



บทที่ ๔

การดำเนินงานและผลงานของคณะกรรมการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณา

คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคได้ดำเนินงานมาตั้งแต่ พ.ศ. ๒๕๒๒ มาจนถึงปัจจุบัน นับได้ว่ามีระยะเวลาอันพอควร และตลอดระยะเวลาได้มีการปรับปรุงการดำเนินงาน และหลักเกณฑ์ ตลอดจนมาตรฐานการวินิจฉัยการโฆษณาตลอดมา นอกจากนี้หน่วยงานต่าง ๆ ของคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคยังพยายามติดต่อทำความเข้าใจให้สอดคล้องกับหน่วยงานธุรกิจ ตลอดจนรักษาผลประโยชน์ของประชาชนด้วย การศึกษาการดำเนินงานและผลงานของคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคตลอดจนคณะกรรมการบริหารวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ ก็เพื่อให้ทราบถึงผลกระทบที่อาจจะเกิดขึ้นต่อธุรกิจ โดยเฉพาะสำนักงานตัวแทนโฆษณา

คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

การดำเนินงานของคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

วิธีการของคณะกรรมการโฆษณาที่ใช้ในการวินิจฉัย การโฆษณาตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒ มาตรา ๑๔ นั้น กำหนดให้มีคณะกรรมการเฉพาะเรื่อง ๒ คณะ คือ

๑. คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา

๒. คณะกรรมการว่าด้วยฉลาก

อำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการทั้ง ๒ คณะก็ปรากฏตามชื่อนั้นเอง กล่าวคือคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาก็มีอำนาจหน้าที่ความรับผิดชอบทางด้านกาโฆษณาสินค้าและบริการให้เป็นไปตามกฎหมาย

๑. คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา

เพื่อที่จะให้การปฏิบัติงานของคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา ซึ่งมีอำนาจหน้าที่และ

รับผิดชอบ เกี่ยวกับการโฆษณาสินค้าหรือบริการ เป็นไปโดยสะดวก รวดเร็ว และคล่องตัวพอควร พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค จึงให้อำนาจแก่คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาที่จะแต่งตั้ง คณะอนุกรรมการ เพื่อพิจารณาหรือปฏิบัติการอย่างหนึ่งอย่างใดตามที่มอบหมายให้ ด้วย เหตุนี้คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาจึงได้แต่งตั้งอนุกรรมการขึ้น ๒ คณะ คือ

๑.๑ คณะอนุกรรมการวินิจฉัยการโฆษณา

๑.๒ คณะอนุกรรมการติดตามสอดส่องการโฆษณา

กรณีที่มีข้อกล่าวอ้างว่า ข้อความโฆษณาใดฝ่าฝืนพระราชบัญญัติว่าด้วยการคุ้มครองผู้บริโภค หรือไม่ คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาก็จะส่ง เรื่องให้คณะอนุกรรมการวินิจฉัยการโฆษณาพิจารณาวินิจฉัย เสียขั้นหนึ่งก่อนแล้วจึง เสนอต่อคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา

คณะอนุกรรมการวินิจฉัยการโฆษณามีทั้งหมด ๘ คน ซึ่งแต่งตั้งจากหน่วยงานต่าง ๆ มี อธิบดีกรมบังคับคดีกระทรวงยุติธรรม เป็นประธานอนุกรรมการ และผู้แทนจากสำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา เป็นอนุกรรมการและ เลขานุการ

หลัก เกณฑ์และมาตรฐานการวินิจฉัยโฆษณา

๑. ในเบื้องต้น เมื่อมีการกล่าวอ้างว่า การโฆษณาสินค้าหรือบริการใด เป็นการฝ่าฝืน พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค คณะกรรมการจะต้องพิจารณาเสียก่อนว่า มีกฎหมายอื่นบัญญัติ เกี่ยวกับกรณีเรื่องนั้นไว้โดย เฉพาะหรือไม่ ถ้ามีกฎหมายอื่นบัญญัติไว้ก็จะต้องบังคับไปตามบทบัญญัติแห่งกฎหมายนั้น จะนำบทบัญญัติในพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค มาใช้บังคับไม่ได้ พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค จะนำมาใช้ได้ เฉพาะ เท่านั้นที่ไม่ซ้ำหรือขัดกับบทบัญญัติในกฎหมายอื่น เท่านั้น ผลก็คือกรณี เรื่อง นั้น ๆ จะไม่ใช่ เรื่องที่อยู่ในอำนาจหน้าที่ความรับผิดชอบของคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา ตัวอย่าง เช่น

๑.๑ เคยมีผู้ร้องเรียนมายังสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคว่า การโฆษณา ลูกรอมยี่ห้อหนึ่ง ว่า "ผสมน้ำผึ้งกับมะนาวอมแล้วเย็นซ่าชุ่มคอ" นั้น เป็นเท็จ เพราะความจริงมีแต่น้ำตาลหรือผสมน้ำตาล มิได้ผสมน้ำผึ้งกับมะนาวและเมื่ออมแล้ว "มิได้เย็นซ่าชุ่มคอ" แต่กลับเผ็ด และ

แสบคอ (กรณีหมายเลข ๔/๒๕๒๓)^๑

กรณีเรื่องนี้ เป็น เรื่องของการโฆษณาคุณภาพ ประโยชน์ คุณภาพ และสรรพคุณของอาหาร และยา ซึ่งอยู่ในบังคับของบทบัญญัติว่าด้วยพระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ.๒๕๒๒ และพระราชบัญญัติยา พ.ศ.๒๕๑๐ ฉะนั้นจึงไม่อยู่ในอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบของคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา

๑.๒ มีกรณีกล่าวอ้างการโฆษณาสุรา สก๊อตวิสกี้ชนิดหนึ่ง ของบริษัทแห่งหนึ่ง มีข้อความฝ่าฝืนพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.๒๕๒๒

กรณีเรื่องนี้ก็เช่นกัน เนื่องจากกรรมการร่างกฎหมาย (คณะที่ ๒) ของสำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกาได้เคยตีความหมายของ "สุรา" ว่าเป็นอาหารตามความในพระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ.๒๕๒๒ ดังนั้น การโฆษณา "สุรา" โดยเฉพาะในส่วนที่เกี่ยวข้องด้วยคุณภาพ ประโยชน์ คุณภาพ หรือสรรพคุณ จึงอยู่ในบังคับของบทบัญญัติในพระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ.๒๕๒๒ ฉะนั้น จึงไม่อยู่ในอำนาจหน้าที่ความรับผิดชอบของคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา

๒. หลักเกณฑ์และมาตรฐานการวินิจฉัยการโฆษณาในประการต่อไปคือ พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.๒๕๒๒ ควบคุม เกี่ยวกับการโฆษณาสินค้าหรือบริการไว้ ๒ ประการด้วยกัน คือ

๒.๑ ควบคุมข้อความที่ใช้ในการโฆษณา กล่าวคือ ข้อความที่ใช้ในการโฆษณาจะต้องไม่ใช่ข้อความที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค หรือใช้ข้อความที่เป็นผลเสียต่อสังคม เป็นส่วนรวม ทั้งนี้โดยไม่ว่ากันว่าข้อความที่โฆษณานั้นจะเกี่ยวกับแหล่งกำเนิด สภาพ คุณภาพ หรือลักษณะของสินค้าหรือบริการ ตลอดจนการส่งมอบ การจัดหา การใช้สินค้า หรือบริการ

๒.๒ ควบคุมวิธีการที่ใช้ในการโฆษณา การโฆษณาจะต้องไม่กระทำด้วยวิธีการอันอาจเป็นอันตรายต่อสุขภาพ ร่างกายหรือจิตใจ หรืออันอาจก่อให้เกิดความรำคาญแก่ผู้บริโภค

๓. ข้อความที่โฆษณาสินค้าหรือบริการ เป็นข้อความที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค หรือ เป็นผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวม ได้มีข้อกำหนดไว้ในพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค รวม ๔ ประการด้วย

^๑ คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค, เอกสารประกอบการสัมมนา เรื่อง "ผู้บริโภคกับการโฆษณา", ตีพิมพ์โดยมูลนิธิศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภค, วันที่ ๒๔ - ๒๖ มิถุนายน ๒๕๒๓

กัน ฉะนั้น หลักเกณฑ์และมาตรฐานที่คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาจะวินิจฉัยก็จะต้องพิจารณาว่า ข้อความที่โฆษณาขัดกับข้อกำหนดทั้ง ๕ ประการ ดังจะกล่าวต่อไปหรือไม่ ถ้าขัดกับข้อกำหนดทั้ง ๕ ประการ ไม่ว่าจะข้อใดข้อหนึ่งก็ถือว่าข้อความที่โฆษณา เป็นการฝ่าฝืนพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค ข้อความต่อไปนี่ถือว่าเป็นข้อความที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคหรือ เป็นข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวม

๓.๑ ข้อความที่เป็นเท็จหรือเกินความจริง

๓.๑.๑ กรณีที่การโฆษณามีข้อความ เป็นที่เห็นได้ชัดว่าเป็นเท็จหรือ เกินความจริง ปรากฏข้อความโฆษณาภาษาชนะบรรจของร้านค้าแห่งหนึ่งความว่า "ผู้เชี่ยวชาญในด้านภาษาชนะบรรจได้รับรางวัลชนะเลิศ จากกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม" แต่ความจริงปรากฏว่าร้านค้าผู้โฆษณาดังกล่าว เพียงแต่ได้รับรางวัลชมเชยเท่านั้น มิใช่รางวัลชนะเลิศ ดังนั้นถือว่าข้อความโฆษณานั้น เห็นได้ชัดว่าเป็นเท็จ

๓.๑.๒ กรณีที่การโฆษณามีข้อความ เป็นที่ยอมรับกันทั่วไปว่าเป็นสิ่งที่ไม่อาจเป็นไปได้ ปรากฏข้อความโฆษณาของสถานบริหารร่างกาย เพื่อเสริมความงามแห่งหนึ่งว่า "เป็นสาวอีกครั้งหนึ่ง เรารับประกันผลทุกตารางนิ้วใน ๗ วัน ลดน้ำหนัก ๑๐ กิโลใน ๑ เดือน...."

ข้อความโฆษณานี้จะต้องพิจารณาว่า การลดน้ำหนักที่โฆษณานั้น กระทำโดยวิธีบริหารร่างกาย (Exercise) หรือด้วยวิธีการควบคุมทางโภชนาการ (Diet) ถ้าเป็นเรื่องโฆษณาอ้างว่าสามารถลดน้ำหนัก ๑๐ กิโลได้ใน ๑ เดือน โดยวิธีบริหารร่างกาย (Exercise) ก็ถือได้ว่าเป็นเรื่องโฆษณาเท็จหรือไม่เป็นความจริง เพราะเป็นที่ยอมรับกันทั่วไปว่าการลดน้ำหนักมีวิธีจะกระทำได้เพียงวิธีเดียว คือ การควบคุมทางโภชนาการ (Diet) ผู้ที่บริหารร่างกายและรับประทานอาหารจำพวกไขมันอย่างเต็มที่โดยปราศจากการควบคุมไม่มีทางจะลดน้ำหนักได้เลย

หลักที่ว่าการโฆษณา เรื่องการลดน้ำหนักโดยวิธีบริหารร่างกายจะกระทำไม่ได้นี้เป็นที่ยอมรับกันทั่วโลก ถึงกับได้มีการออกเป็นกฎเกณฑ์บังคับในเรื่องเหล่านี้ไว้ในหลายประเทศ เช่น The Singapore Code of Advertising The International Code of Advertising Practice (กรณีหมายเลขที่ ๑๗ - ๑๘/๒๕๒๓)^๑

^๑ คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค, เอกสารประกอบการสัมมนา เรื่อง "ผู้บริโภคกับการโฆษณา", ดิกลันดิโมตรี ทำเนียบรัฐบาล, วันที่ ๒๕ - ๒๖ มิถุนายน ๒๕๒๓

๓.๑.๓ กรณีที่การโฆษณาข้อความ เป็นเรื่อง เปรียบเทียบกับสินค้าหรือบริการอื่น
ที่ไม่อาจพิสูจน์ได้หรือพิสูจน์ได้ยาก หรือโฆษณาข้อความซึ่งไม่อาจจะพิสูจน์ได้หรือพิสูจน์ได้ยาก

- ข้อความที่โฆษณาว่า "มู่ลี่กันความร้อน ก กันความร้อน และลดความ
สิ้นเปลืองกระแสไฟฟ้า เครื่องปรับอากาศได้ถึง ๗๐% " เป็นข้อความโฆษณาที่พิสูจน์ได้ยากกว่า เป็น
ความจริง (กรณีหมายเลข ๑๖/๒๕๒๓)^๑

- ข้อความโฆษณาว่า ซิป ข "จำหน่ายดีที่สุดในโลก" (กรณีหมายเลขที่
๔๐/๒๕๒๒)^๒

อย่างไรก็ดี ข้อความเท็จหรือเกินความจริงนี้ ถ้าเป็นข้อความที่บุคคลทั่วไป
สามารถรู้ได้ว่าเป็นข้อความที่ไม่อาจเป็นจริงได้โดยแน่แท้ ก็ไม่อยู่ในข้อบังคับที่กล่าวมาแล้ว เช่น
โฆษณาว่าผู้ใช้สินค้าหรือบริการอย่างนั้นแล้วจะไม่ตาย

๓.๒ ข้อความที่จะก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ
ไม่ว่าจะกระทำโดยใช้หรืออ้างอิงรายงานทางวิชาการ สถิติหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่งซึ่งไม่เป็นความจริง
หรือเกินความจริงหรือไม่ก็ตาม

ข้อความที่อาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิด คณะกรรมการฯ วิจัยด้วยถือความเข้าใจ
ของสามัญชนหรือบุคคลธรรมดาเป็นหลัก เช่น ข้อความโฆษณาว่า "ด่วน เรียนบัญชีกฎหมายทาง
ไปรษณีย์ ฟรี....." คำว่า "ฟรี" นั้น คณะกรรมการเห็นว่าจะต้องถือตามความเข้าใจของสามัญชน
เป็นหลัก คือ เรียนโดยไม่ต้องเสียเงินเลย ฉะนั้น ถ้าปรากฏข้อเท็จจริงว่า การเรียนฟรีที่โฆษณานั้น
ความจริงผู้เข้าเรียนไม่ต้องเสียเงินค่าเล่าเรียนเดือนละ ๒๐๐ บาท แต่ต้องซื้อตำรา ๒ เล่ม ๆ
ละ ๔๐ บาท และเสียเงินค่ากระดาษทำแบบฝึกหัด ตลอดจนเสียค่าสมัคร ทั้งนี้โดยคิดค่าเล่าเรียน
รวมไว้ในราคาสินค้าดังกล่าว เช่นนี้ ถือว่าข้อความที่โฆษณานั้นทำให้ผู้บริโภคเข้าใจผิด (กรณีหมายเลข

^๑ คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค, เอกสารประกอบการสัมมนา เรื่อง "ผู้บริโภคกับการโฆษณา",
ตีพิมพ์โดยกรมการค้าภายใน, วันที่ ๒๔ - ๒๖ มิถุนายน ๒๕๒๓

^๒ เรื่องเดียวกัน

เลขที่ ๒/๒๕๒๒)^๑

เข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ ก็ได้แก่การเข้าใจผิดในแหล่งกำเนิด สภาพ คุณภาพ หรือลักษณะของสินค้าหรือบริการ ตลอดจนการส่งมอบการจัดการ หรือการใช้สินค้าหรือบริการ เช่น ห่อสบู่เด็กยี่ห้อหนึ่ง มีตรารับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมของสหรัฐ และตราหนึ่ง ซึ่งเป็นตราของทางราชการสหราชอาณาจักร กับมีข้อความว่า of London คณะกรรมการฯ ถือว่าการเอาชื่อประเทศ ชื่อเมืองหลวง หรือชื่อท้องถิ่นมาแสดงให้ปรากฏที่ผลิตภัณฑ์หรือห่อผลิตภัณฑ์นั้น เป็นการลวงหรือทำให้ผู้บริโภคเข้าใจผิดในแหล่งกำเนิดของผลิตภัณฑ์หรือสินค้านั้น ๆ (กรณีหมายเลขที่ ๒๒/๒๕๒๒)^๒

๓.๓ ข้อความที่เป็นการสนับสนุนโดยตรงหรือโดยอ้อมให้มีการกระทำผิดกฎหมายหรือศีลธรรม หรือนำไปสู่ความเสื่อมเสียในวัฒนธรรมของชาติ

เคยมีกรณีกล่าวอ้างข้อความโฆษณาบริการในหนังสือพิมพ์ภาษาต่างประเทศฉบับหนึ่งว่า เป็นข้อความที่ชี้ชวนให้ประพาศผิดศีลธรรมอันดีของชาติ และนำไปสู่ความเสื่อมเสียในวัฒนธรรม ข้อความโฆษณาในเรื่องนี้มีดังนี้ "Meeting Someone special ? Call over receptionist and let her arrange everything to make your outing complete"

อย่างไรก็ดีข้อความดังกล่าวนี้ ในชั้นคณะกรรมการวินิจฉัยการโฆษณามีความเห็นว่า เป็นข้อความที่ยังไม่ถึงขั้นที่จะเข้าลักษณะเป็นการชี้ชวนให้ประพาศผิดศีลธรรมอันดีของชาติ และนำไปสู่ความเสื่อมเสียในวัฒนธรรม แต่กรณีนี้ ขณะนี้ยังอยู่ระหว่างการพิจารณาของคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา (กรณีหมายเลขที่ ๒๔/๒๕๒๓)^๓

^๑ คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค, เอกสารประกอบการสัมมนาเรื่อง "ผู้บริโภคกับการโฆษณา", ตึกสันติไมตรี ทำเนียบรัฐบาล, วันที่ ๒๔ - ๒๖ มิถุนายน ๒๕๒๓

^๒ เรื่องเดียวกัน

^๓ เรื่องเดียวกัน

๓.๔ ข้อความที่จะทำให้ เกิดความแตกแยกหรือ เสื่อม เสียดความสามัคคีในหมู่ประชาชน

๓.๕ ข้อความอย่างอื่นตามที่กำหนดในกฎกระทรวง

ในปัจจุบันยังไม่มียกกฎกระทรวงกำหนดว่า ข้อความอย่างไรจะเป็นข้อความที่ฝ่าฝืนพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค

มีข้อความโฆษณา เรื่องหนึ่ง เป็นเรื่องที่น่าสนใจและควรจะเป็นข้อความที่กำหนดในกฎกระทรวงที่จะได้ออกต่อไปกล่าวคือ มีข้อความโฆษณาที่ภานนะไส่ขนมของร้านค้าแห่งหนึ่งว่า "พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงเสด็จมาแก่งกระจาน เพ็ชรบุรี เมื่อวันที่ ๑๓ มิถุนายน ๒๕๒๑.....พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงตรัสถามว่าขนมนี้ทำ เองหรือ.....ทำที่ไหน.....ทำแล้วเอาไปขายที่ไหน.....พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงตรัสว่า ดี ๆ มาก" กรณีเรื่องนี้แม้ข้อความที่โฆษณาจะเป็นความจริงก็นับว่าเป็นการไม่สมควรที่จะนำเอากระแสพระราชดำรัสมาใช้โฆษณาสินค้าหรือบริการโดยมิได้รับพระบรมราชานุญาต ดังนั้น จึง เป็น เรื่องที่ทางราชการจะต้องรีบออกกฎกระทรวง กำหนดว่า มีข้อความอื่นอะไรบ้างที่ต้องห้าม

ส่วน เรื่องการควบคุมวิธีการโฆษณาไม่ให้กระทำด้วยวิธีการที่อาจ เป็นอันตรายต่อสุขภาพร่างกายหรือจิตใจ หรืออันอาจก่อให้เกิดความรำคาญแก่ผู้บริโภคนั้นทางการยังมีได้ออกกฎกระทรวงกำหนดวิธีการในเรื่องนี้ไว้ ในปัจจุบันคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาจึงยังไม่อาจที่จะดำเนินการในเรื่องนี้ได้

ศูนย์วิจัยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

หลัก เกณฑ์และมาตรฐานการวินิจฉัยการโฆษณาของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

คำจำกัดความตามกฎหมาย การวินิจฉัยจำเป็นต้องทราบประเภทของผลิตภัณฑ์ที่จะวินิจฉัย ก่อน โดยการศึกษาจากคำจำกัดความ และนำมาพิจารณาตีความ ซึ่งมีดังนี้

"ยา" หมายความว่า

๑. วัตถุที่รับรองไว้ในตำรายาที่รัฐมนตรีประกาศ
๒. วัตถุที่มุ่งหมายสำหรับใช้ในการวินิจฉัย บำบัด บรรเทา รักษา หรือป้องกันโรค หรือความเจ็บป่วยของมนุษย์หรือสัตว์
๓. วัตถุที่เป็นเภสัชเคมีภัณฑ์ หรือเภสัชเคมีภัณฑ์กึ่งสำเร็จรูป หรือ
๔. วัตถุที่มุ่งหมายสำหรับให้เกิดผลแก่สุขภาพ โครงสร้าง หรือการกระทำหน้าที่ใด ๆ ของร่างกาย ของมนุษย์หรือสัตว์

วัตถุตาม ๑. ๒. หรือ ๔. ไม่หมายความว่ารวมถึง

- ก. วัตถุที่มุ่งหมายสำหรับใช้ในการเกษตรหรือการอุตสาหกรรมตามที่รัฐมนตรีประกาศ
- ข. วัตถุที่มุ่งหมายสำหรับใช้เป็นอาหารสำหรับมนุษย์ เครื่องกีฬา เครื่องมือ เครื่องใช้ ในการส่งเสริมสุขภาพ เครื่องสำอาง หรือเครื่องมือและส่วนประกอบของเครื่องมือที่ใช้ในการประกอบโรคศิลปะแผนปัจจุบัน หรือวิชาชีพเวชกรรม
- ค. วัตถุที่มุ่งหมายสำหรับใช้ในห้องวิทยาศาสตร์สำหรับการวิจัย การวิเคราะห์ หรือ ชันสูตรโรค ซึ่งมีได้กระทำโดยตรงต่อร่างกายของมนุษย์ (มาตรา ๔ แห่งพระราชบัญญัติยา พ.ศ. ๒๕๑๐ แก้ไขใหม่ พ.ศ. ๒๕๒๒)

"อาหาร" หมายความว่า ของกินหรือเครื่องดื่มที่บริโภคได้แก่

๑. วัตถุทุกชนิดที่คนกิน ดื่ม อม หรือนำเข้าสู่ร่างกายไม่ว่าด้วยวิธีใด ๆ หรือในรูปแบบ ลักษณะใด ๆ แต่ไม่รวมถึงยา วัตถุออกฤทธิ์ต่อจิตและประสาท หรือยาเสพติดให้โทษตามกฎหมายว่าด้วยการนั้น แล้วแต่กรณี
๒. วัตถุที่มุ่งหมายสำหรับใช้หรือใช้เป็นส่วนผสมในการผลิตอาหาร รวมถึงวัตถุดิบเป็นอาหาร สี และเครื่องปรุงแต่งกลิ่นรส (มาตรา ๔ แห่งพระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. ๒๕๒๒)

"เครื่องสำอาง" หมายความว่า

๑. วัตถุที่มุ่งหมายสำหรับใช้ทา ภู นวด โรอย พ่น หยอด ใส่ อบ หรือกระทำด้วยวิธีอื่นใด ต่อส่วนหนึ่งส่วนใดของร่างกายเพื่อความสะอาด ความสวยงาม หรือส่งเสริมให้เกิดความสวยงามและรวมตลอดทั้งเครื่องประดับผิวต่าง ๆ ด้วย

๒. วัตถุที่มุ่งหมายสำหรับใช้เป็นส่วนผสมในการผลิตเครื่องสำอางโดยเฉพาะ หรือ

๓. วัตถุอื่นที่กำหนดโดยกฎกระทรวงให้เป็นเครื่องสำอาง (มาตรา ๓ พระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.๒๕๑๗)

"วัตถุพิษ" หมายความว่า สารออกฤทธิ์หรือวัตถุที่มีสารออกฤทธิ์ผสมอยู่ด้วย และหมายความรวมถึงวัตถุพิษธรรมดาและวัตถุพิษร้ายแรง

"สารออกฤทธิ์" หมายความว่า เคมีภัณฑ์หรือสิ่งอื่นใดที่มีคุณสมบัติอันอาจทำให้เกิดอันตรายแก่บุคคล สัตว์ พืช หรือทรัพย์สินอื่น (มาตรา ๓ พระราชบัญญัติวัตถุพิษ พ.ศ.๒๕๑๐)

"วัตถุออกฤทธิ์" หมายความว่า วัตถุที่ออกฤทธิ์ต่อจิตและประสาทที่เป็นสิ่งธรรมชาติ หรือที่ได้จากสิ่งธรรมชาติ หรือวัตถุที่ออกฤทธิ์ต่อจิตและประสาทที่เป็นวัตถุสังเคราะห์ ทั้งนี้ตามที่รัฐมนตรีประกาศในราชกิจจานุเบกษา (มาตรา ๕๔ พระราชบัญญัติวัตถุออกฤทธิ์ต่อจิตและประสาท พ.ศ.๒๕๑๔)

การศึกษาคำจำกัดความนี้ เป็นสิ่งสำคัญมาก เพราะการวินิจฉัยตามตัวบทกฎหมายในลำดับต่อไปนั้น ขึ้นอยู่กับประเภทของผลิตภัณฑ์ด้วย พระราชบัญญัติยา, อาหาร, เครื่องสำอาง ฯลฯ ต่างก็มีบทบัญญัติโดยเฉพาะของแต่ละฉบับ ซึ่งมีข้อแตกต่างกันอยู่ โดยเฉพาะพระราชบัญญัติยา การควบคุมการโฆษณาจะเข้มงวดกวาดขันและบัญญัติไว้ละเอียดกว่าพระราชบัญญัติฉบับอื่นมาก

จากการตรวจสอบการโฆษณาที่กระทำอยู่ในขณะนี้ พบการโฆษณามากมายที่โฆษณาลับสน เช่น ผลิตภัณฑ์บางชนิดที่เป็นอาหาร หรือเครื่องสำอาง โดยตัวของมันเองนั้น ผู้ทำโฆษณาชอบโฆษณาเป็นยา คือมีสรรพคุณรักษาหรือป้องกันโรคต่าง ๆ ได้ ตัวอย่างเช่น

- การโฆษณาน้ำมันพืช ที่ใช้ปรุงอาหาร ว่าสามารถรักษาโรคเบาหวานได้ ลดความดันโลหิตได้ หรือลดไขมันในเส้นเลือดได้

- การโฆษณาน้ำแร่ ว่าใช้รักษาโรคปวดตามข้อตามกระดูก แก้อาการปวดเมื่อย หลังเอว รักษาโรครูมาติกได้

- การโฆษณาอาหารประเภทนมเปรี้ยว ว่าใช้ป้องกันโรคคอหอยคอคโรคได้
- การโฆษณาสมุนไพร, ยาสีฟัน, (สมุนไพรและยาสีฟันจัดเป็นเครื่องสำอาง) ว่าเป็นสมุนไพรใช้รักษาโรคผิวหนังต่าง ๆ หิด กลาก รกสีอ่อน หรือยาสีฟันใช้รักษาโรคเหงือก โรคต่าง ๆ ที่เกิดกับฟัน
- การโฆษณาเครื่องสำอางว่ามีตัวยา มีส่วนผสมของวิตามิน ฮอร์โมน การโฆษณาเหล่านี้จัดเป็นการโฆษณาฉ้อฉล ผิดประเภท น้ำมันพืชก๊อติ น้ำมันแร่ก๊อติ นมเปรี้ยวก๊อติ โดยตัวของมันเองแล้วเป็นอาหาร แต่อาการปวดข้อ ปวดกระดูก ปวดเมื่อย โรคเบาหวาน การลดคอเรสเตรอล การป้องกันคอหอยคอคโรคั้น จัดเป็นอาการของโรค หรือโรค สิ่งที่ใช้บำบัด บรรเทา หรือป้องกันโรค ถือเป็นยา ดังนั้น ต้องวิเคราะห์ให้ได้ว่า ผลิตภัณฑ์ที่โฆษณาทำนองนี้นั้น ขายหรือจำหน่ายในรูปแบบของสินค้าประเภทใด ขึ้นทะเบียนไว้กับสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาหรือไม่ เป็นอะไร

เมื่อวิเคราะห์ได้แล้ว จึงหยิบยกไปพิจารณาตามหลักเกณฑ์ของกฎหมาย ซึ่งเกี่ยวข้องกับสินค้าประเภทนั้น

ผลิตภัณฑ์ใดก็ตาม ถ้าโฆษณาว่าใช้บำบัด บรรเทา ป้องกัน รักษาโรคได้ กฎหมายจะถือว่าเป็นยา ทั้งนี้ เคยมีฎีกาตัดสินให้ก้าโลธิทยาศาสตร์เป็นยา เนื่องจากโฆษณาว่า ใช้รักษาอาการของโรคหลายชนิด เช่น โรคปวดตามข้อตามกระดูก ลดความดันโลหิต ปวดเมื่อยต่าง ๆ ได้ดังนั้นเมื่อเป็นยา จึงจำเป็นต้องปฏิบัติให้ถูกต้องตามพระราชบัญญัติยา คือต้องมีการขออนุญาตผลิต ขาย และขึ้นทะเบียนตำรับยาให้ถูกต้องเสียก่อน จึงจะทำการโฆษณาได้ และการโฆษณาก็ต้องอยู่ภายในขอบเขตที่กฎหมายกำหนด ต้องมาขออนุญาตโฆษณา ถ้ายังไม่ปฏิบัติให้ถูกต้องตามขั้นตอนของกฎหมาย คณะกรรมการพิจารณาคำขอโฆษณาก็ไม่อาจจะอนุญาตให้ทำการโฆษณาได้ ถ้าทำการโฆษณาไปก่อนโดยไม่ได้รับอนุญาต ก็เป็นการกระทำฝ่าฝืนพระราชบัญญัติยา พ.ศ.๒๕๒๒ มาตรา ๔๔ ทวี

ขอช่วยอำนาจตามกฎหมาย ในการวินิจฉัยการโฆษณา

ในการวิเคราะห์ตีความกฎหมาย คือ พระราชบัญญัติต่าง ๆ อันเกี่ยวข้องกับการโฆษณา คือ พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พระราชบัญญัติอาหารและยา และพระราชบัญญัติอื่น ๆ ดังที่กล่าวมาแล้วในบทที่ ๓ ในการวินิจฉัยการโฆษณา

วัตถุประสงค์สำคัญคือ ห้ามการโฆษณาเป็นเท็จ หรือเกินความจริง ดังนั้นการวินิจฉัย จึงพุ่งเล็งไปถึงจุดนี้เป็นจุดแรก ตัวอย่างเช่น

การโฆษณาสินค้ายา "ก" ซึ่งมีข้อความโฆษณาว่า ยา "ก" ใช้เป็นยาแก้ไข แก้วปวด ตรีษะ ปวดประจำเดือน แก้วหวัด ยานี้ไม่เป็นอันตรายแก่ผู้ใช้ มีจำหน่ายทั่วไป

ข้อเท็จจริง ยา "ก" ขึ้นทะเบียนไว้กับกองควบคุมยา สำนักงานคณะกรรมการอาหาร และยา ว่าเป็นยาแผนปัจจุบัน เลขทะเบียนที่ ๒๓/๒๕๑๕ ส่วนประกอบใน ๑ เม็ด มีตัวยา พาราเซตามอล (Paracetamol) ๐.๕ มิลลิกรัม มีสรรพคุณเป็นยาลดไข้ บรรเทาปวด

ข้อวินิจฉัย ข้อความโฆษณาที่ว่า "แก้วหวัด ยานี้ไม่เป็นอันตรายแก่ผู้ใช้ มีจำหน่ายทั่วไป" เป็นการโฆษณาเท็จหรือเกินความจริง

เหตุผล

๑. ยานี้ไม่มีตัวยาที่มีสรรพคุณเป็นยาแก้หวัดการโฆษณาข้อความนี้จึงเป็นเท็จ
๒. ตามหลักโดยทั่ว ๆ ไปแล้ว ไม่มียาใดที่ไม่มีอันตราย การที่เราใช้ยาได้นั้นก็เนื่องจากอันตรายที่จะเกิดขึ้นนั้นมีน้อยมาก และมีผลในการรักษามากกว่าอันตรายที่จะเกิดขึ้น จึงนำมาใช้เป็นยา ข้อความที่ว่า "ยานี้ไม่เป็นอันตรายแก่ผู้ใช้" จึงไม่เป็นความจริง
๓. ในการจำหน่ายยานี้ นอกจากยาสามัญประจำบ้าน กฎหมายกำหนดให้ขออนุญาตผลิต และจำหน่าย ยา "ก" ไม่ใช่ยาสามัญประจำบ้าน เป็นยาสำเร็จรูปแผนปัจจุบัน ซึ่งไม่ใช่ยาอันตรายหรือยาควบคุมพิเศษ จึงต้องจำหน่ายตามร้านขายยาแผนปัจจุบันทั่วไป การโฆษณาว่ามีจำหน่ายทั่วไป จึงไม่ถูกต้องตามกฎหมาย

การโฆษณาอาหาร "ข" ว่าเป็นข้าวเกรียบกุ้งแท้จากประเทศไทย

ข้อเท็จจริง เป็นข้าวเกรียบที่มีส่วนผสมของแป้ง กะลือ พริกไทย แต่งสี และกลิ่น ผลิตโดยบริษัท ซึ่งตั้งอยู่ในประเทศไทย

ข้อวินิจฉัย ข้อความที่ขีดเส้นใต้ เป็นการโฆษณาเท็จ

การโฆษณาเครื่องสำอาง "ค" สบู่ "ค" เป็นสบู่ยาและสบู่หอมในก้อนเดียวกัน เพื่อทำลายเชื้อแบคทีเรียอันเป็นต้นเหตุของการเกิดกลิ่นตัว ช่วยขับความสกปรกและไขมันส่วนเกินได้ลึกถึง ขุมขนใต้ผิวหนัง ทำให้รู้สึกสะอาดสดชื่นตลอดวัน นอกจากนี้ยังช่วยบรรเทาอาการคันเนื่องจากโรคหิด กลาก เกลื้อน สบู่ "ค" กลิ่นหอม ไม่ทำให้เกิดอาการข้างเคียงหรืออาการแพ้ แม้ผิวของท่าน

จะอ่อนหรือ เคยแพ้ยาหรือสารเคมีมาแล้วก็ตาม

ข้อเท็จจริง เป็นสนุ่ และไม่ได้ขึ้นทะเบียนเป็นยา จึงจัดเป็นเครื่องสำอาง

ข้อวินิจฉัย ข้อความตามที่ขีดเส้นใต้ เป็นการโฆษณาเท็จ ทำให้หลงเชื่อโดยไม่สมควร

การโฆษณาฆ่าแมลง "ง" ผลิตภัณฑ์ "ง" เป็นยาฆ่ายุงและแมลงที่มีประสิทธิภาพในการกำจัดยุง แมลงสาบ และแมลงต่าง ๆ ได้ผลดีเยี่ยมชนิดเดียวเท่านั้น มีกลิ่นหอม และไม่เป็นอันตรายต่อมนุษย์และสัตว์เลี้ยง

ข้อเท็จจริง มีสารจำพวกยาฆ่าแมลงเป็นส่วนผสม และขึ้นทะเบียนไว้กับสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา จัดเป็นวัตถุมีพิษ

ข้อวินิจฉัย ข้อความที่ขีดเส้นใต้ จัดเป็นการโฆษณาเกินความจริง

คณะกรรมการพิจารณาคำขอโฆษณา

กระทรวงสาธารณสุขได้แต่งตั้งคณะกรรมการฯ ขึ้นเพื่อพิจารณาคำขอโฆษณาผลิตภัณฑ์ ซึ่งอยู่ในอำนาจหน้าที่ของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา คณะกรรมการคณะนี้ประกอบด้วยบุคคลที่เกี่ยวข้อง ซึ่งมีทั้งภาคเอกชนและรัฐบาล อาทิเช่น นายกฤษชกรรรมสมาคมแห่งประเทศไทย ผู้แทนสภาสตรีฯ โครงการสภาสตรีส่งเสริมผู้บริโภค นายกสมาคมโฆษณาธุรกิจ ผู้แทนกองงาน กบว. กรมประชาสัมพันธ์ ผู้อำนวยการกองนิติการ กระทรวงสาธารณสุข ผู้อำนวยการกองศิลปกรรมราชบัณฑิตยสถาน ผู้อำนวยการกองต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น กองควบคุมยา กองควบคุมอาหาร กองควบคุมเครื่องสำอาง และมีรองเลขาธิการสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาเป็นประธาน และผู้อำนวยการกองเผยแพร่และควบคุมการโฆษณา เป็นเลขานุการ

เนื่องจากมีผู้แทนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องร่วมเป็นกรรมการด้วย ดังนั้น ในกรพิจารณา คำขอโฆษณา จึงได้นำระเบียบข้อบังคับของหน่วยงานนั้น ๆ เข้ามาใช้ในการพิจารณาประกอบดังเช่น ระเบียบของ กบว. การแก้ตัวสะกดเพื่อให้ถูกต้องตามหลักการเขียนอักษรไทยภาษาไทย เป็นต้น และเพื่อให้ผู้จัดทำโฆษณาได้รับความสะดวกในการยื่นคำขอรับการพิจารณาโฆษณา และได้ทราบถึงแนวทางการวินิจฉัยของคณะกรรมการฯ สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาจึงได้จัดพิมพ์ข้อแนะนำในการยื่นคำขอโฆษณายา และอาหาร และได้มอบให้นายกฤษชกรรรมสมาคมฯ และนายกสมาคมโฆษณาธุรกิจฯ เพื่อแจกจ่ายให้แก่สมาชิก และผู้ประกอบธุรกิจโดยทั่วไปแล้ว

เปรียบเทียบหลัก เกณฑ์และมาตรฐานของหน่วยงานอื่น

การควบคุมการโฆษณาตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภคนั้น ควบคุมการโฆษณาทุกสื่อ โฆษณาและผลิตภัณฑ์ทุกชนิด ยกเว้นผลิตภัณฑ์ที่มีกฎหมายเฉพาะควบคุมแล้วเท่านั้น จึงเป็นการควบคุมที่กว้างขวางมาก มีผลิตภัณฑ์มากมายหลายชนิดที่ทำการโฆษณา และแต่ละชนิดอาจยังไม่มี การประกาศมาตรฐาน การวินิจฉัยการโฆษณาบางครั้งอาจจำเป็นต้องให้ผู้โฆษณาเป็นผู้พิสูจน์ข้อความ โฆษณานั้น ๆ

สำหรับ กบว. ควบคุมผลิตภัณฑ์ทุกชนิดเช่นกัน แต่จำกัดสื่อโฆษณาโดยควบคุมการโฆษณาที่กระทำทางวิทยุและโทรทัศน์ เท่านั้น

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ควบคุมเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่รับผิดชอบตามกฎหมายเฉพาะมี อาหาร, ยา, เครื่องสำอาง, วัตถุพิษ, วัตถุออกฤทธิ์ต่อจิตและประสาท และควบคุมทุกสื่อโฆษณา ผลิตภัณฑ์ที่ควบคุมส่วนใหญ่จะกำหนดคุณภาพ มาตรฐานไว้แล้ว ดังนั้น จึงถือมาตรฐานที่ประกาศไว้ หรือที่ผู้ประกอบการจัดระเบียบไว้เป็นหลัก สำหรับผลิตภัณฑ์ที่ยังไม่ได้กำหนดมาตรฐาน ผู้ประกอบการจึงจำเป็นต้องหาเอกสารหลักฐานสนับสนุนข้อความโฆษณาให้กรรมการ เพื่อประกอบการพิจารณาเช่นกัน

ผลงานและการดำเนินงานอื่น ๆ อันเกี่ยวกับสาระณะประโยชน์ของคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

๑. แผนงานเผยแพร่และประชาสัมพันธ์เพื่อการศึกษาแก่ผู้บริโภค (Education Programme)

- ๑.๑ เป้าหมาย (Target) ให้ผู้บริโภคเข้าใจถึงสิทธิตามบทบัญญัติแห่งกฎหมาย
- ๑.๒ วิธีดำเนินงาน (Procedure)
 - ๑.๒.๑ เผยแพร่ข่าวสารทางสื่อมวลชน ได้แก่ สถานีโทรทัศน์ สถานีวิทยุกระจายเสียงและหนังสือพิมพ์
 - ๑.๒.๒ จัดทำเอกสารแจกผู้บริโภค
 - ๑.๒.๓ จัดสัมมนาให้ความรู้แก่ผู้บริโภค
 - ๑.๒.๔ จัดให้มีการบรรยายในสถาบันการศึกษา นับแต่ชั้นมัธยมศึกษา อาชีวศึกษา มหาวิทยาลัย และกลุ่มผู้บริโภค

๑.๒.๕ จัดตั้งชมรมผู้บริโภครหรือสมาคม เพื่อผู้บริโภครทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค เพื่อให้ เป็นแกนในการช่วย เหลือผู้บริโภคร รวมทั้งให้การศึกษาแก่ผู้บริโภคร

๑.๒.๖ เผยแพร่โดยตรงต่อผู้บริโภครเมื่อมีโอกาสรกระทำได้

๑.๒.๗ สนับสนุนหน่วยงานต่าง ๆ ซึ่งมีวัตถุประสงค์เผยแพร่ให้ความรู้แก่ผู้บริโภคร

๑.๓ ระยะเวลา (Period)

การกำหนดระยะเวลา ๕.- ๑๐ ปี หากสามารถให้การศึกษาแก่ผู้บริโภครได้ เป็นส่วนใหญ่ ก็นับว่า เป็นผลสำเร็จในระยะเวลาสั้นที่สุด กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภครเป็นกฎหมายที่ เกี่ยวข้องกับประชาชนทุกคน แม้แต่ผู้ประกอบการที่ประกอบกิจการใน เรื่องใด เรื่องหนึ่งหรือหลาย เรื่อง ก็เป็นผู้บริโภครอีกทางหนึ่งด้วย

การตรากฎหมายออกใช้บังคับแต่ละชนิด ผู้ที่ เกี่ยวข้อง เท่านั้นที่จะทราบสาระ สำคัญของกฎหมาย ประชาชนส่วนใหญ่มักจะไม่ทราบผู้บริโภครแบ่งออก เป็นหลายระดับ นับแต่ผู้บริโภคร ที่ด้อยการศึกษา ผู้บริโภครซึ่งอยู่ห่างไกลจากเขตชุมชน ผู้บริโภครที่มีรายได้น้อย สำหรับประเทศไทย อาจมีจำนวนถึง ๘๐% ของอัตราประชากร หรือประมาณ ๓๖ ล้านคน แม้แต่ผู้บริโภครที่อยู่ในเขตชุมชน มีรายได้นขนาดปานกลางจนถึงรายได้สูงมีการศึกษาดี ก็ยังมีอีกจำนวนมากที่ขาดความสนใจในการ แสวงหาความรู้ในเรื่องสิทธิของตนเอง เช่น ในต่างประเทศบางประเทศ เป็นต้นว่า ออสเตรเลีย มีกฎหมาย เข้าชื่อ คศ.๑๘๖๐ ทางรัฐบาลยังต้องยอมรับว่าประชาชนที่ทราบว่า มีกฎหมาย เข้าชื่อ เพียง ส่วนน้อยทั้งที่กฎหมายมีผลบังคับถึง ๒๐ ปีมาแล้ว

๒. การรับคำร้องเรียน (Complaint System)

๒.๑ ผลจากการเผยแพร่ให้ผู้บริโภครรู้จักสิทธิที่ได้รับ ความคุ้มครองตามกฎหมาย เมื่อ ไม่ได้รับความ เป็นธรรมในการซื้อสินค้าหรือบริการ จะต้องรู้จักใช้สิทธิในการร้อง เรียนต่อคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคร

๒.๒ วิธีการร้องเรียน อาจมาร้อง เรียนด้วยตนเองต่อสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคร สำนักนายกรัฐมนตรี หรือมีหนังสือหรือโทรศัพท์แจ้งโดยตรงแล้วแต่กรณี

๒.๓ การร้องทุกข์ที่จะให้ เกิดผล ผู้ร้องจะต้องแจ้งชื่อที่อยู่จริง เพื่อตรวจสอบหลักฐาน

ข้อเท็จจริงเพิ่มเติม ในการณิผู้ประกอบธุรกิจโต้แย้ง

๒.๔ ผู้บริโภคเข้าใจสิทธิอันพึงมีพึงได้มากเท่าใด จะเป็นประโยชน์แก่การร้องเรียน มากเท่านั้น เพราะผู้บริโภคจะต้องช่วยตัวเองก่อน เป็นต้นว่า การซื้อโทรศัพท์ที่ผู้ประกอบธุรกิจรับ บริการซ่อมโดยไม่คิดมูลค่าภายในกำหนด ๑ ปี ผู้บริโภคจะต้องศึกษาสัญญาหรือข้อตกลงให้ละเอียด ถ่องแท้ หรือได้ยื่นได้ฟังการโฆษณาให้เรียนฟรีไม่ต้องเสียค่าเล่าเรียน ก็จำเป็นต้องศึกษาว่าจะต้อง เสียค่าใช้จ่ายอย่างอื่นหรือไม่จำนวนเท่าใด เพราะไม่มีการประกอบธุรกิจเพื่อการค้าใดที่ดำเนิน ธุรกิจโดยไม่หวังผลกำไร หากมีการณิสงสัยให้สอบถามไปยังสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค หากกระทำการตกลงซื้อโดยไม่เข้าใจสัญญา หรือไม่เก็บหลักฐานผู้บริโภคจะตกอยู่ในฐานะเสียเปรียบ ตั้งแต่การทำความตกลงซื้อขาย ก่อให้เกิดปัญหายุ่งยากในปัญหาข้อกฎหมายที่จะให้ความช่วยเหลือแก่ ผู้บริโภค

๒.๕ วิธีการดำเนินการเมื่อได้รับร้องเรียน สำนักงานฯ จะศึกษารายละเอียดข้อเท็จจริง และขอหลักฐานจากผู้บริโภคเพื่อให้เกิดความสมบูรณ์ที่สุดเท่าที่จะทำได้ หลังจากนั้นจะแจ้ง ให้ผู้ประกอบธุรกิจชี้แจงหลักฐานข้อเท็จจริง ตามที่ผู้ร้องเรียนแจ้งมา เมื่อสำนักงานฯ ได้รับหลักฐาน ทั้ง ๒ ฝ่ายแล้ว จะส่งเรื่องให้คณะอนุกรรมการฝ่ายกฎหมายเป็นผู้พิจารณา หากคณะอนุกรรมการ ฝ่ายกฎหมายเห็นว่าหลักฐานข้อเท็จจริงต่าง ๆ ยังไม่ครบถ้วน ก็จะแจ้งให้สำนักงานฯ จัดส่งหลักฐาน เพิ่มเติมหรือให้ไปตรวจสอบหาข้อมูลมาประกอบการพิจารณา แล้วจะเชิญผู้ร้องเรียนและผู้ประกอบ ธุรกิจ หรือคู่กรณีมาให้ถ้อยคำจนเป็นที่กระจ่างทั้ง ๒ ฝ่าย

การพิจารณาวินิจฉัยของคณะอนุกรรมการฝ่ายกฎหมาย หากพิจารณาเห็นว่าคู่กรณีจะสามารถตกลงกันได้ด้วยความเป็นธรรมก็จะให้ทำความตกลงกันได้ หากไม่สามารถทำความตกลงกันได้ ก็ต้องพิจารณาต่อไปว่าฝ่ายใดเป็นฝ่ายผิดหรือถูก สำนักงานฯ จะสรุปหลักฐานต่าง ๆ เสนอคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคพิจารณาต่อไป

วันแต่กรณีผู้ร้องได้รับความไม่เป็นธรรมในการซื้อสินค้าหรือบริการที่ถูกโกง ถูกเอา รัศเอาเปรียบหรือสินค้าที่ไม่ได้คุณภาพมาตรฐาน ฯลฯ สำนักงานฯ จะพิจารณาว่าสินค้าหรือบริการ ดังกล่าวเป็นอำนาจหน้าที่ของหน่วยราชการใด ก็จะส่งเรื่องให้หน่วยราชการนั้นรับไปพิจารณาดำเนิน การโดยไม่จำเป็นต้องแจ้งให้ผู้ประกอบธุรกิจทราบ เพราะ เป็น เรื่องที่พนักงานเจ้าหน้าที่จะไปตรวจ

สอบข้อเท็จจริง ณ สถานที่ผู้ประกอบธุรกิจ ส่วนใหญ่ของผลการปฏิบัติงาน เมื่อปรากฏว่าการร้องเรียนมีมูลความจริงและมีหลักฐาน ก็จะดำเนินการให้เป็นไปตามกฎหมายว่าด้วยการนั้น แล้วสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคจะแจ้งให้ผู้บริโภคทราบผลการปฏิบัติทุกเรื่อง พร้อมกันนี้สำนักงานจะเผยแพร่ข่าวให้ผู้บริโภคทราบในกรณีที่พิจารณาเห็นว่าจะเป็นประโยชน์แก่ผู้บริโภคเป็นส่วนรวม

ในกรณีที่ เป็นอำนาจหน้าที่ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.๒๕๒๒ หากคณะกรรมการเห็นสมควร เข้าดำเนินคดี เกี่ยวกับการละเมิดสิทธิของผู้บริโภค หรือเมื่อได้รับคำร้องขอจากผู้บริโภคถูกละเมิดสิทธิ ซึ่งคณะกรรมการเห็นว่าการดำเนินคดีนั้นจะเป็นประโยชน์แก่ผู้บริโภคเป็นส่วนรวม คณะกรรมการมีอำนาจแต่งตั้งพนักงานอัยการ โดยความเห็นชอบของอธิบดีกรมอัยการหรือข้าราชการในสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ซึ่งมีคุณวุฒิไม่ต่ำกว่าปริญญาตรีทางนิติศาสตร์ เป็นเจ้าหน้าที่คุ้มครองผู้บริโภค เพื่อให้มีหน้าที่ดำเนินคดีแพ่งและคดีอาญาแก่ผู้กระทำการละเมิดสิทธิของผู้บริโภคในศาล และเมื่อคณะกรรมการได้แจ้งไปยังกระทรวงยุติธรรม เพื่อแจ้งให้ศาลทราบแล้ว ให้เจ้าหน้าที่คุ้มครองผู้บริโภค มีอำนาจฟ้อง เรียกทรัพย์สินหรือค่าเสียหายให้แก่ผู้บริโภคที่ร้องขอได้ด้วยและในการนี้ให้ได้รับยกเว้นค่าฤชาธรรมเนียมทั้งปวง

ปัจจุบันนี้คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ได้แต่งตั้งอัยการพิเศษ กอง ๖ โดยความเห็นชอบของอธิบดีกรมอัยการ เป็นเจ้าหน้าที่คุ้มครองผู้บริโภค

๓. การตรวจสอบสินค้าหรือบริการ (Investigation)

๓.๑ ตรวจสอบการโฆษณาสินค้าหรือบริการ

๓.๒ ตรวจสอบการแสดงฉลากของสินค้าหรือบริการ

๓.๓ ตรวจสอบสินค้าหรือบริการที่อาจเป็นอันตราย ไม่ปลอดภัย ไม่ได้คุณภาพมาตรฐานหรือไม่เป็นธรรมแก่ผู้บริโภค

มาตรการนี้ เป็นการตรวจสอบ เบื้องต้นทั้งในสำนักงานฯ และนอกสถานที่ เมื่อตรวจพบว่ามีการฝ่าฝืน หรือมีเหตุอันควรสงสัยว่ากระทำการฝ่าฝืนพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค ก็จะได้ รวบรวมหลักฐานข้อมูลต่าง ๆ ส่งให้ผู้มีอำนาจหน้าที่ ได้แก่คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาในกรณีที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณาสินค้าหรือบริการ ส่งเรื่องให้คณะกรรมการว่าด้วยฉลากในกรณีที่เกี่ยวข้องกับการแสดงฉลากของสินค้าหรือบริการ ส่งตัวอย่างของสินค้าหรือบริการให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องตรวจสอบพิสูจน์

ผลเป็นประการใด สำนักงานฯ จะได้ดำเนินการให้เป็นไปตามบทบัญญัติแห่งกฎหมาย กล่าวคือ เป็นไปตามมติของคณะกรรมการเฉพาะเรื่อง (คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา คณะกรรมการว่าด้วยฉลาก) และคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

๔. การปฏิบัติการนอกสถานที่ (Field Operation)

การตรวจสอบสินค้าหรือบริการเพื่อให้เป็นไปตามบทบัญญัติแห่งกฎหมาย เป็นการปฏิบัติงานนอกสถานที่ของเจ้าหน้าที่สนับสนุนการปราบปราม หรือพนักงานเจ้าหน้าที่ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค สินค้าหรือบริการในความหมายนี้จะต้องไม่ซ้ำหรือขัดกับบทบัญญัติที่มีอยู่ในกฎหมายอื่น เว้นแต่ในกรณีสินค้านั้นอาจเป็นอันตรายแก่ผู้บริโภค และกรณีไม่อาจป้องกันอันตรายที่จะเกิดจากสินค้านั้นได้โดยการกำหนดฉลากตามมาตรา ๓๐ แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค หรือตามกฎหมายอื่น

๔.๑ นับ ชั่ง ตวง วัด ตรวจสอบสินค้า และเก็บหรือนำสินค้าในปริมาณพอสมควรไปเป็นตัวอย่าง เพื่อทำการทดสอบโดยไม่ต้องชำระราคาสินค้านั้น ทั้งนี้ ตามหลักเกณฑ์ที่คณะกรรมการกำหนด

๔.๒ ค้น ยึด หรืออายัดสินค้า ภาชนะหรือหีบห่อบรรจุสินค้าฉลากหรือเอกสารอื่นที่ไม่เป็นไปตามพระราชบัญญัตินี้ เพื่อประโยชน์ในการดำเนินคดีในกรณีที่มีเหตุอันควรสงสัยว่ามีการกระทำผิดตามพระราชบัญญัติ

๔.๓ เข้าไปในสถานที่หรือยานพาหนะใด ๆ เพื่อตรวจสอบการผลิตสินค้า การขายสินค้าหรือบริการ รวมทั้งตรวจสอบสมุดบัญชี เอกสารและอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องของผู้ประกอบธุรกิจในกรณีที่มีเหตุอันควรสงสัยว่ามีการกระทำผิดตามพระราชบัญญัติ

๔.๔ มีหนังสือเรียกให้บุคคลใด ๆ มาให้ถ้อยคำหรือส่งเอกสารและหลักฐานที่จำเป็นเพื่อประกอบการพิจารณาของพนักงานเจ้าหน้าที่

๔.๕ แจ้งหรือโฆษณาข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่อาจก่อให้เกิดความเสียหายหรือเสื่อมเสียแก่สิทธิของผู้บริโภค ในการนี้จะระบุชื่อสินค้าหรือบริการ หรือชื่อของผู้ประกอบธุรกิจด้วยก็ได้

๕. ศูนย์การประสานงาน (Admonistion)

๕.๑ แจ้งเรื่องให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเมื่อได้รับคำร้องเรียนจากผู้บริโภค หรือตรวจพบว่าผู้ประกอบธุรกิจฝ่าฝืนกฎหมายว่าด้วยการนั้น หรือผู้บริโภคไม่ได้รับความเป็นธรรม เนื่องจาก

สินค้าหรือบริการตามกฎหมายว่าด้วยการนั้น ๆ

๕.๒ ติดตามผล เจริญรัดการปฏิบัติงานของหน่วยราชการที่เกี่ยวข้องตามมติคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

๕.๓ ประสานงานกับหน่วยราชการต่าง ๆ เพื่อให้การปฏิบัติงานเกิดความคล่องตัว และเกิดประสิทธิภพ ไม่ขัดหรือปฏิบัติงานซ้ำซ้อนซึ่งกันและกัน

๕.๔ ศึกษาวิจัยภาวะการตลาดของสินค้าหรือบริการ ความเคลื่อนไหวราคาสินค้า เพื่อเสนอมาตรการร่วมกับหน่วยราชการที่เกี่ยวข้อง เพื่อหาทางป้องกันแก้ไขไม่ให้ผู้บริโภคได้รับความเดือดร้อนจากการซื้อสินค้าหรือบริการ

คณะกรรมการบริหารวิหุกระจาย เสี่ยงและวิหุโทรทัศน์

การดำเนินงานของคณะกรรมการบริหารวิหุกระจาย เสี่ยงและวิหุโทรทัศน์

เพื่อให้การโฆษณาสินค้าและบริการธุรกิจทางวิหุกระจาย เสี่ยงและวิหุโทรทัศน์ของสถานีวิหุกระจาย เสี่ยงและสถานีวิหุโทรทัศน์ ของส่วนราชการและรัฐวิสาหกิจ ดำเนินไปด้วยความเป็นระเบียบเรียบร้อย และสอดคล้องกับกฎหมายคณะกรรมการบริหารวิหุกระจาย เสี่ยงและวิหุโทรทัศน์ จึงได้ออกระเบียบขึ้น เรียกว่า "ระเบียบคณะกรรมการบริหารวิหุกระจาย เสี่ยงและวิหุโทรทัศน์ ว่าด้วยการโฆษณาสินค้าและบริการทางธุรกิจทางวิหุกระจาย เสี่ยงและวิหุโทรทัศน์ พ.ศ. ๒๕๒๑"

โดยเริ่มใช้ตั้งแต่วันที่ ๑ กุมภาพันธ์ ๒๕๒๑ มีสาระสำคัญดังนี้

๑. การโฆษณาสินค้าทั่วไปและบริการธุรกิจ

๑. ข้อความ ภาพยนตร์ หรือภาพนิ่งที่ใช้ในการโฆษณาสินค้าและบริการธุรกิจที่จะออกโฆษณาทางวิหุกระจาย เสี่ยงหรือวิหุโทรทัศน์ ต้องมีลักษณะดังนี้

๑.๑ ไม่ขัดต่อความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดี หรือไม่ก่อให้เกิดการแตกความสามัคคีระหว่างคนในชาติ หรือไม่กระทบกระเทือนต่อสัมพันธ์ไมตรีระหว่างประเทศไทยกับต่างประเทศ

๑.๒ ไม่หยาบคาย หรือเป็นการดูหมิ่นเหยียดหยาม หรือทับถมบุคคลอื่นหรือสินค้าหรือบริการธุรกิจอื่น ไม่ว่าจะ เป็นสินค้าและบริการธุรกิจชนิดหรือประเภทเดียวกันหรือไม่

๑.๓ ไม่เป็นข้อความสองแง่สองง่ามที่มีความหมายหยาบคาย หรือเป็นภาพหรือข้อความที่ยั่วยุกามารมณ์

๑.๔ ไม่เป็นการโฆษณาอวดอ้างสรรพคุณของสินค้าและบริการธุรกิจอันเป็นเท็จหรือเกินความจริง

๑.๕ ไม่ก่อให้เกิดความรู้สึกหวาดเสียวหรือตกใจแก่ผู้ฟังและผู้ชมโดยทั่วไป

๑.๖ นำเสียงในการพูดโฆษณาหรือเสียงที่ใช้ประกอบต้องสุภาพ

๒. ห้ามโฆษณาสินค้าและบริการธุรกิจที่ขัดต่อศีลธรรมและวัฒนธรรมอันดีงามของไทยหรือก่อให้เกิดภาพพจน์ไปในทางลามกอนาจาร

๓. ห้ามโฆษณาสินค้าประเภทอาวุธที่ใช้ในสงคราม

๔. ห้ามโฆษณาถึงส่วนตัวของผู้อุปถัมภ์รายการ โฆษก ผู้ประกาศ หรือผู้จัดรายการ

๕. ห้ามอ้างชื่อบุคคลหรือสิ่งซึ่งเป็นที่เคารพสักการะของประชาชนเพื่อประโยชน์ในการโฆษณา

การโฆษณาสินค้าพิเศษ

๑. การโฆษณาสินค้าพิเศษอันได้แก่ยา อาหาร เครื่องดื่ม เครื่องสำอาง วัตถุพิษ นอก จากต้องปฏิบัติตามระเบียบการโฆษณาสินค้าทั่วไปและบริการธุรกิจข้อ ๓ แล้ว ยังต้องปฏิบัติตามกฎหมายว่าด้วยเรื่องนั้น ๆ และระเบียบของคณะกรรมการบริหารวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ ในเรื่องดังกล่าว

๒. การโฆษณาสินค้าซึ่ง เป็นวัตถุออกฤทธิ์ต่อจิตและประสาทตามกฎหมายว่าด้วยวัตถุออกฤทธิ์ต่อจิตและประสาท หรือยาเสพติดให้โทษตามกฎหมายว่าด้วยยาเสพติดให้โทษจะกระทำมิได้

๓. ให้สถานีวิทยุกระจายเสียงและสถานีวิทยุโทรทัศน์ของส่วนราชการและรัฐวิสาหกิจทุกแห่งปฏิบัติตามและควบคุมให้มีการปฏิบัติตามระเบียบนี้โดยเคร่งครัด หากมีการปฏิบัติผิดระเบียบขึ้นให้ถือว่าเป็นความบกพร่องของสถานีวิทยุกระจายเสียง หรือสถานีวิทยุโทรทัศน์นั้น ๆ ด้วย

๔. ให้กองงานคณะกรรมการบริหารวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ตรวจสอบให้การปฏิบัติ เป็นไปตามระเบียบนี้

การดำเนินงานของคณะกรรมการตรวจพิจารณาภาพยนตร์ทางวิทยุโทรทัศน์มีแนวราบปฏิบัติดังนี้

๑. ในการตรวจพิจารณาประจำวัน ให้อนุกรรมการและเลขานุการพิจารณาเรื่องที่สถานี

เสนอขอมา เพื่อนำเสนอคณะอนุกรรมการ หากมีเรื่องที่เสนอมามากจนอาจเป็นภาระหนักแก่คณะอนุกรรมการ ก็ให้อนุกรรมการและเลขานุการพิจารณาคัดเลือก เฉพาะภาพยนตร์ที่ไม่มีปัญหา นำไปหมุนดูภาพ พร้อมทั้งตรวจดูบทภาพยนตร์ให้เรียบร้อย แล้วเสนอผลการตรวจให้คณะอนุกรรมการทราบ และพิจารณา

๒. ให้คณะอนุกรรมการตรวจพิจารณาประจำวันลงชื่อไว้ในคำขอของสถานีทุกเรื่อง เพื่อแสดงว่าได้ผ่านการตรวจพิจารณาของคณะอนุกรรมการแล้ว และให้ประธานอนุกรรมการเป็นผู้สั่งการผลการตรวจพิจารณา

ในกรณีที่อนุกรรมการท่านใดมีความประสงค์จะขอตรวจภาพยนตร์ที่อนุกรรมการและเลขานุการได้หมุนดูภาพไปก่อนแล้ว หรือขอตรวจบทเอง ก็ให้ทำได้ตามความประสงค์

๓. มติของคณะอนุกรรมการให้ถือตามเสียงข้างมาก อนุกรรมการทุกคนที่ได้ร่วมตรวจพิจารณา จะต้องลงชื่อไว้ในแบบคำขอ (๒) ทั้งผู้ที่เห็นด้วยและไม่เห็นด้วยกับมตินั้น

ทั้งนี้ ผู้ที่ไม่เห็นด้วยอาจทำบันทึกสรุปความเห็นแย้งของตนแนบไว้ด้วยก็ได้

๔. เพื่อให้การตรวจพิจารณาภาพยนตร์โฆษณา หรือสไลด์เป็นไปในแนวเดียวกัน เมื่อได้มีการตรวจพิจารณาไปแล้ว จะยังไม่แจ้งผลการตรวจให้ทางสถานีทราบในวันนั้น ให้อนุกรรมการและเลขานุการนำกลับมาตรวจสอบโดยละเอียดที่กองงาน กบว. อีกครั้งหนึ่ง

หากมีปัญหาคือแย้งระหว่างผลการพิจารณาระหว่างสถานี ให้กรรมการและเลขานุการติดต่อประสานงานกับประธานอนุกรรมการ ซึ่งพิจารณาการโฆษณานั้น ๆ เพื่อให้อยู่ในแนวเดียวกัน หรือมีผลการพิจารณาอย่างเดียวกัน แล้วจึงให้อนุกรรมการและเลขานุการแจ้งผลการพิจารณาให้สถานีทราบต่อไป

ผลงานของคณะกรรมการบริหารวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์

คณะกรรมการบริหารวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ ได้ทำการตรวจพิจารณาโดยคณะอนุกรรมการ นับแต่ปี ๒๕๒๑ เป็นต้นมา ซึ่งจะเห็นได้ว่าภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์ในระยะหลัง ๆ นี้ดีขึ้น ซึ่งทั้งนี้อาจมาจากผลการควบคุมของหน่วยงานของรัฐหลาย ๆ ฝ่ายด้วยกัน ผลงานของคณะกรรมการบริหารวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ ตั้งแต่ปี ๒๕๒๑ มีดังนี้คือ

สถิติโฆษณาสินค้าที่ผ่านการตรวจพิจารณาจากคณะกรรมการ ฯ^๑

ปี ๒๕๒๑

(ตั้งแต่เริ่มดำเนินการวันที่ ๒๕ ส.ค.๒๑ - ๓๑ ธ.ค.๒๑)

สถานี	ภาพยนตร์โฆษณา			สไลด์โฆษณา		
	อนุญาต	อนุญาต มีเงื่อนไข	ไม่อนุญาต	อนุญาต	อนุญาต มีเงื่อนไข	ไม่อนุญาต
ช่อง ๓ สี	๒๐๗	๑๑	-	๑๔๘	๗	๒
ช่อง ๔ สี	๒๕๔	๒๕	๑	๒๐๖	๑๓	-
ช่อง ๗ สี	๔๒๒	๔๐	๓	๓๒๕	๓๖	๒
ช่อง ๙ สี	๑๒๕	๕	๒	๑๔๗	๑๕	-
ช่อง ๕ (ขอนแก่น)	๓๒๒	๑	-	-	-	-
ช่อง ๖ (ภูเก็ต)	๑๑๗	๑	-	๑๘๖	๒	-
ช่อง ๗ (สุราษฎร์)	๔๒	๑	-	๓	-	๑
ช่อง ๘ (ลำปาง)	๓๐๕	-	-	๑๕๐	-	-
ช่อง ๑๐ (หาดใหญ่)	๕๔	๑	-	๓๕	-	-
รวม	๑,๘๕๗	๘๕	๖	๑,๒๕๔	๗๓	๕

^๑ กองงานคณะกรรมการบริหารวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ กรมประชาสัมพันธ์, หลักเกณฑ์
การตรวจพิจารณาภาพยนตร์และโฆษณาทางวิทยุโทรทัศน์ หน้า ๕๖

สถิติโฆษณาสินค้าที่ผ่านการตรวจพิจารณาจากคณะกรรมการ^๑

ปี ๒๕๒๒

(ตั้งแต่ ๑ ม.ค.๒๒ / ๓๑ ธ.ค.๒๒)

สถานี	ภาพยนตร์โฆษณา			สไลด์โฆษณา		
	อนุญาต	อนุญาต มีเงื่อนไข	ไม่อนุญาต	อนุญาต	อนุญาต มีเงื่อนไข	ไม่อนุญาต
ช่อง ๓ สี	๖๑๘	๘๑	๒	๓๕๖	๓๖	๒
ช่อง ๕ สี	๖๖๗	๘๙	๒	๕๔๕	๗๑	๑
ช่อง ๕ สี	๕๘๐	๖๘	๒	๗๕๐	๘๓	๒
ช่อง ๙ สี	๑๙๙	๒๔	-	๓๗๗	๕๐	๕
ช่อง ๕ (ขอนแก่น)	๕	-	-	๑	-	-
ช่อง ๖ (ภูเก็ต)	๑๑	-	-	๑๓๐	๒	-
ช่อง ๗ (สุราษฎร์)	๗๘	๑	๑	๑๓	-	-
ช่อง ๘ (ลำปาง)	๓๘๘	-	-	๒๑๖	-	๑
ช่อง ๑๐ (หาดใหญ่)	๑๘๕	-	-	๖๓	๑	-
รวม	๒,๗๒๙	๒๖๓	๗	๒,๕๕๑	๒๔๓	๑๑

^๑ กองงานคณะกรรมการบริหารวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ กรมประชาสัมพันธ์ หลักเกณฑ์
การตรวจพิจารณาภาพยนตร์และโฆษณาทางวิทยุโทรทัศน์ หน้า ๔๗

ข้อสังเกต เกี่ยวกับการโฆษณาสินค้าและบริการธุรกิจที่มีเงื่อนไข

การโฆษณาสินค้าและบริการธุรกิจ เท่าที่คณะกรรมการตรวจพิจารณาภาพยนตร์โฆษณาทางวิทยุโทรทัศน์ประจำสถานีวิทยุโทรทัศน์ช่องต่าง ๆ ได้ตรวจพิจารณาตั้งแต่เริ่มดำเนินการ (เดือนสิงหาคม ๒๕๒๑) จนถึงต้นปี ๒๕๒๓ (เดือนมีนาคม ๒๕๒๓) มีจำนวนมากกว่าหนึ่งหมื่นเรื่องนั้น ในจำนวนนี้ประมาณร้อยละ ๑๐ เป็นโฆษณาที่คณะกรรมการฯ มีมติอนุญาตให้นำออกอากาศได้แต่ต้องระบุเงื่อนไข สาเหตุที่คณะกรรมการฯ ต้องสั่งการเช่นนี้ เนื่องมาจากผู้ทำการโฆษณาบางราย ได้กระทำผิดหรือฝ่าฝืนต่อกฎเกณฑ์หรือระเบียบต่าง ๆ อันเกี่ยวกับการตรวจพิจารณาโฆษณาสินค้าและบริการธุรกิจ ซึ่งบางรายอาจกระทำไปด้วยความไม่รู้ แต่บางรายก็เสแสร้งทำเป็นไม่รู้กฎหรือระเบียบต่าง ๆ ก็มี เช่นเดียวกัน

เงื่อนไขทั้งหลายทั้งปวง เท่าที่คณะกรรมการฯ ประจำช่องต่าง ๆ ได้ระบุให้ผู้ทำการโฆษณากระทำการเปลี่ยนแปลงหรือแก้ไขไปจากเดิมนั้น มีทั้งที่เป็นภาพบางส่วนที่ปรากฏอยู่บนสไลด์ แผ่นภาพ หรือภาพยนตร์ บ้างก็เป็นถ้อยคำโฆษณาบางคำหรือบางตอน และบ้างก็ให้มีการแก้ไขในคำอื่น ๆ ด้วย

มูลเหตุสำคัญที่ทำให้คณะกรรมการฯ ต้องระบุเงื่อนไข เพื่อให้ผู้ทำการโฆษณาสินค้าหรือบริการธุรกิจบางชิ้นบางราย ปฏิบัติตามนั้น เท่าที่พอจะประมวลได้ มีดังต่อไปนี้.-

๑. โฆษณาสินค้าหรือบริการธุรกิจเป็นทำนองโอ้อวด ยกย่องสรรพคุณตนเองเป็นเท็จหรือเกินเลยต่อความเป็นจริง

(ระเบียบว่าด้วยการโฆษณาสินค้าและบริการธุรกิจทางวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ พ.ศ.๒๕๒๑ ข้อ ๓ วงเล็บ ๓.๔)

ตัวอย่างเช่นคำว่า "ที่สุด" "ที่สุดในโลก" "มากที่สุด" "เหนือความยิ่งใหญ่" "แห่งแรก" "นิยมกันมากที่สุดในโลก" "สุดยอดของโลก" "เด็ดขาด" "ทุกชนิด ฯลฯ

๒. โฆษณาอวดอ้างสรรพคุณโดยขาดหลักฐาน ประสิทธิภาพยืนยัน

ตัวอย่างเช่น หม้อแปลงไฟฟ้า "ช" ผลิตขึ้นภายในประเทศไทย โดยคนไทย คุณภาพมาตรฐานโลก เป็นที่ยอมรับทั้งภายในและต่างประเทศ.....

สถาบันควบคุมมาตรฐานแห่งสหรัฐอเมริกา (เอ.เอ็น.เอส.ไอ.) ได้มอบใบรับรอง
คุณภาพมาตรฐานโลกให้แก่หม้อแปลงไฟฟ้า "ช" (สร.๑๔๐๔/๔/๗๔ ลว. ๑๒ กย.๒๑)

เนื่องจากผู้ทำการโฆษณาไม่มีหลักฐานมายืนยันข้อความโฆษณาดังกล่าว คณะอนุกรรมการ
จึงต้องให้ตัดข้อความในย่อหน้าที่สองออก

๓. ใช้ถ้อยคำโฆษณาไม่ว่าจะเป็นคำพูดหรือตัวหนังสือ ไม่ถูกต้องตามหลักภาษาไทย
(ระบียบว่าด้วยการโฆษณาสินค้าและบริการธุรกิจฯ หมวด ๔ ข้อ ๑๔)

ตัวอย่างเช่น เขียนชื่อเดือนไม่เต็ม (มกรา กุมภาพันธ์ มีนาคม...) สะกดผิด, ใช้ศัพท์สะ-
แลง หรือคำที่ไม่สุภาพ ได้แก่ "เจ๋ง" "มันส์" "มันส์" "กินขาด" "ชนะขาด" "หายห่วง" "ตั้งนั่ง"
"ฮวนนั่ง" "ทาน" "สุดซ่าส์" "ราคาธรรมชาติ" "ราคาเบา ๆ" "ถูก-ถูก" "ดีที่ซู้ด" ฯลฯ

๔. โฆษณาดูหมิ่น เหยียดหยาม หรือทับถมสินค้าบุคคลอื่น (ระบียบว่าด้วยการโฆษณา
สินค้าและบริการธุรกิจฯ ข้อ ๓ วงเล็บ ๓.๒)

ตัวอย่างเช่น ใช้คำว่า "มากกว่าใคร" "ไม่มีใครเหมือน" "จนไม่มีใครตามทัน"
"ยอดกว่าใคร" "ตั้งคู่แข่งแม้หันหลังก็ยังไม่เห็นแม้แต่เงา" "เพียงแห่งเดียวเท่านั้น" "เพียงชนิด
เดียวเท่านั้น" "ที่คนอื่นเขาไม่มี" "เท่านั้นที่" "ล้ำหน้ากว่าใคร" ฯลฯ

๕. โฆษณาสินค้าหรือบริการธุรกิจโดยจัดให้มีการเสี่ยงโชค ด้วยการแจมพอกของรางวัล
หรือให้ของแถม สิทธิ ประโยชน์โดยการให้เปล่าซึ่งมิใช่การเสี่ยงโชค โดยไม่ได้ปฏิบัติตามกฎหมาย
ที่เกี่ยวข้อง เช่น กฎหมายว่าด้วยการพนัน คำแนะนำของคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา เป็นต้น

๖. โฆษณาที่เข้าข่ายผิดศีลธรรม ไม่ว่าจะเป็นถ้อยคำ หรือภาพ ซึ่งชวนให้คิดลองแ่งสอง
ง่ามไปในทางที่ไม่ดีไม่งาม (ระบียบว่าด้วยการโฆษณาสินค้าและบริการธุรกิจฯ ข้อ ๓ วงเล็บ
๓.๓)

ตัวอย่างเช่น การโฆษณาขายรถยนต์ยี่ห้อหนึ่ง ภาพในเรื่องเห็นชายหนุ่มได้รับจด
หมายจากหญิงสาวนัดให้ไปพบ แล้วชายผู้นั้นก็เดินไปขับรถ ออกจากบ้านโดยไม่สนใจผู้หญิง (ที่ทุกคน
เข้าใจว่าเป็นภรรยา) เดินตามออกมาที่รถ (สร.๑๔๐๔/๗/๔๔๔ ลว. ๒๐ ก.ย.๒๑)

คณะอนุกรรมการฯ มีมติให้ตัดภาพที่ทุกคนเข้าใจว่าเป็นภรรยาเดินตามออกมานั้น ออก
เสีย

๗. โฆษณาสินค้าพร้อมกันทีเดียว ๒ อย่างบนสไลด์หรือแผ่นภาพ หรือภาพยนตร์ แต่ว่ามีใบอนุญาตจากหน่วยงานที่รับผิดชอบให้โฆษณาได้เพียงอย่างเดียว

ตัวอย่าง เช่น สไลด์โฆษณายาผดุงคงเหล้าชนิดหนึ่ง ภาพบนสไลด์นอกจากจะมียาผดุงคงเหล้าตามที่ได้รับอนุญาตให้โฆษณาได้จากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาแล้ว ยังมีภาพยาอม อีกด้วย (สร.๑๖๐๔/๕/๖๐๗ ลว. ๑ มิ.ย.๒๒)

ในกรณีที่เป็นเช่นนี้ คณะอนุกรรมการฯ มีมติให้ตัดภาพยาอม ออกเนื่องจากเป็นสินค้าที่ยังไม่มี ใบอนุญาตให้โฆษณาจากกระทรวงสาธารณสุข

๘. โฆษณาสินค้าหรือบริการธุรกิจ ด้วยน้ำเสียงตะโกน หรือดังกั้นควร (ระบียบว่าด้วยการโฆษณาสินค้าและบริการธุรกิจฯ ข้อ ๓ วงเล็บ ๓.๖)

๙. การโฆษณาภาพยนตร์ตัวอย่าง ประเภทตื่นเต้น หวาดเสียว หรือทารุณโหดร้าย หรือภาพยนตร์ประเภท ๒๔ น. ถ้าภาพยนตร์ตัวอย่างเหล่านี้ได้รับการอนุญาตให้ฉายออกอากาศได้ ควรอย่างยิ่งที่จะต้องระบุภาพต่าง ๆ ให้ละเอียด เพื่อป้องกันการนำฟิล์มไปต่อเติมภาพอื่น ๆ ในภายหลัง และนอกจากนั้น ควรระบุต่อท้ายด้วยว่า ภาพที่อนุญาตให้โฆษณาได้เหล่านี้จะต้องเป็นภาพที่ปรากฏอยู่ในภาพยนตร์ที่จะฉายตามโรงด้วย ทั้งนี้เพื่อป้องกันการหลอกลวงผู้ชมประการหนึ่ง และเพื่อให้เป็นไปในแนวเดียวกับมติของ เจ้าพนักงานตามกฎหมายว่าด้วยภาพยนตร์อีกประการหนึ่ง

ข้อสังเกต เกี่ยวกับการโฆษณาสินค้าและบริการธุรกิจที่ไม่ผ่านการอนุญาตจากคณะอนุกรรมการฯ

การโฆษณาสินค้าและบริการธุรกิจที่ไม่ผ่านการอนุญาตจากคณะอนุกรรมการตรวจพิจารณา ภาพยนตร์โฆษณาทางวิทยุโทรทัศน์ นั้นส่วนใหญ่มีสาเหตุเนื่องจาก

๑. ผู้ทำการโฆษณาไม่ปฏิบัติให้ถูกต้องตามระเบียบของทางราชการ เช่น

๑.๑ สินค้าประเภทอาหารหรือยา ก่อนที่จะนำมาให้คณะอนุกรรมการฯ ตรวจสอบพิจารณา ไม่ได้ผ่านการอนุมัติทั้งที่เป็นข้อความ เสียง หรือภาพที่ใช้ในการโฆษณา จากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาก่อน

๑.๒ สินค้าประเภทเครื่องสำอาง ยังไม่ได้จดทะเบียนจากกระทรวงสาธารณสุข

๑.๓ ไม่แสดงหลักฐานการได้รับอนุมัติจาก เจ้าพนักงานตามกฎหมายว่าด้วยการพนัน

ในกรณีที่มีการโฆษณาแจกของรางวัลด้วยการเสี่ยงโชค

๑.๔ ไม่ระบุวิธีการแจกของแถมของรางวัล ลักษณะของแถม และระยะเวลาของการแจกแถม หรือการเสี่ยงโชค ตามคำแนะนำของคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค เกี่ยวกับการโฆษณาขายสินค้าหรือบริการโดยการให้ของแถม หรือจัดให้มีการเสี่ยงโชค

๒. ถ้อยคำบรรยายและตัวหนังสือประกอบภาพโฆษณา เป็นภาษาต่างประเทศ โดยไม่มีภาษาไทยแม้แต่เล็กน้อย รวมถึงการโฆษณาที่เป็นไปในทำนองคนต่างตัวพูดไทยไม่ชัดด้วย

๓. ถ้อยคำหรือภาพโฆษณาที่สื่อไปในทางอามารณ์ ตัวอย่างเช่น การโฆษณาขายน้ำยาล้างหม้อน้ำรถยนต์ชนิดหนึ่ง ในภาพมีหญิงสาวนุ่งกางเกงขาสั้นกำลังพูดกับผู้ชาย

หญิง "พี่...พี่...น้ำยาล้างหม้อน้ำรถยนต์เพียง ๑๐ นาที หม้อน้ำรถของหนูก็ขาวจืดจะไม่เชื่อลองเปิดดูซิคะ"

ชาย (ทำท่ามองดูซาอ่อน) แล้วพูดว่า "โอโฮ่ ชาวจืดจะสนิทนุ่น จารบี และสิ่งสกปรกหมดหม้อเลย."

หญิง "จืด...จืด...น้ำยาล้างหม้อน้ำเพียง ๑๐ นาที หม้อน้ำรถของหนูก็ขาวจืดจะไม่เชื่อลองเปิดดูซิคะ" (สร.๑๕๐๔/๗/๗๓๔ ลว. ๑๗ ต.ค.๒๑)

๔. โฆษณาโดยใช้ถ้อยคำหรือภาพที่บิดเบือนสินค้าหรือบุคคลอื่น และโอ้อวดเกินควร ตัวอย่างเช่น การโฆษณาแชมพูชนิดหนึ่ง ใช้ข้อความโฆษณาดังนี้

"หนึ่งล้านบาทจะเป็นของท่านทันที ถ้าท่านพิสูจน์ได้ว่าแชมพูชนิดอื่นฟองมากกว่าคุณภาพดีกว่า แพร่หลายกว่า และมีส่วนผสมเหมือนแชมพู "ก" ..."

(สร.๑๕๐๔/๔/๗๑ ลว. ๒๔ มี.ค.๒๒)

๕. ถ้อยคำประกอบการโฆษณาในเทป หรือภาพยนตร์ ไม่ตรงกับข้อความที่ได้รับอนุมัติจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (ในกรณีที่มีความผิดพลาดเป็นอย่างมาก จนไม่อาจผ่อนปรนได้)

๖. โฆษณาโดยอ้างถึงถึงบุคคล หรือสิ่งซึ่งเป็นที่เคารพสักการะของประชาชนโดยทั่วไป

๗. โฆษณาหลอกลวงผู้ชมโดยจงใจ ตัวอย่างเช่น การโฆษณาภาพยนตร์ตัวอย่างเรื่องหนึ่ง เป็นภาพยนตร์ไทยใช้ผู้แสดงที่มีรูปร่างหน้าตาเหมือนดาราราชินีชื่อดังของฮ่องกง แล้วโฆษณาว่า มีดาราราชินีมาแสดงด้วย เหล่านี้เป็นต้น (สร.๑๖๐๔/๓/๗๒๔ ลว. ๑๖ เม.ย.๒๓)

๘. โฆษณาโอ้อวดเกินควร ตัวอย่างเช่น ภาพยนตร์โฆษณาแชมพูชนิดหนึ่งในภาพมีสตรีชรา ผมยาวใช้แชมพูชนิดหนึ่งสระผม เสร็จแล้วภาพที่ออกมาผมดำทันที ซึ่งถ้าหากโฆษณว่าเป็นยาหรือใช้ย้อมผมดำแล้ว ก็จะไม่มีปัญหา แต่การโฆษณว่าเป็น เพียงแชมพูแล้วใช้สระผมให้ดำได้ในทันที ย่อมเป็นการโอ้อวดเกินควร (สร.๑๔๐๔/๔/๑๒๔ ลว. ๑๔ ก.ย.๒๑)

๘. โฆษณาเกี่ยวกับการเข้าพระ

๑๐. การโฆษณาภาพยนตร์ตัวอย่างที่ภาพมีแต่ความทารุณ โหดร้าย หวาดเสียว สยดสยองตลอดทั้งเรื่อง

การวินิจฉัยการโฆษณาของแผนกควบคุมภาพยนตร์ กองกำกับการ ๒ กองทะเบียน กรมตำรวจ

๑. การโฆษณาที่อยู่ในอำนาจหน้าที่ความรับผิดชอบของแผนกควบคุมภาพยนตร์ ได้แก่

๑. การโฆษณาทางภาพยนตร์ไม่ว่าจะนำออกฉายตามสถานมหรสพภายในประเทศหรือส่งออกนอกประเทศ
๒. การโฆษณาทางกระจกฉาย (สไลด์)
๓. การโฆษณาด้วยภาพหรือรูปถ่าย เฉพาะภาพที่เกี่ยวกับการแสดง เรื่องของภาพยนตร์

ดังนั้น การโฆษณาดังกล่าวนี้อาจต้องผ่านการตรวจพิจารณาและได้รับอนุญาตตามกฎหมาย

๒. เจ้าหน้าที่ผู้วินิจฉัยและอนุญาต

ได้แก่ คณะกรรมการซึ่งได้รับการแต่งตั้งจากอธิบดีกรมตำรวจ ซึ่งอาศัยอำนาจตามความในมาตรา ๖ แห่ง พ.ร.บ.ภาพยนตร์ พ.ศ.๒๔๗๓ มีอยู่ ๒ คณะคือ

๑. กรรมการชั้นต้น เรียกชื่อว่า "เจ้าพนักงานผู้พิจารณาภาพยนตร์"

๒. กรรมการอุทธรณ์ เรียกชื่อว่า "กรรมการสภาพิจารณาภาพยนตร์"

(กรรมการแต่ละคณะประกอบด้วยผู้ใดบ้าง ดูรายละเอียดจากประกาศกรมตำรวจ)

๓. หลักเกณฑ์การวินิจฉัยการโฆษณา

การโฆษณาที่จะได้รับอนุญาตนั้น ทั้งภาพและคำพูดในการโฆษณาจะต้องไม่ขัดต่อความ

สงบเรียบร้อย ศีลธรรมวัฒนธรรม หรือประเพณีอันดีงามตาม ม.๔ แห่ง พ.ร.บ.ภาพยนตร์ พ.ศ. ๒๔๗๓ ซึ่งระบุว่า "ม.๔ ห้ามห้ามมิให้ทำ หรือฉาย หรือแสดง ณ สถานที่มหรสพ ซึ่งภาพยนตร์หรือประกาศ กอปรด้วยลักษณะฝ่าฝืน หรือประกาศนั้น ๆ น่าจะมีผลเช่นว่านั้น ท่านก็ห้ามดูกัน ฯลฯ"

๔. มาตรฐานการวิจัยวินิจฉัยการโฆษณา

การโฆษณาใดจะถือว่าเป็นการขัดต่อ ม.๔ แห่ง พ.ร.บ.ภาพยนตร์ พ.ศ. ๒๔๗๓ หรือไม่เพียงใดนั้น อยู่ในดุลยวินิจฉัยของคณะกรรมการ ซึ่งจะต้องพิจารณาเหตุและผลของภาพการ แสดงตามควรแก่สถานการณ์และสภาพของสังคม ซึ่งกรมตำรวจได้วางแนวทางในการตรวจพิจารณาไว้ดังนี้

๔.๑ ประเภทยั่วยุกามารมณ์ ลามกอนาจาร ให้พิจารณาถึงความรู้สึกของผู้ดูทุกเพศ ทุกวัย เป็นสำคัญ ถึงแม้จะไม่ถึงกับเป็นภาพลามกอนาจาร แต่เป็นภาพที่ก่อให้เกิดความรู้สึกทางเพศ แล้ว จะต้องห้ามนำออกโฆษณา อาทิเช่น ภาพผู้หญิงไม่เปลือย แต่ว่านุ่งผ้าเปียกน้ำรักรูป เจตนา ให้ดูส่วนลับของผู้หญิงและก่อให้เกิดความรู้สึกทางเพศ ฯลฯ

๔.๒ ประเภททารุณหวาดเสียว ได้แก่ภาพแสดงการทารุณต่อสัตว์หรือคน ซึ่งแสดงให้เห็นว่าไม่มีศีลธรรมอันดี เช่นการฆ่าสัตว์โดยวิธีทารุณโหดร้ายแปลกประหลาดพิสดารนอกเหนือจากวิธีการธรรมดาที่นิยมใช้ทั่วไป การทารุณคนหรือสัตว์ ภาพการประหารชีวิต ฯลฯ ภาพเหล่านี้จะต้องห้ามนำออกโฆษณา

๔.๓ ประเภทการเมืองและสัมพันธ์ไมตรีระหว่างประเทศ ได้แก่ภาพที่สามารถกระทบกระเทือนถึงการปกครองประเทศ ยุยงให้เกิดความไม่สงบในบ้านเมือง เกิดการดูหมิ่นต่อรัฐ หรือเกิดความบาดหมางระหว่างชาติ เป็นต้น จะต้องห้ามนำออกโฆษณา

๔.๔ ประเภทเสื่อมเสียศีลธรรม วัฒนธรรม ได้แก่การดูหมิ่นพระบรมเดชานุภาพหรือประมุขของประเทศหนึ่งประเทศใด การลบหลู่ปูชนียวัตถุ หรือการกระทำใด ๆ ที่เกิดความรู้สึกอันไม่ดีในทางศาสนา การก่อให้เกิดความเสื่อมเสียศีลธรรม วัฒนธรรมประเพณีอันดีของชาติ (เช่นลูกไม่เคารพบิดามารดา ข่าวดามารดา นักเรียนรักใคร่เกี่ยวพาราสิตรู ฯลฯ) การประทุษกรรมโดยใช้อุบายผิดจากธรรมดา (เช่นการลักทรัพย์โดยวิธีการแปลก ๆ การจับคนไปเรียกค่าไถ่) เรื่องที่จะสร้างทัศนคติ หรือเป็นตัวอย่าง เพาะนิสัยอันไม่ดีให้กับบุคคลนำไปประพฤตินทางชั่ว (เช่นโฆษณาชวนประวัติดูร้ายอันลือชื่อ แสดงการเสพยาเสพติดโดยวิธีต่าง ๆ ภาพการเล่นการพนัน ภาพความประ

พฤติกรรมที่ไม่ดีของวัยรุ่น หรือนักเรียนทั่ว ๆ ไป เช่น มั่วสุมตามร้านกาแฟ เดินร่ำตามร้านตู้เพลง เล่นเครื่องคองของเมา มั่วสุมโลกีย์ เข้าไปในสถานเริงรมต่าง ๆ) ซึ่งภาพต่าง ๆ เหล่านี้จะต้องถูกห้ามเช่นกัน

๕. การโฆษณาที่เกี่ยวข้องกับกฎหมายหรือระเบียบอื่น ๆ การโฆษณาด้วยถ้อยคำไม่สุภาพ หยาดโหล่น ภาษาวิบัติ

การโฆษณาที่อยู่ในบังคับ หรือเกี่ยวข้องกับกฎหมาย หรือระเบียบของหน่วยอื่น ๆ จะต้องได้รับอนุญาตตามกฎหมายนั้น หรือปฏิบัติตามระเบียบที่วางไว้ก่อน จึงจะได้รับการพิจารณาอนุญาต (เช่น การโฆษณาอาหาร เครื่องดื่ม และยา จะต้องได้รับอนุญาตจากทางคณะกรรมการควบคุมอาหาร และยา กระทรวงสาธารณสุข เสียก่อน ภาพโฆษณาที่ถ่ายทำในวัดหรือศาสนสถาน จะต้องมิใช่ขออนุญาตจากทางกรมการศาสนา ภาพโฆษณาเกี่ยวกับกิจกรรมลูกเสือชาวบ้าน ต้องไม่มีภาพการติดอาวุธให้กับลูกเสือชาวบ้าน เพราะขัดกับหลักและนโยบายของลูกเสือชาวบ้าน)

ปัญหาที่พบในการตรวจโฆษณา ผู้โฆษณามักจะกระทำดังนี้

๑. ใช้วิธีเสียงหรือคลุมเครือ ไม่ระบุประเภท และลักษณะของรางวัลหรือแถมพิกให้ชัดเจน
๒. มักจะไม่ระบุมูลค่ารวมของรางวัลแต่ละประเภท ซึ่งหลักเกณฑ์นี้คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคได้ระบุไว้อย่างชัดเจนแล้ว
๓. มักจะไม่ระบุระยะเวลาเริ่มต้น หรือระยะเวลาสิ้นสุด บางครั้งบอกระยะเวลาเริ่มต้น แต่ไม่บอกว่สิ้นสุด เมื่อไร
๔. มักจะไม่ระบุวัน เวลา สถานที่ ที่กำหนดสำหรับจับฉลาก
๕. มักจะไม่ระบุรายละเอียดเกี่ยวกับเงื่อนไข หรือข้อกำหนดต่าง ๆ ในการให้ของแถม สิทธิหรือประโยชน์ให้เปล่าให้ชัดเจน
๖. มักจะไม่ระบุวิธีการแจกของรางวัล

คณะกรรมการฯ ตรวจโฆษณาด้วยความเห็นอกเห็นใจ และเปิดโอกาสให้ธุรกิจนำโฆษณา มาให้ตรวจพิจารณาก่อนที่จะนำไปทำ ซึ่งถ้ามีสิ่งใดต้องแก้ไขปรับปรุงจะได้แก้ไขก่อน ธุรกิจจะไม่เสียเงินไปโดยสูญเปล่า