

ประกาศสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค
เรื่อง แนวทางการโฆษณาผลิตภัณฑ์ไล่หรือกำจัดแมลง ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒

โดยที่ปัจจุบันสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคได้ตรวจพบการโฆษณาผลิตภัณฑ์ไล่หรือกำจัดแมลง ซึ่งทำให้ผู้บริโภคเกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับสินค้า ทั้งนี้เนื่องจากผู้ประกอบธุรกิจได้เติมสารแต่งกลิ่นที่สกัดจากธรรมชาติหรือสารแต่งกลิ่นเคมีสังเคราะห์ที่ให้กลิ่นหอมใกล้เคียงกับกลิ่นของดอกไม้ พืช ผลไม้ หรือกลิ่นอื่นๆ เข้าไปในส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ไล่หรือกำจัดแมลง ประกอบกับผู้ประกอบธุรกิจมักนำภาพดอกไม้ พืช ผลไม้ หรือสิ่งอื่นเข้ามาประกอบในการโฆษณา ทำให้ผู้บริโภคเกิดความเข้าใจผิดว่าผลิตภัณฑ์ดังกล่าวมีความปลอดภัยในการใช้ ไม่มีสารเคมีที่เป็นอันตราย และสารแต่งกลิ่นเหล่านั้นมีคุณสมบัติในการไล่หรือกำจัดแมลง ผู้บริโภคจึงขาดความระมัดระวังในการปฏิบัติตามวิธีใช้ และคำเตือนที่ปรากฏในฉลากสินค้า รวมทั้งมีการโฆษณาในลักษณะอื่นที่มีผลทำให้ผู้บริโภคขาดความระมัดระวังไม่ปฏิบัติตามวิธีใช้และคำเตือนที่ปรากฏในฉลากสินค้าด้วยเช่นกัน

ดังนั้น เพื่อให้การโฆษณาผลิตภัณฑ์ไล่หรือกำจัดแมลงเป็นธรรมต่อผู้บริโภค และให้ผู้ประกอบธุรกิจได้มีแนวทางที่ถูกต้องในการจัดทำโฆษณาและทำการโฆษณาผลิตภัณฑ์ดังกล่าว อาศัยอำนาจตามมาตรา ๒๐ (๗) แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒ คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา ในการประชุมครั้งที่ ๑๑/๒๕๕๕ เมื่อวันที่ ๒๐ สิงหาคม ๒๕๕๕ ได้มีมติมอบหมายให้สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประกาศแนวทางการโฆษณาผลิตภัณฑ์ไล่หรือกำจัดแมลง ดังต่อไปนี้

ข้อ ๑ หากผลิตภัณฑ์มีส่วนประกอบของสารแต่งกลิ่นที่สกัดจากธรรมชาติหรือสารแต่งกลิ่นเคมีสังเคราะห์ที่ให้กลิ่นหอมใกล้เคียงกับกลิ่นของดอกไม้ พืช ผลไม้ หรือกลิ่นอื่นๆ ซึ่งได้รับอนุญาตจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาแล้ว การใช้ภาพ เสียง หรือข้อความในการโฆษณา ไม่ควรมีลักษณะเชิญชวนให้ผู้บริโภคสูดดม เนื่องจากอาจทำให้ผู้บริโภคเข้าใจผิดว่ากลิ่นดังกล่าวสามารถสูดดมได้โดยปลอดภัย หรือไม่ควรมีลักษณะที่ทำให้ผู้บริโภคเข้าใจผิดว่าสารแต่งกลิ่นเหล่านั้นมีคุณสมบัติในการไล่หรือกำจัดแมลง

ข้อ ๒ ไม่ควรใช้ข้อความว่า “หอม” ในการโฆษณา เนื่องจากอาจทำให้ผู้บริโภคเข้าใจผิดว่ามีความปลอดภัยจากการสูดดม

ข้อ ๓ การโฆษณาไม่ควรมีภาพการสูดดมผลิตภัณฑ์ หรือใช้ข้อความในการโฆษณาในลักษณะเชิญชวนให้สูดดม

ข้อ ๔ ไม่ควรแสดงการฉีดพ่นผลิตภัณฑ์ในลักษณะที่เหมือนกับการฉีดโดยตรงใส่ตัวบุคคลหรือในลักษณะเดียวกัน

ข้อ ๕ มีข้อแนะนำคือการแสดงการฉีดพ่นผลิตภัณฑ์ของผู้ใช้ ควรสวมถุงมือและหน้ากากหรือผ้าปิดปากและจมูก และปฏิบัติตามวิธีการใช้อื่นที่ปรากฏในฉลากผลิตภัณฑ์

ข้อ ๖...

ข้อ ๖ ไม่ควรแสดงภาพหรือโฆษณาในลักษณะใดๆ ที่เป็นการใช้ผลิตภัณฑ์ในทางที่ผิดจากคำแนะนำใช้ผลิตภัณฑ์ในฉลากหรือมีลักษณะที่ทำให้ความปลอดภัยในการใช้ผลิตภัณฑ์ลดลง

ข้อ ๗ ไม่ควรนำเด็กมาเป็นนักแสดงในการโฆษณาผลิตภัณฑ์ เนื่องจากอาจสื่อให้ผู้บริโภคเข้าใจผิดว่าผลิตภัณฑ์มีความปลอดภัยสำหรับเด็ก

ข้อ ๘ การใช้ข้อความว่า “ฉีดทีเดียวตายเรียบ” “กำจัดแมลงร้ายเต็มประสิทธิภาพ” “ได้ผลเด็ดขาด” “ไม่เป็นอันตราย” “ปลอดภัย” “ไม่เป็นพิษ” “ออกฤทธิ์แรง” “ได้ผล ๑๐๐%” หรือข้อความอื่นในลักษณะที่สื่อถึงประสิทธิภาพในการกำจัดแมลง ต้องมีผลการทดสอบที่เชื่อถือได้และทดสอบในสภาวะความเป็นจริงมาประกอบการโฆษณา

ข้อ ๙ ไม่ควรใช้ข้อความว่า “มั่นใจ” เนื่องจากอาจทำให้ผู้บริโภคไม่มีความระมัดระวังในการใช้ผลิตภัณฑ์

ข้อ ๑๐ ข้อความที่แสดงคำเตือนหรือวิธีการใช้งาน ควรปฏิบัติดังนี้

(๑) สื่อหนังสือพิมพ์หรือสิ่งพิมพ์ ให้ใช้ตัวอักษรที่เห็นและอ่านได้ชัดเจนตัดกับสีพื้น มีขนาดไม่น้อยกว่าหนึ่งในสี่ของขนาดตัวอักษรข้อความที่เป็นสาระสำคัญ ทั้งนี้ควรมีขนาดไม่เล็กกว่า ๒ มิลลิเมตร และควรอยู่ใกล้ข้อความที่เป็นสาระสำคัญนั้น

(๒) สื่อป้ายโฆษณา ให้ใช้ตัวอักษรที่เห็นและอ่านได้ชัดเจนตัดกับสีพื้นมีขนาดความสูงของตัวอักษรไม่น้อยกว่าหนึ่งในสามของขนาดตัวอักษรสูงสุด

(๓) สื่อวิทยุกระจายเสียง ให้ฟังได้ชัดเจนและเข้าใจได้โดยใช้ความเร็วและจังหวะในการพูดเช่นเดียวกับการพูดข้อความที่โฆษณา

(๔) สื่อวิทยุโทรทัศน์ สื่อโทรทัศน์ระบบบอกรับการเป็นสมาชิก (เคเบิ้ลทีวี) สื่อภาพยนตร์ และสื่อวีดิทัศน์ ให้แสดงอักษรลอย (Superimpose) เป็นเวลาไม่น้อยกว่า ๕ วินาที ด้วยตัวอักษรที่เห็นและอ่านได้ชัดเจนตัดกับสีพื้น มีขนาดความสูงของตัวอักษรไม่น้อยกว่าหนึ่งในยี่สิบห้าส่วนขนาดความสูงของจอภาพ และควรให้เห็นได้โดยชัดเจน

ประกาศ ณ วันที่ ๓๐ พฤศจิกายน พ.ศ.๒๕๕๕

(นายจิรชัย มูลทองโร่ย)
เลขาธิการคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค