นรายได้ของแผ่นดิน
3. การให้ความเห็นของคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา ไม่ถือว่าเป็นการตัดอำนาจของคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาที่จะพิจารณาวินิจฉัยข้อความโฆษณานั้นใหม่ หากมีเหตุอันสมควร
4. การกระทำใดที่ผู้ประกอบการได้กระทำไปตามความเห็นของคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา ไม่ให้ถือว่าเป็นการกระทำดังกล่าวเป็น “ความผิดทางอาญา”

แนวทางการพิสูจน์เพื่อแสดงความจริงเกี่ยวกับข้อความโฆษณาทำอย่างไร?

ข้อความโฆษณาของผู้ประกอบการในปัจจุบันได้มีการนำเสนอในรูปแบบ และวิธีการต่าง ๆ อย่างมากมาย ไม่ว่าจะเป็นการนำเสนอโดยกล่าวอ้างข้อมูลการวิจัย สถิติหรือตัวเลขต่าง ๆ เพื่อให้เป็นจุดขายหรือเป็นที่สนใจจากผู้บริโภค ซึ่งการดำเนินการดังกล่าวอาจเป็นการกระทำที่เป็นการฝ่าฝืนต่อกฎหมายได้ ดังนั้น ในการตรวจสอบว่า “ข้อความโฆษณา” ที่ได้มีการเผยแพร่ออกมาสู่ผู้บริโภคนั้น เป็นจริงหรือไม่ จึงต้องมีการกำหนดกฎเกณฑ์ หรือกรอบในการพิจารณาว่า ผู้ประกอบการจะต้องมีหน้าที่ในการพิสูจน์ความเป็นจริงของข้อความโฆษณา ดังกล่าวอย่างไร และเพื่อความเป็นธรรมต่อผู้บริโภค และผู้ประกอบการ คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา จึงได้มีการกำหนดแนวทางในการพิสูจน์เพื่อแสดงความจริงเกี่ยวกับข้อความโฆษณา ไว้ ดังนี้

1. กรณีต้องมีการพิสูจน์ข้อความโฆษณา ผู้ประกอบการมีระยะเวลาในการพิสูจน์ข้อความโฆษณา จำนวน 30 วัน นับจากวันที่ได้รับหนังสือให้ผู้ประกอบการทำการพิสูจน์ แต่หากมีเหตุสุดวิสัยหรือพฤติการณ์พิเศษอย่างอื่น ผู้ประกอบการสามารถที่จะขอขยายระยะเวลาในการพิสูจน์ได้ตามสมควร

2. กรณีที่เป็นการพิสูจน์ข้อความโฆษณาที่มีลักษณะของการกล่าวอ้างอิงเกี่ยวกับ สถิติ ตัวเลข รายงานทางวิชาการ หรือรางวัลใดๆ ที่มีอยู่แล้ว ผู้ประกอบธุรกิจมีหน้าที่ต้องนำเอกสารหลักฐานมาแสดงต่อคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา และไม่สามารถที่จะขยายระยะเวลาในการพิสูจน์ได้ หากผู้ประกอบธุรกิจไม่สามารถแสดงเอกสารหลักฐานได้ ให้ถือว่า “ผู้ประกอบธุรกิจสละสิทธิ์” ในการที่จะพิสูจน์เกี่ยวกับข้อความโฆษณาดังกล่าว

3. ในระหว่างการพิจารณาของคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาฯ มีอำนาจในการที่จะออกคำสั่งอย่างใดอย่างหนึ่งให้ผู้ประกอบธุรกิจปฏิบัติตาม เช่น ให้ทำการแก้ไขข้อความโฆษณา , ห้ามใช้ข้อความโฆษณาหรือวิธีการโฆษณานั้น , ห้ามใช้ข้อความโฆษณา หรือให้โฆษณาแก้ไขความเข้าใจผิดของผู้บริโภค เป็นต้น และ

4. สำหรับกรณีที่มีการใช้ข้อความโฆษณาที่มีลักษณะเป็นความผิดชัดเจน เช่น การโฆษณาข้อความที่ไม่ถูกต้องตามข้อกำหนดของกฎกระทรวงฉบับที่ 3 , 4 , 5 , 6 และ 7 คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาจะมอบหมายให้สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคเป็นผู้ดำเนินการ ในการแจ้งให้ผู้ประกอบธุรกิจทำการชี้แจงข้อเท็จจริง และนำเสนอเอกสารหลักฐานเพื่อพิสูจน์ความจริงตามระยะเวลาพอสมควร หากผู้ประกอบธุรกิจไม่ทำการชี้แจงภายในระยะเวลาดังกล่าว ให้ถือว่า “ผู้ประกอบธุรกิจสละสิทธิ์” ในการชี้แจงข้อเท็จจริง

ข้อความอย่างไรที่มีลักษณะเป็นการยืนยันข้อเท็จจริงที่ยากกับการพิสูจน์?

ปัจจุบันการใช้ข้อความโฆษณาของผู้ประกอบธุรกิจจำนวนมากมักมีการใช้ข้อความที่มีลักษณะของการเปรียบเทียบคุณสมบัติของสินค้าหรือบริการของผู้ประกอบธุรกิจ ว่า มีคุณสมบัติที่ดีกว่าสินค้าหรือบริการของผู้ประกอบธุรกิจรายอื่น ๆ ในประเภทเดียวกันที่มีการจำหน่ายอยู่ในท้องตลาด โดยการอ้างอิงหรือยืนยันข้อเท็จจริงต่าง ๆ แม้ว่าจะสามารถพิสูจน์ได้ เนื่องจากมีการผ่านการรับรอง หรือการตรวจสอบเอกสารหลักฐานอย่างถี่ถ้วนแล้วก็ตาม โดยข้อความโฆษณาที่มีลักษณะที่ทำให้เกิดความยากในการพิสูจน์ เช่น “แห่งแรก” “แห่งเดียว” “รายแรก” “ครั้งแรก” หรือ “100 %” เป็นต้น

ดังนั้น คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา จึงเห็นว่า เพื่อเป็นการหลีกเลี่ยงข้อขัดแย้งเกี่ยวกับปัญหาการพิสูจน์การใช้ข้อความโฆษณาของผู้ประกอบธุรกิจ จึงได้มีการขอความร่วมมือจากผู้ประกอบธุรกิจที่ใช้ข้อความโฆษณา ที่จะหลีกเลี่ยงการใช้ข้อความโฆษณาที่ใช้ถ้อยคำว่า “ที่สุด” “แห่งแรก” และ “100%” อย่างไรก็ตาม คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา ได้กำหนดแนวทางในการปฏิบัติให้แก่ผู้ประกอบธุรกิจที่มีความต้องการที่จะใช้ถ้อยคำดังกล่าว คือ

(1) ต้องมีหลักฐานแสดงให้เห็นว่า ข้อความโฆษณาดังกล่าวสามารถทำการโฆษณาได้ ในประเทศที่มีกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคที่เชื่อถือได้ เช่น ประเทศสหรัฐอเมริกา , ประเทศญี่ปุ่น , ประเทศสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมัน หรือประเทศออสเตรเลีย เป็นต้น

(2) มีหนังสือรับรองผลการตรวจสอบของส่วนราชการหรือหน่วยงานในประเทศไทยหรือของต่างประเทศ ที่เป็นส่วนราชการหรือหน่วยงานผู้ชำนาญการหรือมีอำนาจหน้าที่ตรวจสอบเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่โฆษณานั้น ๆ หรือสถาบันที่คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณายอมรับ

หากมีคำสั่งของคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาจะอย่างไร?

เมื่อผู้ประกอบการที่มีการใช้ข้อความโฆษณาในการจำหน่ายสินค้าหรือบริการ เพื่อชักชวนเชิญชวนให้ผู้บริโภคให้ความสนใจ และซื้อสินค้าหรือบริการดังกล่าว หากปรากฏว่า คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาได้มีการพิจารณาข้อความโฆษณาดังกล่าว พร้อมทั้งมีความเห็นว่า การใช้ข้อความโฆษณาดังกล่าวฝ่าฝืนกฎหมาย และมีคำสั่งเกี่ยวกับการใช้ข้อความโฆษณา ห้ามใช้ข้อความโฆษณา ให้ทำการแก้ไขข้อความโฆษณา หรือให้ทำการโฆษณาแก้ไขความเข้าใจผิดของผู้บริโภค เป็นต้น

ดังนั้น คำสั่งของคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา จึงมีผลกระทบต่อผู้ประกอบการเป็นอย่างมากในการดำเนินการประกอบธุรกิจ จึงมีการเปิดโอกาสให้แก่ผู้ประกอบการในการอุทธรณ์คำสั่งดังกล่าวได้ กล่าวคือ ผู้ที่จะมีสิทธิในการอุทธรณ์คำสั่งจะประกอบไปด้วย

- (1) ผู้ทำการโฆษณา
- (2) ผู้ประกอบกิจการโฆษณา
- (3) เจ้าของสื่อโฆษณา

โดยการอุทธรณ์คำสั่งนั้น ผู้มีสิทธิอุทธรณ์จะต้องทำการอุทธรณ์คำสั่งต่อคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ภายใน 10 วัน นับจากวันที่ผู้อุทธรณ์ได้รับคำสั่ง อย่างไรก็ตาม การอุทธรณ์ดังกล่าวไม่ถือว่าเป็น “การทุเลาการบังคับ” ตามคำสั่งของคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา เว้นเสียแต่คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคจะมีคำสั่งเป็นอย่างอื่น

หลักเกณฑ์และวิธีการในการแก้ไขความเข้าใจผิดของผู้บริโภคอย่างไร?

ในกรณีที่ผู้ประกอบการได้มีการใช้ข้อความโฆษณา แล้วคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาพิจารณาแล้วเห็นว่า การใช้ข้อความโฆษณาดังกล่าวของผู้ประกอบการทำให้ผู้บริโภคเข้าใจผิดเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ และมีคำสั่งให้ผู้ประกอบการทำการโฆษณาแก้ไขความเข้าใจผิดของผู้บริโภคที่อาจเกิดจากการใช้ข้อความโฆษณาดังกล่าว โดยมีรายละเอียด ดังนี้

- (1) ให้ผู้ประกอบการนำข้อความโฆษณาที่จะใช้ในการโฆษณาเพื่อแก้ไขความเข้าใจผิดเสนอต่อคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา พิจารณาและอนุมัติ ภายในระยะเวลา 7 วัน นับจากวันที่ได้รับคำสั่งให้โฆษณาแก้ไข
- (2) ผู้ประกอบการต้องนำข้อความที่ได้รับความเห็นชอบของคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา ทำการโฆษณาให้ผู้บริโภคทราบภายใน 20 วัน นับแต่วันที่ได้รับความเห็นชอบดังกล่าว

(3) การทำการโฆษณาแก้ไขความเข้าใจผิดของผู้บริโภคนั้น ผู้ประกอบธุรกิจต้องทำการโฆษณาข้อความดังกล่าวอย่างต่อเนื่องเป็นระยะเวลาไม่น้อยกว่า 7 วัน

(4) ค่าใช้จ่ายในการทำการโฆษณาข้อความให้ผู้ประกอบธุรกิจเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายดังกล่าว

**ขั้นตอนการปฏิบัติหน้าที่เกี่ยวกับ
การรับเรื่องราวร้องทุกข์**

ขั้นตอนการรับเรื่องราวร้องทุกข์จากผู้บริโภค

สำหรับการรับเรื่องราวร้องทุกข์จากผู้บริโภคเกี่ยวกับกรณีที่ผู้บริโภคถูกผู้ประกอบการกระทำ การละเมิดสิทธิตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 นั้น สำนักงานคณะกรรมการ คุ้มครองผู้บริโภคได้มีการจัดทำแนวทางในการปฏิบัติหน้าที่ของเจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบเกี่ยวกับกรณี ดังกล่าวไว้ เพื่อเป็นแนวปฏิบัติของเจ้าหน้าที่ให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1) เมื่อผู้บริโภคได้เข้ามาร้องเรียนเกี่ยวกับการใช้ข้อความโฆษณา และมีผลทำให้ ผู้บริโภคเกิดความเข้าใจผิดเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่ผู้ประกอบการได้ทำการโฆษณา ผู้บริโภค สามารถร้องเรียนผ่านช่องทางต่างๆ ได้ เช่น

- ร้องเรียนด้วยตนเองที่สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค หรือศูนย์ รับเรื่องราวร้องทุกข์จากผู้บริโภคที่ตั้งอยู่ที่ ศาลากลางจังหวัดทุกจังหวัด

- ร้องเรียนผ่านโทรศัพท์สายด่วนผู้บริโภค 1166 และนำส่งเอกสาร ประกอบการพิจารณาเพิ่มเติมให้เจ้าหน้าที่ในภายหลังเพื่อใช้ในการประกอบการพิจารณาดำเนินการ

- รับแบบฟอร์มร้องเรียนได้จากร้านสะดวกซื้อเซเว่น-อีเลฟเว่น ได้โดยไม่เสีย ค่าใช้จ่ายใดๆ ทั้งสิ้น เขียนรายละเอียด และส่งทางไปรษณีย์

- ร้องเรียนผ่านเว็บไซต์ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครอง ผู้บริโภค www.ocpb.go.th

2) เมื่อเจ้าหน้าที่ได้รับเอกสารร้องเรียน และหลักฐานที่ใช้ในการประกอบการพิจารณา เรียบร้อยแล้ว จะต้องดำเนินการตรวจสอบเบื้องต้นว่า ข้อความโฆษณาดังกล่าว หรือคำร้องเรียนของ ผู้บริโภคนั้น กระทบสิทธิของผู้บริโภค หรือเป็นการฝ่าฝืนกฎหมายหรือไม่

3) มีหนังสือให้ผู้ประกอบการผู้ทำการโฆษณา มีโอกาสได้ชี้แจงข้อเท็จจริงเกี่ยวกับ การใช้ข้อความโฆษณาดังกล่าว แก่เจ้าหน้าที่และผู้บริโภคเพื่อทำความเข้าใจเกี่ยวกับข้อความโฆษณา พร้อมทั้งทำการเจรจาไกล่เกลี่ย

4) กรณีที่สามารถทำความเข้าใจ หรือเจรจาตกลงกันได้ระหว่างผู้ประกอบการและผู้บริโภค เจ้าหน้าที่จะทำการเสนอเรื่องต่อผู้บังคับบัญชาเพื่อยุติเรื่องร้องเรียนดังกล่าว

5) กรณีที่ไม่สามารถทำความเข้าใจ หรือเจรจาตกลงกันได้ ให้เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบ นำเสนอต่อคณะอนุกรรมการไกล่เกลี่ยเรื่องราวร้องทุกข์จากผู้บริโภค พิจารณาดำเนินการไกล่เกลี่ย ระหว่างผู้ประกอบการและผู้บริโภค เพื่อหาข้อยุติ และหากสามารถทำความเข้าใจกันได้ให้ทำการ เสนอเรื่องต่อผู้บังคับบัญชาเพื่อยุติเรื่องร้องเรียนดังกล่าว

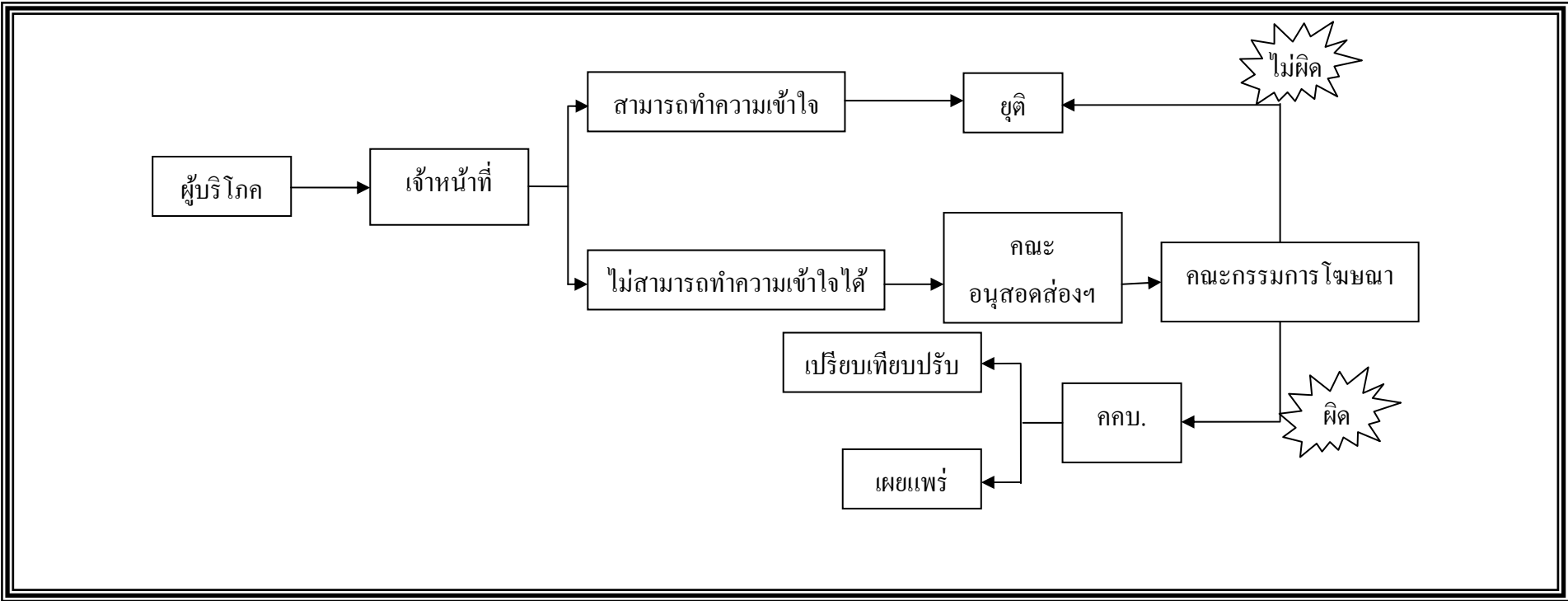
6) หากในชั้นของคณะอนุกรรมการไกล่เกลี่ยเรื่องราวร้องทุกข์จากผู้บริโภค ไม่สามารถ ทำความเข้าใจ หรือเจรจาตกลงกันได้ระหว่างผู้ประกอบการและผู้บริโภค ให้เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบ นำเสนอต่อคณะอนุกรรมการพิจารณากลับกรองเรื่องราวร้องทุกข์จากผู้บริโภค พิจารณาดำเนินการว่า เห็นควรที่จะนำเสนอเรื่องร้องเรียนดังกล่าวต่อคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อพิจารณาใช้อำนาจ ตามมาตรา 39 แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522 หรือไม่

7) หากคณะอนุกรรมการพิจารณากลับกรองเรื่องรื้อร้องทุกข์จากผู้บริโภค พิจารณาแล้วเห็นว่า ควรที่จะนำเสนอเรื่องร้องเรียนดังกล่าวต่อคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อพิจารณาใช้อำนาจตามมาตรา 39 แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522 และคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคเห็นชอบ ก็จะมีมาตรการในการดำเนินการคือ แจ้งให้ผู้บริโภคจัดส่งเอกสารหลักฐานเพิ่มเติม และจัดส่งเรื่องพร้อมมติให้สำนักงานอัยการสูงสุด พิจารณาดำเนินคดีแก่ผู้ประกอบการธุรกิจแทนผู้บริโภค พร้อมทั้งทำการโฆษณาเผยแพร่ให้ผู้บริโภคโดยทั่วไปได้รับทราบข้อมูลข่าวสาร

8) หากกรณีที่คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคไม่เห็นชอบที่จะใช้อำนาจตามมาตรา 39 แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522 ให้มีหนังสือแจ้งผู้บริโภคทราบมติไม่เห็นชอบดังกล่าว แต่มติขอคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค นั้น ไม่ตัดสิทธิของผู้บริโภคที่จะไปดำเนินการใช้สิทธิทางศาลด้วยตนเอง

อย่างไรก็ดี สำหรับการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่คุ้มครองผู้บริโภคประจำจังหวัดในส่วนภูมิภาค จะมีขั้นตอน และการปฏิบัติงานที่แตกต่างออกไปเล็กน้อย กล่าวคือ ภายหลังจากที่มีการนำเสนอเรื่องต่อคณะอนุกรรมการใกล้เคียงเรื่องรื้อร้องทุกข์จากผู้บริโภคประจำจังหวัดเรียบร้อยแล้ว หากไม่สามารถทำความเข้าใจ หรือเจรจาตกลงกันได้ เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบต้องนำเสนอเรื่องพร้อมความเห็นแก่คณะอนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำจังหวัด เพื่อพิจารณาเกี่ยวกับกรณีดังกล่าว พร้อมมีมติและความเห็นเกี่ยวกับกรณีร้องเรียนดังกล่าวว่า “เห็นควรดำเนินการอย่างไร” และจัดส่งมติและความเห็นของคณะอนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำจังหวัดไปยังส่วนกลาง คือ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อพิจารณาดำเนินการตามขั้นตอนต่อไป

ตรวจสอบโฆษณา (ส่วนกลาง)



ภาพแสดง ขั้นตอนการตรวจสอบข้อความโฆษณา

ภาคผนวก

ตัวอย่างแบบตรวจการโฆษณาประเภทต่าง ๆ

บันทึกการตรวจสอบโฆษณาสินค้าหรือบริการ
ตามกฎหมายว่าด้วยฉ้อโกงฉบับที่ 5 (พ.ศ. 2534)
ออกตามความใน พ.ร.บ.คุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522
(โฆษณาว่าผู้ประกอบการจัดให้มีการให้ของแถมหรือให้สิทธิหรือประโยชน์โดยให้เปล่า)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.

1. เรื่องที่โฆษณา.....
2. สื่อโฆษณา หนังสือพิมพ์..... นิตยสาร.....
 สิ่งพิมพ์(โบรชัวร์/แผ่นพับ/ใบปลิว) ป้ายโฆษณา บริเวณ.....
 อินเทอร์เน็ต วิทยุโทรทัศน์ ช่อง.....
 วิทยุกระจายเสียง สถานี..... อื่น ๆ.....
3. เจ้าของสินค้าหรือบริการ.....
ที่อยู่.....
โทรศัพท์..... โทรสาร.....
4. ผู้ประกอบการโฆษณาบริการ.....
ที่อยู่.....
โทรศัพท์..... โทรสาร.....
5. เจ้าของสื่อโฆษณาบริการ.....
ที่อยู่.....
โทรศัพท์..... โทรสาร.....
6. ได้พิจารณาข้อความโฆษณาดังกล่าวแล้ว เห็นว่า
 ได้ระบุรายละเอียดถูกต้องครบถ้วน ไม่ได้ระบุรายละเอียด ดังนี้
() หลักเกณฑ์ เงื่อนไข วิธีการ หรือข้อกำหนดในการให้ของแถมหรือให้สิทธิหรือประโยชน์
() วัน เดือน ปีที่เริ่มต้นและสิ้นสุดของการจัดให้มีการให้ของแถมหรือให้สิทธิหรือประโยชน์
() ประเภทและลักษณะของของแถมหรือสิทธิหรือประโยชน์
() มูลค่าของของแถมพกหรือสิทธิหรือประโยชน์ แต่ละสิ่งหรือมูลค่ารวมในแต่ละประเภท
() เขตหรือถิ่นที่จัดให้มีการให้ของแถมหรือให้สิทธิหรือประโยชน์โดยให้เปล่าเว้นแต่กรณีที่เป็น
การจัดให้มีขึ้นทั่วราชอาณาจักร
() สถานที่ที่กำหนดไว้ให้ผู้บริโภคมารับของแถมหรือสิทธิหรือประโยชน์โดยให้เปล่า
(ลงชื่อ).....เจ้าหน้าที่ (ลงชื่อ)ผู้ประกอบการ
(.....) (.....)
(ลงชื่อ).....พยาน (ลงชื่อ)พยาน
(.....) (.....)

บันทึกการตรวจสอบโฆษณาสินค้าหรือบริการ
ตามกฎกระทรวง ฉบับที่ 5 (พ.ศ. 2534)
ออกตามความใน พ.ร.บ.คุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522
(โฆษณาว่าผู้ประกอบการจัดให้มีการแถมพกหรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชค
ซึ่งได้รับอนุญาตจากเจ้าพนักงานตามกฎหมายว่าด้วยการพนันแล้ว)

.....

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.

1. เรื่องที่โฆษณา.....
2. สื่อโฆษณา หนังสือพิมพ์..... นิตยสาร.....
 สิ่งพิมพ์(โบรชัวร์/แผ่นพับ/ใบปลิว) ป้ายโฆษณา บริเวณ.....
 อินเทอร์เน็ต วิทยุโทรทัศน์ ช่อง.....
 วิทยุกระจายเสียง สถานี..... อื่น ๆ.....
3. เจ้าของสินค้าหรือบริการ..... ที่อยู่.....
..... โทรศัพท์..... โทรสาร.....
4. ผู้ประกอบกิจการโฆษณาบริการ..... ที่อยู่.....
..... โทรศัพท์..... โทรสาร.....
5. เจ้าของสื่อโฆษณาบริการ..... ที่อยู่.....
..... โทรศัพท์..... โทรสาร.....
6. ได้พิจารณาข้อความโฆษณาดังกล่าวแล้ว เห็นว่า
 ได้ระบุรายละเอียดถูกต้องครบถ้วน ไม่ได้ระบุรายละเอียด ดังนี้
() หลักเกณฑ์ เงื่อนไข วิธีการ หรือข้อกำหนดในการเสี่ยงโชคหรือในการประกวดชิงรางวัล
() วัน เดือน ปีที่เริ่มต้นและสิ้นสุดของการจัดให้มีการเสี่ยงโชคหรือในการประกวดชิงรางวัล
() ประเภทและลักษณะของของแถมพกหรือรางวัล () จำนวน () มูลค่าของของแถมพกหรือรางวัลแต่ละสิ่ง หรือมูลค่ารวมในแต่ละประเภท
() เขตหรือถิ่นที่มีการจัดให้มีการเสี่ยงโชคหรือการประกวดชิงรางวัล เว้นแต่กรณีที่เป็นการจัดให้มีขึ้นทั่วราชอาณาจักร
() วัน เดือน ปี () เวลา () สถานที่ซึ่งกำหนดไว้สำหรับทำการเสี่ยงโชคหรือการตัดสินการประกวดชิงรางวัล
() สื่อโฆษณาที่จะใช้ในการประกาศรายชื่อผู้ได้รับของแถมพกหรือรางวัลจากการเสี่ยงโชคหรือการประกวดชิงรางวัล

(ลงชื่อ).....เจ้าหน้าที่ (ลงชื่อ)ผู้ประกอบการ
(.....) (.....)
(ลงชื่อ).....พยาน (ลงชื่อ)พยาน
(.....) (.....)

บันทึกการตรวจสอบโฆษณาสินค้าหรือบริการ
ตามกฎหมายว่าด้วยฉลากฉบับที่ 6 (พ.ศ. 2534)
ออกตามความใน พ.ร.บ.คุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522
(ข้อความโฆษณาสินค้าหรือบริการซึ่งรวมอยู่กับข้อความถวายพระพร)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.

1. ข้อความที่ถวายพระพรเกี่ยวกับ

- พระมหากษัตริย์ พระราชินี รัชทายาท ผู้สำเร็จราชการแทนพระองค์

2. สื่อโฆษณา หนังสือพิมพ์..... นิตยสาร.....
 สิ่งพิมพ์(โบรชัวร์/แผ่นพับ/ใบปลิว) ป้ายโฆษณา บริเวณ.....
 อินเทอร์เน็ต วิทยุโทรทัศน์ ช่อง.....
 วิทยุกระจายเสียง สถานี..... อื่น ๆ.....

3. เจ้าของสินค้าหรือบริการ.....
ที่อยู่.....
โทรศัพท์..... โทรสาร.....

4. ผู้ประกอบกิจการโฆษณาบริการ.....
ที่อยู่.....
โทรศัพท์..... โทรสาร.....

5. เจ้าของสื่อโฆษณาบริการ.....
ที่อยู่.....
โทรศัพท์..... โทรสาร.....

6. ได้พิจารณาข้อความถวายพระพรแล้ว เห็นว่า

- ไม่มีข้อความใดที่เป็นการฝ่าฝืน กฎกระทรวง ฉบับที่ 6
 มีการใช้ข้อความดังต่อไปนี้รวมอยู่กับข้อความถวายพระพร

- () ข้อความโฆษณาสินค้าหรือบริการ
() เครื่องหมายการค้าหรือเครื่องหมายอื่นๆ ของผู้ประกอบการ
() ข้อความที่แสดงสถานที่หรือวิธีติดต่อกับผู้ประกอบการ

(ลงชื่อ).....เจ้าหน้าที่ (ลงชื่อ)ผู้ประกอบการ
(.....) (.....)

(ลงชื่อ).....พยาน (ลงชื่อ)พยาน
(.....) (.....)

บันทึกการตรวจสอบข้อความโฆษณาขายห้องชุดและที่ดินหรือที่ดินพร้อมทั้งอาคาร
ตามกฎกระทรวงฉบับที่ 7 (พ.ศ. 2538)

ออกพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522

.....

1. ชื่อโครงการ.....ตั้งอยู่เลขที่.....
หมู่ที่.....ซอย.....ถนน.....ตำบล.....
อำเภอ.....จังหวัด.....โทรศัพท์.....

2. ผู้ประกอบธุรกิจ.....ตั้งอยู่เลขที่.....
หมู่ที่.....ซอย.....ถนน.....ตำบล.....
อำเภอ.....จังหวัด.....โทรศัพท์.....

3. ผู้ประกอบกิจการโฆษณา.....ตั้งอยู่เลขที่.....
หมู่ที่.....ซอย.....ถนน.....ตำบล.....
อำเภอ.....จังหวัด.....โทรศัพท์.....

4. เจ้าของสื่อโฆษณา.....ตั้งอยู่เลขที่.....
หมู่ที่.....ซอย.....ถนน.....ตำบล.....
อำเภอ.....จังหวัด.....โทรศัพท์.....

5. กรณีโฆษณาขายห้องชุดที่ยังไม่ได้จดทะเบียนเป็นอาคารชุดทางสื่อ

- () หนังสือพิมพ์..... ใช้แบบ กท.7/1
- () สื่อสิ่งพิมพ์..... ใช้แบบ กท.7/1
- () วิทยุกระจายเสียง..... ใช้แบบ กท.7/2
- () วิทยุโทรทัศน์..... ใช้แบบ กท.7/3
- () ป้ายโฆษณา..... ใช้แบบ กท.7/4

6. กรณีโฆษณายขายห้องชุดที่ได้จดทะเบียนเป็นอาคารชุดตามกฎหมายว่าด้วยอาคารชุดแล้ว ทางสื่อ

- () หนังสือพิมพ์..... ใช้แบบ กท.7/5
- () สื่อสิ่งพิมพ์..... ใช้แบบ กท.7/5
- () วิทยุกระจายเสียง..... ใช้แบบ กท.7/6
- () วิทยุโทรทัศน์..... ใช้แบบ กท.7/7
- () ป้ายโฆษณา..... ใช้แบบ กท.7/8

7. กรณีโฆษณาขายที่ดินโดยแบ่งขายเป็นแปลงย่อย ไม่ว่าจะเป็นการขายเฉพาะที่ดินหรือขายที่ดินพร้อมทั้งอาคาร

- | | |
|-----------------------|----------------|
| () หนังสือพิมพ์..... | ใช้แบบ กท.7/9 |
| () สื่อสิ่งพิมพ์ | ใช้แบบ กท.7/9 |
| () วิทยุกระจายเสียง | ใช้แบบ กท.7/10 |
| () วิทยุโทรทัศน์ | ใช้แบบ กท.7/11 |
| () ป้ายโฆษณา | ใช้แบบ กท.7/12 |

ลงชื่อ.....เจ้าหน้าที่
(.....)

ลงชื่อ.....ผู้ประกอบการธุรกิจ
(.....)

ลงชื่อ.....พยาน
(.....)

ลงชื่อ.....พยาน
(.....)

ได้ตรวจสอบข้อความโฆษณาขายห้องชุดในอาคารชุดแล้วเห็นว่าไม่ได้ระบุรายละเอียด ดังนี้

() ข้อความที่แสดงว่ายังไม่ได้รับหรือได้รับใบอนุญาตก่อสร้างอาคารจากเจ้าพนักงาน
ท้องถิ่นตามกฎหมายว่าด้วยการควบคุมอาคารแล้ว

() เดือน ปี ที่เริ่มต้นก่อสร้างและที่กำหนดว่าจะก่อสร้างอาคารชุดแล้วเสร็จ

() ข้อความที่แสดงว่าจะไปจดทะเบียนเป็นอาคารชุดตามกฎหมายว่าด้วยอาคารชุดเมื่อ
การก่อสร้างแล้วเสร็จ

() ตำแหน่งที่ดิน

() เลขที่ของโฉนดที่ดิน

() จำนวนเนื้อที่ของที่ดินของโครงการและแผนผังแสดงเขตที่ดินและที่ตั้งของอาคารชุด

() ข้อความที่แสดงว่าที่ดินและอาคารชุดไม่มีหรือมีภาระผูกพันกับสถาบันการเงิน บุคคล
หรือนิติบุคคลใด

() จำนวนชั้นและจำนวนห้องชุดของอาคารนั้น

() ข้อความที่แสดงว่าในอาคารชุดหลังเดียวกันมีห้องชุดเพื่อใช้เป็นที่อยู่อาศัยหรือ
สำนักงาน หรือที่อยู่อาศัยและสำนักงาน*

() ข้อความที่แสดงเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายและค่าภาษีอากร ที่ผู้มีกรรมสิทธิ์ในห้องชุดมีหน้าที่
ต้องชำระตามกฎหมายว่าด้วยอาคารชุด*

() รายการและขนาดของทรัพย์สินที่เป็นทรัพย์สินส่วนบุคคลและทรัพย์สินส่วนกลางในกรณีที่มี
การโฆษณาว่าจะจัดให้มีทรัพย์สินส่วนบุคคลภายนอกห้องชุดหรือทรัพย์สินส่วนกลางนอกจากที่กำหนดใน
กฎหมายว่าด้วยอาคารชุด รวมทั้งเดือน ปี ที่เริ่มต้นก่อสร้างหรือจัดหาและที่กำหนดว่าจะก่อสร้างหรือ
ติดตั้งทรัพย์สินนั้นแล้วเสร็จ*

() ชื่อ และที่อยู่ของผู้ประกอบธุรกิจอาคารชุด ในกรณีที่เป็นนิติบุคคลต้องระบุทุนจด
ทะเบียน ทุนชำระแล้ว ชื่อกรรมการผู้จัดการหรือหุ้นส่วนผู้จัดการ หรือกรรมการผู้มีอำนาจลงลายมือชื่อ
ผูกพันนิติบุคคล

() ข้อความที่แสดงว่าภาพโฆษณาเป็นภาพของจริงหรือภาพจำลองจากของจริง

หมายเหตุ * ถ้าเป็นการโฆษณาทางหนังสือพิมพ์จะไม่ระบุก็ได้

ได้ตรวจสอบข้อความโฆษณาขายห้องชุดในอาคารชุดแล้ว เห็นว่าไม่ได้ระบุรายละเอียด ดังนี้

- () เดือน ปี ที่เริ่มต้นก่อสร้าง
- () เดือน ปี ที่กำหนดว่าจะก่อสร้างอาคารชุดแล้วเสร็จ

ได้ตรวจสอบข้อความโฆษณาขายห้องชุดในอาคารชุดแล้ว เห็นว่าไม่ได้ระบุรายละเอียด ดังนี้

- () เดือน ปี ที่เริ่มต้นก่อสร้าง
- () เดือน ปี ที่กำหนดว่าจะก่อสร้างอาคารชุดแล้วเสร็จ
- () ข้อความที่แสดงว่าภาพโฆษณา เป็นภาพของจริง หรือภาพจำลองจากของจริง

() แบบ กท.7/4

ได้ตรวจสอบข้อความโฆษณาขายห้องชุดในอาคารชุดแล้ว เห็นว่าไม่ได้ระบุรายละเอียด ดังนี้

- () เดือน ปี ที่เริ่มต้นก่อสร้าง
- () เดือน ปี ที่กำหนดว่าจะก่อสร้างอาคารชุดแล้วเสร็จ
- () ตำแหน่งที่ดิน
- () เลขที่ของโฉนดที่ดิน
- () จำนวนเนื้อที่ของที่ดินของโครงการ
- () แผนผังแสดงเขตที่ดิน เลขที่ตั้งของอาคารชุด

ได้ตรวจสอบข้อความโฆษณาขายห้องชุดในอาคารชุดแล้ว เห็นว่าไม่ได้ระบุนรายละเอียด ดังนี้

- () เลขที่ทะเบียนอาคารชุด
- () ตำแหน่งที่ดิน
- () เลขที่ของโฉนดที่ดิน
- () จำนวนเนื้อที่ของที่ดินของโครงการ
- () แผนผังแสดงเขตที่ดิน เลขที่ตั้งของอาคารชุด
- () จำนวนชั้นและจำนวนห้องชุดในอาคารชุดนั้น
- () ข้อความที่แสดงว่าในอาคารชุดหลังเดียวกันมีห้องชุดเพื่อใช้เป็นที่อยู่อาศัย หรือสำนักงาน หรือที่อยู่อาศัยและสำนักงาน*
- () ข้อความที่แสดงว่าห้องชุดไม่มีหรือมีภาระผูกพันกับสถาบันการเงินบุคคลหรือนิติบุคคลใด
- () ข้อความที่แสดงเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายและค่าภาษีอากรที่ผู้มีกรรมสิทธิ์ในห้องชุด มีหน้าที่ต้องชำระตามกฎหมายว่าด้วยอาคารชุด*
- () ชื่อและที่อยู่ของผู้จดทะเบียนอาคารชุด และในกรณีที่เป็นนิติบุคคลต้องระบุทุนจดทะเบียน ทุนชำระแล้ว ชื่อกรรมการผู้จัดการ หรือหุ้นส่วนผู้จัดการ หรือกรรมการผู้มีอำนาจลงนามผูกพันนิติบุคคล
- () ข้อความที่แสดงว่าภาพโฆษณาเป็นภาพจำลองหรือของจริง

หมายเหตุ * ถ้าเป็นการโฆษณาทางหนังสือพิมพ์จะไม่ระบุก็ได้

ได้ตรวจสอบข้อความโฆษณาขายห้องชุดในอาคารชุดแล้ว เห็นว่าไม่ได้ระบุรายละเอียด ดังนี้

- () เลขที่ทะเบียนอาคารชุด
- () ชื่อและที่อยู่ของผู้จดทะเบียนอาคารชุด

ได้ตรวจสอบข้อความโฆษณาขายห้องชุดในอาคารชุดแล้ว เห็นว่าไม่ได้ระบุรายละเอียด ดังนี้

- () เลขที่ทะเบียนอาคารชุด
- () ชื่อและที่อยู่ของผู้จดทะเบียนอาคารชุด
- () ข้อความที่แสดงว่าภาพโฆษณาเป็นภาพของจริง หรือภาพจำลองของจริง

ได้ตรวจสอบข้อความโฆษณาขายห้องชุดในอาคารชุดแล้ว เห็นว่าไม่ได้ระบุรายละเอียด ดังนี้

- () เลขที่ทะเบียนอาคารชุด
- () ชื่อและที่อยู่ของผู้จดทะเบียนอาคารชุด
- () ตำแหน่งที่ดิน
- () จำนวนเนื้อที่ของที่ดินของโครงการ
- () แผนผังแสดงเขตที่ดิน เลขที่ตั้งของอาคารชุด
- () ข้อความที่แสดงว่าภาพโฆษณา เป็นภาพของจริง หรือภาพจำลองจากของจริง

ได้ตรวจสอบข้อความโฆษณาขายที่ดิน โดยการแบ่งขายเป็นแปลงย่อย ไม่ว่าจะเป็นการขายเฉพาะที่ดิน หรือขายที่ดินพร้อมทั้งอาคารแล้ว เห็นว่าไม่ได้ระบุรายละเอียด ดังนี้

- () ตำแหน่งที่ดิน
- () เลขที่ของหนังสือแสดงสิทธิในที่ดิน
- () จำนวนเนื้อที่ของที่ดินจัดสรร
- () เลขที่ของใบอนุญาตให้ทำการจัดสรรที่ดินตามกฎหมายว่าด้วยการจัดสรรที่ดินในกรณีที่ต้องได้รับใบอนุญาตให้ทำการจัดสรรที่ดิน
- () ข้อความที่แสดงว่าที่ดินและอาคารไม่มีหรือมีภาระผูกพันกับสถาบันการเงิน บุคคล หรือนิติบุคคลใด
- () เดือน ปี ที่เริ่มต้นก่อสร้างและที่กำหนดว่าจะก่อสร้างอาคารแล้วเสร็จ ในกรณีที่ขายที่ดินพร้อมทั้งอาคาร
- () ข้อความที่แสดงว่าเมื่อชำระเงินครบถ้วนตามสัญญาแล้วจะโอนสิทธิในที่ดินให้ได้เมื่อใด
- () รายการของทรัพย์สินที่เป็นสาธารณูปโภคและบริการสาธารณะ นอกจากที่กำหนดในข้อกำหนดเกี่ยวกับการจัดสรรที่ดิน*
- () ขนาดของทรัพย์สินที่เป็นสาธารณูปโภคและบริการสาธารณะ นอกจากที่กำหนดในข้อกำหนดเกี่ยวกับการจัดสรรที่ดิน*
- () ชื่อและที่อยู่ของผู้จัดสรรที่ดิน () ผู้มีสิทธิในที่ดิน () ผู้ประกอบธุรกิจขายที่ดิน
- () ในกรณีที่เป็นิติบุคคลต้องระบุทุนจดทะเบียน ทุนชำระแล้ว ชื่อกรรมการผู้จัดการหรือหุ้นส่วนผู้จัดการ หรือกรรมการผู้มีอำนาจลงลายมือชื่อผูกพันนิติบุคคล
- () ข้อความที่แสดงว่าภาพโฆษณาเป็นภาพของจริงหรือภาพจำลองจากของจริง

หมายเหตุ * ถ้าเป็นการโฆษณาทางหนังสือพิมพ์จะไม่ระบุก็ได้

ได้ตรวจสอบข้อความโฆษณาขายที่ดิน โดยการแบ่งขายเป็นแปลงย่อย ไม่ว่าจะ เป็น กาย เฉพาะ ที่ ดิน หรือ ขาย ที่ ดิน พร้อม ทั้ง อาคาร แล้ว เห็น ว่า ไม่ ได้ ระบุ รายละเอียด ดังนี้

() เดือน ปี ที่ เริ่มต้น ก่อ สร้าง

() เดือน ปี ที่ กำหนด ว่า จะ ก่อ สร้าง แล้ว เสร็จ ใน กรณี ขาย ที่ ดิน พร้อม ทั้ง อาคาร

ได้ตรวจสอบข้อความโฆษณาขายที่ดิน โดยการแบ่งขายเป็นแปลงย่อย ไม่ว่าจะเป็นการขายเฉพาะที่ดินหรือขายที่ดินพร้อมทั้งอาคารแล้ว เห็นว่าไม่ได้ระบุรายละเอียด ดังนี้

() เดือน ปี ที่เริ่มต้นก่อสร้างและที่กำหนดว่าจะก่อสร้างอาคารแล้วเสร็จ ในกรณีที่ขายที่ดินพร้อมทั้งอาคาร

() ข้อความที่แสดงว่าภาพโฆษณาเป็นภาพของจริงหรือภาพจำลองจากของจริง

ได้ตรวจสอบข้อความโฆษณาขายที่ดิน โดยการแบ่งขายเป็นแปลงย่อย ไม่ว่าจะเป็นการขายเฉพาะที่ดินหรือขายที่ดินพร้อมทั้งอาคารแล้ว เห็นว่าไม่ได้ระบุรายละเอียด ดังนี้

- () เดือน ปี ที่เริ่มต้นก่อสร้าง
- () เดือน ปี ที่กำหนดว่าจะก่อสร้างอาคารแล้วเสร็จ ในกรณีที่ขายที่ดินพร้อมทั้งอาคาร
- () ข้อความที่แสดงว่าภาพโฆษณาเป็นภาพของจริงหรือภาพจำลองจากของจริง

ข้อกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

การคุ้มครองผู้บริโภคในด้านการโฆษณา

มาตรา 22 การโฆษณาจะต้องไม่ใช่ข้อความที่เป็นการไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค หรือใช้ข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวม ทั้งนี้ไม่ว่าข้อความดังกล่าวนั้นจะเป็นข้อความที่เกี่ยวกับแหล่งกำเนิด สภาพ คุณภาพหรือลักษณะของสินค้าหรือบริการ ตลอดจนการส่งมอบ การจัดหา หรือการใช้สินค้าหรือบริการ

ข้อความดังต่อไปนี้ถือว่าเป็นข้อความที่เป็นการไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคหรือเป็นข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวม

- (1) ข้อความที่เป็นเท็จหรือเกินความจริง
- (2) ข้อความที่จะก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ ไม่ว่าจะกระทำโดยใช้หรืออ้างอิงรายงานทางวิชาการ สถิติ หรือสิ่งใดสิ่งหนึ่งอันไม่เป็นความจริงหรือเกินความจริงหรือไม่ก็ตาม
- (3) ข้อความที่เป็นการสนับสนุนโดยตรงหรือโดยอ้อมให้มีการกระทำผิดกฎหมายหรือศีลธรรม หรือนำไปสู่ความเสื่อมเสียในวัฒนธรรมของชาติ
- (4) ข้อความที่จะทำให้เกิดความแตกแยกหรือเสื่อมเสียความสามัคคีในหมู่ประชาชน
- (5) ข้อความอย่างอื่นตามที่กำหนดในกฎกระทรวงข้อความที่ใช้ในการโฆษณาที่บุคคลทั่วไปสามารถรู้ได้ว่าเป็นข้อความที่ไม่อาจเป็นความจริงได้โดยแน่แท้ ไม่เป็นข้อความที่ต้องห้ามในการโฆษณาตาม(1)

มาตรา 23 การโฆษณาจะต้องไม่กระทำด้วยวิธีการอันอาจเป็นอันตรายต่อสุขภาพ ร่างกายหรือจิตใจ หรืออันอาจก่อให้เกิดความรำคาญแก่ผู้บริโภค ทั้งนี้ ตามที่กำหนดในกฎกระทรวง

มาตรา 24 ในกรณีที่คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาเห็นว่าสินค้าใดอาจเป็นอันตรายแก่ผู้บริโภคและคณะกรรมการว่าด้วยฉลากได้กำหนดให้สินค้านั้นเป็นสินค้าที่ควบคุมฉลากตามมาตรา 30 ให้คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณามีอำนาจออกคำสั่งดังต่อไปนี้

- (1) กำหนดให้การโฆษณานั้นต้องกระทำไปพร้อมกับคำแนะนำหรือคำเตือนเกี่ยวกับวิธีใช้หรืออันตราย ตามเงื่อนไขที่คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณากำหนด ทั้งนี้ โดยคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาจะกำหนดเงื่อนไขให้แตกต่างกันสำหรับการโฆษณาที่ใช้สื่อโฆษณาต่างกันได้
- (2) จำกัดการใช้สื่อโฆษณาสำหรับสินค้านั้น

(3) ห้ามการโฆษณาสินค้าใน(2) และ (3) ให้นำมาใช้บังคับแก่การโฆษณาที่คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาเห็นว่าการใช้หรือประโยชน์ของสินค้านั้นขัดต่อนโยบายทางสังคม ศีลธรรม หรือวัฒนธรรมของชาติด้วย

มาตรา 25 ในกรณีที่คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาเห็นว่าสินค้าหรือบริการใดผู้บริโภคจำเป็นต้องทราบข้อเท็จจริงเกี่ยวกับสภาพ ฐานะ และรายละเอียดอย่างอื่นเกี่ยวกับผู้ประกอบการธุรกิจด้วย คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณามีอำนาจกำหนดให้การโฆษณาสินค้าหรือบริการนั้นต้องให้ข้อเท็จจริงดังกล่าวตามที่คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณากำหนดได้

มาตรา 26 ในกรณีที่คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาเห็นว่าข้อความในการโฆษณาโดยทางสื่อโฆษณาใดสมควรแจ้งให้ผู้บริโภคราบว่าข้อความนั้นเป็นข้อความที่มีความมุ่งหมายเพื่อการโฆษณา คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณามีอำนาจกำหนดให้การโฆษณาโดยทางสื่อโฆษณานั้นต้องมีถ้อยคำชี้แจงกำกับให้ประชาชนทราบว่าข้อความดังกล่าวเป็นการโฆษณาได้ ทั้งนี้ คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาจะกำหนดเงื่อนไขอย่างใดให้ต้องปฏิบัติด้วยก็ได้

มาตรา 27 ในกรณีที่คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาเห็นว่าการโฆษณาใดฝ่าฝืนมาตรา 22 มาตรา 23 มาตรา 24(1) หรือมาตรา 25 ให้คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณามีอำนาจออกคำสั่งอย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่างดังต่อไปนี้

- (1) ให้แก้ไขข้อความหรือวิธีการในการโฆษณา
- (2) ห้ามการใช้ข้อความบางอย่างที่ปรากฏในการโฆษณา
- (3) ห้ามการโฆษณาหรือห้ามใช้วิธีการนั้นในการโฆษณา

(4) ให้โฆษณาเพื่อแก้ไขความเข้าใจผิดของผู้บริโภคที่อาจเกิดขึ้นแล้วตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณากำหนดในการออกคำสั่งตาม (4) ให้คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณากำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการ โดยคำนึงถึงประโยชน์ของผู้บริโภคประกอบกับความสุจริตใจในการกระทำของผู้กระทำการโฆษณา

มาตรา 28 ในกรณีที่คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณามีเหตุอันควรสงสัยว่า ข้อความใดที่ใช้ในการโฆษณาเป็นเท็จหรือเกินความจริงตามมาตรา 22 วรรคสอง (1) ให้คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณามีอำนาจออกคำสั่งให้ผู้กระทำการโฆษณาพิสูจน์เพื่อแสดงความจริงได้ในกรณีที่ผู้กระทำการโฆษณาอ้างรายงานทางวิชาการ ผลการวิจัย สถิติ การรับรองของสถาบันหรือบุคคลอื่นใด หรือยืนยันข้อเท็จจริงอันใดอันหนึ่งในการโฆษณา ถ้าผู้กระทำการโฆษณาไม่สามารถพิสูจน์ได้ว่าข้อความที่ใช้ในการโฆษณาเป็นความจริงตามที่กล่าวอ้าง ให้คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณามีอำนาจออกคำสั่งตามมาตรา 27 ได้ และให้ถือว่าผู้กระทำการโฆษณารู้หรือควรได้รู้ว่าข้อความนั้นเป็นความเท็จ

มาตรา 29 ผู้ประกอบธุรกิจผู้ใดสงสัยว่าการโฆษณาของตนจะเป็นการฝ่าฝืนหรือไม่เป็นไปตามพระราชบัญญัตินี้ ผู้ประกอบธุรกิจผู้นั้นอาจขอให้คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาพิจารณาให้ความเห็นในเรื่องนั้นก่อนทำการโฆษณาได้ ในกรณีนี้คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาจะต้องให้ความเห็นและแจ้งให้ผู้ขอทราบภายในสามสิบวันนับแต่วันที่คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาได้รับคำขอ ถ้าไม่แจ้งภายในกำหนดระยะเวลาดังกล่าว ให้ถือว่าคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาให้ความเห็นชอบแล้ว

การขอความเห็นและคำปวยการในการให้ความเห็น ให้เป็นไปตามระเบียบที่คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณากำหนด คำปวยการที่ได้รับให้นำส่งคลังเป็นรายได้แผ่นดิน

การให้ความเห็นของคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาตามวรรคหนึ่งไม่ถือว่าเป็นการตัดอำนาจของคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาที่จะพิจารณาวินิจฉัยใหม่เป็นอย่างอื่นเมื่อมีเหตุอันสมควรการใดที่ได้กระทำไปตามความเห็นของคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาที่ให้ตามวรรคหนึ่ง มิให้ถือว่าการกระทำนั้นเป็นความผิดทางอาญา

มาตรา 39 ในกรณีที่คณะกรรมการเห็นสมควรเข้าดำเนินคดีเกี่ยวกับการละเมิดสิทธิของผู้บริโภค หรือเมื่อได้รับคำร้องขอจากผู้บริโภคที่ถูกละเมิดสิทธิ ซึ่งคณะกรรมการเห็นว่าการดำเนินคดีนั้นจะเป็นประโยชน์แก่ผู้บริโภคเป็นส่วนรวม คณะกรรมการมีอำนาจแต่งตั้งพนักงานอัยการโดยความเห็นชอบของอธิบดีกรมอัยการ หรือข้าราชการในสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคซึ่งมีคุณวุฒิไม่ต่ำกว่าปริญญาตรีทางนิติศาสตร์ เป็นเจ้าหน้าที่คุ้มครองผู้บริโภคเพื่อให้มีหน้าที่ดำเนินคดีแพ่งและคดีอาญาแก่ผู้กระทำการละเมิดสิทธิของผู้บริโภคในศาล และเมื่อคณะกรรมการได้แจ้งไปยังกระทรวงยุติธรรมเพื่อแจ้งให้ศาลทราบแล้ว ให้เจ้าหน้าที่คุ้มครองผู้บริโภคมีอำนาจดำเนินคดีตามที่คณะกรรมการมอบหมายได้

ในการดำเนินคดีในศาล ให้เจ้าหน้าที่คุ้มครองผู้บริโภคมีอำนาจฟ้องเรียกทรัพย์สิน หรือค่าเสียหายให้แก่ผู้บริโภคที่ร้องขอได้ด้วย และในการนี้ให้ได้รับยกเว้นค่าธรรมเนียมทั้งปวง

การอุทธรณ์

มาตรา 43 ในกรณีที่ผู้ได้รับคำสั่งของคณะกรรมการเฉพาะเรื่องตามมาตรา 27 หรือมาตรา 28 วรรคสอง ไม่พอใจคำสั่งดังกล่าว ให้มีสิทธิอุทธรณ์ต่อคณะกรรมการได้

มาตรา 44 การอุทธรณ์ตามมาตรา 43 ให้ยื่นต่อคณะกรรมการภายในสิบวันนับแต่วันที่ผู้อุทธรณ์ได้รับทราบคำสั่งของคณะกรรมการเฉพาะเรื่อง

หลักเกณฑ์และวิธีการยื่นอุทธรณ์ และวิธีพิจารณาอุทธรณ์ ให้เป็นไปตามที่กำหนดในกฎกระทรวง

การอุทธรณ์คำสั่งตามวรรคหนึ่ง ย่อมไม่เป็นการทุเลาการบังคับตามคำสั่งของคณะกรรมการ เฉพาะเรื่อง เว้นแต่คณะกรรมการจะสั่งเป็นอย่างอื่นเป็นการชั่วคราวก่อนการวินิจฉัยอุทธรณ์

คำวินิจฉัยของคณะกรรมการให้เป็นที่สุด

บทกำหนดโทษ

มาตรา 45 ผู้ใดขัดขวางหรือไม่อำนวยความสะดวก ไม่ให้ถ้อยคำหรือไม่ส่งเอกสารหรือหลักฐานแก่ พนักงานเจ้าหน้าที่ซึ่งปฏิบัติกรตามมาตรา 5 ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหนึ่งเดือน หรือปรับไม่เกิน หนึ่งหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

มาตรา 46 ผู้ใดไม่ปฏิบัติตามคำสั่งของคณะกรรมการหรือคณะกรรมการเฉพาะเรื่องตามมาตรา 17 ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหนึ่งเดือน หรือปรับไม่เกินหนึ่งหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

มาตรา 47 ผู้ใดโดยเจตนาก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในแหล่งกำเนิด สภาพ คุณภาพ ปริมาณ หรือสาระสำคัญประการอื่นอันเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการไม่ว่าจะเป็นของตนเองหรือผู้อื่น โฆษณาหรือใช้ ฉลากที่มีข้อความอันเป็นเท็จ หรือข้อความที่รู้หรือควรรู้อยู่แล้วว่าอาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิดเช่นนั้น ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหกเดือน หรือปรับไม่เกินห้าหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

ถ้าผู้กระทำความผิดตามวรรคหนึ่งกระทำความผิดซ้ำอีก ผู้กระทำต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหนึ่งปี หรือปรับไม่เกินหนึ่งแสนบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

มาตรา 48 ผู้ใดโฆษณาโดยใช้ข้อความตามมาตรา 22(3) หรือ (4) หรือข้อความตามที่กำหนดใน กฎกระทรวงที่ออกตามมาตรา 22(5) หรือฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามมาตรา 23 มาตรา 24 มาตรา 25 หรือมาตรา 26 ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสามเดือน หรือปรับไม่เกินสามหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

มาตรา 49 ผู้ใดไม่ปฏิบัติตามคำสั่งของคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาซึ่งสั่งตามมาตรา 27 หรือ มาตรา 28 วรรคสอง ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหกเดือน หรือปรับไม่เกินห้าหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

มาตรา 50 ถ้าการกระทำตามมาตรา 47 มาตรา 48 หรือมาตรา 49 เป็นการกระทำของเจ้าของสื่อ โฆษณาหรือผู้ประกอบการ โฆษณา ผู้กระทำต้องระวางโทษเพียงกึ่งหนึ่งของโทษที่บัญญัติไว้สำหรับ ความผิดนั้น

มาตรา 51 ถ้าการกระทำความผิดตามมาตรา 47 มาตรา 48 มาตรา 49 หรือมาตรา 50 เป็น ความผิดต่อเนื่อง ผู้กระทำต้องระวางโทษปรับวันละไม่เกินหนึ่งหมื่นบาท หรือไม่เกินสองเท่าของ ค่าใช้จ่ายที่ใช้สำหรับการโฆษณานั้น ตลอดระยะเวลาที่ยังฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตาม