

โฆษณาอย่างไรให้ถูกต้อง



หัวใจสำคัญการโฆษณาคือข้อความโฆษณาจะต้องสะดุดตาชวนน่าสนใจ สามารถดึงความสนใจตั้งแต่แรกเห็น เพื่อดึงดูดลูกค้าให้หยุดอ่านแล้วอยากติดตามสินค้าหรือผลิตภัณฑ์นั้น ๆ การจัดโปรโมชั่นส่งเสริมการขายก็เป็นส่วนหนึ่งที่กระตุ้นความสนใจ โดยมุ่งเน้นการสร้างความคุ้มค่านำเสนอให้เห็นถึงความคุ้มค่าที่จะซื้อสินค้าเหล่านั้น โดยใช้วิธีการด้วยคำว่า “ลด แลก

แจก แถม” การลดราคา เช่น ลด 50% ลด 70% ลด 90% เป็นต้น ซึ่งจะกระตุ้นความรู้สึกเร่งด่วนหากไม่รีบซื้อสินค้าจะหมดไป หรือการลดราคานั้นจะสิ้นสุดลงเสียก่อน เช่น หมดเขตลดราคาวันนี้.. ลดราคาแค่วันนี้วันเดียว ด่วนห้ามพลาด.. โอกาสสุดท้าย.. สินค้ามีจำนวนจำกัด.. ฟรี (Free) เช่น ซื้อ 1 ฟรี 1 , ฟรีค่าจัดส่ง, ซื้อ 2 ฟรี 1, ซื้อ 1 แถม 1 เป็นต้น

ทั้งนี้ผู้ประกอบการมีหน้าที่จะต้องทำการโฆษณาให้ถูกต้องตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค 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. ในกรณีที่สินค้าหรือบริการที่นำมาลดราคาหมดลงก่อนครบกำหนดระยะเวลาผู้ประกอบการควรแจ้งให้ผู้บริโภคทราบทันที

๕ ในกรณีมีของแถมจะต้องแจ้งเงื่อนไขในการได้รับของแถมให้ชัดเจน รวมถึงราคาและระยะเวลาในการรับของแถมนั้นด้วย

๖. ไม่ควรใช้ข้อความว่าผู้ประกอบการของสงวนสิทธิ์เปลี่ยนแปลงรายละเอียดของการลดราคาสินค้าหรือบริการ เนื่องจากถือได้ว่าเป็นการใช้ข้อความที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค

๗. ราคาสินค้าหรือบริการที่แสดงหรือปรากฏต่อผู้บริโภค ควรเป็นราคาที่ปรับลดลงแล้วจากราคาขายปกติ มิใช่ปรับราคาขายปกติให้สูงขึ้นแล้วนำมาโฆษณาว่าลดราคาสินค้าหรือบริการ

เมื่อผู้ประกอบการได้ทำหน้าที่แล้ว ผู้บริโภคเองก็มีหน้าที่ตรวจสอบข้อมูล ศึกษาเงื่อนไขในโฆษณาสินค้าและบริการนั้น โดยใช้สิทธิของตนในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าหรือบริการ และเก็บรวบรวมเอกสารหลักฐานต่าง ๆ ไว้ป้องกันการถูกละเมิดสิทธิหรือเพื่อการเรียกร้องตามสิทธิของตน

