

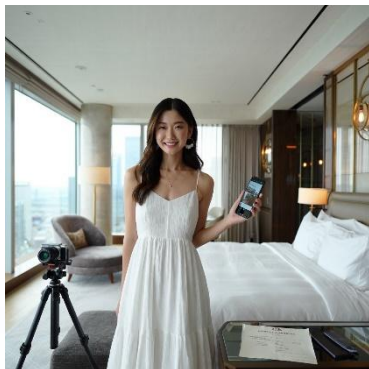
Consumer Protection

บทความ



ชี้นำความคิด...ถูกผิดต้องรู้(กฎหมาย)

กฤติกร แจ่มตระกูล
นักประชาสัมพันธ์



ในยุคที่ผู้คนโด่งดังได้ในชั่วข้ามคืน อินฟลูเอนเซอร์ (Influencer) กลายเป็นเทรนด์ใหม่บนโลกออนไลน์ ชี้นำความคิดและกำหนดพฤติกรรมผู้คน แต่เบื้องหลังเสียงชื่นชมและยอดไลก์ถล่มทลายที่ได้กลัมนั้น กลับกลายเป็นช่องว่างทำให้เกิดการนำเอาความเชื่อผิดมาฉวยโอกาส หลอกลวงประชาชน การโฆษณาแฝง (Native Advertising) คือ กลยุทธ์การตลาดที่ซ่อนตัวอยู่ในทุกองูของเนื้อหาจนบางครั้งแทบแยกไม่ออกว่าอะไรคือความจริงหรืออะไรคือการโฆษณา เช่น อินฟลูเอนเซอร์ด้านการท่องเที่ยวโพสต์ภาพห้องพักสวยหรูพร้อมเล่าเรื่องราวน่าประทับใจ โดยไม่ปรากฏคำว่า “ได้รับการสนับสนุนหรือสปอนเซอร์ (Sponsored)” ผู้ติดตามอาจหลงเชื่อว่าเป็นเพียงการแบ่งปันประสบการณ์และอยากที่จะไปสัมผัสด้วยตัวเอง โดยไม่รู้ตัวว่าได้ตกเป็นเหยื่อของการตลาดไปเสียแล้ว

ประกาศคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา เรื่อง แนวทางการใช้ข้อความโฆษณาที่มีลักษณะเป็นการยืนยันข้อเท็จจริงอันยากแก่การพิสูจน์ และแนวทางการพิสูจน์เพื่อแสดงความจริงเกี่ยวกับข้อความโฆษณา พ.ศ. ๒๕๖๕ จึงมีการควบคุมการโฆษณาสินค้าหรือบริการที่ใช้ข้อความไม่ว่าจะเป็นภาพนิ่งหรือภาพเคลื่อนไหว ที่สร้างหรือปรับแต่งด้วยโปรแกรมหรือปัญญาประดิษฐ์ (AI) ส่งผลให้ภาพสินค้าหรือบริการ ไม่ตรงกับที่มีการจำหน่ายหรือให้บริการจริงก่อให้เกิดความเข้าใจผิด เกี่ยวกับสภาพ คุณภาพ ปริมาณ หรือสาระสำคัญประการอื่นอันเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ ดังนั้นผู้ประกอบการและผู้กระทำการโฆษณาต้องปฏิบัติ ดังนี้

- ผู้ประกอบการหรือผู้กระทำการโฆษณาต้องได้รับอนุญาตจากหน่วยงาน ตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ในกรณีที่มีกฎหมายบัญญัติไว้เป็นการเฉพาะแล้วว่าต้องได้รับอนุญาตก่อนทำการโฆษณา

- การใช้ข้อความโฆษณาสินค้าหรือบริการที่มีการแสดงขนาด ปริมาณ ปริมาตร จำนวน หรือส่วนประกอบของสินค้าหรือบริการ ไม่ว่าจะกระทำทางสื่อโฆษณาใด ไม่ว่าจะเป็ภาพนิ่งหรือภาพเคลื่อนไหวที่ปรากฏในโฆษณาจะต้องตรงกับสินค้าหรือบริการที่ขายหรือให้บริการตามความเป็นจริง

- ถ้าภาพนิ่งหรือภาพเคลื่อนไหวถูกสร้างหรือปรับแต่งด้วยโปรแกรมต่าง ๆ หรือปัญญาประดิษฐ์ (AI) ผู้ประกอบการหรือผู้กระทำการโฆษณาต้องแสดงข้อความให้ผู้บริโภคทราบว่า (AI) ภาพนิ่งหรือภาพเคลื่อนไหวดังกล่าวมีการใช้โปรแกรมในการสร้างหรือปรับแต่งหรือปัญญาประดิษฐ์ เช่น “ภาพจริงหรือภาพจำลองจากของจริง โดยใช้ปัญญาประดิษฐ์ (AI) ปรับแต่งภาพ” “ภาพถ่ายจากสถานที่จริง หรือภาพจำลองจากของจริงโดยใช้ปัญญาประดิษฐ์ (AI) ปรับแต่ง” “ภาพถ่ายจากสินค้าจริงหรือภาพจำลอง จากของจริง โดยมีการปรับแต่ง” “ภาพสร้างโดย AI” “ภาพเคลื่อนไหวสร้างโดย AI” โดยต้องแสดง ให้สามารถเห็น ฟัง หรืออ่านได้อย่างชัดเจนตามประเภทของสื่อโฆษณา

ทั้งนี้หากผู้บริโภคไม่ได้รับความเป็นธรรมในการซื้อสินค้าหรือใช้บริการ สามารถรับคำปรึกษาได้ที่ สายด่วน สคบ. ๑๖๖๖ หรือร้องทุกข์ผ่านเว็บไซต์ www.ocpb.go.th หรือ แอปพลิเคชัน OCPB Connect



WEBSITE “OCPB CONNECT”

ประกาศคณะกรรมการว่า
แนวทางการใช้ข้อความโฆษณา...



สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค กองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคและสื่อสารองค์กร