

ประกาศคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา

เรื่อง แนวทางการใช้ข้อความโฆษณาที่มีลักษณะเป็นการยืนยันข้อเท็จจริงอันยากแก่การพิสูจน์ และแนวทางการพิสูจน์เพื่อแสดงความจริงเกี่ยวกับข้อความโฆษณา พ.ศ. ๒๕๖๕

โดยที่ปัจจุบัน การโฆษณาสินค้าหรือบริการสามารถกระทำได้หลายรูปแบบ โดยอาศัยสื่อต่าง ๆ เช่น สื่ออิเล็กทรอนิกส์ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อป้ายโฆษณา หรือสื่อสังคมออนไลน์ ที่สามารถกระทำการโฆษณาไปได้ทั่วโลก ซึ่งข้อความที่ผู้ประกอบการธุรกิจหรือผู้กระทำการโฆษณาใช้ในการโฆษณามีลักษณะเป็นการเชิญชวนหรือชักจูงใจให้ผู้บริโภคซื้อสินค้าหรือบริการ โดยจะพรรณนาถึงข้อดี คุณภาพที่โดดเด่น แต่ผู้ประกอบการธุรกิจหรือผู้กระทำการโฆษณาไม่สามารถพิสูจน์เพื่อแสดงความจริงได้ตามที่ได้มีการอ้างอิงข้อเท็จจริงเกี่ยวกับรายงานทางวิชาการ ผลการวิจัย สถิติการรับรองของสถาบันหรือบุคคลอื่นใด หรือใช้ข้อความที่ยากแก่การพิสูจน์ เพื่อดึงดูดให้ผู้บริโภคเกิดความเชื่อมั่นและเกิดความต้องการซื้อสินค้าหรือบริการ และเพื่อให้การโฆษณาสินค้าหรือบริการมีความชัดเจน ถูกต้องเป็นธรรมแก่ผู้บริโภค ประกอบกับ เพื่อเป็นการสร้างความเข้าใจให้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจหรือผู้กระทำการโฆษณา ตลอดจนเพื่อให้การพิจารณา และการใช้อำนาจของคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาตามมาตรา ๒๘ แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒ เป็นไปด้วยความถูกต้อง เป็นธรรม โปร่งใส เป็นไปตามเจตนารมณ์ของกฎหมาย ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒ จึงกำหนดแนวทางการใช้ข้อความโฆษณาที่มีลักษณะเป็นการยืนยันข้อเท็จจริงอันยากแก่การพิสูจน์และแนวทางการพิสูจน์เพื่อแสดงความจริงเกี่ยวกับข้อความโฆษณา จึงได้ออกประกาศไว้ ดังนี้

ข้อ ๑ ประกาศนี้ให้ใช้บังคับตั้งแต่วันถัดจากวันทีประกาศในราชกิจจานุเบกษาเป็นต้นไป

ข้อ ๒ ให้ยกเลิก

(๑) ประกาศคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา เรื่อง การโฆษณาสินค้าหรือบริการโดยใช้ข้อความโฆษณาที่มีลักษณะเป็นการยืนยันข้อเท็จจริงอันยากแก่การพิสูจน์ ลงวันที่ ๑๒ มิถุนายน พ.ศ. ๒๕๖๖

(๒) ประกาศคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา เรื่อง แนวทางการพิสูจน์เพื่อแสดงความจริงเกี่ยวกับข้อความโฆษณา ลงวันที่ ๒๗ กรกฎาคม พ.ศ. ๒๕๓๕

ข้อ ๓ การใช้ข้อความโฆษณาไม่ว่าจะกระทำทางสื่อโฆษณาใดก็ตามจะต้องมีข้อความเป็นภาษาไทยที่สามารถเห็น ฟัง หรืออ่านได้ชัดเจนตามประเภทของสื่อโฆษณา ไม่ทำให้ผู้บริโภคเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ ถ้าข้อความโฆษณาทำเป็นภาษาต่างประเทศต้องมีคำแปลภาษาไทยกำกับข้อความที่เป็นสาระสำคัญด้วยทุกครั้ง

ข้อความที่ใช้เป็นหลักในการโฆษณาทางสื่อต่าง ๆ ต้องแสดงให้เห็น อ่าน ฟังได้อย่างครบถ้วน ชัดเจน และไม่ทำให้ผู้บริโภคหลงผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ

ข้อความที่แสดงรายละเอียดเงื่อนไขเพิ่มเติม เพื่อให้ผู้บริโภคเข้าใจความหมายของโฆษณา ได้อย่างถูกต้อง ให้ผู้ประกอบการธุรกิจหรือผู้กระทำการโฆษณาปฏิบัติ ดังนี้

(๑) สื่ออิเล็กทรอนิกส์หรือสื่อโฆษณาอื่นที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับสื่ออิเล็กทรอนิกส์ให้ใช้ตัวอักษรที่เห็นและอ่านได้ชัดเจน หรือหากเป็นข้อความเสียงให้ใช้ความเร็วและจังหวะในการพูดข้อความโฆษณาให้สามารถรับฟังได้อย่างชัดเจน

(๒) วิद्यุโทรทัศน ให้แสดงอักษรลอย (Super) เป็นเวลาไม่น้อยกว่า ๕ วินาที ด้วยตัวอักษรที่เห็นและอ่านได้ชัดเจนตัดกับสีพื้น และมีขนาดความสูงของตัวอักษรไม่น้อยกว่าหนึ่งในสี่ในยี่สิบห้าส่วนของขนาดความสูงของจอภาพ

(๓) วิद्यุกระจายเสียงให้ใช้ความเร็วและจังหวะในการพูดข้อความโฆษณาให้สามารถรับฟังได้อย่างชัดเจน

(๔) ป้ายโฆษณา หรือป้ายที่มีแต่ภาพเคลื่อนไหวที่ไม่มีเสียง ให้ใช้ตัวอักษรที่เห็นและอ่านได้ชัดเจนตัดกับสีพื้น มีขนาดไม่น้อยกว่าหนึ่งในสามของขนาดตัวอักษรสูงสุด

(๕) หนังสือพิมพ์หรือสิ่งพิมพ์ ให้ใช้ตัวอักษรที่เห็นและอ่านได้ชัดเจน มีขนาดความสูงของตัวหนังสือไม่น้อยกว่า ๒ มิลลิเมตร และต้องอยู่ใกล้กับข้อความที่เป็นสาระสำคัญ

ข้อ ๔ ในการโฆษณาสินค้าหรือบริการ ผู้ประกอบธุรกิจหรือผู้กระทำการโฆษณาต้องยึดถือความเข้าใจของผู้บริโภคเป็นสำคัญ เช่น การโฆษณาให้บริการฟรี ผู้บริโภคย่อมเข้าใจว่าการให้บริการนั้นไม่เสียค่าตอบแทน แต่หากการให้บริการฟรีดังกล่าวต้องกระทำภายใต้หลักเกณฑ์ วิธีการ เงื่อนไข หรือข้อกำหนดใด ผู้ประกอบธุรกิจหรือผู้กระทำการโฆษณาจะต้องระบุหลักเกณฑ์ วิธีการ เงื่อนไขหรือข้อกำหนดให้ครบถ้วน

ข้อ ๕ โฆษณาที่แสดงปริมาณ ปริมาตร ขนาด จำนวน ส่วนประกอบของสินค้าหรือบริการ ผู้ประกอบธุรกิจหรือผู้กระทำการโฆษณา ต้องโฆษณาให้ตรงกับสินค้าหรือบริการที่ขายหรือให้บริการจริง

ข้อ ๖ กรณีที่ผู้ประกอบธุรกิจหรือผู้กระทำการโฆษณา อ้างอิงผลการทดสอบหรือทดลองภายใต้สภาวะแวดล้อมหรือเงื่อนไขเฉพาะ เช่น อุณหภูมิ ความชื้น สภาพพื้นที่ ต้องระบุไว้ในโฆษณาด้วยตัวอักษรให้เห็นและอ่านได้ชัดเจนว่าเป็นผลการทดสอบหรือทดลองของสถาบัน หน่วยงาน หรือองค์กรใดสภาวะแวดล้อมหรือเงื่อนไขเฉพาะ และให้ภาระการพิสูจน์อยู่ที่ผู้ประกอบธุรกิจหรือผู้กระทำการโฆษณาและพร้อมที่จะแสดงยืนยันได้ทันทีเมื่อคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาเรียกให้ไปพิสูจน์

ข้อ ๗ ผู้ประกอบธุรกิจหรือผู้กระทำการโฆษณาไม่ควรใช้ข้อความโฆษณาที่มีลักษณะเป็นการยกเว้นหรือจำกัดความรับผิดชอบ หรือข้อความที่ให้สิทธิผู้ประกอบธุรกิจหรือผู้กระทำการโฆษณาสามารถเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขได้โดยไม่ต้องแจ้งให้ทราบล่วงหน้า หรือข้อความอื่นใดที่มีความหมายในลักษณะทำนองเดียวกันที่ทำให้ผู้บริโภคตกอยู่ในฐานะเสียเปรียบ

ข้อ ๘ ผู้ประกอบธุรกิจหรือผู้กระทำการโฆษณาไม่ควรใช้ข้อความโฆษณาที่อาศัยความเชื่อส่วนบุคคลหรือข้อความอื่นใดที่มีความหมายในลักษณะทำนองเดียวกันเป็นสิ่งเชิญชวนหรือชักจูงใจให้ผู้บริโภคที่กำลังมีความทุกข์หรือต้องการที่พึ่งทางใจซื้อสินค้าหรือรับบริการ

ข้อ ๙ ข้อความโฆษณาที่มีลักษณะเป็นการรับประกันสินค้าหรือบริการ ผู้ประกอบธุรกิจหรือผู้กระทำการโฆษณาต้องระบุตัวผู้รับประกัน ระยะเวลาการรับประกัน ลักษณะ ขอบเขต ขั้นตอนวิธีการและเงื่อนไขของการปฏิบัติตามสัญญาของการรับประกันให้ชัดเจนและถูกต้องครบถ้วน เพื่อแสดงถึงเจตนาความรับผิดชอบของผู้ประกอบธุรกิจหรือผู้กระทำการโฆษณา และมีให้ผู้บริโภคเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ

ข้อ ๑๐ ข้อความโฆษณาที่มีลักษณะเป็นการยืนยันข้อเท็จจริงเปรียบเทียบคุณสมบัติสินค้าหรือบริการของตนกับสินค้าหรือบริการอื่น ๆ ในประเภทเดียวกัน หรือข้อความอ้างอิงข้อเท็จจริงจากรายงานทางวิชาการ ผลการวิจัย สถิติ การรับรองของสถาบันหรือบุคคลอื่นใด หรือยืนยันข้อเท็จจริงอย่างหนึ่งอย่างใดในการโฆษณา ตลอดจนรางวัลต่าง ๆ ผู้ประกอบธุรกิจหรือผู้กระทำการโฆษณาต้องมีหน้าที่พิสูจน์เอกสารหลักฐานหรือข้อมูลยืนยันได้ในขณะที่โฆษณาโดยมีหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขในการอ้างอิง ดังนี้

(๑) กรณีอ้างอิงจากหน่วยงานต่างประเทศ ต้องมีเอกสารหลักฐาน ดังนี้

(ก) หนังสือรับรองห้องปฏิบัติการจากหน่วยงานของรัฐต่างประเทศที่มีอำนาจหน้าที่ตรวจสอบ

(ข) หนังสือรับรองและรายละเอียดผลการทดสอบ หรือผลการวิจัย หรือผลการสำรวจ หรือเอกสารหลักฐานการได้รับรางวัล จากหน่วยงานของรัฐต่างประเทศที่มีอำนาจหน้าที่ตรวจสอบ หรือหนังสือรับรองผลการทดสอบของห้องปฏิบัติการหรือสถาบันทดสอบเอกชนซึ่งหน่วยงานของรัฐต่างประเทศที่มีอำนาจหน้าที่ให้การรับรอง

(ค) ผู้ประกอบธุรกิจหรือผู้กระทำการโฆษณาต้องแปลและรับรองความถูกต้องเป็นภาษาไทย โดยการรับรองความถูกต้องของคำแปลเป็นภาษาไทยให้เป็นไปตามกฎกระทรวง (พ.ศ. ๒๕๔๐) ออกตามความในพระราชบัญญัติวิธีปฏิบัติราชการทางปกครอง พ.ศ. ๒๕๓๙

(๒) กรณีอ้างอิงจากหน่วยงานในประเทศไทย ต้องมีเอกสารหลักฐาน ดังนี้

(ก) หลักฐานอันแสดงว่า หน่วยงานหรือบุคคลอื่นใดที่ทำการทดสอบ หรือเก็บรวบรวมข้อมูล หรือได้กระทำการวิจัย หรือเก็บผลสำรวจ ให้ความยินยอมและอนุญาตให้ใช้ข้อมูลนั้นในการโฆษณาได้

(ข) หนังสือรับรองและรายละเอียดผลการทดสอบ หรือผลการวิจัย หรือผลการสำรวจ หรือเอกสารหลักฐานการได้รับรางวัลจากส่วนราชการหรือหน่วยงานของรัฐในประเทศไทย ซึ่งมีผู้ชำนาญการหรือมีอำนาจหน้าที่ตรวจสอบเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่โฆษณานั้น หรือสถาบันของเอกชนที่เชื่อถือได้หรือสถาบันที่มีการศึกษาร่วมกับหน่วยงานของรัฐ

(ค) กรณีที่เป็นภาษาต่างประเทศ ผู้ประกอบธุรกิจหรือผู้กระทำการโฆษณาต้องแปลและรับรองความถูกต้องเป็นภาษาไทย โดยการรับรองความถูกต้องของคำแปลเป็นภาษาไทยให้เป็นไป

ตามกฎหมายกระทรวง (พ.ศ. ๒๕๔๐) ออกตามความในพระราชบัญญัติวิธีปฏิบัติราชการทางปกครอง พ.ศ. ๒๕๓๙

ข้อ ๑๑ ในการพิสูจน์ข้อความโฆษณาของผู้ประกอบธุรกิจหรือผู้กระทำการโฆษณาตามข้อ ๑๐ ให้ดำเนินการภายใน ๑๕ วัน นับแต่วันที่ได้รับหนังสือหรือถือว่าได้รับหนังสือแจ้งให้ใช้สิทธิในการพิสูจน์ เว้นแต่มีพฤติการณ์พิเศษที่ไม่อาจหลีกเลี่ยงได้ คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาอาจพิจารณาให้เลื่อนระยะเวลาในการพิสูจน์ได้ตามที่เห็นสมควร

ถ้าผู้ประกอบธุรกิจหรือผู้กระทำการโฆษณาไม่ใช้สิทธิในการพิสูจน์ภายในระยะเวลาตามวรรคหนึ่ง ให้ถือว่าผู้ประกอบธุรกิจหรือผู้กระทำการโฆษณาละสิทธิที่จะพิสูจน์เพื่อแสดงความจริงเกี่ยวกับข้อความโฆษณานั้น คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาอาจออกคำสั่งตามมาตรา ๒๗ แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒ ได้ และให้ถือว่าผู้ประกอบธุรกิจหรือผู้กระทำการโฆษณารู้หรือควรรู้อยู่แล้วว่าข้อความนั้นเป็นเท็จ

ข้อ ๑๒ ถ้าผู้ประกอบธุรกิจหรือผู้กระทำการโฆษณาไม่สามารถพิสูจน์ข้อความโฆษณาสินค้าหรือบริการเพื่อแสดงความจริงได้ หรือดำเนินการโฆษณาสินค้าหรือบริการที่ฝ่าฝืนจากประกาศคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาฉบับนี้ ให้ถือว่าอาจเป็นข้อความโฆษณาที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคหรือเป็นข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวม

ข้อ ๑๓ ข้อความโฆษณาที่อาจจะเข้าข่ายมีลักษณะเป็นการยืนยันข้อเท็จจริงอันยากแก่การพิสูจน์ แสดงไว้ตามบัญชีแนบท้ายประกาศนี้

ประกาศ ณ วันที่ ๒ กันยายน พ.ศ. ๒๕๖๕

ชัยพร เกริกกุลธร

ประธานกรรมการว่าด้วยการโฆษณา

บัญชีแนบท้ายประกาศคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา
เรื่อง แนวทางการใช้ข้อความโฆษณาที่มีลักษณะเป็นการยืนยันข้อเท็จจริงอันยากแก่การพิสูจน์
และแนวทางการพิสูจน์เพื่อแสดงความจริงเกี่ยวกับข้อความโฆษณา พ.ศ. ๒๕๖๕

ข้อความตามประกาศฯ	ตัวอย่างข้อความโฆษณาที่อาจเข้าข่ายเป็นข้อความที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค
ข้อ ๗ ผู้ประกอบธุรกิจหรือผู้กระทำการโฆษณาไม่ควรใช้ข้อความโฆษณาที่มีลักษณะเป็นการยกเว้นหรือจำกัดความรับผิดชอบ หรือข้อความที่ให้สิทธิผู้ประกอบธุรกิจหรือผู้กระทำการโฆษณาสามารถเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขได้โดยไม่ต้องแจ้งให้ทราบล่วงหน้า หรือข้อความอื่นใดที่มีความหมายในลักษณะทำนองเดียวกันที่ทำให้ผู้บริโภคตกอยู่ในฐานะเสียเปรียบ	- บริษัทฯ ขอสงวนสิทธิ์ในการเปลี่ยนแปลงราคาและเงื่อนไขโดยไม่ต้องแจ้งให้ทราบล่วงหน้า ขอสงวนสิทธิ์ในการเปลี่ยนแปลงราคาสินค้า ขอสงวนสิทธิ์พิเศษส่วนลดขึ้น โดยไม่ต้องแจ้งให้ทราบล่วงหน้า - ภาพสินค้าเป็นเพียงตัวอย่างอาจไม่ตรงกับรุ่นที่จัดโปรโมชั่น หรือข้อความอย่างอื่นที่มีลักษณะในทำนองเดียวกัน
ข้อ ๘ ผู้ประกอบธุรกิจหรือผู้กระทำการโฆษณาไม่ควรใช้ข้อความโฆษณาที่อาศัยความเชื่อส่วนบุคคลหรือข้อความอื่นใดที่มีความหมายในลักษณะทำนองเดียวกันเป็นสิ่งเชิญชวนหรือชักจูงใจให้ผู้บริโภคที่กำลังมีความทุกข์หรือต้องการที่พึ่งทางใจซื้อสินค้าหรือรับบริการ	- เมื่อใช้แล้ว จะเห็นผลทันที, เห็นผลภายใน ๗ วัน - รับทำพิธีเรียกคนรักกลับคืนมา - รับแก้เคราะห์ แก้กรรม - เสริมบารมี เพิ่มยอดขาย เพิ่มเสน่ห์ - ใครเห็นใครรัก - นั่งสมาธิดูจิตชาติ หรือข้อความอย่างอื่นที่มีลักษณะในทำนองเดียวกัน

ข้อความตามประกาศฯ	ตัวอย่างข้อความโฆษณาที่อาจเข้าข่ายเป็นข้อความที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค
ข้อ ๙ ข้อความโฆษณาที่มีลักษณะเป็นการรับประกันสินค้าหรือบริการ ผู้ประกอบธุรกิจหรือผู้กระทำการโฆษณาต้องระบุตัวผู้รับประกัน ระยะเวลาการรับประกัน ลักษณะ ขอบเขต ขั้นตอน วิธีการและ เงื่อนไขของการปฏิบัติตามสัญญาของการรับประกันให้ชัดเจนและ ถูกต้องครบถ้วน...	- ปลอตภัย หายห่วง - SAFE VALVE แบบระเบิด จ่ายทันที! ๒๐๐,๐๐๐ - ไม่ถูกใจยินดีคืนเงิน - ไม่เห็นผลยินดีคืนเงิน - รับประกันความพึงพอใจ - หากสินค้าเกิดความเสียหายจากการขนส่ง เปลี่ยนสินค้าใหม่ทันที - ใช้ข้อความรับประกันสินค้าโดยไม่ระบุเงื่อนไขให้ชัดเจน หรือข้อความอย่างอื่นที่มีลักษณะในทำนองเดียวกัน
ข้อ ๑๐ ข้อความโฆษณาที่มีลักษณะเป็นการยืนยันข้อเท็จจริง เปรียบเทียบคุณสมบัติสินค้าหรือบริการของตนกับสินค้าหรือบริการอื่น ๆ ในประเภทเดียวกัน หรือข้อความอ้างอิงข้อเท็จจริงจากรายงาน ทางวิชาการ ผลการวิจัย สถิติ การรับรองของสถาบันหรือบุคคลอื่นใด หรือยืนยันข้อเท็จจริงอย่างหนึ่งอย่างใดในการโฆษณา ตลอดจน รางวัลต่าง ๆ...	- ที่สุด ดีที่สุด ดีเด็ด สูงสุด สุดยอด ยอด ยอดเยี่ยม ยอดไปเลย เยี่ยมยอด - ที่หนึ่ง หนึ่งเดียว รายเดียว รายแรก เจ้าแรก แห่งเดียว ครั้งแรก มีเพียงที่เดียว ในประเทศ - ยอดขายอันดับ 1, ยอดขายอันดับต้นๆ จากประเทศ.... - ดีกว่า มากกว่า - มีเพียงแค่ 2 แห่งในประเทศ - เห็นผล 100% - ข้อความที่อ้างอิงผลการทดสอบ ผลการทดลองจากห้องปฏิบัติการ หรือที่ได้รับ การรับรองจาก.... - ผ่านมาตรฐานจากสถาบันการทดสอบจากต่างประเทศ - ได้รับรางวัล... หรือข้อความอย่างอื่นที่มีลักษณะในทำนองเดียวกัน