โฆษณาอย่างไรให้ถูกต้อง



หัวใจสำคัญการโฆษณาคือข้อความโฆษณาจะต้องสะดุดตาดูน่าสนใจ สามารถดึงความสนใจตั้งแต่แรกเห็น เพื่อดึงดูดลูกค้าให้หยุดอ่านแล้วอยากติดตามสินค้าหรือผลิตภัณฑ์นั้น ๆ การจัดโปรโมชั่นส่งเสริมการขายก็เป็นส่วนหนึ่งที่กระตุ้นความสนใจ โดยมุ่งเน้นการสร้างความคุ้มค่านำเสนอให้เห็นถึงความคุ้มค่าที่จะซื้อสินค้าเหล่านั้น โดยใช้วิธีการด้วยคำว่า **"ลด แลก แจก แถม"** การลดราคา เช่น ลด 50% ลด 70% ลด 90% เป็นต้น ซึ่งจะกระตุ้นความรู้สึกเร่งด่วนหากไม่รีบซื้อสินค้าจะหมดไป หรือการลดราคานั้นจะสิ้นสุดลงเสียก่อน เช่น หมดเขตลดราคาวันที่.. ลดราคาแค่วันนี้วันเดียว ด่วนห้ามพลาด.. โอกาสสุดท้าย.. สินค้ามีจำนวนจำกัด.. ฟรี (Free) เช่น ซื้อ1 ฟรี 1 , ฟรีค่าจัดส่ง, ซื้อ 2 ฟรี 1, ซื้อ 1 แถม 1 เป็นต้น

ทั้งนี้ผู้ประกอบธุรกิจมีหน้าที่จะต้องทำการโฆษณาให้ถูกต้องตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒ และประกาศสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค เรื่องแนวทางการโฆษณาลดราคาสินค้าหรือบริการ ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒ ดังนี้

๑. ระบุหลักเกณฑ์ วิธีการ เงื่อนไข หรือข้อกำหนดในการลดราคา วัน เดือน ปี ที่เริ่มต้นและสิ้นสุดของการจัดให้มีการลดราคา

๒. ระบุจำนวนสินค้าหรือบริการที่มีการลดราคาให้ชัดเจน

๓. ในกรณีมีเงื่อนไขอื่น เช่น ยังไม่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม ค่าติดตั้ง และค่าขนส่งสินค้าควรแสดงให้ครบถ้วนชัดเจน

๔. ในกรณีที่สินค้าหรือบริการที่นำมาลดราคาหมดลงก่อนครบกำหนดระยะเวลาผู้ประกอบธุรกิจควรแจ้งให้ผู้บริโภคทราบทันที



๕ ในกรณีมีของแถมจะต้องแจ้งเงื่อนไขในการได้รับของแถมให้ชัดเจน รวมถึงราคาและระยะเวลาในการรับของแถมนั้นด้วย

๖. ไม่ควรใช้ข้อความว่าผู้ประกอบธุรกิจขอสงวนสิทธิ์เปลี่ยนแปลงรายละเอียดของการลดราคาสินค้าหรือบริการ เนื่องจากถือได้ว่าเป็นการใช้ข้อความที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค

๗. ราคาสินค้าหรือบริการที่แสดงหรือปรากฏต่อผู้บริโภค ควรเป็นราคาที่ปรับลดลงแล้วจากราคาขายปกติ มิใช่ปรับราคาขายปกติให้สูงขึ้นแล้วนำมาโฆษณาว่าลดราคาสินค้าหรือบริการ

เมื่อผู้ประกอบธุรกิจได้ทำหน้าที่แล้ว ผู้บริโภคเองก็มีหน้าที่ตรวจสอบข้อมูล ศึกษาเงื่อนไขในโฆษณาสินค้าและบริการนั้น โดยใช้สิทธิของตนในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าหรือบริการ และเก็บรวบรวมเอกสารหลักฐานต่าง ๆ ไว้ป้องกันการถูกละเมิดสิทธิหรือเพื่อการเรียกร้องตามสิทธิของตน

.....

ดูอย่างไรให้ได้ของแท้?

ประวัติศาสตร์เครื่องประดับของไทย มีการค้นพบที่น่าสนใจหลายประการมาเป็นระยะ เช่น มีการขุดพบสร้อยคอและกำไลที่ทำจากเปลือกหอยหรือกระดูกสัตว์อยู่ภายในหลุมศพของทั้งมนุษย์ผู้ชายและผู้หญิง



เครื่องประดับในสมัยก่อนประวัติศาสตร์ถูกสร้างขึ้นมาไม่ใช่แค่เพื่อแสดงทักษะฝีมืออันวิจิตร หรือเพื่อตกแต่งร่างกายภายนอกเท่านั้น ตามหลักฐานทางโบราณคดีและมานุษยวิทยาเกี่ยวกับศิลปะเครื่องประดับ พอจะสรุปได้ว่าเครื่องประดับเป็นวิธีการแรกๆ ที่มนุษย์ใช้ในการแสดงออกทางสุนทรีภาพ

แต่การเลือกซื้อเครื่องประดับหนึ่งชิ้นมีรายละเอียดมากมาย ทำให้ผู้ซื้อที่ไม่มีความรู้อาจประสบปัญหาในการเลือกซื้อ ดังนั้นในปัจจุบันจึงมีการใช้ระบบ “ใบรับประกัน” หรือที่นิยมเรียกว่า “ใบเซอร์”(Certificate) แนบไปกับสินค้า เพื่อให้ลูกค้าได้ทราบว่าเครื่องประดับชิ้นนี้เป็นของแท้ มีคุณภาพจริง ทำให้ลูกค้ามั่นใจได้ว่าเครื่องประดับที่ซื้อไปนั้นมีลักษณะ มีชนิดและน้ำหนักของโลหะชนิดและน้ำหนัก (หรือกะรัต) ของอัญมณีตลอดจนรายละเอียดต่างๆ ตรงกับตามที่ทางร้านได้โฆษณาไว้ ซึ่งลูกค้าย่อมสามารถนำไปตรวจสอบกับที่อื่นๆ ได้ว่าเครื่องประดับชิ้นนี้มีรายละเอียดตรงตามใบรับประกันหรือไม่ “ใบรับประกัน”นับว่ามีความสำคัญมาก โดยเฉพาะในส่วนที่เกี่ยวข้องกับอัญมณีราคาสูง เช่น “เพชร” ที่แม้จะมีขนาดเล็กมากแต่ราคากลับสูงมาก ทั้งยังมีรายละเอียดมากมายทั้งน้ำหนัก ความใส การเจียระไน และสี ส่วนเพชรที่ไม่มีใบรับประกันแม้จะมีราคาถูกกว่ามากแต่ก็ควรจะหลีกเลี่ยง เพราะไม่อาจรู้ได้ว่าเครื่องประดับเพชรชิ้นนี้มีที่มาที่ไปอย่างไร เพราะเมื่อสินค้ามีราคาสูงย่อมมีการปลอมแปลง “ใบรับประกัน” ได้เหมือนกัน ผู้ซื้อจึงต้องระมัดระวังและตรวจสอบทั้งในส่วนของผู้ค้าและสินค้านั้นๆ ประกอบการตัดสินใจด้วย



สคบ. ได้ออกประกาศคณะกรรมการว่าด้วยฉลาก ฉบับที่ ๗ (พ.ศ. ๒๕๔๔) เรื่อง ให้อัญมณีเจียระไน และเครื่องประดับอัญมณีเจียระไน เป็นสินค้าที่ควบคุมฉลาก เพื่อให้ผู้ซื้อได้รับความสะดวกในการตัดสินใจซื้อ เพราะฉลากของสินค้าจะต้องระบุข้อมูลที่สำคัญและจำเป็น คือ ชื่อ หรือเครื่องหมายการค้า ของผู้ผลิต ผู้จำหน่าย หรือผู้นำเข้าแล้วแต่กรณี หากนำเข้ามาต้องระบุประเทศที่ผลิต ส่วนสำคัญคือ “ห้าม” ใช้ชื่อของอัญมณีธรรมชาติ ในฉลากหากอัญมณีนั้นไม่ใช่อัญมณีธรรมชาติจริง เช่น มรกตเทียม เพชรสังเคราะห์ โดยให้ระบุว่าเป็นอัญมณีเลียนแบบหรืออัญมณีสังเคราะห์แล้วแต่กรณี รวมถึงการแสดงน้ำหนักอัญมณีโดยระบุหน่วยเป็นกะรัต (ใช้สัญลักษณ์ ct) รวมถึงปริมาณความบริสุทธิ์ของทองรูปพรรณที่ใช้ขึ้นรูปหน่วยเป็นเปอร์เซนต์หรือร้อยละ และการระบุราคาจำหน่าย

.....

ปมพิพาท... กับสัญญาซื้อขายรถ

CASE STUDY

"รู้หรือไม่...คำโฆษณาถือเป็นสัญญาประเภทหนึ่ง"



คำพิพากษาศาลฎีกาที่ 7705/2544

โจทก์กับจำเลยทำสัญญาซื้อขายรถยนต์พิพาท จำเลยมีหน้าที่ต้องปฏิบัติตามแผ่นปลิวโฆษณาเชิญชวนให้ซื้อรถยนต์ของจำเลยที่ระบุว่ารับโทรศัพท์มือถือฟรี พร้อมประกันภัยชั้น 1 ซึ่งข้อความตามแผ่นปลิวโฆษณาดังกล่าวถือว่าเป็นเงื่อนไขในข้อเสนอขายของจำเลย จำเลยจึงต้องส่งมอบโทรศัพท์มือถือและทำสัญญาประกันภัยชั้นหนึ่งให้ทั้งต้องดำเนินการเพื่อให้โจทก์ทำสัญญาเช่าซื้อรถยนต์พิพาทด้วยตามเงื่อนไขในข้อเสนอขาย เมื่อจำเลยละเลยไม่ชำระหนี้ให้ถูกต้อง ทั้งต่อมายังนำรถยนต์พิพาทกลับไปไว้ในความครอบครอง การกระทำของจำเลยจึงเป็นการผิดสัญญาต่อโจทก์และต่อมาโจทก์มีหนังสือบอกเลิกสัญญาทั้งฟ้องคดี จึงถือได้ว่าสัญญาซื้อขายรถยนต์พิพาทเลิกกันโดยปริยาย อันมีผลให้คู่สัญญากลับคืนสู่ฐานะเดิมตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 391 วรรคหนึ่ง และจำเลยต้องส่งคืนเงินมัดจำแก่โจทก์ตามมาตรา 378(3)

สคบ. 1166 www.ocpb.go.th
สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค
Office of the Consumer Protection Board


คำสั่งคณะกรรมการว่าด้วยความปลอดภัยของสินค้าและบริการ ที่ 3/2565 เรื่อง ห้ามขายสินค้าลูกโป่งบรรจุก๊าซไฮโดรเจน
ลูกโป่งบรรจุก๊าซไฮโดรเจนมีความไวไฟสูงติดไฟง่าย ไม่มีสี ไม่มีกลิ่น เมื่อกระทบกับความร้อนหรือประกายไฟ
ทำให้เกิดการระเบิด และหากนำมารวมกันหลายๆ ลูกยิ่งอันตรายมาก เพราะปริมาณก๊าซมากขึ้น หากเกิด
การระเบิดหนึ่งลูกก็จะมีการระเบิดต่อไปเรื่อยๆ จะเกิดเปลวไฟและมีความร้อนสูง "อันตรายถึงชีวิต"
ควรเลือกใช้ลูกโป่งบรรจุก๊าซฮีเลียมราคาอาจสูงกว่าบ้าง...แต่ไม่ทำลายล้างความสุข
CIRCUS
TICKETS
WELCOME TO THE CARNIVAL
H_2
ลูกโป่งบรรจุก๊าซไฮโดรเจน
“ห้ามขาย” อันตรายถึงชีวิต
1166
Pantip
TikTok
www.ocpb.go.th
สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค
ฝ่ายเผยแพร่วิชาการและพัฒนาเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค