

บทที่ 3

มาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจการขายตรงอาหารเสริมที่เกี่ยวข้อง

1. พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ.2545

ได้กำหนดหลักเกณฑ์ต่าง ๆ เกี่ยวกับการขายตรงคือ ประกอบธุรกิจการจำหน่ายสินค้าหรือบริการในลักษณะของการนำเสนอขายต่อผู้บริโภคโดยตรง ณ ที่อยู่อาศัยหรือสถานที่ทำงานของผู้บริโภค หรือของผู้อื่น หรือสถานที่อื่นที่มีใช้สถานที่ประกอบการค้าอันเป็นปกติธุระ โดยการอธิบายหรือการสาธิตสินค้าผ่านผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรงชั้นเดียว หรือหลายชั้น แต่ไม่รวมถึงนิติกรรมตามที่กำหนดในกฎกระทรวง โดยเป็นการทำตลาดแบบตรง คือการทำตลาดสินค้าหรือบริการในลักษณะของการใช้สื่อสารข้อมูล เพื่อเสนอขายสินค้าหรือบริการ โดยตรงต่อผู้บริโภค ซึ่งอยู่ห่างโดยระยะทางและมุ่งหวังให้ผู้บริโภคแต่ละรายตอบกลับเพื่อซื้อสินค้าหรือบริการจากผู้ประกอบการธุรกิจตลาดแบบตรงนั้น โดยให้ถือว่าผู้บริโภคคือผู้ซื้อหรือผู้ได้รับบริการจากผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรง ผู้ประกอบธุรกิจขายตรง หรือผู้ประกอบการตลาดแบบตรง หรือผู้ซึ่งได้รับการเสนอหรือชักชวนจากผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรง ผู้ประกอบธุรกิจขายตรง หรือผู้ประกอบการธุรกิจตลาดแบบตรง เพื่อให้ซื้อสินค้าหรือรับบริการ ได้กล่าวถึง (ไพโรจน์ อัจริยญา, 2546, หน้า 71)

1. คณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรงประกอบไปด้วย คณะกรรมการคณะหนึ่งซึ่งเรียกว่า “คณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรง” โดยมีหน้าที่พิจารณาเรื่องร้องทุกข์จากผู้บริโภค แจ้งหรือโฆษณาข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่อาจก่อให้เกิดความเสียหายหรือเสื่อมเสียแก่สิทธิของผู้บริโภค กำกับดูแลผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง ตลาดแบบตรง วางระเบียบหรือประกาศ พิจารณา วินิจฉัย การอุทธรณ์ เสนอความเห็นต่อคณะรัฐมนตรีเกี่ยวกับนโยบายและมาตรการในการกำกับดูแล สอดส่องเจ้าหน้าที่ ส่วนราชการ ให้ปฏิบัติหน้าที่ตามกฎหมายกำหนดเสนอแนะในการออกกฎกระทรวงและเรื่องอื่นๆ

2. การประกอบธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง โดยห้ามมิให้ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงและผู้ประกอบการตลาดแบบตรง ดำเนินกิจการในลักษณะที่เป็นการชักชวนให้บุคคลเข้าร่วมเป็น

เครือข่ายในการประกอบธุรกิจขายตรงหรือในการประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง โดยตกลงว่าจะให้ผลประโยชน์ตอบแทนจากการหาผู้เข้าร่วมเครือข่ายดังกล่าว ซึ่งคำนวณจากจำนวนผู้เข้าร่วมเครือข่ายที่เพิ่มขึ้น

3. การคุ้มครองผู้บริโภค กล่าวถึงหน้าที่ของทางผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรง หรือผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง การกำหนดรายละเอียดในเอกสารการซื้อขาย
4. การจดทะเบียนการประกอบธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง
5. นายทะเบียน
6. การอุทธรณ์
7. บทกำหนดโทษ และบทเฉพาะกาล

1.1 การประกอบธุรกิจขายตรง

ในการประกอบธุรกิจขายตรงมีบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการขาย 2 ประการ ประการหนึ่งเป็นตัวแทนที่ได้รับมอบอำนาจให้นำสินค้าหรือบริการไปขายต่อผู้บริโภค อีกประการหนึ่งเป็นผู้ขายอิสระซึ่งไม่มีความสัมพันธ์ในทางกฎหมายกับผู้ประกอบธุรกิจขายตรงในฐานะตัวแทนหรือลูกจ้าง จึงต้องให้ความหมายไว้แตกต่างกัน และการคุ้มครองสิทธิของบุคคลทั้ง 2 ประการ ในกฎหมายนี้ก็มีความแตกต่างกันด้วย (รพีพรรณ สุวิเศษศักดิ์, 2546, หน้า 12)

1) การจดทะเบียน

ห้ามให้ผู้ใดประกอบธุรกิจขายตรง เว้นและได้จดทะเบียนการประกอบธุรกิจขายตรงตามพระราชบัญญัตินี้ (มาตรา 20)

จากหลักกฎหมายดังกล่าวจะเห็นได้ว่า การประกอบธุรกิจขายตรงกฎหมายบังคับให้ผู้ประกอบธุรกิจจะต้องไปจดทะเบียนการประกอบธุรกิจต่อนายทะเบียน เพื่อการเข้าสู่ระบบควบคุมข้อมูลผู้ประกอบธุรกิจที่เป็นระบบเดียวกันง่ายแก่การกำกับดูแล

2) การดำเนินกิจการ

ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงต้องดำเนินกิจการให้เป็นตามแผนการจ่ายผลตอบแทนของตนที่ได้ยื่นต่อนายทะเบียนตามมาตรา 38 แผน การจ่ายผลตอบแทนต้องมีลักษณะดังต่อไปนี้

- ต้องไม่กำหนดให้ผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรงที่ไม่ใช่ลูกจ้าง ได้รับผลตอบแทนที่เป็นรายได้หลักจากการรับสมัครบุคคลหรือแนะนำผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรงที่ไม่ใช่ลูกจ้างอื่นเข้าร่วมเป็นเครือข่ายในการประกอบธุรกิจขายตรง
- ผลตอบแทนที่เป็นรายได้หลักของผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรงที่ไม่ใช่ลูกจ้างขึ้นอยู่กับการขายสินค้าหรือบริการแก่ผู้บริโภค รวมไปถึงการซื้อเพื่อการใช้หรือบริการเอง

- ต้องไม่บังคับให้ผู้จำหน่ายอิสระซื้อสินค้า
- ต้องไม่ชักจูงให้ผู้จำหน่ายอิสระซื้อสินค้าในปริมาณมากเกินไปอย่างไม่สมเหตุผล
- ต้องแสดงวิธีการคิดคำนวณการจ่ายผลตอบแทนที่ตรงต่อความเป็นจริง หรือเป็นไปได้จริง และอย่างเปิดเผยชัดเจน

- ลักษณะอื่นตามที่คณะกรรมการกำหนด

แผนการจ่ายผลตอบแทนใดที่มีลักษณะแตกต่างไปจากที่กำหนดไว้ในวรรคสองให้มีผลบังคับใช้เท่าที่เป็นธรรมแก่ผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนที่ไม่ใช่ลูกจ้าง (มาตรา 21)

จากหลักกฎหมายดังกล่าวจะเห็นได้ว่า เพื่อความเป็นธรรมแก่ผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรงที่ไม่ใช่ลูกจ้าง กฎหมายได้กำหนดให้ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงต้องดำเนินกิจการให้เป็นไปตามแผนการจ่ายผลตอบแทนของคนที่ได้ยื่นต่อนายทะเบียน โดยแผนการจ่ายผลตอบแทนต้องมีลักษณะสำคัญสรุปได้ดังนี้ (1) ผลตอบแทนที่เป็นรายได้หลักของผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรงที่ไม่ใช่ลูกจ้างขึ้นอยู่กับการขายสินค้าหรือบริการแก่ผู้บริโภค รวมไปถึงการซื้อเพื่อการใช้หรือบริโภคเอง แต่ต้องไม่กำหนดให้ได้รับผลตอบแทนที่เป็นรายได้หลักจากการรับสมัครบุคคลหรือแนะนำ (2) ต้องไม่บังคับให้ผู้จำหน่ายอิสระซื้อสินค้า หรือชักจูงให้ผู้จำหน่ายอิสระซื้อสินค้าในปริมาณมากเกินไปอย่างไม่สมเหตุผล (3) ต้องแสดงวิธีคิดคำนวณการจ่ายผลตอบแทนที่ตรงต่อความเป็นจริงหรือเป็นไปได้จริงและอย่างเปิดเผยชัดเจนและยังให้อำนาจคณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรงที่จะกำหนดลักษณะอื่นขึ้นอีกได้ในโอกาสต่อไป

ในกรณีที่ผลการจ่ายผลตอบแทนใดมีลักษณะแตกต่างไปจากที่กำหนดไว้ดังกล่าว กฎหมายกำหนดให้มีผลบังคับใช้เท่าที่เป็นธรรมแก่ผู้จำหน่ายอิสระ หรือตัวแทนขายตรงที่ไม่ใช่ลูกจ้าง

ข้อสังเกต

1. เหตุผลในการกำหนดลักษณะของแผนการจ่ายผลตอบแทนและการดำเนินกิจการไว้เพื่อตรวจสอบพฤติกรรมการของผู้ประกอบธุรกิจขายตรงที่ขอจดทะเบียนการประกอบธุรกิจว่ามีแผนการจ่ายค่าตอบแทนที่ผิดกฎหมาย เอาเปรียบหลอกลวง ผู้จำหน่ายอิสระหรือไม่ และเพื่อให้เป็นหลักเกณฑ์ในการประกอบธุรกิจขายสินค้าหรือบริการโดยแท้จริงมิได้แอบแฝงใช้การขายสินค้าหรือบริหารหลอกลวงประชาชนให้ร่วมลงทุนด้วย

2. ในกรณีที่ตัวแทนขายตรงทำไม่จึงต้องจำกัดเฉพาะที่ไม่ใช่ลูกจ้าง ซึ่งถ้าเป็นตัวแทนขายตรงที่เป็นลูกจ้างจะเป็นกรณีข้อตกลงเกี่ยวกับสภาพการจ้างหรือค่าจ้างซึ่งต้องบังคับตามกฎหมายแรงงานอยู่แล้ว กฎหมายจึงไม่มีบัญญัติซ้ำอีก โดยจะคุ้มครองเฉพาะตัวแทนขายตรงที่ไม่ใช่ลูกจ้าง

3. ส่วนแผนการจ่ายผลตอบแทนที่มีลักษณะแตกต่างกันนั้นกฎหมายน่าจะเป็นการบัญญัติให้ครอบคลุมแผนการจ่ายผลตอบแทนที่มีอยู่แล้วก่อนที่กฎหมายฉบับนี้จะมีผลใช้บังคับโดยให้มีผลบังคับใช้เท่าที่เป็นธรรมแก่ผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรงที่ไม่ใช่ลูกจ้าง ที่ว่า “เท่าที่เป็นธรรม” น่าจะต้องไม่มีข้อความที่เป็นการเอารัดเอาเปรียบแก่ผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรงที่ไม่ใช่ลูกจ้าง

3) การเรียกเก็บค่าธรรมเนียม

ห้ามมิให้ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงเรียกเก็บค่าธรรมเนียมการสมัครเข้าเป็นสมาชิก ค่าฝึกอบรม ค่าวัสดุอุปกรณ์ส่งเสริมการขาย หรือค่าธรรมเนียมอื่นๆ อันเกี่ยวเนื่องกับการเข้าร่วมเป็นเครือข่ายในการประกอบธุรกิจขายตรงจากผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรงที่ไม่ใช่ลูกจ้าง ในอัตราสูงกว่าที่คณะกรรมการประกาศกำหนด (มาตรา 22)

เพื่อคุ้มครองผู้จำหน่ายอิสระ หรือตัวแทนขายตรงที่ไม่ใช่ลูกจ้างมิให้ถูกเอาเปรียบและป้องกันการหลอกลวงของผู้ประกอบธุรกิจในเรื่องการระดมเงินจากเครือข่ายขายตรง อันอาจนำไปสู่การทำแผนการขายที่ผิดกฎหมาย จึงห้ามมิให้ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงเรียกเก็บค่าธรรมเนียมการสมัครเข้าเป็นสมาชิก ค่าฝึกอบรม ค่าวัสดุอุปกรณ์ส่งเสริมการขาย หรือค่าธรรมเนียมอื่นๆ ในอัตราที่สูงกว่าที่คณะกรรมการประกาศกำหนด

4) สัญญาระหว่างผู้จำหน่ายอิสระกับผู้ประกอบธุรกิจขายตรง

สัญญาระหว่างผู้จำหน่ายอิสระกับผู้ประกอบธุรกิจขายตรง ให้ทำเป็นหนังสือซึ่งอย่างน้อยต้องมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

- เงื่อนไขที่ชัดเจนเกี่ยวกับการจ่ายผลตอบแทนตามแผนการจ่ายผลตอบแทน
- เงื่อนไขที่ชัดเจนเกี่ยวกับค่าธรรมเนียมการสมัคร ค่าฝึกอบรม ค่าวัสดุอุปกรณ์ส่งเสริมการขาย หรือค่าธรรมเนียมอื่นๆ
- เงื่อนไขที่ชัดเจนเกี่ยวกับการที่ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงจะรับซื้อสินค้า วัสดุอุปกรณ์ส่งเสริมการขาย ชุดคู่มือ หรืออุปกรณ์ส่งเสริมธุรกิจคืนจากผู้จำหน่ายอิสระ ตลอดจนกำหนดระยะเวลาที่ผู้จำหน่ายอิสระสามารถใช้สิทธิดังกล่าว ตลอดจนกำหนดระยะเวลาที่ผู้จำหน่ายอิสระสามารถใช้สิทธิดังกล่าว ความในวรรคหนึ่ง (1) และ (2) ให้นำมาใช้บังคับแก่ตัวแทนขายตรงที่ไม่ใช่ลูกจ้างด้วย (1) และ (2) ให้นำมาใช้บังคับแก่ตัวแทนขายตรงที่ไม่ใช่ลูกจ้างด้วย

เพื่อให้ผู้จำหน่ายอิสระและตัวแทนขายตรงที่ไม่ใช่ลูกจ้างได้รับการคุ้มครองที่ดีขึ้นในการตกลงเข้าผูกพันกับผู้ประกอบธุรกิจ และเพื่อป้องกันการระดมเครือข่ายผู้ขายที่มีขอบข่ายกฎหมาย จึงกำหนดให้สัญญาระหว่างผู้จำหน่ายอิสระกับผู้ประกอบธุรกิจขายตรงต้องทำเป็นหนังสือและอย่างน้อยต้องมีเงื่อนไขที่ชัดเจนในเรื่องการจ่ายค่าตอบแทน ค่าธรรมเนียมการสมัคร

ค่าฝึกอบรม ค่าวัสดุอุปกรณ์ส่งเสริมการขาย หรือค่าธรรมเนียมอื่นๆ และการรับซื้อสินค้ารวมทั้งสิ่ง ที่กล่าวมาข้างต้น คืนจากผู้จำหน่ายอิสระ ทั้งนี้ให้นำหลักดังกล่าวมาใช้บังคับกับตัวแทนขายตรงที่ ไม่ใช่ลูกจ้างด้วย ยกเว้นเรื่องการคืนสินค้าและอุปกรณ์ต่างๆ เพราะตัวแทนเพียงแต่ได้รับมอบ อำนาจจากผู้ประกอบธุรกิจขายตรงให้นำสินค้าหรือบริการไปเสนอขายตรงต่อผู้บริโภค กรรมสิทธิ์ ยังเป็นของผู้ประกอบธุรกิจอยู่ จึงไม่จำเป็นต้องกำหนดในเรื่องการรับซื้อสินค้าพร้อมอุปกรณ์ต่างๆ คืนอีก

5) การนำสินค้าหรือบริการไปเสนอขาย

ในการนำสินค้าหรือบริการไปเสนอขายตรงต่อผู้บริโภค ผู้จำหน่ายอิสระต้องดำเนินการ ตามเงื่อนไขและแผนการขายที่ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงกำหนด

ผู้จำหน่ายอิสระจะต้องนำสินค้าหรือบริการไปเสนอขายตรงต่อผู้บริโภคให้เป็นไปตาม เงื่อนไขและแผนการขายที่ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงกำหนด เช่น ผู้ประกอบธุรกิจกำหนดราคาขาย สินค้าไว้ แต่ผู้จำหน่ายอิสระไปขายต่ำกว่าราคาทุนที่ซื้อมา โดยไม่ให้ผู้บริโภคสมัครสมาชิกเพื่อ ต้องการเพียงยอดขายให้เป็นไปตามเป้าหมาย หรือมีการขายลดราคาต่ำกว่าที่ผู้ประกอบธุรกิจ กำหนด เพื่อแย่งลูกค้าระหว่างผู้จำหน่ายอิสระด้วยกันเอง หรือผู้ประกอบธุรกิจกำหนดแผนการขาย ไว้ว่าห้ามนำสินค้าของผู้ประกอบธุรกิจไปวางขายในร้านค้าเหมือนกับสินค้าอื่นเพราะผิดหลักการ ขายตรงที่เป็นการขายเชิงรุก โดยต้องนำสินค้าไปเสนอขายโดยตรงยังที่อยู่อาศัย หรือสถานที่ทำงาน หรือสถานที่อื่นที่มีใช้สถานประกอบการค้าปกติธุระ ดังนั้น ผู้จำหน่ายอิสระต้องดำเนินการเสนอ ขายตามเงื่อนไขและแผนการขายที่ผู้ประกอบธุรกิจกำหนดไว้

6) สิทธิคืนสินค้า

เมื่อผู้จำหน่ายอิสระใช้สิทธิคืนสินค้า วัสดุอุปกรณ์ส่งเสริมการขายชุดคู่มือ หรืออุปกรณ์ ส่งเสริมธุรกิจที่ซื้อไปจากผู้ประกอบธุรกิจขายตรง ให้ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงซื้อคืนตามราคาที่ ผู้จำหน่ายอิสระได้จ่ายภายในระยะเวลาสิบห้าวันนับแต่วันที่ผู้จำหน่ายอิสระใช้สิทธิคืนแต่ในการใช้ สิทธิคืนกรณีที่สัญญาตามมาตรา 23 สิ้นสุดลง ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงมีสิทธิหักค่าดำเนินการได้ไม่ เกินอัตราที่คณะกรรมการประกาศกำหนด และมีสิทธิหักกลบบทนี้ใดๆ อันเกี่ยวกับสัญญาตาม มาตรา 23 ที่ผู้จำหน่ายอิสระจะต้องชำระได้

จากหลักกฎหมายดังกล่าวข้างต้นจะเห็นได้ว่า โดยหลักแล้วเมื่อผู้จำหน่ายอิสระใช้สิทธิ คืนสินค้า วัสดุอุปกรณ์ส่งเสริมการขาย ชุดคู่มือ หรืออุปกรณ์ส่งเสริมธุรกิจที่ซื้อจากผู้ประกอบ ธุรกิจขายตรงผู้ประกอบธุรกิจขายตรงต้องซื้อคืนตามราคาที่ผู้จำหน่ายอิสระได้จ่ายภายในระยะเวลา สิบห้าวันนับแต่วันที่ผู้จำหน่ายอิสระใช้สิทธิคืน แต่มีข้อยกเว้นในการใช้สิทธิคืนกรณีที่สัญญา ระหว่างผู้จำหน่ายอิสระกับผู้ประกอบธุรกิจขายตรงสิ้นสุดลง ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงมีสิทธิหักค่า

ดำเนินการได้ไม่เกินอัตราที่คณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรงประกาศกำหนดและมีสิทธิหัก
 กลบหนี้ใดๆ อันเกี่ยวกับสัญญาที่ผู้จำหน่ายอิสระจะต้องชำระได้

ข้อสังเกต

1. เหตุผลที่กำหนดหลักเกณฑ์ในการใช้สิทธิคืนสินค้า เพื่อให้ผู้จำหน่ายอิสระมี
 โอกาสคืนสินค้าที่ไม่สามารถจะจำหน่ายได้ภายใต้เงื่อนไขที่เป็นธรรม และเพื่อความเป็นธรรมแก่
 ฝ่ายผู้ประกอบการขายตรง ซึ่งมีต้นทุนเกี่ยวกับอุปกรณ์หรือคู่มือเหล่านี้ขึ้นอยู่กับความเป็นจริง

2. การคืนสินค้าเป็นสิทธิพิเศษนอกเหนือจากสิทธิของผู้ซื้อในประมวลกฎหมาย
 แห่งและพาณิชย์ลักษณะซื้อขาย แม้ว่าผู้จำหน่ายอิสระจะซื้อสินค้าจากผู้ประกอบการขายตรงเสร็จ
 เต็มขาดแล้วก็ตาม ให้สิทธิคืนสินค้าเพราะการซื้อไปเพื่อขายต่อเป็นการช่วยกระจายสินค้าให้แก่
 ผู้ประกอบการโดยตรงที่เดี๋ยวจึงควรถือว่าผู้จำหน่ายอิสระเหล่านี้ไม่แตกต่างจากผู้ค้าส่ง ผู้ค้าปลีก
 ในระบบค้าปลีกทั่วไป แต่การใช้สิทธิคืนสินค้าก็มีเงื่อนไขคืนในกรณีสัญญาสิ้นสุดจะได้ราคาคืน
 ไม่เต็มจำนวนเพราะผู้ประกอบการมีค่าใช้จ่ายในการลงทุนเพื่อการขายเช่นกัน

7) การเข้าไปติดต่อเพื่อเสนอขายสินค้า

ในการเข้าไปติดต่อเพื่อเสนอขายสินค้าให้แก่ผู้บริโภคโดยตรง ณ ที่อยู่อาศัยหรือสถานที่
 ทำงานของผู้บริโภคหรือของผู้อื่น หรือสถานที่อื่นที่มีใช้สถานที่ประกอบการค้าเป็นปกติธุระ
 ผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรงจะต้องได้รับอนุญาตจากผู้บริโภคหรือผู้ครอบครองสถานที่นั้น
 ก่อน และต้องไม่กระทำการอันเป็นการรบกวนหรือก่อให้เกิดความรำคาญแก่บุคคลดังกล่าวในการ
 นี้ ผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรงต้องแสดงบัตรประจำตัวประชาชนและบัตรประจำตัว
 ผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนมาขายตรงซึ่งออกโดยผู้ประกอบการขายตรงด้วย

เพื่อให้ประชาชนผู้บริโภคสามารถได้ข้อเท็จจริงเกี่ยวกับตัวผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทน
 ขายตรงมากพอที่จะใช้เป็นข้อมูลเบื้องต้นในการติดต่อหากมีปัญหากเกิดขึ้น กฎหมายจึงบังคับว่า
 ผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรงจะต้องได้รับอนุญาตจากผู้บริโภคหรือผู้ครอบครองสถานที่นั้น
 ก่อน โดยต้องแสดงบัตรประจำตัวประชาชนและบัตรประจำตัวผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรง
 ซึ่งออกโดยผู้ประกอบการขายตรง และต้องไม่กระทำการอันเป็นการรบกวนหรือก่อให้เกิดความ
 รำคาญแก่ผู้บริโภค เช่น เสนอขายสินค้าจนใกล้เวลาที่ผู้บริโภคจะพักผ่อนแล้วแต่ก็ไม่ยอมเลิก หรือ
 เสนอขายสินค้าในลักษณะที่จะไม่ยอมกลับถ้าไม่ซื้อสินค้า หรือมีลักษณะบังคับขาย

1.2 การประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง

“ตลาดแบบตรง” หมายความว่า การทำตลาดสินค้าหรือบริการในลักษณะของการสื่อสารข้อมูลเพื่อเสนอขายสินค้าหรือบริการ โดยตรงต่อผู้บริโภค ซึ่งอยู่ห่างโดยระยะทางและมุ่งหวังให้ผู้บริโภคแต่ละรายตอบกลับเพื่อซื้อสินค้าหรือบริการจากผู้ประกอบธุรกิจแบบตรงนั้น

การประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง เป็นการทำตลาดสินค้าหรือบริการโดยใช้สื่อโฆษณาสื่อสารข้อมูลการเสนอขายสินค้าหรือบริการโดยตรงต่อผู้บริโภค ไม่ต้องผ่านตัวแทนขายตรงหรือผู้จำหน่ายอิสระและมุ่งหวังให้ผู้บริโภคที่อยู่ห่างโดยระยะทาง แต่ละรายตอบกลับเพื่อซื้อสินค้าหรือบริการจากผู้ประกอบธุรกิจ เช่น การโฆษณา การขายสินค้าเครื่องสำอางค์ทางโทรทัศน์ หรือขายยาสมุนไพรทางวิทยุ โดยให้ผู้บริโภคที่สนใจติดต่อกลับมาตามเบอร์โทรศัพท์หรือที่อยู่ที่ปรากฏ หรือการส่งสิ่งพิมพ์รายการสินค้าพร้อมรูปภาพแสดงวิธีการใช้เพื่อให้ผู้บริโภคสั่งซื้อกลับทางไปรษณีย์ เป็นต้น

1) การจดทะเบียน

ห้ามมิให้ผู้ใดประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง เว้นแต่จะได้จดทะเบียนการประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงตามพระราชบัญญัตินี้ การประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง กฎหมายบังคับให้ผู้ประกอบธุรกิจจะต้องไปจดทะเบียนการประกอบธุรกิจต่อนายทะเบียน ทั้งนี้เพื่อการเข้าสู่ระบบควบคุมข้อมูลผู้ประกอบธุรกิจที่เป็นระบบเดียวกันง่ายแก่การกำกับดูแล

2) ข้อความในการสื่อสาร

ข้อความในการสื่อสารข้อมูลเพื่อเสนอขายสินค้าหรือบริการของผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง ให้เป็นไปตามที่กำหนดในกฎกระทรวง ในธุรกิจตลาดแบบตรงได้มีการใช้สื่อเพื่อโฆษณาสินค้าและบริการแบบเจาะจงและหวังผลการตอบกลับเพื่อตกลงซื้อสินค้าหรือบริการ จำเป็นต้องมีกฎหมายระบุให้แสดงข้อตกลงที่จำเป็นต้องแจ้งให้ผู้บริโภคทราบ เพื่อเป็นข้อมูลที่เพียงพอต่อการตัดสินใจ ซึ่งกฎหมายฉบับนี้มิได้ระบุรายละเอียดไว้โดยให้ออกเป็นกฎกระทรวงแทน ขณะนี้ยังไม่มีการออกกฎกระทรวงออกมาใช้บังคับ แต่ถ้าพิจารณาจากร่างพระราชบัญญัติที่สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคเสนอแต่แรกก็อาจแยกอธิบายได้ว่า ในการสื่อสารข้อมูลเพื่อเสนอขายสินค้าหรือบริการของผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง ต้องแสดงข้อความอย่างน้อยดังต่อไปนี้

- ชื่อและที่อยู่ของผู้ประกอบธุรกิจแบบตรง
- รายละเอียดของสินค้าหรือบริการ
- ราคาของสินค้าหรือบริการ
- ค่าใช้จ่ายในการนำส่งและลักษณะของการนำส่งสินค้าหรือบริการ
- ระยะเวลาที่แน่นอนในการจัดส่งสินค้าหรือบริการ

- ระบุข้อความเกี่ยวกับการรับประกันสินค้าหรือบริการ
- วิธีการรับซื้อสินค้าหรือวิธีการคืนเงินค่าบริการในกรณีที่ผู้บริโภคใช้สิทธิยกเลิก

การซื้อสินค้าหรือบริการ

3) การนำกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองผู้บริโภคมาใช้บังคับ

กฎหมายได้กำหนดให้นำบทบัญญัติของกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองผู้บริโภค ในส่วนที่เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคด้านการโฆษณามาใช้บังคับแก่การสื่อสารข้อมูล เพื่อเสนอขายสินค้าหรือบริการของผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงโดยอนุโลม โดยให้ถือว่าอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการคุ้มครองของผู้บริโภคเป็นอำนาจหน้าที่ของรัฐมนตรี และให้ถือว่าอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาเป็นอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการ

โดยที่การประกอบธุรกิจจำหน่ายสินค้าหรือบริการในปัจจุบันได้ใช้วิธีการตลาดในลักษณะที่เข้าถึงผู้บริโภค โดยการเสนอขายสินค้าหรือบริการแก่ผู้บริโภคโดยตรง ณ ที่อยู่อาศัยหรือสถานที่ทำงานของผู้บริโภคหรือของบุคคลอื่นๆ หรือสถานที่อื่นที่ไม่ใช่สถานที่ประกอบการค้าเป็นปกติธุระ โดยการอธิบายหรือการสาธิตสินค้าผ่านผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรง การเสนอขายสินค้าหรือบริการในลักษณะดังกล่าวทำให้ผู้บริโภคอยู่ในสภาวะการณ์ที่ไม่อาจตัดสินใจตกลงซื้อสินค้ารับบริการได้อย่างอิสระและรอบคอบ

นอกจากนี้ยังมีจากประกอบธุรกิจจำหน่ายสินค้าหรือบริการในลักษณะของการสื่อสารข้อมูลเพื่อเสนอขายสินค้าหรือบริการ โดยตรงต่อผู้บริโภค เช่น โดยอาศัยสื่อสิ่งพิมพ์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์โดยมุ่งหวังให้ผู้บริโภคซึ่งอยู่ห่างโดยระยะทางแสดงเจตนาตอบกลับเพื่อซื้อสินค้าหรือบริการดังกล่าว นั้น ซึ่งในกรณีนี้สินค้าหรือบริการดังกล่าวอาจไม่ตรงกับคำกล่าวอ้างตามที่ได้โฆษณาไว้

อีกทั้งการทำตลาดขายตรงและตลาดแบบตรงในปัจจุบันได้มีการใช้วิธีการชักชวนและจัดให้ประชาชนทั่วไปเข้าร่วมเป็นเครือข่ายในธุรกิจดังกล่าว โดยตกลงจะให้ผลประโยชน์ตอบแทนจากการหาผู้เข้าร่วมเครือข่ายดังกล่าว ซึ่งคำนวณจากจำนวนผู้เข้าร่วมเครือข่ายที่เพิ่มขึ้นอันมีลักษณะเป็นการหลอกลวงประชาชน

การทำตลาดสินค้าหรือบริการในลักษณะของการขายแบบเชิงรุกดังกล่าว ทำให้ประชาชนโดยทั่วไปในฐานะผู้บริโภคตกอยู่ในฐานะที่เสียเปรียบและก่อให้เกิดความไม่เป็นธรรมและไม่สงบสุขในสังคมประกอบกับบทบัญญัติของกฎหมายที่ใช้บังคับอยู่ในปัจจุบันยังไม่สามารถให้ความคุ้มครองแก่ผู้บริโภคได้อย่างเพียงพอจึงจำเป็นต้องตราพระราชบัญญัตินี้ขึ้น

พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ.2545 มีสาระสำคัญ 3 ประการ คือ (1) ห้ามมิให้ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงและผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงดำเนินกิจการในลักษณะที่เป็น

การชักชวนให้บุคคลเข้าร่วมเป็นเครือข่ายในการประกอบธุรกิจขายตรงหรือในการประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงโดยตกลงว่าจะให้ประโยชน์ตอบแทนจากการหาผู้เข้าร่วมเครือข่ายดังกล่าวซึ่งคำนวณจากจำนวนผู้เข้าร่วมเครือข่ายที่เพิ่มขึ้น (2) กำหนดลักษณะของการประกอบธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง และ (3) การคุ้มครองผู้บริโภค

2. พระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ.2522

พระราชบัญญัติฉบับนี้ได้ปรับปรุงกฎหมายว่าด้วยการควบคุมคุณภาพอาหาร โดยกำหนดหลักเกณฑ์ความหมายของคำว่า “อาหาร” ให้หมายถึง ของกิน หรือ เครื่องสำอางชีวิต แต่ไม่รวมถึงยาวัตถุออกฤทธิ์ต่อจิตประสาท หรือยาเสพติดให้โทษ และความหมายของอาหารควบคุมเฉพาะ ซึ่งหมายความว่า อาหารที่รัฐมนตรีประกาศในราชกิจจานุเบกษาให้เป็นอาหารที่อยู่ในความควบคุมคุณภาพหรือมาตรฐาน เป็นต้น โดยให้รัฐมนตรีว่าการกระทรวงสาธารณสุขการตามพระราชบัญญัตินี้ และให้มีอำนาจแต่งตั้งพนักงานเจ้าหน้าที่ออกกฎกระทรวง ประกาศในราชกิจจานุเบกษาเกี่ยวกับเรื่องกำหนดคุณภาพ หรือมาตรฐานอาหารควบคุมเฉพาะ กำหนดคุณภาพหรืออาหารที่มีชื่ออาหารควบคุมเฉพาะและรายละเอียดต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น นอกจากนี้ยังได้กำหนดหลักเกณฑ์เกี่ยวกับ

1. คณะกรรมการอาหาร ให้มีหน้าที่ให้คำแนะนำ ความเห็นแก่รัฐมนตรีหรือ ผู้อนุญาต และมีอำนาจออกคำสั่งเป็นหนังสือเรียกให้บุคคลใดมาให้ถ้อยคำ ให้ส่งเอกสารหรือหลักฐานมาเพื่อประกอบการพิจารณาได้

2. การขออนุญาตและการออกใบอนุญาต กำหนดหลักเกณฑ์เกี่ยวกับการขออนุญาตตั้งโรงงานผลิตอาหารเพื่อจำหน่าย การขออนุญาตนำเข้าซึ่งอาหารเพื่อจำหน่าย

3. หน้าที่ของผู้รับอนุญาตเกี่ยวกับอาหาร กำหนดหน้าที่ต่างๆ ของผู้รับอนุญาต เช่น ห้ามผู้ได้รับอนุญาต ผลิต นำเข้าหรือเก็บอาหารนอกสถานที่ที่ระบุไว้ในใบอนุญาตห้ามย้ายสถานที่ผลิตสถานที่นำเข้าหรือสถานที่เก็บอาหารเว้นแต่ได้รับอนุญาต การขอรับแทนใบอนุญาตหรือใบสำคัญ การขึ้นทะเบียนตำรับอาหาร กรณีสูญหายหรือถูกทำลาย การให้ผู้อนุญาตแสดงใบอนุญาต หรือ ใบแทนอนุญาตไว้ที่เปิดเผยเห็นได้ง่าย เป็นต้น

4. การควบคุมอาหาร กล่าวถึงห้ามผู้ใดผลิต นำเข้า เพื่อจำหน่ายหรือจำหน่ายอาหารไม่บริสุทธิ์ ปลอม ผิดมาตรฐาน อาหารอื่นๆ ที่รัฐมนตรีกำหนด และให้สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยามีอำนาจ ออกคำสั่งให้ผู้รับอนุญาตผลิตหรือนำเข้า ซึ่งอาหารดัดแปลง แก้ไข สถานที่

ผลิตหรือสถานที่เก็บอาหาร สิ่งหึ่งผลิต งดนำเข้าอาหารที่ผลิตโดยไม่ได้รับอนุญาต หรืออาหารที่ปรากฏจากการตรวจว่าเป็นอาหารที่ไม่ควรบริโภคและประกาศผลการตรวจพิสูจน์อาหารให้ประชาชนทราบ

5. การขึ้นทะเบียนและการโฆษณาเกี่ยวกับอาหาร กำหนดหลักเกณฑ์เกี่ยวกับผู้ใดจะผลิตหรือนำเข้า ซึ่งอาหารควบคุมเฉพาะจะต้องนำอาหารนั้นมาขอขึ้นทะเบียนตำรับอาหารต่อผู้อนุญาตเสียก่อน และเมื่อได้รับใบสำคัญการขึ้นทะเบียนตำรับอาหารแล้ว จึงจะผลิตหรือนำเข้าได้ การขอขึ้นทะเบียนและการออกใบสำคัญการขึ้นทะเบียนตำรับอาหารให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ วิธีการและเงื่อนไขที่กำหนดในกฎกระทรวง การเพิกถอนทะเบียนตำรับอาหารนั้นให้รัฐมนตรีมีอำนาจสั่งให้เพิกถอนได้ กำหนดมิให้ผู้ใดโฆษณาคุณสมบัติ คุณภาพ หรือสรรพคุณของอาหาร อันเป็นเท็จหรือเป็นการหลอกลวง ทำให้เกิดความหลงเชื่อโดยไม่สมควร การขออนุญาตตรวจพิจารณาการโฆษณาทางสื่อต่างๆ ก่อน เป็นต้น

6. พนักงานเจ้าหน้าที่ กำหนดให้พนักงานเจ้าหน้าที่มีอำนาจต่างๆ เช่น เข้าไปในสถานที่ผลิตอาหาร หรือสถานที่ที่เกี่ยวข้องเพื่อตรวจสอบควบคุม ยึดหรืออายัด หรือภาชนะบรรจุที่สงสัยว่าอาจจะก่อให้เกิดอันตรายต่อสุขภาพหรือประชาชนเพื่อตรวจพิสูจน์ ฯลฯ

7. การพักใช้ใบอนุญาตและการเพิกถอนใบอนุญาต ให้อำนาจผู้อนุญาตโดยความเห็นชอบของคณะกรรมการ มีอำนาจสั่งพักใช้ใบอนุญาตได้ หากผู้รับอนุญาตผู้ใดไม่ปฏิบัติตามพระราชบัญญัตินี้

8. บทกำหนดโทษ

9. บทเฉพาะกาล

3. พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522

พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522 ฉบับนี้ได้กล่าวถึงสิทธิของผู้บริโภคที่จะได้รับความคุ้มครอง เช่น สิทธิที่จะได้รับข่าวสาร รวมทั้งคำพรรณนาคุณภาพที่ถูกต้องและเพียงพอเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ สิทธิที่จะมีอิสระในการเลือกหาสินค้าหรือบริการ สิทธิที่จะได้รับความปลอดภัยจากการใช้สินค้าหรือบริการ สิทธิที่จะได้รับการพิจารณาและชดเชยความเสียหายทั้งนี้ตามที่กฎหมายว่าด้วยกรณีนั้นๆ หรือพระราชบัญญัตินี้บัญญัติไว้ โดยได้กำหนดความหมายของคำว่า “ผู้บริโภค” ไว้ว่าให้หมายถึงผู้ซื้อหรือได้รับบริการจากผู้ประกอบธุรกิจหรือ ผู้ได้รับการเสนอหรือได้รับการชักชวนจากผู้ประกอบธุรกิจ เพื่อให้ซื้อสินค้าหรือรับบริการ และหมายความรวมถึง

ผู้ใช้สินค้าหรือผู้ได้รับบริการจากผู้ประกอบการโดยชอบ แม้มิได้เป็นผู้เสียค่าตอบแทนก็ตาม นอกจากนี้ยังได้กำหนดความหมายของคำว่า ซื้อ ขาย สินค้า บริการ ผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการ ข้อความ โฆษณา สื่อโฆษณา ฉลาก สัญญา คณะกรรมการ กรรมการ พนักงานเจ้าหน้าที่ และรัฐมนตรีไว้ด้วย ในการปฏิบัติหน้าที่ให้พนักงานเจ้าหน้าที่มีอำนาจนับ ชั่ง ตวง วัดสินค้า เข้าไปในสถานที่หรือ ยานพาหนะใดๆ เพื่อตรวจสอบ มีหนังสือเรียนให้บุคคลใดๆ มาให้ถ้อยคำ เป็นต้น นอกจากนี้ยังได้ กำหนดหลักเกณฑ์เกี่ยวกับเรื่องต่างๆ อีก ดังนี้

1. คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค โดยกำหนดให้มีคณะกรรมการคณะหนึ่งเรียกว่า” คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค” ประกอบด้วยนายกรัฐมนตรีเป็นประธานกรรมการ เลขาธิการ นายกรัฐมนตรี ปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี ปลัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ปลัดกระทรวงพาณิชย์ ปลัดกระทรวงมหาดไทย ปลัดกระทรวงอุตสาหกรรม ปลัดกระทรวงคมนาคมเลขาธิการ คณะกรรมการอาหารและยา และผู้ทรงคุณวุฒิอีกไม่เกินแปดคน ซึ่งคณะรัฐมนตรีแต่งตั้งเป็น กรรมการ และเลขาธิการคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคเป็นกรรมการและเลขานุการ และให้มี อำนาจและหน้าที่ เกี่ยวกับ การพิจารณาเรื่องราวร้องทุกข์จากผู้บริโภค ดำเนินการเกี่ยวกับสินค้าที่ อาจเป็นอันตรายแก่ผู้บริโภค แจ็งหรือโฆษณาข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่อาจก่อให้เกิด ความเสียหายหรือเสื่อมเสียสิทธิของผู้บริโภค ให้คำปรึกษาแก่คณะกรรมการเฉพาะเรื่องวางระเบียบ สอดส่องเจ้าหน้าที่ส่วนราชการ ดำเนินคดีการละเมิดสิทธิผู้บริโภค รับรองสมาคม เสนอความเห็น เกี่ยวกับนโยบายและมาตรการคุ้มครองผู้บริโภคและหน้าที่อื่นๆ นอกจากนี้คณะกรรมการหรือ คณะกรรมการเฉพาะเรื่องต้องให้โอกาสแก่ผู้ถูกกล่าวหาหรือสงสัยว่ากระทำการอันเป็นละเมิดสิทธิ ของผู้บริโภค เพื่อชี้แจงข้อเท็จจริง และแสดงความคิดเห็นตามสมควร เว้นแต่ในกรณีที่จำเป็นและ เร่งด่วน และให้จัดตั้งสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคขึ้น และให้สำนักงานคุ้มครอง ผู้บริโภคมีอำนาจและหน้าที่ ในการรับเรื่องราวร้องทุกข์ ติดตามสอดส่องพฤติกรรมของผู้ประกอบ ธุรกิจ สนับสนุนและศึกษา วิจัย ปัญหาเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค ส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการศึกษาแก่ผู้บริโภค เผยแพร่วิชาการให้ความรู้ ประสานงานกับส่วนราชการต่างๆ และเรื่องอื่นๆ ที่ได้รับมอบหมาย

2. การคุ้มครองผู้บริโภค แบ่งออกเป็น

2.1 การคุ้มครองผู้บริโภคด้านการโฆษณา กำหนดไว้ว่า การโฆษณาต้องไม่ใช่ ข้อความที่เป็นการไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค หรือให้ข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็น ส่วนรวม การโฆษณาต้องไม่กระทำด้วยวิธีการอันเป็นอันตรายต่อสุขภาพ หรือเห็นว่าสินค้าใดอาจ เป็นอันตรายแก่ผู้บริโภค และคณะกรรมการที่ว่าด้วยฉลากได้กำหนดให้สินค้านั้นเป็นสินค้าควบคุม

ฉลาด ให้คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาที่อำนาจหรือคำสั่งให้โฆษณาทำไปพร้อมคำแนะนำ คำเตือนเกี่ยวกับวิธีใช้หรืออันตรายตามเงื่อนไขที่คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณากำหนด เป็นต้น

2.2 การคุ้มครองผู้บริโภคด้านฉลาด กำหนดให้สินค้าที่ผลิตเพื่อขายโดยโรงงานตามกฎหมาย ว่าด้วยโรงงานและสินค้าที่ส่งหรือนำเข้ามาในราชอาณาจักรเพื่อขายเป็นสินค้าที่ควบคุมฉลาด แต่ไม่ได้บังคับกับสินค้าที่คณะกรรมการว่าด้วยฉลาดกำหนด โดยประกาศในราชกิจจานุเบกษาและฉลาดของสินค้าที่ควบคุมฉลาด ต้องมีลักษณะข้อความที่ตรงต่อความจริง

2.3 มีข้อความระบุชื่อ เครื่องหมายการค้า สถานที่ผลิต นำเข้าข้อความว่าสินค้าคืออะไร และต้องระบุข้อความอันจำเป็น ได้แก่ ราคา ปริมาณ วิธีใช้ ข้อแนะนำ คำเตือน วัน เดือน ปี ที่หมดอายุ

2.4 การคุ้มครองผู้บริโภคในด้านสัญญา สัญญาที่ผู้ประกอบการทำกับผู้บริโภคต้องมีลักษณะ เป็นข้อสัญญาที่จำเป็นซึ่งหากมิได้ใช้ข้อสัญญาเช่นนั้นจะทำให้ผู้บริโภคเสียเปรียบ ผู้ประกอบการเกินสมควร และห้ามใช้ข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค นอกจากนี้ยังกล่าวถึง กรณีที่ผู้ประกอบการขายสินค้า หรือให้บริการ โดยให้คำมั่นว่าจะทำสัญญารับประกันให้ไว้แก่ผู้บริโภค สัญญาต้องทำเป็นหนังสือลงลายมือชื่อผู้ประกอบการหรือผู้แทน และต้องส่งมอบสัญญา นี้แก่ผู้บริโภคพร้อมกับการส่งมอบสินค้าหรือบริการ

2.5 การคุ้มครองผู้บริโภคโดยประการอื่น เช่น เมื่อมีเหตุอันควรสงสัยว่าสินค้าใดอาจเป็นอันตรายแก่ผู้บริโภค คณะกรรมการอาจสั่งให้ผู้ประกอบการดำเนินการทดสอบหรือพิสูจน์สินค้านั้นได้ ถ้าผลจากการทดสอบหรือพิสูจน์ปรากฏว่าสินค้านั้นอาจเป็นอันตรายต่อผู้บริโภคและไม่อาจป้องกันอันตรายที่จะเกิดจากสินค้านั้นได้ ให้คณะกรรมการมีอำนาจสั่งห้ามขายสินค้านั้น หรือสั่งให้ทำลายก็ได้ และหากเห็นสมควรจะให้มีการดำเนินคดีแพ่ง และอาญาแก่ผู้กระทำละเมิดสิทธิของผู้บริโภค

3. การอุทธรณ์

4. บทกำหนดโทษ กำหนดให้มีโทษทั้งจำคุกหรือปรับ หรือทั้งจำทั้งปรับ แล้วแต่กรณี ความผิด นอกจากนี้ยังให้คณะกรรมการมีอำนาจเปรียบเทียบปรับได้

4. พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2541

ต่อมาเมื่อพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2541 เพิ่มเติมอีก โดยให้ความหมายของคำว่า “ผู้บริโภค” ใหม่ ให้ความหมายว่า ผู้ซื้อหรือผู้ได้รับบริการจากผู้ประกอบการธุรกิจหรือผู้ซื้อ

ได้รับการเสนอหรือการชักชวนจากผู้ประกอบธุรกิจ เพื่อให้ซื้อสินค้าหรือรับบริการ และหมายความถึง ผู้ใช้สินค้าหรือผู้รับบริการจากผู้ประกอบธุรกิจโดยชอบแม้มิได้เป็นผู้เสียค่าตอบแทนก็ตาม และได้เพิ่มคำนิยาม ข้อความ ยกเลิกความในมาตราต่างๆ หลายมาตรา และใน ส่วนของการคุ้มครองผู้บริโภคในด้านสัญญา กำหนดให้การประกอบธุรกิจที่ควบคุมสัญญา สัญญา ที่ผู้ประกอบธุรกิจทำกับผู้บริโภค ต้องใช้ข้อสัญญาที่จำเป็น ซึ่งหากไม่ใช้ข้อสัญญานั้น จะทำให้ ผู้บริโภคเสียเปรียบผู้ประกอบธุรกิจเกินสมควร ห้ามใช้ข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค ซึ่ง เนื้อหาที่แก้ไข เพิ่มเติม จะเป็นส่วนที่เกี่ยวกับองค์ประกอบของคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค อันได้แก่ การตรวจตรา กำกับดูแล การประสานงาน การปฏิบัติงานของส่วนราชการต่างๆ ในการ คุ้มครองแก่ผู้บริโภคยังไม่เหมาะสม และผู้บริโภคไม่ได้รับความเป็นธรรมในการทำสัญญากับ ผู้ประกอบธุรกิจ ปรับปรุงองค์การบริหารงานคุ้มครองผู้บริโภค ปรับปรุงอำนาจของคณะกรรมการ เฉพาะเรื่องและคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค และเพิ่มบทบัญญัติกำหนดสิทธิและการคุ้มครอง สิทธิของผู้บริโภค ที่จะได้รับความเป็นธรรมในการทำสัญญาและปรับปรุงอัตราโทษ

4.1 การคุ้มครองผู้บริโภค

“ผู้บริโภค” หมายความว่า ผู้ซื้อหรือผู้รับบริการจากผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรง ผู้ประกอบธุรกิจขายตรง หรือผู้ซึ่งได้รับการเสนอหรือการ ชักชวนจากผู้จำหน่าย อิสระ ตัวแทนขายตรง ผู้ประกอบธุรกิจขายตรง หรือผู้ประกอบธุรกิจตลาด แบบตรง เพื่อให้ซื้อสินค้าหรือบริการ “ซื้อ” หมายความว่ารวมถึงเช่า เช่าซื้อ หรือได้มาไม่ว่าด้วย ประการใดๆ โดยให้ค่าตอบแทนเป็นเงินหรือผลประโยชน์อื่น “บริการ” หมายถึง การรับจัดทำ การงานการให้สิทธิใดๆ หรือการให้ใช้หรือให้ประโยชน์ในทรัพย์สินหรือกิจการใดๆ โดยเรียก ค่าตอบแทนเป็นเงินหรือผลประโยชน์อื่น แต่ไม่รวมถึงการจ้างแรงงานตามกฎหมายแรงงาน และ” สินค้า” หมายถึง สิ่งของที่ผลิตหรือมีไว้เพื่อขาย

จากนิยามดังกล่าวข้างต้นจะเห็นได้ว่าผู้บริโภค ได้แก่

- (1) ผู้ซื้อ รวมถึง ผู้เช่า ผู้เช่าซื้อ หรือผู้ได้มาไม่ว่าด้วยประการใดๆ โดยให้ค่าตอบแทน เป็นเงินหรือผลประโยชน์อื่นด้วย
- (2) ผู้รับบริการจากผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรง ผู้ประกอบธุรกิจขายตรง หรือ ผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง หรือ
- (3) ผู้ซึ่งได้รับการเสนอหรือชักชวนจากผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรง ผู้ประกอบ ธุรกิจขายตรง หรือผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงเพื่อให้ซื้อสินค้าหรือบริการ

ข้อสังเกต

1) แม้ไม่ได้ซื้อหรือรับบริการจากผู้ประกอบธุรกิจโดยตรงแต่ซื้อผ่านผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรงก็ตาม แต่ก็ถือว่าเป็นผู้บริโภครวม

2) ผู้บริโภคไม่รวมถึงผู้ใช้สินค้าหรือผู้รับบริการจากผู้ประกอบธุรกิจโดยชอบ โดยมีได้เป็นผู้เสียค่าตอบแทนซึ่งแตกต่างกับคำว่า “ผู้บริโภค” ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522 ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2541

4.2 การส่งมอบเอกสาร

ผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรงหรือผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงมีหน้าที่ ส่งมอบเอกสารการซื้อขายสินค้าหรือบริการแก่ผู้บริโภค

เอกสารการซื้อขายตามวรรคหนึ่งต้องมีข้อความภาษาไทยที่อ่านเข้าใจง่าย โดยระบุชื่อผู้ซื้อ และผู้ขาย วันที่ซื้อขายและวันที่ส่งมอบสินค้าหรือบริการ รวมทั้งสิทธิของผู้บริโภคในการเลิกสัญญา ซึ่งสิทธิเลิกสัญญาดังกล่าวต้องกำหนดด้วยตัวอักษรที่เห็นเด่นชัดกว่าข้อความทั่วไป

จากหลักกฎหมายดังกล่าวจะเห็นได้ว่า กฎหมายได้กำหนดให้ผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรง หรือผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงมีหน้าที่ส่งมอบเอกสารการซื้อขายสินค้าหรือบริการแก่ผู้บริโภค ซึ่งเอกสารการซื้อขายดังกล่าวต้องมีข้อความภาษาไทย ที่อ่านเข้าใจง่าย โดยระบุ

- (1) ชื่อ ผู้ซื้อ และผู้ขาย
- (2) วันที่ซื้อขาย
- (3) วันที่ส่งมอบสินค้าหรือบริการ
- (4) สิทธิของผู้บริโภคในการเลิกสัญญา

ทั้งนี้ สิทธิเลิกสัญญาดังกล่าวต้องกำหนดด้วยตัวอักษรที่เห็นเด่นชัดกว่าข้อความทั่วไป

ข้อสังเกต

กฎหมายกำหนดหน้าที่ส่งมอบเอกสารการซื้อขายสินค้าหรือบริการแก่ผู้บริโภคเฉพาะผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรง หรือผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง แต่ไม่ได้กำหนดให้ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงต้องกระทำด้วย ซึ่งเหตุที่ไม่ได้กำหนดให้ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงส่งมอบเอกสารดังกล่าวด้วย เพราะผู้ประกอบธุรกิจขายตรงจะไม่ติดต่อโดยตรงกับผู้บริโภค แต่จะติดต่อผ่านทางผู้จำหน่ายอิสระ หรือตัวแทนขายตรงดังนั้น กฎหมายจึงมิได้บัญญัติไว้

4.3 กำหนดรายละเอียดในเอกสาร

คณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรงมีอำนาจกำหนดรายละเอียดในเอกสารการซื้อขายสินค้าหรือบริการที่ใช้วิธีการขายตรงหรือตลาดแบบตรง โดยถือเอาราคาสินค้าหรือบริการที่ผู้บริโภคได้รับการคุ้มครองและประเภทสินค้าหรือบริการเป็นสำคัญ

เอกสารการซื้อขายตามวรรคหนึ่ง อย่างน้อยต้องมีรายการดังต่อไปนี้

- 1) รายละเอียดตามมาตรา 30
- 2) กำหนดเวลา สถานที่ และวิธีการในการชำระหนี้
- 3) สถานที่ และวิธีการในการส่งมอบสินค้าหรือบริการ
- 4) วิธีการเลิกสัญญา
- 5) วิธีการคืนสินค้า
- 6) การรับประกันสินค้า
- 7) การเปลี่ยนสินค้าในกรณีที่มีความชำรุดบกพร่อง

ประกาศกำหนดรายละเอียดในเอกสารการซื้อขายให้ประกาศในราชกิจจานุเบกษา

จากหลักกฎหมายดังกล่าวข้างต้น จะเห็นได้ว่า คณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรงมีอำนาจกำหนดรายละเอียดในเอกสารการซื้อขายสินค้าหรือบริการที่ใช้วิธีการขายตรงหรือตลาดแบบตรง โดยถือเอาราคาสินค้าที่ผู้บริโภคควรได้รับการคุ้มครองและประเภทสินค้าหรือบริการเป็นสำคัญ ทั้งนี้ เพื่อกำหนดให้มีความเหมาะสมกับสถานะในตลาดเสรี เพราะสินค้าและบริการอาจมีราคาแตกต่างกันมาก ไม่จำเป็นต้องมีการควบคุมข้อความในเอกสารทุกประเภท

เอกสารการซื้อขายอย่างน้อยต้องมีรายการดังต่อไปนี้

1) ชื่อผู้ซื้อและผู้ขาย วันที่ซื้อขาย วันที่ส่งมอบสินค้าหรือบริการและสิทธิของผู้บริโภคในการเลิกสัญญา

- 2) กำหนดระยะเวลา สถานที่ และวิธีการในการชำระหนี้
- 3) สถานที่ และวิธีการในการส่งมอบสินค้าหรือบริการ
- 4) วิธีการเลิกสัญญา
- 5) วิธีการคืนสินค้า
- 6) การรับประกันสินค้า
- 7) การเปลี่ยนสินค้าในกรณีที่มีความชำรุดบกพร่อง

ทั้งนี้ ประกาศกำหนดรายละเอียดในเอกสารการซื้อขายให้ประกาศในราชกิจจานุเบกษา

4.4 ผลของการไม่จัดให้มีเอกสาร

การซื้อขายสินค้าหรือบริการใดที่ผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรงหรือผู้ประกอบการจตลาดแบบตรง ไม่ได้จัดให้มีเอกสารการซื้อขายที่มีรายละเอียดตามมาตรา 30 หรือมาตรา 31 ย่อมไม่มีผลผูกพันผู้บริโภค

ในกรณีที่มีการฝ่าฝืนไม่ยอมจัดให้มีเอกสารจากซื้อขายที่มีรายละเอียดตามกฎหมายและที่คณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรงกำหนดไว้ การซื้อขายสินค้าหรือบริการย่อมไม่มีผลผูกพันผู้บริโภค

4.5 สิทธิเลิกสัญญา

ในการซื้อขายตรงหรือจากการขายผ่านตลาดแบบตรง ผู้บริโภคมีสิทธิเลิกสัญญาโดยการส่งหนังสือแสดงเจตนาภายในเวลาเจ็ดวันนับแต่วันที่ได้รับสินค้าหรือบริการไปยังผู้ประกอบการขายตรง หรือผู้ประกอบการจตลาดแบบ สำหรับธุรกิจขายตรงผู้บริโภคจะแจ้งไปยังผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรงที่เกี่ยวข้องก็ได้

บทบัญญัติตามวรรคหนึ่งไม่ใช้บังคับกับประเภท ราคา หรือชนิด ของสินค้าหรือบริการตามที่กำหนดในพระราชกฤษฎีกา

เพื่อคุ้มครองผู้บริโภคเป็นพิเศษแตกต่างจากหลักกฎหมายเรื่องซื้อขายที่บัญญัติไว้ในประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์เนื่องจากการซื้อขายสินค้าจากการขายตรงผู้บริโภคไม่ได้เป็นฝ่ายแสดงเจตนาด้วยความต้องการของตนเองเหมือนกับการซื้อขายโดยทั่วไป แต่มักจะถูกกรูกร้าจากผู้ขาย อีกทั้งการซื้อขยจากการขายตรง ผู้ขายสามารถอธิบายสรรพคุณของสินค้าหรือบริการได้โดยไม่อาจถูกควบคุมโดยกฎหมายเกี่ยวกับโฆษณาได้เพราะการโฆษณาจะต้องมีลักษณะเป็นการป่าวร้องต่อบุคคลทั่วไป ไม่ใช่ทำต่อบุคคลใดโดยเฉพาะ ดังนั้น จึงจำเป็นต้องเปิดโอกาสให้ผู้ซื้อใช้สิทธิยกเลิกการซื้อได้ ถ้าภายในเวลาเจ็ดวันพิจารณาไตร่ตรองแล้วว่าจะไม่ต้องการผูกพันตามสัญญาซื้อขาย

จากเหตุผลดังกล่าวกฎหมายจึงกำหนดว่าในการซื้อสินค้าหรือบริการจากการขายตรงหรือจากการขายผ่านตลาดแบบตรงผู้บริโภคมีสิทธิเลิกสัญญาโดยการส่งหนังสือแสดงเจตนาภายในเวลาเจ็ดวันนับแต่วันที่ได้รับสินค้าหรือบริการไปยังผู้ประกอบการขายตรงหรือผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรง หรือผู้ประกอบการจตลาดแบบตรง เว้นแต่มีพระราชกฤษฎีกากำหนดประเภทราคาหรือชนิดของสินค้าหรือบริการไว้ผู้บริโภคจึงจะไม่มีสิทธิเลิกสัญญา

ข้อสังเกต

- 1) กรณีนี้ไม่ใช่กรณีเดียวกันกับความชำรุดบกพร่องของสินค้าหรือบริการซึ่ง ผู้ซื้อ อาจใช้สิทธิตามที่บัญญัติไว้ในประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ ลักษณะซื้อขายได้โดยการ เรียกร้องให้ผู้ขายรับผิดชอบตามสัญญาซื้อขาย
- 2) ผู้บริโภคจะส่งสินค้าคืนเลขทันทีไม่ได้ ผู้บริโภคจะต้องใช้สิทธิเลิกสัญญา ก่อน โดยการส่งหนังสือแสดงเจตนาภายในเวลาเจ็ดวันนับแต่วันที่ได้รับสินค้าหรือบริการ ไปยัง ผู้ประกอบธุรกิจก่อน

4.6 วิธีปฏิบัติหลังใช้สิทธิเลิกสัญญา

ผู้บริโภคที่ใช้สิทธิเลิกสัญญาตามมาตรา 33 ต้องเลิกปฏิบัติอย่างใดอย่างหนึ่งดังต่อไปนี้

- 1) ส่งสินค้าไปยังผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรง หรือผู้ประกอบธุรกิจขายตรง ในกรณี การขายตรง หรือส่งสินค้าไปยังผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง ในกรณีตลาดแบบตรง
- 2) เก็บรักษาสินค้าไว้ตามสมควรภายในระยะเวลาสี่สิบเอ็ดวันนับแต่วันที่ใช้สิทธิเลิก สัญญา เว้นแต่สินค้านั้นเป็นของเสียหายโดยสภาพไม่อาจเก็บรักษาได้ภายในระยะเวลาดังกล่าวให้ เก็บรักษาตามเวลาและวิธีการอันสมควรแก่สภาพ เมื่อพ้นกำหนดนั้นแล้ว ผู้บริโภคจะเก็บรักษา สินค้าไว้หรือไม่ก็ได้

ผู้บริโภคที่เลือกปฏิบัติตามวรรคหนึ่ง (2) มีหน้าที่ต้องส่งคืนสินค้าให้ผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรง ผู้ประกอบธุรกิจขายตรง ผู้ประกอบธุรกิจขายตรง หรือผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบ ตรง แล้วแต่กรณี มารับคืน ณ ภูมิลำเนาของผู้บริโภค แต่ถ้าผู้ประกอบธุรกิจขายตรงหรือ ผู้ประกอบ ธุรกิจตลาดแบบตรง ขอให้ผู้บริโภคส่งคืนสินค้าทางไปรษณีย์โดยเรียกเก็บเงินปลายทางภายใน ระยะเวลาตามวรรคหนึ่ง (2) ผู้บริโภคต้องส่งคืนสินค้านั้นตามคำขอของผู้ประกอบธุรกิจดังกล่าว

ถ้าสินค้าเป็นของใช้สิ้นเปลือง ผู้บริโภคมีหน้าที่คืนเฉพาะส่วนที่เหลือจากการใช้ก่อนใช้ สิทธิเลิกสัญญา

หลักเกณฑ์และวิธีการในการคืนสินค้าและบริการให้เป็นไปตามที่กำหนดใน กฎกระทรวง

ผู้บริโภคมีสิทธิที่จะยึดหน่วงสินค้าไว้ได้จนกว่าจะได้รับคืนเงินที่ผู้บริโภคจ่ายไปในการ ซื้อสินค้านั้น

จากหลักกฎหมายดังกล่าวข้างต้นจะเห็นได้ว่า เมื่อผู้บริโภคได้ใช้สิทธิเลิกสัญญา โดยส่ง หนังสือแสดงเจตนาภายในเวลาเจ็ดวันนับแต่วันที่ได้รับสินค้าหรือบริการ ไปยังผู้ประกอบธุรกิจแล้ว ผู้บริโภคมีหน้าที่ต้องปฏิบัติอย่างหนึ่งอย่างใดดังนี้ (1) ส่งสินค้าไปยังผู้ประกอบธุรกิจ (2) เก็บรักษา

สินค้าไว้ตามสมควรภายในระยะเวลาสี่สิบเอ็ดวันนับแต่วันที่ใช้สิทธิเลิกสัญญา เว้นแต่สินค้านั้นเป็นของเสียง่ายโดยสภาพ เช่น อาหาร ผลไม้ เป็นต้น กฎหมายให้เก็บรักษาตามเวลาและวิธีอันควรแก่สภาพ เมื่อพ้นกำหนดแล้วผู้บริโภคมักจะเก็บรักษาสินค้านั้นไว้หรือไม่ก็ได้ กรณีผลไม้นั้นถ้าสามารถเก็บรักษาไว้ได้เพียงเจ็ดวันก็ต้องใส่ตู้เย็นไว้เมื่อเกินกำหนดผลไม้เน่าเสียจะทิ้งไปหรือเก็บไว้ก็ได้ตามแต่จะเลือก

ในกรณีที่ผู้บริโภคเลือกวิธีการเก็บรักษาสินค้าไว้ ผู้บริโภคมีหน้าที่ต้องส่งคืนสินค้าให้ผู้ประกอบธุรกิจมารับคืน ณ ภูมิลำเนาของผู้บริโภค แต่ถ้าผู้ประกอบธุรกิจขอให้ผู้บริโภคส่งคืนสินค้าทางไปรษณีย์โดยเรียกเก็บเงินปลายทาง ผู้บริโภคต้องส่งคืนตามขอ

ถ้าสินค้าเป็นของใช้สิ้นเปลือง เช่น สบู่ ยาสีฟัน น้ำยาล้างจาน แชมพูสระผม เป็นต้น ผู้บริโภคมีหน้าที่คืนเฉพาะส่วนที่เหลือจากการใช้ก่อนใช้สิทธิเลิกสัญญา ซึ่งเป็นการคืนตามสภาพที่เหลือ ณ เวลาใช้สิทธิเลิกสัญญา มิใช่ว่าเมื่อใช้สิทธิเลิกสัญญาแล้วยังคงใช้สินค้าต่อไปแล้วจะมากินตามที่เหลือเพียงใดก็ได้ และผู้บริโภค ไม่จำเป็นต้องคืนตามสภาพเดิม หรือจะต้องนำส่วนที่ใช้สิทธิเลิกมาคืนด้วย ซึ่งในความเป็นจริงทำไม่ได้

สำหรับหลักเกณฑ์และวิธีการในการคืนสินค้าหรือบริการ เช่น ในกรณีที่ส่งสินค้าคืนทางไปรษณีย์ ให้ส่งโดยวิธีลงทะเบียนและให้ถือวันที่ประทับตราของไปรษณีย์เป็นวันสิ้นสุดแห่งการนับระยะเวลาในการใช้สิทธิยกเลิกการซื้อ เป็นต้น กฎหมายกำหนดให้เป็นไปตามที่กำหนดในกฎกระทรวง ซึ่งจะมีการกำหนดขึ้นในโอกาสต่อไป

นอกจากผู้บริโภคมักมีหน้าที่ต้องปฏิบัติตามดังกล่าวแล้ว ผู้บริโภคก็มีสิทธิที่จะยึดหน่วงสินค้าไว้ได้จนกว่าจะได้รับเงินที่ผู้บริโภคนำไปในการซื้อสินค้านั้น

4.7 การคืนสินค้าหรือบริการที่เป็นพันวิสัย

ภายใต้บังคับมาตรา 34 หากสินค้าหรือบริการนั้นบอบสลายหรือสูญหายเพราะความผิดของผู้บริโภคหรือผู้บริโภคนำมาทำให้การคืนสินค้าหรือบริการกลายเป็นพันวิสัยให้ผู้บริโภคชดใช้ค่าเสียหายให้แก่ผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรง ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงหรือผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง แล้วแต่กรณี เว้นแต่เป็นความเสียหายที่เกิดขึ้นตามปกติจากการเปิดการประกอบหรือการผสมเพื่อใช้สินค้าหรือบริการ

ถ้าหากสินค้าหรือบริการที่จะต้องส่งคืนนั้นบอบสลายหรือสูญหายเพราะความผิดของผู้บริโภคหรือผู้บริโภคนำมาทำให้การคืนสินค้าหรือบริการกลายเป็นพันวิสัย เช่น ผู้บริโภคโมโหที่ใช้สินค้าไม่ได้จึงทุบสินค้าแตกละเอียด เป็นต้น ผู้บริโภคต้องชดใช้ค่าเสียหายให้แก่ผู้จำหน่ายอิสระ

ตัวแทนขายตรง ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงหรือผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง แล้วแต่กรณี เว้นแต่เป็นความเสียหายที่เกิดขึ้นตามปกติจากการเปิด การประกอบหรือการผสมเพื่อใช้สินค้าหรือบริการ

4.8 การคืนเงิน

เมื่อผู้บริโภคใช้สิทธิเลิกสัญญาตามมาตรา 33 ให้ผู้จำหน่ายอิสระตัวแทนขายตรง ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงหรือผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงคืนเงินเต็มจำนวนที่ผู้บริโภคจ่ายไปเพื่อการซื้อสินค้าหรือบริการนั้นภายในกำหนดเวลาสิบห้าวันนับแต่วันที่ได้รับหนังสือแสดงเจตนาเลิกสัญญา

ในกรณีที่ผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรง ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงหรือผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงใดไม่คืนเงินตามจำนวนและภายในกำหนดระยะเวลาตามวรรคหนึ่ง ให้ผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรง ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงหรือผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงนั้นชำระเบี้ยปรับตามอัตราที่คณะกรรมการประกาศกำหนดให้แก่ผู้บริโภค

จากหลักกฎหมายดังกล่าว จะเห็นได้ว่า เมื่อผู้บริโภคใช้สิทธิเลิกสัญญาแล้วผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรง ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงหรือผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงต้องคืนเงินเต็มจำนวนที่ผู้บริโภคจ่ายไปเพื่อการซื้อสินค้าหรือบริการนั้นภายในกำหนดเวลาสิบห้าวันนับแต่วันที่ได้รับหนังสือแสดงเจตนาเลิกสัญญา ถ้ามีการฝ่าฝืนไม่คืนเงินตามจำนวนและภายในกำหนดระยะเวลา เช่น มีการหักค่าใช้จ่ายหรือค่าธรรมเนียมโดยคืนเงินให้เพียงบางส่วน หรือส่งเงินคืนล่าช้าสามเดือน ผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรง ผู้ประกอบธุรกิจขายตรง หรือผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงต้องชำระเบี้ยปรับตามอัตราที่คณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรงประกาศกำหนดให้แก่ผู้บริโภค

ข้อสังเกต

เงินที่ต้องส่งคืนเต็มจำนวนนั้น กฎหมายไม่ได้กำหนดว่าจะต้องคืนเป็นเงินสดหรือเช็คหรือตั๋วสัญญาใช้เงินและมีข้อน่าคิดว่าถ้าผู้ประกอบธุรกิจเปลี่ยนสินค้าหรือบริการตัวใหม่แทนการคืนเงินได้หรือไม่ ซึ่งเมื่อใช้สิทธิเลิกสัญญาแล้ว ผู้ประกอบธุรกิจจะต้องคืนเงินเท่านั้น แต่ถ้าจะเปลี่ยนสินค้าใหม่มิใช่จะทำไม่ได้เสียทีเดียวแต่ควรจะต้องกระทำก่อนที่จะใช้สิทธิเลิกสัญญา

4.9 คำประกันสินค้าหรือบริการ

คำรับประกันสินค้าหรือบริการให้จัดทำเป็นภาษาไทยและระบุถึงสิทธิของผู้บริโภคในการเรียกร้องสิทธิตามคำรับประกันที่ชัดเจนและสามารถเข้าใจได้ถึงเงื่อนไขที่ระบุไว้

รายละเอียดเกี่ยวกับคำรับประกันสินค้าหรือบริการตามวรรคหนึ่งให้เป็นไปตามที่คณะกรรมการประกาศกำหนด

จากหลักกฎหมายดังกล่าวจะเห็นได้ว่าคำรับประกันสินค้าหรือบริการต้องจัดทำเป็นภาษาไทยและระบุถึงสิทธิของผู้บริโภคในการเรียกร้องสิทธิตามคำรับประกันที่ชัดเจนและสามารถเข้าใจได้ถึงเงื่อนไขที่ระบุไว้ สำหรับรายละเอียดเกี่ยวกับคำรับประกันสินค้าหรือบริการให้คณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรงประกาศกำหนด ได้แก่ ชื่อที่อยู่ของผู้รับประกัน เงื่อนไขในการรับประกัน ระยะเวลาในการประกัน

5. ความหมายของคำว่าโฆษณา

ก่อนที่จะพิจารณาว่าข้อความหรือวิธีการ โฆษณาต้องห้าม ตามกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค ในด้านโฆษณาหรือไม่ควรจะต้องพิจารณาเสียก่อนว่าข้อความนั้นเป็นการ โฆษณาหรือไม่ คำว่า “โฆษณา” หมายความว่า การกระทำไม่ว่าโดยวิธีใดๆ ให้ประชาชนเห็นหรือทราบข้อความเพื่อประโยชน์ในทางการค้า ดังนั้น ข้อความที่จะเป็นการโฆษณาได้จะต้องเข้าองค์ประกอบ 2 ข้อ ดังนี้

- (1) การกระทำไม่ว่าโดยวิธีใดๆ ให้ประชาชนเห็นหรือทราบข้อความและ
- (2) เพื่อประโยชน์ทางการค้า

ถ้าขาดองค์ประกอบข้อหนึ่งข้อใดถือว่าไม่เป็นโฆษณา จึงไม่จำเป็นต้องพิจารณาอีกต่อไปว่าข้อความนั้นไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคหรือไม่

“การกระทำ” กฎหมายไม่ได้กำหนดวิธีการไว้ ดังนั้น จะกระทำในรูปแบบใดหรือสื่อโฆษณาใดก็ได้ เพราะคำว่า “สื่อโฆษณา” หมายความว่า สิ่งที่ใช้เป็นสื่อในการโฆษณา เช่น หนังสือพิมพ์ สิ่งพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ ปรินต์โทรเลข โทรศัพท หรือป้าย การกระทำดังกล่าวแม้จะไม่จำกัดวิธีการในการกระทำก็ตาม แต่มีเงื่อนไขว่าต้องให้ประชาชนเห็นหรือทราบข้อความ คำว่า “ข้อความ” หมายความว่ารวมถึงการกระทำที่ปรากฏด้วยตัวอักษร ภาพ ภาพยนตร์ แสง เสียง เครื่องหมาย หรือกระทำอย่างใดๆ ที่ทำให้บุคคลทั่วไปสามารถเข้าใจความหมายได้เพื่อประโยชน์ในทางการค้า

การกระทำนั้นจะต้องมีวัตถุประสงค์เพื่อประโยชน์ในทางการค้าด้วยหมายความว่าต้องมีวัตถุประสงค์เพื่อขายสินค้าหรือให้บริการได้มากขึ้น โดยมีเจตนาจะเชิญชวนให้ผู้บริโภคสนใจซื้อสินค้าหรือบริการแต่ถ้าข้อเท็จจริงฟังได้ว่าไม่มีวัตถุประสงค์เพื่อการอื่นไม่เกี่ยวกับการค้าแล้วก็ตาม องค์ประกอบข้อนี้ไม่เป็นโฆษณา

การเชิญผู้ประกอบการค้ามาสัมภาษณ์ในรายการทางเคเบิลทีวีโดยเนื้อหาของการสนทนาพูดเฉพาะผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการ การค้าว่ามีคุณภาพและประสิทธิภาพอย่างไร พร้อมทั้งได้มีการอ้างอิงการทดสอบของหน่วยงานราชการ และอ้างอิงเอกสารทางวิชาการ หลังจากนั้นได้มีการสาธิตประสิทธิภาพของสินค้า ในรูปแบบง่าย อีกทั้งพูดโอ้อวดสรรพคุณ กรณีนี้ ถือว่าเป็นการโฆษณาแล้ว เพราะเป็นการกระทำไม่ว่าด้วยวิธีใดๆ ให้ประชาชนเห็นหรือทราบข้อความเพื่อประโยชน์ในทางการค้า

5.1 คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา

การคุ้มครองผู้บริโภคด้านการโฆษณานั้นเป็นการให้ความคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภค พ.ศ.2522 คือ สิทธิที่จะได้รับข่าวสารรวมทั้งคำพรรณนาที่ถูกต้องและเพียงพอเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการโดยมีองค์กรที่เรียกว่าคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาเป็นคณะกรรมการเฉพาะเรื่องที่เป็นผู้รับผิดชอบ ควบคุม ดูแล และคุ้มครองผู้บริโภคในด้านนี้ ในทางปฏิบัติคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาได้แต่งตั้งคณะอนุกรรมการติดตามสอดส่องและวินิจฉัยการโฆษณาขึ้น เพื่อพิจารณาข้อเท็จจริงและข้อกฎหมายในเบื้องต้น

คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาเป็นคณะกรรมการเฉพาะเรื่องแต่งตั้งขึ้นตามมาตรา 14 แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522 ประกอบด้วยกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ ในเรื่องที่เกี่ยวข้องมีจำนวนไม่น้อยกว่า 7 คน แต่ไม่เกิน 13 คน กรรมการดังกล่าวอยู่ในตำแหน่งคราวละ 2 ปี กรรมการที่พ้นจากตำแหน่งอาจได้รับแต่งตั้งอีกได้

5.2 อำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา

คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณามีอำนาจหน้าที่ดำเนินการคุ้มครองผู้บริโภคตามมาตรา 22 ถึงมาตรา 29 แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522 เฉพาะเรื่องที่ยังมิได้มีบัญญัติไว้ในกฎหมายอื่นดังนี้

1. ในกรณีที่ผู้ประกอบการโฆษณาโดยใช้ข้อความที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคหรือใช้ความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวม

(ก) ถ้าข้อความดังกล่าวเป็นข้อความที่เป็นเท็จหรือเกินจริง หรือเป็นข้อความที่ก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ คณะกรรมการ ว่าด้วยการโฆษณา มีอำนาจออกคำสั่งให้ผู้กระทำการโฆษณาแก้ไขข้อความหรือวิธีการในการโฆษณา หรือห้ามใช้วิธีการนั้นในการโฆษณา และหรือให้โฆษณาเพื่อแก้ไขความเข้าใจผิดของผู้บริโภคที่อาจเกิดขึ้นแล้วตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณากำหนด

(ข) ถ้าข้อความดังกล่าวเป็นข้อความที่เป็นการสนับสนุนโดยตรงหรือโดยอ้อมให้มีการกระทำผิดกฎหมาย หรือศีลธรรม หรือนำไปสู่ความเสื่อมเสียในวัฒนธรรมของชาติ หรือเป็นข้อความที่จะทำให้เกิดความแตกแยกหรือเสื่อมเสียความสามัคคีในหมู่ประชาชน หรือเป็นข้อความอย่างอื่นตามที่กำหนดในกฎกระทรวง คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา มีอำนาจออกคำสั่งในทำนองเดียวกับ (ก) หรือเสนอความเห็นเพื่อให้คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคดำเนินคดีกับผู้กระทำการโฆษณาดังกล่าว

2. ในกรณีที่ผู้ประกอบการโฆษณาใช้วิธีการอันอาจจะเป็นอันตรายต่อสุขภาพ ร่างกาย หรือจิตใจ หรืออันอาจก่อให้เกิดความรำคาญแก่ผู้บริโภคตามที่ได้มีการกำหนดในกฎกระทรวง คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา มีอำนาจออกคำสั่งในทำนองเดียวกัน (1) หรือเสนอความเห็นเพื่อให้คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคดำเนินคดีกับผู้กระทำการโฆษณาได้

3. ในกรณีที่คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาเห็นว่าสินค้าใดอาจเป็นอันตรายแก่ผู้บริโภคและคณะกรรมการว่าด้วยฉลากได้กำหนดให้สินค้านั้นเป็นสินค้าที่ควบคุมฉลากให้ คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา มีอำนาจออกคำสั่งกำหนดให้การโฆษณานั้นต้องกระทำไปพร้อมกับคำแนะนำ หรือคำเตือนเกี่ยวกับวิธีใช้ หรืออันตรายตามเงื่อนไขที่คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา กำหนด ทั้งนี้ โดยคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาจะกำหนดเงื่อนไขให้แตกต่างกัน สำหรับการโฆษณาที่ใช้สื่อโฆษณาต่างกันได้จำกัดการใช้สื่อโฆษณา และห้ามการโฆษณาสินค้านั้น

อนึ่ง ในการออกคำสั่งจำกัดการใช้สื่อโฆษณาและห้ามโฆษณาสินค้านั้นให้นำมาใช้บังคับแก่การโฆษณาที่คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาเห็นว่าการใช้หรือประโยชน์ของสินค้านั้นขัดต่อนโยบายทางสังคม ศีลธรรม หรือวัฒนธรรมของชาติด้วย

4. ในกรณีที่คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาเห็นสินค้าหรือบริการใด ผู้บริโภคจำเป็นต้องทราบข้อเท็จจริงเกี่ยวกับ สภาพ ฐานะ และรายละเอียดอย่างอื่นเกี่ยวกับผู้ประกอบการ คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา มีอำนาจกำหนดให้การโฆษณาสินค้าหรือบริการนั้นต้องให้ข้อเท็จจริงดังกล่าวตามที่คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา กำหนดได้

5. ในกรณีที่คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาเห็นว่าข้อความในการโฆษณาโดยทางสื่อโฆษณาใดสมควรแจ้งให้ผู้บริโภคทราบว่าข้อความนั้นเป็นข้อความที่มีความมุ่งหมายเพื่อการโฆษณา คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา มีอำนาจกำหนดให้ การโฆษณาโดยทางสื่อโฆษณานั้นต้องมีถ้อยคำชี้แจงกำกับให้ประชาชนทราบว่าข้อความดังกล่าวเป็นการโฆษณาได้ และคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาจะกำหนดเงื่อนไขอย่างใดให้ต้องปฏิบัติด้วยก็ได้

6. ผู้ประกอบธุรกิจผู้ใดสงสัยว่าการโฆษณาของตนจะเป็นการฝ่าฝืน หรือไม่ปฏิบัติตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522 ผู้ประกอบธุรกิจนั้นอาจช่วยให้คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาพิจารณาให้ความเห็นในเรื่องนั้นก่อนทำการโฆษณาได้ ในกรณีนี้ คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาจะต้องให้ความเห็นและแจ้งให้ผู้ร้องขอทราบภายใน 30 วัน นับแต่วันที่คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาได้รับคำขอถ้าไม่แจ้งภายในระยะเวลาดังกล่าว ถือว่าคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาให้ความเห็นชอบด้วย การให้ความเห็นของคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาไม่ถือว่าเป็นการตัดอำนาจ ของคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาที่จะพิจารณาวินิจฉัยใหม่เป็นอย่างอื่นเมื่อมีเหตุอันสมควร และการใดที่ผู้ประกอบธุรกิจได้กระทำไปตามความเห็นของคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา มีถือว่าการกระทำนั้นเป็นความผิดทางอาญา

7. คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณามีอำนาจที่จะแต่งตั้งคณะอนุกรรมการเพื่อพิจารณาหรือปฏิบัติการตามที่คณะกรรมการมอบหมายนอกจากนี้ คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณายังมีอำนาจที่จะสั่งให้บุคคลหนึ่งบุคคลใดส่งเอกสารหรือข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องที่มีผู้ร้องทุกข์หรือเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคมาพิจารณาได้ในการนี้จะเรียกบุคคลที่เกี่ยวข้องมาชี้แจงด้วยก็ได้

8. ในการปฏิบัติหน้าที่ตามพระราชบัญญัตินี้ คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาต้องให้โอกาสแก่ผู้ถูกกล่าวหาหรือสงสัยว่ากระทำการอันเป็นการละเมิดสิทธิของผู้บริโภค เพื่อชี้แจงข้อเท็จจริงและแสดงความคิดเห็นตามสมควร เว้นแต่ในกรณีที่จำเป็นและเร่งด่วน

การกำหนดหรือการออกคำสั่งในเรื่องใดตามพระราชบัญญัตินี้ให้คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาคำนึงถึงความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นแก่ทั้งผู้บริโภคและผู้ประกอบธุรกิจและในกรณีที่เห็นสมควรคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาจะกำหนดเงื่อนไขหรือวิธีการชั่วคราวในการบังคับให้เป็นไปตามการกำหนดหรือการออกคำสั่งนั้นก็ได้

9. ในกรณีที่คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณามีเหตุอันควรสงสัยว่าข้อความใดที่ใช้ในการโฆษณาเป็นเท็จหรือเกินความจริงตามมาตรา 22 วรรคสอง (1) แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522 คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา มีอำนาจออกคำสั่งให้ผู้กระทำการโฆษณาพิสูจน์เพื่อแสดงความจริงได้

ในกรณีที่ผู้กระทำการโฆษณาอ้างรายงานทางวิชาการ ผลการวิจัยสถิติการรับรองของสถาบันหรือบุคคลอื่นใด หรือยืนยันข้อเท็จจริงอันใดอันหนึ่งในการโฆษณา ถ้าผู้กระทำการโฆษณาไม่สามารถพิสูจน์ได้ว่าข้อความที่ใช้ในการโฆษณาเป็นความจริงตามที่กล่าวอ้าง คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณามีอำนาจออกคำสั่ง ตามข้อ 1 (ก) ได้และให้ถือว่าผู้กระทำการโฆษณารู้หรือควรได้รู้ว่าข้อความนั้นเป็นความเท็จ

10. นอกจากอำนาจหน้าที่ตามพระราชบัญญัตินี้แล้ว คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณายังมีอำนาจออกคำสั่งเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคในเมื่อไม่มีกฎหมายบัญญัติโดยเฉพาะเป็นอย่างอื่น

5.3 การควบคุมดูแล การโฆษณาสินค้าหรือบริการที่ยังมิได้ถูกควบคุมการโฆษณา โดยกฎหมายอื่น

มาตรฐานของ “ข้อความ” ที่ใช้ในการโฆษณา

พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522 ได้บัญญัติหลักเกณฑ์ไว้ในมาตรา 22 ว่าการโฆษณาจะต้องไม่ใช่ข้อความที่เป็นการไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคหรือใช้ข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวม ทั้งนี้ ไม่ว่าข้อความดังกล่าวนั้นจะเป็นข้อความที่เกี่ยวกับแหล่งกำเนิด สภาพ คุณภาพ หรือลักษณะของสินค้าหรือบริการ ตลอดจนการส่งมอบ การจัดหา หรือการใช้สินค้าหรือบริการ

ข้อความดังต่อไปนี้ ถือว่าเป็นข้อความที่เป็นการไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคหรือเป็นข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวม

- (1) ข้อความที่เป็นเท็จหรือเกินความจริง
- (2) ข้อความที่จะก่อให้เกิดความเข้าใจผิด ในสาระสำคัญเกี่ยวกับการค้าหรือบริการ ไม่ว่าจะกระทำโดยใช้หรืออ้างอิงรายงานทางวิชาการสถิติ หรือสิ่งใดสิ่งหนึ่งอันไม่เป็นความจริงหรือเกินความจริงหรือไม่ก็ตาม
- (3) ข้อความที่เป็นการสนับสนุนโดยตรงหรือโดยอ้อมให้มีการกระทำผิดกฎหมายหรือศีลธรรม หรือนำไปสู่ความเสื่อมเสียในวัฒนธรรมของชาติ
- (4) ข้อความที่จะทำให้เกิดความแตกแยกหรือเสื่อมเสียความสามัคคีในหมู่ประชาชน
- (5) ข้อความอย่างอื่นตามที่กำหนดในกฎกระทรวง

จากหลักกฎหมายดังกล่าว จะเห็นได้ว่าการโฆษณาจะต้องไม่ใช่ข้อความ ดังนี้

- (1) ข้อความที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค
- (2) ข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวม

ข้อความที่เป็นการไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคนั้นอาจแยกเป็น 3 ลักษณะ ได้แก่

- ลักษณะที่ 1 ข้อความโฆษณาที่เป็นเท็จหรือเกินความจริง
- ลักษณะที่ 2 ข้อความโฆษณาที่ก่อให้เกิดผู้บริโภคเกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ

- ลักษณะที่ 3 ข้อความอย่างอื่นตามที่กำหนดในกฎกระทรวง

ข้อสังเกต

โฆษณาที่ไม่เป็นธรรมนั้น ได้แก่ การโฆษณาที่มีลักษณะเป็นเรื่องของความเห็นที่มีแต่ความน่าจะเป็นไปได้ โดยผู้ทำโฆษณาไม่อาจพิสูจน์ให้เห็นว่าเป็นความจริงได้แต่อย่างใด หรืออาจเป็นโฆษณาที่ไม่เปิดเผยข้อเท็จจริงที่ควรเปิดเผย สำหรับโฆษณาที่ไม่เปิดเผยข้อเท็จจริงที่ควรเปิดเผยนี้บางครั้งเป็นความลับของผู้โฆษณาที่ไม่อาจเปิดเผยได้เนื่องจากเป็นความลับของการผลิตสินค้า ซึ่งการกระทำดังกล่าวบางครั้งอาจไม่ถึงขนาดเป็นการหลอกลวงหรือก่อให้เกิดความเข้าใจผิดแต่หากการกระทำนั้นมีลักษณะเป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคแล้วก็อยู่ในความหมายของโฆษณาที่ไม่เป็นธรรมด้วย

ข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวมนั้นแยกเป็น 3 ลักษณะ ได้แก่

ลักษณะที่ 1 ข้อความที่เป็น การสนับสนุนโดยตรงหรือโดยอ้อมให้มีการกระทำผิดกฎหมายหรือศีลธรรม หรือนำไปสู่ความเสื่อมเสียในวัฒนธรรมของชาติ

ลักษณะที่ 2 ข้อความที่จะทำให้เกิดความแตกแยกหรือเสื่อมเสียความสามัคคีในหมู่ประชาชน

ลักษณะที่ 3 ข้อความอย่างอื่นตามที่กำหนดในกฎกระทรวง

5.4 หลักเกณฑ์การวินิจฉัยข้อความโฆษณา

คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาได้กำหนดหลักเกณฑ์และแนวทางในการพิจารณาวินิจฉัยข้อความโฆษณาอันเป็นเท็จหรือเกินความจริงหรือข้อความที่ก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ ดังนี้

1. ข้อความ โฆษณาอันมีลักษณะเป็นการยืนยันข้อเท็จจริงอันยากแก่การพิสูจน์ ซึ่งถ้าผู้ประกอบการธุรกิจสามารถแสดงหลักฐานพิสูจน์ได้ก็มีสิทธิโฆษณาต่อไปได้

ในทางปฏิบัติในการนำเอาถ้อยคำที่มีลักษณะยืนยันข้อเท็จจริงอันยากแก่การพิสูจน์นำมาใช้ประกอบข้อความนี้ คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาได้มีมติวางแนวทางในการพิจารณาไว้เป็นการภายใน กรณีที่ผู้โฆษณาได้นำเอาคำว่า “ที่สุด” และคำว่า “กว่า” มาประกอบข้อความโฆษณา โดยไม่ระบุข้อความอื่น

(ก) ในกรณีที่ผู้กระทำการโฆษณาใช้คำว่า “กว่า” หรือ “ที่สุด” ประกอบข้อความโฆษณา โดยที่ถ้อยคำนั้นไม่มีความหมายเฉพาะเจาะจงที่แน่นอน แต่ขึ้นอยู่กับความเข้าใจหรือความรู้สึกรวมของแต่ละบุคคล เช่น การนำคำว่า กว่า หรือ ที่สุด ไปประกอบคำว่า สวย ดี เก่เด่น เหมาะ ทันสมัย อร่อย ได้มาตรฐาน เป็นต้น กรณีเช่นนี้ให้ถือว่าข้อความโฆษณานั้นไม่มีลักษณะเป็นการยืนยันข้อเท็จจริงอันต้องพิสูจน์แสดงความจริง

(ข) ในกรณีที่ผู้กระทำการโฆษณา ใช้คำว่า “กว่า” หรือ “ที่สุด” ไปประกอบข้อความ โดยที่ใช้ถ้อยคำนั้นมีความหมายเฉพาะเจาะจงและเป็นถ้อยคำที่มีความหมายทั่วไปเข้าใจได้ว่ามีความเหนือกว่าในด้านที่มีความหมายนั้นเพื่อเปรียบเทียบกับสินค้าในประเภทเดียวกัน เช่น คำว่า กว่า หรือ ที่สุด ไปประกอบคำว่า ยาว นาน ประหยัด ทน เล็ก เป็นต้น ในกรณีเช่นนี้ ให้ถือว่าเป็นข้อความโฆษณาที่มีลักษณะเป็นการยืนยันข้อเท็จจริงที่ต้องพิสูจน์แสดงความจริงเกี่ยวกับข้อความ โฆษณานั้น ทั้งนี้ เว้นแต่ว่าในข้อความโฆษณานั้นเองได้มีข้อความอื่นที่ทำให้เหตุผลหรือแสดงให้เห็นเข้าใจได้ว่าการมีคุณภาพกว่าหรือที่สุดตามความหมายของถ้อยคำนั้นเชื่อได้ว่าเป็นความจริงตามที่ได้โฆษณา กรณีเช่นนี้ ถือว่าเป็นข้อความโฆษณาที่ยืนยันข้อเท็จจริงอันไม่ต้องพิสูจน์แสดงความจริง

2. การโฆษณาอ้างว่าลดสินค้า เรื่องนี้ปัญหาอยู่ที่ว่าผู้โฆษณาได้ลดราคาสินค้าลงจริงตามที่โฆษณาหรือไม่ แต่ด้วยเหตุที่ราคามาตรฐานของสินค้าแต่ละประเภทยังไม่ได้มีการวางไว้ อย่างแน่นอน ดังนั้น การที่จะพิสูจน์ว่าเป็นเท็จหรือเกินความจริงหรือไม่จึงกระทำได้ยาก กรณีสินค้าควบคุมราคาการตรวจสอบว่าลดราคาจริงหรือไม่ ย่อมกระทำได้ง่าย แต่กรณีที่สินค้านั้นไม่มีราคามาตรฐานการพิสูจน์ย่อมขึ้นอยู่กับข้อเท็จจริงและการนำสืบว่าราคาโดยทั่วไปของสินค้าเท่าใด และได้ลดราคาเท่าใด ดังนั้นขณะนั้นคณะกรรมการฯ จึงยังมิได้วางกฎเกณฑ์ที่เกี่ยวกับการโฆษณาลดราคาสินค้าขึ้นไว้ แต่การที่จะโฆษณาลดราคาสินค้านั้น ผู้ประกอบธุรกิจก็ควรจะได้แจ้งเงื่อนไขไว้ในข้อความโฆษณาให้ชัดเจนว่าลดราคาเท่าใดภายใต้เงื่อนไขอย่างไร

3. การโฆษณายืนยันข้อเท็จจริงว่าได้รับรางวัลหรือได้รับใบรับรองคุณภาพ หรือกล่าวอ้างยืนยันตัวเลขอันต้องพิสูจน์แสดงความจริง

4. โฆษณาเปรียบเทียบ ในลักษณะเหยียบย่ำสินค้าอื่น หรือโฆษณาเปรียบเทียบสินค้าของตนว่ามีคุณภาพดีกว่าสินค้านั้น โดยทั่วไปคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาไม่มีอำนาจหน้าที่ที่จะห้ามไม่ให้กระทำ เว้นแต่จะมีลักษณะเกินความจริงหรือเป็นเท็จ แต่การโฆษณานั้นจะต้องกระทำโดยต้องแถลงความจริงทั้งหมดให้ผู้บริโภคทราบ การเปรียบเทียบโดยไม่แถลงความจริงทั้งหมดถือเป็นการปกปิดข้อเท็จจริงทำให้ผู้บริโภคสำคัญผิดในสาระสำคัญของสินค้า การโฆษณาเปรียบเทียบ ผู้โฆษณาต้องแถลงความจริงให้ผู้บริโภคทราบโดยครบถ้วน และการโฆษณาโดยวิธีการเปรียบเทียบกับสินค้านั้น ควรทำได้เฉพาะแต่ส่วนที่เป็นสาระสำคัญ การนำเอาเรื่องเล็กๆ น้อยๆ มาเป็นหลักเปรียบเทียบนั้น ก็อาจถือว่าเป็นการทำให้ผู้บริโภคเข้าใจผิดว่าสินค้านั้นดีกว่าสินค้านั้นมาก

5. การโฆษณาอันทำให้ผู้บริโภคเข้าใจผิด ในสาระสำคัญของสินค้า ซึ่งกระทำในหลายรูปแบบ เช่น การใช้ข้อความโฆษณาในลักษณะที่กระทำให้ผู้บริโภคเข้าใจผิดในแหล่งกำเนิดของสินค้าหรือเข้าใจผิดในวัสดุที่ใช้ผลิตสินค้า

6. การโฆษณาว่ารับประกันสินค้า การโฆษณาลักษณะรับประกันสินค้า ผู้โฆษณาต้องระบุลักษณะของเขตของการประกันให้ชัดเจน เงื่อนไขของการปฏิบัติตามที่ประกันต้องชัดเจนและครบถ้วนทุกเงื่อนไขระบุตัวผู้รับประกัน ระยะเวลารับประกัน ขั้นตอนการปฏิบัติตามสัญญาประกัน เพราะโฆษณาการรับประกันโดย ไม่ชัดเจนนั้นย่อมก่อให้เกิดเจตนาประสงค์ไม่รับผิดชอบของผู้รับประกัน ทั้งอาจทำให้ผู้บริโภคสำคัญผิดได้อีกด้วย

ข้อสังเกต

(1) การพิจารณาว่าโฆษณาใดเป็นเท็จหรือทำให้เข้าใจผิดหรือไม่จะต้องพิจารณานั้น เฉพาะตัวข้อความโฆษณาจะไม่คู่ผลของการโฆษณายกเว้นโฆษณานั้นไม่เกิดผลที่ทำให้คนเสียหายอย่างร้อยละ 100 ไม่นำไปสู่ความเสียหายใดๆ เลย เช่นนี้เป็นข้อยกเว้นได้ว่าการโฆษณานั้นไม่ผิด แต่ถ้าโฆษณาใดมีข้อความที่ผิดหรือทำให้เข้าใจผิดได้โดยตัวโฆษณาเอง ถือว่าเป็นการโฆษณาที่ไม่ถูกต้อง โดยไม่เกี่ยวกับความเสียหายเลย ฉะนั้น โฆษณาใดไม่ถูกต้อง ต้องห้ามโฆษณา ส่วนโฆษณาใดไปในทางทำให้คนเสียหายโดยจงใจหรือเกิดความเสียหายจะต้องเสนอให้ดำเนินคดีอาญา ซึ่งโทษจะแตกต่างกันตามความสำคัญของเรื่อง ดังนั้นการโฆษณาที่ผลจะแตกต่างกัน

(2) หลักการโฆษณาสมัยใหม่เน้นการตลาด มุ่งรู้หลายเรื่องเป็นไปไม่ได้ต้องให้รู้เรื่องเดียวการที่เน้นให้รู้จุดนั้นผู้บริโภคจะทราบได้ ivoเห็นข้อดีของโฆษณา แต่อย่าลืมบางจุดที่เราไม่พูด ถ้าเป็นจุดสำคัญก็ทำให้คนเสียหายได้ ถ้าเช่นทฤษฎีการตลาดแบบชนิดเดียวก็อาจเป็นทฤษฎีการตลาดที่มีประสิทธิภาพแต่ไร้มนุษยธรรม ผู้ทำโฆษณาทุกคนต้องรับผิดชอบต่อสังคม คือทำโฆษณาให้ข้อความตรงกับข้อเท็จจริงต่อผู้บริโภค ถ้าใช้ในทางที่ผิดหลอกลวง ไร้ศีลธรรมก่อให้เกิดความแตกแยก ถือว่าใช้ในทางที่ผิดทั้งสิ้น ต้องถือว่าโฆษณานั้นถูกถอน ส่วนเงินนั้นผิดกฎหมายจะเอาโทษทางอาญาหรือไม่ต้องดูอีกระดับหนึ่ง

(3) ในกฎหมายโฆษณาไม่ได้ให้เอาข้อความทั้งร้อยคำมาคูณกันแต่เอาภาพทั้งหมดมาคูณโดยรวมเมื่อสิ่งนั้นเข้ามาในสมองคนจะเกิดแนวความคิดอย่างไร คำว่า “รายละเอียดอาจเปลี่ยนแปลงได้โดยมิต้องแจ้งให้ทราบ” ย่อมไร้ความหมายถ้าโฆษณานั้นปรากฏว่าทำให้คนเข้าใจผิด ส่วนข้อความที่สำคัญควรต้องบอกไว้ จริงอยู่โฆษณาจะบอกทุกเรื่องย่อมเป็นไปได้ อย่างนั้นก็ไม่ใช่โฆษณาแต่จุดที่พยายามจะขายหรือทำให้เสียหายได้เป็นจุดสำคัญต้องโฆษณาส่วนนั้น

ข้อความที่เป็นเท็จหรือเกินความจริง

คำว่า “ข้อความที่เป็นเท็จ” หมายถึง ข้อความที่ไม่ถูกต้องตรงตามความเป็นจริง

คำว่า “เกินความจริง” หมายถึง ข้อความที่มีการปรุงแต่งหรือเพิ่มเติมไปจากที่เป็นจริง

ข้อความที่ใช้ในการโฆษณาที่บุคคลทั่วไปสามารถรู้ได้ว่าเป็นข้อความที่ไม่อาจเป็นความจริงได้โดยแน่แท้ ไม่เป็นข้อความที่ต้องห้ามในการโฆษณา

คำว่า “ไม่อาจเป็นความจริงได้โดยแน่แท้” หมายถึง บุคคลทั่วไปที่เห็นโฆษณาดังกล่าวแล้วไม่หลงเชื่อตามโฆษณา แต่ถ้าอาจจะเชื่อหรือไม่เชื่อก็ได้ ยังถือไม่ได้ว่าอยู่ในความหมายของคำว่า “โดยแน่แท้”

ข้อสังเกต

“โฆษณาที่เป็นเท็จ” ต้องเป็นโฆษณาที่ทำให้เข้าใจผิดในสาระสำคัญของสินค้า ปัญหาว่าโฆษณาที่เป็นเท็จหรือไม่เป็นปัญหาข้อเท็จจริงขึ้นอยู่กับข้อเท็จจริงในขณะนั้นเป็นเครื่องพิสูจน์ ดังนั้นโดยทั่วไปแล้วจึงต้องเป็นข้อความอันเกี่ยวกับเรื่องในอดีตหรือปัจจุบันเท่านั้น ส่วนข้อความที่เกี่ยวกับอนาคต การแสดงความคิดเห็น ความเชื่อหรือความหวังจึงไม่อาจจะเป็นความเท็จได้โดยสภาพ เว้นแต่ข้อความที่แสดงนั้น ไม่ตรงกับความรู้ที่ผู้แสดงมีอยู่จริง ซึ่งย่อมถือได้ว่าเป็นการแสดงข้อความอันเป็นเท็จได้ นอกจากนี้ในกรณีที่ผู้โฆษณาไม่ทราบว่าเป็นจริงเพียงใดหรือไม่ ถ้าได้นำข้อความนั้นมาโฆษณา โดยกล่าวยืนยันว่าเป็นความจริงแล้วถือว่าเป็นการแสดงข้อความอันเป็นเท็จอย่างหนึ่ง

6. กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการขายตรงอาหารเสริม ที่เกี่ยวข้องอื่นๆ

นอกจากกฎหมายที่เกี่ยวข้องโดยตรง ตามที่กล่าวมาทั้งหมดแล้วยังมีกฎหมายที่เกี่ยวข้องโดยทางอ้อมอีก เช่น

1. พระราชบัญญัติว่าด้วยข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม พ.ศ.2540
2. ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์บรรพ 2 นี้ และนิติกรรมสัญญา ละเมิด
3. ประมวลกฎหมายอาญา พ.ศ.2499 ลักษณะ 6 ความผิดเกี่ยวกับการก่อให้เกิดอันตรายต่อประชาชน
4. ประกาศระเบียบและคำสั่งคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค
5. ประกาศระเบียบคณะกรรมการว่าด้วยโฆษณา
6. ประกาศระเบียบคณะกรรมการว่าด้วยฉลาก

7. ประกาศระเบียบคณะกรรมการว่าด้วยสัญญา
8. ประกาศคณะปฏิวัติฉบับที่ 58 (ควบคุมกิจการค้าขายอันกระทบถึงความปลอดภัย)