

ปัญหากฎหมายเกี่ยวกับการลงโทษผู้โฆษณาสินค้าหรือบริการ ที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค¹

ปวิญพร พุ่มพวง²

จากการศึกษาเกี่ยวกับปัญหากฎหมายเกี่ยวกับการลงโทษผู้โฆษณาสินค้าหรือบริการที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาประวัติความเป็นมา แนวคิด ทฤษฎี กฎหมาย และมาตรการที่เกี่ยวข้องในการคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณา กรณีการลงโทษผู้โฆษณาสินค้าหรือบริการที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค รวมถึงวิเคราะห์สภาพปัญหาและค้นคว้าแนวทางในการปรับปรุงการบังคับใช้กฎหมายเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคด้านการโฆษณา เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการคุ้มครองผู้บริโภค ซึ่งทำให้ ผู้ศึกษาได้รับความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับประวัติ ความเป็นมา วิวัฒนาการ ตั้งแต่หลัก “ผู้ซื้อต้องระวัง” ต่อมาเมื่อสภาพสังคมและเศรษฐกิจได้เปลี่ยนแปลงไป วิธีการขายสินค้าหรือให้บริการของผู้ประกอบธุรกิจย่อมต้องพัฒนาเพื่อให้ทันต่อสถานการณ์ โดยมีการอ้างอิงสถิติ ตัวเลข ข้อมูลทางวิทยาศาสตร์ เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้กับผู้บริโภค แต่หากพิจารณามุมมองผู้บริโภคแล้วจะพบว่าผู้บริโภคไม่สามารถทราบข้อมูลเชิงลึกตามที่ผู้ประกอบธุรกิจได้โฆษณาไว้ จึงหลงเชื่อตามที่ผู้ประกอบธุรกิจโฆษณา ดังนั้น เพื่อเป็นการคุ้มครองผู้บริโภค หลัก “ผู้ซื้อต้องระวัง” จึงได้เปลี่ยนแปลงไปเป็นหลัก “ผู้ขายต้องระวัง”

ดังนั้น การที่ผู้ประกอบธุรกิจจะกระทำการโฆษณาใดๆ จะต้องกระทำการโดยคำนึงถึงสิทธิของผู้บริโภค ซึ่งในเรื่องของการโฆษณา ผู้บริโภคมีสิทธิที่จะได้รับข้อมูลข่าวสารรวมทั้งคำพรรณนาคุณภาพที่ถูกต้องและเพียงพอเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ ซึ่งผู้ประกอบธุรกิจจะต้องแสดงข้อเท็จจริงเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ต้องการกระทำการโฆษณาให้ผู้บริโภคทราบ ซึ่งเมื่อผู้ประกอบธุรกิจจำเป็นที่จะต้องแข่งขันระหว่างผู้ประกอบธุรกิจด้วยกันเองแล้ว การโฆษณาจึงมีความจำเป็นในการกระตุ้นยอดขาย และการโฆษณายังเป็นการเผยแพร่ข้อมูลออกไปสู่ผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็ว เช่น สื่ออินเทอร์เน็ต สื่อโทรทัศน์ เป็นต้น โดยผู้ประกอบธุรกิจจะต้องใช้วิธีการเพื่อดึงดูดผู้บริโภค เช่น การอ้างอิงสถิติทางวิชาการ การอ้างอิงรายงานทางการแพทย์ เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าหรือบริการได้โดยง่าย เช่น ยาสีฟัน

¹ บทความนี้เรียบเรียงจากการศึกษาอิสระ เรื่อง ปัญหากฎหมายเกี่ยวกับการลงโทษผู้โฆษณาสินค้าหรือบริการที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค โดยมีอาจารย์ที่ปรึกษา คือ รองศาสตราจารย์จรล เลี้ยงวิทยา และคณะกรรมการสอบ คือ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ชรินทร์ เทพสุเมธานนท์ และรองศาสตราจารย์ เรืองยศ แสนภักดี

² นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรนิติศาสตรมหาบัณฑิต (ส่วนกลาง) คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ที่ทันตแพทย์แนะนำให้ใช้, สนุได้รรับรางวัลยอดเยี่ยมอันดับหนึ่ง 12 ปีซ้อน, แผ่นติดหลังโทรศัพท์มาเชื้อไวรัสโคโรนาได้ เป็นต้น ซึ่งจากข้อความโฆษณาดังกล่าวจะเห็นว่า ผู้ประกอบธุรกิจมักจะใช้ข้อความโฆษณาที่มีลักษณะอ้างอิงสถิติ หรือรายงานทางวิชาการว่าสามารถทำได้ ซึ่งเมื่อผู้บริโภคได้พบเห็นข้อความโฆษณาดังกล่าวแล้ว ผู้บริโภคไม่สามารถค้นหาข้อมูลข่าวสารได้ว่าข้อความโฆษณาดังกล่าวเป็นความจริงหรือไม่ แต่หากจะพิจารณาว่าน่าสนใจและตัดสินใจซื้อสินค้าดังกล่าวเพื่อนำมาทดลองใช้ จึงทำให้ผู้บริโภคได้รับความเดือดร้อนเสียหายจากการซื้อสินค้าหรือใช้บริการเป็นอย่างมาก จึงทำให้เกิดปัญหากฎหมายเกี่ยวกับการลงโทษผู้โฆษณาสินค้าหรือบริการที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ซึ่งสรุปได้ ดังต่อไปนี้

ประเด็นปัญหาที่หนึ่ง ปัญหาจากการบังคับใช้กฎหมายทำให้ผู้ประกอบการได้รับโทษสองครั้งในความผิดครั้งเดียว จากการศึกษาพบว่า การบังคับใช้กฎหมายเกี่ยวกับกรณีดังกล่าวมีลักษณะที่ขัดต่อหลักบุคคลไม่ควรได้รับโทษถึงสองครั้งในความผิดเพียงครั้งเดียว อีกทั้ง การบังคับใช้กฎหมายย่อมต้องพิจารณาเจตนาในการกระทำของผู้กระทำความผิดว่าผู้ประกอบการมีเจตนาอย่างไร ซึ่งเมื่อผู้ประกอบการมีเพียงเจตนาโฆษณาครั้งเดียว แต่กลับถูกลงโทษไม่ว่าจะเป็นโทษจำคุกหรือโทษปรับตามกฎหมายอื่นมาแล้ว จึงไม่ควรรับโทษตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 อีก เนื่องจากการกระทำดังกล่าวเป็นการกระทำความผิดผิดกฎหมายหลายบทและเป็นการกระทำที่มีเพียงเจตนาเดียว เพื่อให้เกิดความเป็นธรรมในการบังคับใช้กฎหมาย จึงควรลงโทษผู้กระทำความผิดเพียงกฎหมายใดกฎหมายหนึ่งเท่านั้น

ประเด็นปัญหาประการที่สอง ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ได้ออกกฎกระทรวงกำหนดข้อความโฆษณาสินค้าหรือบริการที่เป็นการไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคหรือที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวม พ.ศ. 2564 โดยได้บัญญัติถึงกรณีที่ผู้ประกอบการที่ต้องการที่จะจัดให้มีการแถมพิก หรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชคซึ่งผู้ประกอบการได้รับอนุญาตจากเจ้าพนักงานตามกฎหมายว่าด้วยการพนันแล้วและให้ผู้ประกอบการจะต้องระบุข้อความโดยมีรายละเอียดตามที่ปรากฏอยู่ในข้อ 6 (2) ซึ่งกรณีดังกล่าวผู้ประกอบการจะต้องระบุวันเดือนปีที่เริ่มต้นและสิ้นสุดของการจัดให้มีการเสี่ยงโชคหรือการประกวดชิงรางวัลหรือข้อความโดยย่อที่ทำให้ผู้บริโภคทราบวันเดือนปีที่เริ่มต้นและสิ้นสุดดังกล่าวได้ และกฎกระทรวงฉบับดังกล่าวได้กำหนดให้ผู้ประกอบการที่มีความประสงค์จะจัดให้มีการให้ของแถมหรือให้สิทธิ์หรือประโยชน์โดยให้เปล่าตามข้อ 7 (2) ซึ่งกรณีดังกล่าวผู้ประกอบการจะต้องระบุวัน เดือน ปี ที่เริ่มต้นและสิ้นสุดของการจัดให้มีการให้ของแถมหรือให้สิทธิ์หรือประโยชน์โดยให้เปล่าหรือข้อความโดยย่อที่ทำให้ผู้บริโภคทราบวันเดือนปีที่เริ่มต้นและสิ้นสุดดังกล่าวได้ แต่ในทางปฏิบัติที่พบเป็นจำนวนมากจากการตรวจสอบผู้ประกอบการพบว่าผู้ประกอบการไม่ได้มีเจตนาที่จะไม่ระบุ

รายละเอียดเงื่อนไขในส่วนของคุณความดังกล่าวไม่ครบถ้วนแต่เป็นกรณีที่คุณประกอบธุรกิจไม่เข้าใจว่ากฎหมายที่ระบุโดยย่อั้นหมายถึงอะไรหรือไม่เข้าใจว่ากฎหมายดังกล่าวนั้นต้องระบุวัน เดือน ปี ที่เริ่มต้นและวัน เดือน ปี ที่สิ้นสุดด้วยทำให้กรณีดังกล่าวเกิดการกระทำความผิดเป็นจำนวนมากและการกระทำดังกล่าวไม่ได้เกิดผลดีกับผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้าและบริการอีกทั้งการลงโทษผู้กระทำความผิดโดยที่ผู้กระทำความผิดไม่ได้มีเจตนาที่จะระบุรายละเอียดไม่ครบถ้วนนั้นแต่เกิดจากความไม่เข้าใจของกฎหมายทำให้การลงโทษผู้ประกอบการในลักษณะนี้เกิดความไม่เป็นธรรมในการบังคับใช้กฎหมายได้

ประเด็นปัญหาประการที่สาม เมื่อผู้ประกอบการกระทำการโฆษณาที่คุณประกอบธุรกิจจะใช้สื่อต่างๆที่มีในปัจจุบันไม่ว่าจะสื่ออินเทอร์เน็ต, สื่อวิทยุโทรทัศน์, สื่อป้ายโฆษณา, สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุหรือสื่อโทรทัศน์เพื่อเข้ามาช่วยดึงดูดผู้บริโภคให้ซื้อสินค้าหรือได้รับบริการของคุณประกอบธุรกิจรายนั้นๆ โดยการระบุข้อความโฆษณานั้นได้มีกฎหมายกำหนดไว้อยู่ในมาตรา 22 แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 โดยกำหนดให้คุณประกอบธุรกิจห้ามระบุข้อความโฆษณาที่มีลักษณะเป็นการไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคหรือข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวมซึ่งกรณีดังกล่าวนี้จะพบว่าโดยส่วนใหญ่แล้วผู้ประกอบการจะใช้การดึงดูดผู้บริโภคโดยการลดแลกแจกแถมสินค้าหรือบริการของตนเพื่อให้ผู้บริโภคมีความสนใจหรือซื้อสินค้าของคุณประกอบธุรกิจรายนั้นๆเป็นจำนวนมากซึ่งจะพบเห็นว่าบางครั้งอาจจะมีการให้ของแถมเช่นหากซื้อรถหนึ่งคันแถมหนึ่งคัน ซึ่งคำว่าหนึ่งคันหมายถึงรถ ซึ่งการใช้ข้อความในลักษณะนี้อาจทำให้ผู้ประกอบการใช้ช่องว่างของกฎหมายเพื่อเอาเปรียบผู้บริโภคได้

ประเด็นปัญหาประการที่สี่ ปัญหาอัตราโทษในการโฆษณาโดยใช้ข้อความที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคหรือข้อความที่ก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวมนั้น จากการศึกษาพบว่า การกระทำความผิดโดยใช้ข้อความโฆษณาที่เป็นการไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคหรือข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวมนั้น แม้ว่าอัตราโทษกำหนดไว้เป็นคดีอาญา และมีการระบุอัตราโทษสำหรับการกระทำความผิดซ้ำตามที่บัญญัติไว้ในมาตรา 47 แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ก็ตามแต่การกระทำที่คุณประกอบธุรกิจมีเจตนาระบุรายละเอียดไม่ครบถ้วนตามมาตรา 22 วรรคสอง (3) (4) และ (5) มิได้มีการระบุรายละเอียดว่าหากผู้ประกอบการกระทำความผิดซ้ำหลายครั้งจะต้องระวางโทษที่หนักขึ้นรวมถึงการกระทำของคุณประกอบธุรกิจโดยระบุรายละเอียดไม่ครบถ้วน บางครั้งสร้างความเสียหายให้กับผู้บริโภคเป็นจำนวนมากแต่เมื่อเปรียบเทียบอัตราโทษที่คุณประกอบธุรกิจต้องได้รับนั้น มักจะไม่สมเหตุสมผลกันและการกระทำของคุณประกอบธุรกิจมักจะสิ้นสุดลงด้วยการเปรียบเทียบความผิดจากสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ทำให้ผู้ประกอบการมองว่าการกระทำความผิดเป็นเรื่องของการลงทุน โดยพิจารณาถึงความคุ้มค่าที่จะได้รับกับเงินที่จะต้องจ่ายค่าปรับ ทำให้เกิดปัญหาในการลงโทษของผู้กระทำการโฆษณาโดยใช้ข้อความ

ที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภครหรือข้อความที่ก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวมไม่สามารถควบคุมหรือลดจำนวนผู้กระทำความผิดได้จริง

จากการศึกษาค้นคว้าปัญหากฎหมายเกี่ยวกับการลงโทษผู้โฆษณาสินค้าหรือบริการที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค ผู้ศึกษาพบว่า มีข้อเสนอแนะ คือ

1. ปัญหาจากการบังคับใช้กฎหมายทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจได้รับโทษสองครั้งในความผิดครั้งเดียวนั้น เนื่องจากผู้ประกอบการดำเนินการโฆษณาเพียงครั้งเดียว แต่ต้องรับโทษจากการกระทำความผิดถึงสองครั้งเพราะบทบัญญัติกฎหมายตามมาตรา 21 ได้วางหลักไว้ว่า ในกรณีที่กฎหมายว่าด้วยการใดได้บัญญัติเรื่องใดไว้โดยเฉพาะแล้ว ให้บังคับตามบทบัญญัติแห่งกฎหมายว่าด้วยการนั้น และให้นำบทบัญญัติในหมวดนี้ไปใช้บังคับได้เท่าที่ไม่ซ้ำหรือขัดกับบทบัญญัติดังกล่าว ผู้ศึกษาเห็นควรเสนอแนะให้แก้ไขเพิ่มเติม มาตรา 21 แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 จากเดิมที่บัญญัติว่า “ในกรณีที่กฎหมายว่าด้วยการใดได้บัญญัติเรื่องใดไว้โดยเฉพาะแล้ว ให้บังคับตามบทบัญญัติแห่งกฎหมายว่าด้วยการนั้น และให้นำบทบัญญัติในหมวดนี้ไปใช้บังคับได้เท่าที่ไม่ซ้ำหรือขัดกับบทบัญญัติดังกล่าว หากการฝ่าฝืนบทบัญญัติที่นำไปใช้นั้นเป็นความผิดและมีโทษตามพระราชบัญญัตินี้ผู้กระทำความผิดต้องรับโทษตามพระราชบัญญัตินี้ด้วย”

แก้เป็น “ในกรณีที่กฎหมายว่าด้วยการใดได้บัญญัติเรื่องใดไว้โดยเฉพาะแล้ว ให้บังคับตามบทบัญญัติแห่งกฎหมายว่าด้วยการนั้น และให้นำบทบัญญัติในหมวดนี้ไปใช้บังคับได้เท่าที่ไม่ซ้ำหรือขัดกับบทบัญญัติดังกล่าว หากการฝ่าฝืนบทบัญญัติที่นำไปใช้นั้น เป็นความผิดและมีโทษตามพระราชบัญญัตินี้ผู้กระทำความผิดต้องรับโทษตามพระราชบัญญัตินี้ด้วย เว้นแต่ หากเป็นการกระทำความผิดกรรมเดียวผิดต่อกฎหมายหลายบทและผู้กระทำความผิดได้รับโทษตามกฎหมายอื่นนอกจากพระราชบัญญัตินี้แล้ว ผู้กระทำความผิดไม่ต้องรับโทษตามพระราชบัญญัตินี้อีก”

2. ปัญหาจากการบังคับใช้ข้อความโดยย่อของผู้ประกอบการธุรกิจที่ทำให้ผู้บริโภคทราบวัน เดือน ปี ที่เริ่มต้นหรือและสิ้นสุดไม่แน่ชัด ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ได้ออกกฎกระทรวงกำหนดข้อความโฆษณาสินค้าหรือบริการที่เป็นการไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคหรือที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวม พ.ศ. 2564 โดยได้บัญญัติถึงกรณีที่ผู้ประกอบการธุรกิจที่ต้องการที่จะจัดให้มีการแถมพวงหรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชคซึ่งผู้ประกอบการได้รับอนุญาตจากเจ้าพนักงานตามกฎหมายว่าด้วยการพนันแล้วและให้ผู้ประกอบการจะต้องระบุข้อความโดยมีรายละเอียดตามที่ปรากฏอยู่ในข้อ 6 (2) ซึ่งกรณีดังกล่าวผู้ประกอบการจะต้องระบุวันเดือนปีที่เริ่มต้นและสิ้นสุดของการจัดให้มีการเสี่ยงโชคหรือการประกวดชิงรางวัลหรือข้อความโดยย่อที่ทำให้ผู้บริโภคทราบวันเดือนปีที่เริ่มต้นและสิ้นสุดดังกล่าวได้ และกฎกระทรวงฉบับดังกล่าวได้กำหนดให้ผู้ประกอบการที่มีความประสงค์จะจัดให้มีการให้ของแถม

หรือให้สิทธิหรือประโยชน์โดยให้เปล่าตามข้อ 7 (2) ซึ่งกรณีดังกล่าวผู้ประกอบการจะต้องระบุ วัน เดือน ปี ที่เริ่มต้นและสิ้นสุดของการจัดให้มีการให้ของแถมหรือให้สิทธิหรือประโยชน์โดยให้เปล่าหรือข้อความโดยย่อที่ทำให้ผู้บริโภคทราบวัน เดือน ปี ที่เริ่มต้นและสิ้นสุดดังกล่าวได้แต่ผู้ประกอบการไม่เข้าใจว่ากฎหมายที่ระบุโดยย่อนั้นหมายถึงอะไรหรือไม่เข้าใจว่ากฎหมายดังกล่าวนั้นต้องระบุวัน เดือน ปี ที่เริ่มต้นและวัน เดือน ปี ที่สิ้นสุดด้วยทำให้กรณีดังกล่าวเกิดก็การกระทำความผิดและเป็นการลงโทษผู้กระทำความผิดโดยที่ผู้กระทำความผิดไม่ได้มีเจตนาที่จะระบุรายละเอียดไม่ครบถ้วน ผู้ศึกษาเห็นควรเสนอแนะให้แก้ไขเพิ่มเติมกฎกระทรวงกำหนดข้อความโฆษณาสินค้าหรือบริการที่เป็นการไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคหรือที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวม พ.ศ. 2564 ข้อ 6 (2) จากเดิมที่บัญญัติว่า “(2) วัน เดือน ปี ที่เริ่มต้นและที่สิ้นสุดของการจัดให้มีการเสี่ยงโชคหรือการประกวดชิงรางวัลหรือข้อความโดยย่อที่ทำให้ผู้บริโภคทราบวัน เดือน ปี ที่เริ่มต้นและที่สิ้นสุดดังกล่าวได้ เว้นแต่ กรณีที่เป็นการโฆษณาทางวิทยุโทรทัศน์ ข้อความที่กำหนดระยะเวลาเริ่มต้นของการเสี่ยงโชคหรือการประกวดชิงรางวัลนั้น จะให้ปรากฏในส่วนที่เป็นภาพหรือในส่วนที่เป็นเสียงอย่างหนึ่งอย่างใดก็ได้ แต่ข้อความที่กำหนดระยะเวลาสิ้นสุดนั้น จะต้องให้ปรากฏทั้งในส่วนที่เป็นภาพและในส่วนที่เป็นเสียง”

แก้เป็น “(2) วัน เดือน ปี ที่เริ่มต้นและวัน เดือน ปี ที่สิ้นสุดของการจัดให้มีการเสี่ยงโชคหรือการประกวดชิงรางวัลหรือข้อความโดยย่อที่ทำให้ผู้บริโภคทราบวัน เดือน ปี ที่เริ่มต้นและวัน เดือน ปี ที่สิ้นสุดดังกล่าวได้ เว้นแต่ กรณีที่เป็นการโฆษณาทางวิทยุโทรทัศน์ ข้อความที่กำหนดระยะเวลาเริ่มต้นของการเสี่ยงโชคหรือการประกวดชิงรางวัลนั้น จะให้ปรากฏในส่วนที่เป็นภาพหรือในส่วนที่เป็นเสียงอย่างหนึ่งอย่างใดก็ได้ แต่ข้อความที่กำหนดระยะเวลาสิ้นสุดนั้น จะต้องให้ปรากฏทั้งในส่วนที่เป็นภาพและในส่วนที่เป็นเสียง”

และข้อ 7 (2) แห่งกฎกระทรวงกำหนดข้อความโฆษณาสินค้าหรือบริการที่เป็นการไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคหรือที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวม พ.ศ. 2564 จากเดิมบัญญัติว่า “(2) วัน เดือน ปี ที่เริ่มต้นและที่สิ้นสุดของการจัดให้มีการให้ของแถม หรือให้สิทธิหรือประโยชน์โดยให้เปล่า หรือข้อความโดยย่อที่ทำให้ผู้บริโภคทราบวัน เดือน ปี ที่เริ่มต้นและสิ้นสุดดังกล่าวได้ เว้นแต่

(ก) กรณีที่เป็นการโฆษณาทางวิทยุโทรทัศน์ ข้อความที่กำหนดระยะเวลาเริ่มต้นของการของแถมหรือให้สิทธิหรือประโยชน์โดยให้เปล่า นั้น จะปรากฏในส่วนที่เป็นภาพหรือในส่วนที่เป็นเสียงอย่างหนึ่งอย่างใดก็ได้ แต่ข้อความที่กำหนดระยะเวลาสิ้นสุดนั้น จะต้องให้ปรากฏทั้งในส่วนที่เป็นภาพและในส่วนที่เป็นเสียง

(ข) กรณีที่เป็นการให้ของแถมโดยการติดของแถมไว้กับสินค้าที่ผู้บริโภคสามารถเห็นของแถมนั้นได้อยู่แล้ว หรือโดยการบรรจุของแถมไว้ในหีบห่อของสินค้านั้นและได้ระบุข้อความไว้ที่หีบห่อบรรจุสินค้านั้นว่าได้จัดให้มีการให้ของแถมพร้อมกับการขายสินค้านั้นแล้ว”

แก้เป็น “(2) วัน เดือน ปี ที่เริ่มต้นและวัน เดือน ปีที่สิ้นสุดของการจัดให้มีการให้ของแถม หรือให้สิทธิหรือประโยชน์โดยให้เปล่า หรือข้อความโดยย่อที่ทำให้ผู้บริโภคทราบวัน เดือน ปีที่เริ่มต้นและวัน เดือน ปี ที่สิ้นสุดดังกล่าวได้เว้นแต่

(ก) กรณีที่เป็นการโฆษณาทางวิทยุโทรทัศน์ ข้อความที่กำหนดระยะเวลาเริ่มต้นของการของแถม หรือให้สิทธิหรือประโยชน์โดยให้เปล่า นั้น จะปรากฏในส่วนที่เป็นภาพหรือในส่วนที่เป็นเสียงอย่างหนึ่งอย่างใดก็ได้ แต่ข้อความที่กำหนดระยะเวลาสิ้นสุดนั้น จะต้องให้ปรากฏทั้งในส่วนที่เป็นภาพและในส่วนที่เป็นเสียง

(ข) กรณีที่เป็นการให้ของแถมโดยการติดของแถมไว้กับสินค้าที่ผู้บริโภคสามารถเห็นของแถมนั้นได้อยู่แล้ว หรือโดยการบรรจุของแถมไว้ในหีบห่อของสินค้านั้นและได้ระบุข้อความไว้ที่หีบห่อบรรจุสินค้านั้นว่าได้จัดให้มีการให้ของแถมพร้อมกับการขายสินค้านั้นแล้ว”

3. ปัญหาของการที่ผู้บริโภคไม่กำหนดขนาดตัวอักษรของสื่อโฆษณาให้ชัดเจนซึ่งอาจทำให้ผู้บริโภคถูกเอาเปรียบจากผู้ประกอบธุรกิจ มาตรา 22 แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 กำหนดให้ผู้ประกอบธุรกิจห้ามระบุข้อความโฆษณาที่มีลักษณะเป็นการไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคหรือข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวม ซึ่งผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะให้แก้ไข เพิ่มเติมกฎกระทรวงกำหนดข้อความโฆษณาสินค้าหรือบริการที่เป็นการไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคหรือที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวม พ.ศ. 2564 ข้อ 11 จากเดิมที่บัญญัติว่า “ข้อความโฆษณาตามข้อ 8 ข้อ 9 และข้อ 10 ที่ไม่ได้แสดงให้เห็น และอ่านได้ชัดเจน หรือมีขนาดความสูงของตัวหนังสือเล็กกว่าสองมิลลิเมตรสำหรับข้อความโฆษณาทางหนังสือพิมพ์และสิ่งพิมพ์ หรือเล็กกว่าหนึ่งในสามของขนาดของตัวหนังสือสูงสุดที่ใช้สำหรับบ้านโฆษณาหรือสื่อโฆษณาอื่นที่มีลักษณะคล้ายคลึงกัน หรือไม่ได้ระบุข้อความที่แสดงว่าผู้บริโภคอาจขอรับรายละเอียดของการโฆษณาได้ที่ใด”

แก้เป็น “ข้อความโฆษณาตามข้อ 5 ข้อ 6 ข้อ 7 ข้อ 8 ข้อ 9 และข้อ 10 ที่ไม่ได้แสดงให้เห็น และอ่านได้ชัดเจน หรือมีขนาดความสูงของตัวหนังสือเล็กกว่าสองมิลลิเมตรสำหรับข้อความโฆษณาทางหนังสือพิมพ์และสิ่งพิมพ์ หรือเล็กกว่าหนึ่งในสามของขนาดของตัวหนังสือสูงสุดที่ใช้สำหรับบ้านโฆษณาหรือสื่อโฆษณาอื่นที่มีลักษณะคล้ายคลึงกัน หรือไม่ได้ระบุข้อความที่แสดงว่าผู้บริโภคอาจขอรับรายละเอียดของการโฆษณาได้ที่ใด”

4. ปัญหาอัตราโทษในการโฆษณาโดยใช้ข้อความที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคหรือข้อความที่ก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวมนั้น ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะให้แก้ไขเพิ่มเติมมาตรา 48 แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 จากเดิมที่บัญญัติว่า “ผู้ใดโฆษณาโดยใช้ข้อความตามมาตรา 22 วรรคสอง (3) หรือ (4) หรือข้อความตามที่กำหนดในกฎกระทรวงที่ออกตามมาตรา 22 วรรคสอง (5) หรือฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามมาตรา 23 มาตรา 24 มาตรา 25 หรือมาตรา 26 ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสามเดือนหรือปรับไม่เกินหกหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ”

แก้เป็น “ผู้ใดโฆษณาโดยใช้ข้อความตามมาตรา 22 วรรคสอง (3) หรือ (4) หรือข้อความตามที่กำหนดในกฎกระทรวงที่ออกตามมาตรา 22 วรรคสอง (5) หรือฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามมาตรา 23 มาตรา 24 มาตรา 25 หรือมาตรา 26 ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสามเดือนหรือปรับไม่เกินหกหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

ถ้าผู้กระทำความผิดตามวรรคหนึ่งกระทำความผิดซ้ำอีกตามมาตรา 22 วรรคสอง (3) หรือ (4) หรือข้อความตามที่กำหนดในกฎกระทรวงที่ออกตามมาตรา 22 วรรคสอง (5) ผู้กระทำความผิดต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหกเดือนหรือปรับไม่เกินหนึ่งแสนสองหมื่นบาทหรือทั้งจำทั้งปรับ”

เอกสารอ้างอิง

เสรี วงษ์มณฑา. **หลักการโฆษณา**. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ Diamond in Business World, 2546.

สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค. **คู่มือผู้โฆษณา**. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค, 2534.

สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค. **พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค**. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค, 2564.

สุขุม ศุภนิธย์. **คำอธิบายกฎหมายเกี่ยวกับการโฆษณา**. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์นิติบรรณาการ, 2543.