



ประกาศสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

เรื่อง แนวทางการโฆษณาลดราคาสินค้าหรือบริการ ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒

โดยที่ปัจจุบันสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคได้รับการร้องเรียนจากผู้บริโภคเป็นจำนวนมากและต่อเนื่องมาโดยตลอดว่า ผู้ประกอบธุรกิจประเภทค้าปลีกและค้าส่งมีการจัดรายการส่งเสริมการขายหรือการให้บริการด้วยการใช้ข้อความโฆษณาลดราคาสินค้าหรือบริการเพื่อจูงใจผู้บริโภค แต่เมื่อผู้บริโภคได้เดินทางไปซื้อสินค้าหรือรับบริการ ปรากฏว่า ยังมีผู้ประกอบธุรกิจไม่ปฏิบัติตามโฆษณา เช่น สินค้าหรือบริการที่ลดราคาไม่มีจำหน่าย ไม่มีการให้บริการ หรือมีการจำกัดการซื้อหรือรับบริการโดยที่ไม่ได้แจ้งข้อความดังกล่าวไว้ในสื่อโฆษณาให้ทราบ นอกจากนี้ยังพบว่ามีการจัดรายการลดราคาสินค้าหรือบริการโดยไม่ได้แจ้งระยะเวลาที่เริ่มต้นและสิ้นสุด และเมื่อผู้บริโภคสอบถาม ได้รับแจ้งว่าสินค้าหมดระยะเวลาแล้ว จากข้อเท็จจริงดังกล่าว ทำให้ผู้บริโภครู้สึกว่าถูกหลอกลวงและเสียเวลาไปซื้อสินค้าหรือบริการ

ดังนั้น เพื่อให้การโฆษณาสินค้าหรือบริการเป็นธรรมต่อผู้บริโภค และให้ผู้ประกอบธุรกิจได้มีแนวทางที่ถูกต้องในการโฆษณาสินค้าหรือบริการตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒ อาศัยอำนาจตามมาตรา ๒๐ (๗) แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒ คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา ในการประชุมครั้งที่ ๖/๒๕๕๕ เมื่อวันที่ ๒๓ เมษายน ๒๕๕๕ มีมติมอบหมายให้สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ประกาศแนวทางในการโฆษณาลดราคาสินค้าหรือบริการตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒ ดังต่อไปนี้

ข้อ ๑ ระบุหลักเกณฑ์ วิธีการ เงื่อนไข หรือข้อกำหนดในการลดราคา วัน เดือน ปี ที่เริ่มต้นและสิ้นสุดของการจัดให้มีการลดราคา

ข้อ ๒ ระบุจำนวนสินค้าหรือบริการที่มีการลดราคาให้ชัดเจน หากเป็นกรณีที่ผู้ประกอบธุรกิจมีสาขาของสถานที่จำหน่ายหรือบริการที่ลดราคาหลายสาขา ให้ระบุจำนวนและรายการของสินค้าหรือบริการที่มีในแต่ละสาขาด้วย

ข้อ ๓ ในกรณีมีเงื่อนไขอื่น เช่น ยังไม่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม ค่าติดตั้ง และค่าขนส่งสินค้า ควรแสดงให้ครบถ้วนชัดเจน

ข้อ ๔ ข้อความตามข้อ ๑ ข้อ ๒ และข้อ ๓ ควรปฏิบัติดังนี้

(๑) สื่อนั่งสีพิมพ์หรือสิ่งพิมพ์ ให้ใช้ตัวอักษรที่เห็นและอ่านได้ชัดเจนตัดกับสีพื้น มีขนาดไม่น้อยกว่าหนึ่งในสี่ของขนาดตัวอักษรข้อความที่เป็นสาระสำคัญ ทั้งนี้ควรมีขนาดไม่เล็กกว่า ๒ มิลลิเมตร และควรอยู่ใกล้ข้อความที่เป็นสาระสำคัญนั้น

(๒) สื่อป้ายโฆษณา ให้ใช้ตัวอักษรที่เห็นและอ่านได้ชัดเจนตัดกับสีพื้นมีขนาดความสูงของตัวอักษรไม่น้อยกว่าหนึ่งในสามของขนาดตัวอักษรสูงสุด

(๓) สื่อวิทยุกระจายเสียง ให้ฟังได้ชัดเจนและเข้าใจได้โดยใช้ความเร็วและจังหวะในการพูดเช่นเดียวกับการพูดข้อความที่โฆษณา

(๔) สื่อวิทยุ...

(๔) สื่อวิทยุโทรทัศน์ และโทรทัศน์ระบบบอกรับการเป็นสมาชิก (เคเบิลทีวี) โรงภาพยนตร์ และสื่อวีดิทัศน์ ให้แสดงอักษรลอย (Superimpose) เป็นเวลาไม่น้อยกว่า ๕ วินาที ด้วยตัวอักษรที่เห็นและอ่านได้ชัดเจนตัดกับสีพื้น มีขนาดความสูงของตัวอักษรไม่น้อยกว่าหนึ่งในยี่สิบห้าส่วน ขนาดความสูงของจอภาพ และควรให้เห็นได้โดยชัดเจน

(๕) สื่อประเภทอื่น ข้อความหรือภาพควรแสดงให้อ่านหรือเห็นได้ชัดเจนทำให้บุคคลทั่วไปเข้าใจความหมายได้

ข้อ ๕ ในกรณีที่สินค้าหรือบริการที่นำมาลดราคาหมดลงก่อนครบกำหนดระยะเวลา ผู้ประกอบธุรกิจควรแจ้งให้ผู้บริโภคทราบทันที ณ ชั้นวางสินค้า หรือจุดจำหน่าย หรือจุดให้บริการ โดยแสดงให้เห็นอย่างชัดเจน

ข้อ ๖ ไม่ควรใช้ข้อความว่าผู้ประกอบธุรกิจขอสงวนสิทธิเปลี่ยนแปลงรายละเอียดของการลดราคาสินค้าหรือบริการ เนื่องจากอาจถือได้ว่าเป็นการใช้ข้อความที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค

ข้อ ๗ ราคาสินค้าหรือบริการที่แสดงหรือปรากฏต่อผู้บริโภค ควรเป็นราคาที่ปรับลดลงแล้วจากราคาขายปกติ มิใช่ปรับราคาขายปกติให้สูงขึ้นแล้วนำมาโฆษณาว่าลดราคาสินค้าหรือบริการ

ประกาศ ณ วันที่ ๒๑ พฤษภาคม พ.ศ. ๒๕๕๕



(นายนิโรธ เจริญประกอบ)

เลขาธิการคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค