



ประกาศสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค
เรื่อง แนวทางการโฆษณาสินค้าหรือบริการ
ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒

.....

โดยที่มาตรา ๒๒ แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒ ได้กำหนดให้
การโฆษณาจะต้องไม่ใช่ข้อความที่เป็นการไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค หรือใช้ข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสีย
ต่อสังคมเป็นส่วนรวม ซึ่งได้แก่ ข้อความที่เป็นเท็จหรือเกินความจริง ข้อความที่จะก่อให้เกิดความเข้าใจผิด
ในสาระสำคัญเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ ข้อความที่เป็นการสนับสนุนโดยตรงหรือโดยอ้อมให้มีการกระทำ
ผิดกฎหมายหรือศีลธรรมหรือนำไปสู่ความเสื่อมเสียในวัฒนธรรมของชาติ ฯลฯ แต่เนื่องจากปัจจุบัน
ยังพบว่าผู้ประกอบการธุรกิจหลายประเภทโฆษณาสินค้าหรือบริการที่ใช้ข้อความไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค
ในลักษณะที่จะก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการทางสื่อต่าง ๆ มากมาย
โดยเฉพาะการโฆษณาทางสื่อวิทยุโทรทัศน์ และสื่อหนังสือพิมพ์ ในลักษณะที่มุ่งเน้นความสำคัญเกี่ยวกับ
สินค้าหรือบริการในบางจุดหรือบางส่วน แต่กลับแสดงรายละเอียดเงื่อนไขให้ผู้บริโภคได้รับทราบในลักษณะ
แอบแฝง เช่น โฆษณาทางสื่อวิทยุโทรทัศน์ มีการแสดงข้อความด้วยตัวอักษรลอย (super) ขนาดเล็ก
มีระยะเวลาสั้นอ่านไม่ทัน หรือทางสื่อหนังสือพิมพ์ ผู้โฆษณาใช้ตัวอักษรขนาดเล็กมากจนอ่านแทบไม่เห็น
และวางอยู่ใกล้ข้อความที่เป็นสาระสำคัญ ซึ่งผู้บริโภคมักจะไม้อ่านข้อความที่มีขนาดเล็กเช่นนั้น
และเมื่อสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคขอให้ผู้โฆษณาไปชี้แจงข้อเท็จจริง ผู้โฆษณาก็มักจะ
อ้างว่าส่วนราชการที่กำกับดูแลการโฆษณายังไม่มีกฎเกณฑ์ชัดเจนทำให้เกิดปัญหาในทางปฏิบัติ ฉะนั้น
เพื่อให้การโฆษณาสินค้าหรือบริการเป็นไปโดยถูกต้อง สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค
จึงกำหนดแนวทางการโฆษณาสินค้าหรือบริการตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒ ดังนี้

๑. ข้อความที่ใช้เป็นหลักในการโฆษณาทางสื่อต่าง ๆ ต้องแสดงให้เห็น อ่าน ฟังได้
อย่างครบถ้วน ชัดเจนและไม่ทำให้ผู้บริโภคหลงผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ

๒. ข้อความที่แสดงรายละเอียดเงื่อนไขเพิ่มเติมเพื่อให้ผู้บริโภคเข้าใจความหมาย
ของการโฆษณาได้อย่างถูกต้อง ให้ปฏิบัติดังนี้

๒.๑ ทางสื่อหนังสือพิมพ์หรือสื่อสิ่งพิมพ์ ให้ใช้ตัวอักษรที่เห็นและอ่านได้
ชัดเจนมีขนาดไม่น้อยกว่าหนึ่งในสี่ของขนาดตัวอักษรข้อความที่เป็นสาระสำคัญ ทั้งนี้ต้องมีขนาดไม่เล็กกว่า
๒ มิลลิเมตร และต้องอยู่ใกล้กับข้อความที่เป็นสาระสำคัญนั้น

๒.๒ ทางป้ายโฆษณา ให้ใช้ตัวอักษรที่เห็นและอ่านได้ชัดเจนตัดกับสีพื้นมีขนาด
ไม่น้อยกว่าหนึ่งในสามของขนาดตัวอักษรสูงสุด

๒.๓ ทางวิทยุกระจายเสียง ให้ฟังได้ชัดเจนโดยใช้ความเร็วและจังหวะในการพูด เช่นเดียวกับข้อความที่โฆษณา

๒.๔ ทางวิทยุโทรทัศน์ ให้แสดงอักษรลอย (Super) เป็นเวลาไม่น้อยกว่า ๕ วินาที ด้วยตัวอักษรที่เห็นและอ่านได้ชัดเจนตัดกับสีพื้น และมีขนาดความสูงของตัวอักษรไม่น้อยกว่าหนึ่งในสี่ส่วน ในยี่สิบห้าส่วนของขนาดความสูงของจอภาพ

๓. ในกรณีที่ผู้โฆษณาอ้างถึงผลการทดสอบหรือทดลองที่กระทำในห้องทดลองซึ่งมีพื้นที่และสภาวะแวดล้อมที่จำกัด เช่น อุณหภูมิ ความชื้น สภาพพื้นที่ ต้องระบุไว้ในข้อความโฆษณา ด้วยตัวอักษรให้เห็นและอ่านได้ชัดเจนว่าเป็นผลการทดสอบหรือทดลองในห้องทดลองของสถาบัน หน่วยงานหรือองค์กรใด ที่ไหน และเมื่อไร หากไม่ระบุข้อความดังกล่าว จะต้องมีการทดสอบหรือทดลองที่กระทำในสภาวะแวดล้อมที่เป็นจริงของสถาบันหรือองค์กรที่เชื่อถือได้และพร้อมที่จะแสดงยืนยัน ได้ทันที เมื่อคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาเรียกให้มาพิสูจน์ มิฉะนั้นจะถือว่าเป็นข้อความที่จะก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับสินค้าได้

๔. การโฆษณาว่ารับประกันสินค้า ผู้โฆษณาต้องระบุลักษณะและขอบเขตของการประกัน ให้ชัดเจน เงื่อนไขของการปฏิบัติตามที่ประกันต้องชัดเจนและครบถ้วนทุกเงื่อนไข ระบุตัวผู้รับประกัน ระยะเวลาประกัน ขั้นตอนปฏิบัติตามสัญญาประกัน เพราะการโฆษณารับประกันโดยไม่ชัดเจนย่อมส่อให้เห็นถึงเจตนาที่ประสงค์จะไม่รับผิดชอบของผู้รับประกัน อาจทำให้ผู้บริโภคสำคัญผิดได้ด้วย

๕. การพิจารณาข้อความโฆษณาต้องยึดถือเป็นหลักว่าผู้บริโภคเข้าใจความหมายของ ข้อความโฆษณาที่ปรากฏนั้นว่าอย่างไร มิใช่ถือเอาตามความเข้าใจหรือเจตนาของผู้ประกอบธุรกิจว่า เข้าใจหรือต้องตีความอย่างไร เช่น โฆษณาให้บริการฟรี ตามความเข้าใจของผู้บริโภคย่อมเข้าใจว่า ให้บริการโดยไม่คิดค่าตอบแทน แต่ถ้าการให้บริการฟรีนั้นทำภายใต้เงื่อนไขใด ผู้โฆษณาจะต้องระบุ เงื่อนไขให้ครบถ้วน เพื่อให้ผู้บริโภคเข้าใจถึงความต้องการหรือเจตนาของตน

ประกาศ ณ วันที่ ๒๓ สิงหาคม ๒๕๔๘

(นางรัศมี วิศทเวทย์)

เลขาธิการคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค