



จริยธรรมธุรกิจที่มีต่อผู้บริโภค

## ความหมายของการบริโภค

การบริโภคหมายถึง กิน เสพ ใช้สิ้นเปลือง ใช้สอย จับจ่าย และรวมถึง การจับจ่ายใช้สอย การซื้อสินค้า และการใช้บริการต่างๆ

ผู้บริโภคคือ คนทุกคน ไม่ว่าจะเป็นเด็กหรือผู้ใหญ่ ผู้ชายหรือผู้หญิง คนปกติหรือคนป่วยต่างก็เป็นผู้บริโภคเพราะเป็น ผู้กิน ผู้เสพ ผู้ซื้อสินค้า ผู้ใช้สินค้า ผู้ซื้อบริการผู้ใช้บริการ ทั้งสิ้น

## ผู้บริโภคคือใคร



# สิทธิของผู้บริโภคและหน่วยงานที่จะทำหน้าที่แทนผู้บริโภค

ภารกิจสำคัญของการประกอบธุรกิจ คือการผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ ตรงกับประโยชน์การใช้สอย หรือตรงกับความต้องการของผู้บริโภค



1. สิทธิของผู้บริโภค พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศไทย พ.ศ. 2552 ปรับปรุงเพิ่มเติมปี พ.ศ. 2541 ได้กำหนดว่าผู้บริโภค มีสิทธิ 3 ประการ คือ

1 - สิทธิที่จะได้รับข่าวสารที่ถูกต้องและเพียงพอเกี่ยวกับสินค้าและบริการ

2 - สิทธิที่จะได้รับความปลอดภัยจากการใช้สินค้าและบริการ

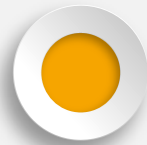
3 - สิทธิที่จะได้รับพิจารณาและชดเชยความเสียหาย



# สหพันธ์ผู้บริโภคระหว่างชาติ ได้เพิ่มสิทธิผู้บริโภคเป็น 8 ประการตามลำดับ ดังนี้



1. สิทธิที่จะได้รับสินค้าและบริการที่จำเป็นในการดำรงชีวิต อันได้แก่ อาหารปลอดภัย ที่อยู่อาศัย การเข้าถึงบริการการศึกษาและสาธารณสุข



2. สิทธิที่จะได้รับความปลอดภัยจากผลิตภัณฑ์ กรรมวิธีผลิตและบริการที่เป็นอันตรายต่อคุณภาพชีวิต



3. สิทธิที่จะได้รับการคุ้มครองจากการหลอกลวงของโฆษณา หรือการแจ้งประกาศที่ก่อให้เกิดความเข้าใจผิด หรือสิทธิที่จะได้รับข้อมูลข่าวสารที่จำเป็นต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ



4. สิทธิที่จะได้เลือกซื้อสินค้าและบริการในราคายุติธรรม ในราคาที่เกิดการแข่งขันกัน และในกรณีที่มีการผูกขาดสินค้าก็จะวางใจได้ว่า จะได้รับสินค้าและบริการที่มีคุณภาพเป็นที่พอใจ และในราคายุติธรรม

# สหพันธ์ผู้บริโภคระหว่างชาติ ได้เพิ่มสิทธิผู้บริโภคเป็น 8 ประการตามลำดับ ดังนี้



5. สิทธิที่จะแสดงความคิดเห็นในฐานะตัวแทนผู้บริโภคเพื่อให้ได้รับประโยชน์ที่พึงได้ รวมทั้งกำหนดหลักเกณฑ์ร่วมกับรัฐบาลในการบริหารจัดการ



6. สิทธิที่จะได้รับค่าชดเชย ในกรณีที่ถูกละเมิด หลอกหลวงให้ได้รับสินค้าและบริการที่ไม่มีคุณภาพ กล่าวคือสิทธิที่จะได้รับความเป็นธรรมในการตัดสินเรื่องราวที่ร้องเรียนอย่างถูกต้อง ซึ่งเหมารวมถึงสิทธิที่จะได้รับการชดเชยเมื่อได้รับสินค้าและบริการที่บกพร่องหรือเสียหายหรือการช่วยเหลือ หรือการชดเชยอื่น ๆ



7. สิทธิที่จะได้รับความรู้และไหวพริบอันจำเป็นต่อการบริโภคอย่างเท่าทัน เป็นสิทธิที่จะได้รับความรู้ที่ควรรู้ ควรมี ในการที่จะใช้ในการต่อสู้สิ่งต่างๆ ที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค



8. สิทธิที่จะดำรงชีวิตอยู่ในสิ่งแวดล้อมที่ดี และยังชีพได้อย่างปลอดภัย เป็นสิทธิที่จะได้อยู่ในสิ่งแวดล้อมที่ทำให้คุณภาพชีวิตดีขึ้น ซึ่งหมายรวมถึงสิทธิที่จะได้รับการป้องกันจากปัญหาสิ่งแวดล้อมที่ผู้บริโภคแต่ละคนไม่สามารถควบคุมได้เอง สิทธินี้ต้องยอมรับถึงความต้องการที่จะได้รับการคุ้มครองและปรับปรุงสิ่งแวดล้อม ตลอดจนช่วยอายุเราไปจนชั่วอายุลูกหลานอีกด้วย

# ผู้บริโภคต้องรักษาประโยชน์ของตนเอง



ก่อน  
การซื้อ  
สินค้าหรือ  
ใช้บริการ

1. ใช้ความระมัดระวังในการตรวจสอบฉลาก ปริมาณราคา แหล่งกำเนิด อย่างละเอียด
2. เมื่อทำสัญญาผูกพันตามกฎหมายต้องตรวจสอบความหมายของภาษา ว่าให้ประโยชน์ครบถ้วนตามข้อตกลง
3. ข้อตกลงที่สำคัญควรทำเป็นหนังสือสัญญา มีลายมือชื่อของผู้ประกอบการ



หลัง  
การซื้อ  
สินค้าหรือ  
ใช้บริการ

1. เก็บรักษาหลักฐานต่าง ๆ ที่แสดงถึงการละเมิดสิทธิ
2. เก็บเอกสารสัญญา หรือใบสำคัญต่าง ๆ
3. ทำได้ คือ การร้องเรียนในนามตนเอง ผ่านช่องทางต่างๆ

# คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

เมื่อปี พ.ศ. 2512 องค์การเอกชนในประเทศไทยได้ถูกชักชวน จากเจ้าหน้าที่ของสหพันธ์องค์การผู้บริโภค ระหว่างประเทศ ซึ่งเป็นองค์กรอิสระที่ไม่เกี่ยวข้องกับกาการเมือง ซึ่งจัดตั้งโดยสมาคมผู้บริโภคของประเทศต่างๆ โดยมีสำนักงานใหญ่อยู่ที่กรุงเฮก ประเทศเนเธอร์แลนด์ แต่ไม่ประสบผลสำเร็จ เนื่องจากองค์การเอกชนของประเทศไทยในขณะนั้นยังไม่พร้อมที่จะดำเนินงาน

จนกระทั่ง พ.ศ. 2514 องค์การเอกชนของประเทศไทยจึงได้จัดตั้งคณะกรรมการเพื่อการศึกษาปัญหาของผู้บริโภค ชื่อ "คณะกรรมการศึกษาและส่งเสริมผู้บริโภค" ปี พ.ศ. 2519 หม่อมราชวงศ์คึกฤทธิ์ ปราโมช (นายกรัฐมนตรี) ได้จัดตั้งคณะกรรมการขึ้นมาคณะหนึ่งเรียกว่า "คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค"

พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522

พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2541 และ พ.ศ.2542

พระบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2556

พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับที่ 4) พ.ศ. 2562

# อำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค



1. พิจารณาเรื่องราวร้องทุกข์  
จากผู้บริโภค  
ที่ได้รับความเดือดร้อน



2. ดำเนินการเกี่ยวกับสินค้า  
ที่อาจเป็นอันตราย  
แก่ผู้บริโภคตามกฎหมาย



3. แจ้งหรือโฆษณาข่าวสาร  
เกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ  
ที่อาจจะก่อให้เกิดความ  
เสียหายหรือเสื่อมเสียแก่  
สิทธิของผู้บริโภค



4. ดำเนินคดีเกี่ยวกับ  
การละเมิดสิทธิของผู้บริโภค  
ที่คณะกรรมการเห็นสมควร  
หรือมีผู้ร้องขอตามกฎหมาย





# กลไกการคุ้มครองผู้บริโภค



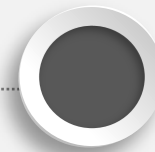
## ด้านการโฆษณา

1. ต้องไม่ใช่ข้อความที่เป็นการไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคหรือใช้ข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมส่วนรวม
2. ต้องไม่ทำด้วยวิธีการอันอาจเป็นอันตรายต่อสุขภาพร่างกาย หรือจิตใจ หรืออาจก่อให้เกิดความรำคาญแก่ผู้บริโภค



## ด้านฉลากสินค้า

1. กำหนดให้สินค้าที่อาจก่อให้เกิดอันตรายแก่สุขภาพ ร่างกาย และจิตใจ เป็นสินค้าที่ควบคุมฉลากได้



## ด้านสัญญา

1. “สัญญา” หมายความว่า ความตกลงกันระหว่างผู้บริโภคและผู้ประกอบธุรกิจ โดยจะต้องใช้ข้อสัญญาที่เป็นธรรม



บก.ปคบ.เรียก  
"กาสะแมร์"

เอาผิดโฆษณา  
อาหารเสริมเกินจริง

# จริยธรรมทางการตลาด และการโฆษณา

จริยธรรมในการตลาดมีความเกี่ยวข้องกับ การตัดสินใจและการดำเนินงานของธุรกิจ ในด้านต่างๆไม่ว่าการเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ ในตลาด การกำหนดราคา การโฆษณา และการรณรงค์การขาย การจัดการ ด้านการตลาด ตลอดจนการตลาดในการค้า ระหว่างประเทศ และสามารถตรวจสอบว่า มีความสอดคล้องกับจริยธรรมมากน้อยเพียงใด





# ปัญหาจริยธรรมทางการตลาดและการโฆษณา



- การไม่เปิดเผยข้อมูลที่สำคัญ
- การให้ข้อมูลที่ไม่ถูกต้องไม่ครบถ้วน
- การพูดเกินเลยความจริง
- การแสดงความเข้มแข็งของบริษัทที่เกินความเป็นจริง

## หลักการพื้นฐาน

1. การโฆษณาทุกชิ้นจะต้องถูกกฎหมาย มีเกียรติ ซื่อสัตย์ และนำเสนอความจริง
2. การโฆษณาไม่ควรมีความขัดแย้งกับศีลธรรมอันดี และระเบียบสังคม
3. ในการสร้างสรรค์งานโฆษณา ควรกระทำด้วยการตระหนักถึงการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและอยู่ภายใต้หลักของการแข่งขันที่ยุติธรรมเป็นที่ยอมรับโดยทั่วไป



"แค่ขาว..ก็ชนะ"

# SHARE

SPORT  
IS MY  
LIFE  
AND MY  
PASSION

of the day





# จรรยาบรรณวิชาชีพโฆษณา (สมาคมโฆษณาธุรกิจแห่งประเทศไทย)

1. ประกอบวิชาชีพด้วยความซื่อสัตย์สุจริตตามหลักปฏิบัติและวิชาการและอยู่ภายใต้บทบัญญัติแห่งกฎหมาย
2. ไม่ทำการใด ๆ อันอาจนำมาซึ่งความเสื่อมเสียเกียรติศักดิ์แห่งวิชาชีพ
3. มีความรับผิดชอบต่อสังคม และไม่ก่อให้เกิดความเสื่อมเสียในจริยธรรมและวัฒนธรรมอันดีงาม
4. ไม่ควรกระทำการโฆษณาอันเป็นการดูหมิ่นเชื้อชาติ ศาสนา หรือความเชื่อหรือสิ่งอันเป็นที่เคารพสักการะของบุคคลทั่วไป
5. ไม่กระทำการโฆษณาอันทำให้เกิดความสำคัญผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับสินค้าบริการ การแสดงหรืออื่น ๆ หรือโอ้อวดสรรพคุณจนเกินความจริงจนทำให้ผู้เห็นหรือผู้ฟังเกิดความสำคัญผิด

# จรรยาบรรณวิชาชีพโฆษณา (สมาคมโฆษณาธุรกิจแห่งประเทศไทย)

6. ไม่ควรกระทำการโฆษณาโดยใช้ความเชื่อถือทางไสยศาสตร์ หรือเรื่องโชคลางมาเป็นข้อจูงใจ
7. ไม่ควรกระทำการโฆษณาโดยการเลียนแบบเครื่องหมายการค้าคำขวัญหรือข้อความสำคัญจากการโฆษณาของผู้อื่น อันทำให้ผู้อื่นเห็นหรือผู้อื่นได้ยินเกิดความเข้าใจผิดหรือไขว้เขวเกี่ยวกับสินค้า บริการ หรือการแสดงของผู้อื่น
8. ไม่ควรกระทำการโฆษณาโดยใช้ศัพท์สถิติผลการวิจัย หรืออ้างอิงรายงานทางวิทยาศาสตร์ในทางที่ไม่สมควรหรือทำให้เกิดความเข้าใจผิดโดยที่สินค้านั้นไม่มีคุณสมบัติตามที่อ้างอิง
9. ไม่ควรกระทำการโฆษณาโดยอ้างถึงตัวบุคคล หรือสถาบันโดยที่ตัวบุคคล หรือสถาบันนั้นไม่มีตัวตนอยู่จริง และไม่ได้ใช้สินค้าและบริการหรือชมการแสดงนั้นจริง
10. ไม่ควรกระทำการโฆษณาอันอาจมีผลเป็นอันตรายต่อเด็กหรือผู้เยาว์ทั้งทางร่างกายจิตใจ หรือทำให้ขาดความรู้สึกผิดชอบ หรือโดยอาศัยความรู้เท่าไม่ถึงการณ์ของบุคคลดังกล่าวมาใช้เป็นเครื่องมือในการจูงใจ

# การรู้เท่าทันการตลาดและสื่อโฆษณา

## ใช้ สื่อ อย่าง รู้ตัว

- สามารถตีความ วิเคราะห์ แยกแยะ  
เนื้อหาสาระของสื่อ
- สามารถโต้ตอบได้อย่างมีสติ และรู้ตัว
- สามารถตั้งคำถามว่าสื่อถูกสร้างขึ้นได้  
อย่างไร เช่น ใครเป็นเจ้าของสื่อ  
ใครผลิต และผลิตภายใต้ข้อจำกัดใด  
ควรเชื่อหรือไม่ หรือมีค่านิยม  
ความเชื่ออะไรที่แฝงมา  
ผู้ผลิตสื่อต้องการอะไรจากผู้บริโภค

## ใช้ สื่อ อย่าง ตื่นตัว

- แสวงหาข้อมูลเพิ่มเติม
- เข้าถึงข้อมูลข่าวสาร เข้าถึงสื่อที่  
หลากหลาย
- มีคุณภาพสามารถใช้สื่อให้เกิด  
ประโยชน์

# 7 วิธีในการสร้างความไว้วางใจในตัวสินค้า

ใช้การรับรองจากลูกค้าที่เคยใช้บริการแล้วมีความพึงพอใจ  
ผู้บริโภคมักจะเชื่อในสิ่งที่ผู้บริโภคร่วมกันเองบอก



ทำการส่งเสริมให้ลูกค้าหรือผู้บริโภคร่วมที่มีความพึงพอใจในตัวสินค้า  
อ่านรีวิวเพื่อใช้ในการประกอบการตัดสินใจซื้อ



สร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มลูกค้าผู้บริโภค กลุ่มเป้าหมาย  
Facebook Twitter สร้างความน่าเชื่อถือ

มีนโยบายส่วนบุคคล  
ช่วยให้ผู้บริโภคร่วมที่ตัดสินใจซื้อไว้วางใจมากขึ้น



เข้าไปแก้ปัญหาทันทีเมื่อเกิดวิกฤต  
อย่าปล่อยให้เวลาทำลายความเชื่อมั่นของผู้บริโภค ควรเข้าไปแก้ไขปัญหาลงมือแสดงความรับผิดชอบอย่างรวดเร็ว



สร้างความรู้สึกให้กับลูกค้า  
มีตัวตน, โปร่งใส, เข้าถึงได้เมื่อเกิดปัญหา สามารถสื่อสารได้ตลอดเวลา หากเกิดปัญหาในตัวสินค้า และบริการ

ทำสิ่งที่ให้สัญญาไว้กับลูกค้าหรือผู้บริโภคร่วมให้ได้



ทำตามคำมั่นสัญญา ก่อให้เกิดความไว้วางใจ

# การตลาดกับการแข่งขัน

การตลาดเป็นกระบวนการที่จะนำเอาผลิตภัณฑ์ออกขายกระบวนการขาย นักการตลาดต้องแก้ไขปัญหาต่างๆต้องทำการสำรวจหรือวิจัยตลาดเพื่อให้ทราบถึงความต้องการและรสนิยมของผู้บริโภคหรือลูกค้าเป็นการเก็บข้อมูลเพื่อที่จะทำให้การขายนั้นมีประสิทธิภาพและมีกำไร

การแข่งขันระบบเศรษฐกิจเสรีทำให้เกิดประสิทธิภาพทางการตลาดเกิดประโยชน์แก่ผู้บริโภคในด้านราคาและคุณภาพของสินค้าผู้ซื้อเลือกสินค้าที่มีคุณภาพดีที่สุดในราคาที่ต่ำที่สุด

**การผูกขาดเป็นสิ่งที่ทำลายการแข่งขันและความเป็นธรรมเป็นเรื่องไม่ถูกต้องทางจริยธรรมและศีลธรรมจำเป็นต้องมีการวางมาตรการป้องกันมิให้การผูกขาดเกิดขึ้น**



# ข้อมูลเกี่ยวกับการตลาดและการโฆษณา



## ราคา

หมายถึง ราคาต่อหน่วยของสินค้า ซึ่งราคาผู้บริโภคไม่สามารถรู้ว่าผลิตภัณฑ์ชิ้นไหนดีหรือไม่ดี เพราะสินค้านั้น ๆ จะแตกต่างกันที่การบรรจุหีบห่อ ปริมาณ ขนาด และมีสินค้าบางชนิดไม่ระบุราคา จึงทำให้ผู้บริโภคไม่สามารถทราบได้ว่าสินค้านั้นดีหรือไม่ และประหยัดที่สุดหรือไม่

**การกำหนดราคาสินค้าที่สูงเกินไป  
เป็นเรื่องที่ผิดจริยธรรม**

คุณค่าทางโภชนาการต่อ 5 ช้อนชา (20 กรัม)

พลังงาน	น้ำตาล	ไขมัน	โซเดียม
80	7	1 กรัม	25 มก.
กิโลแคลอรี	กรัม	2%*	1%*

\*คิดเป็นร้อยละของปริมาณที่แนะนำให้บริโภคต่อวัน

## ป้าย

## โภชนาการ

หมายถึง การให้ข่าวสารข้อมูลของสินค้า ว่าเป็นอะไร บริโภคอย่างไร ใช้อย่างไร เพื่อผู้บริโภคจะได้เข้าใจ รายละเอียดโดยปิดอยู่ที่บรรจุภัณฑ์ของสินค้านั้น ๆ

**ข้อมูลต้องครบถ้วน**

# ข้อมูลเกี่ยวกับการตลาดและการโฆษณา



อายุการ  
ใช้งาน  
ของ  
ผลิตภัณฑ์

หมายถึง รายละเอียดเกี่ยวกับอายุการใช้งานของผลิตภัณฑ์ ซึ่งประกอบด้วย วัน เดือน ปี ที่ผลิต อายุการใช้งาน และวันหมดอายุของ ผลิตภัณฑ์ โดยจะชี้แจงบนหีบห่อของผลิตภัณฑ์

**ชี้แจงบนหีบห่อให้ชัดเจน**

# อวสานโฆษณายาสีฟันชาโคล นักวิชาการยัน "ไม่ทำให้ฟันขาว"

By Admin - May 12, 2019



บทความในวารสาร British Dental Journal ระบุว่า ผลิตภัณฑ์แปรงฟันที่มีถ่านชาโคลเป็นส่วนผสมซึ่งกำลังเป็นที่นิยมมากขึ้น มักจะไม่มีฟลูออไรด์เพื่อช่วยป้องกันฟันผุ นอกจากนี้ยังไม่มีหลักฐานทางวิทยาศาสตร์ที่ยืนยันว่าสรรพคุณในโฆษณาผลิตภัณฑ์เหล่านี้เป็นเรื่องจริง ดังนั้นการแปรงฟันด้วยยาสีฟันชาโคลมากเกินไปอาจให้ผลเสียมากกว่าผลดี พร้อมกับแนะนำว่าควรพบทันตแพทย์เพื่อรับคำแนะนำในการฟอกสีฟัน หรือ whitening อย่างถูกหลัก และจะเป็นการดีกว่าหากใช้ยาสีฟันผสมฟลูออไรด์แบบปกติเป็นประจำ

สิ่งที่รายงานในวารสารนี้เรียกกรัง คือ การจุดประกายให้ผู้ใช้อ้อย่าหลงเชื่อโฆษณา หรือรีวิวโดยเซเลบริตี้ที่บอกว่า การแปรงฟันด้วยยาสีฟันชาโคลเป็นประจำนั้นสามารถแก้ไขให้ฟันขาวขึ้นได้อย่างรวดเร็ว ในราคาไม่แพงเท่ากับการฟอกสีทำฟันขาว

ศาสตราจารย์ Damien Walmsley จากสมาคมทันตกรรมอังกฤษสรุปอีกครั้งว่ายาสีฟันผงถ่านนั้นไม่ได้ช่วยใครที่กำลังมองหารอยยิ้มฟันสวยสมบูรณ์แบบ แต่กลับมาพร้อมกับความเสี่ยงที่แท้จริง ดังนั้นจงอย่าเชื่อโฆษณาเกินจริง โดยเฉพาะประเด็นฟันขาว



# #ใครฆ่า ประเสริฐ

1. รองพื้น
2. ช่างแต่งหน้า

EVEANDBOY

#เลือดฉันท้าจาก

เป็นอีกหนึ่งในเคสของการใช้เรียลไทม์มาร์เก็ตติ้ง เพื่อให้เกิดกระแสการบอกต่อหรือไวรัล โดยแบรนด์ร้านความงาม อีฟ แอนด์ บอย EVEANDBOY อาศัยจังหวะละคร “เลือดชั้นคนจาง” กำลังดัง “ตัดต่อภาพ “ประเสริฐ” ที่รับบทโดย กบ ทรงสิทธิ์ รุ่งนพคุณศรี” ให้เป็นภาพหน้าเทา พร้อมกับใส่ข้อความว่า #ใครฆ่าประเสริฐ 1.รองพื้น 2.ช่างแต่งหน้า

ปรากฏว่าภาพดังกล่าวถูกแชร์ออกไปบนออนไลน์จำนวนมากจนเกิดเป็นกระแส แต่ในอีกด้านหนึ่งก็มี **คนท้วงติงว่า แต่งภาพเกินจริง**

## คู่มีย! ละครมาอีฟ แอนด์ บอย ตัดต่อประเสริฐหน้าเทา กลายเป็นไวรัล แต่สุดท้ายต้องขอโทษ

By Admin - September 25, 2018

EVEANDBOY

### ขอภัย

สืบเนื่องจากสื่อเฟสบุ๊คแฟนเพจ ภายใต้ชื่อ EVEANDBOY เมื่อวันที่ 21 กันยายน พ.ศ. 2561 ซึ่งแสดงภาพของคุณกบ ทรงสิทธิ์ รุ่งนพคุณศรี ในคาแรคเตอร์เฮียเสริฐ จากละครเลือดชั้นคนจาง โดยมีการตัดแปลงภาพของคุณกบ ทรงสิทธิ์ ทำให้เกิดความเสียหายนั้น

บริษัท อีฟ แอนด์ บอย จำกัด ผู้ดูแลเฟสบุ๊คแฟนเพจ ภายใต้ชื่อ EVEANDBOY ขอแสดงความเสียใจและสำนึกในการดำเนินงานอย่างขาดวิจาร์ณญาณ จึงขอภัยเป็นอย่างสูง ต่อคุณกบ ทรงสิทธิ์ รุ่งนพคุณศรี และทีมงานผู้เกี่ยวข้องทั้งหมดของละครเรื่องเลือดชั้นคนจาง และขอขอบพระคุณที่ไม่ดำเนินคดีทางกฎหมายกับบริษัทฯ และทีมงานมา ณ ที่นี้

จึงประกาศขอภัยมา ณ ที่นี้  
ทีมบริหาร บริษัท อีฟ แอนด์ บอย จำกัด

# ดราม่า! Air Asia ปลอ่ยโฆษณาบนรถเมล์ ในออสเตรเลีย ชวนนักท่องเที่ยวมีเพศ สัมพันธ์ในเมืองไทย

By Thongchai Cholsiripong - 25/03/2019

โฆษณาของ Air Asia ที่ติดอยู่ข้างรถเมล์ในเมืองบริสเบน ประเทศออสเตรเลีย สร้างปัญหาให้กับแบรนด์เสียแล้ว

(ดูจากรูปด้านล่างนี้) โฆษณาด้านบนเป็นตัวหนังสือขนาดใหญ่ระบุว่า "Get off in Thailand" อาจแปลความหมายได้ว่า "ลงจอดที่ประเทศไทย" หรืออาจแปลว่า "สำเร็จความใคร่ในประเทศไทย" ก็ได้ ส่วนด้านล่างเป็นตัวหนังสือขนาดเล็กระบุว่า "บินตรงจากบริสเบนสู่กรุงเทพ"



“Get off in Thailand” อาจแปลความหมายได้ว่า “ลงจอดที่ประเทศไทย” หรืออาจแปลว่า “สำเร็จความใคร่ในประเทศไทย” ก็ได้ ส่วนด้านล่างเป็นตัวหนังสือขนาดเล็กระบุว่า “บินตรงจากบริสเบนสู่กรุงเทพ”

Air Asia ได้ออกมาขอโทษต่อการทำโฆษณาดังกล่าว โดยบอกว่าได้เห็นถึงความไม่เหมาะสมของการโฆษณา และสัญญาด้วยว่าจะถอดโฆษณาดังกล่าวทั้งหมดออกโดยเร็ว

# อายิโนะโมะโตะ

" ยอดแห่งรส "

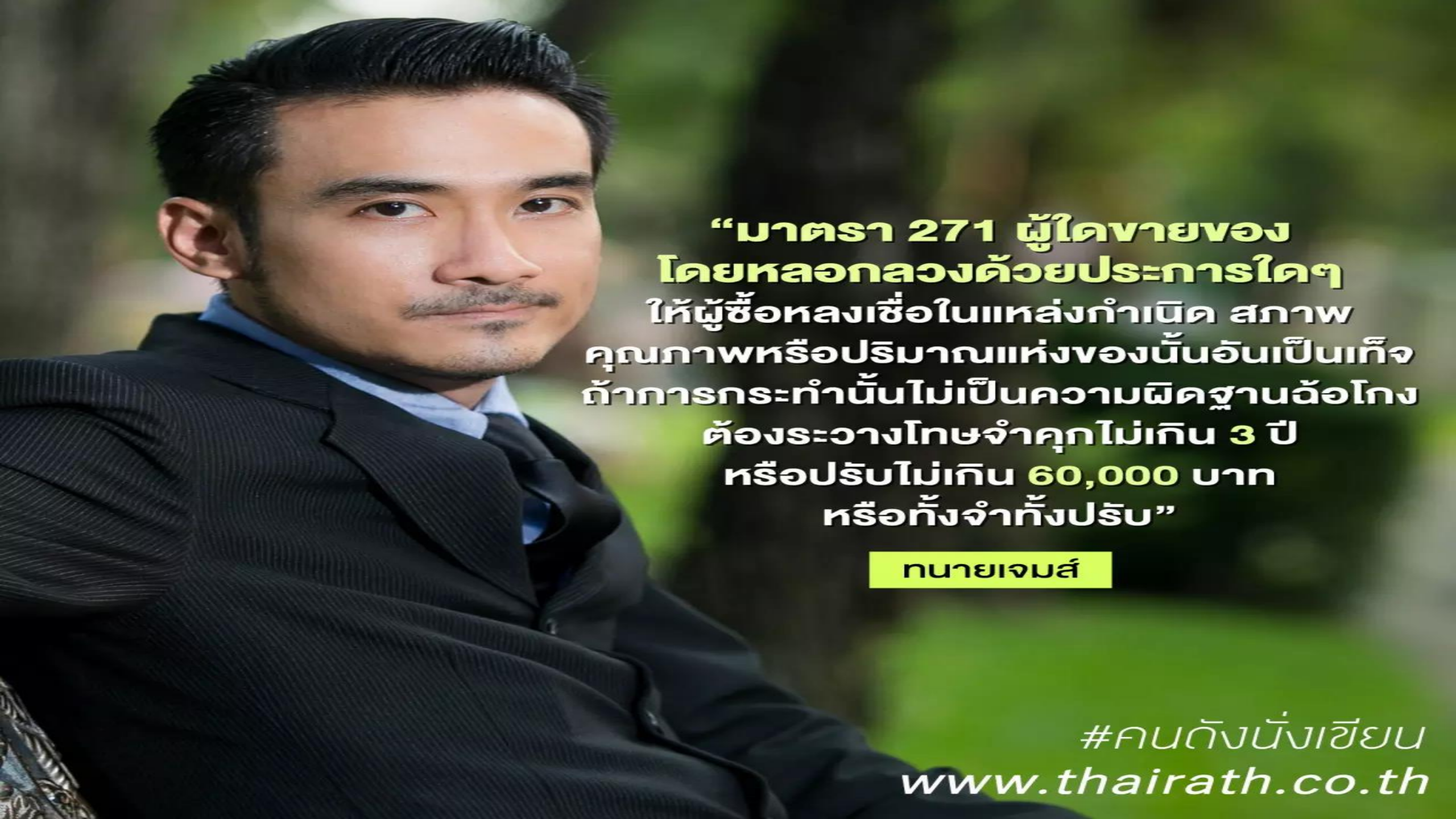


เอเจ็นต์: บริษัทอายิโนะโมะโตะ จำกัด  
เอเป็นเคียวเอ: หัวใจภาษา ลิตเติ้ลเซาส์ ทรานเซอร์

เป็นวัตถุดิบ ๑ ซึ่งได้ประพันธ์ โดยทนายความด้านศาสตร์ เป็นแม่กัลยาณิก  
แต่สำหรับ มีคุณสมบัติที่เด่นชัดอย่างน่ามหัศจรรย์ ที่ช่วยบรรเทาอาการ  
ให้ดีขึ้น ให้เป็นของแปลกกับชาวโลกทุกชนชาติ ทั้งแกงจืด แกงเผ็ด และผัด  
ทั้งต่าง ๆ ตลอดจนที่ใส่ในวัตถุดิบไร้อาหาร ก็เพิ่มรสอร่อยขึ้นเป็นอันมาก  
สำหรับ ญี่ปุ่น, อังกฤษ, อเมริกา, และฝรั่งเศสก็มีใช้กันมาก ในปี ๑๙  
จำหน่ายได้เป็นจำนวนเงินไม่ต่ำกว่า ๕๐ ล้านเยนแห่งเดียวพระเจ้าราช  
จักรพรรดิญี่ปุ่นก็ทรงใช้เสมอ ตามภัตตาคารและร้านอาหารจีน ใน  
กรุงเทพฯ ได้ซื้อไปใช้แทบทุกแห่ง ขอเชิญท่านที่มิได้เคยรับประทาน  
ลองรับประทานดู จะให้ไม่มีการลำบากอย่างไร เพียงแต่เอาใส่ใน  
ไพศณิก เช่น เต้าหู้กึ่งปิ้ง กุ้งปิ้ง หรือ ผักกาดไทย เป็นต้น.

เอเจ็นต์: บริษัทอายิโนะโมะโตะ จำกัด  
เอเป็นเคียวเอ: หัวใจภาษา ลิตเติ้ลเซาส์ ทรานเซอร์

เป็นวัตถุดิบ ๑ ซึ่งได้ประพันธ์ โดยทนายความด้านศาสตร์ เป็นแม่กัลยาณิก  
แต่สำหรับ มีคุณสมบัติที่เด่นชัดอย่างน่ามหัศจรรย์ ที่ช่วยบรรเทาอาการ  
ให้ดีขึ้น ให้เป็นของแปลกกับชาวโลกทุกชนชาติ ทั้งแกงจืด แกงเผ็ด และผัด  
ทั้งต่าง ๆ ตลอดจนที่ใส่ในวัตถุดิบไร้อาหาร ก็เพิ่มรสอร่อยขึ้นเป็นอันมาก  
สำหรับ ญี่ปุ่น, อังกฤษ, อเมริกา, และฝรั่งเศสก็มีใช้กันมาก ในปี ๑๙  
จำหน่ายได้เป็นจำนวนเงินไม่ต่ำกว่า ๕๐ ล้านเยนแห่งเดียวพระเจ้าราช  
จักรพรรดิญี่ปุ่นก็ทรงใช้เสมอ ตามภัตตาคารและร้านอาหารจีน ใน  
กรุงเทพฯ ได้ซื้อไปใช้แทบทุกแห่ง ขอเชิญท่านที่มิได้เคยรับประทาน  
ลองรับประทานดู จะให้ไม่มีการลำบากอย่างไร เพียงแต่เอาใส่ใน  
ไพศณิก เช่น เต้าหู้กึ่งปิ้ง กุ้งปิ้ง หรือ ผักกาดไทย เป็นต้น.



**“มาตรา 271 ผู้ใดขายของ  
โดยหลอกลวงด้วยประการใดๆ  
ให้ผู้ซื้อหลงเชื่อในแหล่งกำเนิด สภาพ  
คุณภาพหรือปริมาณแห่งของนั้นอันเป็นเท็จ  
ถ้าการกระทำนั้นไม่เป็นความผิดฐานฉ้อโกง  
ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกิน 3 ปี  
หรือปรับไม่เกิน 60,000 บาท  
หรือทั้งจำทั้งปรับ”**

**ทนายเจมส์**

*#คนดั่งนังเขียน*  
*[www.thairath.co.th](http://www.thairath.co.th)*



โดยพระบรมมหาราชูปถัมภ์



# ทิวใจ แอสไพร์น



เรื่องงามมาช



ตราภักดิ์

บวรเพื่อการศึกษา ปวงหัว ปวงหิน ปวงประจำหลัก  
อดใจ แก้วใจอน



## บริษัท โกลบอลกรุ๊ป จำกัด

100 ถนนพหลโยธิน แขวงสามยุค เขตพญาไท กรุงเทพมหานคร 10600