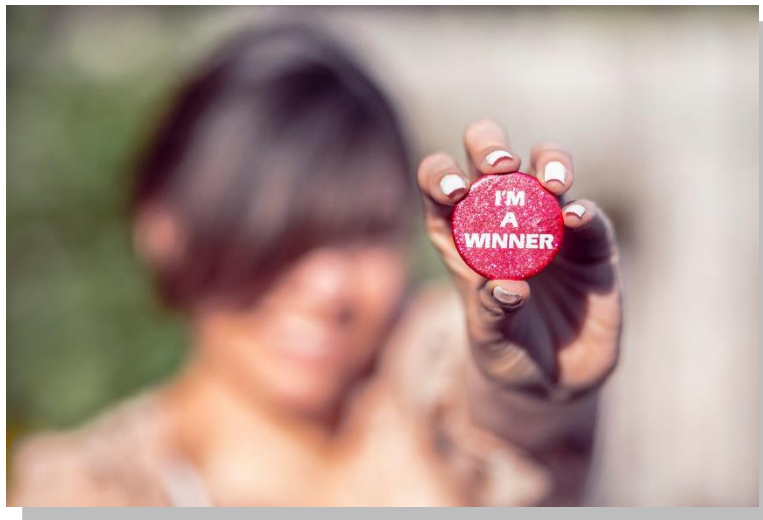




UTCC University of
the Thai Chamber
of Commerce
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

โครงการวิจัยการศึกษากฎหมายเพื่อควบคุมการพนันแฝงจากการส่งเสริม
การขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคของผู้ประกอบการธุรกิจ



โดย

คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

ทุนสนับสนุนของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล

กุมภาพันธ์ ๒๕๖๒

รายชื่อคณะผู้วิจัย

ที่ปรึกษาโครงการ

รองศาสตราจารย์สุธรรม อยู่ในธรรม
คณบดีคณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

หัวหน้าโครงการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อภิญา บัณฑิตวุฒิสกุล
อาจารย์ประจำคณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

นักวิจัย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์อาภาสรา เทพจำนงค์
อาจารย์ประจำคณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ณัฐริกา แชน
อาจารย์ประจำคณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

อาจารย์น้ำฝน ลิ้มปเจต
อาจารย์ประจำคณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. นภวรรณ คณานุรักษ์
อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

สารบัญ

หน้า

รายชื่อคณะผู้วิจัย.....	ก
สารบัญ	ข
สารบัญตาราง	ฅ
สารบัญภาพ	ญ

บทที่ ๑ บทนำ	๑
บทที่ ๒ ทบทวนวรรณกรรม	๖

๒.๑ ความเป็นมาและแนวคิดทางการตลาดเกี่ยวกับการส่งเสริมการขาย	
โดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคของผู้ประกอบการธุรกิจ	๖
๒.๑.๑ พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior)	๖
๒.๑.๒ การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (Integrated Marketing Communication).....	๑๑
๒.๑.๓ การส่งเสริมการขาย (Sale Promotion)	๑๔
๒.๑.๔ การแข่งขันและการชิงโชค (Contests and Sweepstakes)	๒๕
๒.๒ ความเป็นมาและแนวคิดทางกฎหมายเกี่ยวกับการส่งเสริมการขาย	
โดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคของผู้ประกอบการธุรกิจ	๒๘
๒.๒.๑ พระราชบัญญัติการพนัน พ.ศ. ๒๔๗๘	๒๘
๒.๒.๒ พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒	๓๐
๒.๓ เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการขาย	
โดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคของผู้ประกอบการธุรกิจ	๓๑

บทที่ ๓ การศึกษาการส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคในประเทศไทย.....	๓๔
--	----

๓.๑ รูปแบบการส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคของ	
ผู้ประกอบการธุรกิจในประเทศไทย	๓๖
๓.๑.๑ การส่งเสริมการขายในรูปแบบการชิงโชค	๓๖
๓.๑.๒ งบประมาณการส่งเสริมการขายในรูปแบบการชิงโชค	๖๕
๓.๑.๓ ประเภทของรางวัลการส่งเสริมการขายในรูปแบบการชิงโชค	๓๓

บทที่ ๔ หลักเกณฑ์และปัญหาในการควบคุมการส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยง	
โชคของผู้ประกอบการธุรกิจในประเทศไทย.....	๗๔

๔.๑ กฎหมายและระเบียบในการควบคุมการส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัล	
ด้วยการเสี่ยงโชคโดยวิธีใดๆ ในการประกอบกิจการค้าหรืออาชีพ	๗๔
๔.๑.๑ หลักเกณฑ์เกี่ยวกับการขออนุญาตการจัดให้มีการให้รางวัล	
ด้วยการเสี่ยงโชคโดยวิธีใดๆ ในการประกอบกิจการค้าหรืออาชีพ	
ตามกฎหมายการพนัน.....	๗๔

สารบัญ (ต่อ)

๔.๑.๑.๑	ความเกี่ยวโยงระหว่าง “การพนัน” และ “การส่งเสริมการขาย โดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชค”	๗๔
๔.๑.๑.๒	การจัดให้มีการส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วย การเสี่ยงโชคในการประกอบกิจการค้าหรืออาชีพ ต้องขออนุญาตจากรัฐ.....	๗๗
๔.๑.๑.๓	หน่วยงานที่มีอำนาจในการออกใบอนุญาตการจัดให้มี การให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคในการประกอบกิจการค้า หรืออาชีพ	๗๗
๔.๑.๑.๔	ขั้นตอนและหลักเกณฑ์การยื่นขออนุญาตการจัดให้มี การให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคในการประกอบกิจการค้า หรืออาชีพ	๗๙
๔.๑.๑.๕	อายุของใบอนุญาตการจัดให้มีการให้รางวัลด้วยการ เสี่ยงโชคโดย ในการประกอบกิจการค้าหรืออาชีพ.....	๘๖
๔.๑.๑.๖	อัตราค่าธรรมเนียมในการขอใบอนุญาตการจัดให้มี การให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคในการประกอบกิจการค้า หรืออาชีพ	๘๗
๔.๑.๑.๗	ของรางวัลในการจัดให้มีการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชค ในการประกอบกิจการค้าหรืออาชีพ	๘๘
๔.๑.๒	หลักเกณฑ์เกี่ยวกับการโฆษณาการส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัล ด้วยการเสี่ยงโชค	๘๙
๔.๑.๒.๑	พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒.....	๙๐
๔.๑.๒.๒	ประกาศคณะกรรมการว่าด้วยโฆษณา เรื่องการโฆษณาสินค้า หรือการบริการการจัดให้มีการเสี่ยงโชคด้วยการแถมพิก หรือรางวัล.....	๙๒
๔.๑.๒.๓	พระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. ๒๕๒๒.....	๙๔
๔.๑.๒.๔	พระราชบัญญัติยา พ.ศ. ๒๕๑๐.....	๙๕
๔.๑.๒.๕	พระราชบัญญัติเครื่องมือแพทย์ พ.ศ. ๒๕๕๑	๙๕
๔.๒	ปัญหาและอุปสรรคในการควบคุมการส่งเสริมการขายโดยการให้ รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคของผู้ประกอบธุรกิจในประเทศไทย	๙๖
๔.๒.๑	กฎหมายที่ใช้ในการควบคุมการส่งเสริมการขายโดยการให้ รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคบังคับใช้มาเป็นเวลานาน ไม่เหมาะสมกับ สถานการณ์ในปัจจุบัน.....	๙๖

สารบัญ (ต่อ)

๔.๒.๒ ปัญหาเกี่ยวกับหน่วยงานและกระบวนการในการพิจารณา เพื่อขออนุญาตการจัดให้มีการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคของ ผู้ประกอบการ.....	๑๐๐
๔.๒.๒.๑ การใช้ดุลยพินิจของเจ้าพนักงานผู้ออกใบอนุญาต จัดให้มีการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชค.....	๑๐๑
๔.๒.๒.๒ ขาดหลักเกณฑ์ในการกำหนดมูลค่าของรางวัลที่ให้ออก การเสี่ยงโชค	๑๐๓
๔.๒.๒.๓ ปัญหาเกี่ยวกับหน่วยงานผู้มีอำนาจออกใบอนุญาตและ สถานที่ในการออกใบอนุญาตจัดให้มีการเล่นเกมหรือ รางวัลด้วยการเสี่ยงโชค	๑๐๔
๔.๒.๒.๔ การกำหนดค่าธรรมเนียมในการขออนุญาตการจัดให้มี การให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชค	๑๐๕
๔.๒.๒.๕ ขาดหลักเกณฑ์ในการคุ้มครองเยาวชนและกลุ่มเปราะบาง จากการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชค	๑๐๕
๔.๒.๒.๖ ปัญหาในการควบคุมการจัดให้มีการให้รางวัล โดยการเสี่ยงโชคทาง SMS หรือโทรศัพท์ผ่านระบบ หมายเลขต่างๆ หรือวิธีการอื่นใดที่มีลักษณะคล้ายกัน.....	๑๐๖
๔.๒.๒.๗ ไม่มีการจำกัดสินค้าบางประเภทที่ไม่ควรส่งเสริมการขาย ด้วยการเสี่ยงโชค.....	๑๐๙
๔.๒.๓ ปัญหาเกี่ยวกับทัศนคติของคนไทยเกี่ยวกับการพนันและการให้รางวัล ด้วยการเสี่ยงโชค	๑๑๑
๔.๓ ร่างพระราชบัญญัติการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชค พ.ศ.....	๑๑๓
บทที่ ๕ การศึกษาการควบคุมส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชค ของผู้ประกอบการในต่างประเทศ	๑๑๘
๕.๑ ประเทศออสเตรเลีย	๑๑๘
๕.๑.๑ สภาพทั่วไปเกี่ยวกับการพนันและการส่งเสริมการขายด้วยการ เสี่ยงโชค	๑๑๘
๕.๑.๒ กฎหมายและกฎระเบียบเกี่ยวกับการส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชค .	๑๑๘
๕.๑.๒.๑ รัฐนิวเซาท์เวลส์.....	๑๒๐
(๑) The Lotteries and Art Unions Act ๑๙๐๑ No. ๓๔.....	๑๒๑
(๒) The Lotteries and Art Unions Regulation ๒๐๑๔.....	๑๒๔
(๓) Trade Promotion Lottery Permit Conditions	๑๒๗

สารบัญ (ต่อ)

๕.๑.๒.๒	รัฐวิศตอเรีย.....	๑๓๔
	(๑) The Gambling Regulation Act ๒๐๐๓.....	๑๓๔
	(๒) The Gambling Regulations ๒๐๑๕.....	๑๓๖
	(๓) Guideline for assessing whether Trade Promotion Lotteries are Offensive or Contrary to the Public Interest.....	๑๓๙
๕.๑.๓	องค์กรที่ควบคุมการส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชค.....	๑๔๑
๕.๑.๓.๑	รัฐนิวเซาท์เวลส์.....	๑๔๑
	(๑) Minister for Innovation and Better Regulation Fair Trading Office	๑๔๑
	(๒) NSW Fair Trading.....	๑๔๒
๕.๑.๓.๒	รัฐวิศตอเรีย: the Victorian Commission for Gambling and Liquor Regulation: VCGLR	๑๔๓
๕.๑.๔	กรณีศึกษา.....	๑๔๕
๕.๒	ประเทศฮ่องกง.....	๑๔๕
๕.๒.๑	สภาพทั่วไปเกี่ยวกับการพนันและการส่งเสริมการขาย ด้วยการเสี่ยงโชค.....	๑๔๕
๕.๒.๒	กฎหมายและกฎระเบียบเกี่ยวกับการส่งเสริมการขาย ด้วยการเสี่ยงโชค.....	๑๔๖
๕.๒.๓	องค์กรที่ควบคุมการส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชค.....	๑๕๑
๕.๒.๔	กรณีศึกษา.....	๑๕๓
๕.๓	ประเทศเนเธอร์แลนด์.....	๑๕๒
๕.๓.๑	สภาพทั่วไปเกี่ยวกับการพนันและการส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชค.....	๑๕๒
๕.๓.๒	กฎหมายและกฎระเบียบเกี่ยวกับการส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชค.....	๑๕๔
	๕.๓.๒.๑ Betting and and Gaming Act หรือ Wet op de Kansspelen.....	๑๕๔
	๕.๓.๒.๒ Code of Conduct for Promotional Games of Chance หรือ Gedragscode Promotieele Kansspelen.....	๑๕๕
	๕.๓.๒.๓ The Dutch Advertising Code.....	๑๕๙
	๕.๓.๒.๔ Game of Chance Tax Act หรือ Wet op de kansspelbelasting	๑๖๐
๕.๓.๓	องค์กรที่ควบคุมการส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชค.....	๑๖๐
๕.๓.๔	กรณีศึกษา.....	๑๖๓

สารบัญ (ต่อ)

๕.๔	ประเทศนิวซีแลนด์	๑๖๔
๕.๔.๑	สภาพทั่วไปเกี่ยวกับการพนันและการส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชค	๑๖๔
๕.๔.๒	กฎหมายและกฎระเบียบเกี่ยวกับการส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชค	๑๖๕
๕.๔.๒.๑	The Gambling Act ๒๐๐๓	๑๖๕
๕.๔.๒.๒	The Fair Trading Act ๑๙๘๖	๑๖๕
๕.๔.๒.๓	Code for Advertising Gaming and Gambling (Gambling Code)	๑๗๑
๕.๔.๓	องค์กรที่ควบคุมการส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชค	๑๗๒
๕.๔.๓.๑	Department of Internal Affair	๑๗๒
๕.๔.๓.๒	The Gambling Commission	๑๗๓
๕.๕	ประเทศสิงคโปร์	๑๗๕
๕.๕.๑	สภาพทั่วไปเกี่ยวกับการพนันและการส่งเสริมการขาย ด้วยการเสี่ยงโชค	๑๗๕
๕.๕.๒	กฎหมายและกฎระเบียบเกี่ยวกับการส่งเสริมการขาย ด้วยการเสี่ยงโชค	๑๗๖
๕.๕.๒.๑	Betting Act	๑๗๖
๕.๕.๒.๒	Private Lotteries Act	๑๗๖
๕.๕.๒.๓	Casino Control Act	๑๗๗
๕.๕.๒.๔	Betting and Sweepstakes Duties Act ('BSDA')	๑๗๗
๕.๕.๒.๕	Remote Gambling (Exempt Persons) Order ๒๐๑๕ ...	๑๗๗
๕.๕.๒.๖	Common Gaming Houses Act (Cap. ๔๙) ('CGHA')	๑๗๘
๕.๕.๒.๗	Personal Data Protection Act	๑๗๘
๕.๕.๒.๘	Framework for gambling advertisements and promotions	๑๗๙
๕.๕.๓	องค์กรที่ควบคุมการส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชค	๑๘๐
๕.๕.๔	กรณีศึกษา	๑๘๑
๕.๖	ประเทศไต้หวัน	๑๘๒
๕.๖.๑	สภาพทั่วไปเกี่ยวกับการพนันและการส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชค	๑๘๒
๕.๖.๒	กฎหมายและกฎระเบียบเกี่ยวกับการส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชค	๑๘๕
๕.๖.๒.๑	Fair Trade Act ๒๐๑๕	๑๘๕
๕.๖.๒.๒	Regulations Governing the Amount of Gifts and Prizes Offered by Businesses	๑๘๘

สารบัญ (ต่อ)

๕.๖.๓	องค์กรที่ควบคุมการส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชค.....	๑๙๒
๕.๖.๔	กรณีศึกษา.....	๑๙๖
๕.๗	ประเทศสหรัฐอเมริกา.....	๒๐๐
๕.๗.๑	สภาพทั่วไปเกี่ยวกับการพนันและการส่งเสริมการขาย ด้วยการเสี่ยงโชค.....	๒๐๐
๕.๗.๒	กฎหมายและกฎระเบียบเกี่ยวกับการส่งเสริมการขาย ด้วยการเสี่ยงโชค.....	๒๐๒
๕.๗.๒.๑	กฎหมายในระดับรัฐบาลกลาง	๒๐๒
	(๑) Deceptive Mail Prevention and Enforcement Act (DMPEA)	๒๐๒
	(๒) Section ๕(a) of the Federal Trade Commission Act	๒๐๓
	(๓) Children’s Online Privacy Protection Act (‘COPPA’) COPPA.....	๒๐๓
๕.๗.๒.๒	กฎหมายในระดับรัฐ.....	๒๐๓
	(๑) Arizona	๒๐๓
	(๒) California.....	๒๐๓
	(๓) Florida	๒๐๔
	(๔) New York	๒๐๕
	(๕) Rhode Island.....	๒๐๕
๕.๗.๒.๓	กฎหมายที่ออกโดยองค์กรต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง.....	๒๐๖
๕.๗.๒.๔	รายการที่ต้องมีเพื่อจะเริ่มทำการส่งเสริมการขายโดย การเสี่ยงโชค	๒๐๖
๕.๗.๓	องค์กรที่ควบคุมการส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชค.....	๒๐๗
๕.๗.๓.๑	Attorney General	๒๐๗
๕.๗.๓.๒	หน่วยงานที่ดูแลเรื่องการจดทะเบียน.....	๒๐๗
๕.๗.๓.๓	หน่วยงานที่กำกับดูแลเรื่องการคุ้มครองผู้บริโภค.....	๒๐๗
๕.๗.๔	กรณีศึกษา.....	๒๐๘
บทที่ ๖	บทวิเคราะห์และเปรียบเทียบควบคุมส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วย การเสี่ยงโชคของผู้ประกอบธุรกิจในประเทศไทยและต่างประเทศ.....	๒๑๓
๖.๑	บทวิเคราะห์การควบคุมการส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัล ด้วยการเสี่ยงโชคของผู้ประกอบธุรกิจในประเทศไทยและต่างประเทศ	๒๑๓
๖.๑.๑	กฎหมายที่วางหลักเกณฑ์การส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วย การเสี่ยงโชค.....	๒๑๓

สารบัญ (ต่อ)

๖.๑.๒ หลักเกณฑ์และเงื่อนไข	๒๒๐
๖.๑.๒.๑ การขอใบอนุญาต	๒๒๐
๖.๑.๒.๒ ค่าธรรมเนียมการขอใบอนุญาต	๒๒๒
๖.๑.๒.๓ เรื่องของรางวัล	๒๒๕
๖.๑.๒.๔ ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการเข้าร่วมกิจกรรม ส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชค	๒๓๓
๖.๑.๒.๕ ความถี่ในการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชค ..	๒๓๙
๖.๑.๒.๖ หลักเกณฑ์การโฆษณา	๒๔๒
๖.๑.๒.๗ การคุ้มครองเยาวชนและกลุ่มเปราะบาง	๒๔๕
๖.๒ ตารางเปรียบเทียบหลักเกณฑ์การกำกับดูแลในไทยและในต่างประเทศ	๒๔๘
บทที่ ๗ บทสรุปและข้อเสนอแนะ	๒๖๔
๗.๑ บทสรุปและข้อเสนอแนะการออกหลักเกณฑ์ในการควบคุมส่งเสริมการขาย โดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคของผู้ประกอบธุรกิจในประเทศไทย	๒๖๔
๗.๒ ข้อเสนอแนะทั่วไป	๒๖๙
บรรณานุกรม	๒๗๓
ภาคผนวก	๒๘๖
๑ ข้อเสนอแนะจากการประชุมเพื่อรับฟังความคิดเห็นสาธารณะ (Public hearing) โครงการวิจัยการศึกษากฎหมายเพื่อควบคุมการพนันแฝงจากการส่งเสริมการขาย โดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคของผู้ประกอบธุรกิจ	๒๘๗
๒ หลักเกณฑ์และแนวปฏิบัติเกี่ยวกับการขออนุญาตการจัดให้มีการเล่นเกม หรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชคโดยวิธีใดๆ ในการประกอบกิจการค้าหรืออาชีพ กระทรวงมหาดไทย	๒๙๑
๓ ร่างหลักเกณฑ์ วิธีการ เงื่อนไขการขออนุญาตจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย โดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคของผู้ประกอบธุรกิจเพื่อนำไปใช้เป็นแนวทาง ในการออกกฎกระทรวงหรือกฎหมายที่เกี่ยวข้อง	๓๐๓

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
๑ ตัวอย่างรูปแบบการสื่อสารการตลาด.....	๑๔
๒ แคมเปญการส่งเสริมการขายในรูปแบบการชิงโชคของสินค้าประเภทเครื่องดื่ม ชาเขียวและเครื่องดื่มชูกำลัง.....	๓๗
๓ การส่งเสริมการขายในรูปแบบการชิงโชคกีฬาประเภทฟุตบอลยูโร ปี ๒๕๕๙.....	๔๘
๔ การส่งเสริมการขายในรูปแบบการชิงโชคกีฬาประเภทฟุตบอลโลก ปี ๒๕๖๑.....	๕๓
๕ การส่งเสริมการขายในรูปแบบการชิงโชคปี ๒๕๖๑.....	๕๙
๖ งบประมาณการส่งเสริมการขายในรูปแบบการชิงโชคของอุตสาหกรรมเครื่องดื่ม.....	๖๕
๗ งบประมาณการส่งเสริมการขายในรูปแบบการชิงโชคของอุตสาหกรรมค้าปลีก.....	๖๖
๘ งบประมาณการส่งเสริมการขายในรูปแบบการชิงโชคของอุตสาหกรรมอื่นๆ.....	๖๖
๙ งบประมาณการส่งเสริมการขายในรูปแบบการชิงโชคกีฬาประเภทฟุตบอล ของอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์.....	๖๗
๑๐ งบประมาณการส่งเสริมการขายในรูปแบบการชิงโชคกีฬาประเภทฟุตบอลของ ภาคธุรกิจอื่น.....	๖๘
๑๑ ประเภทของรางวัลการส่งเสริมการขายในรูปแบบการชิงโชคของอุตสาหกรรม เครื่องดื่ม.....	๖๙
๑๒ ประเภทของรางวัลการส่งเสริมการขายในรูปแบบการชิงโชคของอุตสาหกรรม ค้าปลีก.....	๗๐
๑๓ ประเภทของรางวัลการส่งเสริมการขายในรูปแบบการชิงโชคของอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์....	๗๐
๑๔ ประเภทของรางวัลการส่งเสริมการขายในรูปแบบการชิงโชคของอุตสาหกรรมอื่นๆ.....	๗๑
๑๕ จำนวนคดีเกี่ยวกับการเสี่ยงโชคที่มีการบังคับลงโทษโดย NGA ตั้งแต่ปี ค.ศ. ๒๐๑๔ ถึง ค.ศ. ๒๐๑๗.....	๑๖๓
๑๖ สถิติข้อร้องเรียนและคำถาม ตั้งแต่ปี ค.ศ. ๒๐๑๔-๒๐๑๗.....	๑๖๔
๑๗ แสดงเกณฑ์มูลค่าของของขวัญหรือของรางวัลในประเทศไต้หวัน.....	๑๙๐
๑๘ คดีข้อพิพาทที่เกี่ยวข้องกับ Regulations Governing the Amount of Gifts and Prizes Offered by Businesses.....	๑๙๖
๑๙ ตัวอย่างหน่วยงานที่ดูแลเรื่องการจดทะเบียนในแต่ละรัฐ.....	๒๐๗
๒๐ แสดงรูปแบบค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วย การเสี่ยงโชค.....	๒๓๓
๒๑ แสดงมาตรการเกี่ยวกับการจำกัดความถี่ในการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วย การเสี่ยงโชค.....	๒๓๙
๒๒ ตารางเปรียบเทียบกฎหมาย หลักเกณฑ์และเงื่อนไขที่เกี่ยวข้องกับ การส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคในประเทศไทยและ กลุ่มประเทศศึกษา.....	๒๔๙

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
๑ แบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค (Model of Consumer Behavior).....	๘
๒ แบบจำลองการตัดสินใจของผู้บริโภค (Model of Consumer Decision Making)	๘
๓ ตัวอย่างการส่งเสริมการขายในรูปแบบชิงโชคร้าน Seven Eleven	๒๗
๔ โครงสร้างองค์กรของ Department of Finance, Services and Innovation (DFSI)	๑๔๒
๕ ตัวอย่างการส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลในช่วงฟุตบอลโลกในฮ่องกง	๑๔๙
๖ ค่าธรรมเนียม Trade Promotion Competition License	๑๕๐
๗ แผนผังโครงสร้างองค์กร The Office of the Licensing Authority	๑๕๑
๘ ตัวอย่างข้อเสนอพิเศษ	๑๗๕
๙ ตัวอย่างการแข่งขัน	๑๗๖
๑๐ โครงสร้างองค์กรของ Singapore Police Force	๑๘๑
๑๑ ตัวอย่าง Lottery/lucky draw scam	๑๘๒
๑๒ Receipt lottery ในไต้หวัน	๑๘๓
๑๓ ผลการออกรางวัล Receipt Lottery	๑๘๔
๑๔ กระบวนการรับเรื่องร้องเรียนและคำร้องใน Fair Trade Commission	๑๙๔
๑๕ การจัดการเรื่องข้อร้องเรียนใน Fair Trade Commission	๑๙๕
๑๖ โครงสร้างองค์กรของ FTC	๒๐๘
๑๗ จำนวนข้อร้องเรียนเรื่องการคุ้มครองผู้บริโภค ระหว่างวันที่ ๑ เมษายน - ๓๐ มิถุนายน ๒๐๑๘	๒๐๙

บทที่ ๑

บทนำและกรอบแนวคิดในการศึกษา

๑.๑ หลักการและเหตุผล

ปัจจุบันประเทศไทยอนุญาตให้มีการส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชค โดยผู้จัดกิจกรรมต้องได้รับอนุญาตจากเจ้าพนักงานผู้ออกใบอนุญาตก่อน ตามพระราชบัญญัติการพนัน พ.ศ. ๒๔๗๘ ซึ่งการออกใบอนุญาตนี้ มีขั้นตอนที่ไม่ยุ่งยาก และมีค่าธรรมเนียมที่ไม่สูงมากนัก เมื่อเทียบกับยอดจำหน่ายสินค้าหรือบริการที่ผู้ขออนุญาตคาดว่าจะได้รับจากการจัดกิจกรรม จึงถือว่าการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคในประเทศไทยสามารถทำได้โดยง่าย เพราะยังไม่มีข้อกำหนดหลักเกณฑ์ที่รัดกุมและเหมาะสมเพื่อเข้ามากำกับดูแลในเรื่องดังกล่าวไว้โดยเฉพาะแต่อย่างใด หากเปรียบเทียบกับในต่างประเทศ จะพบว่าในบางประเทศมีกฎหมายควบคุมอย่างเข้มงวด เช่น มีการกำหนดจำนวนครั้งในการจัดกิจกรรม หรือกำหนดมูลค่าของรางวัลไว้อย่างชัดเจน ไม่อนุญาตให้มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดที่อาจบิดเบือนการตัดสินใจของผู้บริโภค เพื่อมิให้มีการใช้การพนันแฝงในการส่งเสริมการขายของผู้ประกอบการ

การขาดหลักเกณฑ์ที่ชัดเจนในการควบคุมการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคของผู้ประกอบการนี้ องค์กรที่ไม่แสวงหาผลกำไร (NGOs) และนักวิชาการอิสระในประเทศไทยได้ออกมาแสดงความห่วงใยและแสดงความคิดเห็นสอดคล้องกันว่า หากปล่อยไว้จะทำให้เกิดปัญหาในการที่ผู้ผลิตสินค้าหรือบริการใช้กิจกรรมเสี่ยงโชคหรือชิงโชคมอมเมาผู้บริโภค จนละเลยหน้าที่ในการมุ่งพัฒนาสินค้าและบริการให้มีคุณภาพเพื่อครองใจผู้บริโภค และทำลายระบบการแข่งขันทางการค้าอย่างเป็นธรรม ส่วนตัวผู้บริโภคอาจไม่ทันรู้ตัวว่ากำลังเดินเข้าสู่การเล่นพนันที่แฝงมากับการส่งเสริมการขายด้วยการชิงโชคหรือเสี่ยงโชค จึงจำเป็นต้องมีการศึกษากฎหมายเพื่อวางหลักเกณฑ์ในการควบคุมการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคของผู้ประกอบการอย่างเหมาะสม

ขณะนี้หน่วยงานที่รับผิดชอบในประเทศไทยได้พิจารณาถึงความสำคัญของปัญหาและผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นต่อประชาชนและสังคมดังกล่าว จึงได้จัดทำและเสนอ(ร่าง)พระราชบัญญัติการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชค พ.ศ. โดยกระทรวงมหาดไทย ซึ่งในขณะนี้อยู่ในขั้นตอนการพิจารณาออกกฎหมาย โดยร่างกฎหมายฉบับนี้ มุ่งที่จะแยกหลักการเรื่องการจัดให้มีการเล่นเกมหรือการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคในการประกอบกิจการค้าหรืออาชีพ ตามมาตรา ๘ และมาตรา ๑๔ แห่งพระราชบัญญัติการพนัน พ.ศ. ๒๔๗๘ ออกจากพระราชบัญญัติการพนัน ซึ่งเป็นกฎหมายหลักเพียงฉบับเดียวในประเทศไทย ที่ใช้บังคับมาเป็นเวลานานจนถึงปัจจุบัน ในเรื่องการจัดให้มีการเล่นเกมหรือการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคโดยวิธีใดๆ ในการประกอบกิจการค้าหรืออาชีพ อย่างไรก็ตาม เนื่องจากการเล่นเกมหรือการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคในการประกอบกิจการค้าหรืออาชีพไม่ใช่การใช้การเสี่ยงโชคในลักษณะที่เป็นการเล่น แต่เป็นกิจกรรมทางการตลาดที่ผู้ประกอบการ

คำหรืออาชีพทั่วไปปฏิบัติกันเป็นปกติ^๑ จึงควรต้องมีการออกกฎหมายเพื่อกำหนดหลักเกณฑ์และมาตรการในเรื่องดังกล่าวไว้เป็นการเฉพาะให้ชัดเจน เพื่อป้องกันและระงับการส่งเสริมการขายในรูปแบบของการพนันแฝง

ด้วยเหตุผลดังกล่าวข้างต้น จึงมีความจำเป็นต้องศึกษาแนวทางการออกกฎหมายเพื่อกำหนดหลักเกณฑ์ที่เกี่ยวข้องดังกล่าวอย่างเหมาะสม ทันสมัย และเป็นสากล โดยศึกษาเปรียบเทียบกับกฎหมายต่างประเทศ เพื่อนำมาจัดทำเป็นร่างมาตรการทางกฎหมายเพื่อนำเสนอต่อหน่วยงานต่างๆ และสาธารณชน ให้นำไปพิจารณาและใช้ประโยชน์ในการออกกฎหมายที่เกี่ยวข้องต่อไป อันจะเป็นผลทำให้ลดและแก้ไขปัญหาเกี่ยวกับการพนันแฝงในรูปแบบการส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคของผู้ประกอบธุรกิจให้หมดไป

๑.๒ วัตถุประสงค์

๑.๒.๑ เพื่อนำเสนอร่างมาตรการทางกฎหมายและหลักเกณฑ์ที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับการควบคุมการส่งเสริม การขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคของผู้ประกอบธุรกิจอย่างเหมาะสม ทันสมัย และเป็นสากลแก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อนำไปพิจารณาและใช้ประโยชน์ในการออกกฎหมายที่เกี่ยวข้องต่อไป

๑.๒.๒ เพื่อลดและแก้ไขปัญหาเกี่ยวกับการพนันแฝงในรูปแบบการส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคของผู้ประกอบธุรกิจในประเทศไทย

๑.๒.๓ เพื่อกระตุ้นให้ประชาชนตระหนักและตื่นตัวต่อการพนันแฝงที่เข้ามาในรูปแบบการส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคของผู้ประกอบธุรกิจ

๑.๓ ขอบเขตการศึกษาวิจัย

๑.๓.๑ ศึกษาและทบทวนกฎหมายและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคของผู้ประกอบธุรกิจในประเทศไทย รวมถึงพระราชบัญญัติการพนัน พ.ศ. ๒๔๗๘ และฉบับแก้ไขเพิ่มเติม หลักเกณฑ์การขออนุญาตจัดให้มีการเล่นเกมหรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชค และ (ร่าง) พระราชบัญญัติการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชค พ.ศ.

๑.๓.๒ ศึกษากฎหมายและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคของผู้ประกอบธุรกิจในประเทศ อย่างน้อย ๕ ประเทศ ได้แก่ ไต้หวัน ฮองกง สิงคโปร์ ออสเตรเลีย และสหรัฐอเมริกา

๑.๓.๓ ศึกษาและทบทวนทฤษฎีทางด้านการตลาดที่เกี่ยวข้องกับการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคของผู้ประกอบธุรกิจในประเทศไทยและต่างประเทศ

^๑ หลักการของร่างพระราชบัญญัติการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชค พ.ศ. ที่กระทรวงมหาดไทยเสนอ

๑.๔ กลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้องกับงานศึกษาวิจัย

๑.๔.๑ หน่วยงานภายใต้กระทรวงมหาดไทย (ที่รับผิดชอบและเสนอ (ร่าง) พระราชบัญญัติการให้รางวัลด้วยการเสียงโซค พ.ศ.)

๑.๔.๒ หน่วยงานกำกับดูแลเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการให้รางวัลด้วยการเสียงโซคในต่างประเทศ

๑.๔.๓ สมาคมและตัวแทนผู้ประกอบการธุรกิจในประเทศไทย

๑.๔.๔ นักวิชาการและประชาชนทั่วไปที่สนใจใน(ร่าง)พระราชบัญญัติการให้รางวัลด้วยการเสียงโซค พ.ศ.

๑.๕ วิธีการดำเนินงาน

๑.๕.๑ รูปแบบการวิจัย

เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพโดยการศึกษาค้นคว้าเอกสาร ตำรา ทั้งของประเทศไทยและต่างประเทศ เพื่อรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล

๑.๕.๒ ขั้นตอนและเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

๑.๕.๒.๑ ศึกษาในเชิงเอกสาร (Documentary Research) โดยเอกสารดังกล่าว ได้แก่ กฎหมายและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการให้รางวัลด้วยการเสียงโซคของผู้ประกอบการธุรกิจในประเทศไทย รวมถึงพระราชบัญญัติการพนัน พ.ศ. 2478 และฉบับแก้ไขเพิ่มเติม หลักเกณฑ์การขออนุญาตจัดให้มีการเล่นเกมหรือรางวัลด้วยการเสียงโซค และ (ร่าง) พระราชบัญญัติการให้รางวัลด้วยการเสียงโซค พ.ศ. และเอกสารลำดับรองต่างๆ อาทิเช่น เอกสารงานวิจัย ตำราบทความทางวิชาการ ข้อมูลทางเว็บไซต์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ตำราและเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์ทฤษฎีทางการตลาด

๑.๕.๒.๒ ศึกษาในเชิงเปรียบเทียบ (Comparative Study) ในเรื่องกฎหมายและกฎระเบียบในต่างประเทศ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการให้รางวัลด้วยการเสียงโซคของผู้ประกอบการธุรกิจ เพื่อศึกษาและวิเคราะห์แนวทาง และเหตุผลในการออกกฎหมาย รวมถึงกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง

๑.๕.๒.๓ ศึกษาข้อความคิดของผู้พิพากษา นักวิชาการ อาจารย์ เจ้าหน้าที่ของรัฐ และผู้ทรงคุณวุฒิต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการให้รางวัลด้วยการเสียงโซคของผู้ประกอบการธุรกิจ โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก กำหนดประเด็นคำถามจากผลการวิเคราะห์ทฤษฎี และการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

๑.๕.๒.๔ จัดประชาพิจารณ์เพื่อรับฟังความคิดเห็นจากสาธารณะและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและนำผลจากการรับฟังความคิดเห็นมาปรับปรุง (ร่าง) รายงานผลการศึกษาและข้อเสนอมาตรการทางกฎหมาย

๑.๕.๒.๕ สรุปผลการวิจัยฉบับสมบูรณ์ เพื่อนำเสนอหน่วยงาน

๑.๖ ระยะเวลาดำเนินงาน

ระยะเวลาในการดำเนินงานวิจัย รวมทั้งสิ้น ๑๐ เดือน ตั้งแต่ เดือนพฤษภาคม ๒๕๖๑ ถึง เดือน กุมภาพันธ์ ๒๕๖๒

๑.๗ แผนการดำเนินงาน

กิจกรรมและขั้นตอนการดำเนินงาน		ระยะเวลา (๑๐ เดือน)									
		๑	๒	๓	๔	๕	๖	๗	๘	๙	๑๐
๑. ทบทวนวรรณกรรม และผลการศึกษาที่เกี่ยวข้อง และวางแผนการดำเนินงานศึกษา	แผน	✕	✕								
	ผล										
๒. ศึกษา ค้นคว้า ข้อมูลทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องในประเทศไทย	แผน		✕	✕	✕	✕	✕	✕			
	ผล										
๓. ศึกษาเปรียบเทียบ กฎหมายต่างประเทศอย่างน้อย ๕ ประเทศ เรื่องการจัดให้มีการแถมพหุหรือการให้รางวัลด้วยการเสียโชคโดยวิธีใดๆ ในการประกอบกิจการค้าหรืออาชีพ	แผน		✕	✕	✕	✕	✕	✕			
	ผล										
๔. การสัมภาษณ์หน่วยงานกำกับดูแล และ/หรือผู้เชี่ยวชาญทั้งในประเทศและต่างประเทศ	แผน		✕	✕	✕	✕	✕	✕			
	ผล										
๕. จัดทำ (ร่าง) รายงานผลการศึกษา และข้อเสนอมาตรการทางกฎหมาย รวมถึงเสนอแนะแนวทางในการวางหลักเกณฑ์การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสียโชคของผู้ประกอบธุรกิจในประเทศไทย	แผน				✕	✕	✕	✕	✕	✕	
	ผล										
๖. จัดประชาพิจารณ์เพื่อเก็บข้อมูลจากสาธารณะและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	แผน				✕	✕	✕	✕	✕	✕	
	ผล										
๗. จัดทำรายงานผลการศึกษาวิจัยฉบับสมบูรณ์ ซึ่งแก้ไขปรับปรุงจากการประชาพิจารณ์ รวมทั้งข้อเสนอแนะ	แผน										✕
	ผล										

กิจกรรมและขั้นตอนการดำเนินงาน		ระยะเวลา (๑๐ เดือน)									
		๑	๒	๓	๔	๕	๖	๗	๘	๙	๑๐
๘. ส่งมอบรายงานผลการศึกษาระดับ สมบูรณ์ รวมทั้งข้อเสนอแนะต่างๆ	แผน ผล										

๑.๘ งบประมาณโครงการ

ได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล จำนวน ๑,๗๗๖,๗๖๘ บาท (หนึ่งล้านเจ็ดแสนเจ็ดหมื่นหกพันเจ็ดร้อยหกสิบแปดบาทถ้วน)

๑.๙ ผลที่คาดว่าจะได้รับ

๑.๙.๑ นำเสนอร่างมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับการส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัล ด้วยการเสี่ยงโชคของผู้ประกอบการธุรกิจในประเทศไทย

๑.๙.๒ ผู้ประกอบการธุรกิจไม่จัดกิจกรรมการส่งเสริมการขายที่เกี่ยวข้องกับการพนันแฝง ทำให้การพนันแฝงในประเทศไทยลดลง

๑.๙.๓ ประชาชนไม่ถูกชักจูงหรือล่อลวงให้จ่ายเงินซื้อสินค้าเพื่อหวังผลในรางวัลจากการเสี่ยงโชคในรูปแบบการพนันแฝงที่ผู้ประกอบการธุรกิจจัดขึ้น

บทที่ ๒

ทบทวนวรรณกรรม

จากการวิจัยเรื่องการศึกษากฎหมายเพื่อควบคุมการพนันแฝงจากการส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคของผู้ประกอบธุรกิจ ผู้วิจัยได้ทำการทบทวนวรรณกรรมแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการตลาดและกฎหมาย ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

๒.๑ ความเป็นมาและแนวคิดทางการตลาดเกี่ยวกับการส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคของผู้ประกอบธุรกิจ

๒.๑.๑ พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior)

พฤติกรรมผู้บริโภคมีการเปลี่ยนแปลงอย่างพลวัต ซึ่งจะเห็นได้จาก ผู้บริโภคที่มีการสั่งซื้อสินค้าหลากหลายชนิด เช่น ของใช้ในครัวเรือน อุปกรณ์กีฬา เสื้อผ้า เครื่องใช้สำนักงาน คอมพิวเตอร์ และเครื่องใช้ไฟฟ้า โดยการสั่งซื้อผ่านทางออนไลน์ หรือแม้แต่หนังสือพิมพ์รายวันยังมีการปรับเปลี่ยนเนื้อหาข่าวสารให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าผ่านสื่อออนไลน์ หรือนักศึกษาที่ต้องการสมัครเข้าเรียนต่อในระดับมหาวิทยาลัยสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับหลักสูตร ผู้เชี่ยวชาญของมหาวิทยาลัยและการสมัครเข้าเรียนผ่านทางออนไลน์

ในอดีตผู้บริโภคเคยเป็นเพียงผู้ซื้อสินค้า แต่ในปัจจุบันการเกิดเทคโนโลยีดิจิทัลส่งผลให้ผู้บริโภคสามารถเป็นผู้ขายได้ด้วย โดยเห็นได้จากเว็บไซต์ที่ให้พื้นที่ในการโฆษณาฟรี เพื่อขายบ้าน คอนโด และอื่นๆ และยังส่งผลให้ผู้บริโภคสามารถรับฟังข่าวสารจากหลากหลายช่องทาง เช่น เฟสบุ๊ก อินสตาแกรม ทวิตเตอร์ เคเบิลทีวี รายการต่างๆ ทางโทรทัศน์และวิทยุ เป็นต้น ซึ่งจะเห็นได้ว่าความก้าวหน้าของเทคโนโลยีดิจิทัลทำให้นักการตลาดมีโอกาสนในการเสนอขายสินค้าและบริการใหม่ๆ ให้แก่ผู้บริโภค แต่การนำเสนอในแนวทางใหม่นี้จะสามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพก็ต่อเมื่อนักการตลาดเกิดความเข้าใจในความต้องการของผู้บริโภคและพฤติกรรมผู้บริโภคได้อย่างถ่องแท้

Leon G. Schiffman and Leslie Lazar Kanuk ได้ให้ความหมายคำว่า พฤติกรรมผู้บริโภคไว้ดังนี้

“พฤติกรรมที่ผู้บริโภคแสดงออกมาในลักษณะของการค้นหา การซื้อ การใช้ การประเมิน และการทิ้งผลิตภัณฑ์และบริการที่ผู้บริโภคคาดหวังว่าจะสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้”^๒

^๒ Schiffman, L. G. & Kanuk, L. L. (2007). *Consumer behavior* (9th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson/Prentice Hall. p. 3.

J Paul Peter and Jerry C. Olson ได้ให้ความหมายคำว่า พฤติกรรมผู้บริโภคไว้ดังนี้

“พฤติกรรมผู้บริโภคเปรียบเหมือนปฏิสัมพันธ์ของผลกระทบและการเรียนรู้พฤติกรรม และสภาพแวดล้อมที่นำไปสู่แ่งมุมการแลกเปลี่ยนในชีวิตมนุษย์”^๓

จากความหมายข้างต้น ได้มีการขยายความหมายเพิ่มเติมดังต่อไปนี้

“พฤติกรรมผู้บริโภคเกี่ยวข้องกับความคิดและความรู้สึกที่เกิดจากประสบการณ์ของมนุษย์ การกระทำที่เกี่ยวกับกระบวนการบริโภคของผู้บริโภค สภาพแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อความคิด ความรู้สึก และการกระทำของผู้บริโภค รวมถึงความคิดเห็นที่ได้จากผู้บริโภคคนอื่นๆ โฆษณา ข่าวสารด้านราคา บรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ และอื่นๆที่ส่งผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค”^๔

Philip Kotler and Kevin Lane Keller ได้ให้ความหมายคำว่า พฤติกรรมผู้บริโภคไว้ดังนี้

“พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นการศึกษาว่าบุคคล กลุ่ม และองค์กรมีการเลือก การซื้อ การใช้ และการทิ้งสินค้า บริการ แนวคิด หรือประสบการณ์ที่สามารถตอบสนองความจำเป็นและความต้องการอย่างไร”^๕

นอกจากนั้น Philip Kotler and Kevin Lane Keller ได้อธิบายเพิ่มเติมว่า พฤติกรรมของผู้บริโภคได้รับอิทธิพลจากปัจจัยวัฒนธรรม สังคม และบุคคล^๖

ผู้วิจัยจึงสรุปความหมายพฤติกรรมผู้บริโภค คือ พฤติกรรมที่ผู้บริโภคที่ได้อิทธิพลจากสภาพแวดล้อมทางวัฒนธรรม สังคม บุคคล และข่าวสารทางการตลาด ที่ส่งผลกระทบต่อกระบวนการทางความคิด ความรู้สึก และการกระทำในการเลือก การซื้อ การใช้ และการทิ้งผลิตภัณฑ์และบริการที่ผู้บริโภคคาดหวังว่าจะสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้

จากความหมายข้างต้น การเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคให้ชัดเจนมากยิ่งขึ้นจะต้องศึกษาแบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค (Model of Consumer Behavior) เพิ่มเติม ซึ่งเป็นการศึกษาถึงแบบจำลองการตลาดสนองต่อตัวกระตุ้น (The Stimulus-Response Model) โดยตัวกระตุ้นแบ่งเป็นตัวกระตุ้นทางการตลาด (Marketing Stimuli) และตัวกระตุ้นอื่นๆ (Other Stimuli) ที่เข้าสู่จิตสำนึกของผู้บริโภค และกระบวนการจิตวิทยาของผู้บริโภค (Consumer Psychology) ร่วมกับลักษณะเฉพาะของผู้บริโภค (Consumer Characteristics) ที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อ (Buying Decision Process) และการตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision)^๗ ซึ่งจะเห็นรายละเอียดได้จาก ภาพที่ ๑ แบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค

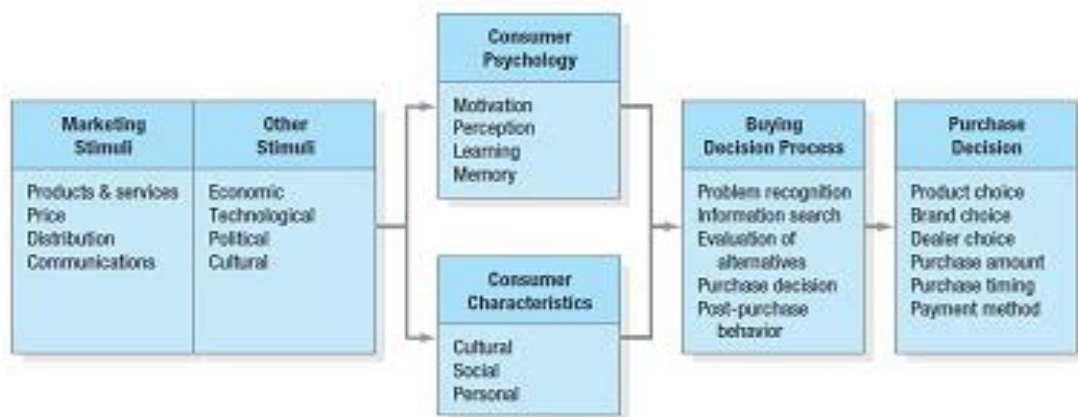
^๓ Peter, J. P., & Olson, J. C. (2008). *Consumer behavior and marketing strategy* (8th ed.). Boston: McGraw-hill. p. 5.

^๔ เเพ็งอ้วง.

^๕ Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Boston: Pearson. p. 5.

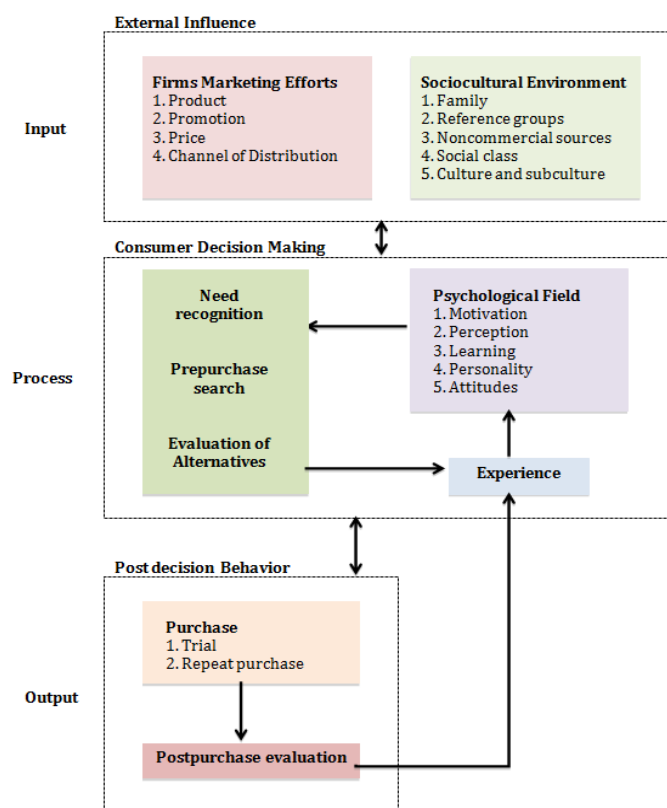
^๖ เเพ็งอ้วง.

^๗ เเพ็งอ้วง.



ภาพที่ ๑ แบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค (Model of Consumer Behavior)

นอกจากนั้น Leon G. Schiffman and Leslie Lazar Kanuk ได้เสนอแบบจำลองการตัดสินใจของผู้บริโภค (Model of Consumer Decision Making) ที่แบ่งเป็น ๓ ขั้นตอน คือ ขั้นนำเข้า (Input Stage) ขั้นกระบวนการ (Process Stage) และขั้นผลลัพธ์ (Output Stage)^๔ ซึ่งจะเห็นได้จากภาพที่ ๒



ภาพที่ ๒ แบบจำลองการตัดสินใจของผู้บริโภค (Model of Consumer Decision Making)

^๔ Schiffman & Kanuk, อ้างแล้ว เจริญธรรมที่ 28, at 18.

ชั้นนำเข้าเป็นขั้นที่ผู้บริโภคได้รับอิทธิพลจาก ๒ แหล่ง คือ (๑) ความพยายามทางการตลาดของบริษัท (Firms Marketing Efforts) ที่ประกอบด้วยกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด และ (๒) สภาพแวดล้อมทางสังคมวัฒนธรรมที่ประกอบด้วยครอบครัว แหล่งข้อมูลที่ไม่เป็นทางการ แหล่งข้อมูลที่ไม่ได้เกิดจากการค้า ขนชั้นทางสังคม วัฒนธรรมและวัฒนธรรมย่อย ซึ่งอิทธิพลทั้ง ๒ แหล่งนี้จะมีอิทธิพลต่อการตระหนักถึงความต้องการผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค

ขั้นกระบวนการเป็นขั้นตอนที่ผู้บริโภคทำการตัดสินใจซื้อ ที่เกิดจากปัจจัยด้านจิตวิทยาที่ประกอบด้วยแรงจูงใจ การรับรู้ การเรียนรู้ บุคลิกภาพ และทัศนคติ ที่ติดตัวมากับผู้บริโภคแต่ละราย ร่วมกับอิทธิพลจากชั้นนำเข้า ส่งผลให้มีอิทธิพลต่อการตระหนักถึงความต้องการ การค้นหา ก่อนการซื้อ และการประเมินทางเลือก ส่วนประสบการณ์ที่เกิดจากการประเมินผลจนกลายเป็นผลลัพธ์ให้เกิดประสบการณ์ที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยด้านจิตวิทยาต่อไป

ขั้นผลลัพธ์ประกอบด้วย ๒ กิจกรรมที่เกิดขึ้นหลังจากทำการตัดสินใจแล้ว คือ (๑) พฤติกรรมการซื้อที่ประกอบด้วย การทดลองซื้อ และการซื้อซ้ำ และ (๒) การประเมินหลังการซื้อ

จากแบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค และแบบจำลองการตัดสินใจของผู้บริโภคจะทำให้ให้นักการตลาดสามารถศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคอย่างเป็นระบบและทำให้เข้าใจถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคได้อย่างลึกซึ้ง แต่จะสังเกตเห็นได้ว่าแบบจำลองทั้งสองแบบจำลองข้างต้น มีส่วนประสมทางการตลาดที่ประกอบด้วย (๑) ผลิตภัณฑ์และบริการ (Product and Service) (๒) ราคา (Price) (๓) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Distribution/Channel of Distribution) และ (๔) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หรือการสื่อสารทางการตลาด (Communication) ซึ่งส่วนประสมทางการตลาดนี้ในแบบจำลองเรียกว่าตัวกระตุ้นทางการตลาด (Marketing Stimuli) และความพยายามทางการตลาดของบริษัท (Firms Marketing Efforts)

McCarthy ได้ทำการจัดกลุ่มกิจกรรมทางการตลาดต่างๆเป็นเครื่องมือส่วนประสมทางการตลาด (Marketing-mix tools) เป็น ๔ ประเภท คือ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) สถานที่ (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) และเรียกการจัดกลุ่มเครื่องมือส่วนประสมทางการตลาดว่า Four Ps^๙

Philip Kotler and Kevin Lane Keller ยังให้ความหมายและรายละเอียดส่วนประกอบของเครื่องมือส่วนประสมทางการตลาดไว้ดังนี้

“ผลิตภัณฑ์ คืออะไรก็ตามที่สามารถเสนอเข้าสู่ตลาดเพื่อตอบสนองความจำเป็นและความต้องการและทำให้เกิดความพึงพอใจแก่ลูกค้าได้ ซึ่งผลิตภัณฑ์หมายรวมถึงสินค้าที่จับต้องได้ (Physical Goods) บริการ (Services) ประสบการณ์ (Experiences) เหตุการณ์ (Events) บุคคล (Persons) สถานที่ (Places) ทรัพย์สิน (Properties) องค์กร (Organizations) ข่าวสาร (Information) และแนวคิด (Ideas)”^{๑๐}

ผลิตภัณฑ์ที่จัดเป็นเครื่องมือการตลาดที่ดี ควรมีรายละเอียดที่ประกอบด้วย ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์(Product Variety) คุณภาพ (Quality) การออกแบบ (Design) คุณสมบัติ

^๙ Kotler & Keller, *อ้าวแล้ว* เจริญรติที่ 14, at 47.

^{๑๐} *เพ็งอ้าว*, 47, 389, 483.

(Features) ชื่อแบรนด์ (Brand Name) บรรจุภัณฑ์ (Packaging) ขนาด (Sizes) บริการ (Services) การรับประกัน (Warranties) และการรับคืน (Returns)

“ราคาไม่ใช่เป็นเพียงตัวเลขที่ติดอยู่บนป้ายราคาเท่านั้น แต่สามารถอยู่ในหลายรูปแบบและมีหน้าที่หลากหลาย เช่นค่าเช่า (Rent) ค่าเล่าเรียน (Tuition) ค่าโดยสาร (Fares) ค่าธรรมเนียม (Fees) อัตราดอกเบี้ย (Rates) ค่าผ่านทาง (Tolls) ค่าทนาย/ค่าที่ปรึกษา(Retainers) ค่าจ้าง (Wages) ค่านายหน้า (Commissions)”

ราคาที่จัดเป็นเครื่องมือการตลาดที่ดี ควรมีรายละเอียดที่ประกอบด้วย การกำหนดราคา (List Price) ราคาส่วนลด (Discounts) ส่วนยอมให้ (Allowances) ระยะเวลาจ่ายหนี้ (Payment Period) และระยะเวลาให้สินเชื่อ (Credit Terms)

“สถานที่ (Place) หรือช่องทางทางการตลาด (Marketing Channels) คือ ชุดขององค์กรที่พึ่งพิงกันที่เข้าไปเกี่ยวข้องกับกระบวนการของการจัดทำให้ผลิตภัณฑ์หรือบริการมีพร้อมใช้หรือบริโภค”

สถานที่ หรือช่องทางทางการตลาด ที่จัดเป็นเครื่องมือการตลาดที่ดี ควรมีรายละเอียดที่ประกอบด้วยช่องทาง (Channels) การครอบคลุม (Coverage) ความหลากหลายของประเภทสินค้า (Assortments) ทำเลที่ตั้ง (Locations) สินค้าคงคลัง (Inventory) และการขนส่ง (Transport)

“การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หรือการสื่อสารทางการตลาด (Marketing Communication) หมายถึง ความพยายามของบริษัทในการแจ้งให้ข้อมูล (Inform) การชักจูง (Persuade) และ การเตือนความจำ(Remind) เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และแบรนด์ที่บริษัทขายให้แก่ผู้บริโภคทั้งทางตรงและทางอ้อม”

การส่งเสริมการตลาด หรือการสื่อสารทางการตลาด ที่จัดเป็นเครื่องมือการตลาดที่ดี ควรมีรายละเอียดที่ประกอบด้วย การโฆษณา (Advertising) การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) การสร้างเหตุการณ์และประสบการณ์ (Events and Experiences) การประชาสัมพันธ์ และการให้ข่าว (Public Relation and Publicity) การตลาดออนไลน์ และสื่อสังคมออนไลน์ (Online and Social Media Marketing) การตลาดโมบาย (Mobile Marketing) และ การตลาดที่ไม่ผ่านคนกลางและฐานข้อมูล (Direct and Database Marketing) และพนักงานขาย (Personal Selling)

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเรื่องการศึกษากฎหมายเพื่อควบคุมการพนันแฝงจากการส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคของผู้ประกอบธุรกิจ ซึ่งการส่งเสริมการขายจัดอยู่ในส่วนประสมทางการตลาด คือเครื่องมือการส่งเสริมการตลาดหรือการสื่อสารทางการตลาด ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการทบทวนวรรณกรรมเพิ่มเติมในหัวข้อต่อไป

๒.๑.๒ การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ (Integrated Marketing Communication)

การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการจัดเป็นเครื่องมือที่สำคัญเครื่องมือหนึ่งที่นักการตลาดใช้ในการสื่อสารกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) ที่เป็นทั้งผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในปัจจุบันและที่เป็นไปได้ในอนาคต รวมทั้งการสื่อสารกับประชาชนทั่วไป (General Public)

การสื่อสารทางการตลาดนั้น ไม่ใช่เป็นเพียงการสื่อสารเท่านั้น แต่นักการตลาดมีการพิจารณาว่า “จะพูดอะไร...จะพูดเมื่อไร...และจะพูดบ่อยเพียงใด” เพราะผู้บริโภคสามารถเข้าถึงข่าวสารผ่านสื่อต่างๆ เช่นรายงานต่างๆ เป็นหลายร้อยรายการผ่านทางเคเบิลและช่องต่างๆ ทางโทรทัศน์ที่ผู้บริโภคมีการติดตั้งจานดาวเทียม นิตยสารและหนังสือพิมพ์จำนวนมาก และหน้าอินเทอร์เน็ต (Internet Pages) จำนวนมาก และผู้บริโภคจะทำการตัดสินใจว่าการสื่อสารในลักษณะใดที่ผู้บริโภคจะเปิดรับ ดังนั้นนักการตลาดจึงมีการสร้างสรรค์รูปแบบการสื่อสารหลากหลายรูปแบบเพื่อให้ข่าวสารสามารถเข้าถึงและมีอิทธิพลต่อตลาดเป้าหมาย ซึ่งจะเห็นได้ว่า การสื่อสารทางการตลาดมีบทบาทที่สำคัญที่จะทำให้การจัดการตลาดประสบความสำเร็จได้^{๑๑}

บทบาทของการสื่อสารทางการตลาด ที่นักการตลาดทำการสื่อสารทางการตลาดเพื่อแจ้งให้ข้อมูล (Inform) ชักจูง (Persuade) และ เตือนความจำ (Remind) เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และแบรนด์ที่บริษัทขายให้แก่ผู้บริโภคทั้งทางตรงและทางอ้อม เปรียบเสมือนกระบอกเสียงของบริษัทและแบรนด์ของบริษัท ซึ่งบริษัทสามารถกำหนดบทสนทนา และสร้างความสัมพันธ์กับผู้บริโภค รวมถึงการสร้างความรักทำให้เกิดความเข้มแข็งมากยิ่งขึ้น และนำไปสู่การเพิ่มคุณค่าลูกค้า (Customer Equity) ซึ่งคุณค่าลูกค้าเกิดจากยอดรวมของคุณค่าตลอดชีวิตของลูกค้าทั้งหมดของบริษัทที่คิดเป็นมูลค่าตามอัตราลด (Discounted) ยิ่งลูกค้ามีความรักดีมากเพียงใด คุณค่าลูกค้า ก็สูงขึ้นเท่านั้น Roland T Rust, Katherine N Lemon, and Valarie A Zeithaml ได้อธิบายปัจจัย ๓ ประการที่เป็นผลก่อดันคุณค่าลูกค้า คือ คุณค่าที่สร้างมูลค่าทางจิตใจ (value equity) คุณค่าตราสินค้า (Brand Equity) และ คุณค่าความสัมพันธ์ (Relationship Equity)^{๑๒}

การสื่อสารทางการตลาดที่ดีควรแสดงให้เห็นให้ผู้บริโภคได้รับรู้ถึงผลิตภัณฑ์ใช้อย่างไรและเหตุผลที่ใช้ผลิตภัณฑ์นั้นๆ รวมทั้งการให้ข่าวสารเกี่ยวกับผู้ผลิต สถานที่ผลิต และวันที่ผลิต ซึ่งทำให้ผู้บริโภคสามารถเรียนรู้ถึงผู้ผลิต บริษัท และแบรนด์ ที่สร้างแรงจูงใจให้ผู้บริโภคทดลองและใช้ผลิตภัณฑ์นั้นๆ

นอกจากนั้นการสื่อสารทางการตลาดยังเป็นเครื่องมือส่วนประสมทางการตลาดที่เปิดโอกาสให้บริษัทเชื่อมโยงแบรนด์ของบริษัทกับบุคคล สถานที่ เหตุการณ์ แบรนด์อื่นๆ ความรู้สึกและสิ่งของต่างๆ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้ผู้บริโภคจดจำแบรนด์ได้ และสร้างสรรค์ภาพลักษณ์แบรนด์ที่ส่งผลให้เกิดคุณค่าตราสินค้า (Brand Equity) และผลก่อดันยอดขายและมูลค่าผู้ถือหุ้น (Shareholder Value)

^{๑๑} Kotler & Keller, *อ้าวแล้ว* เจริญรทที่ 14, at 579.

^{๑๒} Rust, R. T., Lemon, K. N., & Zeithaml, V. A. (2001). Driving customer equity: linking customer lifetime value to strategic marketing decisions. Cambridge, MA: n.p. pp. 20-25.

การสื่อสารทางการตลาดมีเครื่องมือที่ใช้ในการสื่อสารทางการตลาดกับผู้บริโภคที่เรียกว่าส่วนผสมการสื่อสารทางการตลาด (Marketing Communication Mix)^{๑๓} ประกอบด้วย ๘ ส่วนผสมการสื่อสารทางการตลาด ดังนี้

๒.๑.๒.๑ การโฆษณา (Advertising)

การโฆษณาเป็นการสื่อสารในรูปแบบต่างๆ ที่มีการใช้งบประมาณในการนำเสนอข่าวสาร โดยไม่ใช่ตัวบุคคล (Nonpersonal Presentation) และการส่งเสริมแนวคิดผลิตภัณฑ์ หรือบริการ โดยการระบุผู้สนับสนุนผ่านทาง (๑) สื่อสิ่งพิมพ์ (Print Media) เช่น หนังสือพิมพ์ และนิตยสาร (๒) สื่อกระจายภาพและเสียง (Broadcast Media) เช่น วิทยุ โทรทัศน์ (๓) สื่อเครือข่าย (Network Media) เช่น โทรศัพท์ เคเบิล ดาวเทียม ไร้สาย (๔) สื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Media) เช่น เทป วีดีโอเทป วีดีโอดีสก์ ซีดีรอม เว็บเพจและ (๕) สื่อการแสดงผล (Display Media) เช่น บิลบอร์ด โปสเตอร์ สัญลักษณ์ หรือเครื่องหมาย

๒.๑.๒.๒ การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion)

การส่งเสริมการขายเป็นเครื่องมือสร้างแรงจูงใจระยะสั้นเพื่อการกระตุ้นให้ผู้บริโภคทดลองหรือซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการ ซึ่งการส่งเสริมการขายแบ่งเป็น (๑) การส่งเสริมการขายที่ให้กับผู้บริโภค (Consumer Promotion) เช่น การแจกสินค้าตัวอย่าง (Samples) คูปอง (Coupons) และการแจกของที่ระลึก (Premiums) (๒) การส่งเสริมการขายที่ให้กับคนกลาง (Trade Promotion) เช่น ส่วนยอมให้ในการโฆษณา และการแสดงสินค้า (Advertising and Display Allowances) และ (๓) การส่งเสริมการให้ที่ให้กับภาคธุรกิจและทีมขาย (Business and Sales Force Promotions) เช่น การแข่งขันยอดขายในกลุ่มตัวแทนขาย

๒.๑.๒.๓ การสร้างเหตุการณ์และประสบการณ์ (Events and Experiences)

บริษัทได้มีการสนับสนุนกิจกรรมต่างๆ และออกแบบโปรแกรมที่สร้างสรรค์ที่ทำให้เกิดปฏิสัมพันธ์กับผู้บริโภคเป็นประจำหรือเฉพาะกิจที่เชื่อมโยงกับแบรนด์ของบริษัทได้ ซึ่งสามารถจัดให้รูปแบบของกีฬา ศิลปะ บันเทิง และการกุศล รวมทั้งกิจกรรมอื่นๆ ที่มีความเป็นทางนัย

๒.๑.๒.๔ การประชาสัมพันธ์ และการให้ข่าว (Public Relation and Publicity)

การประชาสัมพันธ์ และการให้ข่าว เป็นโปรแกรมการสื่อสารที่มีความหลากหลาย ทั้งในรูปแบบการสื่อสารทางตรงภายในองค์กรไปยังพนักงานของบริษัทหรือการสื่อสารภายนอกองค์กรไปยังผู้บริโภค บริษัทอื่นๆ รัฐบาล และสื่อ เพื่อส่งเสริม หรือปกป้องภาพลักษณ์ของบริษัท หรือเพื่อทำการสื่อสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใดผลิตภัณฑ์หนึ่งของบริษัท

๒.๑.๒.๕ การตลาดออนไลน์ และสื่อสังคมออนไลน์ (Online and Social Media Marketing)

การตลาดออนไลน์ และสื่อสังคมออนไลน์ จัดเป็นกิจกรรมและโปรแกรมออนไลน์ที่ออกแบบมาเพื่อสร้างความผูกพันกับลูกค้าหรือผู้คาดว่าจะจะเป็นลูกค้า และเพื่อเพิ่มความตระหนักถึง ปรับปรุงภาพลักษณ์ และกระตุ้นยอดขายสินค้าและบริการของบริษัท

^{๑๓} Kotler & Keller, อ้างแล้ว เจริญรศที่ 14, at 582.

๒.๑.๒.๖ การตลาดโมบาย (Mobile Marketing)

การตลาดโมบาย จัดเป็นรูปแบบเฉพาะของการตลาดออนไลน์ ที่เน้นการตลาด
ทำการสื่อสารการตลาดบนโทรศัพท์ หรือแท็บเล็ตของลูกค้า

๒.๑.๒.๗ การตลาดที่ไม่ผ่านคนกลางและฐานข้อมูล (Direct and Database Marketing)

การตลาดที่ไม่ผ่านคนกลางและฐานข้อมูล เป็นการใช้จดหมาย โทรศัพท์
แฟกซ์ อีเมล หรือ อินเทอร์เน็ตในการสื่อสารทางตรงกับลูกค้าเฉพาะกลุ่มหรือลูกค้าที่คาดว่าจะเป็
ลูกค้า

๒.๑.๒.๘ พนักงานขาย (Personal Selling)

พนักงานขาย เป็นการสื่อสารแบบเผชิญหน้าที่มีการปฏิสัมพันธ์กับผู้ซื้อ
หรือผู้ที่คาดว่าจะซื้อ ซึ่งการสื่อสารโดยใช้พนักงานขายนี้มีวัตถุประสงค์ที่จะนำเสนอ ตอบคำถาม และ
รับคำสั่งซื้อ

ส่วนประสมการสื่อสารการตลาดทั้ง ๘ ประการนี้ สามารถสรุปตัวอย่างได้ดังตารางที่ ๑
ตัวอย่างรูปแบบการสื่อสารการตลาด

ตารางที่ ๑ ตัวอย่างรูปแบบการสื่อสารการตลาด^{๑๔}

การโฆษณา (Advertising)	การส่งเสริม การขาย (Sales Promotion)	การจัดเหตุการณ์ และประสบการณ์ (Events and Experiences)	การ ประชาสัมพันธ์ และการให้ข่าว (Public Relations and Publicity)	การตลาดออนไลน์ และสังคม ออนไลน์(Online and Social Media Marketing)	การตลาด โมบาย/ผ่าน โทรศัพท์ สมาร์ทโฟน (Mobile Marketing)	การตลาด ทางตรงและ ฐานข้อมูล (Direct and Database Marketing)	พนักงานขาย (Personal Selling)
โฆษณาผ่านสื่อ สิ่งพิมพ์และ กระจายภาพและ เสียง (Print and Broadcast Ads)	การแข่งขัน เกม ชิงโชค ลอตเตอรี่ (Contests, Games, Sweepstakes, Lotteries)	การกีฬา (Sports)	เอกสารการให้ ข้อมูล (Press kits)	เว็บไซต์ (Web sites)	การส่งข้อความ (Text messages)	แคตตาล็อก (Catalogs)	การนำเสนอการ ขาย (Sales presentations)
การให้ข้อมูล ภายนอกบรรจุ ภัณฑ์ (Packaging Outer)	พรีเมียม และ ของขวัญ (Premiums and gifts)	การสร้างสรรค ความบันเทิง (Entertainment)	การกล่าวสุนทร พจน์ (Speeches)	อีเมล (E-mail)	การตลาดออนไลน์ (Online marketing)	การส่ง จดหมาย (Mailings)	การประชุม การขาย (Sales meetings)

^{๑๔} Kotler & Keller, *อ้าวแล้ว* เจริญรติที่ 14, at 583.

การโฆษณา (Advertising)	การส่งเสริม การขาย (Sales Promotion)	การจัดเหตุการณ์ และประสบการณ์ (Events and Experiences)	การ ประชาสัมพันธ์ และการให้ข่าว (Public Relations and Publicity)	การตลาดออนไลน์ และสังคม ออนไลน์(Online and Social Media Marketing)	การตลาด โมบาย/ผ่าน โทรศัพท์ สมาร์ทโฟน (Mobile Marketing)	การตลาด ทางตรงและ ฐานข้อมูล (Direct and Database Marketing)	พนักงานขาย (Personal Selling)
การให้ข้อมูล ภายในบรรจุ ภัณฑ์/แผ่นพับ อธิบายคุณสมบัติ การใช้เกี่ยวกับ ผลิตภัณฑ์ (Packaging Inserts)	ตัวอย่าง (Sampling)	การจัดงาน เทศกาล (Festivals)	สัมมนา (Seminars)	การโฆษณาบน แอปพลิเคชันต่างๆ (Search-ads)	การตลาดสื่อสังคม ออนไลน์ (Social media marketing)	การตลาดทาง โทรศัพท์ (Tele marketing)	โปรแกรมการ สร้างแรงจูงใจ (Incentive programs)
ภาพยนตร์ (Cinema)	งานแฟร์และงาน แสดงสินค้า (Fairs and Trade shows)	งานศิลปะ (Arts)	รายงานประจำปี (Annual reports)	โฆษณาแบบ ดิสเพลย์ (Display ads)		การซื้อสินค้า อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic shopping)	สินค้าตัวอย่าง (Samples)
แผ่นพับและคู่มือ (Brochures and Booklets)	การจัดแสดง นิทรรศการ (Exhibits)	การจัดการกุศล (Causes)	การบริจาคและ อาสาสมัคร (Charitable donations)	การเขียนข่าวสาร บนบล็อกของ บริษัท (Company blogs)		การซื้อขาย สินค้าผ่านทาง ทีวี	การจัดงานแฟร์ และงานแสดง สินค้า (Fairs and

การโฆษณา (Advertising)	การส่งเสริม การขาย (Sales Promotion)	การจัดเหตุการณ์ และประสบการณ์ (Events and Experiences)	การ ประชาสัมพันธ์ และการให้ข่าว (Public Relations and Publicity)	การตลาดออนไลน์ และสังคม ออนไลน์(Online and Social Media Marketing)	การตลาด โมบาย/ผ่าน โทรศัพท์ สมาร์ทโฟน (Mobile Marketing)	การตลาด ทางตรงและ ฐานข้อมูล (Direct and Database Marketing)	พนักงานขาย (Personal Selling)
						(TV shopping)	trade show)
แผ่นโปสเตอร์ และใบปลิว (Posters and Leaflets)	การสาธิต (Demonstrations)	การเปิดให้เยี่ยมชม โรงงาน (Factory tours)	การให้ข่าว (Publications)	การสนทนาผ่าน ระบบแชตและ บล็อก (Third party chat rooms, forums, and blogs)		การส่ง เอกสารผ่าน แฟกซ์ (Fax)	
นามานุกรม (Directories)	คูปอง (Coupons)	การจัดพิพิธภัณฑ์ ของบริษัท (Company museum)	การสร้าง ความสัมพันธ์กับ ชุมชน (Community relations)	เฟสบุ๊ก ทวิตเตอร์ ยูทูป (Facebook and Twitter messages, YouTube channel and video		แคตตาล็อก (Catalogs)	

การโฆษณา (Advertising)	การส่งเสริม การขาย (Sales Promotion)	การจัดเหตุการณ์ และประสบการณ์ (Events and Experiences)	การ ประชาสัมพันธ์ และการให้ข่าว (Public Relations and Publicity)	การตลาดออนไลน์ และสังคม ออนไลน์(Online and Social Media Marketing)	การตลาด โมบาย/ผ่าน โทรศัพท์ สมาร์ทโฟน (Mobile Marketing)	การตลาด ทางตรงและ ฐานข้อมูล (Direct and Database Marketing)	พนักงานขาย (Personal Selling)
การโฆษณาซ้ำ (Reprints of Ads)	การให้ส่วนคืนให้ (Rebates)	กิจกรรมบนท้อง ถนน (Street activities)	การวิ่งเต้นหรือ การลobbies (Lobbying)				
บิลบอร์ด (Billboards)	การเสนอ ดอกเบี้ยต่ำ (Low-interest financing)		สื่อแสดงความเป็น อัตลักษณ์ (Identity media)				
การแสดง สัญลักษณ์ (Display signs)	การให้ส่วนยอม ให้ (Trade-in allowances)		นิตยสารจัดทำโดย บริษัท (Company magazine)				
การแสดงสินค้า ณ จุดขาย (Point-of- purchase displays)	โปรแกรมการซื้อ ต่อเนื่อง (Continuity program)						

การโฆษณา (Advertising)	การส่งเสริม การขาย (Sales Promotion)	การจัดเหตุการณ์ และประสบการณ์ (Events and Experiences)	การ ประชาสัมพันธ์ และการให้ข่าว (Public Relations and Publicity)	การตลาดออนไลน์ และสังคม ออนไลน์(Online and Social Media Marketing)	การตลาด โมบาย/ผ่าน โทรศัพท์ สมาร์ทโฟน (Mobile Marketing)	การตลาด ทางตรงและ ฐานข้อมูล (Direct and Database Marketing)	พนักงานขาย (Personal Selling)
การโฆษณาอ่านดี วีดี (DVDs)	การสร้าง โปรแกรมไม่ให้ ลูกค้าเปลี่ยนไป ใช้ของคู่แข่ง (Tie-ins)						

จากตารางข้างต้นจะเห็นได้ว่านักการตลาดสามารถทำการสื่อสารทางการตลาดให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลได้ จะมีการเลือกเครื่องมือการสื่อสารทางการตลาดได้จากส่วนประสมการสื่อสารทางการตลาด โดยการประสมประสานรูปแบบต่างๆ ที่มีส่วนช่วยส่งเสริมกัน เพื่อให้การสื่อสารบรรลุเป้าหมายและประสิทธิผลสูงสุด แต่ทั้งนี้ทั้งนั้นจะเห็นได้ว่างานวิจัยครั้งนี้มีการมุ่งเน้นที่การส่งเสริมการขาย ผู้วิจัยจึงทำการทบทวนแนวคิดที่เกี่ยวกับการส่งเสริมการขายเพิ่มเติมในหัวข้อต่อไป

๒.๑.๓ การส่งเสริมการขาย (Sale Promotion)

การส่งเสริมการขาย จัดเป็นเครื่องมือที่สำคัญของการสื่อสารทางการตลาด หรือจะกล่าวได้ว่าเป็นส่วนประกอบหลักในแคมเปญการตลาด (Marketing Campaigns) ซึ่งการส่งเสริมการขายประกอบไปด้วยเครื่องมือสร้างแรงจูงใจ (Incentive) ที่สามารถกระตุ้นให้ผู้บริโภคหรือคนกลางซื้อสินค้าหรือบริการเร็วขึ้นหรือซื้อในจำนวนมากขึ้นและมักจะเป็นเครื่องมือที่ใช้เวลาช่วงสั้นๆ แต่นักการตลาดมักจะใช้โฆษณาที่เป็นเครื่องมือการสื่อสารทางการตลาดร่วมกับการส่งเสริมการขาย เพราะการโฆษณาเป็นเครื่องมือที่ช่วยสื่อสารให้รับรู้ถึงเหตุผลในการซื้อ ส่วนการส่งเสริมการขายเป็นการสร้างแรงจูงใจ^{๑๕}

การส่งเสริมการขาย เป็นการจูงใจที่เสนอคุณค่าพิเศษ หรือการจูงใจผลิตภัณฑ์ต่อกลุ่มคนกลาง (ผู้จัดจำหน่าย) ผู้บริโภค หรือหน่วยงานขาย โดยมีวัตถุประสงค์ คือการสร้างยอดขายในทันที และมีการอธิบายถึงลักษณะการขายมี ๓ ลักษณะ คือ (๑) การส่งเสริมการขายเป็นการให้สิ่งจูงใจพิเศษเพื่อให้เกิดการซื้อ (๒) การส่งเสริมการขายเป็นเครื่องมือกระตุ้นให้ซื้อสินค้าจากคนกลาง กระตุ้นคนกลางและพนักงานให้ใช้ความพยายามในการขายมากขึ้น ตลอดจนเป็นการกระตุ้นให้ซื้อจำนวนมากขึ้น หรือเร่งรัดให้เกิดการตัดสินใจซื้อในทันทีทันใด และ (๓) การส่งเสริมการขายใช้จูงใจกลุ่มต่างๆ ๓ กลุ่ม คือผู้บริโภค คนกลางหรือผู้จัดจำหน่าย และพนักงานขาย และควรมีการใช้เครื่องมือในแต่ละกลุ่มแตกต่างกัน^{๑๖}

การส่งเสริมการขายเป็นเครื่องมือที่สร้างการดึงดูดโดยตรงให้แก่พนักงานขาย คนกลาง และผู้บริโภคโดยการเสนอคุณค่าเพิ่มหรือแรงจูงใจพิเศษ เพื่อสร้างยอดขายในทันที^{๑๗} D.C. Gilbert and N. Jackaria ยังให้ความหมายการส่งเสริมการขายเป็นการเสนอแรงจูงใจเพื่อชักจูงให้เกิดการตัดสินใจซื้อ^{๑๘}

Robert C. Blattberg and Scott A. Neslin ให้ความหมายการส่งเสริมการขายเป็นการกระทำที่เน้นการจัดกิจกรรมการตลาดที่มีผลกระทบต่อบุคลิกภาพของลูกค้า^{๑๙}

^{๑๕} Kotler & Keller, อ้างแล้ว เจริญรศที่ 14, p. 623.

^{๑๖} งามอาจ ปทะวานิช. (๒๕๔๙). การส่งเสริมการขาย = Sales promotion. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

^{๑๗} Haugh, L. J. (February 14, 1983). Defining and Redefining, *Advertising Age*. p. M44

^{๑๘} Gilbert, D. C., & Jackaria, N. (2002). The efficacy of sales promotions in UK supermarkets: a consumer view. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 30(6), 315-322.
doi:doi:10.1108/09590550210429522

^{๑๙} Blattberg, R. C., & Neslin, S. A. (1990). *Sales promotion: concepts, methods, and strategies*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.

ในกรณีที่นักการตลาดจะใช้เครื่องมือการส่งเสริมการขายให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด Philip Kotler and Kevin Lane Keller ได้เสนอขั้นตอนการวางแผนการส่งเสริมการขายที่ประกอบด้วย ๑. กำหนดวัตถุประสงค์ ๒. การเลือกเครื่องมือ ๓. การพัฒนาโปรแกรม และ ๔. การปฏิบัติ และประเมินผลโปรแกรม^{๒๐}

๑. การกำหนดวัตถุประสงค์การส่งเสริมการขาย

การกำหนดวัตถุประสงค์การส่งเสริมการขาย ได้มาจากวัตถุประสงค์การสื่อสารทางการตลาด และวัตถุประสงค์การสื่อสารทางการตลาดได้มาจากวัตถุประสงค์การตลาดของผลิตภัณฑ์นั้นๆ การกำหนดวัตถุประสงค์แบ่งเป็น ๓ ประเภท คือ ๑.๑ วัตถุประสงค์สำหรับผู้บริโภค ๑.๒ วัตถุประสงค์สำหรับผู้ค้าปลีก และ ๑.๓ วัตถุประสงค์สำหรับพนักงานขาย

(๑) วัตถุประสงค์สำหรับผู้บริโภค ประกอบด้วยวัตถุประสงค์เพื่อกระตุ้นให้ผู้ใช้เกิดการซื้อที่มีความถี่มากขึ้น หรือซื้อในขนาดใหญ่ขึ้นหรือจำนวนมากขึ้น ส่วนผู้บริโภคที่ยังไม่เคยใช้สินค้ามีวัตถุประสงค์มีการกำหนดวัตถุประสงค์เพื่อกระตุ้นให้เกิดการทดลอง และดึงดูดกลุ่มลูกค้าที่มีพฤติกรรมซื้อหลายๆ สลับไปมา (Switchers) ให้หนีห่างจากการซื้อสินค้าของคู่แข่ง ซึ่งการทำการส่งเสริมการขายมักจะส่งผลต่อยอดขายในระยะสั้น และยังส่งผลกระทบต่อคุณค่าตราสินค้า (Brand Equity) ในระยะยาว

(๒) วัตถุประสงค์สำหรับผู้ค้าปลีก มีวัตถุประสงค์เพื่อชักจูงผู้ค้าปลีกให้ยอมรับที่จะดูแลผลิตภัณฑ์ใหม่และพร้อมที่จะขยายคลังสินค้า กระตุ้นให้เกิดการซื้อในช่วงนอกฤดูกาล กระตุ้นให้เกิดการเก็บสต็อกสินค้าที่เชื่อมโยงกัน การตอบโต้การส่งเสริมการขายของคู่แข่ง การสร้างความภักดีให้กับตราสินค้า และการได้เข้าสู่ร้านค้าปลีกใหม่ๆ

(๓) วัตถุประสงค์สำหรับพนักงานขาย เป็นวัตถุประสงค์ที่ต้องการกระตุ้นและสนับสนุนผลิตภัณฑ์ใหม่หรือแบบจำลองใหม่ กระตุ้นให้เข้าถึงผู้ที่คาดว่าจะเป็นผู้ซื้อในอนาคตได้เพิ่มขึ้น และกระตุ้นยอดขายในช่วงนอกฤดูกาล

นอกจากวัตถุประสงค์ทั้ง ๓ ประเภทข้างต้น Roddy Mullin ยังได้เสนอวัตถุประสงค์หลัก ๑๒ วัตถุประสงค์สำหรับการส่งเสริมการขาย ประกอบด้วย (๑) การเพิ่มปริมาณ (Increasing Volume) (๒) การเพิ่มการทดลองใช้สินค้า (Increasing Trial) (๓) การเพิ่มความภักดี (Increasing Loyalty) (๔) การเพิ่มการซื้อซ้ำ (Increasing Repeat Purchase) (๕) การใช้อย่างกว้างขวางมากขึ้น (Widening Usage) (๖) การสร้างสรรค์ความน่าสนใจ (Creating Interest) (๗) การสร้างการตระหนักถึง (Creating Awareness) (๘) การปกป้องสงครามราคา (Deflecting Attention from Price) (๙) ได้รับการสนับสนุนจากคนกลาง (Gaining Intermediary Support) (๑๐) การจำแนกผู้ใช้ (Discriminating among Users) (๑๑) การรับการรับรู้และการป้องกัน การติเตียนจากลูกค้าในกรณีที่มีการปรับเปลี่ยนวิธีการให้บริการหรือรูปแบบการใช้สินค้าที่ลูกค้าไม่คุ้นเคย (Restoring Brand Perceptions and Deflecting Attention from Complaints after

^{๒๐} Kotler & Keller, อ้างแล้ว เจริญธรรมที่ 14, at 623-626.

Operational Mishandling of Customer Accounts) และ (๑๒) การรักษาการรับรู้แบรนด์ในกรณีที่เกิดความล้มเหลวจากการให้บริการ(Retaining Brand Perception on Service Failure)^{๒๑}

๒. การเลือกเครื่องมือการส่งเสริมการขาย

การเลือกเครื่องมือการส่งเสริมการขาย ซึ่งสามารถแบ่งได้เป็นเครื่องมือการส่งเสริมการขายสำหรับผู้บริโภค และเครื่องมือการส่งเสริมการขายสำหรับคนกลาง

๑) การเลือกเครื่องมือการส่งเสริมการขายสำหรับผู้บริโภค ผู้วางแผนหรือนักการตลาดควรให้ความสำคัญกับประเภทของตลาด วัตถุประสงค์การส่งเสริมการขาย สถานการณ์การแข่งขัน และประสิทธิภาพของแต่ละเครื่องมือเมื่อเปรียบเทียบกับต้นทุน ผู้วางแผนหรือนักการตลาดสามารถเลือกเครื่องมือการส่งเสริมการขายได้หลากหลายเครื่องมือ ซึ่งเครื่องมือการส่งเสริมการขายหลักประกอบด้วย

(๑) ตัวอย่างสินค้า (Samples) เป็นการแจกสินค้าหรือบริการตัวอย่างจำนวนหนึ่งฟรีให้กับผู้บริโภค โดยการส่งมอบกับตัวผู้บริโภค หรือส่งทางไปรษณีย์ หรือให้ผู้บริโภคมารับฟรีที่ร้านค้า แจกไปกับผลิตภัณฑ์อื่นๆ หรือเสนอตัวอย่างในรูปแบบสินค้าหรือบริการจำนวนหนึ่งหรือเป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญในข้อเสนอของการโฆษณา

(๒) คูปอง (Coupons) เป็นการให้ใบรับรองสิทธิ์แก่ผู้ที่ถือใบรับรองมาซื้อสินค้าในราคาประหยัด ซึ่งการให้ใบรับรองสิทธิ์หรือคูปองนี้ อาจจะอยู่ในรูปแบบของจดหมาย เอกสารที่ติดมากับผลิตภัณฑ์อื่นหรือผลิตภัณฑ์นั้นๆ การแนบสิทธิ์มากับการโฆษณาในนิตยสารและหนังสือพิมพ์ หรือสิทธิที่ให้แก่อำนาจผู้บริโภคผ่านทางอีเมลหรือออนไลน์

(๓) การคืนเงิน (Cash Refund Offers/Rebates) เป็นการให้ส่วนลดราคาหลังจากซื้อสินค้าไปแล้ว ซึ่งลูกค้าจะต้องส่งเอกสารหลักฐานที่พิสูจน์ได้ว่าการซื้อสินค้าจริงส่งกลับไปยังผู้ผลิต และผู้ผลิตจะทำการคืนเงินให้บางส่วนจากเงินที่จ่ายไป

(๔) ข้อเสนอส่วนลด (Price Packs/Cents-off deals) เป็นข้อเสนอให้กับผู้บริโภคในการประหยัดเงินบางส่วนจากราคาปกติ จะมีการติดป้ายข้อเสนอส่วนลดให้เห็นชัดเจนบนบรรจุภัณฑ์ ซึ่งข้อเสนอส่วนลดสามารถแบ่งเป็น ๒ ประเภท คือข้อเสนอส่วนลดในสินค้าประเภทเดียวกัน (Reduced-price pack) เช่น การซื้อสินค้า ๒ ชิ้นในราคาเท่ากับ ๑ ชิ้น และข้อเสนอการให้ส่วนลดในสินค้าคนละประเภทกันแต่อาจจะเป็นส่วนที่ซื้อร่วมกันได้ หรือสินค้าที่อยู่ในกลุ่มอุปโภคบริโภคที่ผู้บริโภคมีการใช้ในชีวิตประจำวัน (Banded Pack) เช่นสินค้าประเภทยาสีฟันและแปรงสีฟันที่มีการทำบรรจุภัณฑ์ร่วมกันขายในราคาที่ถูกลงกว่าการไปซื้อแยกชิ้นหรือแยกประเภทสินค้า

(๕) พรีเมียม หรือของขวัญ (Premiums/Gifts) เป็นข้อเสนอของร้านค้าที่มีการเสนอของพรีเมียมหรือของขวัญให้กับลูกค้าฟรีหรือในราคาที่ต่ำมาก เพื่อสร้างแรงจูงใจให้ลูกค้าซื้อสินค้า ซึ่งสามารถนำเสนอในรูปแบบการให้ของพรีเมียมหรือของขวัญในบรรจุภัณฑ์หรือภายนอกบรรจุภัณฑ์ (With-pack premium accompanies) รูปแบบการส่งสินค้าของพรีเมียมให้ลูกค้าทางไปรษณีย์ในกรณีที่ลูกค้าได้ทำการส่งหลักฐานการซื้อสินค้าตามเงื่อนไข (Free in-the mail premium) และรูปแบบการขายสินค้าต่ำกว่าราคาค้าปลีกปกติ (self-liquidating premiums) ซึ่งอาจจะเป็นของ

^{๒๑} Mullin, R. (2010). *Sales promotion: how to create, implement & integrate campaigns that really work* (5th ed.). London: Kogan Page. p. 45.

แถมที่ต้องใช้ชิ้นส่วนแลกซื้อ ไม่ใช่เป็นของแถมฟรี เป็นของแถมที่ต้องจ่ายเงิน แต่จ่ายเงินในราคาถูกที่สุด ในราคาต้นทุน หรือต่ำกว่าทุน โดยมีเงื่อนไขว่า ผู้ซื้อจะต้องนำชิ้นส่วนบางอย่างที่กำหนด เช่น ป้ายฉลาก หรือฝากล่อง เป็นต้น เป็นหลักฐานพิสูจน์การซื้อ ส่งไปเพื่อแลกซื้อ ตัวอย่างเช่น ผู้บริโภคซื้อผงซักฟอกขนาดใหญ่ ๓ กล่อง สามารถนำฝากล่อง ๓ ชิ้น มาแลกซื้อชุดแก้วน้ำสุดหรู ๖ ใบ ราคา ๑๐๐ บาท จากปกติราคา ๒๐๐ บาท

(๖) โปรแกรมความถี่ (Frequency Programs) เป็นโปรแกรมการให้รางวัลแก่ผู้บริโภคที่มีการซื้อบ่อยและมีความตั้งใจที่จะซื้อสินค้าหรือบริการของบริษัท

(๗) รางวัล: การแข่งขัน การชิงโชค เกม (Prizes: Contests, Sweepstakes, Games)

รางวัลเป็นการเสนอโอกาสในผู้ชนะได้รับเงิน การท่องเที่ยว และผู้ขายได้รับผลจากการซื้อสินค้าบางอย่าง

การแข่งขัน เป็นการเปิดโอกาสให้ผู้บริโภคเข้ามาสมัครและเข้ามาทดสอบตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ ซึ่งบริษัทหรือนักการตลาดจะมีการแต่งตั้งกรรมการตัดสินเลือกผู้ชนะหรือผู้ที่ผ่านการทดสอบ

การชิงโชค เป็นการให้ผู้บริโภคส่งชื่อที่อยู่ร่วมกับเงื่อนไขต่างๆ ที่บริษัทหรือนักการตลาดกำหนดไว้ และนำรายชื่อเหล่านั้นไปจับฉลาก

เกม เป็นการให้ผู้บริโภคเข้ามามีส่วนร่วมในขณะที่เข้ามาซื้อสินค้าหรือบริการ โดยการให้เล่นเกมบางอย่าง เช่นการค้นหาคำศัพท์ที่หายไป และผู้บริโภคจะมีโอกาสได้รับรางวัล

(๘) การให้รางวัลแก่ลูกค้าที่เปรียบเสมือนผู้อุปถัมภ์ (Patronage Awards) เป็นการให้คุณค่าในรูปแบบตัวเงินหรือรูปแบบอื่นๆ ที่เหมาะสมกับลูกค้าที่เปรียบเสมือนผู้อุปถัมภ์

(๙) การให้ทดลองใช้ฟรี (Free Trials) เป็นการเชิญให้ผู้ที่คาดว่าจะเป็นผู้ซื้อทดลองใช้ผลิตภัณฑ์โดยไม่มีค่าใช้จ่ายใด โดยมีความคาดหวังว่าผู้ที่คาดว่าจะเป็นผู้ซื้อจะตัดสินใจซื้อสินค้า

(๑๐) การรับประกันผลิตภัณฑ์ (Product Warranties) เป็นคำมั่นสัญญาที่ชัดเจนหรือบอกเป็นนัย เกี่ยวกับประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ ที่ผู้ขายจะช่วยแก้ไข หรือรับคืนสินค้าหรือคืนเงินในช่วงเวลาที่กำหนดในกรณีประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ไม่เป็นไปตามคำมั่นสัญญาหรือที่มีการรับประกันไว้

(๑๑) การส่งเสริมการขายโดยการร่วมมือกัน (Tie-in Promotions) เป็นการส่งเสริมการขายที่ร่วมมือกันระหว่างสองแบรนด์ขึ้นไปหรือสองบริษัทขึ้นไปร่วมกัน แจกคูปอง การคืนเงิน หรือการแข่งขัน เพื่อช่วยกันดึงดูดลูกค้า

(๑๒) การส่งเสริมการขายโดยการจับคู่สินค้า (Cross-Promotions) เป็นการใช้แบรนด์ใดแบรนด์หนึ่งในการโฆษณาแบรนด์อื่นที่ไม่มีสามารถแข่งขันด้วยตัวเองได้ ให้มีความสามารถในการแข่งขันสามารถแข่งขันหรือขายได้

(๑๓) การแสดงสินค้า และสาธิต ณ จุดขาย (Point-of-Purchase Displays and Demonstrations) เป็นการส่งเสริมการขายที่กระตุ้นให้เกิดการซื้อ ณ จุดขาย

จากเครื่องมือการส่งเสริมการขายสำหรับผู้บริโภคข้างต้น จะเห็นว่านักวางแผนหรือนักการตลาดสามารถเลือกเครื่องมือที่เหมาะสมและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ เช่น ในอุตสาหกรรมรถยนต์ผู้ผลิตอาจจะมีการเลือกเครื่องมือการส่งเสริมการขายในรูปแบบการคืนเงินให้บางส่วนหลังจากซื้อรถยนต์แล้ว (Rebates) การให้ของขวัญเพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคเข้ามาทดลองขับรถยนต์ใหม่ที่ศูนย์บริการ รวมถึงการให้ของรางวัลในกรณีที่มีการซื้อรถ ส่วนในธุรกิจค้าปลีก ผู้ค้าปลีกอาจจะมีการส่งเสริมการขายโดยการตัดราคา การแจกคูปอง การแข่งขัน และการแจกของขวัญปีใหม่

๒) การเลือกเครื่องมือการส่งเสริมการขายสำหรับคนกลาง (Selecting Trade Promotion Tools)

ผู้ผลิตจำนวนมากมีการใช้เครื่องมือการส่งเสริมการขายสำหรับคนกลาง ซึ่งเป็นการให้รางวัลในรูปแบบของตัวเงินแก่คนกลาง เพราะมีวัตถุประสงค์เพื่อชักจูงให้พ่อค้าปลีกและพ่อค้าส่งช่วยดูแลและทำการจัดการการตลาดให้กับแบรนด์ เพื่อชักจูงให้พ่อค้าปลีกและพ่อค้าส่งยอมสต็อกสินค้าในปริมาณที่มากกว่าปกติ เพื่อชักจูงให้ผู้ค้าปลีกช่วยส่งเสริมแบรนด์ โดยการจัดแสดงสินค้า นำเสนอคุณสมบัติ และการลดราคา และเพื่อกระตุ้นให้ผู้ค้าปลีกและผู้ช่วยขายผลักดันให้ผลิตภัณฑ์ให้ขายได้ ซึ่งเครื่องมือการส่งเสริมการขายสำหรับคนกลางประกอบไปด้วย

(๑) การลดราคา (Price-Off/Off-Invoice or Off-List) เป็นการลดราคาจากราคาปกติ ในช่วงเวลาที่กำหนด

(๒) ส่วนยอมให้ (Allowance) คือจำนวนผลประโยชน์ที่เสนอให้ส่วนคืนให้แก่ผู้ค้าปลีกที่ได้มีข้อตกลงกับผู้ผลิตสินค้าในกรณีที่ผู้ค้าปลีกช่วยดำเนินการจัดการตลาดในบางส่วน เช่น การโฆษณา การจัดแสดงสินค้า ซึ่งเรียกว่าส่วนยอมให้จากการโฆษณา (Advertising Allowance) เป็นการทดแทนผลประโยชน์คืนให้กับผู้ค้าปลีกที่มีการโฆษณาสินค้าของผู้ผลิต และส่วนยอมให้จากการจัดแสดงสินค้า (Display Allowance) เป็นการทดแทนผลประโยชน์คืนให้กับผู้ค้าปลีกที่มีการจัดแสดงสินค้าของผู้ผลิต

(๓) สินค้าฟรี (Free Goods) เป็นการนำเสนอปริมาณสินค้าที่ให้ฟรีสำหรับคนกลางที่มีการซื้อในปริมาณสม่ำเสมอ หรือมีการซื้อซ้ำติดหรือขนาดนั้นๆเป็นประจำ

๓) การเลือกเครื่องมือการส่งเสริมการขายสำหรับภาคธุรกิจและพนักงานขาย (Selecting Business and Sales Force Promotion Tools)

บริษัทมีการใช้งบประมาณจำนวนมากไปกับเครื่องมือการส่งเสริมการขายสำหรับภาคธุรกิจและพนักงานขาย เพื่อที่จะเป็นผู้นำ สร้างความประทับใจ และให้รางวัลแก่ลูกค้า รวมทั้งยังสร้างแรงจูงใจให้กับพนักงานขาย บริษัทส่วนใหญ่จะจัดสรรงบประมาณคงเดิมหรือเพิ่มขึ้นทุกปี แต่สำหรับธุรกิจใหม่ที่ต้องการเข้าถึงกลุ่มผู้รับสารเป้าหมายที่เป็นภาคธุรกิจทั่วโลก เครื่องมือที่สำคัญคือการเข้าร่วมงานแสดงสินค้า (Trade Show) แต่ต้นทุนต่อลูกค้าหนึ่งรายที่มีการเข้ามาติดต่อจะมีต้นทุนสูงมากเครื่องมือการสื่อสารเครื่องมืออื่นๆ ซึ่งเครื่องมือการส่งเสริมการขายสำหรับภาคธุรกิจและพนักงานขายมีเครื่องมือให้เลือกใช้ได้ดังนี้

(๑) งานแสดงสินค้า และการประชุม หรืออนุสัญญาต่างๆ (Trade Shows and Conventions) ภาคอุตสาหกรรมมีความร่วมมือกันจัดงานแสดงสินค้า และการประชุม หรืออนุสัญญาประจำปี ซึ่งส่งผลให้ผู้ร่วมงานที่เป็นผู้ขายได้ยอดขายใหม่ รักษาความสัมพันธ์กับลูกค้า

แนะนำสินค้าใหม่ มีโอกาสพบลูกค้าใหม่ มียอดขายเพิ่มขึ้นจากกลุ่มลูกค้าเดิม และสามารถให้ความรู้เกี่ยวกับสินค้าและบริษัทแก่ลูกค้าผ่านทางเอกสาร วีดีโอ และสื่อภาพเสียงในรูปแบบอื่นๆ

(๒) การแข่งขันยอดขาย (Sales Contests) มีเป้าหมายที่จะให้พนักงานขายและตัวแทนจัดจำหน่ายเพิ่มยอดขายในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง โดยการให้รางวัลในรูปแบบต่างๆ เช่น เงิน การท่องเที่ยว ของขวัญ และคะแนน แก่ผู้ชนะ

(๓) การโฆษณาในรูปแบบพิเศษอื่นๆ (Specialty Advertising) ประกอบด้วยชิ้นงานที่มีประโยชน์ และต้นทุนต่ำ โดยในชิ้นงานนั้นๆมีการให้ชื่อบริษัท ที่อยู่ และสารที่ต้องการสื่อสารหรือให้ข่าวสารแก่กลุ่มเป้าหมาย ซึ่งพนักงานขายจะมีหน้าที่แจกให้กับผู้ที่คาดว่าจะเป็ลูกค้าและลูกค้า ชิ้นงานที่บริษัทหรือนักการตลาดมักจะมีนำมาใช้ เช่น ปากกาลูกกลิ้ง ปฏิทิน พวงกุญแจ ไฟฉายขนาดเล็ก ถุงผ้า และกระดาษโน้ต

๓. การพัฒนาโปรแกรม

ในการวางแผนพัฒนาโปรแกรมการส่งเสริมการขาย นักการตลาดจะต้องพยายามประสมประสานสื่อหลายๆสื่อเข้าไปในแนวคิดแคมเปญ (Campaign Concept) เช่น การส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลแก่ผู้ชนะ

ในการตัดสินใจใช้เครื่องมือสร้างแรงจูงใจ นักการตลาดจะตัดสินใจในหลายๆประเด็น ดังนี้

ประเด็นที่ ๑ เป็นการตัดสินใจเกี่ยวกับขนาด (Size) ในการสร้างแรงจูงใจ โดยการกำหนดส่วนลดขั้นต่ำที่จะทำให้การส่งเสริมการขายประสบความสำเร็จ

ประเด็นที่ ๒ เป็นการกำหนดเงื่อนไขสำหรับผู้ที่จะเข้ามามีส่วนร่วม เช่น สำหรับทุกคน หรือสำหรับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายบางกลุ่ม

ประเด็นที่ ๓ การกำหนดระยะเวลาในการส่งเสริมการขายให้ชัดเจน

ประเด็นที่ ๔ นักการตลาดจะทำการเลือกเครื่องมือในการกระจายหรือส่งมอบแรงจูงใจนั้น

ประเด็นที่ ๕ ผู้จัดการการตลาดจะต้องกำหนดเวลาของการส่งเสริมการขาย

ประเด็นที่ ๖ คือ การกำหนดงบประมาณทั้งหมดที่จะใช้ในการส่งเสริมการขาย ซึ่งต้นทุนของการทำการส่งเสริมการขายประกอบด้วยต้นทุนด้านบริหาร (Administration Cost) เช่น ค่าพิมพ์ ค่าส่ง และข้อตกลงในการส่งเสริมการขาย และต้นทุนด้านแรงจูงใจ (Incentive Cost) เช่น ต้นทุนของพรีเมียม การลดราคาในรูปแบบต่างๆ

ผลที่คาดว่าจะได้รับจากการจัดสรรงบประมาณดังกล่าว คือ จำนวนหน่วยที่คาดว่าจะขายได้ ส่วนต้นทุนของคูโปงจะเป็นเพียงส่วนหนึ่งที่จะเกิดต้นทุนจากการที่ลูกค้าบางส่วนได้มีการใช้คูโปงในการซื้อสินค้าและได้ราคาส่วนลดตามคูโปงที่ได้รับ ต้นทุนจึงเกิดจากลูกค้าที่มีการใช้คูโปงเท่านั้น ซึ่งอาจจะต้องมีการคาดคะเนงบประมาณที่จะเกิดขึ้น

๔. การปฏิบัติและประเมินผลโปรแกรม

นักการตลาดจะต้องมีการนำแผนไปปฏิบัติและควบคุมแผนให้เป็นไปตามเวลา และระยะเวลาที่กำหนดไว้ และทำการประเมินผล โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับยอดขาย (Sales Data) การสำรวจผู้บริโภค (Consumer Surveys) และการทดลอง (Experiments)

จากที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่านักการตลาดที่มีการตัดสินใจอย่างเป็นขั้นเป็นตอนจะทำให้โปรแกรมการส่งเสริมการขายประสบความสำเร็จในการกระตุ้นให้ลูกค้าเกิดการซื้อและใช้บริการเร็วขึ้นหรือในปริมาณที่มากขึ้น แต่ประเด็นที่น่าสนใจ คือการเลือกเครื่องมือการส่งเสริมการตลาด ที่จะเป็เครื่องมือสร้างแรงจูงใจที่เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เพื่อที่จะบรรลุเป้าหมายที่สำคัญ คือการกระตุ้นให้ลูกค้าเกิดการซื้อและใช้บริการเร็วขึ้นหรือในปริมาณที่มากขึ้น

นักการตลาดมักจะเลือกเครื่องมือต่างๆที่เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมทางการตลาดและสถานการณ์ในการแข่งขัน ทั้งที่เป็นเครื่องมือการสื่อสารการตลาดสำหรับผู้บริโภค สำหรับคนกลาง และสำหรับภาคธุรกิจและพนักงานขาย ไปพร้อมๆกัน

แต่ทั้งนี้ทั้งนั้นมักจะมีความเกี่ยวข้องกับเครื่องมือการส่งเสริมการขายสำหรับผู้บริโภคเครื่องมือหนึ่ง คือเครื่องมือที่เรียกว่ารางวัล (Prizes) ที่อาจจะรูปแบบการแข่งขัน (Contests) การชิงโชค (Sweepstakes) และเกม (Games) โดยเฉพาะเครื่องมือการชิงโชคว่าเป็นการพนันแฝงหรือไม่ ผู้วิจัยจึงเห็นว่าควรที่จะทำความเข้าใจแนวคิดเกี่ยวกับเครื่องมือการส่งเสริมการขายในรูปแบบรางวัล โดยเฉพาะการแข่งขัน และการชิงโชค เพิ่มเติม

๒.๑.๔ การแข่งขันและการชิงโชค (Contests and Sweepstakes)

การแข่งขันและการชิงโชค เป็นเครื่องมือที่น่าสนใจกว่าเครื่องมือการส่งเสริมการขายประเภทอื่นๆ และยังจัดเป็นเครื่องมือที่สร้างความตื่นเต้นและกระตือรือร้นให้กับผู้บริโภค แต่การแข่งขันและการชิงโชคยังมีการเข้าใจความหมายผิดพลาดกันอยู่บ้าง S H H Kazmi and Satish K Batra ได้อธิบายลักษณะการแข่งขันและการชิงโชค เพื่อช่วยให้ นักการตลาดเกิดความเข้าใจถูกต้องตรงกันและสามารถนำเครื่องมือนี้ไปใช้อย่างมีประสิทธิภาพ^{๒๒}

การแข่งขันเป็นการกำหนดให้ผู้เข้ามามีส่วนร่วมในการแข่งขันเข้ามาแสดงผลงานบางอย่าง เช่น เขียนสโลแกน เลือกซื้อ หรือออกแบบบรรจุภัณฑ์หรือผลิตภัณฑ์ และจะมีคณะกรรมการตัดสินผู้ชนะอันดับ ๑ – ๓ และมีการแจกรางวัลตามที่ได้ประกาศให้ผู้เข้ามามีส่วนร่วมในการแข่งขันรับรู้ตั้งแต่ต้น ซึ่งการใช้เครื่องมือการแข่งขันจะมีพื้นฐานที่สำคัญคือการทดสอบทักษะหรือความสามารถของผู้เข้าร่วมการแข่งขัน และผู้มีสิทธิ์เข้าร่วมการแข่งขันอาจจะไม่จำเป็นต้องเป็นผู้ซื้อสินค้าหรือบริการของบริษัทมาก่อน

ส่วนการชิงโชคเป็นการสุ่มจับฉลาก ซึ่งผู้มีสิทธิ์ในการชิงโชคอาจจะเป็นผู้ซื้อหรือผู้ที่ไม่ได้ซื้อสินค้าหรือบริการของบริษัท แต่การชิงโชคมักจะเห็นว่ นักการตลาดจะให้สิทธิ์กลุ่มผู้บริโภคที่เป็นผู้ซื้อสินค้าหรือบริการในการเข้าร่วมชิงโชคมากกว่าผู้ที่ไม่ได้ซื้อสินค้าหรือบริการของบริษัท เช่น ผู้ที่มีสิทธิ์ได้รับรางวัลจากสลากกินแบ่งรัฐบาลจะต้องเป็นผู้ที่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล จึงจะเป็นผู้มีสิทธิ์ได้เข้าร่วมชิงโชคและสามารถนำหลักฐานสลากรัฐบาลมารับรางวัลตามข้อกำหนดที่ประกาศไว้ตั้งแต่ต้นได้

สมาคมโฆษณาแห่งสหรัฐอเมริกา (American Association of Advertising Agencies; AAAA) ได้ให้ความหมาย การแข่งขันคือเหตุการณ์ (Event) ที่มีการเชิญผู้บริโภคให้สมัคร

^{๒๒} Kazmi, S. H. H., & Batra, S. K. (2008). *Advertising & sales promotion* (3rd ed.). New Delhi: Excel Books. p. 566.

เข้ามาใช้ความสามารถ (Skill) ในการแก้ปัญหาหรือทำให้สมบูรณ์ และได้อธิบายว่าการชิงโชคไม่ได้เป็นการให้ผู้สมัครใช้ความสามารถใดๆ แต่เป็นการจับฉลากหรือจั่วรางวัลจากแบบฟอร์มหรือรูปแบบต่างๆที่ได้กำหนดให้ผู้สิทธิ์ส่งเข้ามาชิงโชค และเป็นผู้ที่มีโอกาสได้รับรางวัล (Basis of Chance)^{๒๓}

นักการตลาดสามารถประสมประสานการแข่งขันและการชิงโชคในการส่งเสริมการขายได้ในบางโอกาส ซึ่งผู้ที่จะมีโอกาสรับรางวัลเป็นผู้ชนะจะต้องเข้ามามีส่วนร่วมสองขั้นตอนเป็นอย่างน้อย โดยการให้ขั้นตอนแรกเป็นการแข่งขันในรูปแบบของการใช้ทักษะหรือความรู้ของผู้เข้าร่วมแข่งขัน และในกรณีที่ผู้ที่มีทักษะหรือความรู้ใกล้เคียงกันจำนวนมาก ให้เข้าสู่ขั้นตอนที่สองโดยให้ทุกคนที่ผ่านการคัดเลือกจากขั้นที่ ๑ มีโอกาสรับการเลือกเป็นผู้ชนะเท่าๆ กัน โดยการนำรายชื่อผู้ที่ผ่านการคัดเลือกดังกล่าวมาจับฉลากตามจำนวนรางวัลที่กำหนดไว้ จับได้ชื่อใดชื่อนั้นจะเป็นผู้ชนะได้รับรางวัลตามที่ประกาศไว้ เช่น หนังสือพิมพ์ไทยรัฐให้ผู้สนใจเข้าร่วมส่งไปรษณียบัตรพร้อมทั้งเขียนชื่อทีมฟุตบอลที่คิดว่าจะเป็นทีมที่ชนะการแข่งขัน ซึ่งจะมีผู้ที่เขียนทีมชนะการแข่งขันถูกต้องเป็นจำนวนมาก ทางบริษัทจะทำการคัดไปรษณียบัตรที่เขียนชื่อทีมผู้ชนะถูกต้อง และนำมาจับฉลากแจกรางวัลตามจำนวนรางวัลที่ประกาศไว้ ซึ่งในหลายๆประเทศทั่วโลกได้มีการใช้อย่างแพร่หลายกับสินค้าและบริการที่หลากหลาย ตั้งแต่สินค้าและบริการที่ลูกค้ามีส่วนเกี่ยวข้องต่ำถึงสูง (Low-High Involvement Product) ซึ่งมีทั้งผลิตภัณฑ์ที่ราคาต่ำไปจนกระทั่งผลิตภัณฑ์ที่มีราคาสูง เช่น ลูกอม ไปจนกระทั่งรถยนต์ และรวมถึงการจัดเหตุการณ์ที่เกี่ยวกับกีฬา (Sport Event)

เมื่อมีการเปรียบเทียบเครื่องมือการส่งเสริมการขายทุกเครื่องมือ จะพบว่า การแข่งขันและการชิงโชคเป็นเครื่องมือที่สร้างความตื่นเต้นมากที่สุด และยังเป็นเครื่องมือที่ให้รางวัลหรือการคืนกำไรให้กับผู้บริโภคสูงสุด ซึ่งจะเห็นว่ารางวัลที่เตรียมไว้ให้ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องจะเป็นรางวัลที่สร้างความตื่นเต้นและดึงดูดลูกค้าให้เข้ามามีส่วนร่วม

รางวัลอาจจะเป็นทองคำ แหวนเพชร เงิน รถยนต์ รถมอเตอร์ไซด์ โทรศัพท์ คอมพิวเตอร์ ตัวเครื่องบิน ที่พักโรงแรม รีสอร์ท และอื่นๆ ที่นักการตลาดเห็นว่าเหมาะสมและตรงกับพฤติกรรมของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และสามารถกระตุ้นให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายเข้ามามีส่วนร่วม และยังเป็นเครื่องมือการส่งเสริมการขายที่ช่วยสร้างความน่าสนใจ (Interest) การตระหนักถึง (Awareness) และเพิ่มยอดขายอีกด้วย

การเลือกใช้เครื่องมือการส่งเสริมการขายแบบการแข่งขันและการชิงโชคจะประสบความสำเร็จหรือไม่ ขึ้นอยู่กับการเลือกรางวัลและโครงสร้างรางวัล ซึ่งส่วนใหญ่โครงสร้างรางวัลเปรียบเหมือนปริศนาที่มีการเตรียมรางวัลสูงสุดอยู่บนยอดปริศนา และลดหลั่นมูลค่ารางวัลลงมาตามลำดับ แต่มูลค่ารางวัลที่อยู่ฐานปริศนาถึงแม้จะมีมูลค่าน้อย แต่มีจำนวนมากชิ้นหรือหลายรางวัล เช่น ธนาคารออมสินออกผลิตภัณฑ์ทางการเงินอย่างสลากออมสิน เพื่อระดมทุนและกระตุ้นให้ประชาชนออม แต่ผลตอบแทนที่ได้จากการออมในรูปแบบนี้ได้รับผลตามแทนต่ำไม่สามารถจูงใจและกระตุ้นให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อสลากได้ในเวลาอันสั้น และในขณะเดียวกันธนาคารมีความต้องการให้สลากออมสินขายได้ตามจำนวนและเวลาที่วางแผนไว้ จึงมีการใช้เครื่องมือการส่งเสริมการขายในรูปแบบการชิงโชค ทั้งในรูปแบบของการนำเลขสลากของลูกค้ามาจั่วรางวัลเดือนละครั้งและลูกค้ามีโอกาสได้รางวัลตั้งแต่ ๒๐๐ บาท ไปจนถึง ๑๐ ล้านบาท และยังมีสลากบางประเภทที่ต้องการระดมทุนเร็วและ

^{๒๓} Kazmi & Batra, อ้างแล้ว เชิงบรรณที่ 19, at 566.

ให้ได้จำนวนทุนตามที่ธนาคารต้องการธนาคารออมสินก็ได้ปรับเปลี่ยนรางวัลเป็น ๒๐๐ บาท ไปจนถึง ๕ ล้านบาท แต่เจ้าของสลากหรือลูกค้ายังมีโอกาสรับรางวัลพิเศษเพิ่มเติม คือรถยนต์ Mercedes-Benz ๑ รางวัล Toyota Camry ๓ รางวัล Toyota Hilux ๔ รางวัล Toyota Yaris ๔ รางวัล รถมอเตอร์ไซด์ ๓๖ รางวัล และ รถจักรยาน ๖๐ รางวัล

นอกจากตัวอย่างธนาคารออมสินแล้ว ยังมีตัวอย่างร้านค้าปลีกหรือร้านสะดวกซื้ออย่าง Seven Eleven ได้มีการกระตุ้นยอดขาย โดยให้สิทธิผู้ที่ซื้อสินค้าผ่านร้าน Seven Eleven มูลค่า ๔๐ บาทจะได้ ๑ สิทธิในการส่งชิงโชค รางวัลที่ได้ คือการได้ไปชมฟุตบอลโลก ๕ รางวัล รางวัลละ ๒ ที่นั่ง ซึ่งจะเห็นได้ว่าทั้งธนาคารออมสินและร้าน Seven Eleven ได้มีการเลือกใช้เครื่องมือการส่งเสริมการขายแบบชิงโชคและเลือกรางวัลที่ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายและเลือกช่วงเวลา รวมถึงเหตุการณ์ที่เหมาะสมอีกด้วย

ภาพที่ ๓ ตัวอย่างการส่งเสริมการขายในรูปแบบชิงโชคร้าน Seven Eleven^{๒๔}

ข้อดีและข้อเสียของการใช้เครื่องมือการแข่งขันและการชิงโชค ซึ่งข้อดีของการแข่งขันและการชิงโชค คือการสร้างการตระหนักถึงสินค้าและบริการ และผลักดันและสร้างยอดขายให้สูงขึ้นอย่างมาก นอกจากนั้นลูกค้าอาจจะสร้างความเชื่อมโยงระหว่างสินค้าและบริการ กับรางวัลที่ลูกค้ารู้สึกประทับใจ ซึ่งการส่งเสริมการตลาดอาจจะใช้เครื่องมืออื่นเข้ามาช่วยการส่งเสริมการขายให้เกิดประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เช่น การใช้การโฆษณาในรูปแบบสิ่งพิมพ์ หรือภาพเสียง ที่ช่วยให้ข้อมูลแก่

^{๒๔} ลุ้นบินหรรุดับอลโลก ๗-๑๑ [เว็บไซต์]. (๒๕๖๑). สืบค้นจาก <http://www.maneedee.com> (เข้าถึงเมื่อวันที่ ๒๓ พฤศจิกายน ๒๕๖๑).

ลูกค้าและลูกค้าสามารถอ่านข้อมูลเพิ่มเติมและทำให้เกิดความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ การส่งเสริมการขายยังช่วยให้ร้านค้าได้ประโยชน์จากการจัดแสดงสินค้าในร้านค้า การสร้างความคึกคักให้กับร้าน โดยที่มีลูกค้าเข้ามาใช้บริการภายในร้านมากยิ่งขึ้น (Traffic) และยังกระตุ้นให้เกิดการทดลองสินค้าและบริการ ในกรณีที่รางวัลที่จะให้ลูกค้ามีความน่าดึงดูดมากเพียงพอ

ข้อเสียของการใช้เครื่องมือการแข่งขันและการชิงโชค อาจจะไม่มีประสิทธิภาพมากเพียงพอสำหรับการกระตุ้นให้ลูกค้าทดลองผลิตภัณฑ์ใหม่ ซึ่งการส่งเสริมการตลาดในรูปแบบอื่นๆ อาจจะเหมาะสมมากกว่าการใช้เครื่องมือนี้ การแข่งขันและการชิงโชคไม่สามารถทำการทดสอบเครื่องมือได้ว่ามีประสิทธิภาพหรือไม่ จึงจัดเป็นเครื่องมือที่มีเสี่ยงสูงกว่าเครื่องมืออื่นๆ และการวางแผนที่ใช้เครื่องมือนี้อาจจะมีช่วงเวลาที่ใช้ในการวางแผนล่วงหน้าจะทำให้คู่แข่งล่วงรู้แผนของบริษัท และนำไปวางแผนปกป้องยอดขายตนเองได้ดีกว่า โอกาสที่จะล้มเหลวจะค่อนข้างมาก แต่สิ่งที่สำคัญที่สุดในการใช้เครื่องมือนี้คือการตรวจสอบกฎระเบียบของรัฐบาลให้ชัดเจน เพื่อที่จะนำไปใช้ในการวางแผนการส่งเสริมการขายในรูปแบบแข่งขันและชิงโชคได้อย่างถูกต้องตามกฎหมายของรัฐบาลและไม่เกิดปัญหาตามมาภายหลัง^{๒๕}

๒.๒ ความเป็นมาและแนวคิดทางกฎหมายเกี่ยวกับการส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคของผู้ประกอบธุรกิจ

เมื่อพิจารณาในมุมมองของกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคของผู้ประกอบธุรกิจในประเทศไทยนั้น พบว่ามีกฎหมายหลักที่เกี่ยวข้องกับการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคอยู่สองฉบับ คือ พระราชบัญญัติการพนัน พ.ศ. ๒๔๗๘ และพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒ โดยพระราชบัญญัติการพนัน พ.ศ. ๒๔๗๘ เป็นกฎหมายที่กำหนดหลักเกณฑ์เกี่ยวกับการจัดให้มีการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชค และพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒ เป็นกฎหมายที่กำหนดหลักเกณฑ์เกี่ยวกับการโฆษณาการส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคของสินค้าโดยทั่วไป

๒.๒.๑ พระราชบัญญัติการพนัน พ.ศ. ๒๔๗๘

ประเทศไทยเริ่มวางบทบัญญัติที่เกี่ยวข้องกับการพนัน และบังคับใช้เป็นครั้งแรกเมื่อวันที่ ๑ เมษายน พ.ศ. ๒๔๗๒ ในประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ บรรพ ๓ ลักษณะ ๑๘ ว่าด้วยการพนันและขั้นตอน ในมาตรา ๘๕๓ ถึง มาตรา ๘๕๕ ดังนี้^{๒๖}

มาตรา ๘๕๓ อันการพนันหรือขั้นตอน ท่านว่าหาก่อให้เกิดหนี้ไม่ สิ่งที่ได้ให้กันไปในการพนันหรือขั้นตอนก็จะทวงคืนไม่ได้ เพราะเหตุหามูลหนี้เป็นอย่างหนึ่งอย่างใดมิได้

ข้อบัญญัติที่กล่าวนี้ ท่านให้ใช้ตลอดถึงข้อตกลงเป็นมูลหนี้ อย่างหนึ่งอย่างใดอันฝ่ายข้างเสียพนันขั้นตอน หากทำให้แก่อีกฝ่ายหนึ่งเพื่อจะใช้หนี้เงินพนันหรือขั้นตอนนั้นด้วย

^{๒๕} Kazmi & Batra, อ้างแล้ว เจริญธรรมที่ 19, at 580.

^{๒๖} ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา ๘๕๓ - ๘๕๕

มาตรา ๘๕๔ อันการออกสลากกินแบ่งก็ดี ออกสลากกินรวบก็ดี ท่านว่าเป็นสัญญา อันจะผูกพัน ต่อเมื่อรัฐบาลได้ให้อำนาจหรือให้สัตยาบันแก่การนั้นเฉพาะราย นอกนั้นท่านให้บังคับ ตามบทบัญญัติ มาตรา ๘๕๓

มาตรา ๘๕๕ ภายในบังคับแห่งบทบัญญัติ มาตรา ๓๑๒ และ มาตรา ๙๑๖ ตัวเงิน หรือเอกสารอย่างอื่นทุกฉบับซึ่งออกให้เต็มจำนวน หรือแต่โดยส่วนเพื่อแทนเงินใดๆ อันได้แต่ชนะ พันหรือชั้นต่อก็คดี ออกให้ เพื่อใช้เงินที่ยืมมาใช้ในการพนันหรือชั้นต่อเช่นว่านั้นก็ดี ท่านว่าไม่สมบูรณ์

เพื่อประโยชน์แห่งบทบัญญัตินี้ เงินรายได้ให้ยืมแก่บุคคลกำลังเล่น การพนันหรือ ชั้นต่อ ในเวลาหรือ ณ สถานที่เล่นเช่นนั้น ท่านให้สันนิษฐานไว้ก่อนว่าเงินนั้นได้ให้ยืมไปเพื่อเล่น การพนันหรือชั้นต่อ

จากบทบัญญัติในประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ข้างต้น เห็นได้ว่า การพนันหรือ ชั้นต่อนั้น เป็นการกระทำที่กฎหมายไม่รับรอง ไม่ก่อให้เกิดหนี้ต่อกันตามกฎหมาย และการออกสลาก กินแบ่งหรือสลากกินรวบนั้น ต้องเป็นการกระทำที่ได้รับอำนาจจากรัฐบาลเท่านั้น จึงจะชอบด้วย กฎหมาย แม้จะเป็นการตรากฎหมายขึ้นตั้งแต่ปี พ.ศ. ๒๔๗๒ แต่บทบัญญัติในมาตรา ๘๕๓ ถึง มาตรา ๘๕๕ ยังมีผลใช้บังคับต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน

หลังจากที่ได้มีการตราบทบัญญัติเกี่ยวกับการพนันไว้ในประมวลกฎหมายแพ่งและ พณิชย์ในปี พ.ศ. ๒๔๗๒ แล้วในปีถัดมา จึงได้มีการตราพระราชบัญญัติการพนัน พ.ศ. ๒๔๗๓ เป็น การเฉพาะขึ้น ในสมัยพระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ ๗ ซึ่งนับเป็นกฎหมายที่วาง หลักเกณฑ์การควบคุมการพนันอย่างเป็นระบบระเบียบมากขึ้น โดยมีการตราบทบัญญัติข้อบังคับ เกี่ยวกับความผิด และบทลงโทษทางอาญาในเรื่องการพนันขึ้นเป็นครั้งแรกในประเทศไทย^{๒๗} มีผลใช้ บังคับเมื่อวันที่ ๑๔ กันยายน พ.ศ. ๒๔๗๓ แต่ด้วยความที่กฎหมายฉบับดังกล่าวยังมีข้อบกพร่อง ด้านเนื้อหา จึงมีความจำเป็นต้องยกร่างพระราชบัญญัติการพนันขึ้นใหม่ในสมัยพระบาทสมเด็จพระ ประเมทรมหาอานันทมหิดล รัชกาลที่ ๘ โดยได้มีการแก้ไข เพิ่มเติม และปรับปรุงกฎหมายเดิมให้มีความทันสมัยขึ้น^{๒๘} ซึ่งยังมีผลใช้บังคับอยู่จนถึงปัจจุบัน

พระราชบัญญัติการพนัน พ.ศ. ๒๔๗๘ ประกาศใช้เมื่อเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. ๒๔๗๘ มีบทบัญญัติทั้งสิ้น ๑๗ มาตรา และได้มีการแก้ไขเพิ่มเติมอีก ๗ ครั้ง ครั้งที่ ๑ ในปี พ.ศ. ๒๔๘๒ ครั้งที่ ๒ และ ๓ ในปี พ.ศ. ๒๔๘๕ ครั้งที่ ๔ ในปี พ.ศ. ๒๔๙๐ ครั้งที่ ๕ ในปี พ.ศ. ๒๕๐๓ ครั้งที่ ๖ ในปี พ.ศ. ๒๕๐๔ และครั้งที่ ๗ ในปี พ.ศ. ๒๕๐๕

พระราชบัญญัติการพนัน พ.ศ. ๒๔๗๘ เป็นบทกฎหมายหลักที่ใช้ในการควบคุม และกำกับการพนันทุกประเภท ซึ่งรวมถึงการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชค ตกอยู่ภายใต้บังคับมาตรา ๘ แห่ง พระราชบัญญัติฉบับนี้ อย่างไรก็ตาม เนื่องจากพระราชบัญญัติการพนัน พ.ศ. ๒๔๗๘ เป็นกฎหมายที่ บังคับใช้มานานแล้ว จึงเกิดปัญหาในการบังคับใช้ในยุคปัจจุบัน ทั้งด้านความไม่ชัดเจนของตัวบท

^{๒๗} สุชาติ คำภีรานนท์. (๒๕๕๕). การควบคุมธุรกิจการพนันในประเทศไทย: ศึกษาเฉพาะกรณีธุรกิจการพนันออนไลน์. วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร, ๖(๑). หน้า ๒๓๓. <https://tcj-thaijo.org/index.php/AJPU/article/download/54491/45245/>

^{๒๘} ญัตติกอร์ ศิริพงษ์แก้ว. (๒๕๕๗). อ้างแล้ว เจริญรอกที่ ๔. หน้า ๔. <http://libdoc.dpu.ac.th/thesis/152833.pdf>

กฎหมาย และบทลงโทษที่ไม่เหมาะสม^{๒๙} รวมทั้งการวางหลักเกณฑ์ในการควบคุมการส่งเสริมการขาย ด้วยการเสี่ยงโชคด้วย จึงควรมีการปรับปรุงแก้ไข พระราชบัญญัติการพนัน พ.ศ. ๒๕๓๘ ให้มีความทันสมัยและบังคับใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

๒.๒.๒ พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒

แนวความคิดในการคุ้มครองผู้บริโภค ถือเป็นเรื่องที่มีความสำคัญในระดับสากล โดยประเทศไทยได้มีการยกร่างพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภคขึ้นในปี พ.ศ. ๒๕๒๒ หลังจากที่ได้มีการจัดตั้งคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค โดยมีผลบังคับใช้ เมื่อวันที่ ๓๐ เมษายน พ.ศ. ๒๕๒๒ จนกระทั่งถึงปัจจุบัน

เหตุผลในการประกาศใช้พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค เนื่องจากในปัจจุบันผู้ประกอบการการค้า และผู้ประกอบการโฆษณา ได้นำหลักวิชาการตลาด และการโฆษณามาใช้ในการส่งเสริมการขายสินค้าและบริการ ซึ่งทำให้ผู้บริโภคที่ไม่มีความรู้ทางด้านภาวะตลาด ไม่ทราบความจริงเกี่ยวกับคุณภาพสินค้าและราคาของสินค้าและบริการต่างๆ ได้อย่างถูกต้อง จึงทำให้ผู้บริโภคตกอยู่ในฐานะที่เสียเปรียบ และอาจเกิดความเสียหายขึ้นต่อสิทธิของผู้บริโภค เนื่องมาจากคุณภาพหรือราคาของสินค้าหรือบริการของผู้ประกอบการ และผู้ประกอบการโฆษณา นอกจากนี้ผู้บริโภคเองอาจไม่สะดวกในการเสียเวลาหรือค่าใช้จ่ายเพื่อดำเนินคดีกับผู้ประกอบการ หรือผู้ประกอบการโฆษณานั้น จึงควรต้องมีการบัญญัติกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคขึ้น เพื่อกำหนดสิทธิของผู้บริโภคเป็นการทั่วไป กำหนดหน้าที่ของผู้ประกอบการการค้าและธุรกิจโฆษณาต่อผู้บริโภค ตลอดจนมีการกำหนดจัดตั้งองค์กรของรัฐที่มีหน้าที่ตรวจตรา และดูแลการให้ความคุ้มครองผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม^{๓๐} จึงเป็นที่มาของการประกาศใช้พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒

พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒ ได้มีการแก้ไขเพิ่มเติมอีกสองครั้ง ในปี พ.ศ. ๒๕๔๑ และ ๒๕๕๖ ตามลำดับ เพื่อประโยชน์ในการให้ความคุ้มครองผู้บริโภค กฎหมายฉบับนี้ ได้กำหนดให้มีคณะกรรมการเฉพาะเรื่อง คือคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา คณะกรรมการว่าด้วยฉลาก คณะกรรมการว่าด้วยสัญญา เพื่อคุ้มครองผู้บริโภคในด้านต่างๆ โดยการคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณา ได้มีการกำหนดให้การโฆษณาต้องไม่ใช่ข้อความที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคหรือใช้ข้อความที่อาจเป็นผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนตัว ซึ่งอยู่ในมาตรา ๒๒ แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒ และฉบับแก้ไขเพิ่มเติม ซึ่งเป็นเกณฑ์หลักที่ใช้ควบคุมการโฆษณาการส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคของสินค้าในประเทศไทย

^{๒๙} นันทวัฒน์ บรมานันท์. (๒๕๕๔). รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ โครงการวิจัย กฎหมายเกี่ยวกับการพนันในประเทศไทย. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างสรรค์เสริมสุขภาพ (สสส.). หน้า ๒๐. http://www.gamblingstudy-th.org/imgadmins/research_file/gambling_research_file-2012-03-23_14-18-38.pdf

^{๓๐} ประวิติ สดบ [เว็บไซต์]. (ม.ป.ป.). สืบค้นจาก http://www.ocpb.go.th/ewt_news.php?nid=7 (เข้าถึงเมื่อวันที่ ๒๓ พฤศจิกายน ๒๕๖๑).

๒.๓ เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคของผู้ประกอบธุรกิจ

ในส่วนของการทบทวนวรรณกรรมเอกสารและงานวิจัยในประเทศไทยที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคของผู้ประกอบธุรกิจ พบว่า มีเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

ธาม เชื้อสถาปนศิริ, ข้อเสนอเชิงนโยบายเพื่อป้องกัน/ควบคุมการพนันด้วยการส่งข้อความสั้นเสี่ยงโชค SMS, มีนาคม ๒๕๕๕^{๓๑}

นำเสนอว่าประเทศไทยยังขาดมาตรการที่มาควบคุมการส่งข้อความสั้น (SMS) เพื่อชิงรางวัลของผู้ประกอบธุรกิจ ทำให้ผู้บริโภคโดยเฉพาะกลุ่มเด็กและเยาวชนมีความเสี่ยงต่อการเสพติดการเสี่ยงโชคทางการส่งข้อความสั้น โดยเฉพาะกิจกรรมที่ใช้โทรศัพท์ระบบหมายเลข ๑๙๐๐ ในการจัดให้มีการทายผลการแข่งขันกีฬาและตอบปัญหาชิงรางวัล ถือเป็นการพนันเนื่องจากการเล่นที่มีลักษณะเป็นการเสี่ยงโชค และไม่ได้อยู่ในประเภทการเล่นการพนันที่กฎกระทรวงระบุชื่อและเงื่อนไขการเล่นไว้ อาจเทียบเคียงได้กับกรณีการส่งข้อความสั้นเข้าไปเสี่ยงโชคเพื่อให้ได้ของรางวัล ซึ่งอาจจัดได้ว่าเป็นการพนันเช่นเดียวกัน จึงควรต้องมีมาตรการควบคุม นอกจากนี้ ควรต้องมีการแก้กฎหมายเพื่อระบุให้ชัดเจนว่า การส่งข้อความสั้นเพื่อการชิงโชค การประมูล การเล่นเกมสล็อต เข้าข่ายการพนันตามกฎหมายการพนัน และต้องได้รับอนุญาตจากเจ้าหน้าที่ก่อนจึงจะทำได้

ผศ. ศรัณยพงศ์ เทียงธรรม, การก้ากับการส่งเสริมการขายด้วยวิธีการเสี่ยงโชค, ๒๕๕๘^{๓๒}

นำเสนอผลสำรวจทัศนคติและพฤติกรรมความเสี่ยงโชคของคนไทย ซึ่งพบว่ากลุ่มตัวอย่างสำรวจมีทัศนคติที่ดีต่อการเสี่ยงโชค และเห็นว่าไม่ได้เป็นสิ่งที่ผิดกฎหมาย แต่เป็นการคั่นกำไรให้กับผู้บริโภค ผู้จัดกิจกรรมไม่ได้ทำผิดจรรยาบรรณหรือจริยธรรมใดๆ นอกจากนี้ผู้เขียนได้สรุปมาตรการควบคุมกำกับกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคในต่างประเทศ และเสนอแนะว่าการทำการตลาดด้วยกิจกรรมส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยเสี่ยงโชคนั้น มีความเป็นไปได้ที่จะทำให้ผู้บริโภคเสพติดการเสี่ยงโชคเหมือนเสพติดการพนันได้ และเนื่องจากการขออนุญาตจัดกิจกรรมเสี่ยงโชคในประเทศไทยสามารถทำได้โดยสะดวก และมีค่าธรรมเนียมที่ถูก ทำให้การจัดกิจกรรมการตลาดในรูปแบบการส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชค เป็นที่แพร่หลาย จึงควรต้องมีการกำหนดหลักเกณฑ์ที่ชัดเจนและแนวทางการกำกับที่เหมาะสมเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมประเภทนี้ เช่น ต้องสื่อสารให้ทุกฝ่ายเข้าใจถึงผลกระทบของการเสพติดการเสี่ยงโชค เหมือนเสพติดการพนัน กำหนดกรอบด้านมูลค่ารางวัล มาตรการด้านภาษีและค่าธรรมเนียมที่สูงขึ้นเพื่อลดแรงจูงใจในการจัดกิจกรรมของผู้ประกอบธุรกิจ และมีบทลงโทษผู้กระทำความผิด เป็นต้น

^{๓๑} ธาม เชื้อสถาปนศิริ. (๒๕๕๕). รายงานศึกษาฉบับสมบูรณ์ ข้อเสนอเชิงนโยบายเพื่อป้องกัน/ควบคุมการพนันด้วยการส่งข้อความสั้นเสี่ยงโชค SMS. ศูนย์ข้อมูลนโยบายสาธารณะการลดปัญหาจากการพนัน มูลนิธิสาธารณสุขแห่งชาติ, กรุงเทพฯ.

^{๓๒} ศรัณยพงศ์ เทียงธรรม. (๒๕๕๘). แนวทางการก้ากับการส่งเสริมการขายด้วยวิธีการเสี่ยงโชค. สำนักสนับสนุนงานวิจัยและงานสร้างสรรค์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ.

ไพศาล ลัมสฤติย์, ข้อเสนอแนะและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับร่างพระราชบัญญัติการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชค พ.ศ., พฤษภาคม ๒๕๕๙

วิเคราะห์สาระสำคัญของร่าง พ.ร.บ. การให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชค พ.ศ. ซึ่งเห็นว่าการออกกฎหมายเฉพาะมาเพื่อควบคุมการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคอาจไม่มีความจำเป็น เนื่องจากถือเป็นการพนันรูปแบบหนึ่งซึ่งมีการควบคุมและกำกับภายใต้กฎหมายการพนันอยู่แล้ว แต่หากจำเป็นต้องมีการบัญญัติเป็นกฎหมายใหม่อีกฉบับก็ควรต้องมีมาตรการควบคุมที่ชัดเจน ควรมีการกำหนดนิยามศัพท์ของคำว่า การเล่นเกมเพิ่มเติม เนื่องจากการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคนั้น ผู้มีสิทธิได้รับรางวัลจำกัดเฉพาะผู้ที่เข้าร่วมรายการเสี่ยงโชคนั้นเท่านั้น ส่วนการเล่นเกมไม่จำเป็นต้องเข้าร่วมรายการก็สามารถได้ของเล่นเกมได้ ควรมีคณะกรรมการกำกับการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชค ที่มีอำนาจในการกำหนดหลักเกณฑ์ เงื่อนไข วิธีการขออนุญาตการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชค พิจารณาออกใบอนุญาต พิจารณารับเรื่องร้องเรียน หรือวินิจฉัยตีความบทบัญญัติที่มีปัญหา และควรต้องกำหนดให้คณะกรรมการกำกับการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชค อยู่ภายใต้สังกัดสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) นอกจากนี้ ยังเสนอให้มีการเพิ่มโทษทางปกครอง โดยเฉพาะโทษปรับทางปกครอง นอกจากโทษทางอาญา และเพิ่มโทษปรับทางอาญาให้สูงขึ้นด้วย

สุกฤษฎี อัครวงศ์วิศ, มาตรการควบคุมการเสี่ยงโชคในทางการค้าหรืออาชีพ ศึกษากรณีการจัดให้มีการเล่นเกมหรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชคโดยวิธีใดๆ ในการประกอบกิจการค้าหรืออาชีพตามกฎหมายว่าด้วยการพนัน^{๓๓}

ศึกษาข้อแตกต่างระหว่างการส่งเสริมการขายโดยวิธีการเสี่ยงโชคกับการเล่นพนันภายใต้บังคับตามกฎหมายว่าด้วยการพนัน และศึกษาการใช้บังคับกฎหมายจากคำพิพากษาของศาลฎีกาความเห็นทางกฎหมายและแนวทางปฏิบัติของกระทรวงมหาดไทยที่เกี่ยวข้อง ผู้ศึกษาเห็นว่าการส่งเสริมการขายโดยวิธีการเสี่ยงโชคของผู้ประกอบการในปัจจุบันสามารถทำได้โดยวิธีจับฉลากเท่านั้น ซึ่งขัดกับหลักทางการตลาด จึงควรต้องเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการสามารถใช้วิธีการส่งเสริมการขายโดยวิธีการเสี่ยงโชคได้ด้วยวิธีการอื่นได้มากขึ้น นอกจากนี้ต้องมีมาตรการทางกฎหมายออกมารองรับกับการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยวิธีการเสี่ยงโชคในรูปแบบที่เปลี่ยนแปลงไป ควรแยกกฎหมายควบคุมการจัดให้มีการเล่นเกมหรือการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคออกจากกฎหมายว่าด้วยการพนัน และทำให้กฎหมายดังกล่าวมีความผ่อนปรนและยืดหยุ่นมากขึ้น โดยเน้นการคุ้มครองผู้บริโภคเป็นสำคัญ

ดร.จิรศิลป์ จยารวรรณ, ข้อเสนอแนะมาตรการควบคุมและกำกับดูแลการให้บริการ SMS การพนันและการเสี่ยงโชค

ศึกษามาตรการและแนวทางการสนับสนุนการควบคุม SMS พนันและการเสี่ยงโชคในต่างประเทศ ประกอบไปด้วย ประเทศสวีเดน เกาหลีใต้ ออสเตรเลีย มาเลเซีย อินเดีย และ

^{๓๓} สุกฤษฎี อัครวงศ์วิศ. (๒๕๕๓). มาตรการควบคุมการเสี่ยงโชคในทางการค้าหรืออาชีพ: ศึกษากรณี การจัดให้มีการเล่นเกมหรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชคโดยวิธีใดๆ ในการประกอบกิจการค้าหรืออาชีพตามกฎหมายว่าด้วยการพนัน. (ผู้บริหารกระบวนการยุติธรรมระดับสูง), วิทยาลัยการยุติธรรม สำนักงานศาลยุติธรรม, กรุงเทพฯ.

สหรัฐอเมริกา ผู้ศึกษาพบว่า SMS เป็นระบบที่สามารถเข้าถึงตัวคนได้ง่ายและรวดเร็วกว่าระบบอื่นๆ ประเทศไทยจึงควรมีมาตรการในการควบคุมการให้บริการ SMS การพนัน และการเสี่ยงโชคเหมือนอย่างในต่างประเทศ

ไพศาล ลีมสถิตย์, การวิเคราะห์กฎหมายเกี่ยวกับการกำกับการส่งเสริมการขายด้วยวิธีการเสี่ยงโชค^{๓๔}

ศึกษากฎหมายเกี่ยวกับการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชค กล่าวคือ พระราชบัญญัติการพนัน พ.ศ. ๒๔๗๘, พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒ และร่างพระราชบัญญัติการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชค พ.ศ. ... โดยพบว่า เนื้อหาของบทบัญญัติในร่างพระราชบัญญัติการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชค พ.ศ. ... ไม่ได้แตกต่างจากพระราชบัญญัติการพนัน พ.ศ. ๒๔๗๘ อย่างมีนัยสำคัญ และขาดกลไกที่ควบคุมการส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคอย่างมีประสิทธิภาพ และขาดกลไกการกำกับดูแลกรณีที่ผู้ประกอบการธุรกิจส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคโดยไม่เป็นธรรม อีกทั้งยังขาดมาตรการที่เข้มงวดในการออกใบอนุญาตจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคในสินค้าที่มีผลกระทบต่อสุขภาพของผู้บริโภค จึงควรมีการแก้ไขร่างพระราชบัญญัติการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชค พ.ศ. ... ให้เน้นไปที่มาตรการเชิงป้องกันและมาตรการเชิงแก้ไขผลกระทบต่อสุขภาพจากการพนัน

^{๓๔} ไพศาล ลีมสถิตย์. (๒๕๕๙). รายงานศึกษาด้านสุขบัญญัติโครงการปฏิบัติงานวิชาการ “การวิเคราะห์กฎหมายเกี่ยวกับการส่งเสริมการขายด้วยวิธีการเสี่ยงโชค. โครงการขับเคลื่อนสังคมและนโยบายสาธารณะเพื่อลดผลกระทบจากการพนัน สำนักงานกองทุนสนับสนุนการเสริมสร้างสุขภาพ (สสส), กรุงเทพฯ.

บทที่ ๓

การศึกษาการส่งเสริมการขายโดยการชิงโชคหรือการให้รางวัล ด้วยการเสี่ยงโชคในประเทศไทย

บริษัทที่ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับสินค้าอุปโภคบริโภคในประเทศไทย จะมีการสื่อสารทางการตลาด เพื่อสร้างการรับรู้ ความรู้ การรับรู้ถึงคุณภาพ การยอมรับ ความต้องการ และการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ และตราสินค้า รวมถึงการเตือนความจำเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และตราสินค้า

บริษัทจะมีการเลือกใช้เครื่องมือการสื่อสารทางการตลาดหลากหลายเครื่องมือประสมประสานกัน เพื่อให้การสื่อสารการตลาดเกิดประสิทธิภาพสูงสุด ซึ่งเครื่องมือการส่งเสริมการขายจัดเป็นเครื่องมือการสื่อสารการตลาดที่บริษัทนิยมใช้ ทั้งในรูปแบบการแจกของตัวอย่าง การลดราคา การแลกของสมนาคุณ การแถมสินค้า การให้คูปองส่วนลด การสะสมคะแนนหรือแสตมป์ การชิงโชค เพื่กระตุ้นให้เกิดการยอมรับ และการตัดสินใจซื้อได้เร็วขึ้น รวมทั้งการซื้อในปริมาณที่มากกว่าปกติ ส่งผลให้บริษัทสามารถสร้างยอดขายได้ตามเป้าหมายที่ต้องการ

บริษัทที่ต้องการใช้เครื่องมือการส่งเสริมการขายในรูปแบบการชิงโชค ต้องได้รับอนุญาตจากเจ้าพนักงานปกครองก่อนจึงจะดำเนินการใช้เป็นเครื่องมือการส่งเสริมการขายในรูปแบบการชิงโชคได้ตามพระราชบัญญัติการพนัน พ.ศ. ๒๔๗๘ ถึงแม้ว่าการใช้เครื่องมือการส่งเสริมการขายในรูปแบบของการชิงโชคจะมีขั้นตอนการขออนุญาตจากเจ้าพนักงานปกครอง ตามพระราชบัญญัติการพนัน พ.ศ. ๒๔๗๘ ก็ตาม บริษัทต่างๆ ยังเลือกที่จะใช้เครื่องมือการส่งเสริมการขายในรูปแบบการชิงโชค เป็นตัวกระตุ้นให้เกิดยอดขายที่เพิ่มขึ้น ซึ่งจะเห็นได้จากผลการสำรวจทัศนคติและพฤติกรรมความเสี่ยงโชคของผู้บริโภคไทย^{๓๕}

พบว่า ในปี ๒๕๕๗-๒๕๕๘ ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเครื่องดื่ม มักใช้การส่งเสริมการขายในรูปแบบของการชิงโชค โดยให้ผู้บริโภคได้ชิงโชค/เสี่ยงโชคผ่านช่องทางการส่งตัวเลข หรือรหัส ทั้งเป็นการส่งข้อความสั้น (SMS) ผ่านโทรศัพท์มือถือ ผลัดเปลี่ยนมาในรูปแบบผ่านแอปพลิเคชันของสินค้า หรือไลน์ จูงใจด้วยวิธีการให้รางวัลใหญ่ที่มีมูลค่าสูง เช่น รถยนต์ จักรยานยนต์ ทองคำ ท่องเที่ยวต่างประเทศ เป็นต้น^{๓๖}

ผลสำรวจมีความน่าสนใจเป็นอย่างมากที่พบว่า คนไทยที่มีอายุ ๒๕ ปีขึ้นไปกว่าร้อยละ ๔๔.๓ เคยส่งเสี่ยงโชคกับผลิตภัณฑ์ชาเขียว และร้อยละ ๔๒.๗ มีความถี่ในการส่งชิงโชคถึง ๑-๓ ครั้งต่อเดือน และร้อยละ ๓๙.๒

^{๓๕} ศรีณยพงศ์ เทียงธรรม. (๒๕๕๗). ทัศนคติและพฤติกรรมความเสี่ยงโชคการตลาดของผู้บริโภคที่มีอายุ ๒๕ ปีขึ้นไป. *มาร์เก็ตเรียร์*,

๑๖(๑๑๗).

^{๓๖} เฟิงอ้าว.

เห็นว่า การเสี่ยงโชครูปแบบนี้ก็เหมือนกับการเล่นหวยแบบไม่ผิดกฎหมาย และไม่มีผลเชิงลบต่อภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์หรือตราสินค้า และร้อยละ ๓๐.๑ เห็นว่าเป็นการคืนกำไรให้กับผู้บริโภค

อีกทั้งจากเอกสารประกอบการประชุมของมูลนิธิสาธารณสุขแห่งชาติ เมื่อวันที่ ๑๕ ต.ค.๒๕๕๘ ระบุว่า เจ้าพนักงานกรมการปกครองอนุญาตให้มีการส่งเสริมการขายโดยรูปแบบการชิงโชค/เสี่ยงโชคเฉลี่ยมากถึง ๔๘ ครั้งต่อเดือน สะท้อนให้เห็นว่า ผู้ประกอบการนิยมใช้วิธีการส่งเสริมการขายโดยรูปแบบการชิงโชค/การเสี่ยงโชค และผู้บริโภคมีความชื่นชอบ และตอบรับเป็นอย่างดี^{๓๗}

นอกจากนั้น^{๓๗} ยังได้สำรวจทัศนคติและพฤติกรรมความเสี่ยงโชคของเยาวชนไทยที่มีอายุ ๑๕ – ๒๕ ปี พบว่าเยาวชนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เมื่อนึกถึงกิจกรรมการเสี่ยงโชคจะนึกถึงผลิตภัณฑ์ชาเขียว เยาวชนยังมีทัศนคติต่อกิจกรรมการเสี่ยงโชคยังเป็นไปทิศทางบวก เพราะเยาวชนเห็นว่าถึงแม้จะไม่ถูกรางวัลก็ยังได้ใช้ผลิตภัณฑ์ และยังไม่ทำให้เสียภาพลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับ การซื้อหวยใต้ดิน นอกจากนี้พฤติกรรมของเยาวชนกลุ่มนี้ยังมีการซื้อผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้น และรายการเสี่ยงโชคยังมีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของเยาวชนกลุ่มนี้อีกด้วย โดยได้จัดกลุ่มการส่งเสริมการขายด้วยการให้รางวัลด้วยวิธีการเสี่ยงโชค พร้อมยกตัวอย่างประเทศที่มีการใช้การส่งเสริมการขายด้วยการให้รางวัลด้วยวิธีการเสี่ยงโชค โดยทำการจัดแบ่งเป็น ๖ กลุ่ม ดังต่อไปนี้

๑. กลุ่มประเทศที่จัดกิจกรรมแบบประเทศไทย คือ โรมาเนีย สเปน

๒. กลุ่มประเทศที่อนุญาตให้ทำได้แต่มุ่งเน้นมาตรการด้านภาษีและค่าปรับกรณีกระทำความผิดสูง และค่าปรับอาจจะถึง ๑๐๐ ล้านบาท คือ เนเธอร์แลนด์ สหราชอาณาจักรออสเตรีย นอร์เวย์ โปรตุเกส ออสเตรเลีย และญี่ปุ่น ผลความเข้มงวดทำให้กิจกรรมนี้ลดต่ำลง

๓. กลุ่มประเทศที่อนุญาต และพิจารณาเป็นการขออนุญาตจัดพนันเกมลอตเตอรี่ เช่น รัสเซีย ฮังการี

๔. กลุ่มประเทศที่อนุญาต แต่ต้องไม่ให้เป็นการสร้างค่านิยมเรื่องโชค เช่น รวยด้วยโชค คือ ญี่ปุ่น อีกทั้งมูลค่าของรางวัลก็ต้องไม่เกิน ๒๐ เท่าของราคาสินค้าหรือมูลค่ารวมของรางวัลต้องไม่เกิน ๓๐,๐๐๐ บาท

๕. กลุ่มประเทศที่อนุญาต แต่ต้องเพิ่มช่องทางด้วยการให้เสี่ยงโชคฟรีโดยไม่ต้องซื้อผลิตภัณฑ์ คือ สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกา

๖. กลุ่มประเทศที่อนุญาต แต่ต้องไม่ใช่กิจกรรมที่มีผลต่อการบิดเบือนการตัดสินใจทางเศรษฐศาสตร์ คือ เยอรมัน และออสเตรีย หรือกำหนดเงื่อนไขเอาไว้แล้วจะต้องเป็นองค์กรการกุศลเท่านั้น เช่น สวีเดน

^{๓๗} ศรีณยพงศ์ เทียงธรรม, *ฮ้างแล้ว* เชิงอรรถที่ ๑๗, หน้า ๑-๑๘.

๓.๑ รูปแบบการส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคของผู้ประกอบธุรกิจในประเทศไทย

๓.๑.๑ การส่งเสริมการขายในรูปแบบการชิงโชค

ภาคธุรกิจในประเทศไทยได้มีการใช้เครื่องมือสื่อสารทางการตลาด ทั้งการโฆษณา การสร้างเหตุการณ์และประสบการณ์ การประชาสัมพันธ์และการให้ข่าว การตลาดออนไลน์และสื่อสังคมออนไลน์ การตลาดโมบาย พนักงานขาย การตลาดที่ไม่ผ่านคนกลางและฐานข้อมูล และการส่งเสริมการขาย เพราะเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จได้

การใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดอย่างการส่งเสริมการขายในรูปแบบการชิงโชคนั้น ภาคธุรกิจใช้เครื่องมือนี้ เพื่อกระตุ้นยอดขายและเพิ่มกำไร รวมทั้งเป็นเครื่องมือที่ช่วยให้บริษัทสามารถมียอดขายที่มากกว่าคู่แข่งในตลาด แต่การที่จะทำให้มียอดขายที่มากกว่าคู่แข่งขั้นได้นั้น บริษัทจะต้องเตรียมของรางวัลให้ตรงกับความต้องการ และยังเป็นของรางวัลใหญ่ที่มีมูลค่าสูงมากเพียงพอที่จะกระตุ้นดึงดูด และเป็นสิ่งล่อใจกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

เมื่อกล่าวถึงการส่งเสริมการขายในรูปแบบการชิงโชค ผู้บริโภคในประเทศไทยมักจะนึกถึงอุตสาหกรรมเครื่องดื่มเป็นอันดับแรก โดยเฉพาะอย่างยิ่งเครื่องดื่มประเภทชาเขียวและเครื่องดื่มชูกำลัง ซึ่งในประเทศไทยเครื่องดื่มทั้งสองประเภทได้มีการใช้การส่งเสริมการขายในรูปแบบการชิงโชค โดยมีการกำหนดชื่อแคมเปญที่บ่งบอกถึงแบรนด์ รางวัลที่จะได้รับ ช่วงระยะเวลาที่ผู้บริโภคสามารถเข้าร่วมกิจกรรม และของรางวัลที่จะได้รับ เช่น ในปี ๒๕๖๐ เครื่องดื่มชาเขียวโออิชิ มีการกำหนดชื่อแคมเปญ “รหัสโออิชิ แจกหนัก ชูโม้ทองคำ กองทัพยามาฮา” ช่วงระยะเวลา ๒๒ ก.พ. - ๓๑ พ.ค. ๖๐ และของรางวัลที่แจกคือ ชูโม้ทองคำยักษ์ รางวัลละ ๑๐ ล้านบาท จำนวน ๔ รางวัล และยามาฮาพีโน ๑,๐๐๐ คัน และเครื่องดื่มชูกำลังเอ็ม ๑๕๐ มีการกำหนดชื่อแคมเปญ “ลุ้นโชครวยล้าน กลับบ้านตั้งตัว กับเอ็ม-๑๕๐” ช่วงระยะเวลา มี.ค. - ส.ค. ๖๐ และของรางวัลที่แจก คือ รางวัลที่ ๑ รถกระบะ Toyota Hilux Revo Double Cab มูลค่า ๙ แสนบาท จำนวน ๓ รางวัล จักรางวัลทั้งหมด ๕ ครั้ง รวมทั้งสิ้น ๑๕ คัน เป็นมูลค่าทั้งสิ้น ๑๓.๕ ล้านบาท

การส่งเสริมการขายในรูปแบบการชิงโชค สามารถกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมการซื้อที่เพิ่มขึ้น เพราะทำการแจกของรางวัลที่สามารถกระตุ้น ดึงดูด และล่อใจผู้บริโภคจนกลายเป็นแคมเปญประจำที่ผู้บริโภครอคอย ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมข้อมูลการส่งเสริมการขายในรูปแบบการชิงโชคเกี่ยวกับชื่อแคมเปญ ระยะเวลา ของรางวัล และมูลค่ารวมของรางวัล ของสินค้าประเภทเครื่องดื่มชาเขียวเฉพาะแบรนด์โออิชิและโออิชิ และเครื่องดื่มชูกำลังเฉพาะแบรนด์คาราบาวแดง M๑๕๐ และกระทิงแดง ในช่วงปี ๒๕๕๕ - ๒๕๖๑ (ม.ค. - มิ.ย. ๒๕๖๑) ซึ่งจะเห็นรายละเอียดจากตารางที่ ๒

ตารางที่ ๒ แผนปฏิบัติการส่งเสริมการขายในรูปแบบการชิงโชคของสินค้าประเภทเครื่องดื่มชาเขียวและเครื่องดื่มชูกำลัง

ผลิตภัณฑ์	ปี ๒๕๕๕	ปี ๒๕๕๖	ปี ๒๕๕๗	ปี ๒๕๕๘	ปี ๒๕๕๙	ปี ๒๕๖๐	ปี ๒๕๖๑
๑. อิชิตัน							
ชื่อแคมเปญ	อิชิตัน รวย เปรี้ยว ๖๐ วัน ๖๐ ล้าน	อิชิตัน ลุ้นรหัส รวยเปรี้ยว ๖๐ วัน ๖๐ ล้าน Return	อิชิตัน รหัสรวย เปรี้ยว ภาค ๓	อิชิตัน รหัสรวย เปรี้ยว ภาค ๔	อิชิตัน รหัสรวย เปรี้ยว ตอน รางวัลแห่งชีวิต	อิชิตัน รหัสทอง ปลดหนี้ หมิ่น แสน ล้าน	อิชิตัน รวยเปรี้ยว ฝาเดียว ซัมมันส์ ทั้งบ้าน
ระยะเวลา	๑ ต.ค. - ๒๖ ธ.ค.๕๕	๑ มี.ค. - ๓ มิ.ย.๕๖	๑๐ มี.ค. - ๑๒ พ.ค.๕๗	๕ มี.ค. - ๒๑ พ.ค.๕๘	๑ มี.ค. - ๒๑ เม.ย. ๕๙	๑๐ ส.ค. - ๒๑ ก.ย. ๖๐	๑ มี.ค. - ๙ พ.ค. ๖๑
ของรางวัล	- ทองคำ ๖๐ รางวัล - ไอโฟน ๕ ๑๐๐ รางวัล	- ทองคำ ๖๐ รางวัล - ไอโฟน ๕ ๑,๒๓๐ รางวัล	- ทองคำ ๔๐ รางวัล - รถ Porsche Boxster ๓ รางวัล - บัตรเติมเงิน มือถือ ๑๒,๐๐๐ รางวัล	- รถยนต์ Mercedes Benz SLK ๒๐๐ ๓ รางวัล - รถยนต์ Mercedes Benz CLA ๑๘๐ ๔๗ รางวัล	- คอนโดมิเนียม ซอยทองหล่อ ๑ รางวัล ๑๕ ล้านบาท - คอนโดมิเนียม ริมแม่น้ำ เจ้าพระยา ๑ รางวัล ๑๐ ล้านบาท - รถยนต์ เมอร์ เซเดส เบนซ์ รุ่น GLA ๒๐๐	- ทองคำ ๑ ล้านบาท ๓๐ รางวัล - ทองคำ ๑ แสนบาท ๖๐ รางวัล - ทองคำ ๑ หมื่นบาท ๓๐๐ รางวัล	- รถยนต์ Toyota Camry, รถกระบะ Toyota Revo, รถจักรยานยนต์ Honda รุ่นCB ๑๕๐ R, รถจักรยาน LA Chic Lady - iPhone X (๖๔ GB) ๓๐๐ รางวัล

ผลิตภัณฑ์	ปี ๒๕๕๕	ปี ๒๕๕๖	ปี ๒๕๕๗	ปี ๒๕๕๘	ปี ๒๕๕๙	ปี ๒๕๖๐	ปี ๒๕๖๑
					๒๓ รางวัล ๒.๐๙ ล้านบาท		รางวัลละ ๔๐,๕๐๐ บาท
มูลค่ารวม ของรางวัล	๖๐ ล้านบาท	๙๐ ล้านบาท	๗๐ ล้านบาท	๑๒๓.๔ ล้านบาท	๘๓.๕๒ ล้านบาท	๓๙ ล้านบาท	๓๓.๖๗ ล้านบาท
๒. โออิชิ							
ชื่อแคมเปญ	<u>รอบที่ ๑</u> เหยียบ กระจาย ข้อปกระจุย ลุยรับล้าน กับ โออิชิ กรีนที <u>รอบที่ ๒</u> โออิชิ ไปแต่ตัว ...ทัวรียกแก๊ง <u>รอบที่ ๓</u> “รายซ้ำราย ซ้อน ได้ทั้ง ล้านได้ทั้งรถ กับโออิชิ”	<u>รอบที่ ๑</u> รหัสโออิชิ ลุ้น รวย ทุกชั่วโมง <u>รอบที่ ๒</u> รหัสโออิชิ ลุ้นทอง ๑๐๐,๐๐๐ ทุกชั่วโมง	ทัวรียกแก๊งค์ โอโยก๊ววน	ดื่มโออิชิ แจก เยอะจัดหนัก กองทัพรถ ๖๐๐ คัน	รหัสโออิชิ กองทัพแมว เนโกะทองคำ	รหัสโออิชิ แจกหนัก ซูม่ทองคำ กองทัพ ยามาฮ่า	โอทั้งคู่ ยูเลือกได้
ระยะเวลา	<u>รอบที่ ๑</u>	<u>รอบที่ ๑</u>	๑๕ มี.ค. - ๓๐ พ.ค. ๕๗	<u>รอบที่ ๑</u>	๒๐ ก.พ. - ๓๑ พ.ค. ๕๙	๒๒ ก.พ. - ๓๑ พ.ค. ๖๐	๑๙ ก.พ. - ๓๑ พ.ค. ๖๑

ผลิตภัณฑ์	ปี ๒๕๕๕	ปี ๒๕๕๖	ปี ๒๕๕๗	ปี ๒๕๕๘	ปี ๒๕๕๙	ปี ๒๕๖๐	ปี ๒๕๖๑
	๘ มี.ค. - ๓๑ พ.ค. ๕๕ <u>รอบที่ ๒</u> ๑๕ มี.ค. - ๑๕ มิ.ย. ๕๕ <u>รอบที่ ๓</u> ๑ พ.ย. ๕๕ - ๑๕ ก.พ. ๕๖	๑ มี.ค. - ๓๑ พ.ค. ๕๖ <u>รอบที่ ๒</u> ๑๕ ส.ค. - ๗ พ.ย. ๕๖		๑ มี.ค. - ๓๑ พ.ค. ๕๘ <u>รอบที่ ๒</u> ๒๔ ส.ค. - ๒๘ ก.ย. ๕๘			
ของรางวัล	<u>รอบที่ ๑</u> - รถกระบะ วิโก้ - บัตรเติม น้ำมันฟรี ตลอดปี - ทองคำ ๑๐๐ รางวัล <u>รอบที่ ๒</u> - เทียวกับ ๕ ชูปตาร์ เพิ่ม เพื่อนได้ ๕ คน และเงินช้อป ๕ แสนบาท	<u>รอบที่ ๑</u> - แจกทอง ข้าวโม่งละ ๑ หมื่นบาท รอบเย็น ๑ ล้านบาท รอบเดือน อีกเป็นล้าน บาท ๒,๔๖๖ รางวัล <u>รอบที่ ๒</u> - แจกทอง ข้าวโม่งละ ๑ แสนบาท วัน	- ทัวร์ญี่ปุ่น กับ เพื่อนซี้ + พร้อมช้อปฟรี ๑ ล้านบาท จำนวน ๕๐ รางวัล	<u>รอบที่ ๑</u> - โตโยต้า ยาริส มูลค่า ๕๑๙,๐๐๐ บาท จำนวน ๕๐ รางวัล - ยามาฮ่า พีโน จำนวน ๕๕๐ รางวัล - ตัวหนังฟรี สัปดาห์ละ ๑๐ รางวัล (รางวัลละ ๑๐ ที่นั่ง)	- แมวเนโกะ ทองคำมูลค่า ๑๐ ล้านบาท ถึง ๔ รางวัล - แมวเนโกะ ทองคำมูลค่า ๑ แสนบาท ๓๐๐ รางวัล	- ชูโม่ทองคำ ยักษ์ รางวัลละ ๑๐ ล้านบาท จำนวน ๔ รางวัล - ยามาฮ่า พีโน ๑,๐๐๐ คัน	- ทริปเรือสำราญ ไปญี่ปุ่น กับเบ็ก ผลิตภัณฑ์ จำนวน ๑๐๐ คน - Toyota Yaris จำนวน ๑๐๐ คัน

ผลิตภัณฑ์	ปี ๒๕๕๕	ปี ๒๕๕๖	ปี ๒๕๕๗	ปี ๒๕๕๘	ปี ๒๕๕๙	ปี ๒๕๖๐	ปี ๒๕๖๑
	ต่อแก๊ง จำนวน ๑๖ แก๊ง <u>รอบที่ ๓</u> - ทองคำ ๑ ล้านบาท และ รถยนต์มาสด้า ๒ จำนวน ๑ คัน รวม ๕๕ รางวัล -ทองคำ ๑๐ ล้านบาท ๑ รางวัล	ละ ๖ รางวัล ๖๐ วัน รวม ๓๖๐ รางวัล		<u>รอบที่ ๒</u> Samsung Note ๕ จำนวน ๒๐๐ รางวัล			
มูลค่ารวม ของรางวัล	<u>รอบที่ ๑</u> ๒ ล้านบาท <u>รอบที่ ๒</u> ๘ ล้านบาท <u>รอบที่ ๓</u> ๑๐๐ ล้าน บาท	<u>รอบที่ ๑</u> ๙๐ ล้านบาท <u>รอบที่ ๒</u> ๓๖ ล้านบาท	๕๗.๕ ล้านบาท	<u>รอบที่ ๑</u> ๕๐.๙๗ ล้าน บาท <u>รอบที่ ๒</u> ๕.๗๘ ล้านบาท	๗๐ ล้านบาท	๘๖ ล้านบาท	๖๐ ล้านบาท

ผลิตภัณฑ์	ปี ๒๕๕๕	ปี ๒๕๕๖	ปี ๒๕๕๗	ปี ๒๕๕๘	ปี ๒๕๕๙	ปี ๒๕๖๐	ปี ๒๕๖๑
๓. การประกวด							
ชื่อแคมเปญ	A) บาวแดงแจกมอเตอร์ไซด์ ปี ๕ B) โครงการ "รวม ๑๐๐ ล้านกับ บาวแดง" C) การประกวดแดงแจกเพิ่มโชคได้ฝา	A) บาวแดงแจกโชค พัน-หมื่น-แสน- ล้าน- ๑๐ ล้าน รวยทั่วแผ่นดิน	มหานครแฟมิลี่แท็กซี่ บาวแดง	A) ๕๐๐ ฝา + ๑๐๐ บาท แลกกีตาร์ คาราบาว B) มหานครแฟมิลี่แท็กซี่ บาวแดง C) รวยเงินล้านกับบาวแดง	A) มหานครแฟมิลี่แท็กซี่บาวแดง B) พบสาว บาวแดงพบโชคเซลซี	A) ส่งฝาลุ้นมอเตอร์ไซด์ไปดูบอลนัดชิงที่อังกฤษกับพีแอนด์ B) ชื้อยกถังลุ้นรับทอง C) มหานครแฟมิลี่แท็กซี่บาวแดง	แอดไลน์สมาชิก บาวแดงลุ้นกว่า ๑๖ ล้าน
ระยะเวลา	A) ต.ค. ๕๕ - มิ.ย. ๕๕ B) ต.ค. ๕๕ - มิ.ย. ๕๖ C) -	A) ก.ย. ๕๖ - เม.ย. ๕๗	ธ.ค. ๕๗	A) ส.ค. ๕๘ B) มี.ค. - พ.ย. ๕๘ C) ก.ย. ๕๘	A) เม.ย. - ก.ย. ๕๙ B) มิ.ย. - ต.ค. ๕๙	A) ๑ ส.ค. - ๑๗ พ.ย. ๖๐ B) ๑ มิ.ย. - ๒๐ ธ.ค. ๖๐ C) ม.ค. ๖๐ - ส.ค. ๖๐	๑๒ มี.ค. - ๓๐ มิ.ย. ๖๑
ของรางวัล	A) มอเตอร์ไซด์ยamaha พีโน่ มูลค่า	แจกรางวัลเดือนละ ๑๐ ล้านบาท รวม ๕,๒๒๑	รถยนต์โตโยต้า อัลติส ๒ รางวัล รางวัลละ ๘ แสนบาท	A) กีตาร์ คาราบาวพร้อมลายเซ็น มูลค่า ๓,๘๐๐ บาท	A) รถยนต์โตโยต้า อัลติส ๒ รางวัลๆ ละ	A) มอเตอร์ไซด์ ๑๐๐ คัน - แพ็คเก็จทัวร์ประเทศอังกฤษ	- ทองคำมูลค่า ๑ แสน บาท จำนวน ๑๔ รางวัล

ผลิตภัณฑ์	ปี ๒๕๕๕	ปี ๒๕๕๖	ปี ๒๕๕๗	ปี ๒๕๕๘	ปี ๒๕๕๙	ปี ๒๕๖๐	ปี ๒๕๖๑
	๔๖,๐๐๐ บาท จำนวน ๓๐๐ รางวัล B) เงินสด ๑ ล้านบาท จำนวน ๑๐๐ รางวัล C) แะะฝา B ๑๒ ขอบเขียว เจอสัญลักษณ์ ๑ ร้อย พิมพ์ ใต้ฝา รับทันที ๑๐๐ บาท - แะะฝา B๑๒ ขอบเขียว เจอ สัญลักษณ์ ๑ พิมพ์ใต้ฝา รับทันที ๑,๐๐๐ บาท - แะะฝา B๑๒ ขอบเขียว เจอ สัญลักษณ์	รางวัล ต่อเนื่อง ๗ เดือน ดังนี้ - ทองคำมูลค่า ๑ ล้านบาท จำนวน ๑ รางวัล - ทองคำมูลค่า ๑ แสนบาท จำนวน ๒๐ รางวัล - ทองคำมูลค่า ๑ หมื่นบาท จำนวน ๒๐๐ รางวัล - ทองคำมูลค่า ๑ พันบาท จำนวน ๕,๐๐๐ รางวัล - แจ็คพ็อต ทองคำมูลค่า ๑๐ ล้านบาท ๑ รางวัล	- คูปอง ค่าก๊าซฟรี จำนวน ๑๐๐ รางวัลๆ ละ ๑,๐๐๐ บาท	- ๒ ฝา พร้อม เงิน ๒ บาท นำมาแลก ผลิตภัณฑ์ “เครื่องดื่ม คาราบาวแดง” มูลค่า ๑๐ บาท - สะสมครบ ๒๐ ฝา พร้อม เงิน ๑๐ บาท นำมาแลก “เสื้อยืด บาวแดง” มูลค่า ๘๕ บาท - ๖๐ ฝา พร้อม เงิน ๓๐ บาท นำมาแลก “เสื้อแจ็กเกต บาวแดง” มูลค่า ๒๕๐ บาท	๘ แสนบาท - คูปอง ค่าก๊าซฟรี จำนวน ๑๐๐ รางวัลๆ ละ ๑,๐๐๐ บาท B) ทองคำมูลค่า ๑ หมื่นบาท จำนวน ๑๑๙ รางวัล - เสื้อฟุตบอล เชลซี คาราบาว มูลค่า ๑,๙๙๐ บาท จำนวน ๑,๑๙๐ รางวัล	พร้อมตัวชม ฟุตบอล คาราบาวคัพ นัด ชิงชนะเลิศ ๑๐ รางวัล (รางวัลละ ๒ ที่นั่ง) B) ทองรูปพรรณ ๕๐๐๐ บาท จำนวน ๖๐๐ รางวัล C) รถยนต์ โตโยต้า อัลติส ๒ รางวัลๆ ละ ๘ แสนบาท - คูปอง ค่าก๊าซฟรี จำนวน ๑๐๐ รางวัลๆ ละ ๑,๐๐๐ บาท	- ทองคำมูลค่า ๓๐๐ บาท จำนวน ๔๙,๐๐๐ รางวัล

ผลิตภัณฑ์	ปี ๒๕๕๕	ปี ๒๕๕๖	ปี ๒๕๕๗	ปี ๒๕๕๘	ปี ๒๕๕๙	ปี ๒๕๖๐	ปี ๒๕๖๑
	๑ หมิ่น พิมพ์ ใต้ฟ้า รับทันที ๑๐,๐๐๐ บาท - แะง่ฝ่า B๑๒ ขอบเขียว เจอ สติกเกอร์สี แดง มี สัญลักษณ์ ๑ แสน ติดใต้ฟ้า รับทันที ๑๐๐,๐๐๐ บาท - แะง่ฝ่า B๑๒ ขอบเขียว เจอ สติกเกอร์สี เขียว มี สัญลักษณ์ ๑ ล้าน ติดใต้ฟ้า รับทันที ๑,๐๐๐,๐๐๐ บาท			B) รถยนต์โต โยต้า อัลติส ๒ รางวัลๆ ละ ๘ แสนบาท - คูปอง ค่าก๊าซ ฟรี จำนวน ๑๐๐ รางวัลๆ ละ ๑,๐๐๐ บาท C) ทองคำ มูลค่า ๑ ล้าน บาท จำนวน ๓ รางวัล ทองคำมูลค่า ๑ แสนบาท จำนวน ๖๐ รางวัล - ทองคำมูลค่า ๑ หมิ่นบาท ๖๐๐ รางวัล			

ผลิตภัณฑ์	ปี ๒๕๕๕	ปี ๒๕๕๖	ปี ๒๕๕๗	ปี ๒๕๕๘	ปี ๒๕๕๙	ปี ๒๕๖๐	ปี ๒๕๖๑
มูลค่ารวม ของรางวัล	A) ๑๓.๘ ล้านบาท B) ๑๐๐ ล้านบาท C) ไม่มีการ เผยแพร่มูลค่า รวม	๗๐ ล้านบาท	๑.๗ ล้านบาท	A) ไม่มีการ เผยแพร่มูลค่า รวม B) ๑.๗ ล้านบาท C) ทองคำ รวม ๖๖๓ รางวัล มูลค่ารวม ๑๕ ล้านบาท	A) ๑.๗ ล้านบาท B) ๓.๕๖ ล้านบาท	A) ๖.๓ ล้านบาท B) ๓ ล้านบาท C) ๑.๗ ล้านบาท	๑๖.๑ ล้านบาท
๔. M ๑๕๐							
ชื่อแคมเปญ	-	รวยแหลกแจก สะท้านฟ้า ๑๒๐ ล้าน กับเอ็ม-๑๕๐	-	-	เอ็ม-๑๕๐ รวย แหลกแจกจริง	“ลุ้นโชครวยล้าน กลับบ้านตั้งตัว กับเอ็ม-๑๕๐”	ฝาแลกกี้ก
ระยะเวลา	-	ต.ค. ๕๖ - ก.ค. ๕๗	-	-	มิ.ย. - ส.ค.๕๙	มี.ค. - ส.ค.๖๐	เม.ย. - พ.ค. ๖๑
ของรางวัล	-	- ทองคำมูลค่า ๑ ล้านบาท ๑๐รางวัล จำนวน ๑๐ รางวัล / เดือน	-	-	- รางวัลที่ ๑ รถยนต์ Toyota Fortuner มูลค่า ๑.๖ ล้านบาท จำนวน ๕ คัน	<u>รางวัล</u> <u>ประจำวัน:</u> - รางวัลที่ ๑ คือ ทองคำมูลค่า ๑ หมื่นบาท จำนวน	แจกรางวัล ทั้งหมด ๙ ครั้ง - เน้นไม่จำกัด ความเร็ว ๑ mb ๑๒ เดือน จำนวน

ผลิตภัณฑ์	ปี ๒๕๕๕	ปี ๒๕๕๖	ปี ๒๕๕๗	ปี ๒๕๕๘	ปี ๒๕๕๙	ปี ๒๕๖๐	ปี ๒๕๖๑
		- ทองคำมูลค่า ๑ แส่นบาท ๑๐๐ รางวัล จำนวน ๑๐๐ รางวัล/ เดือน - รถจักรยาน- ยนต์ YAMAHA TTX มูลค่า ๕ หมื่นบาท ๓๐๐ รางวัล จำนวน ๓๐ รางวัล ต่อเดือน - ทองคำมูลค่า ๑ หมื่นบาท ๑๕๐ รางวัล จำนวน ๑๕๐ รางวัล/เดือน - ทองคำมูลค่า ๑ พันบาท ๕,๐๐๐ รางวัล			- โทรศัพท์ Samsung Galaxy A๗ รุ่น ๒๐๑๖ จำนวน ๕๐๐รางวัล - ทองคำมูลค่า ๕,๐๐๐ บาท ๑,๐๐๐ รางวัล	๑๐ รางวัล ระยะเวลาแจก ๑๐๔ วัน รางวัลประจำ เดือน - รางวัลที่ ๑ รถกระบะ Toyota Hilux Revo มูลค่า ๙ แส่น บาท จำนวน ๓ รางวัล รวมทั้งสิ้น ๑๕ คัน มูลค่า ทั้งสิ้น ๑๓.๕ ล้านบาท - รางวัลที่ ๒ รถจักรยาน ยนต์ Yamaha GT๑๒๕ มูลค่า ๕๐,๐๐๐ บาท จำนวน ๒๐	๓๔๐รางวัล / ครั้ง -โทรศัพท์ มือถือ Samsung J๗ Pro จำนวน ๑๐ รางวัล / ครั้ง

ผลิตภัณฑ์	ปี ๒๕๕๕	ปี ๒๕๕๖	ปี ๒๕๕๗	ปี ๒๕๕๘	ปี ๒๕๕๙	ปี ๒๕๖๐	ปี ๒๕๖๑
		จำนวน ๕,๐๐๐ รางวัล/เดือน - รางวัล แจ๊คพอด ทองคำมูลค่า ๑๐ ล้านบาท จำนวน ๒ รางวัล				รางวัล รวมทั้งสิ้น ๑๐๐ คั่น มูลค่า ทั้งสิ้น ๕ ล้าน บาท <u>รางวัลใหญ่ท้าย</u> <u>รายการ</u> - รางวัลที่ ๑ ทองคำมูลค่า ๑ ล้านบาท จำนวน ๕ รางวัล รวมมูลค่า ๕ ล้านบาท	
มูลค่ารวม ของรางวัล	-	๑๒๐ ล้านบาท	-	-	๒๐ ล้านบาท	๓๓.๙ ล้านบาท	๔.๖๕ ล้านบาท
๕. กระทั่งแดง							
ชื่อแคมเปญ	กระทั่ง แจกคู่ ดู F๑ กรังด์ปรีซ์ ที่สิงคโปร์ ปี๒	-	ศุภร์แสน แสน สุข ปีที่ ๑	ปิดแรงกระทั้ง แดงเอ็กซ์ตร้า แจก Zoomer- x	A) ศุภร์แสน แสนสุขปีที่ ๓ B) กระทั่งแดง ศุภร์แสน แสน สุขปีที่ ๒	B) ศุภร์แสน แสนสุข ปีที่ ๔	A) กระทั่งแดง รวย ผ่านไลน์ B) Tag เพื่อนใจ หล่อ ดูหนังฟรี

ผลิตภัณฑ์	ปี ๒๕๕๕	ปี ๒๕๕๖	ปี ๒๕๕๗	ปี ๒๕๕๘	ปี ๒๕๕๙	ปี ๒๕๖๐	ปี ๒๕๖๑
ระยะเวลา	มิ.ย. - ก.ย. ๕๕	-		พ.ค. - มิ.ย. ๕๘	A) ต.ค. ๕๙ - พ.ค. ๖๐ B) มี.ค. - มิ.ย. ๕๙	ก.ค. - ธ.ค. ๖๐	A) มี.ค. - มิ.ย. ๖๑ B) ๒๒-๒๘ ม.ค. ๖๑
ของรางวัล	- บัตรชม F๑ กรังด์ปรีซ์ ที่ลิงคโพร ๑ รางวัล / ๒ ท่าน - The New iPad และ iPhone๔s เดือนละ คู่ - ตัวหนังสือในเครือเมเจอร์ฯ อีกวันละ ๕ รางวัล	-		- รถจักรยานยนต์ฮอนด้า รุ่น Zoomer-x จำนวน ๑๗ รางวัล	A) สร้อยคอทองคำมูลค่า รางวัลละ ๑ แสนบาท จำนวน ๓๒ รางวัล B) รถยนต์โตโยต้ารีโว่ ลิมิเต็ดเอ็ดดิชั่น จำนวน ๓ คัน	- ทองคำมูลค่า ๑ แสนบาท จำนวน ๑๗ รางวัล ๒. รางวัลสร้อยคอทองคำมูลค่า ๕,๐๐๐ บาท จำนวน ๖๔ รางวัล	A) สร้อยคอทองคำมูลค่า ๑ แสนบาท บาท จำนวน ๑๕ รางวัล - โทรศัพท์มือถือ Huawei จำนวน ๑๐๔ รางวัล B) บัตรชมภาพยนตร์จำนวน ๑๕ รางวัล
มูลค่ารวมของรางวัล				๐.๙๑ ล้านบาท	A) ๓.๒ ล้านบาท B) ๒.๓ ล้านบาท	๒.๐๒ ล้านบาท	A) ๒.๖๔ ล้านบาท B) ๖,๖๐๐ บาท

นอกจากการส่งเสริมการขายในรูปแบบการชิงโชคของสินค้าประเภทเครื่องดื่มชาเขียว และเครื่องดื่มชูกำลังที่ทำกันเป็นประจำทุกปีแล้ว ยังพบว่าบริษัทต่างๆ ได้มีการทำการส่งเสริมการขายในรูปแบบของการชิงโชคร่วมกับกิจกรรมกีฬา โดยเฉพาะกีฬาประเภทฟุตบอล แต่การส่งเสริมการขายในรูปแบบการชิงโชคกีฬาประเภทฟุตบอลไม่ได้ทำการส่งเสริมการขายได้ทุกปีเหมือนการส่งเสริมการขายในรูปแบบการชิงโชคแบบอื่นๆ เนื่องจากรายการแข่งขันกีฬาฟุตบอลรายการใหญ่ ไม่ว่าจะเป็นการแข่งขันฟุตบอลโลก การแข่งขันฟุตบอลยูโร ไม่ได้มีการจัดแข่งขันทุกปี มีการกำหนดปีแข่งขันที่แน่นอน ดังนั้นในปีที่มีการแข่งขันฟุตบอลรายการใหญ่ที่มีผู้ติดตามชมการถ่ายทอดการแข่งขันฟุตบอลเป็นจำนวนมาก จึงเป็นปีที่มีการส่งเสริมการขายในรูปแบบการชิงโชค

ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลการส่งเสริมการขายในรูปแบบการชิงโชคกีฬาเกี่ยวกับชื่อบริษัท ชื่อแคมเปญ ระยะเวลา ของรางวัล และมูลค่ารวมของรางวัล ประเภทฟุตบอลยูโรในปี ๒๕๕๙ และฟุตบอลโลกในปี ๒๕๖๑ ซึ่งจะเห็นรายละเอียดได้จากตารางที่ ๓ การส่งเสริมการขายในรูปแบบการชิงโชคกีฬาประเภทฟุตบอลยูโร ปี ๒๕๕๙ และตารางที่ ๔ การส่งเสริมการขายในรูปแบบการชิงโชคกีฬาประเภทฟุตบอลโลก ปี ๒๕๖๑

ตารางที่ ๓ การส่งเสริมการขายในรูปแบบการชิงโชคกีฬาประเภทฟุตบอลยูโร ปี ๒๕๕๙

ลำดับ	บริษัท	แคมเปญ	ระยะเวลา	รางวัล	มูลค่ารวม
๑.	หนังสือพิมพ์ ข่าวสด	"ข่าวสดลุ้น โชค บอลยูโร ๒๐๑๖"	๑๐ มิ.ย. - ๙ ก.ค. ๕๙	<u>รางวัลที่ ๑</u> ทองคำ ๑ ล้านบาท จำนวน ๑ รางวัล <u>รางวัลที่ ๒</u> รถยนต์ซูซูกิ สวิฟต์ มูลค่า ๕๕๙,๐๐๐ บาท จำนวน ๑ รางวัล <u>รางวัลที่ ๓</u> รถจักรยานยนต์จีพีเอ็กซ์ เรซซิ่ง มูลค่า ๕๔,๙๐๐ บาท จำนวน ๔ รางวัล <u>รางวัลที่ ๔</u> แท็บเล็ต ชัมซุง กาแล็กซี่ วิว มูลค่า ๒๓,๙๐๐ บาท จำนวน ๓๐ รางวัล <u>รางวัลที่ ๕</u> โทรศัพท์ไฮเออร์ ดิจิตอล มูลค่า ๑๘,๙๐๐ บาท จำนวน ๖ รางวัล <u>รางวัลที่ ๖</u> บัตรเติมน้ำมัน พีทีที แคช การ์ด มูลค่า ๑๐,๐๐๐ บาท จำนวน ๑๐ รางวัล	๓ ล้านบาท ^{๓๘}

^{๓๘} จับรางวัลแล้วโชค "ข่าวสด" ยูโร แอร์สาวได้ทอง ๑ ล้าน หมุนราชนิกุลชิงแค้น [เว็บไซต์]. (๓๐ กรกฎาคม ๒๕๕๙). ข่าวสด.
สืบค้นจาก https://www.khaosod.co.th/view_newsonline.php?newsid=1469846072 (เข้าถึงเมื่อวันที่ ๑๗ พฤศจิกายน ๒๕๖๑).

ลำดับ	บริษัท	แคมเปญ	ระยะเวลา	รางวัล	มูลค่ารวม
				รางวัลที่ ๗ บัตรกำนัล เดอะมอลล์ มูลค่า ๑๐,๐๐๐ บาท จำนวน ๑๐ รางวัล รางวัลที่ ๘ นาฬิกาออกกำลังกาย การมิน รุ่นไวไวแอ็กทีฟ มูลค่า ๙,๗๐๐ บาท จำนวน ๒๕ รางวัล	
๒.	หนังสือพิมพ์ ไทยรัฐ	เชียร์'ยูโร ๒๐๑๖' ลุ้นโชคกับ ไทยรัฐ	๑๐ มิ.ย. - ๙ ก.ค. ๕๙	รางวัลที่ ๑ เงินสด ๑๐,๐๐๐,๐๐๐ บาท ๑ รางวัล รางวัลที่ ๒ เงินสด ๑,๐๐๐,๐๐๐ บาท ๑๐ รางวัล รางวัลที่ ๓ เงินสด ๑๐๐,๐๐๐ บาท ๑๐๐ รางวัล ผู้สนับสนุน บริษัทละ ๓ ล้านบาท ๑.บริษัท เจมส์ แกลอรี่ ๒.บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) ๓.บริษัท ช้างอินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ๔.บริษัท ตรีเพชรรีชีซูเซลล์ จำกัด ๕.ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ๖. บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ๗. ไปรษณีย์ไทย จำกัด ๘. บริษัท เอ.พี.ฮอนด้า จำกัด ๙. บริษัท เอ็มเอ็มพี คอร์ปอเรชั่น จำกัด ๑๐. บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) ไทยรัฐ อัดฉีดรางวัลพิเศษ รางวัลที่ ๑ รถจักรยานยนต์ ฮอนด้า รุ่น MSX ๑๒๕ SF จำนวน ๑๒ คัน	๓๐ ล้านบาท ^{๓๙} และ ๔๒ ล้านบาท (พิเศษ) ^{๔๐}

^{๓๙} เชียร์'ยูโร ๒๐๑๖' ลุ้นโชคกับไทยรัฐ. (๑ พฤษภาคม ๒๕๕๙) [เว็บไซต์]. ไทยรัฐ. สืบค้นจาก <https://www.thairath.co.th/content/613413> (เข้าถึงเมื่อวันที่ ๑๘ พฤศจิกายน ๒๕๖๑).

^{๔๐} ลุ้น ๑ ใน ๖๔ ล้าน คว่า ๑๐ ล. ทายบอลยูโร [เว็บไซต์]. (๒๓ กรกฎาคม ๒๕๕๙). ไทยรัฐ. สืบค้นจาก <https://www.thairath.co.th/content/670464> (เข้าถึงเมื่อวันที่ ๑๘ พฤศจิกายน ๒๕๖๑).

ลำดับ	บริษัท	แคมเปญ	ระยะเวลา	รางวัล	มูลค่ารวม
				ราคาคันละ ๘๔,๐๐๐ บาท รวมมูลค่า ๑,๐๐๘,๐๐๐ บาท จากบริษัท เอ.พี. ฮอนด้า จำกัด <u>รางวัลที่ ๒</u> บัตรกำนัลเดอะมอลล์ ๓๐ รางวัล มูลค่ารางวัลละ ๕๐,๐๐๐ บาท รวมมูลค่า ๑,๕๐๐,๐๐๐ บาท จากบริษัท เดอะมอลล์ กรุ๊ป จำกัด <u>รางวัลที่ ๓</u> โทรศัพท์มือถือพานาโซนิค วิวร้า แอลอีดี ทีวี รุ่น TH-๕๕CX๔๐๐T ขนาด ๕๕ นิ้ว จำนวน ๓๕ เครื่อง ราคาเครื่องละ ๓๙,๙๙๐ บาท รวมมูลค่า ๑,๓๙๙,๖๕๐ บาท <u>รางวัลที่ ๔</u> บัตรกำนัลเมโกะ มูลค่ารางวัลละ ๕๐,๐๐๐ บาท จำนวน ๒๔ รางวัล รวมมูลค่า ๑,๒๐๐,๐๐๐ บาท จาก บริษัท บิวตี้เพล็กซ์ จำกัด (เมโกะ คลินิก) <u>รางวัลที่ ๕</u> บ้านทาวนเฮาส์โครงการ พฤษภาวิลล์ ๗๙ พหลโยธิน-รังสิต จำนวน ๑ รางวัล มูลค่า ๑.๗๕ ล้านบาท จาก บริษัท พฤษภา เรียวเอสเตท จำกัด (มหาชน) <u>รางวัลที่ ๖</u> รถยนต์ ฮอนด้า บีอาร์-วี รุ่น SV ราคา ๘๓๐,๐๐๐ บาท และฮอนด้า ซีวีก รุ่น ๑.๘E ราคา ๘๗๙,๐๐๐ บาท รวมมูลค่า ๑,๗๐๙,๐๐๐ บาท จากบริษัท ฮอนด้า ออโตโมบิล (ประเทศไทย) จำกัด <u>รางวัลที่ ๗</u> เครื่องลดอุณหภูมิอากาศ ชนิดอี-แวลูเพรทีฟ M Kool รุ่น MKF ๑๐ จำนวน ๑๐๐ เครื่อง ราคาเครื่องละ ๑๑,๕๐๐ บาท รวมมูลค่า ๑,๑๕๐,๐๐๐ บาท จากบริษัท เอ็มเอ็มพี คอร์ปอเรชั่น จำกัด	

ลำดับ	บริษัท	แคมเปญ	ระยะเวลา	รางวัล	มูลค่ารวม
				<u>รางวัลที่ ๘</u> ตัวเครื่องบินไทยแอร์เอเชีย กรุงเทพฯ-หลวงพระบาง จำนวน ๑๐ รางวัล, กรุงเทพฯ-ฮ่องกง จำนวน ๑๐ รางวัล, กรุงเทพฯ-มาเก๊า จำนวน ๑๐ รางวัล รวมเป็น ๓๐ รางวัล รางวัล ละ ๒ ที่นั่ง รวมมูลค่า ๑,๕๐๐,๐๐๐ บาท จากบริษัทไทยแอร์เอเชีย จำกัด <u>รางวัลที่ ๙</u> รางวัลเงินสด ๑๕๐ รางวัล รางวัลละ ๑๐,๐๐๐ บาท รวมมูลค่า ๑,๕๐๐,๐๐๐ บาทจากบริษัท พร้อม เทคนิคคอล เซอร์วิสเซส จำกัด <u>รวมทั้งสิ้น ๔๙๕ รางวัล มูลค่า ๔๒ ล้านบาท</u>	
๓.	หนังสือพิมพ์ เดลินิวส์		๑๐ มิ.ย. - ๙ ก.ค. ๕๙	<u>รางวัลที่ ๑</u> ทองคำแท่งหนัก ๑๕๐ บาท จำนวน ๑ รางวัล รางวัลละ ๓,๐๗๙,๕๐๐ บาท <u>รางวัลที่ ๒</u> รถยนต์ MITSUBISHI รุ่น ALL NEW PAJERO SPORT จำนวน ๑ รางวัล รางวัลละ ๑,๔๘๔,๐๐๐ บาท <u>รางวัลที่ ๓</u> รถยนต์ MITSUBISHI รุ่น ALL NEW PAJERO SPORT จำนวน ๑ รางวัล รางวัลละ ๑,๒๗๙,๐๐๐ บาท <u>รางวัลที่ ๔</u> ทองคำแท่งหนัก ๕๐ บาท จำนวน ๓ รางวัล รางวัลละ ๑,๐๒๖,๕๐๐ บาท <u>รางวัลที่ ๕</u> รถยนต์ MITSUBISHI รุ่น TRITON DOUBLE CAB จำนวน ๑ รางวัล รางวัลละ ๑,๐๔๙,๐๐๐ บาท <u>รางวัลที่ ๖</u> รถยนต์ MITSUBISHI	๓๐ ล้านบาท ^{๔๑}

^{๔๑} รายชื่อผู้โชคดีกิจกรรมทายผลฟุตบอลยูโร ๒๐๑๖ ประกาศรายชื่อผู้โชคดีจากกิจกรรมทายผลฟุตบอล ยูโร ๒๐๑๖ “ลุ้นแชมป์
ยูโร ๒๐๑๖ ลุ้นโชคกับเดลินิวส์” [เว็บไซต์]. (๑๖ กรกฎาคม ๒๕๕๙). เดลินิวส์. สืบค้นจาก
<https://www.dailynews.co.th/sports/509320> (เข้าถึงเมื่อวันที่ ๑๘ พฤศจิกายน ๒๕๖๑).

ลำดับ	บริษัท	แคมเปญ	ระยะเวลา	รางวัล	มูลค่ารวม
				รุ่น TRITON DOUBLE CAB จำนวน ๑ รางวัล รางวัลละ ๘๕๔,๐๐๐ บาท <u>รางวัลที่ ๗</u> รถยนต์ MITSUBISHI รุ่น TRITON M/Cab จำนวน ๑ รางวัล รางวัลละ ๖๑๔,๐๐๐ บาท <u>รางวัลที่ ๘</u> รถยนต์ MITSUBISHI รุ่น ATTRAGE จำนวน ๔ รางวัล รางวัล ละ ๕๔๕,๐๐๐ บาท <u>รางวัลที่ ๙</u> รถยนต์ MITSUBISHI รุ่น MIRAGE จำนวน ๑ รางวัล รางวัลละ ๕๓๙,๐๐๐ บาท <u>รางวัลที่ ๑๐</u> จักรยานยนต์ HONDA รุ่น CBR ๖๕๐ F จำนวน ๒ รางวัล รางวัลละ ๓๐๓,๐๐๐ บาท <u>รางวัลที่ ๑๑</u> ทองคำแท่งหนัก ๕ บาท จำนวน ๗๐ รางวัล รางวัลละ ๑๐๒,๖๕๐ บาท <u>รางวัลที่ ๑๒</u> จักรยานยนต์ HONDA รุ่น CBR ๓๐๐ F จำนวน ๔ รางวัล รางวัลละ ๑๒๖,๐๐๐ บาท <u>รางวัลที่ ๑๓</u> จักรยานยนต์ HONDA รุ่น MSX ๑๒๕SF จำนวน ๑๑ รางวัล รางวัลละ ๗๐,๕๐๐ บาท <u>รางวัลที่ ๑๔</u> จักรยานยนต์ HONDA รุ่น CLICK ๑.๒๕i จำนวน ๘ รางวัล รางวัลละ ๕๒,๘๐๐ บาท <u>รางวัลที่ ๑๕</u> สร้อยคอทองคำหนัก ๑ บาท จำนวน ๑๐๐ รางวัลละ ๒๒,๐๐๐ บาท <u>รางวัลพิเศษ “แบบแบ่งภาค”</u>	

ลำดับ	บริษัท	แคมเปญ	ระยะเวลา	รางวัล	มูลค่ารวม
				<u>รางวัลพิเศษ ๑</u> รถยนต์ MITSUBISHI รุ่น MIRAGE จำนวน ๕ รางวัล รางวัลละ ๕๓๙,๐๐๐ บาท <u>รางวัลพิเศษ ๒</u> ทองคำแท่งหนัก ๕ บาท จำนวน ๕ รางวัล รางวัลละ ๑๐๒,๖๕๐ บาท <u>รางวัลพิเศษ ๓</u> จักรยานยนต์ HONDA รุ่น SUPER CUB จำนวน ๕ รางวัล รางวัลละ ๔๒,๓๐๐ บาท	

ตารางที่ ๔ การส่งเสริมการขายในรูปแบบการชิงโชคกีฬาประเภทฟุตบอลโลก ปี ๒๕๖๑

ลำดับ	บริษัท	แคมเปญ	ระยะเวลา	รางวัล	มูลค่ารวม
๑.	บริษัท มติชน จำกัด มหาชน และ บริษัท ช้าง อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด	กิจกรรม “ข่าวสด-มติชน บอลโลก ๒๐๑๘” ร่วมลุ้นโชครางวัลใหญ่จากการทายผลทีมฟุตบอลที่จะได้แชมป์โลก	๑ มิ.ย. ๖๑ เป็นต้นไป	- รถกระบะมาสด้า ปีที่-๕๐ โปร เอฟ เอสซี ๒.๒ ไฮ-เรเซอร์ ราคา ๗๕๕,๐๐๐ บาท จำนวน ๑ รางวัล - รถยนต์มาสด้า ๒ ๑.๓ สปอร์ต มูลค่า ๕๔๒,๐๐๐ บาท ๑ รางวัล - จักรยานยนต์ฮอนด้า ซูมเมอร์ รางวัลละ ๕๕,๗๐๐ บาท ๓ รางวัล - จักรยานยนต์ฮอนด้า สกู๊ปปี ไอ คลับ ๑๒ รางวัลละ ๕๑,๐๐๐ บาท ๓ รางวัล - โดรน ดีเจไอ มาร์วิค แอร์ คอมโบ รางวัลละ ๓๗,๕๐๐ บาท จำนวน ๑๐ รางวัล - สมาร์ทโฟนหัวเว่ย พี๒๐ โปร รางวัลละ ๒๗,๙๐๐ บาท ๑๐ รางวัล - โทรศัพท์ แอลอีดี ๔๙ นิ้ว อะโคเนติก สมาร์ททีวี โฟเค อัลตรา เอชดี รางวัลละ ๑๕,๙๐๐ บาท จำนวน ๒๐ รางวัล	๕.๑ ล้านบาท ^{๔๒}

^{๔๒} ชวนแฟนบอลร่วมสนุกพร้อมชิงโชคใน “ข่าวสด-มติชน บอลโลก ๒๐๑๘” [เว็บไซต์]. (๓๑ พฤษภาคม ๒๕๖๑). มติชนสุดสัปดาห์. สืบค้นจาก https://www.matichonweekly.com/fifa-world-cup-2018/article_105266 (เข้าถึงเมื่อวันที่ ๑๗ พฤศจิกายน ๒๕๖๑).

ลำดับ	บริษัท	แคมเปญ	ระยะเวลา	รางวัล	มูลค่ารวม
๒.	หนังสือ พิมพ์ไทยรัฐ	กิจกรรมทาย ผลฟุตบอล โลก เพื่อชิง เงินรางวัล มูลค่ากว่า ๓๒ ล้านบาท	๑ มิ.ย. - ๑๔ ก.ค. ๖๑	<u>รางวัลสำหรับการทายผลทาง ไปรษณียบัตร</u> - รางวัลที่ ๑ มูลค่า ๑๐,๐๐๐,๐๐๐ บาท จำนวน ๑ รางวัล - รางวัลที่ ๒ มูลค่า ๑,๐๐๐,๐๐๐ บาท จำนวน ๑๐ รางวัล - รางวัลที่ ๓ มูลค่า ๑๐๐,๐๐๐ บาท จำนวน ๑๐๐ รางวัล <u>รางวัลสำหรับการทายผลทางออนไลน์</u> - รางวัลที่ ๑ มูลค่า ๕๐๐,๐๐๐ บาท จำนวน ๑ รางวัล - รางวัลที่ ๒ มูลค่า ๕๐,๐๐๐ บาท จำนวน ๑๐ รางวัล - รางวัลที่ ๓ มูลค่า ๑๐,๐๐๐ บาท จำนวน ๑๐๐ รางวัล	๓๒ ล้านบาท ^{๔๓}
๓.	หนังสือ พิมพ์เดลินิวส์ ร่วมกับ พันธมิตร ประกอบ ด้วย - บริษัท แอด วานซ์ ไวร์เลส เน็ตเวิร์ค จำกัด - สายการบิน บางกอกแอร์ เวย์ส	ลุ้นแชมป์ บอลโลก ๒๐๑๘ ลุ้น โชคกับ เดลินิวส์	๒๔ พ.ค. - ๑๕ ก.ค. ๖๑	- ทองคำแท่ง - รถยนต์มิตซูบิชิ รุ่น New Pajero Sport ๒.๔ D GT WD - รถจักรยานยนต์ฮอนด้า - บัตรโดยสารเครื่องบินไป-กลับพร้อมที่ พัก และอื่น ๆ	๒๐ ล้านบาท ^{๔๔}

^{๔๓} 'แจก ๓๒ ล้าน' ทายผลบอลโลก [เว็บไซต์]. (๒๔ พฤษภาคม ๒๕๖๑). ไทยรัฐ. สืบค้นจาก <https://www.thairath.co.th/content/1289954> (เข้าถึงเมื่อวันที่ ๑๘ พฤศจิกายน ๒๕๖๑).

^{๔๔} "ลุ้นแชมป์บอลโลก ๒๐๑๘ ลุ้นโชคกับเดลินิวส์" [เว็บไซต์]. (๒๔ พฤษภาคม ๒๕๖๑). เดลินิวส์. สืบค้นจาก <https://www.dailynews.co.th/sports/645036> (เข้าถึงเมื่อวันที่ ๒๔ พฤศจิกายน ๒๕๖๑).

ลำดับ	บริษัท	แคมเปญ	ระยะเวลา	รางวัล	มูลค่ารวม
	-บริษัท การบิน กรุงเทพ จำกัด (มหาชน) - บริษัท เอ.พี. ฮอนด้า จำกัด - บริษัท มิตซูบิชิ มอเตอร์ส์ (ประเทศไทย) จำกัด - และนาย ประเสริฐ สลิธอำไพ ผู้ช่วย กรรมการ ผู้จัดการใหญ่ บริหาร ชื่อเสียงองค์กร และกิจการ เพื่อสังคม บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)				
๔.	True Digital & Media Platform Company Limited.	เชียร์กระทู้ บอลโลก โซเชียล รวม ๓๐ ล้านบาท	๑ มิ.ย. - ๑๔ ก.ค. ๖๑	รางวัลที่ ๑ ทองคำแท่งมูลค่า ๑๐ ล้าน บาท จำนวน ๑ รางวัล รางวัลที่ ๒ รถยนต์ MG GS ๒.๐T มูลค่า ๑.๓ ล้านบาท จำนวน ๑ รางวัล	๓๐.๖ ล้านบาท ^{๔๕}

^{๔๔} เปลี่ยนมาใช้ทรูฟ เอช ยิ่งเดิม ยิ่งได้ลุ้น ทายผลแชมป์ฟุตบอลโลก ๒๐๑๘ [เว็บไซต์]. (ม.ป.ป.). สืบค้นจาก <http://home.trueid.net/trueworldcup2018/rules.html> (เข้าถึงเมื่อวันที่ ๑๘ พฤศจิกายน ๒๕๖๑).

ลำดับ	บริษัท	แคมเปญ	ระยะเวลา	รางวัล	มูลค่ารวม
				รางวัลที่ ๓ รถกระบะ Toyota Hilux ๒.๔ มูลค่า ๙๖๙,๐๐๐ บาท จำนวน ๒ รางวัล รางวัลที่ ๔ รถจักรยานยนต์ Yamaha QBIX ABS มูลค่า ๕๘,๘๕๐ บาท จำนวน ๒๐ รางวัล รางวัลที่ ๕ รับชมทริวิชั่นส์ แพ็กเกจ แพลทินัม ฟรี ๑ ปี มูลค่า ๒๗,๖๗๒ บาท/ปี จำนวน ๒๐๐ รางวัล ** เงื่อนไขเป็นไปตามที่ทรูวิชั่นส์กำหนด รางวัลที่ ๖ โทรศัพท์ VIVO รุ่น V๙ มูลค่า ๑๐,๙๙๙ บาท จำนวน ๕๐ รางวัล รางวัลที่ ๗ โทรศัพท์ VIVO รุ่น V๗ Plus มูลค่า ๙,๙๙๙ บาท จำนวน ๒๐๐ รางวัล รางวัลที่ ๘ โทรศัพท์ VIVO รุ่น V๗ มูลค่า ๗,๙๙๙ บาท จำนวน ๗๐๐ รางวัล รางวัลที่ ๙ True Smart Watch พร้อมแพ็กเกจ รวมมูลค่า ๔,๙๙๐ บาท จำนวน ๕๐๐ รางวัล	
๕.	บริษัท วีซ่า อินเตอร์ เนชั่นแนล (ประเทศไทย) จำกัด, บริษัท วัฒนกุล กรุ๊ป จำกัด และ บริษัท ซีพี	ลุ้นบินลัดฟ้า ชมฟุตบอลโลก รอบชิงชนะเลิศกับ บัตรวีซ่าและ ๗ eleven	๒๔ มี.ค. - ๑๕ พ.ค. ๖๑	- บัตรเข้าชมการแข่งขัน ๒๐๑๘ FIFA World Cup™ รอบชิงชนะเลิศ จำนวน ๒ ที่นั่ง พร้อมตัวเครื่องบินไปกลับ กรุงเทพฯ – มอสโก ๒ ที่นั่ง โรงแรมที่พัก ๕ วัน ๔ คืน (เมื่อใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตวีซ่า บัตร	๐.๖๘ ล้านบาท ^{๔๖}

^{๔๖} ลุ้นบินลัดฟ้าชมฟุตบอลโลก ๒๐๑๘ FIFA World Cup Russia™ รอบชิงชนะเลิศที่มอสโก [เว็บไซต์]. (ม.ป.ป). สืบค้นจาก https://www.visa.co.th/th_TH/pay-with-visa/visa-offers-and-perks/7-eleven-fifa.html (เข้าถึงเมื่อวันที่ ๒๔ พฤศจิกายน ๒๕๖๑).

ลำดับ	บริษัท	แคมเปญ	ระยะเวลา	รางวัล	มูลค่ารวม
	ออลส์ จำกัด (มหาชน)			ฟรีเพดวีซ่า ทุกๆ ๓๐๐ บาท* ที่ร้าน เซเว่นอีเลฟเว่น รับ ๑ สิทธิ์ ในการร่วม ลุ้นชิงรางวัลไปชมฟุตบอลโลกที่มอสโก)	
๖.	บริษัท วีซ่า อินเตอร์ เนชั่นแนล (ประเทศไทย) และ ธนาคาร กรุงเทพ จำกัด (มหาชน)	ลุ้นเที่ยว รัสเซีย เชียร์ ๒๐๑๘ FIFA World Cup กับบัตร เครดิตวีซ่า ธนาคาร กรุงเทพ	๑๕ ก.พ. - ๓ เม.ย. ๖๑	- โปรแกรมท่องเที่ยว ๕ วัน/๔ คืน สำหรับ ๒ ท่าน รวมที่พักและอาหารเช้า ตามที่ธนาคารกำหนด - บัตรเข้าชมการ แข่งขันฟุตบอลโลกรอบ ๔ ทีมสุดท้าย และรอบ ๑๖ ทีมสุดท้าย ตามที่ ธนาคารกำหนด - บัตรโดยสารเครื่องบินชั้น Economy Class (ไป-กลับ) ของสายการบินและวัน เดินทางที่ธนาคารกำหนด	๕.๔ ล้านบาท ^{๔๗}
๗.	บริษัท วีซ่า อินเตอร์ เนชั่นแนล (ประเทศไทย) และ ธนาคารกสิกร ไทย จำกัด (มหาชน)	ลุ้นเชียร์บอล โลก ๒๐๑๘ FIFA WORLD CUPTM ที่ ประเทศ รัสเซีย กับ บัตรเครดิต และบัตรเด บิตวีซ่ากสิกร ไทย	๑๕ ก.พ. - ๓๐ เม.ย. ๖๑	- บัตรชมฟุตบอลโลกรอบชิงชนะเลิศ จำนวน ๒ รางวัล รางวัลละ ๒ ที่นั่ง - บัตรชมฟุตบอลโลกรอบคัดเลือก ๑๖ ทีม จำนวน ๗ รางวัล รางวัลละ ๒ ที่นั่ง	๕.๖๒ ล้านบาท ^{๔๘}
๘.	บริษัท วีซ่า อินเตอร์ เนชั่นแนล	"Citi Visa ๒๐๑๘ FIFA World	๑๖ ก.พ. - ๑๕ เม.ย. ๖๑	รางวัลที่ ๑ ได้แก่ แพ็กเกจทัวร์ ๒ ท่าน เพื่อเข้าชมการแข่งขัน ๒๐๑๘ FIFA	๓.๕ ล้านบาท ^{๔๙}

^{๔๗} ลุ้นเที่ยวรัสเซีย เชียร์ ๒๐๑๘ FIFA World Cup กับบัตรเครดิตวีซ่าธนาคารกรุงเทพ [เว็บไซต์]. (๑๐ เมษายน ๒๕๖๑). สืบค้นจาก <https://bit.ly/2TTV7JN> (เข้าถึงเมื่อวันที่ ๒๔ พฤศจิกายน ๒๕๖๑).

^{๔๘} โอกาสเชียร์ FIFA World Cup ที่รัสเซีย อยู่ไม่ไกล...ยิ่งรุดยิ่งใกล้ เต็มเต็มความฝันในทุก ๑,๐๐๐ บาท [เว็บไซต์]. (ม.ป.ป.). สืบค้นจาก <http://kbankcard.askkbank.com/TH/E-Newsletter/Pages/FIFAWinner61.aspx> (เข้าถึงเมื่อวันที่ ๑๘ พฤศจิกายน ๒๕๖๑).

^{๔๙} บัตรเครดิตซิตี้วีซ่า รับเทศกาลฟุตบอลโลก ๒๐๑๘ ลุ้นรางวัลรวม ๕ ล้านบาท พาเชียร์ถึงขอบสนามรัสเซีย [เว็บไซต์]. (๑๐ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๑). สืบค้นจาก <https://goo.gl/6k8z7F> (เข้าถึงเมื่อวันที่ ๑๘ พฤศจิกายน ๒๕๖๑).

ลำดับ	บริษัท	แคมเปญ	ระยะเวลา	รางวัล	มูลค่ารวม
	(ประเทศไทย) และ ธนาคาร ซีทีแบงค์ไทย จำกัด (มหาชน)	Cup™ a Remarkable Experience from Visa”		World Cup™ รอบชิงชนะเลิศใน ประเทศรัสเซีย รางวัลที่ ๒ ได้แก่ แพ็กเกจทัวร์ ๒ ท่าน เพื่อชมการแข่งขันรอบรองชนะเลิศ รางวัลที่ ๓ ได้แก่ แพ็กเกจทัวร์ ๒ ท่าน เพื่อชมการแข่งขันรอบ ๘ ทีมสุดท้าย มีทั้งหมด ๔ รางวัล สำหรับรางวัลที่ ๑ จะได้รับบัตรโดยสารชั้นธุรกิจ และ สำหรับรางวัลอื่น ๆ เป็นบัตรโดยสารชั้น ประหยัด และแพ็กเกจทัวร์สำหรับทุก รางวัลจะรวมห้องพักในโรงแรม ๔ คืน และกิจกรรมสันทนาการสำหรับ ๒ ท่าน - พิเศษสำหรับผู้ถือบัตรซีที เอ็ม วีซ่ามี โอกาสลุ้นรางวัลทริปสุดพิเศษเพื่อชม การแข่งขันรอบ ๑๖ ทีมสุดท้ายอีกด้วย	
๙.	บริษัทกลุ่ม เซ็นทรัล จำกัด	WORLD SOCCER ช็อป เซียร์ ลันโซค	๑๖ พ.ค. - ๑๕ ก.ค. ๖๑	รับ ๑ สิทธิลุ้นรางวัลมูลค่ากว่า ๑.๔ ล้านบาท และคูปองส่วนลดมูลค่า ๔,๐๐๐ บาท รางวัลที่ ๑ โทรศัพท์ LED ๕๕ นิ้ว มูลค่ากว่า ๓๐,๐๐๐ บาท รวม ๑๕ รางวัล รางวัลที่ ๒ ซูเปอร์ สปอร์ต กิฟต์การ์ด มูลค่า ๑๐,๐๐๐ บาท รวม ๔๕ รางวัล รางวัลที่ ๓ ท็อปส์ กิฟต์การ์ด มูลค่า ๓,๐๐๐ บาท รวม ๑๕๐ รางวัล	๑.๔ ล้านบาท ^{๕๐}
๑๐.	บริษัท เอส.ซี. เสรีชัยวิดี จำกัด, บริษัท	HEAD UP TO RUSSIA	๑๕ กุมภาพันธ์ - ๑๐	- บัตรชมการแข่งขัน ๒๐๑๘ FIFA World Cup™ รอบ ๘ ทีม จำนวน ๑ รางวัล	๐.๖๗ ล้านบาท ^{๕๑}

^{๕๐} World Soccer'๑๘ ช็อป เซียร์ ลันโซค ลุ้นรับรางวัลมูลค่ากว่า ๑.๔ ล้านบาท [เว็บไซต์]. (๙ พฤษภาคม ๒๕๖๑). สืบค้นจาก <http://www.supersports.co.th/store/world-soccer-2018/> (เข้าถึงเมื่อวันที่ ๒๔ พฤศจิกายน ๒๕๖๑).

^{๕๑} "โลแลน เฮด อัฟ" จั๊บแจก " Sthaporn"เฮงดูบอลโลก ๒๐๑๘ [เว็บไซต์]. (๒๐ เมษายน ๒๕๖๑). สืบค้นจาก <http://www.siamsport.co.th/other/other/view/64840> (เข้าถึงเมื่อวันที่ ๒๔ พฤศจิกายน ๒๕๖๑).

ลำดับ	บริษัท	แคมเปญ	ระยะเวลา	รางวัล	มูลค่ารวม
	สยามสปอร์ต ซินดิเคท จำกัด (มหาชน) และ บริษัทในเครือ		เมษายน ๒๕๖๑	- โทรศัพท์มือถือ ไอโฟน ๘ พลัส จำนวน ๑ รางวัล - กีฬาเซตผลิตภัณฑ์ lolane จำนวน ๓๐ รางวัล	

จากที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นว่าบริษัทที่มีการใช้เครื่องมือการส่งเสริมการขายในรูปแบบการชิงโชคเป็นบริษัทที่จำหน่ายสินค้าประเภทเครื่องดื่มชาเขียวและเครื่องดื่มชูกำลัง และบริษัทต่างๆ ยังมีการทำการส่งเสริมการขายในรูปแบบการชิงโชคในช่วงที่มีการแข่งขันฟุตบอลยูโรและฟุตบอลโลกเท่านั้น ผู้วิจัยยังพบว่าในปี ๒๕๖๑ มีบริษัทอีกหลากหลายบริษัทที่ใช้เครื่องมือการส่งเสริมการขายในรูปแบบการชิงโชค ซึ่งจะเห็นรายละเอียดได้จากตารางที่ ๕ การส่งเสริมการขายในรูปแบบการชิงโชคปี ๒๕๖๑ ของบริษัทอื่นๆ

ตารางที่ ๕ การส่งเสริมการขายในรูปแบบการชิงโชคปี ๒๕๖๑

ลำดับ	บริษัท/ ผลิตภัณฑ์	แคมเปญ	ระยะเวลา	รางวัล	มูลค่ารวม
๑.	บริษัท เนสท์เล่ (ไทย) จำกัด	NESCAFE Blend & Brew ชง เชียร์ มันส์ สนุกได้ ๒ ต่อ	๑๖ พ.ค. - ๑๕ ก.ค. ๖๑	ตอนที่ ๑ แก้วเนสกาแฟ ลิมิเตด เอดิชั่น ลายธงชาติที่มในดวงใจ เมื่อซื้อเนสกา แฟ ครบ ๑๗๙ บาท/ใบเสร็จ ตอนที่ ๒ แพ็กเกจทัวร์ ประเทศรัสเซีย ๗ วัน ๖ คืน (สำหรับ ๒ ท่าน/รางวัล) มูลค่ารางวัลละ ๒๔๐,๐๐๐ บาท จำนวน ๗ รางวัล รวมมูลค่า ๑,๖๘๐,๐๐๐ บาท	๑.๖๘ ล้านบาท ^{๕๒}
		เนสกาแฟ เบลนด์ แอนด์ บรู	๑๕ ก.พ. - ๑๕ พ.ค. ๖๑	- รถยนต์ Mercedes-Benz รุ่น C๓๕๐ e Avantgarde มูลค่ารางวัลละ ๒.๖๔ ล้านบาท จำนวน ๑ รางวัล	๑๐ ล้านบาท ^{๕๓}

^{๕๒} กิจกรรม NESCAFÉ Blend & Brew ชง เชียร์ มันส์ สนุกได้ ๒ ต่อ [เว็บไซต์]. (๓๑ พฤษภาคม ๒๕๖๑). สืบค้นจาก <https://bit.ly/2Guwwb7> (เข้าถึงเมื่อวันที่ ๑๗ พฤศจิกายน ๒๕๖๑).

^{๕๓} เนสกาแฟ. (๑๔ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๑). กติกากิจกรรมเนสกาแฟ เบลนด์ แอนด์ บรู จับสลาก แจกโชค ๑๐ ล้าน [เว็บไซต์]. สืบค้นจาก <https://bit.ly/2taQgrg> (เข้าถึงเมื่อวันที่ ๑๘ พฤศจิกายน ๒๕๖๑).

ลำดับ	บริษัท/ ผลิตภัณฑ์	แคมเปญ	ระยะเวลา	รางวัล	มูลค่ารวม
		จับແຫຼກ ແຈກໂຮກ ໑໐ ລ້ານ		- รถจักรยานยนต์ YAMAHA รุ่น QBIX มูลค่ารางวัลละ ๕๑,๓๖๐ บาท จำนวน ๓๓ รางวัล รวมมูลค่า ๑.๖๙ ล้านบาท - สร้อยคอทองคำหนัก ๑ บาท มูลค่า รางวัลละ ๑๙,๗๖๐ บาท จำนวน ๒๙๐ รางวัล รวมมูลค่า ๕.๗๓ ล้านบาท รวมจำนวนของรางวัลทั้งรายการ จำนวน ๓๒๔ รางวัล	
๒.	บริษัท โรงงาน ผลิตภัณฑ์ อาหารไทย จำกัด (ไวไว)	“ควิก ແສບ” ໂຮກປຸ້ປັບ ລຸ້ນຮັບໂອໂຟນ	๒๔ พ.ค. - ๒๓ ก.ค. ๖๑	- iPhone X ๖๔GB (มูลค่า ๔๐,๕๐๐ บาท) จำนวน ๑๐ รางวัล - iPad Pro ๑๐.๕ นิ้ว (มูลค่า ๒๔,๕๐๐ บ.) จำนวน ๒๕ รางวัล **เฉพาะการซื้อที่ ๗-๑๑ เท่านั้น	๑.๐๑ ล้านบาท ^{๕๔}
๓.	บริษัท โล่ออน (ประเทศไทย) จำกัด	ລຸ້ນໂຮກຕະລຸຍ ໂລກລ້ານປີ ເຢືອນຄິນ ໄດໂນເສຣ໌ກັບ ໂຄໂດໂມ	๑ พ.ค. - ๓๑ ก.ค. ๖๑	แพ็คเกจทัวร์ตะลุยโลกล้านปี เียนถิ่น ไดโนเสาร์ ณ จังหวัดขอนแก่น และ กาฬสินธุ์ รางวัลละ ๒ ท่าน รวมมูลค่า รางวัลละ ๔๐,๐๐๐ บาท จำนวน ๑๐ รางวัล	๔ แสนบาท ^{๕๕}
๔.	ดุมเม็กซ์ ประเทศไทย	ຂ່າວດີສຳລັບ ທ່ານແມ່! ລຸ້ນ ຮັບທອງເພື່ອ ທຸນການ ສຶກສາ	๒๕ เม.ย. - ๒๔ ก.ค. ๖๑	สร้อยคอทองคำ มูลค่า ๕,๐๐๐ บาท จำนวนทั้งหมด ๒๐๐ รางวัล	๑ ล้านบาท ^{๕๖}

^{๕๔} โขกປຸ້ປັບ...ລຸ້ນຮັບ iphone รวมมูลค่า ๑.๐๑ ล้านบาท [เว็บไซต์]. (ม.ป.ป.). สืบค้นจาก
<http://www.quickzabb.com/register/rules.html> (เข้าถึงเมื่อวันที่ ๑๗ พฤศจิกายน ๒๕๖๑).

^{๕๕} โคໂດໂມ ສົນໄປຕະລຸຍໂລກລ້ານປີ ເຢືອນຄິນໄດໂນເສຣ໌ [เว็บไซต์]. (ม.ป.ป.). สืบค้นจาก <https://bit.ly/2FugiKb>

^{๕๖} ดุมมิลค์ໂຮກ ๒ ຂັ້ນ ລຸ້ນຈັກຮ່າຍຍນດ໌ ສູສຸກິ ແສມຂ [เว็บไซต์]. (ม.ป.ป.). สืบค้นจาก
<https://www.dumex.co.th/BrandUpdate/Pages/Promotion/dumilk-motorcycle-campaign.aspx> (เข้าถึงเมื่อวันที่ ๒๔
 พฤศจิกายน ๒๕๖๑).

ลำดับ	บริษัท/ ผลิตภัณฑ์	แคมเปญ	ระยะเวลา	รางวัล	มูลค่ารวม
๕.	เทสโก้ โลตัส	บินลัดฟ้าไป หาหมีนเนียน	๒๙ มี.ค. - ๑๐ มิ.ย. ๖๑	สะสมแต้มปี ๑๐๐ ดวงต่อ ๑ สิทธิ มี สิทธิร่วมลุ้นรางวัล แพคเกจทัวร์ไป Universal Studio Japan กับคนรู้ใจ จำนวน ๕ รางวัล รางวัลละ ๒ ที่นั่ง รวม ๑๐ รางวัล	๑ ล้านบาท ^{๕๗}
๖.	สปอนเซอร์	สปอนเซอร์ มี เหจื้อลั่นลั่น	๑๙ มี.ค. - ๓๑ พ.ค. ๖๑	<u>ของรางวัลในการจับรางวัลครั้งที่ ๑</u> - ทองคำแท่ง มูลค่า ๑๐๐,๐๐๐ บาท จำนวน ๑๐ รางวัล รวมมูลค่า ๑,๐๐๐,๐๐๐ บาท - รถจักรยานยนต์ ยี่ห้อ ฮอนด้า รุ่น Moove มูลค่า ๕๐,๐๐๐ บาท จำนวน ๑๕ รางวัล รวมมูลค่า ๗๕๐,๐๐๐ บาท - โทรศัพท์ Iphone X ๖๔ GB มูลค่า ๔๐,๙๙๘ บาท จำนวน ๑๕ รางวัล รวมมูลค่า ๖๑๔,๙๙๐ บาท - ทองรูปพรรณ มูลค่า ๑๐,๐๐๐ บาท จำนวน ๒๑๕ รางวัล รวมมูลค่า ๒,๑๕๐,๐๐๐ บาท <u>ของรางวัลในการจับรางวัลครั้งที่ ๒</u> - ทองคำแท่ง มูลค่า ๑,๐๐๐,๐๐๐ บาท จำนวน ๑ รางวัล รวมมูลค่า ๑,๐๐๐,๐๐๐ บาท - ทองคำแท่ง มูลค่า ๑๐๐,๐๐๐ บาท จำนวน ๑๐ รางวัล รวมมูลค่า ๑,๐๐๐,๐๐๐ บาท	๑๐ ล้านบาท ^{๕๘}

^{๕๗} เทสโก้ โลตัส. (ม.ป.ป.). ลุ้นพาคนรู้ใจไปหาหมีนเนียนที่ญี่ปุ่นกับเทสโก้ โลตัส เอ็กซ์เพรสและคลับการ์ด [เว็บไซต์]. สืบค้นจาก <https://www.tescolotus.com/line/view/1802> (เข้าถึงเมื่อวันที่ ๑๗ พฤศจิกายน ๒๕๖๑).

^{๕๘} สปอนเซอร์“มีเหจื้อ ลั่นลั่น” [เว็บไซต์]. (๒๗ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๑). สืบค้นจาก <https://bit.ly/2Guwslp> (เข้าถึงเมื่อวันที่ ๑๗ พฤศจิกายน ๒๕๖๑).

ลำดับ	บริษัท/ ผลิตภัณฑ์	แคมเปญ	ระยะเวลา	รางวัล	มูลค่ารวม
				- รถจักรยานยนต์ ยี่ห้อ ฮอนด้า รุ่น Moove มูลค่า ๕๐,๐๐๐ บาท จำนวน ๑๕ รางวัล รวมมูลค่า ๗๕๐,๐๐๐ บาท - โทรศัพท์ Iphone X ๖๔ GB มูลค่า ๔๐,๙๙๘ บาท จำนวน ๑๕ รางวัล รวมมูลค่า ๖๑๔,๙๗๐ บาท - ทองรูปพรรณ มูลค่า ๑๐,๐๐๐ บาท จำนวน ๒๑๕ รางวัล รวมมูลค่า ๒,๑๕๐,๐๐๐ บาท	
๗.	๗-Eleven	ลุ้นบินหรร ดูบอลโลก กับเซเว่น	๒๔ เม.ย. - ๒๓ พ.ค. ๖๑	ตัวเครื่องบิน พร้อมที่พักและแพคเกจ ทัวร์ ๕ รางวัล รางวัลละ ๒ ที่นั่ง รวม รางวัลละ ๗๕๐,๐๐๐ บาท	๓.๗๕ ล้านบาท ^{๕๙}
๘.	บริษัท เมเจอร์ ซีนีเพล็กซ์ กรุ๊ป จำกัด ร่วมกับ การ ท่องเที่ยวแห่ง ประเทศไทย	MOVIECATI ON Season ๓ ตัวหนังพา เที่ยวไทย	๑ เม.ย. - ๓๐ มิ.ย. ๖๑	รางวัลที่ ๑ : Exclusive ๗ Greens Trip ๒ วัน ๑ คืน ทริปปะเดินทางสุด พิเศษสนุกสนานอย่างสร้างสรรค์ จำนวน ๑๐ รางวัล (รางวัลละ ๒ คน) รวมมูลค่ากว่า ๕๐๐,๐๐๐ บาท รางวัลที่ ๒ : ๗ Greens Trip Package แพคเกจท่องเที่ยวสบายใจ ไปได้ด้วย ตัวเอง รับ Voucher ที่พักรูทยาน แห่งชาติพร้อมแพคเกจการเดินทางฟรี ตลอดทริป จำนวน ๕๐ รางวัล (รางวัล ละ ๒ คน) รวมมูลค่ากว่า ๑,๕๐๐,๐๐๐ บาท	๒ ล้านบาท ^{๖๐}

^{๕๙} ๗-๑๑ พาลุ้นดูบอลโลกกับสิทธิ์แลกซื้อเซเว่น [เว็บไซต์]. (พฤษภาคม ๒๐๑๘). สืบค้นจาก <https://www.truemoney.com/a/7-eleven-bill/> (เข้าถึงเมื่อวันที่ ๒๓ พฤศจิกายน ๒๕๖๑).

^{๖๐} บริษัท เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ กรุ๊ป จำกัด [เว็บไซต์]. (ม.ป.ป.). Amazing Green Route Green Movie Movication Season 3 ตัวหนังพาเที่ยวไทย. สืบค้นจาก <http://www.majorcineplex.com/news/moviecation-3-amazing-green-route-green-movie> (เข้าถึงเมื่อวันที่ ๒๔ พฤศจิกายน ๒๕๖๑).

ลำดับ	บริษัท/ ผลิตภัณฑ์	แคมเปญ	ระยะเวลา	รางวัล	มูลค่ารวม
๙.	เอส โคล่า	เอส ซ้ำซี้ด เลือกได้	๑๕ ก.พ. - ๓๑ พ.ค. ๖๑	๑. แพคเกจทัวร์พร้อมบัตรคอนเสิร์ต GOT๗ ๒๐ รางวัล รางวัลละ ๒๕๐,๐๐๐ บาท ๒. รถยนต์โตโยต้า Ativ มูลค่า ๔๖๙,๐๐๐ บาท จำนวน ๒๐ รางวัล หรือรถจักรยานยนต์ยามาฮา คิวบิก จำนวน ๑๘๐ รางวัล รางวัลละ ๕๓,๐๐๐ บาท ๓. โฟโต้บูค GOT๗ จำนวน ๑๐๐๐ รางวัล รางวัลละ ๓,๐๐๐ บาท	๑๗ ล้านบาท ^{๖๑}
๑๐.	เป๊ปซี่	เป๊ปซี่ ชวนซ่า ล่ารถในฝัน	๑ ส.ค. - ๒๙ ก.ย. ๖๐	๑. BMW ๑๑๘i M Sport มูลค่า ๑.๙๙๙ ล้านบาทจำนวน ๘ รางวัล ๒. รถจักรยานยนต์ Honda ZOOMER-X มูลค่า ๕๕,๗๐๐ บาท จำนวนถึง ๓๐๐ รางวัล ๓. บัตรเติมน้ำมันจาก ปตท. มูลค่า ๑,๐๐๐ บาท จำนวน ๕,๗๐๐ รางวัล รวมทั้งสิ้นกว่า ๖,๐๐๐ รางวัล โดยมี มูลค่ารวมกว่า	๓๘.๔ ล้านบาท ^{๖๒}
๑๑	คาเฟ่ อเมซอน	ฉลอง ๑๕ ปี โชคสุดพินกับ บิล อเมซอน	๑๕ มิ.ย. - ๑๕ ก.ย. ๖๐	รางวัลที่ ๑ รถยนต์ Mercedes Benz รุ่น C๓๕๐ e Plug-in Hybrid มูลค่า รางวัลละ ๒,๕๗๐,๐๐๐ บาท จำนวน ๑ รางวัล รางวัลที่ ๒ ทองคำแท่ง น้ำหนัก ๕ บาท มูลค่ารางวัลละ ๑๐๔,๖๐๐ บาท	๖.๗๗ ล้านบาท ^{๖๓}

^{๖๑} เอส โคล่า เสิร์ฟโชคทุกมือให้ทุกวันสุดซี้ด [เว็บไซต์]. (ม.ป.ป.). สืบค้นจาก <https://www.estcolathai.com/promotion/#/> (เข้าถึงเมื่อวันที่ ๑๘ พฤศจิกายน ๒๕๖๑).

^{๖๒} รัสริน. (๑๙ กรกฎาคม ๒๕๖๐). “เป๊ปซี่ชวนซ่า ล่ารถในฝัน” แจกสนั่น ๖๐ วัน ๖,๐๐๐ รางวัล ยิ่งกว่าครั้งไหนๆ [เว็บไซต์]. สืบค้นจาก <https://www.brandbuffet.in.th/2017/07/pepsi-lucky-draw-for-q3-2017/> (เข้าถึงเมื่อวันที่ ๒๔ พฤศจิกายน ๒๕๖๑).

^{๖๓} โชคสุดพินกับบิลอเมซอน [เว็บไซต์]. (ม.ป.ป.). สืบค้นจาก <https://bit.ly/2GudFgG> (เข้าถึงเมื่อวันที่ ๑๗ พฤศจิกายน ๒๕๖๑).

ลำดับ	บริษัท/ ผลิตภัณฑ์	แคมเปญ	ระยะเวลา	รางวัล	มูลค่ารวม
				จำนวน ๒๐ รางวัล รวมมูลค่า ๒,๐๙๒,๐๐๐ บาท รางวัลที่ ๓ ทองคำแท่ง น้ำหนัก ๑ บาท มูลค่ารางวัลละ ๒๑,๑๐๐ บาท จำนวน ๑๐๐ รางวัล รวมมูลค่า ๒,๑๑๐,๐๐๐ บาท รวมจำนวนของรางวัลทั้งรายการ ๑๒๑ รางวัล	
๑๒	๑๐๐ พลัส	เปิดโลกซ่าส์ ล่าแสงเหนือ ที่ไอซ์แลนด์	๑ มี.ค. - ๓๑ พ.ค. ๖๑	รางวัลที่ ๑ แพ็กเกจทัวร์ประเทศ ไอซ์แลนด์ จำนวน ๑๐ รางวัล (รางวัล ละ ๒ ที่นั่ง) รางวัลละ ๔๐๐,๐๐๐ บาท รางวัลที่ ๒ ทองคำ จำนวน ๑๐๐ รางวัล รางวัลละ ๒๐,๐๐๐ บาท รางวัลที่ ๓ ทองคำแท่ง น้ำหนัก ๑ บาท มูลค่ารางวัลละ ๒๑,๑๐๐ บาท จำนวน ๑๑๐ รางวัล	๖ ล้านบาท ^{๖๔}
๑๓	Big Cola	ครอบครัวบิก สดชื่น ลื่นโซค ยกบ้าน	๑๕ มี.ค. - ๑๕ พ.ค. ๖๑	ลุ้นที่ ๑ Meet&Greet แบบส่วนตัวกับ แสดมป์ อภิวัชร ที่จะไปเยี่ยมคุณถึง บ้าน พร้อมนำความซ่าสดชื่นไปมอบให้ คุณฟรีตลอดปี (มอบสินค้าบิกขนาด ๑.๒๕ ลิตร จำนวน ๕๒ แพ็ค) รวม ๑๐ รางวัล (ครอบครัว) ลุ้นที่ ๒ โทรศัพท์ Samsung Galaxy Note๘ พร้อมเคสแสดมป์รุ่น Limited Edition จำนวน ๓๐ รางวัล มูลค่า รางวัลละ ๓๔,๒๐๐ บาท	๑ ล้านบาท ^{๖๕}

^{๖๔} ๑๐๐ พลัส เปิดโลกซ่าส์ ล่าแสงเหนือที่ไอซ์แลนด์ [เว็บไซต์]. (ม.ป.ป.). สืบค้นจาก <https://www.100plusthailand.com/promotion/#/rule> (เข้าถึงเมื่อวันที่ ๑๗ พฤศจิกายน ๒๕๖๑).

^{๖๕} Big Cola ครอบครัวบิก สดชื่น ลื่นโซคยกบ้าน [เว็บไซต์]. (๑๕ มีนาคม ๒๕๖๑). สืบค้นจาก <https://bit.ly/2sZp0ww> (เข้าถึงเมื่อวันที่ ๑๘ พฤศจิกายน ๒๕๖๑).

๓.๑.๒ งบประมาณการส่งเสริมการขายในรูปแบบการชิงโชค

จากที่เคยกล่าวมาข้างต้น จะเห็นภาพรวมของการใช้เครื่องมือการส่งเสริมการขายในรูปแบบการชิงโชคของบริษัทต่างๆ ทั้งชื่อแคมเปญ ระยะเวลา ของรางวัล และมูลค่าของรางวัล ซึ่งจะเห็นว่าบริษัทที่จะประสบความสำเร็จในการจัดแคมเปญต่างๆ จะต้องมียุทธศาสตร์ใหญ่เป็นสิ่งที่ล่อใจ รางวัลยิ่งใหญ่อีกมีมูลค่ามาก ยิ่งกระตุ้นให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อได้เร็วขึ้นและในปริมาณที่มากขึ้น

บริษัทที่จะประสบความสำเร็จ ได้อยอดขายและกำไรตามเป้าหมายที่ต้องการจากการทำการส่งเสริมการขายประเภทนี้ต้องมีงบประมาณในการทำการส่งเสริมการขายที่มากเพียงพอจะดึงดูดให้ผู้บริโภคอุดหนุนผลิตภัณฑ์ของบริษัทผ่านกิจกรรมการชิงโชค โดยส่วนใหญ่รางวัลจะมีมูลค่าหลายล้านบาท ซึ่งจะเห็นรายละเอียดได้จากตารางที่ ๖ ถึง ตารางที่ ๑๐

ตารางที่ ๖ งบประมาณการส่งเสริมการขายในรูปแบบการชิงโชคของอุตสาหกรรมเครื่องดื่ม (หน่วย: ล้านบาท)

อุตสาหกรรมเครื่องดื่ม	งบประมาณการส่งเสริมการขายในรูปแบบการชิงโชค						
	ปี	ปี	ปี	ปี	ปี	ปี	ปี
	๒๕๕๕	๒๕๕๖	๒๕๕๗	๒๕๕๘	๒๕๕๙	๒๕๖๐	๒๕๖๑
อิซิทัน	๖๐	๙๐	๗๐	๑๒๓.๔	๘๓.๕๒	๓๙	๓๓.๖๗
โออิชิ	๑๑๐	๑๒๖	๕๗.๕	๕๖.๗๕	๗๐	๘๖	๖๐
คาราบาวแดง	๑๑๓.๘	๗๐	๑.๗	๑๖.๗	๕.๒๖	๑๑	๑๖.๑
M ๑๕๐	-	๑๒๐	-	-	๒๐	๓๓.๙	๔.๖๕
กระทิ้งแดง	-	-	-	๐.๙๑	๕.๕	๒.๐๒	๒.๖๕
NESCAFÉ Blend & Brew	-	-	-	-	-	-	๑๑.๖๘
สปอนเซอร์	-	-	-	-	-	-	๑๐
เอส โคล่า	-	-	-	-	-	-	๑๗
เป๊ปซี่	-	-	-	-	-	๓๘.๔	-
คาเฟ่ อเมซอน	-	-	-	-	-	๖.๗๗	-
๑๐๐ พลัส	-	-	-	-	-	-	๖
Big Cola	-	-	-	-	-	-	๑

จากตารางที่ ๖ พบว่า ในปี ๒๕๖๑ บริษัทที่มีการใช้งบประมาณการส่งเสริมการขายในรูปแบบการชิงโชคของอุตสาหกรรมเครื่องดื่มมากที่สุด ๓ อันดับแรก คือ (๑) โออิชิ มีการใช้งบประมาณ ๖๐ ล้านบาท

บาท (๒) อิชิตันมีการใช้งบประมาณ ๓๓.๖๗ ล้านบาท และ (๓) คาราบาวแดง มีการใช้งบประมาณ ๑๖.๑ ล้านบาท แต่เมื่อมีการเปรียบเทียบการใช้งบประมาณการส่งเสริมการขายในรูปแบบการชิงโชคตั้งแต่ปี ๒๕๕๕ ถึง ๒๕๖๑ จะพบว่า บริษัทในอุตสาหกรรมเครื่องดื่มมีการใช้งบประมาณน้อยลง

ตารางที่ ๗ งบประมาณการส่งเสริมการขายในรูปแบบการชิงโชคของอุตสาหกรรมค้าปลีก (หน่วย: ล้านบาท)

อุตสาหกรรมค้าปลีก	งบประมาณการส่งเสริมการขายในรูปแบบการชิงโชค						
	ปี	ปี	ปี	ปี	ปี	ปี	ปี
	๒๕๕๕	๒๕๕๖	๒๕๕๗	๒๕๕๘	๒๕๕๙	๒๕๖๐	๒๕๖๑
เทสโก้ โลตัส	-	-	-	-	-	-	๑
๗-Eleven	-	-	-	-	-	-	๒

จากตารางที่ ๗ งบประมาณการส่งเสริมการขายในรูปแบบการชิงโชคของอุตสาหกรรมค้าปลีกพบว่า ในปี ๒๕๖๑ เทสโก้โลตัสมีการใช้งบประมาณ ๑ ล้านบาท และ ๗-Eleven มีการใช้งบประมาณ ๒ ล้านบาท ซึ่งนับว่าเป็นงบประมาณการส่งเสริมการขายในรูปแบบการชิงโชคที่น้อยมาก มีข้อน่าสังเกตว่าปี ๒๕๖๑ นี่เป็นปีแรกที่เริ่มมีงบประมาณการส่งเสริมการขายในรูปแบบการชิงโชคสำหรับอุตสาหกรรมค้าปลีก ซึ่งน่าจะเป็นการเริ่มทำการส่งเสริมการขายและติดตามผลว่า ผู้บริโภคให้การตอบรับมากน้อยขนาดไหน เพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจในการทำการส่งเสริมการขายในรูปแบบชิงโชคในปีต่อไป

ตารางที่ ๘ งบประมาณการส่งเสริมการขายในรูปแบบการชิงโชคของอุตสาหกรรมอื่นๆ (หน่วย: ล้านบาท)

อุตสาหกรรมอื่นๆ	งบประมาณการส่งเสริมการขายในรูปแบบการชิงโชค						
	ปี	ปี	ปี	ปี	ปี	ปี	ปี
	๒๕๕๕	๒๕๕๖	๒๕๕๗	๒๕๕๘	๒๕๕๙	๒๕๖๐	๒๕๖๑
ไวไว “ควิกแสบ”	-	-	-	-	-	-	๑.๐๑
ผลิตภัณฑ์โคโดโม	-	-	-	-	-	-	๐.๔
นมคูแม็กซ์	-	-	-	-	-	-	๑
เมเจอร์ ซินี	-	-	-	-	-	-	๒
เพลิกซ์	-	-	-	-	-	-	๒

จากตารางที่ ๘ งบประมาณการส่งเสริมการขายในรูปแบบการชิงโชคของอุตสาหกรรมอื่นๆ พบว่าเมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ มีการใช้งบประมาณ ๒ ล้านบาท ไวไว “ควิกแสบ” มีการใช้งบประมาณ ๑.๐๑ ล้านบาท นมดูเม็กซ์มีการใช้งบประมาณ ๑ ล้านบาท และผลิตภัณฑ์โคโคโม มีการใช้งบประมาณ ๐.๔ ล้านบาท เช่นเดียวกันกับอุตสาหกรรมค้าปลีก ปี ๒๕๖๑ นี้เป็นปีแรกที่เริ่มมีงบประมาณการส่งเสริมการขายในรูปแบบการชิงโชคสำหรับอุตสาหกรรมค้าปลีกอื่นๆ ซึ่งน่าจะเป็นการเริ่มทำการส่งเสริมการขายและติดตามผลว่า ผู้บริโภคให้การตอบรับมากน้อยขนาดไหน เพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจในการทำการส่งเสริมการขายในรูปแบบชิงโชคในปีต่อไป

จากตารางที่ ๖ ถึงตารางที่ ๘ ผู้วิจัยมีข้อสังเกตเห็นว่าในปี ๒๕๖๑ อุตสาหกรรมเครื่องดื่ม อุตสาหกรรมค้าปลีก และอุตสาหกรรมอื่นๆ มีการใช้งบประมาณการส่งเสริมการขายในรูปแบบการชิงโชครวมทั้งสิ้น ๑๗๐.๑๖ ล้านบาท อุตสาหกรรมเครื่องดื่มโดยเฉพาะชาเขียวมีการใช้งบประมาณการส่งเสริมการขายในรูปแบบการชิงโชคมากกว่าสินค้าประเภทอื่นๆ ซึ่งโออิชิ มีการใช้งบประมาณ ๖๐ ล้านบาท และอิซิดัน ที่มีการใช้งบประมาณ ๓๓.๖๗ ล้านบาท รวมกันมากถึง ๙๓.๖๗ ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ ๕๕.๐๕ ของงบประมาณทั้งหมดสำหรับการทำการส่งเสริมการขายในรูปแบบการชิงโชค

ตารางที่ ๙ งบประมาณการส่งเสริมการขายในรูปแบบการชิงโชคกีฬาประเภทฟุตบอลของอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ (หน่วย : ล้านบาท)

ชิงโชคฟุตบอล	งบประมาณการส่งเสริมการขายในรูปแบบการชิงโชค		
	ปี ๒๕๕๗ (๒๐๑๔)	ปี ๒๕๕๙ (๒๐๑๖)	ปี ๒๕๖๑ (๒๐๑๘)
หนังสือพิมพ์ข่าวสด	๕	๓	ร่วมกับมติชน
หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ	๔๐	๓๒	๓๒
หนังสือพิมพ์เดลินิวส์	๒๘	๓๐	๒๐
หนังสือพิมพ์มติชน	-	-	๕.๑

จากตารางที่ ๙ งบประมาณการส่งเสริมการขายในรูปแบบการชิงโชคกีฬาประเภทฟุตบอลของอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ พบว่า ในปี ๒๕๖๑ หนังสือพิมพ์ไทยรัฐมีการใช้งบประมาณมากที่สุด ๓๒ ล้านบาท รองลงมาคือ หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ที่การใช้งบประมาณ ๒๐ ล้านบาท และหนังสือพิมพ์ข่าวสดใช้งบประมาณ ๕.๑ ล้านบาทร่วมกับหนังสือพิมพ์มติชน และเมื่อเปรียบเทียบงบประมาณระหว่างปี ๒๕๕๗, ๒๕๕๙ และ ๒๕๖๑ พบว่า มีการใช้งบประมาณการส่งเสริมการขายในรูปแบบการชิงโชคในทิศทางที่ลดลง

ตารางที่ ๑๐ งบประมาณการส่งเสริมการขายในรูปแบบการชิงโชคกีฬาประเภทฟุตบอลของภาคธุรกิจอื่น
(หน่วย : ล้านบาท)

ชิงโชคฟุตบอล	งบประมาณการส่งเสริมการขายในรูปแบบการชิงโชค		
	ปี ๒๕๕๗ (๒๐๑๔)	ปี ๒๕๕๘ (๒๐๑๖)	ปี ๒๕๖๑ (๒๐๑๘)
บริษัท วิซ่า และบริษัท ซีพี ออลล์	-	-	๐.๖๘
บริษัท วิซ่า และธนาคารกรุงเทพ	-	-	๕.๔
บริษัท วิซ่า และธนาคารกสิกรไทย	-	-	๕.๖๒
บริษัท วิซ่า และธนาคารซีทีแบงก์	-	-	๓.๕
บริษัท กลุ่มเซ็นทรัล จำกัด	-	-	๑.๔
True Digital	-	-	๓๐.๖

จากตารางที่ ๑๐ งบประมาณการส่งเสริมการขายในรูปแบบการชิงโชคกีฬาประเภทฟุตบอลของภาคธุรกิจอื่น พบว่า True Digital มีการใช้งบประมาณมากที่สุด ๓๐.๖ ล้านบาท รองลงมาคือบริษัทวิซ่า และธนาคารกสิกรไทย และบริษัทวิซ่าและธนาคารกรุงเทพ มีการใช้งบประมาณ ๕.๖๒ ล้านบาท และ ๕.๔ ล้านบาท ตามลำดับ

จากตารางที่ ๙ ถึงตารางที่ ๑๐ ผู้วิจัยมีข้อสังเกตเห็นว่าบริษัทที่ทำการส่งเสริมการขายในรูปแบบการชิงโชคร่วมกับกิจกรรมฟุตบอลระดับโลกอยู่ในอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ ค่าปลีก การเงิน การธนาคาร และบริการ อื่นๆ มีการใช้งบประมาณการส่งเสริมการขายในรูปแบบการชิงโชครวมทั้งสิ้น ๑๐๔.๓๐ ล้านบาท ทั้งนี้ อุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์มีการใช้งบประมาณรวมกันมากถึง ๕๗.๑ ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ ๕๔.๗๕ รองลงมา คือ อุตสาหกรรมบริการเครือข่าย อย่าง True Digital ที่มีการใช้งบประมาณ ๓๐.๖ ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ ๒๙.๓๔

๓.๑.๓ ประเภทของรางวัลการส่งเสริมการขายในรูปแบบการชิงโชค

ประเภทของรางวัลการส่งเสริมการขายในรูปแบบการชิงโชค มีความหลากหลายทั้งนี้ทั้งนั้นขึ้นอยู่กับแคมเปญ งบประมาณ ประเภทของสินค้า และอื่นๆ แต่อย่างไรก็ตามประเภทของรางวัลต้องดึงดูดให้ผู้บริโภคเข้าร่วมกิจกรรมที่บริษัทจัดแคมเปญในช่วงเวลาที่กำหนด โดยส่วนใหญ่ประเภทของรางวัลจะต้องมีมูลค่าค่อนข้างสูงไม่ว่าจะเป็นทองคำ รถยนต์ สมาร์ทโฟน แปกเกจทัวร์ หรืออื่นๆ

ประเภทของรางวัลการส่งเสริมการขายในรูปแบบการชิงโชคของอุตสาหกรรมเครื่องดื่ม มีความหลากหลายตามแต่ละบริษัททำการจัดแคมเปญ ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมข้อมูลของบริษัทในอุตสาหกรรมเครื่องดื่ม ๑๒ บริษัทพบว่า ประเภทของรางวัลการส่งเสริมการขายในรูปแบบการชิงโชคของอุตสาหกรรมเครื่องดื่มที่บริษัทนิยมใช้เป็นของรางวัลอันดับแรกคือ ทองคำ มีถึง ๙ บริษัทที่ใช้เป็นของ

รางวัล รองลงมาคือ รถยนต์ รถกระบะ และรถจักรยานยนต์ มี ๘ บริษัท ใช้เป็นของรางวัลเท่ากัน ซึ่งจะเห็นรายละเอียดได้จากตารางที่ ๑๑

ตารางที่ ๑๑ ประเภทของรางวัลการส่งเสริมการขายในรูปแบบการชิงโชคของอุตสาหกรรมเครื่องดื่ม

ประเภทของรางวัล	อุตสาหกรรมเครื่องดื่ม												รวม
	อิซัน	ไออีซี	คารา	M	กระดัง	เนสท์เล่	สبون	เอส โค	เป๊ปซี่	คาเฟ่	๑๐๐	Big	
อสังหาริมทรัพย์ (บ้าน, คอนโด)	๑	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	๑
เงินสด	-	๑	๑	-	-	-	-	-	-	-	-	-	๒
ทองคำ	๑	๑	๑	๑	๑	๑	๑	-	-	๑	๑	-	๖
รถยนต์ รถกระบะ	๑	๑	-	๑	๑	๑	-	๑	๑	๑	-	-	๘
รถจักรยานยนต์	๑	๑	๑	๑	๑	๑	๑	-	๑	-	-	-	๘
สมาร์ทโฟน	๑	๑	-	๑	๑	-	๑	-	-	-	-	๑	๖
แพ็คเกจทัวร์ (ท่องเที่ยว, คูบอล, เครื่องบิน, เรือสำราญ)	-	๑	-	-	๑	๑	-	๑	-	-	๑	๑	๖
คูปองแทนเงินสด, บัตรกำนัล	-	๑	๑	-	๑	-	-	-	๑	-	-	-	๔
นาฬิกา, Smart Watch	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	๐
โทรทัศน์	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	๐
อื่นๆ เช่น บัตรเติมเงิน แอร์	๑	-	-	-	-	-	-	๑	-	-	-	-	๒

ประเภทของรางวัลการส่งเสริมการขายในรูปแบบการชิงโชคของอุตสาหกรรมค้าปลีก พบว่า เทสโก้ โลตัส และ ๗-Eleven นิยมการให้รางวัลเป็น แพคเกจทัวร์ ซึ่งจะเห็นรายละเอียดได้จากตารางที่ ๑๒

ตารางที่ ๑๒ ประเภทของรางวัลการส่งเสริมการขายในรูปแบบการชิงโชคของอุตสาหกรรมค้าปลีก

ประเภทของรางวัล	อุตสาหกรรมค้าปลีก		รวม
	เทสโก้ โลตัส	๗ - eleven	
อสังหาริมทรัพย์ (บ้าน, คอนโด)	-	-	-
เงินสด	-	-	-
ทองคำ	-	-	-
รถยนต์ รถกระบะ	-	-	-
รถจักรยานยนต์	-	-	-
สมาร์ทโฟน	-	-	-
แพคเกจทัวร์ (ท่องเที่ยว, คูบอล, เครื่องบิน, เรือสำราญ)	๑	๑	๒
คูโปนแทนเงินสด, บัตรกำนัล	-	-	-
นาฬิกา, Smart Watch	-	-	-
โทรทัศน์	-	-	-
อื่นๆ เช่น บัตรเติมเงิน แอร์	-	-	-

ประเภทของรางวัลการส่งเสริมการขายในรูปแบบการชิงโชคของอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ ที่บริษัท นิยมใช้เป็นของรางวัลมากที่สุด คือ รถยนต์ รถกระบะ และรถจักรยานยนต์ ซึ่งบริษัทหนังสือพิมพ์ทั้ง ๔ บริษัทใช้เป็นของรางวัล รองลงมา คือ สมาร์ทโฟน ที่บริษัทหนังสือพิมพ์ ๓ บริษัทใช้เป็นของรางวัล ซึ่งจะเห็นรายละเอียดได้จากตารางที่ ๑๓

ตารางที่ ๑๓ ประเภทของรางวัลการส่งเสริมการขายในรูปแบบการชิงโชคของอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์

ประเภทของรางวัล	อุตสาหกรรมเครื่องดื่ม				รวม
	หนังสือพิมพ์ ข่าวสด	หนังสือพิมพ์ ไทยรัฐ	หนังสือพิมพ์ เดลินิวส์	หนังสือพิมพ์ มติชน	
อสังหาริมทรัพย์ (บ้าน, คอนโด)	๑	๑	-	-	๒
เงินสด	-	๑	๑	-	๒
ทองคำ	๑	-	๑	-	๒
รถยนต์ รถกระบะ	๑	๑	๑	๑	๔
รถจักรยานยนต์	๑	๑	๑	๑	๔

ประเภทของรางวัล	อุตสาหกรรมเครื่องดื่ม				รวม
	หนังสือพิมพ์ ข่าวสด	หนังสือพิมพ์ ไทยรัฐ	หนังสือพิมพ์ เดลินิวส์	หนังสือพิมพ์ มติชน	
สมาร์ทโฟน	๑	-	๑	๑	๓
แพคเกจทัวร์ (ท่องเที่ยว, ดูปอล, เครื่องบิน, เรือสำราญ)	-	๑	-	-	๑
คูปองแทนเงินสด, บัตรกำนัล	๑	๑	-	-	๒
นาฬิกา, Smart Watch	๑	-	-	-	๑
โทรทัศน์	-	๑	-	๑	๒
อื่นๆ เช่น บัตรเติมเงิน แอร์	-	๑	-	๑	๒

ประเภทของรางวัลการส่งเสริมการขายในรูปแบบการชิงโชคของอุตสาหกรรมอื่นๆ มีความหลากหลายตามแต่ละบริษัทจัดแคมเปญ ประเภทของรางวัลที่บริษัทใช้ทำการส่งเสริมการขายจะเป็นทองคำ สมาร์ทโฟน แพคเกจทัวร์ และคูปองแทนเงินสดและบัตรกำนัล ซึ่งจะเห็นรายละเอียดได้จากตารางที่ ๑๔

ตารางที่ ๑๔ ประเภทของรางวัลการส่งเสริมการขายในรูปแบบการชิงโชคของอุตสาหกรรมอื่นๆ

ประเภทของรางวัล	อุตสาหกรรมอื่นๆ						รวม
	เมเจอร์ ซีนี บลิ๊คส์	True	บริษัท กลุ่ม เซ็นทรัล จำกัด	บริษัท วิซ่า	ไวไว	นมดู เม็กซ์	
อสังหาริมทรัพย์ (บ้าน, คอนโด)	-	-	-	-	-	-	-
เงินสด	-	-	-	-	-	-	-
ทองคำ	-	๑	-	-	-	๑	๒
รถยนต์ รถกระบะ	-	๑	-	-	-	-	๑
รถจักรยานยนต์	-	๑	-	-	-	-	๑
สมาร์ทโฟน	-	๑	-	-	๑	-	๒
แพคเกจทัวร์ (ท่องเที่ยว, ดูปอล, เครื่องบิน, เรือสำราญ)	๑	-	-	๑	-	-	๒

ประเภทของรางวัล	อุตสาหกรรมอื่นๆ						รวม
	เจเนอรัล ซีนี ฌล็กซ์	True	บริษัท กลุ่ม เซ็นทรัล จำกัด	บริษัท วิซ่า	ไวไว	นมดู เม็กซ์	
คูปองแทนเงินสด, บัตรกำนัล	-	๑	๑	-	-	-	๒
นาฬิกา, Smart Watch	-	๑	-	-	-	-	๑
โทรศัพท์	-	-	๑	-	-	-	๑
อื่นๆ เช่น บัตรเติมเงิน แอร์	-	-	-	-	-	-	-

ภาคธุรกิจในประเทศไทยมีการสื่อสารการตลาดโดยการเครื่องมือการส่งเสริมการขายในรูปแบบการชิงโชค เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ ซึ่งบริษัทต่างๆ อาจจะมีเป้าหมายเพื่อต้องการยอดขายและผลกำไรที่เพิ่มขึ้น และอาจจะต้องการที่จะมีส่วนแบ่งทางการตลาดเป็นอันดับหนึ่งเพื่อที่จะได้เป็นผู้นำตลาด รวมถึงในสถานะที่ผู้บริโภคมีการใช้จ่ายใช้สอยน้อย หรือสภาพการแข่งขันรุนแรง บริษัทจึงต้องการกระตุ้นให้ผู้บริโภคซื้อสินค้าของบริษัทให้มากขึ้น แทนที่จะไปซื้อสินค้าของคู่แข่งกัน โดยใช้ตัวกระตุ้นเป็นของรางวัลที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค และยังเป็นรางวัลที่มีมูลค่าสูงที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่อาจจะไม่มีกำลังซื้อหรืออำนาจทางการเงินมากเพียงพอที่จะหาซื้อได้

บริษัทที่ใช้ตัวกระตุ้นเป็นของรางวัลที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค และเป็นรางวัลที่มีมูลค่าสูง จะเป็นสิ่งกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมการตลาดตัดสินใจซื้อที่เร็วขึ้น และพฤติกรรมซื้อที่เพิ่มขึ้น ผู้บริโภคอาจคิดว่าสินค้านั้นเป็นสินค้าที่ผู้บริโภคมีการซื้อและมีการใช้ในชีวิตประจำวันอยู่แล้ว และยังได้มีโอกาสได้รับรางวัลจากการซื้อสินค้านั้น และยังรู้สึกตื่นเต้นที่ได้มีโอกาสลุ้นของรางวัลมากขึ้น

ผลลัพธ์ที่ทางบริษัทจะได้จากการส่งเสริมการขายในรูปแบบของการชิงโชค คือ ยอดขายและ/หรือผลกำไรที่เพิ่มมากขึ้น แต่บริษัทจะต้องระมัดระวังในการใช้เครื่องมือการส่งเสริมการขายในรูปแบบของการชิงโชค โดยจะต้องคำนึงถึงจรรยาบรรณทางการตลาดเป็นสำคัญ

การใช้เครื่องมือส่งเสริมการขายในรูปแบบของการชิงชื่อนี้ควรใช้ควบคู่ไปกับการสื่อสารการตลาดในเครื่องมืออื่นๆ ที่จะสื่อสารให้ผู้บริโภคเห็นถึงประโยชน์ที่แท้จริงที่ผู้บริโภคจะได้รับจากสินค้า และผู้บริโภคใช้เป็นข้อมูลในการตัดสินใจซื้อสินค้านั้นๆ เพราะมีประโยชน์หรือช่วยแก้ปัญหาต่างๆ ให้กับผู้บริโภคได้เป็นประเด็นสำคัญ ส่วนเครื่องมือส่งเสริมการขายในรูปแบบของการชิงโชค เป็นเพียงเครื่องมือกระตุ้นที่ช่วยให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อได้รวดเร็วขึ้นและซื้อสินค้าของบริษัทแทนการซื้อสินค้าของคู่แข่งกัน ไม่ควรให้เกิดเป็นพฤติกรรมการเล่นโชค ที่จะทำให้ผู้บริโภครอคอยโชคความสนา คาดหวังจะได้ของรางวัลที่ต้องการโดยง่าย ไม่ต้องเหนื่อย ไม่ต้องทำงานที่จะส่งผลให้เครื่องมือการส่งเสริมการขายในรูปแบบการชิงโชคกลายเป็นตัวกระตุ้นให้ผู้บริโภคมีความต้องการของรางวัลมากกว่าสินค้าหรือบริการ

ถึงแม้ว่าผู้บริโภคบางส่วนอาจจะคิดว่าการส่งเสริมการขายในรูปแบบการชิงโชคเป็นการคั่นกำไรให้กับผู้บริโภค หรือเป็นการคั่นกำไรให้กับสังคมก็ตาม

ดังนั้นบริษัทสามารถใช้เครื่องมือการส่งเสริมการขายโดยการชิงโชคได้ เพียงแต่ต้องใช้ให้เหมาะสมกับพฤติกรรมการซื้อและการใช้สินค้าของผู้บริโภคและยังเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่จะช่วยให้บริษัทประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้

บทที่ ๔

หลักเกณฑ์และปัญหาในการควบคุมการส่งเสริมการขาย โดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคของผู้ประกอบธุรกิจในประเทศไทย

๔.๑ กฎหมายและระเบียบในการควบคุมการส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชค โดยวิธีใดๆ ในการประกอบกิจการค้าหรืออาชีพ

ปัจจุบัน ประเทศไทยมีกฎหมายหลักที่กำหนดหลักเกณฑ์การควบคุมการส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคของผู้ประกอบธุรกิจ ๒ ฉบับ ได้แก่ พระราชบัญญัติการพนัน พ.ศ. ๒๔๗๘ ซึ่งเป็นกฎหมายที่กำหนดหลักเกณฑ์เกี่ยวกับการจัดให้มีการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชค โดยผู้ประกอบธุรกิจจะต้องกระทำการขออนุญาตตามขั้นตอนที่กฎหมายกำหนด ส่วนพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒ เป็นกฎหมายที่กำหนดหลักเกณฑ์เกี่ยวกับการโฆษณาการส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วย การเสี่ยงโชคของสินค้าโดยทั่วไป ยกเว้นสินค้าบางชนิดที่มีกฎหมายควบคุมการโฆษณาการส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคเป็นการเฉพาะ นอกจากนี้ยังมีกฎหมายลำดับรองต่างๆ ที่ออกมาเพื่อขยายระเบียบและกฎเกณฑ์ที่เกี่ยวกับการควบคุมการส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคตามกฎหมายหลักทั้ง ๒ ฉบับ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

๔.๑.๑ หลักเกณฑ์เกี่ยวกับการขออนุญาตการจัดให้มีการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคโดยวิธีใดๆ ในการประกอบกิจการค้าหรืออาชีพตามกฎหมายการพนัน

ประเทศไทย ได้มีการกำหนดหลักเกณฑ์สำหรับการจัดให้มีการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคของผู้ประกอบธุรกิจเอาไว้ในกฎหมายหลัก คือ พระราชบัญญัติการพนัน พ.ศ. ๒๔๗๘ รวมถึงได้มีการออกหลักเกณฑ์และระเบียบย่อยไว้ในกฎกระทรวงกฏกระทรวงฉบับที่ ๑๗ (พ.ศ. ๒๕๐๓) และหนังสือกระทรวงมหาดไทย เพื่อวางขั้นตอนและแนวทางปฏิบัติในการอนุญาตให้มีการจัดการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชค โดยมีหลักเกณฑ์และรายละเอียดที่ต้องพิจารณาดังนี้

๔.๑.๑.๑ ความเกี่ยวโยงระหว่าง “การพนัน” และ “การส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชค”

ความหมายโดยทั่วไปของ “การพนัน” ตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. ๒๕๔๒ หมายถึง “การเล่นเอาเงิน หรือสิ่งอื่นโดย อาศัยความฉลาด ความชำนาญ เล่ห์เหลี่ยม ไหวพริบและฝีมือรวมทั้งโชคด้วย”

ส่วนความหมายของ “การพนัน” ตามพระราชบัญญัติการพนัน พ.ศ. ๒๔๗๘ นั้นไม่มีการให้นิยามของ “การพนัน” ไว้ในกฎหมาย แต่ได้ใช้วิธีการระบุชื่อ กิจกรรมและรูปแบบที่เป็นการพนันเอาไว้ในกฎหมายแทน ดังจะเห็นได้จาก มาตรา ๔ และมาตรา ๕ ทวิ ที่บัญญัติว่า

มาตรา ๔ “ห้ามมิให้อนุญาตจัดให้มี หรือเข้าเล่น หรือเข้าพนันในการเล่นอันระบุไว้ในบัญชี ก. ท้ายพระราชบัญญัตินี้ หรือการเล่นซึ่งมีลักษณะคล้ายกัน หรือการเล่น

อันร้ายแรงอื่นใด ซึ่งรัฐมนตรีหรือเจ้าหน้าที่ได้ออกกฎกระทรวงระบุเพิ่มเติมห้ามไว้ แต่เมื่อรัฐบาลพิจารณาเห็นว่า ณ สถานที่ใดสมควรจะอนุญาตภายใต้บังคับเงื่อนไขใดๆ ให้มีการเล่นชนิดใดก็อนุญาตได้โดยออกพระราชกฤษฎีกา

การเล่นอันระบุไว้ในบัญชี ข. ท้ายพระราชบัญญัตินี้ หรือการเล่นซึ่งมีลักษณะคล้ายกัน หรือการเล่นอื่นใดซึ่งรัฐมนตรีเจ้าหน้าที่ได้ออกกฎกระทรวงระบุเพิ่มเติมไว้ จะจัดให้มีขึ้นเพื่อเป็นทางนำมาซึ่งผลประโยชน์แก่ผู้จัดโดยทางตรงหรือทางอ้อมได้ต่อเมื่อรัฐมนตรีเจ้าหน้าที่หรือพนักงานผู้ออกใบอนุญาตเห็นสมควรและออกใบอนุญาตให้ หรือมีกฎกระทรวงอนุญาตให้จัดขึ้นได้โดยไม่ต้องมีใบอนุญาต...”

มาตรา ๔ ทวิ “ในการเล่นอื่นใดนอกจากที่กล่าวในมาตรา ๔ จะพนันกัน หรือจะจัดให้มีเพื่อให้พนันกันได้เฉพาะการเล่นที่ระบุชื่อและเงื่อนไขไว้ในกฎกระทรวง

คำว่า “การเล่น” ในวรรคก่อนให้หมายความรวมถึงการทายและการทำนายด้วย”

จากบทบัญญัติข้างต้นทำให้สามารถแบ่งประเภทการพนันออกได้ ๓ ประเภท ดังนี้^{๖๖}

๑. การพนันประเภทห้ามอนุญาตโดยเด็ดขาด ได้แก่ การเล่นตามบัญชี ก. ท้ายพระราชบัญญัติการพนัน พ.ศ. ๒๔๗๘ ซึ่งมีจำนวน ๒๘ ชนิด เช่น โปป๋น โปก่า อีโปงครอบ ไฮโล ฯลฯ

๒. การพนันประเภทอนุญาตให้เล่นได้ ได้แก่ การเล่นตามบัญชี ข. ๒๘ ชนิด เช่น โยนห่วง ชกมวย วิ่งวัวชน บิงโก โยนห่วง ฯลฯ

๓. การพนันประเภทอื่นที่อยู่นอกเหนือจากบัญชี ก.และบัญชี ข. ตามมาตรา ๔ ทวิ ที่ระบุชื่อและเงื่อนไขไว้ในกฎกระทรวง ซึ่งให้รวมตลอดถึงการทายหรือทำนายด้วยจากการที่พระราชบัญญัติการพนัน พ.ศ. ๒๔๗๘ ไม่ได้มีการกำหนดคำนียามของการพนันหรือองค์ประกอบของการพนันไว้ จึงมีผลทำให้เจ้าพนักงานต้องขอคำปรึกษาจากคณะกรรมการกฤษฎีกาเมื่อพบกิจกรรมหรือสิ่งที่เกิดขึ้นในโลกปัจจุบันร่วมสมัยว่ากิจกรรมดังกล่าวเป็นการพนันหรือไม่ เพื่อจะได้ดำเนินการตามกฎหมายต่อไป

สำหรับคณะกรรมการกฤษฎีกา กรรมการร่างกฎหมาย กองที่ ๓ ได้ให้ความเห็นเอาไว้ว่า การจะถือว่าเป็นการพนันได้ “ผู้เล่นจะต้องเสี่ยงต่อการเสียประโยชน์” หรือในบันทึกสำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกาเรื่องเสร็จที่ ๕๘๙/๒๕๔๕ ซึ่งพอจะสรุปได้ว่า “การพนันจะต้องมีได้มีเสีย”

ส่วนคำพิพากษาศาลฎีกาซึ่งถือเป็นบรรทัดฐานในการตัดสินคดีได้วางแนวทางในการพิจารณาว่าลักษณะของการพนันประการสำคัญ คือ “ต้องมีการได้หรือเสียทรัพย์สินหรือเงินทองต่อกัน”^{๖๗} หรือ “การได้หรือการเสียนั้นถือเอาผลของเหตุการณ์ในอนาคตที่ไม่แน่นอน

^{๖๖} สุชาติ นพวรรณ. ข้อพิจารณาและแนวทางเกี่ยวกับการพนันในประเทศไทย. อ้างจากณัฐกร ศิริพงษ์แก้ว. (๒๕๕๗). มาตรการทางกฎหมายในการควบคุมการเล่นการพนัน ตามพระราชบัญญัติการพนัน พ.ศ. ๒๔๗๘. นิติศาสตร์มหาบัณฑิต คณะนิติศาสตร์ปริธี พนมยงค์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต. หน้า ๓๐

^{๖๗} คำพิพากษาศาลฎีกาที่ ๑๐๒๐/๒๕๓๓, ธรรมสาร, หน้า ๗๐๖-๗๐๘

เป็นเครื่องชี้ขาดหรือต้องมีการเสี่ยงโชคเกิดขึ้น” ดังเคยวินิจฉัยไว้ในคำพิพากษาฎีกาที่ ๔๕๓-๔๖๐/๒๕๐๑ ว่าวิธีการเล่นแชร์ตามที่กล่าวในฟ้อง และที่นำสืบไม่ได้อยู่ในลักษณะของการพนันชั้นต่อไปเพราะไม่มีการแพ้ชนะด้วยวิธีการเสี่ยงโชค

ดังนั้น จากที่กล่าวมาข้างต้น จึงสามารถสรุปลักษณะที่สำคัญของการพนันได้ ๒ ประการ คือ

เป็นการเล่นเสี่ยงโชคและ

ต้องมีลักษณะมิได้มีเสียทรัพย์สินหรือเงินทอง

ส่วนการส่งเสริมการขายโดยการจัดให้มีการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคนั้น เป็นเครื่องมืออย่างหนึ่งของผู้ประกอบการค้าในการกระตุ้นหรือเพิ่มยอดขายสินค้าโดยนำเอาวิธีการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคมาใช้ โดยปัจจุบันวิธีการส่งเสริมการขายหรือการให้บริการของผู้ประกอบการมักนิยมนำวิธีการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคมาใช้เป็นจำนวนมาก เนื่องจากลักษณะของการเล่นเสี่ยงโชคสามารถรู้ผลเร็วและมีวิธีการเล่นเช่นเดียวกับการพนัน กล่าวคือ ผู้ประกอบการก็จะนำวิธีการเสี่ยงโชคต่างๆ มาใช้ประกอบการขายหรือให้บริการของตน เช่น มีการให้ของแถมพกหรือรางวัลโดยใช้วิธีการเสี่ยงโชคกับผู้ที่มาซื้อสินค้าหรือบริการ ทำให้ลูกค้าหรือผู้รับบริการมีความต้องการมาซื้อสินค้าหรือมาใช้บริการมากขึ้น ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากความต้องการใช้สินค้าหรือบริการนั้นจริงๆ หรืออาจมาจากความต้องการเข้าร่วมเสี่ยงโชคเพื่อต้องการของแถมพกหรือรางวัลที่มีมูลค่าสูงในการจูงใจ

ดังนั้นการจัดให้มีการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคจึงมีความแตกต่างจากการเล่นการพนัน คือ “การไม่ได้ไม่เสีย” เพราะแม้ผู้เล่นจะไม่ได้ของแถมพกหรือรางวัลจากการเสี่ยงโชคนั้น แต่ก็ยังคงได้สินค้าหรือได้รับบริการที่ตนต้องเสียค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าหรือบริการนั้นอยู่แล้ว ดังนั้นหากพิจารณาอย่างแคบแล้วการส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชค จึงไม่เข้าลักษณะของการเล่นการพนัน แต่อย่างไรก็ดี ส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชค อาจเป็นช่องทางให้ผู้ประกอบการนำเอาวิธีการเล่นที่ต้องห้ามตามบัญชี ก. ท้ายพระราชบัญญัติการพนัน พ.ศ. ๒๔๗๘ มาใช้ได้ เพราะคำว่า “การเสี่ยงโชคโดยวิธีใดๆ” นี้ รวมถึงวิธีการเล่นการพนันทุกชนิด ดังนั้นแม้การจัดให้มีการแถมพกหรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชคจะมีใช้ในการเล่นการพนัน แต่เนื่องจากเป็นการเล่นกับมหาชนจำนวนมาก สินค้าที่จัดส่วนใหญ่มักจะเป็นที่รู้จักหรือเป็นที่นิยม เพราะมีการจำหน่ายหรือโฆษณาทั่วประเทศ ซึ่งหากมีการนำวิธีการเล่นการพนันมาส่งเสริมการขายโดยมิได้มีการควบคุม อาจก่อให้เกิดการมอมเมาประชาชนและเยาวชนได้ง่าย อันนำมาซึ่งการซึมซับวิธีการเล่นการพนันให้แก่เยาวชนและอาจนำไปสู่แนวโน้มที่เยาวชนจะเข้าเล่นการพนันชนิดอื่นได้ง่ายในอนาคต จึงจำเป็นต้องมีการควบคุมเรื่องดังกล่าวไว้ในพระราชบัญญัติการพนัน โดยกำหนดให้การจัดให้มีการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคจะต้องมีการขออนุญาตจากเจ้าพนักงานก่อนจึงจะกระทำได้ และหากฝ่าฝืนจะมีโทษตามกฎหมายว่าด้วยการพนันเช่นเดียวกัน^{๖๘}

นอกจากนี้ยังมีผู้เห็นว่าการส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคประเทศไทยยึดถือบรรทัดฐานตามมาตรา ๘ ของพระราชบัญญัติการพนัน พ.ศ. ๒๔๗๘ ที่ควบคุมการจัดกิจกรรมประเภทเสี่ยงโชค ซึ่งระบุว่า “การจัดให้มีการแถมพกหรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชค โดย

^{๖๘} ญัตติกอร์ ศิริพ้องแผ้ว, อ้างแล้ว เชิงอรรถที่ ๒๓, หน้า ๓๒.

วิธีใดๆ ในการประกอบกิจการค้าหรืออาชีพ จะต้องได้รับอนุญาตจากเจ้าพนักงานผู้ออกใบอนุญาตก่อนจึงจะทำได้” จึงสรุปได้ว่าการเสี่ยงโชคคือการพนัน ประเภทที่ทำได้เพื่อประกอบกิจการค้าหรืออาชีพเมื่อได้รับอนุญาตจากเจ้าพนักงาน

ดังนั้นอาจสรุปได้ว่า ไม่ว่าการส่งเสริมการขายด้วยการให้รางวัลโดยการเสี่ยงโชคจะไม่ถือว่าเป็นการพนันตามความหมายอย่างแคบหรือถือว่าเป็นการพนันตามความหมายอย่างกว้าง แต่ที่ทุกฝ่ายเห็นตรงกันว่าการเสี่ยงโชคถือเป็นองค์ประกอบหนึ่งของการพนัน ดังนั้นการจัดให้มีการส่งเสริมการขายด้วยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคจึงต้องมีการควบคุมโดยกฎหมายเป็นกรณีเฉพาะเช่นเดียวกับการพนัน เพราะมีฉะนั้นแล้วอาจก่อให้เกิดการมอมเมาประชาชน อีกทั้งเป็นการส่งเสริมให้มีการเล่นการพนันในรูปแบบใหม่ที่แฝงเข้ามาในรูปแบบการส่งเสริมการขายโดยไม่รู้ตัว

๔.๑.๑.๒ การจัดให้มีการส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคในการประกอบกิจการค้าหรืออาชีพจะต้องขออนุญาตจากรัฐ

ตามพระราชบัญญัติการพนัน พ.ศ. ๒๔๗๘ มาตรา ๘^{๖๙} บัญญัติว่า

“การจัดให้มีการเล่นเกมหรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชค โดยวิธีใดๆ ในการประกอบกิจการค้าหรืออาชีพ จะต้องได้รับอนุญาตจากเจ้าพนักงานผู้ออกใบอนุญาตก่อนจึงจะทำได้”

จากบทบัญญัติข้างต้น ประเทศไทยกำหนดให้ผู้ประกอบธุรกิจ หากต้องการจัดให้มีการเล่นเกมหรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชค จะต้องขออนุญาตจากเจ้าพนักงานผู้ออกใบอนุญาตเสียก่อนจึงจะทำได้

โดยผู้ประกอบธุรกิจใดฝ่าฝืนจัดให้มีการเล่นเกมหรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชค โดยวิธีใดๆ โดยไม่ได้รับอนุญาตจากเจ้าพนักงานผู้ออกใบอนุญาตจะถูกลงโทษทางอาญาตามมาตรา ๑๔ แห่งพระราชบัญญัติการพนัน พ.ศ. ๒๔๗๘ คือ ระวังโทษจำคุกไม่เกิน ๑ ปี หรือปรับตั้งแต่ ๕๐ บาทถึง ๒,๐๐๐ บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

๔.๑.๑.๓ หน่วยงานที่มีอำนาจในการออกใบอนุญาตการจัดให้มีการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคในการประกอบกิจการค้าหรืออาชีพ

สำหรับผู้ประกอบธุรกิจที่จะจัดให้มีการเล่นเกมหรือให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคจะต้องไปขอใบอนุญาตกับเจ้าพนักงานผู้ออกใบอนุญาตตามกฎหมายกระทรวงฉบับที่ ๑๗ (พ.ศ. ๒๕๐๓) และแก้ไขเพิ่มเติมโดยกฎหมายกระทรวงฉบับที่ ๔๔ (พ.ศ. ๒๕๔๘) ข้อ ๔ ออกตามความในพระราชบัญญัติการพนัน พ.ศ. ๒๔๗๘ ได้บัญญัติว่า

“ให้ผู้ดำรงตำแหน่งดังต่อไปนี้เป็นเจ้าพนักงานผู้ออกใบอนุญาตเล่นการพนันตามบัญชี ข. ท้ายพระราชบัญญัติ และใบอนุญาตจัดให้มีการเล่นเกมหรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชค โดยวิธีใดๆ ในการประกอบกิจการค้าหรืออาชีพตามมาตรา ๘

(๑) ผู้อำนวยการสำนักงานการสอบสวนและนิติการ กรมการปกครอง สำหรับในกรุงเทพมหานคร

^{๖๙} ราชกิจจานุเบกษา เล่ม ๕๒ /-/หน้า ๑๙๗๘/๑ กุมภาพันธ์ ๒๔๗๘

(๒) นายอำเภอ หรือปลัดอำเภอซึ่งเป็นหัวหน้าประจำกิ่งอำเภอแห่งท้องที่สำหรับจังหวัดอื่นนอกจากกรุงเทพมหานคร

การออกใบอนุญาตตามวรรคหนึ่ง ให้เจ้าพนักงานผู้ออกใบอนุญาตออกใบอนุญาต ภายใต้เงื่อนไข ดังต่อไปนี้...

ข. การพินัยต่อไปนี้ ในกรุงเทพมหานคร ให้ออกใบอนุญาตได้เมื่ออธิบดีกรมการปกครองสั่งอนุมัติแล้ว ในจังหวัดอื่นนอกเหนือจากกรุงเทพมหานคร ให้ออกใบอนุญาตได้เมื่อผู้ว่าราชการจังหวัดสั่งอนุมัติแล้ว...

(๔) การจัดให้มีการแลมพหรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชคโดยวิธีใดๆ ในการประกอบกิจการค้าหรืออาชีพ..."

จากบทบัญญัติข้างต้น หน่วยงานที่มีอำนาจหน้าที่ในการพิจารณาออกใบอนุญาตให้แก่ผู้ประกอบการในปัจจุบันจึงได้แก่ กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย โดยเจ้าพนักงานผู้มีอำนาจออกใบอนุญาตจัดให้มีการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชค ได้แก่

- ผู้อำนวยการสำนักงานการสอบสวนและนิติการ กรมการปกครอง สำหรับในเขตกรุงเทพมหานคร โดยจะต้องได้รับการอนุมัติจากอธิบดีกรมการปกครองเสียก่อนจึงจะออกใบอนุญาตได้

- นายอำเภอ หรือปลัดอำเภอซึ่งเป็นหัวหน้าประจำกิ่งอำเภอแห่งท้องที่สำหรับจังหวัดอื่นนอกจากกรุงเทพมหานคร โดยจะต้องได้รับการอนุมัติจากผู้ว่าราชการจังหวัดที่อำเภอผู้ร้องขอตั้งอยู่เสียก่อนจึงจะออกใบอนุญาตได้

อย่างไรก็ดี ในอดีตก่อนที่จะมีการแก้ไขกฎหมายกระทรวงฉบับที่ ๑๗ (พ.ศ. ๒๕๐๓) หน่วยงานที่รับผิดชอบในการออกใบอนุญาต แต่เดิมในส่วนของกรุงเทพฯ ได้แก่ กรมตำรวจ (ปัจจุบันได้เปลี่ยนมาเป็นสำนักงานตำรวจแห่งชาติ ในพ.ศ. ๒๕๔๑) โดยกฎหมายกระทรวงฉบับที่ ๔๔ (พ.ศ. ๒๕๔๘) ออกตามความในพระราชบัญญัติการพนัน พ.ศ. ๒๔๗๘ ได้บัญญัติ

“ให้ผู้ดำรงตำแหน่งดังต่อไปนี้เป็นเจ้าพนักงานผู้ออกใบอนุญาตเล่นการพนันตามบัญชี ข. ท้ายพระราชบัญญัติ และใบอนุญาตจัดให้มีการแลมพหรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชคโดยวิธีใดๆ ในการประกอบกิจการค้าหรืออาชีพตามมาตรา ๘

(๑) นายตำรวจชั้นสัญญาบัตรประจำท้องที่ซึ่งดำรงตำแหน่งสารวัตรขึ้นไปสำหรับจังหวัดพระนครและจังหวัดธนบุรี...

ข. การพินัยต่อไปนี้ ให้ออกใบอนุญาตได้เมื่อผู้บังคับบัญชาดังต่อไปนี้ได้สั่งอนุมัติให้ออกได้แล้ว (ก) ผู้บัญชาการตำรวจนครบาลสำหรับจังหวัดพระนครและจังหวัดธนบุรี..."

ต่อมาคณะรัฐมนตรีได้มีมติให้โอนภารกิจของสำนักงานตำรวจแห่งชาติตามพระราชบัญญัติการพนัน พ.ศ. ๒๔๗๘ ไปให้กระทรวงมหาดไทยเป็นผู้รับผิดชอบแทน ในวันที่ ๑๒ ตุลาคม พ.ศ. ๒๕๔๗ ดังนั้นเพื่อให้สอดคล้องกับภารกิจและไม่เป็นอุปสรรคต่อการปฏิรูประบบราชการ^{๗๐} จึงได้มีการแก้ไขเพิ่มเติมกฎหมายกระทรวงฉบับที่ ๑๗ (พ.ศ. ๒๕๐๓) ในส่วนกรุงเทพฯ สำหรับ

^{๗๐} หมายเหตุท้ายกฎหมายกระทรวงฉบับที่ ๔๔ (พ.ศ. ๒๕๔๘) ออกตามความในพระราชบัญญัติการพนัน พ.ศ. ๒๔๗๘ ราชกิจจานุเบกษา เล่ม ๑๒๒/ตอนที่๑๑๔ ก/หน้า ๑/๒ ธันวาคม ๒๕๔๘

ในส่วนนอกเหนือจากกรุงเทพฯ หน่วยงานที่รับผิดชอบในการออกใบอนุญาตฯ ยังคงเป็นของกรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทยดังเช่นในปัจจุบัน

สำหรับท้องที่ที่ผู้ประกอบการธุรกิจที่จะจัดให้มีการเล่นเกมหรือรางวัลโดยการเสี่ยงโชคต้องไปยื่นขอใบอนุญาตกับเจ้าพนักงานผู้ออกใบอนุญาตในท้องที่ได้นั้น ให้พิจารณาจาก “สถานที่การจัดกิจกรรม” แต่ในทางปฏิบัติของกระทรวงมหาดไทย “สถานที่การจัดกิจกรรม” หมายถึง สถานที่ที่จับฉลาก ดังนั้นหากผู้ประกอบการไปจับฉลากชิงโชคที่ได้ก็ให้ไปขออนุญาตเจ้าพนักงานผู้ออกใบอนุญาตในท้องที่นั้น เช่น ผู้ประกอบการมีสถานประกอบการหรือโรงงานตั้งอยู่ที่พระประแดง สมุทรปราการ แต่มาจัดกิจกรรมจับฉลากชิงโชคที่โรงแรมในกรุงเทพฯ การขออนุญาตจัดให้มีให้รางวัลโดยการเสี่ยงโชคก็ต้องไปขออนุญาตที่ผู้อำนวยการสำนักการสอบสวนและนิติการ กรมการปกครอง เป็นต้น

๔.๑.๑.๔ ขั้นตอนและหลักเกณฑ์การยื่นขออนุญาตการจัดให้มีการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคในการประกอบกิจการค้าหรืออาชีพ

สำหรับขั้นตอนและหลักเกณฑ์การยื่นขออนุญาตการจัดให้มีการเล่นเกมหรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชคโดยวิธีใดๆ ผู้ประกอบการจะต้องยื่นคำขอรับใบอนุญาต ตามกระบวนการที่กฎหมายกำหนด โดยกฎกระทรวงฉบับที่ ๑๗ (พ.ศ.๒๕๐๓) และแก้ไขเพิ่มเติมโดยกฎกระทรวงฉบับที่ ๔๔ ออกตามความในพระราชบัญญัติการพนัน พ.ศ. ๒๔๗๘ ได้บัญญัติว่า

“ข้อ ๑๕ ผู้ใดประสงค์จะจัดให้มีการเล่นการพนันตามบัญชี ข. หรือการจัดให้มีการเล่นเกมหรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชคโดยวิธีใดๆ ในการประกอบกิจการค้าหรืออาชีพตามมาตรา ๘ ให้ทำคำขอตามแบบท้ายกฎกระทรวงนี้ยื่นต่อเจ้าพนักงานผู้ออกใบอนุญาตประจำท้องที่ดังนี้

(๑) ในกรุงเทพมหานคร ให้ยื่นที่กรมการปกครอง

(๒) ในจังหวัดอื่น นอกจากกรุงเทพมหานคร ให้ยื่นที่ที่ทำการปกครองอำเภอ หรือที่ทำการปกครองกิ่งอำเภอ

ข้อ ๑๖ ภายใต้งบข้อ ๑๕ ใบอนุญาตให้จัดให้มีการพนันตามบัญชี ข. และใบอนุญาตให้มีการเล่นเกมหรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชคโดยวิธีใดๆ ในการประกอบกิจการค้าหรืออาชีพตามมาตรา ๘ ให้ใช้แบบพิมพ์ตามท้ายกฎกระทรวงนี้”

ดังนั้น ขั้นตอนและหลักเกณฑ์การยื่นขออนุญาตการจัดให้มีการเล่นเกมหรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชคตามกฎหมาย มีดังนี้

ขั้นตอนที่ ๑ ผู้ประกอบกิจการค้าหรืออาชีพใดที่จะประสงค์ขอใบอนุญาตเพื่อการจัดให้มีการเล่นเกมหรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชคในการประกอบกิจการค้าหรืออาชีพให้ทำคำขอเพื่อยื่นต่อเจ้าพนักงานผู้ออกใบอนุญาตประจำท้องที่ โดยเอกสารที่ใช้ยื่นต้องเป็นไปตามแบบที่กฎกระทรวงกำหนด ได้แก่ “เอกสารคำขออนุญาตจัดให้มีการเล่นการพนัน (พ.น. ๑) โดยผู้ขออนุญาตต้องยื่นแบบคำขอตามแบบ พ.น. ๑ พร้อมเอกสารให้ครบถ้วนต่อเจ้าพนักงานก่อนวันเล่นไม่น้อยกว่า ๙๐ วัน

ขั้นตอนที่ ๒ ผู้ประกอบธุรกิจต้องไปยื่นเอกสารขออนุญาตต่อเจ้าพนักงาน
ผู้ออกใบอนุญาตประจำท้องที่ให้ถูกต้อง โดย

๒.๑ ในกรุงเทพมหานคร ให้ยื่นที่กรมการปกครอง

๒.๒ ในจังหวัดอื่น นอกจากกรุงเทพมหานคร ให้ยื่นที่ทำการปกครอง
อำเภอ หรือที่ทำการปกครองกิ่งอำเภอ

สำหรับเอกสารและหลักฐานประกอบการขออนุญาตจัดให้มีการแกมพก
และรางวัลด้วยการเสี่ยงโชคมี ดังนี้

(๑) แบบบันทึกถ้อยคำผู้ขออนุญาต (ปค.๑๔) เป็นบันทึกถ้อยคำของผู้ขอ
อนุญาตถึงกติกาวิธีการเล่น ระยะเวลาการเล่น เงื่อนไขการเล่น การแจกรางวัล สิ่งของรางวัล การ
โฆษณา เป็นต้น ทั้งนี้ ต้องดำเนินการให้เป็นไปตามที่กฎหมายกำหนด

(๒) หนังสือแสดงความประสงค์ขออนุญาตของบริษัท หนังสือฉบับนี้เป็น
หนังสือที่นิติบุคคลผู้ขออนุญาตแจ้งต่อพนักงานเจ้าหน้าที่เพื่อขออนุญาตฯ โดยหนังสือต้องครอบคลุม
ถึงกติกาวิธีการเล่น ระยะเวลาการเล่น เงื่อนไขการเล่น การแจกรางวัล สิ่งของรางวัล การโฆษณา เป็น
ต้น ทั้งนี้ ต้องดำเนินการให้เป็นไปตามที่กฎหมายกำหนด

(๓) หนังสือมอบอำนาจ (กรณีมอบอำนาจให้แก่ผู้ยื่นขออนุญาตดำเนินการ
แทน) (กรณีมอบอำนาจเฉพาะเรื่องติดอากรแสตมป์ ๑๐ บาท หากเป็นการมอบอำนาจทั่วไปติดอากร
แสตมป์ ๓๐ บาท) ลงนามโดยผู้มีอำนาจ และประทับตราสำคัญของนิติบุคคลด้วย (ถ้าหนังสือรับรอง
นิติบุคคลนั้นระบุไว้ให้ต้องประทับ)

(๔) สำเนาบัตรประจำตัวประชาชน/ สำเนา Passport ของผู้มอบอำนาจ
(กรณีมอบอำนาจให้แก่ผู้ยื่นขออนุญาตดำเนินการแทน)

(๕) แสดงบัตรประจำตัวประชาชนของผู้ยื่นขออนุญาตต่อพนักงาน
เจ้าหน้าที่ (หากเป็นกรณีมอบอำนาจให้ผู้รับมอบอำนาจนั้นเป็นผู้แสดงบัตรประจำตัวประชาชนของ
ตนต่อพนักงานเจ้าหน้าที่)

(๖) สำเนาหนังสือรับรองนิติบุคคล ซึ่งจดทะเบียนไว้ต่อกรมพัฒนาธุรกิจ
การค้า กระทรวงพาณิชย์ พร้อมทั้งวัตถุประสงค์ (กรณีผู้ขออนุญาตเป็นผู้ประกอบการฯ ซึ่งเป็นบุคคล
ธรรมดา ไม่ต้องใช้เอกสารข้อนี้)

(๗) หนังสือแจ้งยืนยันการจัดเตรียมของรางวัล

(๘) ใบเสร็จของรางวัล หรือใบสั่งซื้อสิ่งของรางวัล หรือใบสนับสนุนของ
รางวัล (แล้วแต่กรณี) กรณีรางวัลเป็น รถยนต์ / อสังหาริมทรัพย์ เช่น บ้าน คอนโด / ทองคำตั้งแต่
๒๐๐,๐๐๐ บาทขึ้นไป / หรือสิ่งของรางวัลอื่นที่มีมูลค่ามาก (กรณีเป็นใบเสนอราคาสิ่งของรางวัล ให้
ลงลายมือชื่อทั้ง ผู้ทำคำเสนอราคา(ผู้ขาย) และผู้ตอบรับลงนามสั่งซื้อของรางวัล(ผู้ขออนุญาตฯ)(ต้อง
ประทับตราบริษัท ด้วย ถ้าหนังสือรับรองนิติบุคคลระบุไว้ให้ต้องประทับตรา)

(๙) หนังสือสำคัญแสดงการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า / เครื่องหมาย
บริการ จากกรมทรัพย์สินทางปัญญา / หรือหนังสือสัญญาการเป็นผู้แทนจำหน่ายแต่ผู้เดียวในประเทศ
ไทย / หรือลิขสิทธิ์การขาย สิทธิบัตร / หรือสัญญาการเป็นตัวแทนจำหน่ายจากบริษัทเจ้าของสินค้า
ต่างประเทศที่ได้จดทะเบียนเครื่องหมายการค้าในประเทศไทยแต่เพียงผู้เดียว / หรือใบอนุญาต

ก่อสร้างโครงการกรณีที่เป็นบ้านจัดสรรหรือคอนโดมิเนียม / หรือเอกสารอื่นใดที่แสดงถึงสิทธิในการขายหรือจำหน่ายสินค้านั้นๆ หรือสิทธิในความเป็นเจ้าของสินค้าหรือบริการ นั้นๆ

(๑๐) ตัวอย่างสิ่งพิมพ์โฆษณา หรือตัวอย่างคู่มือในการชิงโชค (แล้วแต่กรณี) (ซึ่งมีรายละเอียดการเล่นครบตามกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค)

(๑๑) หนังสือยินยอมให้ใช้สถานที่ ในการจับรางวัลจากเจ้าของสถานที่ เช่น โรงแรม ศูนย์ประชุม เป็นต้น (สำหรับกรณีที่จับรางวัลนอกสถานที่อันเป็นที่ตั้งของสำนักงานใหญ่ของผู้ขออนุญาต) พร้อมเอกสารหลักฐานที่แสดงถึงสิทธิความเป็นเจ้าของ เช่น สำเนาทะเบียนบ้านแสดงสถานภาพเจ้าบ้าน หนังสือสิทธิการใช้ประโยชน์จากสัญญาเช่า หนังสือรับรองนิติบุคคลซึ่งระบุที่ตั้งของสถานที่จับรางวัล เป็นต้น

กรณีคำขอหรือเอกสารหลักฐานไม่ครบถ้วนหรือมีความบกพร่องไม่สมบูรณ์ เป็นเหตุไม่ให้อาจพิจารณาได้ เจ้าหน้าที่จะจัดทำบันทึกความบกพร่องของรายการเอกสารหรือเอกสารหลักฐานที่ยื่นเพิ่มเติม โดยผู้ยื่นคำขอจะต้องดำเนินการแก้ไขและหรือยื่นเอกสารเพิ่มเติมภายในระยะเวลาที่กำหนดในบันทึกดังกล่าว มิเช่นนั้นจะถือว่าผู้ยื่นคำขอละทิ้งคำขอ โดยเจ้าหน้าที่และผู้ยื่นคำขอหรือผู้ได้รับมอบอำนาจจะลงนามบันทึกดังกล่าว และจะมอบสำเนาบันทึกความบกพร่องดังกล่าวให้ผู้ยื่นคำขอหรือผู้ได้รับมอบอำนาจไว้เป็นหลักฐาน

คุณสมบัติของผู้ยื่นขออนุญาตจัดให้มีการเล่นเกมและรางวัลด้วยการเสี่ยงโชคมี ดังนี้^{๗๑}

๑. บรรลุนิติภาวะแล้ว
๒. มีภูมิลำเนาในประเทศไทยและมีชื่อปรากฏในทะเบียนบ้าน
๓. มีอาชีพเป็นหลักฐานและฐานะทางการเงินมั่นคงเพียงพอในการประกอบกิจการ
๔. ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย
๕. ไม่เคยได้รับโทษจำคุกโดยคำพิพากษาถึงที่สุดให้จำคุกเว้นแต่พ้นโทษมาแล้วไม่น้อยกว่า ๒ ปี หรือเป็นโทษสำหรับความผิดที่ได้กระทำโดยประมาท หรือความผิดลหุโทษ
๖. กรณีนิติบุคคลเป็นผู้ขออนุญาต นิติบุคคลนั้นจะต้องมีภูมิลำเนาในประเทศไทย
๗. กรณีใช้วิธีการเล่นโดยส่งชิ้นส่วนของสินค้าหรือบัตรสมนาคุณหรือบัตรอื่นๆ มาจับสลาก ผู้ขออนุญาตต้องเป็นผู้ผลิตสินค้าขึ้นเองหรือผู้แทนจำหน่ายแต่ผู้เดียวในประเทศเท่านั้น ยกเว้น

๗.๑ กิจการค้าที่เป็นลักษณะของศูนย์การค้าหรือห้างสรรพสินค้า ธนาคาร หรือนิติบุคคลที่ประกอบอาชีพด้านการให้บริการ หรือ (ที่ มท ๐๓๐๗.๒/ว๗๖ ๙ มกราคม

^{๗๑} กระทรวงมหาดไทย สำนักการสอบสวนและนิติการ. (ม.ป.ป.). คู่มือสำหรับประชาชน: การออกใบอนุญาตจัดให้มีการเล่นเกมหรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชค โดยวิธีใดๆ ในการประกอบกิจการค้า หรืออาชีพ . สืบค้นจาก <https://www.info.go.th/Intro?returnUrl=%2fGuide%2fGenerateCitizenGuideFront%2f8332> (เข้าถึงเมื่อวันที่ ๑๖ ธันวาคม ๒๕๖๑).

๒๕๕๐ เรื่องการผ่อนผันการอนุญาตจัดให้มีการเล่นเกมหรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชคฯ โดยยกเว้นหลักเกณฑ์)

๗.๒ กรณีใช้วิธีการส่งข้อความ SMS หรือทางโทรศัพท์ผ่านระบบหมายเลขต่างๆ ในการทายผล ตอบปัญหา หรือแสดงความคิดเห็นเพื่อชิงรางวัล โดยการพิมพ์หมายเลขของผู้ส่งแล้วนำมาจับสลากตามวัน เวลา และสถานที่ที่กำหนด

๗.๓ กรณีจัดให้มีการเล่นเกมหรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชคโดยวิธีใดๆ ในการประกอบกิจการค้าหรืออาชีพโดยใช้วิธีเปิดแผ่นป้ายผู้ขออนุญาตต้องเป็นผู้จัดการการเฉพาะทางสถานีโทรทัศน์เท่านั้น

ขั้นตอนที่ ๓ เจ้าพนักงานผู้ออกใบอนุญาตประจำท้องที่มีอำนาจหน้าที่จะเป็นผู้พิจารณาว่าจะอนุญาตให้มีการจัดให้มีการเล่นเกมหรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชคในการประกอบกิจการค้าหรืออาชีพหรือไม่

โดยในแนวทางปฏิบัติเจ้าพนักงานผู้ออกใบอนุญาต สามารถออกใบอนุญาตให้มีการเล่นชิงโชคได้เพียง ๒ วิธีเท่านั้นคือ

วิธีที่ ๑ วิธีการเล่นโดยการส่งชิ้นส่วนของสินค้าหรือบัตรสมนาคุณหรือบัตรอื่นๆ มาจับสลาก และต้องจับสลากตามวันเวลาและสถานที่ที่กำหนดไว้ในใบอนุญาต ส่วนวิธีการเล่นอย่างอื่นห้ามมิให้อนุญาตโดยเด็ดขาด

โดยกระทรวงมหาดไทยได้กำหนดระเบียบการอนุญาตจัดให้มีการเล่นเกมหรือรางวัลด้วย การเสี่ยงโชค ดังนี้^{๗๒}

(๑) ผู้ที่จะขออนุญาตจัดให้มีการเล่นเกมหรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชคโดยวิธีการใดๆ ในการประกอบกิจการค้าหรืออาชีพ ตามมาตรา ๘ แห่งพระราชบัญญัติการพนัน พ.ศ. ๒๔๗๘ จะต้องเป็นผู้ผลิตสินค้าขึ้นเองหรือเป็นผู้แทนจำหน่ายสินค้าแต่เพียงผู้เดียวในประเทศ

เว้นแต่กิจการค้าที่เป็นลักษณะของศูนย์การค้าหรือห้างสรรพสินค้า ธนาคาร หรือนิติบุคคลที่ประกอบอาชีพด้านการให้บริการ^{๗๓} ที่ไม่จำเป็นต้องเป็นผู้ผลิตสินค้าเองหรือเป็นผู้แทนจำหน่ายสินค้าแต่เพียงผู้เดียวในประเทศ

(๒) การเล่นเกมหรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชค ให้ใช้วิธีการเล่นโดยการส่งชิ้นส่วนสินค้าหรือบัตรอื่นๆ มาจับสลากและต้องจับสลากตามวัน เวลา และสถานที่ที่กำหนดไว้ในใบอนุญาต ส่วนวิธีการเล่นอย่างอื่น ห้ามมิให้อนุญาตโดยเด็ดขาด

(๓) รางวัลสมนาคุณจะต้องระบุว่าเป็นสิ่งของอะไร ราคาเท่าไร และให้พิจารณาว่าราคาพอสมควรที่จะเล่นเกมหรือให้รางวัลหรือไม่ และห้ามมิให้จ่ายหรือรับเงินแทนการเล่นเกมหรือรางวัลตามลักษณะข้อจำกัดและเงื่อนไขหลังใบอนุญาต เช่น เงินสด หรือบัญชีเงินฝาก เช็ค เป็นต้น

(๔) การดำเนินการออกใบอนุญาตให้ดำเนินการตามข้อ ๔ ข. แห่งกฎกระทรวง ฉบับที่ ๑๗ (พ.ศ. ๒๕๐๓) ออกความตามพระราชบัญญัติการพนัน พ.ศ. ๒๔๗๘

(๕) ควบคุมและตรวจสอบผู้ได้รับอนุญาตให้เป็นไปตามกฎหมาย

^{๗๒} หนังสือกระทรวงมหาดไทย ด่วนที่สุด ที่ มท ๐๓๐๗.๒/ว ๑๖๕๑ ลงวันที่ ๓๑ พฤษภาคม ๒๕๔๘

^{๗๓} หนังสือกระทรวงมหาดไทย ที่ มท ๐๓๐๗.๔/ว ๗๔๘ ลงวันที่ ๕ มีนาคม ๒๕๕๑

อย่างไรก็ดี ยกเว้น ในกรณีที่ผู้จัดรายการเฉพาะทางสถานีโทรทัศน์เท่านั้น การจัดทำมีการแถมพหุหรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชคในการประกอบกิจการค้าหรืออาชีพโดยใช้วิธีการเปิดแผ่นป้ายได้โดยไม่ต้องใช้วิธีการส่งชิ้นส่วนของสินค้าหรือบัตรสมนาคุณ หรือบัตรอื่นๆมาจับสลาก^{๗๔}

วิธีที่ ๒ วิธีการส่งข้อความ SMS หรือส่งข้อความทางโทรศัพท์ผ่านระบบ หมายเลขต่างๆ หรือวิธีอื่นใดที่มีลักษณะคล้ายกันในการทายผล ตอบปัญหาหรือแสดงความคิดเห็น เพื่อชิงรางวัล

โดยกระทรวงมหาดไทยได้กำหนดหลักเกณฑ์ระเบียบการอนุญาตจัดให้มีการแถมพหุหรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชคโดยใช้วิธีการส่งข้อความ SMS หรือวิธีการอื่นใดที่มีลักษณะคล้ายกันเพื่อชิงรางวัล ดังนี้^{๗๕}

“เนื่องจากสถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์หลายรายการมีการเชิญชวนให้ประชาชนผู้ชมและผู้รับฟังรายการส่งข้อความ SMS หรือส่งข้อความทางโทรศัพท์ผ่านระบบหมายเลขต่างๆ ในการทายผลตอบปัญหาและแสดงความคิดเห็นเพื่อชิงรางวัลเข้าไปในรายการเป็นจำนวนมาก โดยมีการเสี่ยงโชคได้รับของรางวัลด้วยการเสี่ยงโชคในการประกอบกิจการค้าหรืออาชีพ จะต้องได้รับอนุญาตตามมาตรา ๘ แห่งพระราชบัญญัติการพนันฯ แต่หากการจัดดังกล่าวมีเจตนาเพื่อหารายได้จากส่วนแบ่งผลประโยชน์ของการส่งข้อความหรือเจ้าพนักงานผู้ออกใบอนุญาต เห็นว่ามีการแบ่งผลประโยชน์จากค่าบริการส่งข้อความ ไม่ว่าอัตราส่วนเท่าไร ก็จะไม่เป็นการแถมพหุหรือให้รางวัลโดยการเสี่ยงโชค และไม่สามารถออกใบอนุญาตได้ตามมาตรา ๘ อีกทั้งไม่สามารถออกใบอนุญาตเล่นการพนันตามมาตรา ๔ ได้ เนื่องจากไม่มีระบุไว้ในกฎกระทรวงตามมาตรา ๔ ทวิแห่งพระราชบัญญัติการพนันฯ

ระเบียบ ขอบเขต วิธีการรูปแบบการเล่นดังนี้ ให้รวมถึงการใช้วิธีการส่งข้อความ SMS หรือทางโทรศัพท์ผ่านระบบเลขหมายต่างๆ หรือวิธีการอื่นใดที่มีลักษณะคล้ายกันในการทายผลตอบปัญหา และแสดงความคิดเห็นเพื่อชิงรางวัล ดังนี้

(๑) ผู้ขออนุญาตไม่จำเป็นต้องเป็นผู้ผลิตสินค้าขึ้นเองหรือเป็นผู้แทนจำหน่ายสินค้าแต่เพียงผู้เดียวในประเทศไทย

(๒) การจัดทำให้มีการแถมพหุหรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชคโดยวิธีการส่งข้อความ SMS หรือโทรศัพท์ผ่านระบบหมายเลขต่างๆ หรือวิธีการอื่นใดที่มีลักษณะคล้ายในการทายผลตอบปัญหา หรือแสดงความคิดเห็นเพื่อชิงรางวัล ให้ใช้วิธีการเล่นโดยการพิมพ์หมายเลขของผู้ส่งข้อความที่ร่วมรายการดังกล่าวแล้วนำมาจับสลากตามวัน เวลา และสถานที่ที่กำหนดไว้ในใบอนุญาต โดยต้องมีผู้รู้เห็นที่น่าเชื่อถือเป็นพยานใน การตรวจสอบสลากและการจับสลากด้วยทุกครั้ง ส่วนวิธีการเล่นอย่างอื่น ห้ามมิให้อนุญาตเล่นโดยเด็ดขาดและให้ทำรายงานข้อมูลผู้ที่ได้รับรางวัลแจ้งต่อพนักงานผู้ออกใบอนุญาตโดยเร็ว และมีชื่อ-ชื่อสกุล ที่อยู่ของผู้รับรางวัลพร้อมลงลายมือชื่อพยานผู้รู้เห็นในการจับสลากด้วยทุกครั้ง

^{๗๔} หนังสือกระทรวงมหาดไทย ที่ มท ๐๓๐๗๔/ว ๗๔๘ ลงวันที่ ๕ มีนาคม ๒๕๕๑

^{๗๕} หนังสือกระทรวงมหาดไทย ที่ มท ๐๓๐๗.๒/ว ๒๓๘๔ ลงวันที่ ๒๘ กรกฎาคม ๒๕๕๘

(๓) รางวัลสมนาคุณต้องระบุไว้ว่า เป็นสิ่งของอะไร ราคาเท่าไร และให้พิจารณาว่าราคาพอสมควรที่จะแลกหรือให้รางวัลหรือไม่ และห้ามมิให้จ่ายหรือรับเงินแทนการแลกหรือลักษณะข้อจำกัดและเงื่อนไขหลังใบอนุญาต เช่น เงินสด หรือบัญชีเงินฝาก เป็นต้น

(๔) กำหนดให้ผู้ที่ได้รับอนุญาตจะต้องแจ้งหรือแสดงข้อความว่าได้รับอนุญาตแล้วตามใบอนุญาตเลขที่ เล่มที่ และสถานที่ออกใบอนุญาตต่อผู้เข้าเล่นก่อนจัดให้มีการเล่นดังกล่าวในรายการที่จัดด้วยทุกครั้ง

(๕) ให้ควบคุมและตรวจสอบผู้ได้รับอนุญาตให้ปฏิบัติตามพระราชบัญญัติการพนันฯ และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง อาทิเช่น พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภคฯ โดยเคร่งครัด”

ดังนั้น ปัจจุบันผู้ประกอบการค้าหรืออาชีพรายใดที่จะจัดให้มีการส่งเสริมการขายโดยการจัดให้มีการแลกหรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชค จึงสามารถใช้วิธีการเสี่ยงโชคได้เพียง ๒ วิธีดังกล่าวข้างต้น แต่สุดท้ายแล้วก็ใช้วิธีการเสี่ยงโชคโดยวิธีการจับสลากโดยวิธีการเดียวเท่านั้น เพราะเมื่อพิจารณาตามหนังสือกระทรวงมหาดไทย ด่วนที่สุดที่ มท ๐๓๐๗.๒/ว ๒๓๘๔ ลงวันที่ ๒๘ กรกฎาคม ๒๕๔๘ ข้อ ๒ จะเห็นว่าแม้จะเป็นการเล่นด้วยวิธีการใช้ SMS แต่ก็ยังเป็นเพียงวิธีการส่งเพียงเท่านั้น แต่สุดท้ายก็ต้องพิมพ์หมายเลขโทรศัพท์ออกมาเพื่อจับสลากไม่ต่างอะไรกับการส่งชิ้นส่วนมาจับสลากแต่อย่างใด^{๗๖}

หากผู้ขออนุญาตจัดให้มีการเล่นชิงโชคด้วยวิธีการอื่นนอกเหนือจาก ๒ วิธีดังกล่าวข้างต้นจะไม่ได้รับอนุญาตจากเจ้าพนักงานผู้ออกใบอนุญาต เช่น การจัดให้มีการแลกหรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชคผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือไม่อาจอนุญาตให้มีการเล่นได้^{๗๗} เป็นต้น

และเพื่อให้แนวทางการปฏิบัติในการพิจารณาออกใบอนุญาตจัดให้มีการแลกหรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชคโดยวิธีใดๆ ในการประกอบกิจการค้าหรืออาชีพเป็นไปในแนวทางเดียวกัน กระทรวงมหาดไทยจึงได้ออกหนังสือที่ มท.๐๓๐๗.๔/ว๗๔๗๐ กำชับให้เจ้าพนักงานผู้ออกใบอนุญาตถือปฏิบัติ ดังนี้^{๗๘}

๑. ให้พนักงานผู้ออกใบอนุญาตสอบถามคำให้ได้รับความชัดเจนว่าแลกหรือรางวัลเป็นสิ่งของอะไร จำนวนเท่าใด ราคาอย่างน้อยเพียงใด

๒. ให้พิจารณาว่าสิ่งของนั้นเหมาะสมพอสมควรกับการเล่นหรือไม่และจะต้องมีราคาไม่น้อย หรือมากเกินไป โดยพิจารณามูลค่าของสินค้าของผู้อนุญาตประกอบด้วย เพื่อเป็นการคุ้มครองผู้บริโภค และไม่ให้เป็นการเล่นที่มอมเมาประชาชนให้ลุ่มหลงการเสี่ยงโชคมากเกินไป

๓. ห้ามมิให้เจ้าพนักงานผู้ออกใบอนุญาตออกใบอนุญาตแก่ผู้ขออนุญาตที่จะตรวจสอบหรือสอบสวนจนเป็นที่แน่ใจว่าผู้ขออนุญาตมีสิ่งของพร้อมที่จะส่งมอบให้แก่ผู้เล่นที่ได้รับแลกหรือรางวัลและให้ถือปฏิบัติตามหนังสือสั่งการที่อ้างถึงโดยเคร่งครัด

^{๗๖} สุกฤษฎี อัครวงศ์วิศ, อ้างแล้ว เชิงบรรณที่ ๑๗, หน้า ๒๗-๒๘.

^{๗๗} หนังสือตอบข้อหารือการจัดให้มีการแลกหรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชค (หนังสือสำนักการสอบสวนและนิติการ ที่ มท. ๐๓๐๗.๔/๖๓๖ ลงวันที่ ๒๙ ธันวาคม ๒๕๕๘)

^{๗๘} หนังสือกระทรวงมหาดไทย ที่ มท ๐๓๐๗.๔/ว๗๔๗๐ ลงวันที่ ๑๕ ธันวาคม ๒๕๕๘ เรื่อง การอนุญาตให้มีการเล่นแลกหรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชคโดยวิธีใดๆ ในการประกอบกิจการค้าหรืออาชีพ

๔. ให้จังหวัดและอำเภอสอดส่อง ควบคุม ดูแลการเล่นจัดให้มีเกมพกหรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชคให้เป็นไปโดยถูกต้องตามกฎหมาย หากพบการกระทำผิดให้ดำเนินการตามกฎหมายโดยเฉียบขาดแล้วรายงานให้กระทรวงมหาดไทยทราบ

สำหรับระยะเวลาสำหรับดำเนินการในการพิจารณาอนุญาตไม่เกิน ๙๐ วัน โดยมีขั้นตอน ระยะเวลาและส่วนงานที่รับผิดชอบ ดังนี้^{๗๙}

ลำดับ	ขั้นตอน	ระยะเวลา	ส่วนที่รับผิดชอบ
๑)	การตรวจสอบเอกสาร ผู้ขออนุญาตยื่นคำขอรับใบอนุญาตตามแบบ พ.น.๑ - เจ้าหน้าที่สอบบันทึกปากคำผู้ขออนุญาตตามแบบ ปค.๑๔ - เจ้าหน้าที่ตรวจสอบเอกสารหลักฐาน (หมายเหตุ: (ศูนย์บริการประชาชน/ที่ทำการปกครองอำเภอ/กิ่งอำเภอ))	๑ วัน	สำนักงานสอบสวนและนิติการ
๒)	การพิจารณา เจ้าหน้าที่ดำเนินการรวบรวมเอกสารพร้อมความเห็นเสนอตามลำดับขั้นถึงอธิบดีกรมการปกครอง/ผู้ว่าราชการจังหวัดพิจารณา (หมายเหตุ: (ศูนย์บริการประชาชน/ที่ทำการปกครองอำเภอ/กิ่งอำเภอ))	๔๔ วัน	สำนักงานสอบสวนและนิติการ
๓)	การลงนาม/คณะกรรมการมีมติ - อธิบดีกรมการปกครอง/ผู้ว่าราชการจังหวัดพิจารณาสั่งอนุมัติ/ไม่อนุมัติพร้อมส่งเรื่องคืนคำขอ - เจ้าพนักงานผู้ออกใบอนุญาต ออกใบอนุญาต (หมายเหตุ: (ศูนย์บริการประชาชน/ที่ทำการปกครองอำเภอ/กิ่งอำเภอ))	๔๕ วัน	สำนักงานสอบสวนและนิติการ

เมื่อพนักงานทราบผลการพิจารณาจะต้องแจ้งผลให้ผู้ยื่นคำขอทราบภายใน ๗ วัน นับแต่วันที่พิจารณาแล้วเสร็จ ตามมาตรา ๑๐ แห่ง พ.ร.บ.การอำนวยความสะดวกในการพิจารณาอนุญาตของทางราชการ พ.ศ. ๒๕๕๘

หากพนักงานผู้ออกใบอนุญาตประจำท้องที่อนุญาตก็จะออก “ใบอนุญาตให้จัดให้มีการเล่นเกมพกหรือรางวัลในการเสี่ยงโชคด้วยวิธีการใดๆ ในการประกอบกิจการค้าหรืออาชีพ” หรือ “พ.น. ๓๖ ๐๑-๕๐” ตามแบบที่กฎกระทรวงกำหนดให้กับผู้ขอใบอนุญาต โดยผู้ขอใบอนุญาตจะต้องปฏิบัติตามข้อจำกัดและเงื่อนไขที่กำหนดไว้ด้านหลังใบอนุญาต ดังนี้

^{๗๙} กระทรวงมหาดไทย สำนักงานสอบสวนและนิติการ, อ้างแล้ว เจริญฤทธิ์ที่ ๑๕.

๑. ใบอนุญาตนี้ให้ใช้ได้สำหรับ ๑ ครั้ง
๒. การจัดให้มีการเล่นเกมหรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชคนี้ ให้เล่นตามวัน เวลา และสถานที่ที่กำหนดไว้ในใบอนุญาต
๓. ห้ามมิให้ผู้รับอนุญาตโอนใบอนุญาตให้ผู้อื่นไปใช้
๔. การจัดให้มีการเล่นเกมหรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชคเพื่อกิจการค้าหรือ อาชีพนั้น สินค้าที่จำหน่ายจะต้องเป็นไปตามราคาในท้องตลาด และผู้ซื้อแม้ว่าจะไม่ได้รับรางวัลในการเสี่ยงก็ต้องได้รับสิ่งของตามราคาที่ซื้อนั้นไปเสมอ
๕. ห้ามมิให้จ่าย หรือรับเงินแทนการเล่นเกมหรือรางวัล

แต่อย่างไรก็ดี เจ้าพนักงานผู้ออกใบอนุญาตอาจผ่อนผันการอนุญาตให้ผิดไปจากลักษณะข้อจำกัดหรือเงื่อนไขที่กำหนดไว้หลังใบอนุญาตนี้ได้ หากได้รับอนุญาตเป็นการเฉพาะจากกระทรวงมหาดไทย^{๔๐} ดังมีกรณี เช่น ให้เจ้าพนักงานผู้ออกใบอนุญาต ผ่อนผันการอนุญาตให้ผู้ประกอบอาชีพด้านการบริการต่างๆ จัดให้มีการเล่นเกมหรือรางวัลเสี่ยงโชค โดยไม่ต้องปฏิบัติตามลักษณะข้อจำกัดหรือเงื่อนไขที่กำหนดไว้หลังใบอนุญาต (พ.น. ๓๖) ข้อ ๔^{๔๑} กล่าวคือ ประกอบอาชีพด้านการบริการต่างๆ จัดให้มีการเล่นเกมหรือรางวัลเสี่ยงโชคโดยไม่จำเป็นต้องมีสินค้าที่จะต้องจำหน่ายตามราคาในท้องตลาด และผู้ซื้อแม้ว่าจะไม่ได้รับรางวัลในการเสี่ยงก็ต้องได้รับสิ่งของตามราคาที่ซื้อนั้นไปเสมอ (เนื่องจากการบริการต่างๆ ไม่มีตัวสินค้าที่จะจำหน่ายหรือให้ผู้ซื้อรับสินค้า)

อย่างไรก็ดี เจ้าพนักงานผู้ออกใบอนุญาตมีสิทธิเพิกถอนใบอนุญาตได้หากมีเหตุเชื่อได้ว่าผู้รับใบอนุญาตไม่กระทำการหรือละเมิดใบอนุญาต ตามมาตรา ๑๑ พระราชบัญญัติการพนัน พ.ศ. ๒๔๗๘

ขั้นตอนที่ ๔ ผู้ประกอบธุรกิจที่ได้รับอนุญาตให้มีการจัดให้มีการเล่นเกมหรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชคโดยวิธีใดๆ จะต้องจ่ายค่าธรรมเนียมตามที่กฎหมายกำหนด

๔.๑.๕ อายุของใบอนุญาตการจัดให้มีการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคในการประกอบกิจการค้าหรืออาชีพ

สำหรับกำหนดอายุของใบอนุญาตตามกฎหมายฉบับที่ ๑๗ (พ.ศ. ๒๕๐๓) ข้อ ๖ ออกตามความในพระราชบัญญัติการพนัน พ.ศ. ๒๔๗๘ ได้บัญญัติไว้ดังนี้

“กำหนดอายุของใบอนุญาตการจัดให้มีการเล่นเกมหรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชคโดยวิธีใดๆ ในการประกอบกิจการค้าหรืออาชีพให้นับแต่วันที่เจ้าพนักงานออกใบอนุญาตจนถึงวันที่เจ้าพนักงานผู้ออกใบอนุญาตกำหนดให้ตามที่เห็นสมควร และการเสี่ยงโชคแต่ละคราวต้องอยู่ภายในเวลา ๗ ถึง ๒๔ นาฬิกา แห่งวันที่กำหนดไว้”

จากบทบัญญัติดังกล่าว ระยะเวลาอายุของใบอนุญาตจะขึ้นอยู่กับดุลยพินิจของเจ้าพนักงานออกใบอนุญาตที่จะพิจารณาเห็นสมควร ดังนั้นกำหนดอายุของใบอนุญาตจึงมีระยะเวลาที่แตกต่างกันออกไปตามความเหมาะสม แต่อย่างไรก็ดี เวลาในการจัดให้มีการเสี่ยงโชคในแต่ละครั้ง

^{๔๐} กฎกระทรวงฉบับที่ ๑๗ (พ.ศ. ๒๕๐๓) ออกตามความในพระราชบัญญัติการพนัน พ.ศ. ๒๔๗๘ ราชกิจจานุเบกษา เล่ม ๗๗/ตอนที่ ๖๖/หน้า ๕๕๑/๙ สิงหาคม ๒๕๐๓

^{๔๑} หนังสือมหาดไทยที่ มท๐๓๐๗๒/ว ๗๖ ลงวันที่ ๙ มกราคม ๒๕๕๐ เรื่อง ผ่อนผันการอนุญาตจัดให้มีการเล่นเกมหรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชคฯ โดยยกเว้นหลักเกณฑ์

ผู้ประกอบการที่จัดให้มีการเล่นเกมหรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชคจะต้องจัดการเสี่ยงโชคให้อยู่ใน
ช่วงเวลา ๗ - ๒๔ นาฬิกาของวันที่กำหนดในใบอนุญาต

๔.๑.๑.๖ อัตราค่าธรรมเนียมในการขอใบอนุญาตการจัดให้มีการให้รางวัลด้วย
การเสี่ยงโชคในการประกอบกิจการค้าหรืออาชีพ

สำหรับอัตราค่าธรรมเนียมในการขอใบอนุญาตให้จัดให้มีการเล่นเกม
หรือรางวัลในการเสี่ยงโชคได้มีการกำหนดไว้ในกฎกระทรวงฉบับที่ ๑๗ (พ.ศ. ๒๕๐๓) และแก้ไข
เพิ่มเติมโดยกฎกระทรวงฉบับที่ ๒๐ (พ.ศ. ๒๕๒๔) ข้อ ๑๘ ออกตามความในพระราชบัญญัติการพนัน
พ.ศ. ๒๔๗๘ ว่า

“ค่าธรรมเนียมใบอนุญาตจัดให้มีการเล่นเกมหรือรางวัลในการเสี่ยงโชค
ด้วยวิธีการใดๆ ในการประกอบกิจการค้าหรืออาชีพให้กำหนดดังนี้

กำหนดอายุใบอนุญาต	ค่าธรรมเนียม
๑ วัน	๓๐๐ บาท
ไม่เกิน ๗ วัน	๖๐๐ บาท
ไม่เกิน ๑ เดือน	๑,๕๐๐ บาท
ไม่เกิน ๖ เดือน	๖,๐๐๐ บาท
ไม่เกิน ๑ ปี	๙,๐๐๐ บาท

ดังนั้น **ปัจจุบัน** อัตราค่าธรรมเนียมในการขอใบอนุญาตฯ จะมากหรือน้อย
จึงขึ้นอยู่กับระยะเวลาของใบอนุญาตที่กำหนดไว้ในกฎหมาย โดยหาก

- ใบอนุญาตมีกำหนด ๑ วัน ค่าธรรมเนียมอยู่ที่ ๓๐๐ บาท
- ใบอนุญาตมีกำหนดไม่เกิน ๗ วัน ค่าธรรมเนียมอยู่ที่ ๖๐๐ บาท
- ใบอนุญาตมีกำหนดไม่เกิน ๑ เดือน ค่าธรรมเนียมอยู่ที่ ๑,๕๐๐ บาท
- ใบอนุญาตมีกำหนดไม่เกิน ๖ เดือน ค่าธรรมเนียมอยู่ที่ ๖,๐๐๐ บาท
- ใบอนุญาตมีกำหนดไม่เกิน ๑ ปี ค่าธรรมเนียมอยู่ที่ ๙,๐๐๐ บาท

โดยการคำนวณกำหนดอายุใบอนุญาต ให้เริ่มนับตั้งแต่วันที่เริ่มเล่นหรือมี
การส่งขึ้นส่วนชิงโชคหรือคูโปง หรือการส่ง SMS เข้ามาชิงโชคจนถึงวันที่มีการจับรางวัล และหากมี
การจับรางวัลหลายครั้งในช่วงระยะวันจัดรายการ ให้ออกใบอนุญาตทุกครั้งเท่ากับจำนวนจับรางวัล
หรือแยกกองขึ้นส่วนตามลำดับ นอกจากนี้ หากมีการจับรางวัลหลายครั้งโดยนำขึ้นส่วนที่เหลือในครั้ง
ก่อนมาจับในครั้งต่อไปให้นับระยะเริ่มเล่นส่งขึ้นส่วนหรือ SMS ในครั้งก่อนมารวมคำนวณใน
ใบอนุญาตครั้งต่อไป

ตัวอย่างการคำนวณค่าธรรมเนียมใบอนุญาตที่มีการนำขึ้นส่วนที่เหลือใน
ครั้งก่อนมารวมจับด้วย

ครั้งที่ ๑ เริ่มส่งขึ้นส่วนหรือ SMS ๑ พฤศจิกายน - ๓๐ พฤศจิกายน
๒๕๖๐ ใบอนุญาตใบที่ ๑ ไม่เกิน ๑ เดือน ดังนั้นเสียอัตราค่าธรรมเนียมอยู่ที่ ๑,๕๐๐ บาท

ครั้งที่ ๒ จักรวาลวันที่ ๑๕ ธันวาคม ๑๕๖๐ (นำขึ้นส่วนที่เหลือครั้งที่ ๑ มาจับด้วย) ให้นับระยะเวลาตั้งแต่วันที่ ๑ พฤศจิกายน ๒๕๖๐ ถึงวันที่ ๑๕ ธันวาคม ๒๕๖๐ ใบอนุญาตใบที่ ๒ ไม่เกิน ๖ เดือน เสียอัตราค่าธรรมเนียมอยู่ที่ ๖,๐๐๐ บาท เป็นต้น

สำหรับอัตราค่าธรรมเนียมในการขอใบอนุญาต ได้มีการกำหนดอัตราค่าธรรมเนียมเอาไว้ตั้งแต่พ.ศ. ๒๕๒๔ โดยก่อนหน้านี้ พ.ศ. ๒๕๒๔ เดิมอัตราค่าธรรมเนียมของการขอใบอนุญาต ได้กำหนดไว้ในกฎกระทรวงฉบับที่ ๑๗ (พ.ศ. ๒๕๐๓) ข้อ ๑๘ ดังนี้

กำหนดอายุใบอนุญาต	ค่าธรรมเนียม
๑ วัน	๑๐๐ บาท
ไม่เกิน ๗ วัน	๒๐๐ บาท
ไม่เกิน ๑ เดือน	๕๐๐ บาท
ไม่เกิน ๖ เดือน	๒,๐๐๐ บาท
ไม่เกิน ๑ ปี	๓,๐๐๐ บาท

ซึ่งอัตราค่าธรรมเนียมดังกล่าว ได้มีการกำหนดไว้ตั้งแต่ พ.ศ. ๒๕๐๓ ดังนั้นเมื่อเวลาล่วงผ่านมานานจึงเห็นว่าอัตราดังกล่าวนี้ต่ำเกินไป ไม่เหมาะสมกับสภาพการณ์ปัจจุบัน จึงเห็นควรเพิ่มอัตราค่าธรรมเนียมดังกล่าวให้สูงขึ้น จึงได้มีการประกาศกฎกระทรวงฉบับที่ ๒๐ (พ.ศ. ๒๕๒๔) เพื่อมาแก้ไขเพิ่มเติม^{๔๒} โดยอัตราค่าธรรมเนียมดังกล่าวนี้ใช้มาถึงปัจจุบัน

๔.๑.๑.๗ ของรางวัลในการจัดให้มีการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคในการประกอบกิจการค้าหรืออาชีพ

สำหรับของรางวัลในการเล่นเกมหรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชคไม่ได้มีการกำหนดหลักเกณฑ์หรือมูลค่าของของรางวัลเอาไว้ในพระราชบัญญัติว่าด้วยการพนัน พ.ศ. ๒๔๗๘ แต่อย่างไรก็ดี เมื่อพิจารณาตามใบอนุญาตการจัดให้มีการเล่นเกมหรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชคด้วยวิธีการใดๆ ในการประกอบกิจการค้าหรืออาชีพ (พ.น. ๓๖) จะมีการจำกัดเงื่อนไขหลังใบอนุญาตข้อ ๕ กำหนดให้ “ห้ามมิให้จ่ายหรือรับเงินแทนการเล่นเกมหรือรางวัล” หากผู้ได้รับใบอนุญาตฝ่าฝืน เจ้าพนักงานผู้ออกใบอนุญาตมีสิทธิจะเรียกใบอนุญาตคืนได้ตามมาตรา ๑๑ แห่งพระราชบัญญัติว่าด้วยการพนัน พ.ศ. ๒๔๗๘

นอกจากนี้ กระทรวงมหาดไทยยังได้มีหนังสือกระทรวงมหาดไทยด่วนที่สุด ที่มท ๐๓๐๗.๒/ว๑๖๕๑ ลงวันที่ ๓๑ พฤษภาคม ๒๕๔๘ ข้อ ๓ และหนังสือกระทรวงมหาดไทยด่วนที่สุด ที่มท ๐๓๐๗.๒/ว๒๓๘๔ ลงวันที่ ๒๘ กรกฎาคม ๒๕๔๘ ข้อ ๓ ที่กำหนดหลักเกณฑ์ให้แก่เจ้าพนักงานผู้ออกใบอนุญาตถือปฏิบัติตรงกันว่า

“รางวัลสมนาคุณต้องระบุว่าเป็นสิ่งของอะไร ราคาเท่าไร พิจารณาว่าพอสมควรที่จะเล่นเกมหรือให้รางวัลหรือไม่ และห้ามมิให้จ่ายหรือรับเงินแทนการเล่นเกมหรือรางวัลตามลักษณะข้อจำกัดเงื่อนไขหลังใบอนุญาต เช่น เงินสด บัญชีเงินฝาก เช็ก เป็นต้น”

^{๔๒} หมายเหตุท้ายกฎกระทรวงฉบับที่ ๒๐ (พ.ศ. ๒๕๔๐) ราชกิจจานุเบกษา เล่ม ๙๘/ตอนที่ ๑๗๐/ฉบับพิเศษ หน้า ๒๒/๑๔ ตุลาคม ๒๕๒๔

ทำให้เห็นว่ากระทรวงมหาดไทยได้ขยายคำว่า “เงิน” ตามลักษณะข้อจำกัด และเงื่อนไขหลังใบอนุญาตให้กว้างขึ้นมิใช่แต่เฉพาะเงินสดเท่านั้นแต่ยังขยายความรวมถึง เช็ค และ บัญชีเงินฝากด้วย ซึ่งต่อมากระทรวงมหาดไทยได้ยืนยันหลักการดังกล่าวโดยได้มีการออกหนังสือ กระทรวงมหาดไทยด่วนที่สุด มท ๐๓๐๗.๒/ว๓๓๙๕ ลงวันที่ ๕ ตุลาคม ๒๕๕๐ เรื่องการอนุญาตให้มีการจัดแกมพหรือรางวัลในการเสี่ยงโชคฯ ว่า

“...เจตนารมณ์คำว่า “เงิน” หมายความว่ารวมถึง บัญชีเงินฝากและเช็คด้วย อันตีความในลักษณะกว้าง เนื่องจากบัญชีเงินฝากและเช็ค ไม่ใช่ลักษณะของเงินตรา อันได้แก่ เหรียญกษาปณ์ ธนบัตรหรือสิ่งอื่นใดซึ่งรัฐบาลออกใช้หรือให้อำนาจให้ออกใช้ แต่เป็นเพียงหนังสือหรือตราสารที่สามารถแลกเปลี่ยนได้เป็นเงินสดเท่านั้น เมื่อพิจารณาจากเหตุผลดังกล่าวแล้วคำว่า “เงิน” ตามความหมายของลักษณะข้อจำกัดและเงื่อนไขบังคับหลังใบอนุญาตฯ (พ.น. ๓๖) ข้อ ๕ และหนังสือ กระทรวงมหาดไทยด่วนที่สุด ที่มท ๐๓๐๗.๒/ว๑๖๕๑ ลงวันที่ ๓๑ พฤษภาคม ๒๕๔๘ ความหมายของคำว่าเงินรวมถึงหนังสือหรือตราสารทุกประเภทที่สามารถนำไปขึ้นเงิน แลกเงิน หรือเบิกเงินหรือกระทำได้ด้วยประการใดๆ ให้ได้มาซึ่งเงินด้วย ดังนั้นจากข้อหาหรือดังกล่าวข้างต้นหากเป็นบัตรสมนาคุณนำไปแลกซื้อสินค้าได้เท่านั้นแต่ไม่สามารถนำไปขึ้นเงิน แลกเงิน หรือเบิกเงินหรือกระทำได้ด้วยประการใดๆ ให้ได้มาซึ่งเงินแล้ว ก็จะไม่ใช่เงินตามลักษณะข้อจำกัดและเงื่อนไขบังคับหลังใบอนุญาตฯ หรือหนังสือสั่งการดังกล่าวแต่อย่างใด”

ดังนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่า การแกมพหรือรางวัลในการเสี่ยงโชคในปัจจุบัน ไม่ได้มีการกำหนดมูลค่าของรางวัลในการเสี่ยงโชคเอาไว้ โดยมอบอำนาจให้แก่เจ้าหน้าที่ผู้ออกใบอนุญาตเป็นผู้พิจารณาถึงมูลค่าของรางวัลว่าพอสมควรที่จะแกมหรือให้รางวัลหรือไม่ แต่มีเพียงหลักเกณฑ์เดียวที่กำหนดห้ามเกี่ยวกับรางวัลในการแกมพหรือการเสี่ยงโชคไว้ คือ ห้ามแกมพหรือให้รางวัลในการเสี่ยงโชคเป็นเงินและยังรวมถึงหนังสือตราสารทุกประเภทซึ่งสามารถนำไปขึ้นเงินแลกเงิน หรือเบิกเงินหรือกระทำได้ด้วยประการใดๆ ให้ได้มาซึ่งเงิน จึงเป็นการตีความให้ขยายความเพื่อจำกัดของรางวัลให้เป็นเพียงสิ่งของเท่านั้นโดยมิให้รางวัลเป็นเงินไม่ว่าจะทางตรงหรือทางอ้อมก็ตาม ทั้งนี้เนื่องจากเห็นว่าการให้รางวัลในการเสี่ยงโชคเป็นเงินสดจะเป็นกระตุ้นให้ประชาชนอยากได้เงินรางวัลและซื้อสินค้าเพื่อหวังเงินรางวัลมากกว่าความต้องการซื้อสินค้าตามปกติ ถือเป็นการมอมเมาประชาชนให้ลุ่มหลงกับการเสี่ยงโชคมากเกินไป^{๔๓}

๔.๑.๒ หลักเกณฑ์เกี่ยวกับการโฆษณาการส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชค

สำหรับหลักเกณฑ์การควบคุมการโฆษณาการส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลนั้น มีกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

^{๔๓} สัมภาษณ์ บัญชา อินทวิเศษ, เจ้าพนักงานปกครองชำนาญการพิเศษ กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย, สัมภาษณ์, สำนักการสอบสวนและนิติการ กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย, ๙ ตุลาคม ๒๕๖๑.

๔.๑.๒.๑ พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒

พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒ เป็นกฎหมายหลักที่กำหนดหลักเกณฑ์การควบคุมการโฆษณาการส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลในสินค้าทั่วไป โดยพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒ บัญญัติว่า

“มาตรา ๘ ให้นายกรัฐมนตรีรักษาการตามพระราชบัญญัตินี้และให้มีอำนาจแต่งตั้งพนักงานเจ้าหน้าที่และออกกฎกระทรวงเพื่อปฏิบัติการตามพระราชบัญญัตินี้...”

“มาตรา ๒๒ การโฆษณาจะต้องไม่ใช่ข้อความที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค หรือใช้ข้อความที่อาจเป็นผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวม ทั้งนี้ไม่ว่าข้อความดังกล่าวนั้นจะเป็นข้อความที่เกี่ยวกับแหล่งกำเนิด สภาพ คุณภาพ หรือลักษณะของสินค้า หรือบริการ ตลอดจนการส่งมอบ การจัดหา หรือการใช้สินค้าหรือบริการ

ข้อความดังต่อไปนี้ถือว่าเป็นข้อความที่เป็นการไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค หรือเป็นข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวม...

(๕) ข้อความอย่างอื่นตามที่กำหนดในกฎกระทรวง...

มาตรา ๔๘^{๔๔} ผู้ใดโฆษณาโดยใช้ข้อความตามมาตรา ๒๒ (๓) หรือ (๔) หรือข้อความตามที่กำหนดในกฎกระทรวงที่ออกตามมาตรา ๒๒ (๕) หรือฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตาม มาตรา ๒๓ มาตรา ๒๔ มาตรา ๒๕ หรือมาตรา ๒๖ ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสามเดือน หรือปรับไม่เกินสามหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ ”

ต่อมาจึงได้มีการออกกฎกระทรวงฉบับที่ ๓ (พ.ศ. ๒๕๒๖) มาขยายมาตรา ๒๒ วรรคสอง (๕) โดยกำหนดให้ข้อความดังต่อไปนี้ ถือเป็นข้อความที่เข้าลักษณะไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคหรือเป็นข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวม ได้แก่

“... (๓) ข้อความโฆษณาสินค้าหรือบริการที่ระบุหรือประกาศว่าผู้ประกอบการจะจัดให้มีการแถมพหุหรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชค ก่อนที่ผู้ประกอบการธุรกิจนั้นได้รับอนุญาตจากเจ้าพนักงานตามกฎหมายว่าด้วยการพนัน

(๔)^{๔๕} ข้อความโฆษณาสินค้าหรือบริการที่ระบุหรือประกาศว่าผู้ประกอบการจะจัดให้มีการแถมพหุหรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชค ซึ่งผู้ประกอบการธุรกิจนั้นได้รับอนุญาตจากเจ้าพนักงานตามกฎหมายว่าด้วยการพนันแล้ว หรือข้อความโฆษณาสินค้าหรือบริการที่ระบุหรือประกาศว่าผู้ประกอบการจะจัดให้มีการประกวด ชิงรางวัล โดยข้อความดังกล่าวมิได้ระบุรายละเอียดดังต่อไปนี้

(ก) หลักเกณฑ์ วิธีการ เงื่อนไข หรือข้อกำหนดในการเสี่ยงโชคหรือในการประกวดชิงรางวัล

(ข) วัน เดือน ปี ที่เริ่มต้นและสิ้นสุดของการจัดให้มีการเสี่ยงโชคหรือการประกวด ชิงรางวัล เว้นแต่เป็นการโฆษณาทางวิทยุ โทรทัศน์ ข้อความโฆษณาที่กำหนดระยะเวลาเริ่มต้นของการเสี่ยงโชคหรือการประกวดชิงรางวัลนั้นจะให้ปรากฏในส่วนที่เป็นภาพหรือในส่วนที่เป็นเสียงอย่างหนึ่งอย่างใดก็ได้ แต่ข้อความที่กำหนดระยะเวลาสิ้นสุดนั้นจะต้องให้ปรากฏทั้งในส่วนที่เป็นภาพและส่วนที่เป็นเสียง

^{๔๔} มาตรา ๔๘ แก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับที่ ๒) พ.ศ. ๒๕๔๑

^{๔๕} แก้ไขเพิ่มเติมโดยกฎกระทรวง ฉบับที่ ๕ (พ.ศ. ๒๕๓๔) ออกตามความในพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒

(ค) ประเภทและลักษณะของของแถมพกหรือรางวัล จำนวนมูลค่าของของแถมพกหรือรางวัลแต่ละสิ่ง หรือมูลค่ารวมในแต่ละประเภท เว้นแต่กรณีที่มีการโฆษณาวิthyกระจายเสียงหรือวิthyโทรทัศน์ ผู้ประกอบธุรกิจจะไม่ระบุมูลค่าของของแถมพกหรือรางวัลแต่ละสิ่ง หรือมูลค่ารวมในแต่ละประเภทก็ได้ แต่ผู้ประกอบธุรกิจจะต้องระบุมูลค่ารวมของของแถมพกหรือรางวัลทุกประเภทไว้แทน

ในกรณีที่สิ่งซึ่งจัดเป็นของแถมพกหรือรางวัลเป็นสิ่งซึ่งมีมูลค่าที่ผู้บริโภคอาจทราบได้โดยทั่วไป และข้อความโฆษณานั้นได้แสดงให้เห็นให้ผู้บริโภคทราบถึงประเภทและลักษณะของของแถมพกหรือรางวัลไว้โดยชัดแจ้งแล้ว ผู้ประกอบธุรกิจจะไม่ระบุมูลค่าของของแถมพกหรือรางวัลนั้นไว้ก็ได้

(ง) เขตหรือถิ่นที่มีการจัดให้มีการเสี่ยงโชคหรือการประกวดชิงรางวัล เว้นแต่กรณีที่เป็นการจัดให้มีขึ้นทั่วราชอาณาจักร

(จ) วัน เดือน ปี เวลา และสถานที่ซึ่งกำหนดไว้สำหรับการทำการเสี่ยงโชคหรือการตัดสินการประกวดชิงรางวัล

(ฉ) สื่อโฆษณาที่จะใช้ในการประกาศรายชื่อผู้ได้รับของแถมพกหรือรางวัลจากการเสี่ยงโชคหรือการประกวดชิงรางวัล”

จากบทบัญญัติตามกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองผู้บริโภคขั้นต้น ได้กำหนดหลักเกณฑ์ให้ผู้ประกอบธุรกิจที่จะโฆษณาสินค้าโดยจะจัดให้มีการแถมพกหรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชค ต้องดำเนินการให้ถูกต้องตามขั้นตอนและหลักเกณฑ์ที่กฎหมายกำหนด

สำหรับขั้นตอนและหลักเกณฑ์การโฆษณาสินค้าโดยจะจัดให้มีการแถมพกหรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชคที่ถูกต้องตามกฎหมาย มีดังนี้

๑. ผู้ประกอบธุรกิจที่จะโฆษณาสินค้าหรือบริการโดยที่ระบุหรือประกาศว่าจะจัดให้มีการแถมพกหรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชค จะต้องไปดำเนินการขอใบอนุญาตให้มีการแถมพกหรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชคจากเจ้าพนักงานตามกฎหมายว่าด้วยการพนัน พ.ศ. ๒๕๓๘ มาตรา ๘ เสียก่อน

๒. ข้อความโฆษณาสินค้าหรือบริการที่ระบุหรือประกาศว่าผู้ประกอบธุรกิจจะจัดให้มีการแถมพกหรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชค จะต้องระบุรายละเอียดให้ชัดเจน ดังต่อไปนี้

๒.๑ หลักเกณฑ์ วิธีการ เงื่อนไข หรือข้อกำหนดในการเสี่ยงโชคหรือในการประกวดชิงรางวัล

๒.๒ วัน เดือน ปี ที่เริ่มต้นและสิ้นสุดของการจัดให้มีการเสี่ยงโชคหรือการประกวดชิงรางวัล เว้นแต่เป็นการโฆษณาทางวิthyโทรทัศน์ ข้อความโฆษณาที่กำหนดระยะเวลาเริ่มต้นของการเสี่ยงโชคหรือการประกวดชิงรางวัลนั้นจะปรากฏในส่วนที่เป็นภาพหรือในส่วนที่เป็นเสียงอย่างหนึ่งอย่างใดก็ได้ แต่ข้อความที่กำหนดระยะเวลาสิ้นสุดนั้นจะต้องให้ปรากฏทั้งในส่วนที่เป็นภาพและส่วนที่เป็นเสียง

๒.๓ ประเภทและลักษณะของของแถมพกหรือรางวัลจำนวนมูลค่าของของแถมพกหรือรางวัลแต่ละสิ่ง หรือมูลค่ารวมในแต่ละประเภท เว้นแต่กรณีที่มีการโฆษณาวิthyกระจายเสียงหรือวิthyโทรทัศน์ผู้ประกอบธุรกิจจะไม่ระบุมูลค่าของของแถมพกหรือรางวัลแต่ละสิ่ง หรือมูลค่ารวม

ในแต่ละประเภทก็ได้ แต่ผู้ประกอบการจะต้องระบุมูลค่ารวมของของแถมพกหรือรางวัลทุกประเภทไว้แทน

ในกรณีที่สิ่งซึ่งจัดเป็นของแถมพกหรือรางวัลเป็นสิ่งที่ผู้มีมูลค่าที่ผู้บริโภคอาจทราบได้โดยทั่วไป และข้อความโฆษณานั้นได้แสดงให้เห็นให้ผู้บริโภคทราบถึงประเภทและลักษณะของของแถมพกหรือรางวัลไว้โดยชัดแจ้งแล้ว ผู้ประกอบการจะไม่ระบุมูลค่าของของแถมพกหรือรางวัลนั้นไว้ก็ได้

๒.๔ เขตหรือถิ่นที่มีการจัดให้มีการเสี่ยงโชคหรือการประกวดชิงรางวัล เว้นแต่กรณีที่เป็นการจัดให้มีขึ้นทั่วราชอาณาจักร

๒.๕ วัน เดือน ปี เวลา และสถานที่ซึ่งกำหนดไว้สำหรับการทำการเสี่ยงโชคหรือการตัดสินการประกวดชิงรางวัล

๒.๖ สื่อโฆษณาที่จะใช้ในการประกาศรายชื่อผู้ได้รับของแถมพกหรือรางวัลจากการเสี่ยงโชคหรือการประกวดชิงรางวัล

ดังนั้นหากผู้ประกอบการที่จะโฆษณาสินค้าหรือบริการโดยที่ระบุหรือประกาศว่าจะจัดให้มีการแถมพกหรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชคไม่ปฏิบัติตาม ก็จะต้องถือว่าผู้ประกอบการมีการโฆษณาโดยใช้ข้อความที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคหรือใช้ข้อความที่อาจเป็นผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวม อันจะมีความผิดตามมาตรา ๒๒ (๕) กำหนดระวางโทษจำคุกไม่เกิน ๓ เดือน หรือปรับไม่เกิน ๓๐,๐๐๐ บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

๔.๑.๒.๒ ประกาศคณะกรรมการว่าด้วยโฆษณา เรื่องการโฆษณาสินค้าหรือการบริการการจัดให้มีการเสี่ยงโชคด้วยการแถมพกหรือรางวัล^{๔๖}

ในปี พ.ศ. ๒๕๒๒ คณะกรรมการว่าด้วยโฆษณา ซึ่งเป็นคณะกรรมการที่จัดตั้งขึ้นตามมาตรา ๑๔ แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค ได้มีการออกประกาศคณะกรรมการว่าด้วยโฆษณา เรื่องการโฆษณาสินค้าหรือการบริการการจัดให้มีการเสี่ยงโชคด้วยการแถมพกหรือรางวัลขึ้นมา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้แนวทางแก่ผู้ประกอบการว่า ข้อความโฆษณาที่จัดให้มีการแถมพกหรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชคจะต้องมีรายละเอียดประการใดบ้าง จึงจะอยู่ในเกณฑ์ที่คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาจะพิจารณาถือว่าเพียงพอที่จะไม่เป็นการฝ่าฝืนกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองผู้บริโภค

โดยข้อความโฆษณาดังกล่าวอาจพิจารณา แยกได้เป็นสองลักษณะ คือ

๑. การจัดให้มีการแถมพกหรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชคตามร้านค้าทั่วไป หรือสถานที่ ซึ่งกำหนดไว้ โดยการนำคูโปง บัตรสมนาคุณ ชิ้นส่วน หรือสิ่งอื่นใดที่ถูกกำหนดไว้ ให้ผู้ที่บังเอิญได้รับมีสิทธินำมาแลกของแถมพกหรือรางวัล

๒. การจัดให้มีการแถมพกหรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชค ทางสถานีวิทยุกระจายเสียง สถานีวิทยุโทรทัศน์หรือสถานที่อื่นใดโดยการจับชิ้นส่วน

ทั้งนี้เนื่องจากในเวลาดังกล่าวมีผู้ประกอบการเป็นจำนวนมากได้ส่งเสริมการขายสินค้าหรือบริการโดยใช้วิธีการโดยจัดให้มีการแถมพกหรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชคแต่ไม่ได้มีการแถลงรายละเอียดเกี่ยวกับการจัดให้มีการแถมพกหรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชคไว้ในข้อความ

^{๔๖} ราชกิจจานุเบกษา/เล่มที่ ๙๗/ตอนที่ ๕/หน้า ๑๒๘๗/๒๒ เมษายน พ.ศ. ๒๕๒๓

โฆษณาอย่างชัดเจนและครบถ้วนตามที่กฎหมายว่าด้วยคุ้มครองผู้บริโภคกำหนด จึงเป็นปัญหาว่า บรรดาข้อความโฆษณาทั้งหลายจะเป็นการฝ่าฝืนกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองผู้บริโภคหรือไม่

ดังนั้น คณะกรรมการว่าด้วยโฆษณาจึงได้ทำข้อเสนอแนะผู้ประกอบการธุรกิจ ดังนี้

๑. ข้อความโฆษณาด้วยการจัดให้มีการแถมพหุหรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชคโดยการนำคุปอง สมนาคุณ ขึ้นส่วนหรือสิ่งอื่นใดที่กำหนดไว้ ให้ผู้บังเอิญที่มาจับของแถมพหุหรือรางวัลตามร้านค้าทั่วไปหรือสถานที่ที่กำหนดไว้อย่างน้อยที่สุดให้มีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

๑.๑ รายละเอียดเกี่ยวกับประเภทและลักษณะของรางวัล จำนวน รางวัลและมูลค่าของรางวัลต่อชิ้นหรือมูลค่ารวมในแต่ละประเภท

ถ้าเป็นการโฆษณาทางวิทยุกระจายเสียงหรือวิทยุโทรทัศน์ ผู้ประกอบธุรกิจจะไม่ระบุมูลค่ารางวัลต่อชิ้นหรือมูลค่ารวมในแต่ละประเภทก็ได้ แต่ในกรณีนั้นต้องระบุมูลค่ารวมของรางวัลทุกประเภท ประกอบกับมูลค่ารวมของรางวัลในประเภทที่มีมูลค่าแตกต่างไปจากความเข้าใจโดยทั่วไปของผู้บริโภค และมูลค่ารวมในของรางวัลในประเภทที่มีมูลค่าไม่อาจทราบได้โดยทั่วไป

๑.๒ รายละเอียดเกี่ยวกับวิธีแจกรางวัลที่ทำให้ผู้บริโภคเข้าใจได้ว่ามีวิธีนำคุปอง สมนาคุณ ขึ้นส่วน หรือสิ่งอื่นใดที่กำหนดไว้ให้ผู้บังเอิญได้รับมาแลรางวัลได้อย่างไร และ แลก ณ ร้านค้าประเภทใดหรือสถานที่ใด

๑.๓ กำหนดระยะเวลาเริ่มต้นและระยะเวลาสิ้นสุดของการจัดให้มีการแถมพหุหรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชคดังที่ได้รับอนุญาตตามกฎหมาย

ถ้าเป็นการโฆษณาทางวิทยุโทรทัศน์ ข้อความโฆษณาที่กำหนดระยะเวลาสิ้นสุดของการจัดให้มีการแถมพหุหรือรางวัลให้ปรากฏส่วนที่เป็นภาพและส่วนที่เป็นเสียง แต่ข้อความที่กำหนดระยะเวลาเริ่มต้นนั้นจะให้ปรากฏส่วนที่เป็นภาพหรือส่วนที่เป็นเสียง อย่างหนึ่งอย่างใดก็ได้

๑.๔ กำหนดเขตหรือถิ่นที่มีการจัดให้มีการแถมพหุหรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชค (ถ้ามี)

๒. ข้อความโฆษณาการแจกรางวัลทางสถานีวิทยุกระจายเสียง สถานีโทรทัศน์หรือสถานที่อื่นใดโดยการจับคุปอง ขึ้นส่วน หรือสิ่งอื่นใดที่ผู้บริโภคส่งมาชิงโชคอย่างน้อยที่สุด ให้มีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

๒.๑ รายละเอียดเกี่ยวกับประเภทและลักษณะของรางวัล จำนวน รางวัลและมูลค่าของรางวัลต่อชิ้นหรือมูลค่ารวมในแต่ละประเภท

ถ้าเป็นการโฆษณาทางวิทยุกระจายเสียงหรือวิทยุโทรทัศน์ ผู้ประกอบธุรกิจจะไม่ระบุมูลค่าของรางวัลต่อชิ้น หรือมูลค่ารวมในแต่ละประเภทก็ได้แต่ในกรณีนั้นต้องระบุมูลค่ารวมของรางวัลทุกประเภท ประกอบกับมูลค่ารวมของรางวัลในประเภทที่มีมูลค่าแตกต่างไปจาก ความเข้าใจ โดยทั่วไปของผู้บริโภค และมูลค่ารวมของรางวัลในประเภทที่ไม่อาจทราบได้โดยทั่วไป

๒.๒ รายละเอียดเกี่ยวกับขึ้นส่วนหรือคุปองที่จะส่งไปชิงโชค สถานที่สำหรับรับคุปอง หรือขึ้นส่วน พร้อมทั้งกำหนดเวลาเริ่มต้นรับคุปองหรือขึ้นส่วน และระยะเวลาสิ้นสุดของการรับคุปองหรือขึ้นส่วน

ถ้าเป็นการโฆษณาทางวิทยุโทรทัศน์ ข้อความโฆษณาที่กำหนดระยะเวลาสิ้นสุดของการรับดูหรือขึ้นส่วนให้ปรากฏส่วนที่เป็นภาพและส่วนที่เป็นเสียง แต่ข้อความโฆษณาที่กำหนดระยะเวลาเริ่มต้นนั้นจะให้ปรากฏส่วนที่เป็นภาพหรือส่วนที่เป็นเสียงอย่างหนึ่งอย่างใดก็ได้

๒.๓ วัน เวลา และสถานีวิทยุกระจายเสียงหรือสถานีวิทยุโทรทัศน์หรือสถานที่อื่นใดซึ่งกำหนดไว้สำหรับการจับขึ้นส่วนหรือดูในการชิงโชค

๒.๔ หนังสือพิมพ์ที่จะประกาศชื่อผู้ได้รับรางวัล และวันประกาศรายชื่อดังกล่าวหรือสถานที่ที่ประกาศรายชื่อผู้ได้รับรางวัลโดยเปิดเผยและระยะเวลาประกาศ ทั้งนี้ เว้นแต่การจับขึ้นส่วนหรือดูที่ได้แพร่ภาพออกอากาศสถานีวิทยุโทรทัศน์

๒.๕ วิธีชิงโชคโดยสังเขป

หากผู้ประกอบการ ยังมีข้อสงสัยเกี่ยวกับข้อแนะนำในเรื่องการโฆษณาทั้งสองลักษณะดังกล่าว ก็อาจขอให้คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาพิจารณาให้ความเห็นในเรื่องนี้ได้ตามมาตรา ๒๙ แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒ โดยยื่นคำขอต่อสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

๔.๑.๒.๓ พระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. ๒๕๒๒

ตามพระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. ๒๕๒๒ มาตรา ๔๑ ได้บัญญัติเกี่ยวกับการควบคุมโฆษณาอาหาร ดังนี้

“มาตรา ๔๑ ผู้ใดประสงค์จะโฆษณาคุณภาพประโยชน์คุณภาพ หรือสรรพคุณของอาหารทางวิทยุกระจายเสียงวิทยุโทรทัศน์ทางฉายภาพ ภาพยนตร์หรือทางหนังสือพิมพ์หรือสิ่งพิมพ์อื่น หรือด้วยวิธีอื่นใดเพื่อประโยชน์ในทางการค้า ต้องนำเสียง ภาพ ภาพยนตร์หรือข้อความที่จะโฆษณาดังกล่าวนั้นให้ผู้อนุญาตตรวจพิจารณาก่อน เมื่อได้รับอนุญาตแล้วจึงจะโฆษณาได้”

และเพื่อให้เป็นไปตามมาตรา ๔๑ สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา จึงได้มีการประกาศสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา เรื่อง หลักเกณฑ์การโฆษณาเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์^{๔๗} ขึ้นมาเป็นการเฉพาะ โดยตามประกาศฯ ฉบับนี้ได้ให้คำจำกัดความของ “เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ หมายความว่า เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์มากกว่าร้อยละ ๐.๕ ของน้ำหนัก”

และในข้อ ๔ ของประกาศฯ ได้กำหนดให้ “การโฆษณาเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ทางสื่อวิทยุโทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียง และสื่อกลางแจ้ง ต้องไม่โฆษณาในลักษณะการแถมพิก หรือให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชค หรือมีการให้ของแถม”

นอกจากนี้เพื่อให้การดำเนินการในการบังคับใช้พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. ๒๕๕๑ ตามมาตรา ๓๒ หมวดที่ ๔ เรื่องการห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นไปด้วยความเรียบร้อย และเพื่อประโยชน์สาธารณะในการป้องกันการริเริ่มดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชนและประชาชนทั่วไป อันเนื่องจากโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตลอดจนเพื่อให้การดำเนินการตามกฎหมายเป็นไปในแนวทางเดียวกัน สำนักงานคณะกรรมการ

^{๔๗} ประกาศสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา เรื่องหลักเกณฑ์การโฆษณาเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ประกาศ ณ วันที่ ๓๐ พฤศจิกายน พ.ศ. ๒๕๕๙ ให้ใช้บังคับตั้งแต่วันที่ ๓ ธันวาคม พ.ศ. ๒๕๕๙ เป็นต้นไป

ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบ กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข จึงได้ออกแนวทางปฏิบัติถึงการกระทำที่มีลักษณะส่อหรือแสดงให้เห็นว่ามีเจตนาที่จะโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่เป็น การฝ่าฝืนมาตรา ๓๒ ดัง ต่อไปนี้

“... (๖) การโฆษณาที่มีลักษณะ แถมพก หรือให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชค หรือมีการให้ ของแถม...”

ดังนั้นเครื่องดื่มมีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ จึงไม่สามารถโฆษณาใน ลักษณะการแถมพก หรือให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคทางสื่อวิทยุโทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียง และ สื่อกลางแจ้งได้เลย

สำหรับการโฆษณาเครื่องดื่มที่ผสมกาเฟอีน แต่เดิมได้มีการประกาศสำนักงาน คณะกรรมการอาหารและยา เรื่องหลักเกณฑ์การโฆษณาเครื่องดื่มที่ผสมกาเฟอีน ลงวันที่ ๑๙ กันยายน พ.ศ. ๒๕๔๖ ข้อ ๕ ได้กำหนดให้การโฆษณาเครื่องดื่มที่ผสมกาเฟอีน ต้องไม่โฆษณาใน ลักษณะการแถมพกหรือให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชค หรือมีการให้ของแถมทางวิทยุกระจายเสียง วิทยุ โทรทัศน์ ทางฉายภาพภาพยนตร์ หรือทางหนังสือพิมพ์ หรือสิ่งพิมพ์อื่น หรือด้วยวิธีอื่นใด

แต่ต่อมาสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาได้ยกเลิกประกาศ สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา เรื่องหลักเกณฑ์การโฆษณาเครื่องดื่มที่ผสมกาเฟอีน ลงวันที่ ๑๙ กันยายน พ.ศ. ๒๕๔๖ และได้มีการประกาศสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา เรื่อง หลักเกณฑ์การโฆษณาเครื่องดื่มที่ผสมกาเฟอีน ลงวันที่ ๘ มีนาคม พ.ศ. ๒๕๕๕ โดยประกาศฉบับนี้ ไม่มีการนำบทบัญญัติว่าการโฆษณาเครื่องดื่มที่ผสมกาเฟอีน ต้องไม่โฆษณาในลักษณะการแถมพก หรือให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชค หรือมีการให้ของแถมไว้ดังเช่นประกาศสำนักงานคณะกรรมการ อาหารและยา เรื่องหลักเกณฑ์การโฆษณาเครื่องดื่มที่ผสมกาเฟอีน ลงวันที่ ๑๙ กันยายน พ.ศ. ๒๕๔๖ ข้อ ๕ ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่าปัจจุบันนี้ การโฆษณาเครื่องดื่มที่ผสมกาเฟอีน สามารถโฆษณาใน ลักษณะการแถมพก หรือให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชค หรือมีการให้ของแถมได้

๔.๑.๒.๔ พระราชบัญญัติยา พ.ศ. ๒๕๑๐

พระราชบัญญัติยา พ.ศ. ๒๕๑๐ ได้มีการบัญญัติการโฆษณายา ไว้ในหมวด ๑๑ มาตรา ๙๐ ดังนี้

“ห้ามมิให้โฆษณาขายยาโดยวิธีแถมพกหรือออกสลากรางวัล”

ดังนั้นผลิตภัณฑ์ยาจึงไม่สามารถใช้วิธีการแถมพกหรือการออกสลาก รางวัลเพื่อการโฆษณาได้ โดยหากผู้ใดฝ่าฝืนต้องระวางโทษปรับไม่เกิน ๑๐๐,๐๐๐ บาท ตามมาตรา ๑๒๔ แห่งพระราชบัญญัติยา พ.ศ.๒๕๑๐

๔.๑.๒.๕ พระราชบัญญัติเครื่องมือแพทย์ พ.ศ. ๒๕๕๑

พระราชบัญญัติเครื่องมือแพทย์ พ.ศ. ๒๕๕๑ ได้มีการบัญญัติการโฆษณา เครื่องมือแพทย์ไว้ในหมวด ๗ มาตรา ๕๙ ดังนี้

“การโฆษณาเครื่องมือแพทย์ ต้อง

...

(๓) ไม่จัดให้มีรางวัลด้วยการเสี่ยงโชค โดยวิธีใดๆ...”

ดังนั้นผลิตภัณฑ์สินค้าที่เป็นเครื่องมือแพทย์จึงไม่สามารถใช้วิธีการจัดให้มีรางวัลด้วยการเสียงโชคเพื่อการโฆษณาได้ โดยหากผู้ใดฝ่าฝืนจะต้องระวางโทษจำคุกไม่เกิน ๑ ปีหรือปรับไม่เกินบาท หรือ ๑๐๐,๐๐๐ ทั้งจำทั้งปรับ ตามมาตรา ๑๑๗ แห่งพระราชบัญญัติเครื่องมือแพทย์ พ.ศ. ๒๕๕๑

๔.๒ ปัญหาและอุปสรรคในการควบคุมการส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสียงโชคของผู้ประกอบธุรกิจในประเทศไทย

จากการศึกษาการควบคุมการส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสียงโชคของผู้ประกอบธุรกิจในประเทศไทย พบว่ามีปัญหาและอุปสรรคในการควบคุมการส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสียงโชคของผู้ประกอบธุรกิจในประเทศไทยดังนี้

๔.๒.๑ กฎหมายที่ใช้ในการควบคุมการส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสียงโชคบังคับใช้มาเป็นเวลานาน ไม่เหมาะสมกับสถานการณ์ในปัจจุบัน

เนื่องจากการจัดให้มีการให้รางวัลด้วยการเสียงโชคเพื่อส่งเสริมการขาย มีความคาบเกี่ยวกับหลักการพนัน เพราะวิธี“การเสียงโชค”ถือเป็นองค์ประกอบหนึ่งตามหลักการพนัน ทำให้ต้องมีกฎหมายออกมาควบคุม ดังนั้นประเทศไทยจึงได้นำเรื่องการจัดให้มีการให้รางวัลด้วยการเสียงโชคของผู้ประกอบธุรกิจมาบัญญัติไว้ในพระราชบัญญัติการพนัน พ.ศ. ๒๔๗๘ โดยได้บัญญัติถึงวิธีการควบคุมการให้รางวัลด้วยการเสียงโชคเอาไว้ในมาตรา ๘ เพียงมาตราเดียว โดยกำหนดให้การจัดให้มีการให้รางวัลด้วยการเสียงโชคจะต้องได้รับอนุญาตจากเจ้าพนักงานผู้ออกใบอนุญาตก่อนจึงจะทำได้ อย่างไรก็ตาม พระราชบัญญัติการพนันฯ มิได้มีการกำหนดรายละเอียด ขั้นตอนและวิธีการในการขออนุญาตการจัดให้มีการให้รางวัลด้วยการเสียงโชคของผู้ประกอบธุรกิจไว้แต่ประการใด แต่ได้กำหนดให้รัฐมนตรีว่าการกระทรวงมหาดไทยซึ่งเป็นเจ้าหน้าที่รักษาการให้เป็นไปตามพระราชบัญญัตินี้มีอำนาจออกกฎกระทรวงตั้งเจ้าพนักงานดำเนินการตามพระราชบัญญัติ กำหนดเงินค่าธรรมเนียมและวางระเบียบเพื่อปฏิบัติการให้เป็นไปตามพระราชบัญญัตินี้^{๔๔} ดังนั้นการกำหนดหลักเกณฑ์การจัดให้มีการให้รางวัลด้วยการเสียงโชคจึงต้องไปอาศัยกฎหมายระดับลูก ได้แก่ กฎกระทรวงในการกำหนดรายละเอียด ขั้นตอนและวิธีการต่างๆ ในการอนุญาตการจัดให้มีการให้รางวัลด้วยการเสียงโชค

ต่อมากระทรวงมหาดไทยจึงได้มีการออกกฎกระทรวงเพื่อกำหนดหลักเกณฑ์ควบคุมการจัดให้มีการให้รางวัลด้วยการเสียงโชค คือ กฎกระทรวง ฉบับที่ ๑๗ (พ.ศ. ๒๕๐๓) โดยกฎกระทรวงฉบับดังกล่าวได้กำหนดให้มีการแต่งตั้งเจ้าพนักงานผู้ออกใบอนุญาตจัดให้มีการเล่นเกมหรือรางวัลด้วยการเสียงโชคฯ และกำหนดหลักเกณฑ์ใหญ่ๆ ได้แก่ อายุใบอนุญาตฯ แบบการขออนุญาตฯ (พ.น. ๑) แบบของใบอนุญาต (พ.น. ๓๖ ๐๑-๕๐) และอัตราค่าธรรมเนียมการขออนุญาตฯ เท่านั้น ทำให้กระทรวงมหาดไทยต้องไปออกระเบียบและหนังสือกระทรวงมหาดไทยเพื่อกำหนดหลักเกณฑ์และแนวปฏิบัติทางราชการแก่เจ้าพนักงานผู้ออกใบอนุญาต เพื่อประกอบการใช้ดุลยพินิจในการออกใบอนุญาตให้ถูกต้องและเป็นไปในแนวทางเดียวกัน

^{๔๔} มาตรา ๑๗ แห่งพระราชบัญญัติการพนัน พ.ศ. ๒๔๗๘

ซึ่งที่ผ่านมากระทรวงมหาดไทยได้มีการวางระเบียบและออกหนังสือกระทรวงมหาดไทย เพื่อกำหนดรายละเอียดและแนวทางปฏิบัติเกี่ยวกับการขออนุญาตการจัดให้มีการให้รางวัลด้วยการ เสียงโชคหลายฉบับ ได้แก่ การวางหลักเกณฑ์เกี่ยวกับเอกสารและหลักฐานประกอบที่ผู้ขอใบอนุญาต ต้องยื่นเพื่อพิจารณา คุณสมบัติของผู้ขอใบอนุญาต แนวทางปฏิบัติในการออกใบอนุญาตของเจ้า พนักงานผู้ออกใบอนุญาต เช่น การกำหนดวิธีการเสียงโชค แนวทางพิจารณาของรางวัลที่เหมาะสม การขยายความหมายการห้ามมิให้แจกรางวัลเป็นเงินสดให้หมายความรวมถึงหนังสือตราสารทุก ประเภทซึ่งสามารถนำไปขึ้นเงิน แลกเงินหรือเบิกเงินหรือกระทำการด้วยประการใดๆ ให้ได้มาซึ่งเงิน แต่อย่างไรงี้ดี เนื่องจากการกำหนดรายละเอียดดังกล่าวอยู่ในหนังสือกระทรวงมหาดไทย ซึ่งโดยทั่วไป ถือเป็นหนังสือกำหนดแนวทางปฏิบัติทางราชการโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อใช้เป็นคู่มือการปฏิบัติงานของ เจ้าหน้าที่ฝ่ายปกครองให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน เพื่อรักษามาตรฐานของงานให้เป็นระบบและ สอดคล้องต้องกัน ทำให้หนังสือในลักษณะดังกล่าวเป็นเพียงระเบียบ หรือ มาตรการภายในของฝ่าย ปกครองที่มาจากการใช้อำนาจบังคับบัญชาซึ่งเป็นอำนาจทั่วไปในทางบริหารงานภายในของฝ่าย ปกครองเท่านั้น โดยมีผลผูกพันโดยตรงกับเจ้าหน้าที่ฝ่ายปกครองให้มีหน้าที่ต้องปฏิบัติตาม มิฉะนั้น อาจทำให้ถูกลงโทษทางวินัยและขณะเดียวกันไม่ผูกพันประชาชนซึ่งเป็นบุคคลภายนอกฝ่ายปกครอง ให้ต้องปฏิบัติตาม แต่อย่างไรงี้ดี เนื่องด้วยหนังสือกำหนดแนวทางปฏิบัติราชการในปัจจุบันได้มี เนื้อหาที่ขยายขอบเขตมากไปกว่าเดิม บางครั้งมีการกำหนดเนื้อหาเรื่องอื่นใดขึ้นใหม่ หรือแก้ไข เพิ่มเติมไปจากหลักการเดิมของกฎหมายที่ออกโดยฝ่ายนิติบัญญัติ โดยเฉพาะกรณีที่มีผลกระทบต่อ สถานภาพแห่งสิทธิหรือหน้าที่ของประชาชนให้ได้รับความเดือดร้อน หรือเสียหาย หรืออาจจะ เดือดร้อนหรือเสียหายโดยไม่อาจหลีกเลี่ยงได้ หรือประสงค์ให้มีผลใช้บังคับเป็นการทั่วไปเช่นเดียวกับ กฎที่ออกโดยอาศัยอำนาจบังคับบัญชาเท่านั้น จึงถือเป็นประเด็นปัญหาทางกฎหมายเกี่ยวกับ อำนาจ หรือที่มาของหนังสือกำหนดแนวทางปฏิบัติราชการที่ขัดแย้งกับหลักการแบ่งแยกอำนาจซึ่ง อาจพิจารณาได้ว่าเป็นการกระทำที่ไม่ชอบด้วยกฎหมาย หรือปราศจากฐานทางกฎหมายรองรับให้ กระทำได้ และเป็นกรณีที่แตกต่างไปจากการออกกฎประเภทอื่นๆ ในระบบกฎหมายไทยที่จะกระทำ ได้ต่อเมื่อมีกฎหมายแม่บทให้อำนาจในการตรากฎหมายลำดับรองประเภทนั้น^{๔๙} ดังนั้นการกำหนด หลักเกณฑ์รายละเอียดของการส่งเสริมการให้รางวัลด้วยการเสียงโชคไว้ในหนังสือกระทรวงมหาดไทย ซึ่งเป็นเพียงระเบียบบังคับภายในของฝ่ายบริหาร อีกทั้งยังคงเป็นประเด็นปัญหาถึงสถานะทาง กฎหมายของหนังสือกำหนดแนวทางปฏิบัติราชการดังที่กล่าวข้างต้น ส่งผลทำให้หลักเกณฑ์ควบคุม การให้รางวัลด้วยการเสียงโชคขาดความแน่นอนและชัดเจน ซึ่งต่างจากการกำหนดไว้ในกฎหมาย ระดับพระราชบัญญัติหรือกฎกระทรวงที่มีสถานะทางกฎหมายที่ชัดเจน

นอกจากนี้ ตัวพระราชบัญญัติการพนัน พ.ศ. ๒๔๗๘ เอง หากนับระยะเวลาย้อน อติตจนปัจจุบันกฎหมายดังกล่าวได้มีการบังคับใช้มาเป็นเวลากว่า ๘๐ ปี (ถึงแม้พระราชบัญญัติการ พนันฯ จะได้มีการแก้ไขเพิ่มเติมถึง ๘ ฉบับ แต่ก็ไม่ได้มีการแก้ไขเพิ่มเติมในส่วนของการจัดให้มีการให้ รางวัลด้วยการเสียงโชค) ประกอบกับพระราชบัญญัติการพนันฯ มิได้มีการบัญญัติถึงหลักเกณฑ์ ขั้นตอนและวิธีการต่างๆ ในการอนุญาตการจัดให้มีการให้รางวัลด้วยการเสียงโชคเอาไว้เป็นหมวด

^{๔๙} สุริเยนทร์ ศรีสังข์. (๒๕๖๑). ปัญหาทางกฎหมายของหนังสือกำหนดแนวทางปฏิบัติราชการ. วารสารบัณฑิตศึกษา นิติศาสตร์, ๓(๑๑), ๖๐๗-๖๐๘.

เฉพาะ จึงทำให้มาตรการการควบคุมการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคยังไม่มีความชัดเจนและแน่นอน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะในสมัยก่อนนั้นการส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคยังไม่เป็นที่นิยมแพร่หลาย ซึ่งแตกต่างกับในปัจจุบันที่การแข่งขันทางด้านการค้าของผู้ประกอบธุรกิจเป็นไปอย่างเข้มข้น ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจต่างก็นำกลยุทธ์ในการส่งเสริมการขายมาใช้ในทุกรูปแบบ อีกทั้งยังได้พัฒนากลยุทธ์ใหม่ๆ เข้ามาดึงดูดผู้บริโภคเพื่อกระตุ้นหรือเพิ่มยอดขายในสินค้าหรือบริการของตน ซึ่งหนึ่งในกลยุทธ์ของการส่งเสริมการขายที่นิยมใช้ในปัจจุบันก็คือ การให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชค ดังเคยมีตัวอย่างสถิติการขออนุญาตการจัดให้มีการเล่นเกมหรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชคในช่วงเดือนตุลาคม-ธันวาคม ๒๕๕๘ และมกราคม-กันยายน ๒๕๕๙ มีผู้ประกอบการขออนุญาตให้มีการเล่นเกมหรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชคทั่วประเทศรวมทั้งสิ้น ๑,๓๕๙ ราย^{๙๐} นอกจากนี้กระทรวงมหาดไทยยังพบว่า ปัจจุบันได้มีผู้ประกอบการนิยมนำวิธีการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชครูปแบบใหม่ๆ มาใช้ และการเสี่ยงโชคมีการพัฒนาการเล่นให้ซับซ้อนมากขึ้นและนำเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาช่วยเหลือในการเล่น ทำให้เด็กและเยาวชน ประชาชนเกิดความลุ่มหลงมัวเมาในการเล่น เป็นต้นเหตุของปัญหาความยากจนและปัญหาความไม่สงบเรียบร้อยในสังคม ดังนั้นกระทรวงมหาดไทยซึ่งเป็นหน่วยงานที่ดูแลรับผิดชอบในการออกใบอนุญาตฯ จึงเห็นว่าหากการจัดให้มีการเล่นเกมหรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชคยังบัญญัติอยู่ภายใต้พระราชบัญญัติการพนันฯ จะไม่สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปมาก จึงจำเป็นต้องตรากฎหมายใหม่ โดยกระทรวงมหาดไทยเห็นว่าควรมีการแยกหลักการจัดให้มีการเล่นเกมหรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชคโดยวิธีใดๆ ในการประกอบกิจการค้าออกจากกฎหมายว่าด้วยการพนัน^{๙๑}

สำหรับแนวทางการปรับปรุงแก้ไขกฎหมายเกี่ยวกับการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชค ในขณะนี้ได้มีความเห็นแบ่งออกเป็น ๒ ฝ่าย โดยประเด็นที่มีการถกเถียงกันอยู่ในขณะนี้ คือ การให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคในการประกอบธุรกิจเข้าข่ายเป็นการพนันหรือไม่ หากถือว่าการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคไม่จัดว่าเป็นการพนันควรจะแยกกฎหมายเรื่องดังกล่าวออกจากพระราชบัญญัติการพนัน แต่หากเห็นว่าการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคถือว่าเป็นการพนันประเภทหนึ่งก็ควรกำหนดไว้ในพระราชบัญญัติการพนันเช่นเดิมแต่แยกหมวดออกมาให้ชัดเจน โดยทั้ง ๒ ฝ่ายมีแนวคิดดังนี้

ความเห็นฝ่ายที่ ๑ มองว่าเนื่องจากกฎหมายการพนันประเทศไทยไม่ได้มีการกำหนดคำนิยามหรือคำจำกัดความของ “การพนัน” เอาไว้ จึงต้องนำเอาความหมายตามพจนานุกรมการให้ความเห็นของคณะกรรมการกฤษฎีกาหรือแนวทางตามคำพิพากษาศาลฎีกาที่ได้วางองค์ประกอบของการพนันที่สำคัญเอาไว้ ๒ ประการ ได้แก่ ประการที่หนึ่ง คือ เป็นการเสี่ยงโชค และประการที่สอง คือ “ต้องมีการได้หรือเสียทรัพย์สินหรือเงินทองต่อกัน” หรือ “การได้หรือการเสีย นั้นถือเอาผลของเหตุการณ์ในอนาคตที่ไม่แน่นอนเป็นเครื่องชี้ขาดหรือต้องมีการเสี่ยงโชคเกิดขึ้น” ดังเคยวินิจฉัยไว้ในคำพิพากษาศาลฎีกาที่ ๔๕๓-๔๖๐/๒๕๐๑ โดยหากยึดถือตามแนวทางคำพิพากษาศาลฎีกาดังกล่าว จะมองว่าการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคในการประกอบธุรกิจการค้าไม่ถือว่าเป็น

^{๙๐} จักรกฤษณ์ รักพิโต. (๒๕๕๙). สถิติการขออนุญาตการจัดให้มีการเล่นเกมและหรือรางวัลในการเสี่ยงโชคด้วยวิธีการใดๆ ในช่วงเดือนตุลาคม-ธันวาคม ๒๕๕๘ และมกราคม-กันยายน ๒๕๕๙. รายงานการประชุมคณะทำงานวิชาการเพื่อการพัฒนาและติดตามมาตรการควบคุมการส่งเสริมการขายด้วยวิธีการเสี่ยงโชค ครั้งที่ ๒/๒๕๕๙ มูลนิธิสาธารณสุขแห่งชาติ. หน้า ๖.

^{๙๑} ไทยรัฐออนไลน์. (๒๕ ตุลาคม ๒๕๕๔). มท.ชุด กม.ใหม่ สกัดเล่ห์พ่อค้าอัดเสี่ยงโชคมอมเมา [เว็บไซต์]. สืบค้นจาก <https://www.thairath.co.th/content/2๑๑672> (เข้าถึงเมื่อวันที่ ๑๖ ธันวาคม ๒๕๖๑).

การพนัน ทั้งนี้เพราะขาดองค์ประกอบของการพนันในองค์ประกอบที่ต้องมี “ผู้มีส่วนได้เสีย” โดยมุมมองนี้เห็นว่าผู้ประกอบธุรกิจเป็นผู้เสียเพียงฝ่ายเดียว คือ ต้องเป็นผู้ให้รางวัล ส่วนผู้บริโภคมีแต่ได้เพียงอย่างเดียว เพราะถึงแม้จะไม่ได้รางวัลแต่ผู้บริโภคก็ได้สินค้าไปใช้ในราคาปกติ ไม่ได้มีการเสียค่าใช้จ่ายใดๆ เพิ่มเติม และนอกจากนี้ยังเห็นว่าการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคเป็นเรื่องของการส่งเสริมการขายไม่ใช่เป็นเรื่องของการเล่นเสี่ยงโชคอย่างการพนัน แต่เป็นกิจกรรมทางการตลาด เพียงแต่ต้องมีกฎหมายเพื่อไม่ให้มีการเล่นเสี่ยงโชคโดยเสรี เนื่องจากการเล่นกับมหาชนจำนวนมากที่มาซื้อขายหรือมาใช้บริการ อาจเกิดการเอาเปรียบหรือเสียเปรียบหรือหลอกลวงและมอมเมาประชาชนได้ จึงจำเป็นต้องมีการออกกฎหมายมาควบคุม การให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคแยกเฉพาะออกมาต่างหากจากพระราชบัญญัติการพนัน เช่น พระราชบัญญัติการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชค โดยฝ่ายที่มีความเห็นตามแนวทางนี้ได้แก่ กระทรวงมหาดไทย ดังจะเห็นได้จากในขณะนี้กระทรวงมหาดไทยได้มีการเสนอ ร่างพระราชบัญญัติการให้รางวัลโดยการเสี่ยงโชค พ.ศ..... ตั้งแต่ปีพ.ศ. ๒๕๕๔

ความเห็นฝ่ายที่ ๒ เห็นว่าการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคของผู้ประกอบธุรกิจถือว่าเป็นการพนันประเภทหนึ่ง ดังนั้นไม่ควรจะมีการแยกเรื่องดังกล่าวออกจากพระราชบัญญัติการพนัน โดยเห็นว่า

การให้รางวัลโดยการเสี่ยงโชคมีองค์ประกอบเช่นเดียวกับการพนัน ตามคำพิพากษาศาลฎีกาที่ ๔๕๓-๔๖๐/๒๕๐๑ คือ ได้ให้แนวทางการวินิจฉัยว่าการเสี่ยงโชคเป็นเงื่อนไขหนึ่งของการพนัน และศาลฎีกาได้วางองค์ประกอบความผิดของการจัดให้มีการแถมพหหรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชคไว้ ๔ องค์ประกอบ ได้แก่ ๑. การจัดให้มีการแถมพหหรือให้รางวัล ๒. ด้วยวิธีการเสี่ยงโชค ๓. การประกอบกิจการค้าหรืออาชีพ ๔. การไม่ได้รับอนุญาตจากเจ้าพนักงาน โดยองค์ประกอบข้อ ๒. ได้วางแนวทางไว้ว่าการเสี่ยงโชคโดยวิธีใดๆ เป็นวิธีการเล่นเสี่ยงโชคซึ่งมีหลักการเช่นเดียวกับการพนัน คือ อาศัยโชคหรือสิ่งที่คาดหมายไม่ได้มาใช้ในการเสี่ยงเพื่อมุ่งหวังผลรางวัลนั้น ดังนั้นจึงต่างอะไรกับการเล่นการพนันที่มีการวางเงินหรือแทงพนันหวังโอกาสที่จะชนะและได้รับเงินรางวัลตอบแทน ซึ่งการพนันมีองค์ประกอบที่สำคัญ คือ ๑. การวางเดิมพัน (Consideration) ๒. โชคดวงหรือความบังเอิญ (Chance) ๓. เงินหรือรางวัลตอบแทน (Prize) ซึ่งหากองค์ประกอบใดขาดหายไป จะไม่ถือว่าเป็นการพนัน โดยในกฎหมายในประเทศสหราชอาณาจักรและสหรัฐอเมริกากำหนดการจัดกิจกรรมเสี่ยงโชคอยู่ภายใต้เงื่อนไข “No purchase required” หรือ “No purchase necessary” คือ ผู้บริโภคสามารถร่วมกิจกรรมเสี่ยงโชคได้โดยไม่ต้องซื้อสินค้า เพื่อให้ขาดองค์ประกอบการพนันเรื่อง “การวางเดิมพัน” (Consideration) ดังนั้น กรณีการจ่าย (ซื้อสินค้า) เพื่อให้ได้สิทธิเสี่ยงโชคไม่ว่าจะทั้งหมดหรือบางส่วนถือว่าเป็นการวางเดิมพัน (Consideration) และถือเป็นการพนันแล้ว

นอกจากนี้ข้อมูลจากการสำรวจสถานการณ์การเสี่ยงโชคผ่านข้อความสั้น ทางโทรศัพท์มือถือ (SMS) ยังระบุว่า การเสี่ยงโชคผ่าน SMS ถือเป็นสิ่งที่ใช้ทดแทนการพนัน โดยผู้ประกอบการจะหาทางใช้วิธีการนำเสนอการเสี่ยงโชคในรูปแบบต่างๆ โดยให้ผู้ชมร่วมแสดงความคิดเห็น เพื่อแลกรับของรางวัลและส่ง SMS เสียค่าใช้จ่าย ๓ บาทและ ๖ บาท รูปแบบการส่ง SMS เหล่านี้ล้วนเข้าข่ายการพนันทั้งสิ้น อีกทั้งเยาวชนที่อายุระหว่าง ๑๘-๒๕ ปี เรียกการส่งข้อความชิงรางวัล การส่งข้อความสั้น (SMS) ทายผลในรายการวิทยุหรือโทรทัศน์ว่าการพนันยุคใหม่ ดังนั้นจากคำนิยามการเสี่ยงโชคทั้งในเชิงกฎหมาย การศึกษาวิจัยหรือทัศนคติของเยาวชน ต่างระบุตรงกันว่า

การเสี่ยงโชคคือการพนัน เพราะมีการซื้อสินค้า (เปรียบเสมือนการวางเดิมพัน) การใช้โอกาส (การจับฉลากหาผู้ได้รับรางวัล) และมีของรางวัล^{๙๒}

สำหรับในแง่มุมมองทางการแพทย์ ไม่ว่าจะพนันหรือการเสี่ยงโชค ถือว่าเป็นพฤติกรรม การพนัน เพราะจะมีพฤติกรรมที่เหมือนกัน คือ “พฤติกรรมการลุ่ม” นอกจากนี้การเสี่ยงโชคมีรูปแบบ ที่คล้ายคลึงกันกับการพนัน ซึ่งปัจจุบันการติดพนันเป็นโรคทางจิตเวชชนิดหนึ่งที่อยู่ในกลุ่มเดียวกับ การติดสารเสพติด^{๙๓} ด้วยการให้รางวัลที่สูงและมีการโฆษณาทุกช่องทางเพื่อการสื่อสาร เมื่อเด็กและ เยาวชนเปิดรับการโฆษณาจะกระตุ้นสมองทำให้สมองหลั่งสารความสุขลงที่เรียกว่า “โดปามีน” เกิด ความรู้สึกตื่นเต้น ลุ่มและสนุก ซึ่งอาจทำลายระบบสมองบางส่วน^{๙๔}

ด้วยเหตุผลต่างๆ ข้างต้นทำให้เห็นว่าไม่ควรแยกการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคออก จากการพระราชบัญญัติการพนัน และให้ถือว่าเป็นการพนันประเภทหนึ่งด้วย สำหรับผู้ที่มีความเห็น ตามแนวทางนี้ได้แก่ กลุ่มองค์กรพัฒนาเอกชน (NGO) ต่างๆ^{๙๕}

๔.๒.๒ ปัญหาเกี่ยวกับหน่วยงานและกระบวนการในการพิจารณาเพื่อขออนุญาตการจัดให้มีการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคของผู้ประกอบธุรกิจ

สืบเนื่องจากพระราชบัญญัติการพนัน พ.ศ. ๒๔๗๘ นั้นมีการบังคับใช้มาเป็น เวลานานทำให้กฎหมายดังกล่าวไม่สามารถควบคุมการจัดให้มีการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคเป็นไป อย่างมีประสิทธิภาพ เนื่องจากกระบวนการหรือขั้นตอนในการพิจารณาเพื่อขออนุญาตจัดให้มีการ เสี่ยงโชคนั้นมีความไม่ชัดเจนและมีช่องว่างบางประการ ทำให้การจัดให้มีการให้รางวัลโดยการเสี่ยง โชคในประเทศไทยนั้นสามารถขออนุญาตได้ง่ายและกิจกรรมดังกล่าวมีแนวโน้มเสี่ยงต่อการมอมเมา เยาวชนและประชาชน และยังอาจเป็นช่องว่างทำให้มีการเล่นการพนันแฝงเข้ามาในรูปแบบการ ส่งเสริมการขายได้

โดยปัญหาหรือข้อบกพร่องของกระบวนการหรือขั้นตอนในการพิจารณาเพื่อขอ อนุญาตจัดให้มีการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชค มีดังนี้

๔.๒.๒.๑ การใช้ดุลยพินิจของเจ้าพนักงานผู้ออกใบอนุญาตจัดให้มีการให้รางวัลด้วย การเสี่ยงโชค

^{๙๒} สำนักการสอบสวนและนิติการ กระทรวงมหาดไทย. (ม.ป.ป.) อ้างแล้ว เจริญรทที่ ๗.

^{๙๓} American Psychiatric Association. (2013). Gambling disorder. Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorder: DSM-5.5^๕ thed. Arlington, VA: American Psychiatric publishing. อ้างจากนนุช จินดารัตนาภรณ์ และ คณะ. (๒๕๖๑). สมุดปกขาว (White Paper) สถานการณ์และมาตรการควบคุมการส่งเสริมการขายด้วยวิธีการเสี่ยงโชคในผลิตภัณฑ์ที่มี ผลต่อสุขภาพของเด็กและเยาวชนไทย. นนทบุรี: สหมิตรพรินต์ติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง. หน้า ๗.

^{๙๔} พรจิรา ปรีวีชรากุล. (๒๕๕๙). แกระรอยหยักสมองผลกระทบของการพนัน. นนทบุรี: สหมิตรพรินต์ติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง. อ้าง จาก นนุช จินดารัตนาภรณ์ และคณะ, อ้างแล้ว เจริญรทที่ ๔.

^{๙๕} กลุ่มองค์กรพัฒนาเอกชน (NGO) ที่ให้ความสนใจเกี่ยวกับปัญหาการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคในขณะนี้และสนับสนุน แนวคิดดังกล่าว ได้แก่ มูลนิธิสาธารณสุขแห่งชาติ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ มูลนิธิเพื่อการพัฒนา นโยบายสุขภาพ ระหว่างประเทศ มูลนิธิสตรีศึกษาวิจัย เป็นต้น

เนื่องจากพระราชบัญญัติการพนันฯ ได้กำหนดการควบคุมการจัดให้มีการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคของผู้ประกอบธุรกิจไว้เพียงมาตราเดียว คือ มาตรา ๘ โดยผู้ประกอบกิจการค้าหรืออาชีพจะจัดให้มีการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคต้องได้รับอนุญาตจากเจ้าพนักงานผู้ออกใบอนุญาตเสียก่อนจึงจะกระทำได้ โดยการตั้งเจ้าพนักงานผู้ออกใบอนุญาต การกำหนดเงินค่าธรรมเนียม และการวางระเบียบเพื่อการออกใบอนุญาตให้มีการจัดการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคให้รัฐมนตรีว่าการกระทรวงมหาดไทยเป็นผู้มีอำนาจในออกกฎกระทรวงเพื่อกำหนดหลักเกณฑ์ดังกล่าวอีกทีหนึ่ง ซึ่งต่อมากระทรวงมหาดไทยได้มีการออกกฎกระทรวงฉบับที่ ๑๗ (พ.ศ. ๒๕๐๓) ซึ่งถือว่าเป็นกฎหมายหลักในการวางหลักเกณฑ์ ระเบียบและเงื่อนไขในการขอใบอนุญาตจัดให้มีการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคโดยวิธีใดๆ ในการประกอบการค้าและอาชีพตามมาตรา ๘ พระราชบัญญัติการพนันฯ

โดยกฎกระทรวงฉบับที่ ๑๗ (พ.ศ. ๒๕๐๓) แก้ไขเพิ่มเติมโดยกฎกระทรวงฉบับที่ ๔๔ (พ.ศ. ๒๕๔๘) ได้กำหนดให้หน่วยงานที่มีอำนาจในการพิจารณาออกใบอนุญาตได้แก่ กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย โดยเจ้าพนักงานผู้มีอำนาจออกใบอนุญาตจัดให้มีการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชค ได้แก่ ผู้อำนวยการสำนักงานการสอบสวนและนิติการโดยการอนุมัติจากอธิบดีกรมการปกครองสำหรับในเขตกรุงเทพมหานคร และนายอำเภอหรือปลัดอำเภอซึ่งเป็นหัวหน้าประจำกิ่งอำเภอแห่งท้องที่โดยการอนุมัติจากผู้ว่าราชการจังหวัดที่อำเภอผู้ร้องขอตั้งอยู่ สำหรับจังหวัดอื่นนอกจากกรุงเทพมหานคร โดยเจ้าพนักงานเหล่านี้จะเป็นผู้มีอำนาจพิจารณาออกใบอนุญาตให้แก่ผู้ประกอบธุรกิจ

แต่เนื่องจากกฎกระทรวงฉบับที่ ๑๗ (พ.ศ. ๒๕๐๓) ได้กำหนดแต่เพียงขั้นตอนและหลักเกณฑ์การยื่นขออนุญาตการจัดให้มีการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคเอาไว้กว้างๆ เช่นกัน ดังนั้นการอนุญาตหรือไม่อนุญาตบางอย่างจึงขึ้นอยู่กับการใช้ดุลยพินิจของเจ้าพนักงานผู้ออกใบอนุญาตแต่ละท้องที่ ซึ่งองค์ประกอบในการพิจารณาว่าควรจะอนุญาตหรือไม่อนุญาตการจัดให้มีการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคหรือไม่ เจ้าพนักงานผู้ออกใบอนุญาตควรจะต้องพิจารณาให้รอบด้านก่อนที่ทำการออกใบอนุญาต โดยจะต้องพิจารณาตั้งแต่ คุณสมบัติของผู้ขออนุญาต กติกาวิธีการเล่น ระยะเวลาการเล่น เงื่อนไขการเล่น การแจกรางวัล สิ่งของรางวัล การโฆษณาต่างๆ เหล่านี้ เป็นต้น และเพื่อให้เกิดความชัดเจนในหลักเกณฑ์และเพื่อความเป็นระเบียบในการออกใบอนุญาตการจัดให้มีการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคมากยิ่งขึ้น ทางกระทรวงมหาดไทยจึงได้มีการออกหนังสือกระทรวงมหาดไทยเพื่อวางหลักเกณฑ์ต่างๆ ในการอนุญาต ตลอดจนแนวทางปฏิบัติในการพิจารณาออกใบอนุญาตจัดให้มีการเล่นเกมหรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชค เพื่อให้เจ้าพนักงานผู้ออกใบอนุญาตในท้องที่ต่างๆ สามารถนำไปใช้เป็นระเบียบในการปฏิบัติ อาทิเช่น หนังสือกระทรวงมหาดไทย ด่วนที่สุด ที่ มท ๐๓๐๗.๒/ว ๑๖๕๑ ลงวันที่ ๓๑ พฤษภาคม ๒๕๔๘ ได้วางหลักเกณฑ์ผู้ที่ขออนุญาตฯ จะต้องเป็นผู้ผลิตสินค้าขึ้นเองหรือเป็นผู้แทนจำหน่ายสินค้าแต่เพียงผู้เดียวในประเทศ วิธีการเสี่ยงโชคให้ใช้วิธีการเล่นโดยการส่งชิ้นส่วนสินค้าหรือบัตรอื่นๆ มาจับสลากเท่านั้น ฯลฯ หรือหนังสือกระทรวงมหาดไทย ที่ มท ๐๓๐๗.๒/ว ๒๓๘๔ ลงวันที่ ๒๘ กรกฎาคม ๒๕๔๘ ที่ได้กำหนดหลักเกณฑ์ระเบียบการอนุญาตจัดให้มีการเล่นเกมหรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชคโดยใช้วิธีการส่งข้อความ SMS หรือวิธีการอื่นใดที่มีลักษณะคล้ายกันเพื่อชิงรางวัล เป็นการขยายวิธีการเล่นจากเดิมที่กำหนดวิธีการ

เล่นให้ทำได้โดยการส่งชิ้นส่วนสินค้าหรือบัตรอื่นๆ มาจับสลากเท่านั้น เป็นต้น ซึ่งการออกหนังสือกระทรวงมหาดไทยแจ้งไปยังท้องที่ต่างๆ ถือเป็นข้อดีที่ทำให้เจ้าพนักงานผู้ออกใบอนุญาตฯ มีกรอบที่ชัดเจนในการพิจารณาและสามารถควบคุมการออกใบอนุญาตให้เป็นไปในแนวทางเดียวกันทั้งประเทศ

อย่างไรก็ดี บางครั้งหนังสือกระทรวงมหาดไทยก็ได้กำหนดแนวปฏิบัติในลักษณะกว้างๆ ทั้งนี้ให้ขึ้นอยู่กับดุลยพินิจของเจ้าพนักงานผู้ออกใบอนุญาตว่าเหมาะสม สมควรอนุญาตหรือไม่ เช่น หนังสือกระทรวงมหาดไทย ด่วนที่สุด ที่ มท ๐๓๐๗.๒/ว ๑๖๕๑ ลงวันที่ ๓๑ พฤษภาคม ๒๕๔๘ กำหนดหลักเกณฑ์ระเบียบการอนุญาตจัดให้มีการเล่นเกมหรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชค (๓) ให้รางวัลสมนาคุณจะต้องระบุว่าเป็นสิ่งของอะไร ราคาเท่าไร และให้เจ้าพนักงานผู้ออกใบอนุญาตพิจารณาว่าราคาพอสมควรที่จะเล่นเกมหรือให้รางวัลหรือไม่ หรือหนังสือกระทรวงมหาดไทย ที่ มท.๐๓๐๗.๔/ว๗๔๗๐ กำชับให้เจ้าพนักงานผู้ออกใบอนุญาตต้องพิจารณาว่าสิ่งของรางวัลนั้นเหมาะสมพอสมควรกับการเล่นหรือไม่และจะต้องมีราคาไม่น้อย หรือมากจนเกินไป โดยพิจารณามูลค่าของสินค้าของผู้อนุญาตประกอบด้วย เพื่อเป็นการคุ้มครองผู้บริโภค และไม่ให้เป็นการเล่นที่มอมเมาประชาชนให้ลุ่มหลงการเสี่ยงโชคมากเกินไป ซึ่งโดยหลักแล้วเจ้าพนักงานผู้ออกใบอนุญาตควรจะต้องนำเอาแนวทางเหล่านี้ไปประกอบการใช้ดุลยพินิจในการอนุญาตจัดให้มีการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชค

แต่จากการศึกษาและสัมภาษณ์เจ้าพนักงานที่เกี่ยวข้องกับการออกใบอนุญาต พบว่าในทางปฏิบัติเจ้าพนักงานผู้ออกใบอนุญาตมักจะออกใบอนุญาตให้กับผู้ประกอบการ หากผู้มาขอใบอนุญาต มีหลักฐานเอกสารครบ จ่ายค่าธรรมเนียมและมีของรางวัลแจกตามจริง โดยส่วนใหญ่เจ้าพนักงานผู้ออกใบอนุญาตมักจะไม่ใช้ดุลยพินิจทางด้านอื่นๆ ที่ยังไม่มีหลักเกณฑ์ชัดเจนเพื่อพิจารณาไม่ออกใบอนุญาต เช่น รางวัลสมนาคุณจะต้องระบุว่าเป็นสิ่งของอะไร ราคาเท่าไร พิจารณาราคาพอสมควรที่จะเล่นเกมหรือให้รางวัลหรือไม่ เป็นการมอมเมาประชาชนหรือไม่ หรือการใช้ดุลยพินิจในการพิจารณาอายุของใบอนุญาตแต่ละฉบับ เป็นต้น โดยเหตุที่เจ้าพนักงานผู้ออกใบอนุญาตมักไม่ใช้ดุลยพินิจในเรื่องดังกล่าวเพื่อพิจารณาไม่ออกใบอนุญาต อาทิ เช่น เห็นว่าเป็นเรื่องของผู้ประกอบการหากเขาสามารถจ่ายค่าของรางวัลที่มีมูลค่าสูงได้จริงก็ถือว่าเป็นเรื่องของผู้ประกอบการและผู้บริโภคมีแต่ได้ไม่มีเสียในการได้รางวัลที่มีมูลค่าสูง นอกจากนี้ผู้ขออนุญาตซึ่งเป็นผู้ประกอบการธุรกิจมักจะโต้แย้งกับเจ้าพนักงานผู้ออกใบอนุญาตว่าเขาสามารถให้รางวัลได้จริงนอกจากนี้เจ้าพนักงานผู้ออกใบอนุญาตบางคนเกรงว่าหากใช้ดุลยพินิจว่ารางวัลนี้มีมูลค่ามากหรือน้อยเกินไป เป็นการมอมเมาประชาชนหรือไม่ และไม่ออกใบอนุญาตให้แก่ผู้ประกอบการที่มาขอ ก็อาจทำให้เจ้าพนักงานเสี่ยงต่อการโดนผู้ประกอบการฟ้องว่าเจ้าพนักงานใช้ดุลยพินิจไม่ชอบในการไม่ออกใบอนุญาต เพราะอะไรคือมากเกินไปหรือน้อยเกินไปมาตรฐานอยู่ที่ใดยากที่จะจับต้องได้ ทำให้มีคำถามตามมาว่าเหตุใดจึงอนุญาตผู้ประกอบการรายนี้ได้แต่อีกรายเหตุใดไม่อนุญาตก็จะเกิดปัญหาได้^{๙๖} ดังนั้นหากมีการกำหนดหลักเกณฑ์ที่ชัดเจนและมีรายละเอียดเพิ่มเติมก็จะทำให้เจ้าพนักงานผู้ออกใบอนุญาตมีความมั่นใจในการใช้ดุลยพินิจในการออกใบอนุญาตมากขึ้น ด้วยเหตุนี้การขอใบอนุญาตจัดให้มีการเสี่ยงโชคในประเทศไทยจึงทำได้ไม่ยาก เพียงแต่ผู้ขออนุญาตมี

^{๙๖} บัญชา อินทวิเศษ, *อ้างแล้ว* เิงอรธที่ ๒๖

๔.๒.๒.๒ ขาดหลักเกณฑ์ในการกำหนดมูลค่าของรางวัลที่ให้การเลี้ยงชีพ

ตามกฎกระทรวงฉบับที่ ๑๗ (พ.ศ. ๒๕๐๓) ออกตามพระราชบัญญัติ

১০৮

ความลุ่มหลง เสพติดอยู่กับความหวังที่มีโอกาสไม่มากนัก ทำให้ผู้บริโภคต้องซื้อสินค้าเกินความจำเป็นมากกว่าที่จะนำมาบริโภค เพียงเพราะหวังรางวัลจากการเสี่ยงโชค

การที่กฎหมายในปัจจุบันขาดหลักเกณฑ์การกำหนดมูลค่าของรางวัลด้วยการเสี่ยงโชค ทำให้ผู้ประกอบการที่จัดการเสี่ยงโชคใช้กลยุทธ์การแจกของรางวัลเสี่ยงโชคที่มีมูลค่ามหาศาลทำให้ประชาชนเกิดความลุ่มหลง มอมเมาทำให้ผู้บริโภคมีความต้องการของรางวัลมากกว่าสินค้าหรือบริการ อีกทั้งเป็นการยากต่อพนักงานผู้ออกใบอนุญาตที่จะใช้ดุลยพินิจเพื่อพิจารณาว่าของรางวัลใดมีมูลค่าเหมาะสมหรือไม่ที่จะไม่ออกใบอนุญาต ถึงแม้หนังสือกระทรวงมหาดไทยด่วนที่สุด ที่ มท ๐๓๐๗.๒/ว ๑๖๕๑ ลงวันที่ ๓๑ พฤษภาคม ๒๕๔๘ และหนังสือกระทรวงมหาดไทยที่ มท.๐๓๐๗.๔/ว๗๔๗๐ จะได้มีการกำชับให้เจ้าพนักงานผู้ออกใบอนุญาตต้องพิจารณาว่าสิ่งของรางวัลนั้นเหมาะสมพอสมควรกับการเล่นหรือไม่และจะต้องมีราคาไม่น้อย หรือมากจนเกินไป โดยพิจารณามูลค่าของสินค้าของผู้อนุญาตประกอบด้วย เพื่อเป็นการคุ้มครองผู้บริโภค และไม่ให้เป็นการเล่นที่มอมเมาประชาชนให้ลุ่มหลงการเสี่ยงโชคมากจนเกินไปแล้วก็ตาม

๔.๒.๒.๓ ปัญหาเกี่ยวหน่วยงานผู้มีอำนาจออกใบอนุญาตและสถานที่ในการออกใบอนุญาตจัดให้มีการเล่นเกมหรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชค

ตามกฎหมายกระทรวงฉบับที่ ๑๗ (พ.ศ. ๒๕๐๓) แก้ไขเพิ่มเติมโดยกฎกระทรวงฉบับที่ ๔๔ (พ.ศ. ๒๕๔๘) ได้กำหนดให้เจ้าพนักงานผู้มีอำนาจออกใบอนุญาตจัดให้มีการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชค แบ่งตามพื้นที่ในการขออนุญาต โดยหากสถานที่จัดกิจกรรมอยู่ในท้องที่ใดให้ไปขออนุญาต ดังนี้

- ในเขตกรุงเทพมหานคร เจ้าหน้าที่ผู้ออกใบอนุญาตได้แก่ ผู้อำนวยการสำนักงานและนิติการโดยการอนุมัติจากอธิบดีกรมการปกครอง และ

- ในจังหวัดอื่นนอกจากกรุงเทพมหานคร ได้แก่ นายอำเภอหรือปลัดอำเภอ ซึ่งเป็นหัวหน้าประจำกิ่งอำเภอแห่งท้องที่โดยการอนุมัติจากผู้ว่าราชการจังหวัดที่อำเภอผู้ร้องขอตั้งอยู่

การที่กฎหมายกำหนดให้เจ้าพนักงานผู้ออกใบอนุญาตสามารถมีอำนาจพิจารณาออกใบอนุญาต ไม่ว่าจะเป็นการจัดการเสี่ยงโชคนั้นครอบคลุมพื้นที่ขนาดไหน เช่น จัดให้มีการเสี่ยงโชคแค่ภายในระดับจังหวัด ระดับภาค หรือระดับทั้งประเทศ และไม่ว่ามูลค่าของของรางวัลจะมีมูลค่าสูงเพียงหลักแสนไปจนถึงหลักเป็นร้อยล้าน หาก “สถานที่จัดกิจกรรม” ของผู้ประกอบการธุรกิจอยู่ในท้องที่ใดก็ให้ไปขออนุญาตจัดการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคในท้องที่นั้น โดย “สถานที่จัดกิจกรรม” ได้ถูกตีความจากกระทรวงมหาดไทยให้หมายถึง “สถานที่ที่จับฉลาก” ไม่ใช่หมายถึงสถานที่จัดนั้นครอบคลุมทั้งประเทศไทยในที่ใดก็ตามที่ประชาชนสามารถส่งชิ้นส่วนตามเงื่อนไขหรือส่ง SMS เข้าร่วมกิจกรรมได้ ซึ่งเป็นการตีความที่มีผลให้ผู้ประกอบการธุรกิจสามารถเลือกพื้นที่ที่จะขออนุญาตได้^{๙๗} เช่น ผู้ประกอบการธุรกิจรายหนึ่งจัดให้มีการให้รางวัลโดยการเสี่ยงโชคสินค้าที่ขายทั่วประเทศโดยมีการโฆษณาทางวิทยุโทรทัศน์ และมีมูลค่าของของรางวัลเป็นหลักร้อยล้าน แต่หากสถานที่จับฉลากตั้งอยู่ที่อำเภอแห่งหนึ่งในประเทศไทย การขออนุญาตก็ให้ไปยื่นขอกับนายอำเภอหรือปลัดอำเภอในท้องที่นั้นๆ แม้กิจกรรมนั้นจะกระทำกว้างขวางไปทั่วประเทศก็ตาม

^{๙๗} ศรัณยพงศ์ เทียงธรรม, อ้างแล้ว เชิงบรรณที่ ๑๗, หน้า ๔๐.

การที่กฎหมายกำหนดแบ่งเจ้าพนักงานผู้มีอำนาจออกใบอนุญาตฯ ตามพื้นที่ของสถานที่จัดกิจกรรมและตีความว่า “สถานที่จัดกิจกรรม” คือ “สถานที่ที่จับฉลาก” ส่งผลทำให้การขออนุญาตทำได้ง่าย โดยผู้ประกอบการสามารถเลือกหน่วยงานที่จะขออนุญาตได้ โดยอาจหลีกเลี่ยงขออนุญาตในท้องที่ๆ อนุมัติให้ยาก หรือเลือกขออนุญาตในท้องที่อำเภอใดอำเภอหนึ่งทั้งที่การจัดกิจกรรมครอบคลุมทั้งประเทศ มูลค่ารางวัลมหาศาล ทั้งนี้เพราะการจัดให้รางวัลโดยการเสี่ยงโชค ยิ่งจัดครอบคลุมพื้นที่ยิ่งกว้างเท่าใดยิ่งต้องมีประชาชนเข้ามาเกี่ยวข้องเป็นจำนวนมาก ยิ่งรางวัลมีมูลค่าสูงเท่าใดยิ่งต้องพิจารณาให้รอบคอบว่ามูลค่าของรางวัลหรือตัวรางวัลนั้นเหมาะสมหรือไม่ นอกจากนี้ ปัจจุบันด้วยความก้าวหน้าของเทคโนโลยี ทำให้วิธีการจัดให้รางวัลด้วยความเสี่ยงโชคมีวิธีการที่ซับซ้อนมากยิ่งขึ้น เช่น การเสี่ยงโชคผ่านโทรศัพท์มือถือ ผ่าน Social network ต่างๆ ทำให้การพิจารณาอนุมัติจึงยิ่งต้องพิจารณาให้รอบด้าน การให้อำนาจแก่เจ้าพนักงานผู้ออกใบอนุญาตแบ่งตามพื้นที่ โดยไม่มีการแบ่งระดับการขออนุญาตตามระดับขนาดของพื้นที่จัดให้มีการเสี่ยงโชคและ/หรือมูลค่าของรางวัล อาจทำให้การอนุญาตไม่รัดกุมและเหมาะสมได้

๔.๒.๒.๔ การกำหนดค่าธรรมเนียมในการขออนุญาตการจัดให้มีการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชค

กฎกระทรวง ฉบับที่ ๑๗ (พ.ศ. ๒๕๐๓) ออกตามความในพระราชบัญญัติการพนัน พ.ศ.๒๔๗๘ และแก้ไขเพิ่มเติมโดยกฎกระทรวง ฉบับที่ ๒๐ (พ.ศ. ๒๕๒๔) ได้กำหนดค่าธรรมเนียมในการขออนุญาตจัดให้มีการเล่นเกมและให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคให้เริ่มต้นที่ ๓๐๐ บาท สูงสุดไม่เกิน ๙,๐๐๐ บาท ทั้งนี้ค่าธรรมเนียมขึ้นอยู่กับระยะในการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย โดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชค โดยอัตราค่าธรรมเนียมในปัจจุบันได้มีการกำหนดมาเป็นเวลากว่า ๓๗ ปีแล้ว ซึ่งถือว่าเป็นอัตราที่ต่ำเมื่อเทียบกับค่าของเงินที่เปลี่ยนแปลงไปในปัจจุบัน ประกอบกับการคิดอัตราค่าธรรมเนียมหากพิจารณาจากวันที่ขออนุญาตแต่เพียงอย่างเดียว โดยไม่ได้มีการนำเอาเกณฑ์อื่นๆ เช่น ขอบเขตพื้นที่ๆ จัดกิจกรรมหรือมูลค่าของรางวัลมาพิจารณาประกอบ ทำให้การจัดกิจกรรมการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคไม่ว่าจัดเล็กหรือใหญ่ การจ่ายอัตราค่าธรรมเนียมในการขออนุญาตจะอยู่อัตราเดียวกัน

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้นจึงเห็นว่าอัตราค่าธรรมเนียมในการขออนุญาตการจัดให้มีการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคจึงมีอัตราที่ต่ำเกินไปไม่เหมาะสมกับสถานการณ์ในปัจจุบัน และเมื่อเทียบจากผลกำไรของผู้ประกอบการที่ได้จากการกระตุ้นยอดขายด้วยวิธีการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชค

๔.๒.๒.๕ ขาดหลักเกณฑ์ในการคุ้มครองเยาวชนและกลุ่มเปราะบางจากการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชค

ตามพระราชบัญญัติการพนัน พ.ศ. ๒๔๗๘ และพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒ ซึ่งเป็นกฎหมายหลักในการควบคุมการอนุญาตการจัดให้มีการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคและการโฆษณาการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชค มิได้มีบทบัญญัติหรือหลักเกณฑ์เกี่ยวกับการคุ้มครองเด็ก เยาวชนและกลุ่มเปราะบาง เช่น ผู้ที่อยู่ในกลุ่มเสี่ยงติดการพนัน เอาไว้แต่อย่างใด ทำให้การส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคซึ่งในปัจจุบันผู้ประกอบการได้มีการจัดอย่างแพร่หลาย สามารถเข้าถึงกลุ่มเด็กและเยาวชนได้โดยตรง โดยเฉพาะอย่างยิ่งการให้รางวัลด้วย

การเสี่ยงโชคโดยวิธีการส่งข้อความสั้น (SMS) ของโทรศัพท์เคลื่อนที่ ซึ่งเป็นช่องทางที่ผู้ประกอบการธุรกิจจำนวนไม่น้อยใช้เล่นเกม ตอบปัญหาแสดงความคิดเห็นหรือทายผล ซึ่งวิธีการเสี่ยงโชคดังกล่าวเป็นวิธีการที่สะดวก รวดเร็ว เข้าถึงได้ง่ายและเสียเงินต่อครั้งน้อยกว่าการเสี่ยงโชครูปแบบอื่น จึงทำให้ผู้บริโภคโดยเฉพาะเด็กและเยาวชนต้องเสียเงินเป็นจำนวนมากโดยไม่รู้ตัว มีความเสี่ยงต่อการเสพติดการเสี่ยงโชคทางข้อความสั้นและตกเป็นเหยื่อของการส่งข้อความสั้นเพื่อชิงรางวัลล่อใจต่างๆ^{๙๘}

พญ.โชษิตา ภาวสุทธิไพศิฐ จิตแพทย์เด็กและวัยรุ่น สถาบันสุขภาพจิตเด็กและวัยรุ่นราชนครินทร์ กรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข อธิบายว่า^{๙๙} เด็กที่มีพฤติกรรมติดข้อความสั้นเสี่ยงโชคจะคล้ายๆ กับเด็กติดเกม ติดการพนัน มักจะมีอารมณ์หงุดหงิด หากได้เล่นแล้วก็จะเล่นมากขึ้นเรื่อยๆ แต่ถ้าแพ้หรือไม่ได้ตามที่ตัวเองตั้งใจไว้ก็จะผิดหวังรุนแรง อาจถึงขั้นทำลายข้าวของและเด็กไม่มีเงินของตัวเองยังถูกพ่อแม่ห้ามอาจจะพูดจาหยาบคายและแสดงอาการไม่พอใจ ผลกระทบระยะยาวคือ เมื่อสมองส่วนหนึ่งพอใจที่เล่นได้และได้รางวัลก็จะไปกระตุ้นระบบความรู้สึกภูมิใจอยากลองเล่นอีก และถ้าเป็นรุนแรงจนถึงขั้นสิ้นเนื้อประดาตัวอาจนำไปสู่การขโมยเงิน นอกจากนี้เด็กจะมีโอกาสติดการพนันได้ง่ายกว่าผู้ใหญ่ เพราะความสามารถในการพัฒนาสมอง การควบคุมตัว และวุฒิภาวะไม่เท่าผู้ใหญ่

นอกจากนี้การที่สมองของเด็กและวัยรุ่นที่พัฒนายังไม่สมบูรณ์ ส่วนที่มีหน้าที่ควบคุมระบบความคิดและการตัดสินใจยังไม่พัฒนาเท่าผู้ใหญ่ มีผลให้วัยรุ่นมักตัดสินใจโดยใช้อารมณ์มากกว่าเหตุผล การถูกยั่วยุจากการพนันรวมถึงทั้งกิจกรรมเสี่ยงโชคที่คล้ายการพนันทำให้เกิดอารมณ์ความรู้สึกได้มาก ไม่ว่าจะทำให้เกิดความรู้สึกสนุกสนาน หรือความรู้สึกหงุดหงิด ไม่ว่าจะทางใดก็ทำให้เกิดความรู้สึกอย่างเล่นพนันได้ทั้งสิ้น^{๑๐๐}

๔.๒.๒.๖ ปัญหาในการควบคุมการจัดให้มีการให้รางวัลโดยการเสี่ยงโชคทาง SMS หรือโทรศัพท์ผ่านระบบหมายเลขต่างๆ หรือวิธีการอื่นใดที่มีลักษณะคล้ายกัน

ตามพระราชบัญญัติการพนัน พ.ศ. ๒๔๗๘ มาตรา ๘ และกฎกระทรวงฉบับที่ ๑๗ (พ.ศ. ๒๕๐๓) มิได้มีการกำหนดถึงวิธีการเสี่ยงโชคเพื่อให้รางวัลเอาไว้แต่อย่างใด ดังนั้นการส่งเสริมการขายโดยการเสี่ยงโชคจึงสามารถจัดได้ด้วยวิธีการใดๆ ก็ได้ขึ้นอยู่กับผู้ประกอบการเพียงแต่ผู้จัดให้มีการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคจะต้องมาขออนุญาตจากเจ้าพนักงานผู้ออกใบอนุญาตฯ จึงจะจัดได้ แต่อย่างไรก็ดี กระทรวงมหาดไทยในฐานะหน่วยงานที่รับผิดชอบตามพระราชบัญญัติการพนัน ได้มีการออกหนังสือกระทรวงมหาดไทยด่วนที่สุด ที่ มท ๐๓๐๗.๒/ว ๑๖๕๑ ลงวันที่ ๓๑ พฤษภาคม ๒๕๔๘ กำหนดให้การแถมพหุหรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชคนั้น ให้ใช้วิธีการเล่นโดยการส่งชิ้นส่วนสินค้าหรือบัตรอื่นๆ มาจับสลากและต้องจับสลากตามวัน เวลา และสถานที่ที่กำหนดไว้ในใบอนุญาต ส่วนวิธีการเล่นอย่างอื่น ห้ามมิให้อนุญาตโดยเด็ดขาด รวมถึงได้กำหนดให้ผู้ที่จะขออนุญาตจะต้องเป็นผู้ผลิตสินค้าขึ้นเองหรือเป็นผู้แทนจำหน่ายสินค้าแต่เพียงผู้เดียวในประเทศ ยกเว้นแต่กิจการค้าที่เป็นลักษณะของศูนย์การค้าหรือห้างสรรพสินค้า ธนาคาร หรือนิติบุคคลที่ประกอบอาชีพ

^{๙๘} จุติมาศ สุกใส. รายงานสำรวจสถานการณ์การเสี่ยงโชคผ่านข้อความสั้น (SMS). อ่างสาม เชื้อสถาปนศิริ, อ่างแล้ว เชียงอรที่ ๗, หน้า ๖.

^{๙๙} เอ็สเอ็มเอส “เสี่ยงโชค...!!!ภัยร้ายใหม่ใกล้ตัวเด็ก. (๑๙ กรกฎาคม ๒๕๕๔). เดลินิวส์.

^{๑๐๐} สุพร อภินันทเวช, เยาวชนกับการพนันในมุมมองจิตแพทย์เด็กและวัยรุ่น, กรุงเทพฯ: โครงการจัดการความรู้เพื่อขับเคลื่อนสังคมปลอดพนัน มูลนิธิสดศรี สฤณีวงศ์. อ้างจากศรัณยพงศ์ เทียงธรรม, อ่างแล้ว เชียงอรที่ ๑๗, หน้า ๓๙.

ด้านการให้บริการ^{๑๑๑} ที่ไม่จำเป็นต้องเป็นผู้ผลิตสินค้าเองหรือเป็นผู้แทนจำหน่ายสินค้าแต่เพียงผู้เดียว ในประเทศ ซึ่งการที่กระทรวงมหาดไทยได้กำหนดเช่นนี้ถือว่าเป็นข้อดี เพราะการกำหนดวิธีการเสี่ยงโชคให้มีวิธีการเดียวทำให้ง่ายต่อการควบคุม ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจไม่สามารถนำความเสี่ยงโชคด้วยวิธีการอื่นๆ มาเล่นไม่ว่าจะนำวิธีการเล่นการพนันตามบัญชี ก. หรือ บัญชี ข. มาใช้ รวมถึงผู้ที่ขออนุญาตให้จัดการให้รางวัลโดยการเสี่ยงโชคยังต้องเป็นผู้ผลิตสินค้าขึ้นเองหรือเป็นผู้แทนจำหน่ายสินค้าแต่เพียงผู้เดียวในประเทศเท่านั้นถึงแม้ต่อมาจะมีการยกเว้นให้ศูนย์การค้าหรือห้างสรรพสินค้า ธนาคาร หรือนิติบุคคลที่ประกอบอาชีพด้านการให้บริการสามารถจัดให้มีการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคได้ก็ตาม แต่ก็ถือว่ายังมีกรอบของผู้มีคุณสมบัติในการขอให้มีการจัดให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชค

แต่ต่อมากระทรวงมหาดไทยได้มีหนังสือกระทรวงมหาดไทย ด่วนที่สุด ที่ มท ๐๓๐๗.๒/ว ๒๓๘๔ ลงวันที่ ๒๘ กรกฎาคม ๒๕๔๘ เรื่องการส่งข้อความผ่านคลื่นวิทยุในการทายผลตอบปัญหาหรือแสดงความคิดเห็นเพื่อชิงรางวัล ได้ออกหลักเกณฑ์มาขยายวิธีการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคให้สามารถใช้วิธีการส่งข้อความ SMS หรือทางโทรศัพท์ผ่านระบบหมายเลขต่างๆ หรือวิธีอื่นใดที่มีลักษณะคล้ายกันในการทายผล ตอบปัญหาหรือแสดงความคิดเห็นเพื่อชิงรางวัล นอกเหนือจากวิธีการจับชิ้นส่วนสินค้าหรือบัตรอื่นๆ อีกทั้งยังกำหนดยกเว้นให้ผู้ขออนุญาตฯ โดยการ ใช้วิธีการส่งข้อความ SMS หรือทางโทรศัพท์ผ่านระบบหมายเลขต่างๆ หรือวิธีอื่นใดที่มีลักษณะคล้ายกันในการทายผล ไม่จำเป็นต้องเป็นผู้ผลิตสินค้าขึ้นเองหรือเป็นผู้แทนจำหน่ายสินค้าแต่เพียงผู้เดียวในประเทศไทย โดยให้เหตุผลว่า

“เนื่องจากปัจจุบันปรากฏรายการทางสถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์หลายรายการมีการเชิญชวนให้ประชาชนผู้ชมและผู้รับฟังรายการส่งข้อความ SMS หรือส่งข้อความทางโทรศัพท์ผ่านระบบหมายเลขต่างๆ ในการทายผลตอบปัญหาและแสดงความคิดเห็นเพื่อชิงรางวัลเข้าไปในรายการเป็นจำนวนมาก โดยมีการเสี่ยงโชคได้รับของรางวัลเฉพาะผู้ส่งข้อความ บางราย ผลได้รับของรางวัลไม่เท่าเดิมทุกรายนั้น กระทรวงมหาดไทยพิจารณาเห็นว่าการกระทำดังกล่าวเข้าลักษณะเป็นการจัดให้มีรางวัลด้วยการเสี่ยงโชคในการประกอบกิจการค้าหรืออาชีพ จะต้องได้รับอนุญาตจากเจ้าพนักงานผู้ออกใบอนุญาตก่อนจึงจะกระทำได้”

จากเหตุผลข้างต้นที่ทำให้กระทรวงมหาดไทยยอมผ่อนปรนให้รายการทาง สถานีวิทยุและสถานีโทรทัศน์สามารถจัดให้มีการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคด้วยวิธีการส่งข้อความสั้น (SMS) ได้ เพราะเนื่องจากในปัจจุบันมีการจัดกิจกรรมในลักษณะนี้มากมาย ซึ่งหากปล่อยไว้โดยไม่มี การออกหลักเกณฑ์มาควบคุมก็อาจจะก่อให้เกิดความเสียหายแก่ประชาชนได้ กระทรวงมหาดไทยจึง ต้องเข้ามาดูแลรับผิดชอบในเรื่องดังกล่าว โดยการออกหนังสือกระทรวงมหาดไทยกำหนดให้รายการ ทางสถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ที่มีการเชิญชวนให้ประชาชนผู้ชมและผู้รับฟังรายการ ส่งข้อความ SMS หรือส่งข้อความทางโทรศัพท์ผ่านระบบหมายเลขต่างๆ ในการทายผลตอบปัญหา และแสดงความคิดเห็นเพื่อชิงรางวัลเข้าลักษณะเป็นการจัดให้มีรางวัลด้วยการเสี่ยงโชคใน การประกอบกิจการค้าหรืออาชีพ ตามมาตรา ๘ ดังนั้น ผู้จัดจะต้องได้รับอนุญาตจากเจ้าพนักงาน ผู้ออกใบอนุญาตก่อนจึงจะกระทำได้ แต่อย่างไรก็ดี กระทรวงมหาดไทยเองก็มองว่าการจัดให้มีการให้

^{๑๑๑} หนังสือกระทรวงมหาดไทย ที่ มท ๐๓๐๗.๔/ว ๗๔๘ ลงวันที่ ๕ มีนาคม ๒๕๕๑

รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคด้วยวิธีการส่งข้อความสั้น (SMS) หรือส่งข้อความทางโทรศัพท์ผ่านระบบหมายเลขต่างๆ ในการทายผลตอบปัญหาและแสดงความคิดเห็นเพื่อชิงรางวัล มีลักษณะคล้ายหรือใกล้เคียงกับการเล่นพนันมาก จึงได้มีการกำหนดให้รายการทางสถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รายการใดจัดเชิญชวนให้ประชาชนผู้ชมและผู้รับฟังรายการส่งข้อความ SMS หรือส่งข้อความทางโทรศัพท์ผ่านระบบหมายเลขต่างๆ ในการทายผลตอบปัญหาและแสดงความคิดเห็นเพื่อชิงรางวัล โดยมีเจตนาเพื่อหารายได้จากส่วนแบ่งผลประโยชน์ของการส่งข้อความ หรือเจ้าพนักงานผู้ออกใบอนุญาตเห็นว่าการแบ่งผลประโยชน์จากค่าบริการส่งข้อความ ไม่ว่าจะอัตราส่วนเท่าไร ก็จะไม่ถือว่าเป็นการให้รางวัลโดยการเสี่ยงโชค และไม่สามารถออกใบอนุญาต แต่จะถือว่าเป็นการเล่นการพนัน ซึ่งก็ไม่สามารถออกใบอนุญาตเล่นการพนันตามมาตรา ๔ ได้เช่นกัน เพราะเนื่องจากการเสี่ยงโชคชิงรางวัลด้วยการส่งข้อความ SMS ไม่ได้มีการระบุประเภทไว้ในกฎกระทรวงตามมาตรา ๔ ทวิแห่งพระราชบัญญัติการพนันฯ ดังนั้นหากผู้จัดรายการจัดให้มีการส่งข้อความ SMS หรือส่งข้อความทางโทรศัพท์ผ่านระบบหมายเลขต่างๆ ในการทายผลตอบปัญหาและแสดงความคิดเห็นเพื่อชิงรางวัลโดยมีเจตนาเพื่อหารายได้จากส่วนแบ่งผลประโยชน์ของการส่งข้อความ ก็จะมีผลผิด ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกิน ๑ ปีหรือปรับไม่เกิน ๕,๐๐๐ บาทหรือทั้งจำทั้งปรับ ตามมาตรา ๑๒ พระราชบัญญัติการพนัน พ.ศ. ๒๔๗๘

แต่อย่างไรก็ดี การควบคุมการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคโดยผ่านวิธีการส่งข้อความสั้น (SMS) หรือส่งข้อความทางโทรศัพท์ผ่านระบบหมายเลขต่างๆ เป็นสิ่งที่ควบคุมได้ยากและยากต่อการตรวจสอบ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกระทรวงมหาดไทยซึ่งมีขีดความสามารถจำกัดในการควบคุมและตรวจสอบข้อมูลเกี่ยวกับวิธีการส่งข้อความสั้น (SMS) หรือส่งข้อความทางโทรศัพท์ผ่านระบบหมายเลขต่างๆ จึงทำให้ไม่สามารถตรวจสอบได้ว่าระหว่างผู้จัดรายการ ผู้ทำระบบและค่ายโทรศัพท์มือถือมีการแบ่งรายได้หรืออาจเห็นว่าจะมีการแบ่งรายได้จากวิธีการส่งข้อความ SMS อันจะถือว่าเป็นการพนันไม่เข้าหลักเกณฑ์ตามมาตรา ๘ ของการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชค ซึ่งจะทำให้เจ้าพนักงานผู้ออกใบอนุญาตฯ ไม่สามารถออกใบอนุญาตให้ผู้ประกอบธุรกิจดังกล่าวได้ และส่วนเมื่อได้มีการออกใบอนุญาตให้ไปจัดกิจกรรมดังกล่าวแล้วก็ไม่สามารถตรวจสอบได้ว่าผู้ขออนุญาตจะปฏิบัติตามระเบียบที่กระทรวงมหาดไทยกำหนดได้จริง ซึ่งจากสภาพข้อเท็จจริงในปัจจุบัน เราจะเห็นรายการข่าว รายการโทรทัศน์ ละคร ข่าวบันเทิง สนทนา ที่มีรูปแบบของการส่งข้อความสั้นเข้าไปร่วมพูดคุยแสดงความคิดเห็นในรายการ ซึ่งผู้ประกอบการทั้งหมด มักคิดราคาข้อความละ ๓-๖ หรือ ๙ บาท และมีการแบ่งปันผลประโยชน์ร่วมกันระหว่างรายการ โดยประเด็นเรื่อง “การแบ่งปันรายได้จากการให้บริการข้อความสั้น (SMS) ” นั้น มีหลักฐานยืนยันชัดเจนว่า ผู้จัดรายการ สถานี ผู้ทำระบบและค่ายโทรศัพท์มือถือ “มีการตกลงว่ามีการแบ่งปันผลประโยชน์/รายได้ จากข้อความสั้นอย่างแน่นอน”

ยกตัวอย่างเช่น ข้อมูลจากเวทีเสวนา NTBC Forum # ๓ เมื่อวันที่ ๒๒ มีนาคม คณะกรรมการกสทช. ได้เชิญผู้ที่เกี่ยวข้องมาให้ข้อมูลในงานสัมมนาสาธารณะ เนื้อหาส่วนหนึ่งของผู้เข้าร่วมสัมมนา จาก สรยุทธ สุทัศนะจินดา อ้างว่า ในรายการคุยข่าวมีการแบ่งสรรปันส่วนรายได้จากข้อความสั้น ขึ้นอยู่กับการตกลงกัน แต่ละรายการก็จะแตกต่างกันไปตั้งแต่ ๓-๖ บาท

สรยุทธ สุทัศนะจินดา ผู้ดำเนินรายการเรื่องเล่าเช้านี้, เรื่องเด่นเย็นนี้ และเรื่องเล่าเสาร์-อาทิตย์ และประธานกรรมการ บริษัทไรส์สั่ม จำกัด กล่าวว่า รายการเรื่องเล่าเสาร์-อาทิตย์ เป็นรายการเดียวที่ไรส์สั่มเป็นผู้ผลิตทางช่อง ๓ ซึ่งไม่ได้มุ่งหวังรายได้จากเอสเอ็มเอส เช่นเดียวกับรายการข่าวและรายการเล่าข่าวอื่นๆ ที่ออกอากาศอยู่ในปัจจุบัน เพราะเชื่อว่าไม่คุ้มต้นทุนการผลิตรายการแน่นอน (กรณีนี้ สรยุทธ อธิบายเปรียบเทียบว่า อัตราค่าโฆษณา ก็น่าที่ละแสนกว่าบาทแล้ว) แต่มีวัตถุประสงค์ให้ผู้ชมส่งเอสเอ็มเอส เข้าร่วมแสดงความคิดเห็นต่อเหตุการณ์ต่างๆ รวมทั้งให้รายการเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในสถานที่ในรูปแบบ “นักข่าวพลเมือง” และเป็นการสำรวจเรตติ้งผู้ชมรายการไปพร้อมกัน

สำหรับช่วงที่เปิดโอกาสให้ผู้ชมส่งเอสเอ็มเอส เข้ามาชิงโชคของรางวัล ได้มีการขอใบอนุญาตการชิงโชคจากกระทรวงมหาดไทย และจะแสดงเลขที่ใบอนุญาตผ่านหน้าจอ ทุกครั้งที่เปิดให้เอสเอ็มเอสชิงโชค โดยเก็บค่าบริการครั้งละ ๓ บาท ในจำนวนดังกล่าวจะแบ่งรายได้ ๕๐% หรือ ๑.๕๐ บาท ให้กับโอเปอเรเตอร์ มือถือ และอีก ๑.๕๐ บาท จะแบ่งกัน ๓ ส่วน คือ สถานีโทรทัศน์, ผู้วางระบบ และบริษัทผู้ผลิตรายการ^{๑๐๒}

ดังนั้นจึงเห็นได้ว่าในทางปฏิบัติแล้วการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโดยวิธีการส่งข้อความสั้น (SMS) หรือส่งข้อความทางโทรศัพท์ผ่านระบบหมายเลขต่างๆ จึงเป็นช่องทางในการเล่นพนันแฝงเข้ามาในรูปแบบการให้รางวัลโดยการเสี่ยงโชคได้ นอกจากนี้วิธีการเสี่ยงโชคด้วยช่องทางดังกล่าวยังเป็นการยากต่อการตรวจสอบว่าผู้ประกอบการจะดำเนินการตามที่ขออนุญาตจริงหรือไม่ อีกทั้งวิธีการส่งข้อความสั้น (SMS) เป็นช่องทางที่ทำให้การเสี่ยงโชคเข้าถึงเด็กและเยาวชนได้ง่าย ทำให้เกิดผลเสียต่อเด็กและเยาวชนตามที่ได้กล่าวไว้ในหัวข้อ ๔.๒.๒.๕ ข้างต้น

๔.๒.๒.๗ ไม่มีการจำกัดสินค้าบางประเภทที่ไม่ควรส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชค^{๑๐๓}

ปัจจุบันมีสินค้าบางประเภทที่หากผู้บริโภคได้บริโภคเข้าไปเป็นจำนวนมาก อาจก่อให้เกิดปัญหาด้านสุขภาพแก่ประชาชน เช่น สินค้าประเภทสุรา บุหรี่ ยา หรือเครื่องดื่มที่มีคาเฟอีน เป็นต้น โดยหากอ้างอิงตามข้อมูลองค์การอนามัยโลก จะเห็นว่าสินค้าที่ประกอบด้วยน้ำตาล ยาสูบ แอลกอฮอล์ ไขมัน คาเฟอีน และผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนผสมของโซเดียมสูงล้วนเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อสุขภาพทั้งสิ้น ดังนั้นหากให้สินค้านี้ดังกล่าวจัดให้มีการส่งเสริมการขายโดยวิธีการเสี่ยงโชคได้ อาจไม่เหมาะสมและส่งผลเสียต่อสุขภาพของประชาชนได้ ซึ่งหากพิจารณาตามพระราชบัญญัติว่าด้วยการพนัน พ.ศ. ๒๔๗๘ แล้ว ไม่ได้มีการจำกัดว่าสินค้าใดที่สมควรจะอนุญาตหรือไม่อนุญาตในการจัดให้มีการเล่นเกมหรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชคไว้แต่อย่างใด

นอกจากนี้เมื่อไปพิจารณาถึงแนวทางของกระทรวงมหาดไทยแล้วพบว่า ตามหนังสือสั่งการของกระทรวงมหาดไทยที่ มท.๐๒๑๐/๘๑๗ ลงวันที่ ๑๗ มกราคม ๒๕๓๕ เรื่อง ขอความร่วมมืองดจัดให้มีการเล่นเกมหรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชคสำหรับเครื่องดื่มคาเฟอีน ซึ่งรัฐมนตรีว่าการกระทรวงมหาดไทยได้มีหนังสือถึงรัฐมนตรีว่าการกระทรวงสาธารณสุข กรณีที่กระทรวงสาธารณสุขได้ขอความร่วมมือจากกระทรวงมหาดไทยในการพิจารณาดอนุญาตจัดให้มี

^{๑๐๒} ธารม เชื้อสถาปนศิริ, *อ้างแล้ว* เชิงบรรณที่ ๗, หน้า ๒๐.

^{๑๐๓} สุกฤษฎ์ อัครวงศ์วรศ, *อ้างแล้ว* เชิงบรรณที่ ๑๗, หน้า ๕๘-๖๑.

การแถมพหหรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชคประเภทเครื่องดื่มที่มีผสมคาเฟอีน เพื่อความปลอดภัยของประชาชนผู้บริโภคทั่วประเทศโดยกระทรวงมหาดไทยมีความเห็นว่า

“การจัดให้มีการแถมพหหรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชคที่ต้องขออนุญาตตามมาตรา ๘ แห่งพระราชบัญญัติการพนันฯ นั้น มีวัตถุประสงค์เพื่อให้เจ้าพนักงานสามารถควบคุมการเล่นชิงโชคแถมพห มิให้เป็นการเอารัดเอาเปรียบหลอกลวงประชาชนหรือมอมเมาผู้เล่นให้ลุ่มหลงในการเสี่ยงโชคตลอดจนควบคุมรางวัลที่จะจ่ายให้กับผู้เล่นว่ามีจริง พอเหมาะสมหรือไม่ ซึ่งเอกชนผู้ประกอบการต่างๆ ย่อมมีสิทธิเสรีภาพเท่าเทียมกันที่จะดำเนินการเพื่อส่งเสริมการขายสินค้าหรือบริการของตนได้ ภายในขอบเขตวิธีการเล่นที่กำหนดไว้ตามกฎหมาย ดังนั้นการคุ้มครองประชาชนให้ได้บริโภคอาหารที่มีประโยชน์มีคุณค่าทางโภชนาการและปลอดภัย จึงควรใช้มาตรการควบคุมคุณภาพอาหารตามพระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. ๒๕๒๒ ประกอบกับมาตรการการควบคุมการโฆษณาตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒ ซึ่งน่าจะใช้วิธีการที่เหมาะสมและได้ผลดีกว่าให้เจ้าพนักงานเลือกปฏิบัติ โดยงดการอนุญาตจัดให้มีการแถมพหหรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชคตามพระราชบัญญัติการพนันฯ แก่ผู้ประกอบการเฉพาะสินค้าเครื่องดื่มคาเฟอีนเท่านั้น”

ซึ่งกระทรวงมหาดไทยก็ได้มีการยึดถือปฏิบัติตามแนวทางนี้มาตลอด คือ ไม่ห้ามเจ้าพนักงานผู้ออกใบอนุญาตออกใบอนุญาตแถมพหหรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชคกับเครื่องดื่มที่มีคาเฟอีนไว้แต่อย่างใด จนกระทั่งกระทรวงมหาดไทยได้ปรับเปลี่ยนแนวทาง โดยมีหนังสือสั่งการของกระทรวงมหาดไทยที่ มท ๐๓๐๗.๒/๑๓๒๔๘ ลงวันที่ ๒๙ พฤศจิกายน ๒๕๔๘ เรื่อง การขอความร่วมมือในการอนุญาตจัดให้มีการแถมพหหรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชคสำหรับเครื่องดื่มคาเฟอีน โดยแจ้งแก่กระทรวงสาธารณสุขว่า

“ได้แจ้งให้เจ้าพนักงานผู้ออกใบอนุญาตใช้เป็นดุลยพินิจประกอบการออกใบอนุญาตจัดให้มีการแถมพหหรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชคสำหรับเครื่องดื่มที่มีคาเฟอีนผสมอยู่ตามที่กระทรวงสาธารณสุขขอความร่วมมือแล้ว”

แนวทางดังกล่าวข้างต้นทำให้เห็นว่า กระทรวงมหาดไทยมิได้มีนโยบายในการกำหนดห้ามสินค้าบางประเภทอันได้แก่ สินค้าที่มีคาเฟอีนที่หากผู้บริโภคได้บริโภคในจำนวนที่มากจนเกินไป อาจก่อให้เกิดอันตรายสุขภาพของผู้บริโภคได้ ก็สามารถขออนุญาตจัดให้มีการแถมพหหรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชคได้โดยไม่ต้องห้ามตามกฎหมายว่าด้วยการพนันแต่อย่างใด แต่ทั้งนี้ กระทรวงมหาดไทยได้พยายามผ่อนปรนแนวทางดังกล่าว เนื่องจากหากจัดให้มีการส่งเสริมการขายโดยวิธีการเสี่ยงโชคก็อาจไม่เหมาะสมและเป็นอันตรายต่อประชาชนจึงได้กำหนดแนวทางให้เจ้าพนักงานผู้ออกใบอนุญาตฯ ใช้ประกอบเป็นดุลยพินิจในการพิจารณาอนุมัติเกี่ยวกับสินค้าบริโภคที่มีคาเฟอีนหรือผสมคาเฟอีนด้วย ซึ่งก็ยังไม่ใช้มาตรการที่เคร่งครัดเท่าใดนัก เพราะขึ้นอยู่กับดุลยพินิจของเจ้าพนักงานผู้ออกใบอนุญาตฯ ทำให้มาตรการคุ้มครองผู้บริโภคหรือประชาชนยังไม่อาจคุ้มครองในเรื่องสุขภาพอนามัยของประชาชนในเรื่องนี้ได้เท่าใดนัก

นอกจากนี้ผู้ประกอบการอื่นที่ไม่ใช่ทางการค้า เช่น สถานบริการ หรือสถานเริงรมย์ต่างๆ ก็ไม่ต้องห้ามที่จะจัดให้มีการแถมพหหรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชคเพื่อเรียกลูกค้าหรือผู้มาใช้บริการเช่นกัน

ในส่วนเครื่องดัดแปลงแอลกอฮอล์นั้น กระทรวงมหาดไทยมีนโยบายห้ามมิให้อนุญาตจัดให้มีการเล่นเกมหรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชคโดยเด็ดขาด ตามหนังสือสั่งการของกระทรวงมหาดไทยด่วนมาก ที่ มท ๐๓๐๗.๔/ว๒๖๔ ลงวันที่ ๑๗ กรกฎาคม ๒๕๕๒ เรื่อง การจัดให้มีการเล่นเกมหรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชคสำหรับเครื่องดัดแปลงแอลกอฮอล์ ซึ่งได้แจ้งไปยังผู้ว่าราชการจังหวัดทุกจังหวัด เพราะเนื่องจากพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดัดแปลงแอลกอฮอล์ พ.ศ. ๒๕๕๑ มีบทบัญญัติห้ามไว้ในมาตรา ๓๐ (๔) ที่บัญญัติห้ามผู้ใดขายเครื่องดัดแปลงแอลกอฮอล์ โดยวิธีการให้หรือเสนอสิทธิในการเข้าร่วมชมการแข่งขัน การแสดง การให้บริการ การชิงโชค การชิงรางวัลหรือสิทธิประโยชน์อื่นใดเป็นการตอบแทนแก่ผู้ซื้อเครื่องดัดแปลงแอลกอฮอล์ หรือผู้นำหีบห่อหรือสลากหรือสิ่งอื่นใดเกี่ยวกับเครื่องดัดแปลงแอลกอฮอล์มาแลกเปลี่ยนหรือแลกซื้อ ซึ่งเป็นบทกฎหมายอื่นที่ห้ามชัดเจน แต่ทั้งนี้ก็ไม่ใช่ว่าต้องห้ามตามกฎหมายว่าด้วยการพนันแต่อย่างใด เป็นเพียงนโยบายของกระทรวงมหาดไทยที่กำหนดเป็นแนวทางปฏิบัติให้สอดคล้องกับกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้องเท่านั้น

ดังนั้น ในปัจจุบันจึงเป็นช่องว่างทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมสินค้าบางประเภทที่ไม่สมควรอนุญาตจัดให้มีการเล่นเกมหรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชค ตามกฎหมายว่าด้วยการพนันยังไม่มีความชัดเจน จะต้องมีความเห็นหรือหลักเกณฑ์ของกฎหมายเข้ามาเพื่อให้สอดคล้องกับกฎหมายอื่นและเป็นหนึ่งในมาตรการควบคุมที่นอกเหนือจากการการเสี่ยงโชค แต่เป็นการควบคุมตัวสุภาพอนามัยของประชาชนด้วย ซึ่งจะทำให้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการจัดให้มีการเล่นเกมหรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชคมีความทันสมัยและมีมาตรการคุ้มครองสุภาพอนามัยของผู้บริโภคด้วย

๔.๒.๓ ปัญหาเกี่ยวกับทัศนคติของคนไทยเกี่ยวกับการพนันและการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชค

จากงานวิจัยหลายชิ้นในประเทศไทยมีข้อสรุปว่า คนไทยจำนวนมากไม่ได้มีทัศนคติเชิงลบกับการพนัน เช่น^{๑๐๔}

- งานวิจัยเรื่องกฎหมายเกี่ยวกับการพนัน ในปี ๒๕๕๔ ของนนท์วัฒน์ บรมานันท์ พบว่าผู้บริโภคจำนวนมากมองว่าการพนันโดยตัวมันเองไม่ใช่ความผิด แต่เป็นความผิดเพราะกฎหมาย
- งานวิจัยเรื่องกฎหมายการพนัน ในปี ๒๕๕๘ ของวรวิญญู ทัศนศิริวงศ์ เห็นว่าสังคมไทยยังมีค่านิยมเรื่องเชื่อโชคลางและอำนาจลบนันดาล ซึ่งมีผลต่อนิสัยพนัน คือ เชื่อว่าการเสี่ยงโชคเป็นหนทางที่จะร่ำรวยได้
- งานวิจัยมนฤดี กิริติพรานนท์ กมลทิพย์ อาร์ธอสและวิษณุ วงษ์สินศิริกุล ในปี ๒๕๕๖ พบว่า นักศึกษา ๕๒๗,๖๓๖ คน (ร้อยละ ๒๘ ของนักศึกษาปริญญาตรีทั้งหมด)ระบุว่า เคยเล่นการพนันไพ่ บิงโก หว่ยใต้ดิน สลากกินแบ่งรัฐบาล บอลและตู้ม้ามากที่สุดตามลำดับ และมีความเห็นว่า ผลกระทบของการพนันไม่ว่าจะต่อต้านการเรียน ด้านครอบครัว ด้านเพื่อนสนิท ด้านคนรัก/แฟน หรือด้านการทำงาน ทั้งหมดอยู่ในระดับค่อนข้างน้อย โดยมีค่าเฉลี่ยระดับผลกระทบอยู่ระหว่าง ๑.๘๒ ถึง ๑.๙๙ จากระดับสูงสุด คือ ๕.๐๐

^{๑๐๔} ศรีณพงค์ เทียงธรรม, *อ้าวแล้ว* เชิงอรรถที่ ๑๗, หน้า ๓๘-๓๙.

จึงสรุปได้ว่า ผู้บริโภคจำนวนหนึ่งไม่ได้ตระหนักถึงโทษของการพนันมากไปกว่าเรื่องโอกาสเสียทรัพย์ นั่นสิน การถูกคุกคามเฉพาะกรณีไม่ชำระหนี้พนัน ผู้บริโภคไทยจำนวนมากไม่ได้มีทัศนคติเชิงลบต่อการพนันและไม่ตระหนักว่าการพนันสามารถสร้างให้เกิดปัญหาสำคัญใดๆ

ซึ่งโดยข้อเท็จจริงเชิงประจักษ์ การพนันสร้างปัญหา ตัวอย่างเช่น

- จากบทความเรื่อง “The clustering of psychiatric disorders in high-risk gambling populations” โดย Abdollahnejad, Delfabbro และ Denson ตีพิมพ์ลงใน Journal of gambling Studies กล่าวว่า การพนันส่งผลต่อสุขภาพจิตเรื่องความหดหู่ซึมเศร้า และยังมีความสัมพันธ์กับปัญหาสุขภาพร่างกายเรื่องโรคหอบหืด ปอดและภาวะน้ำหนักเกิน

- จากงานวิจัยเรื่อง “แกะรอยหัยกสมอมองผลกระทบของการพนัน” โดยพรจิรา ปรีวัชรากุล โครงการขับเคลื่อนสังคมและนโยบายสาธารณะเพื่อลดปัญหาการพนัน มูลนิธิสตรี-สฤชต์วงศ์ กล่าวว่าสำหรับเด็กและวัยรุ่น ผลเสียของการพนันจะยิ่งมากกว่าผู้ใหญ่ในเรื่องขาดทักษะชีวิต ความฉลาดทางสังคม มีโอกาสเกิดโรคจิตเวช ติดสารเสพติด พฤติกรรมลักขโมย ฉ้อฉล นิสยริชยา เกิดความอยากต่อเรื่องการพนันทุกชนิด ความสามารถในการตัดสินใจต่ำ การไม่อดทนรอคอยกับสิ่งที่พึงพอใจหรือขาดความยับยั้งชั่งใจ

- จากงานวิจัยเรื่อง “เยาวชนกับการพนันในมุมมองของจิตแพทย์เด็กและวัยรุ่น” ในปี ๒๕๕๕ โดยสุพร อภินันท์เวช โครงการจัดการความรู้เพื่อขับเคลื่อนสังคมปลอดการพนัน มูลนิธิสตรี-สฤชต์วงศ์ กล่าวไว้ว่า การที่สมองของเด็กและวัยรุ่นที่พัฒนายังไม่สมบูรณ์ ส่วนที่มีหน้าที่ควบคุมระบบความคิดและการตัดสินใจจึงยังไม่พัฒนาเท่าผู้ใหญ่ มีผลให้วัยรุ่นมักตัดสินใจโดยใช้อารมณ์มากกว่าเหตุผล การถูกยั่วยุจากการพนันรวมทั้งกิจกรรมเสี่ยงโชคที่คล้ายการพนันทำให้เกิดอารมณ์ความรู้สึกได้มาก ไม่ว่าจะทำให้เกิดความรู้สึกสนุกสนาน หรือความรู้สึกหงุดหงิด แต่ไม่ว่าจะทางใดก็ทำให้เกิดความรู้สึกอยากเล่นพนันทั้งสิ้น

นอกเหนือจากนี้ยังมีประเด็นเชิงลบด้านอื่นๆ เช่น “พนันติดง่ายเลิกยาก” ตามการนำเสนอของ นายแพทย์ยงยุทธ วงศ์ภิรมย์ศานต์ หัวหน้าที่ปรึกษางานสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข (การสัมภาษณ์หัวข้อ “หยุดพนัน...หยุดภัยร้ายสังคมไทย, ๕ กรกฎาคม ๒๕๕๕) ว่า

“พฤติกรรมเสพติดเกิดจากการทำงานของสมอง ที่สมองส่วนอยาก ทำงานมากกว่าสมองส่วนคิดยับยั้งชั่งใจ ที่ถูกกระตุ้นด้วยความตื่นเต้นและมีความสุข ทำให้การเสพติดในครั้งต่อไปเพิ่มปริมาณมากขึ้นและใช้เวลามากขึ้นจนควบคุมตัวเองไม่ได้ โดยกระบวนการเสพติดเกิดจากการเริ่มต้นครั้งแรกนั่นเอง”

จากงานศึกษาและวิจัยเกี่ยวกับการพนันจึงสรุปได้ว่า ผู้บริโภคจำนวนมากไม่ได้ตระหนักถึงปัญหาที่มาจากการพนันและไม่คิดว่า การพนันเป็นสิ่งผิด แต่จะผิดต่อเมื่อกฎหมายระบุว่าผิด

ดังนั้น การส่งเสริมการขายด้วยการชิงโชคที่ได้รับอนุญาตจึงถูกมองว่า ไม่ได้สร้างผลกระทบใดในเชิงลบต่อสังคม ซึ่งจากผลการสำรวจ “พฤติกรรมและทัศนคติในการส่งชิงโชคของ

ผู้บริโภคทั่วประเทศ” จำนวน ๗๘๗ ราย ของ Marketeer Research ร่วมกับผศ. ดร.ศรัณยพงศ์ เทียงธรรม พบว่า^{๑๐๕}

- ๒๘% เห็นว่าการส่งชิงโชคคุ้มกว่าการซื้อหวยใต้ดิน
- ๓๙% เห็นว่าการส่งรหัสชิงโชคก็เหมือนกับการเล่นหวยไม่ผิดกฎหมาย
- ๓๙% เห็นว่าการส่งรหัสชิงโชคทำได้ “ง่ายและสะดวกกว่า” การซื้อหวยใต้ดิน
- ๓๕% เห็นว่า “รางวัล” จากการส่งรหัสชิงโชคน่าสนใจกว่าการซื้อหวย
- ๒๘% เห็นว่า รายการชิงโชคมีผลต่อการตัดสินใจในการซื้อสินค้ามาเพื่อส่งชิงรางวัล

นอกจากนี้ผู้บริโภคยังเห็นว่า แคมเปญส่งรหัสลุ้นโชคเป็นการคืนกำไรให้ผู้บริโภค (๓๐%) ผู้แจกรางวัลไม่ผิดจริยธรรมแม้จะกระตุ้นให้ผู้บริโภคลุ้นโชคทุกวัน/ทุกชั่วโมง (๓๐%) ผู้แจกรางวัลมีความรับผิดชอบต่อสังคมสูง (๑๘%) และผู้แจกรางวัลไม่ได้มุ่งผลประโยชน์ทางธุรกิจของตน (๑๒%)

และเนื่องจากในปัจจุบันผู้ประกอบการได้นำกลยุทธ์ส่งเสริมการขายด้วยวิธีการเสี่ยงโชคมาใช้เป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งได้มีการนำกลยุทธ์แบบ ง่าย กระตุ้น ลุ้น ถู หรือ นักการตลาดได้ตั้งชื่อให้เครื่องมือส่งเสริมการขายนี้ว่า “Lotto Marketing” มาใช้ โดยหากผู้ประกอบการออกแบบได้ลงตัว “เล่นง่าย รางวัลโดนใจ มีความถี่ถูกจังหวะ” และ “ยิ่งส่งมากยิ่งมีสิทธิมาก” แคมเปญจะทรงพลังและจะเพิ่มยอดขายได้มหาศาล ประเด็นที่น่าห่วงใยคือ การใช้ Lotto Marketing กระตุ้นยอดขาย ง่าย กระตุ้น ลุ้น ถู เต็มตลาด กลายเป็นการส่งเสริมพฤติกรรมการเล่นเสี่ยงโชคการเล่นพนัน ทำให้คนรอคอยโชคความสา คาดหวังจะได้สิ่งที่ต้องการโดยง่าย ไม่เหนียว ไม่ต้องทำงาน และที่สำคัญสังคมไทยไม่มีมาตรการคุ้มครองใดๆ แม้แต่กลุ่มผู้นำห่วงใยอย่างเด็กและเยาวชน การปล่อยให้มีการใช้ Lotto Marketing เต็มตลาด และมีผู้ประกอบการบางรายมุ่งขยายตลาดกลุ่มเด็กและเยาวชน จึงเป็นเสมือนการปล่อยให้มีการพนันเด็กและเยาวชนเล่นการพนันอย่างเสรี จนนักวิชาการทางด้านบริหารธุรกิจบางท่านเห็นว่าการให้รางวัลโดยการเสี่ยงโชคด้วยวิธีดังกล่าว เป็น “การตลาดล้ำเส้น” เป็นการพนัน ^{๑๐๖}

๔.๓ ร่างพระราชบัญญัติการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชค พ.ศ.....

จากปัญหาดังกล่าวข้างต้นทำให้เมื่อวันที่ ๒๕ ตุลาคม ๒๕๕๔ ในสมัยรัฐบาลน.ส.ยิ่งลักษณ์ ชินวัตร คณะรัฐมนตรีได้อนุมัติหลักการร่างกฎหมายเกี่ยวกับการพนัน ๒ ฉบับ คือ ร่างพระราชบัญญัติการพนัน พ.ศ. และร่างพระราชบัญญัติการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชค พ.ศ..... โดยให้เหตุผลที่จำเป็นต้องตราพระราชบัญญัติการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชค พ.ศ..... ดังนี้^{๑๐๗}

^{๑๐๕} คอลัมน์ง่าย กระตุ้น ลุ้น ถู การตลาดชวนพนัน. (๒๕๕๔). จุลสารทันเกม.ศูนย์ศึกษาปัญหาการพนัน, ๕(๑๕), หน้า ๘.

^{๑๐๖} ศรัณยพงศ์ เทียงธรรม, อ้าวแล้ว เชิงอรรถที่ ๑๗, หน้า ๙.

^{๑๐๗} บันทึกหลักการและเหตุผลประกอบร่างพระราชบัญญัติการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชค พ.ศ.....

“ โดยปัจจุบันการจัดให้มีการแถมพหหรือให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคโดยวิธีการใดๆ ในการประกอบกิจการค้าหรืออาชีพมีขึ้นเป็นจำนวนมากและมีวิธีการที่ซับซ้อน ซึ่งบางกรณีเป็นการมอมเมาหรือก่อให้เกิดความไม่เป็นธรรมแก่ประชาชน ประกอบกับกฎหมายที่ใช้บังคับในขณะนี้ คือพระราชบัญญัติการพนัน พ.ศ. ๒๔๗๘ ได้ใช้บังคับมาเป็นเวลานาน และมีบทบัญญัติที่เกี่ยวกับการแถมพหและการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชค ตลอดจนบทกำหนดโทษที่ไม่เหมาะสมกับสถานการณ์ปัจจุบัน สมควรให้มีการควบคุม ตรวจสอบ การอนุญาต การโฆษณา ตลอดจนการปรับปรุงอัตราโทษและค่าธรรมเนียมให้เหมาะสม”

ต่อมา กระทรวงมหาดไทยได้ติดตามร่างพระราชบัญญัติการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชค พ.ศ..... จนกระทั่งผ่านการพิจารณาของคณะกรรมการกฤษฎีกาในช่วงต้นปี ๒๕๕๙ และในขณะนี้ร่างพระราชบัญญัติดังกล่าวได้อยู่ระหว่างการนำเสนอเข้าสู่สภานิติบัญญัติแห่งชาติเพื่อพิจารณา

สำหรับร่างพระราชบัญญัติการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชค พ.ศ..... ได้มีการนำเอาบทบัญญัติเกี่ยวกับการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชค ซึ่งเดิมได้มีการบัญญัติควบคุมเอาไว้ในพระราชบัญญัติการพนัน พ.ศ.๒๔๗๘ แยกออกมาบัญญัติไว้เป็นการเฉพาะ ซึ่งจะสอดคล้องกับร่างพระราชบัญญัติการพนัน พ.ศ..... ที่จะไม่มีบทบัญญัติในเรื่องการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคเอาไว้ ดังนั้นหากร่างพระราชบัญญัติทั้งสองฉบับผ่านการพิจารณาของสภาและประกาศเป็นกฎหมาย ก็จะทำให้การให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคแยกออกจากกฎหมายควบคุมการพนัน ซึ่งแตกต่างจากในอดีตที่ผ่านมา

โดยร่างพระราชบัญญัติการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชค พ.ศ..... มีบทบัญญัติจำนวนทั้งสิ้น ๒๒ มาตรา แบ่งออกเป็น ๓ หมวด และบทเฉพาะกาลในตอนท้าย และได้กำหนดให้รัฐมนตรีว่าการกระทรวงมหาดไทยรักษาการตามพระราชบัญญัตินี้ โดยมีอำนาจในการออกกฎกระทรวง กำหนดค่าธรรมเนียมไม่เกินอัตราท้ายพระราชบัญญัตินี้ ลดหรือยกเว้นค่าธรรมเนียม และกำหนดกิจการอื่นเพื่อปฏิบัติการตามพระราชบัญญัตินี้^{๑๐๘}

สำหรับสาระสำคัญของร่างพระราชบัญญัติการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชค พ.ศ..... มีดังนี้

๑. กำหนดนิยามศัพท์

ร่างพระราชบัญญัติการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคฯ ได้กำหนดคำนิยามศัพท์ดังนี้^{๑๐๙}

“การให้รางวัลโดยการเสี่ยงโชค” หมายความว่า การให้รางวัลแก่ผู้เข้าร่วมรายการด้วยวิธีการใดๆ โดยอาศัยผลที่ยังไม่แน่นอนเป็นข้อชี้ขาด และผู้เข้าร่วมรายการไม่เสียประโยชน์

“รางวัล” หมายความว่า เงิน ทรัพย์สิน หรือบริการที่แถมพหให้แก่ผู้เข้าร่วมรายการ

“ผู้เข้าร่วมรายการ” หมายความว่า ผู้ซึ่งเป็นลูกค้า ผู้รับบริการ หรือผู้ซึ่งได้รับการเสนอหรือชักชวนให้ร่วมรายการโดยมีการเสี่ยงโชค

^{๑๐๘} มาตรา ๔ แห่งร่างพระราชบัญญัติการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชค พ.ศ.....

^{๑๐๙} มาตรา ๓ แห่งร่างพระราชบัญญัติการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชค พ.ศ.....

๒. กำหนดหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขในการออกใบอนุญาตการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชค

ร่างพระราชบัญญัติการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคฯ ได้กำหนดให้การจัดให้มีการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคโดยวิธีการใดๆ ในการประกอบกิจการค้าหรืออาชีพ จะต้องได้รับอนุญาตจากเจ้าพนักงานผู้ออกใบอนุญาตก่อนจึงจะทำได้ โดยหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขในการขออนุญาตและการอนุญาต รวมทั้งแบบใบอนุญาตให้เป็นไปตามกฎกระทรวง^{๑๑๐} ดังนั้นหลักเกณฑ์ วิธีการและเงื่อนไขต่างๆ ในการขออนุญาตซึ่งถือว่าเป็นหัวใจสำคัญในการควบคุมการจัดให้มีการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชค จึงยังมีได้มีการกำหนดรายละเอียดเอาไว้ในพระราชบัญญัตินี้ โดยต้องรอให้มีการออกกฎหมายลูกในระดับกฎกระทรวงออกมาวางหลักเกณฑ์ในทางปฏิบัติต่อไป

แต่อย่างไรก็ดี พระราชบัญญัติการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคฯ ก็ได้มีการกำหนดกรอบกว้างๆ ในการอนุญาตจัดให้มีการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคเอาไว้ดังนี้

๒.๑ ไม่อนุญาตให้มีการจัดให้มีการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคในกรณีดังต่อไปนี้^{๑๑๑}

(๑) กิจการที่มีลักษณะเป็นอันตรายต่อประชาชน ชัดต่อความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชน หรือที่มีกฎหมายอื่นห้ามจัดหรือโฆษณาให้มีการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชค

(๒) การจัดที่มีลักษณะมอมเมาประชาชน เอาเปรียบหรือไม่เป็นธรรมต่อผู้เข้าร่วมรายการหรือเป็นการจัดที่มีขอบด้วยกฎหมาย

(๓) ให้รางวัลที่มีลักษณะเป็นอันตรายต่อประชาชนหรือมีมูลค่าที่ไม่เหมาะสมอันเป็นการเอาเปรียบผู้เข้าร่วมรายการ

๒.๒ ผู้ได้รับใบอนุญาตจะจัดให้มีการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคโดยวิธีการที่แตกต่างจากที่ระบุไว้ในใบอนุญาตไม่ได้^{๑๑๒}

๒.๓ ในสถานที่จัดให้มีการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชค ผู้ได้รับใบอนุญาตจะต้องแสดงให้ประชาชนเห็นหรือทราบถึงข้อความในใบอนุญาตและข้อความอย่างอื่นที่กำหนดในกฎกระทรวง^{๑๑๓}

๒.๔ ในการโฆษณาหรือชี้ชวนเกี่ยวกับการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคผู้ได้รับใบอนุญาตจะต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ วิธีการและเงื่อนไขที่กำหนดในกฎกระทรวง^{๑๑๔}

๓. กำหนดผู้มีอำนาจในการออกใบอนุญาตการจัดให้มีการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชค

ตามร่างพระราชบัญญัติการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคฯ ได้กำหนดให้รัฐมนตรีว่าการกระทรวงมหาดไทยแต่งตั้งเจ้าพนักงานผู้ออกใบอนุญาต โดยในเขตกรุงเทพมหานคร

^{๑๑๐} มาตรา ๕ แห่งร่างพระราชบัญญัติการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชค พ.ศ.....

^{๑๑๑} มาตรา ๖ แห่งร่างพระราชบัญญัติการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชค พ.ศ.....

^{๑๑๒} มาตรา ๗ แห่งร่างพระราชบัญญัติการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชค พ.ศ.....

^{๑๑๓} มาตรา ๘ แห่งร่างพระราชบัญญัติการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชค พ.ศ.....

^{๑๑๔} มาตรา ๙ แห่งร่างพระราชบัญญัติการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชค พ.ศ.....

ได้แก่ ผู้อำนวยการสำนักงานการสอบสวนและนิติการ กรมการปกครอง ส่วนในเขตจังหวัดอื่นนอกจาก กรุงเทพมหานคร ได้แก่ นายอำเภอหรือปลัดอำเภอผู้เป็นหัวหน้าประจำกิ่งอำเภอแห่งท้องที่^{๑๑๕}

โดยพนักงานผู้ออกใบอนุญาตมีอำนาจหน้าที่ดังนี้^{๑๑๖}

(๑) ออกใบอนุญาต

(๒) สั่งให้ผู้ได้รับใบอนุญาตปฏิบัติให้ถูกต้องตามพระราชบัญญัตินี้หรือกฎกระทรวง ซึ่งออกตามพระราชบัญญัตินี้หรือเงื่อนไขที่ระบุไว้ในใบอนุญาต ภายในระยะเวลาที่เห็นสมควร

(๓) เพิกถอนใบอนุญาต

(๔) จัดเก็บค่าธรรมเนียมตามพระราชบัญญัตินี้

โดยผู้ขออนุญาตต้องมีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้าม ดังนี้^{๑๑๗}

(๑) มีอายุไม่ต่ำกว่ายี่สิบปีบริบูรณ์

(๒) มีภูมิลำเนาหรือสถานที่ทำการอยู่ในราชอาณาจักรไทย

(๓) ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย

(๔) ไม่เป็นคนไร้ความสามารถหรือคนเสมือนไร้ความสามารถ

(๕) ไม่เคยถูกเพิกถอนใบอนุญาตตามพระราชบัญญัตินี้หรือเคยถูกเพิกถอนใบอนุญาตแต่เวลาได้ล่วงพ้นมาแล้วไม่น้อยกว่าสามปี

ในกรณีที่ผู้ขอใบอนุญาตเป็นนิติบุคคล ผู้แทนนิติบุคคลนั้นทุกคนต้องมีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามวรรคหนึ่ง และต้องไม่เคยเป็นผู้แทนนิติบุคคลที่เคยถูกเพิกถอนใบอนุญาตตามพระราชบัญญัตินี้

๔. การกำหนดค่าธรรมเนียมในการขออนุญาต^{๑๑๘}

ตามร่างพระราชบัญญัติการให้รางวัลด้วยการเสียโชคฯ ได้กำหนดให้ผู้ได้รับใบอนุญาตต้องชำระค่าธรรมเนียมตามหลักเกณฑ์วิธีการ และเงื่อนไขที่กำหนดในกฎกระทรวง

๕. อายุใบอนุญาต^{๑๑๙}

ตามร่างพระราชบัญญัติการให้รางวัลด้วยการเสียโชคฯ ได้กำหนดให้ใบอนุญาตมีอายุตามกำหนดในใบอนุญาตแต่ต้องไม่เกินหนึ่งปี

๖. การเพิกถอนใบอนุญาต^{๑๒๐}

ตามร่างพระราชบัญญัติการให้รางวัลด้วยการเสียโชคฯ ได้กำหนดให้เจ้าพนักงานผู้ออกใบอนุญาตสั่งเพิกถอนใบอนุญาตได้ในกรณีดังต่อไปนี้

(๑) ผู้ได้รับใบอนุญาตขาดคุณสมบัติหรือมีลักษณะต้องห้ามตามที่กฎหมายกำหนด

(๒) ผู้ได้รับใบอนุญาตไม่ปฏิบัติตามคำสั่งของเจ้าพนักงานผู้ออกใบอนุญาต

^{๑๑๕} มาตรา ๑๐ แห่งร่างพระราชบัญญัติการให้รางวัลด้วยการเสียโชค พ.ศ.....

^{๑๑๖} มาตรา ๑๑ แห่งร่างพระราชบัญญัติการให้รางวัลด้วยการเสียโชค พ.ศ.....

^{๑๑๗} มาตรา ๑๒ แห่งร่างพระราชบัญญัติการให้รางวัลด้วยการเสียโชค พ.ศ.....

^{๑๑๘} มาตรา ๑๓ แห่งร่างพระราชบัญญัติการให้รางวัลด้วยการเสียโชค พ.ศ.....

^{๑๑๙} มาตรา ๑๔ แห่งร่างพระราชบัญญัติการให้รางวัลด้วยการเสียโชค พ.ศ.....

^{๑๒๐} มาตรา ๑๕ แห่งร่างพระราชบัญญัติการให้รางวัลด้วยการเสียโชค พ.ศ.....

(๓) การจัดให้มีการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคมีลักษณะต้องห้ามตามกฎหมาย

๗. บทกำหนดโทษ

ตามร่างพระราชบัญญัติการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคฯ ได้กำหนดโทษสำหรับผู้ฝ่าฝืนกฎหมายดังนี้

(๑) ผู้ใดจัดให้มีการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชค โดยไม่ได้รับอนุญาต ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกิน ๒ ปีหรือปรับไม่เกิน ๘๐,๐๐๐ บาทหรือทั้งจำทั้งปรับ

(๒) ผู้ได้รับอนุญาตผู้ใดจัดให้มีการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคโดยวิธีที่แตกต่างไปจากวิธีที่ระบุไว้ในใบอนุญาต ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกิน ๖ เดือนหรือปรับไม่เกิน ๒๐,๐๐๐ บาท หรือทั้งจำ ทั้งปรับ

(๓) ผู้ได้รับอนุญาตผู้ใดไม่แสดงให้เห็นหรือทราบข้อความตามที่กฎหมายกำหนดหรือจัดให้มีการโฆษณาหรือชี้ชวนเกี่ยวกับการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคโดยไม่เป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่กฎหมายกำหนด ต้องระวางโทษปรับไม่เกิน ๑๐,๐๐๐ บาท

(๔) นิติบุคคลที่กระทำความผิดตามกฎหมายนี้ต้องระวางโทษปรับเป็น ๒ เท่าของโทษที่บัญญัติไว้สำหรับความผิดนั้น

เมื่อพิจารณาถึงสาระสำคัญของร่างพระราชบัญญัติการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคฯ พบว่าร่างพระราชบัญญัตินี้มีวัตถุประสงค์เพื่อกำหนดกรอบของหลักเกณฑ์ วิธีการและเงื่อนไขต่างๆ ในการขออนุญาตการจัดให้มีการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคตลอดจนการควบคุมการโฆษณาหรือชี้ชวนการให้รางวัลด้วยความเสี่ยง ฯลฯ ทั้งนี้เพื่อควบคุมไม่ให้เกิดการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคเป็นกิจกรรมที่มอมเมาหรือเกิดความไม่เป็นธรรมแก่ประชาชน แต่อย่างไรก็ดี จะพบว่าร่างพระราชบัญญัติฉบับนี้มีเนื้อหาสาระคล้ายคลึงกับพระราชบัญญัติการพนัน พ.ศ.๒๔๗๘ มิได้มีบทบัญญัติที่มีความแตกต่างกันในสาระสำคัญแต่อย่างใด^{๑๒๑} อีกทั้งร่างพระราชบัญญัตินี้ ยังมิได้มีการกำหนดรายละเอียดเกี่ยวกับหลักเกณฑ์ วิธีการและเงื่อนไขต่างๆ ในการขออนุญาตการจัดให้มีการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคตลอดจนการควบคุมการโฆษณาหรือชี้ชวนการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงไว้ โดยกำหนดแต่เพียงว่าให้กระทรวงมหาดไทย ผู้มีหน้าที่รับผิดชอบตามพระราชบัญญัตินี้มีหน้าที่ไปออกกฎกระทรวงเพื่อกำหนดหลักเกณฑ์อีกทีหนึ่ง ดังนั้นหากพิจารณาเฉพาะเนื้อหาของร่างพระราชบัญญัติการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคฯ ในขณะนี้จึงไม่สามารถวิเคราะห์ได้ว่าจะสามารถแก้ปัญหาการส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคที่เกิดขึ้นได้หรือไม่

^{๑๒๑} ไพศาล ลิ้มสถิตย์, อ้างแล้ว เจริญธรรมที่ ๕, หน้า ๒๐.

บทที่ ๕

การศึกษาการควบคุมส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชค ของผู้ประกอบธุรกิจในต่างประเทศ

๕.๑ ประเทศออสเตรเลีย

๕.๑.๑ สภาพทั่วไปเกี่ยวกับการพนันและการส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคใน ประเทศออสเตรเลีย

การพนัน การแข่งขัน และการกีฬาถือเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมและตัวตนของประเทศออสเตรเลียที่มีการหยั่งรากลึกอยู่ในจิตสำนึกของประเทศ กฎหมายที่บังคับใช้เกี่ยวกับการพนันในปัจจุบันก็พัฒนามาจากกฎระเบียบเกี่ยวกับการพนันที่บัญญัติขึ้นในช่วงต้นศตวรรษที่ ๒๐^{๑๒๒}

การส่งเสริมการขายเป็นกิจกรรมที่สามารถทำได้ในทุกรัฐของประเทศออสเตรเลีย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการส่งเสริมการขายสินค้าหรือบริการ การส่งเสริมการขายนั้นอาจประกอบด้วยกิจกรรมที่เป็นการแข่งขันและ/หรือการเสี่ยงโชคร่วมด้วยก็ได้ ทั้งนี้ การส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคได้รับความนิยมสูงขึ้นเรื่อยๆ ในประเทศออสเตรเลียซึ่งวิธีการส่งเสริมการขายในลักษณะนี้อาจเข้าข่ายเป็นการพนันประเภทหนึ่ง ดังนั้น ประเทศออสเตรเลียจึงมีการกำหนดเงื่อนไขในการกำกับดูแลการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายไว้อย่างละเอียด อย่างไรก็ตาม รูปแบบในการควบคุมการส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคในแต่ละรัฐของประเทศออสเตรเลียจะแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับกฎหมายของแต่ละรัฐว่าจะมีความเข้มงวดมากน้อยเพียงใด^{๑๒๓}

๕.๑.๒ กฎหมายและกฎระเบียบเกี่ยวกับการส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคใน ประเทศออสเตรเลีย

เนื่องจากประเทศออสเตรเลียเป็นประเทศที่มีการปกครองในรูปแบบสหพันธรัฐ (Federal State) โดยแบ่งเขตการปกครองออกเป็น ๖ มลรัฐ และแต่ละรัฐจะมีรัฐบาลท้องถิ่นทำหน้าที่รับผิดชอบในแต่ละพื้นที่ ดังนั้นระบบกฎหมายของประเทศออสเตรเลียจึงแบ่งเป็น ๓ ระดับ คือ ระดับรัฐบาลกลาง ระดับมลรัฐ และระดับท้องถิ่น^{๑๒๔}

ตามปกติ รัฐบาลในระดับรัฐจะเป็นผู้ใช้อำนาจในการกำกับดูแลกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการพนันในประเทศออสเตรเลีย ยกเว้นกรณีของการพนันออนไลน์ที่มีการออกกฎหมายในระดับรัฐบาลกลางขึ้นมาควบคุม ในขณะที่การพนันปกติบนดิน (land-based gambling) รวมถึงคาสิโน

^{๑๒๒} Carl, R. (2017). *The gambling law review* (2nd ed.). London: Law Business Research. p. 50.

^{๑๒๓} Australian Institute for Gambling Research. (1999). *Australian gambling comparative history and analysis*. Melbourne: Cahampion Press. p 11.

^{๑๒๔} City of Sydney: Australia's system of government [Blog Post]. Retrieved from <https://www.cityofsydney.nsw.gov.au/community-languages/english/about-the-city-of-sydney/australias-system-of-government> (accessed 2 August 2018).

การเดิมพันกีฬา เครื่องเกม และลอตเตอรี ยังคงอยู่ภายใต้การควบคุมและกำกับดูแลโดยรัฐบาลในแต่ละรัฐ^{๑๒๕}

โดยทั่วไปกิจกรรมที่ถือเป็นการพนันในประเทศออสเตรเลียจะเกี่ยวข้องกับการวางเดิมพันหรือการจ่ายเงินที่อิงกับผลของเหตุการณ์โดยอาศัยโชคทั้งหมดหรือบางส่วนเพื่อการชนะรางวัล รวมถึงการส่งเสริมการขายที่ไม่มีค่าใช้จ่ายใดๆ ในการเข้าร่วมชิงรางวัล ทั้งหมดนี้จะถูกกำกับดูแลภายใต้กฎหมายว่าด้วยการพนันของแต่ละรัฐ ซึ่งบางรัฐจะกำหนดเงื่อนไขหรือข้อห้ามให้ต้องปฏิบัติตาม หรือบางรัฐกำหนดให้ต้องมีการขอรับใบอนุญาตจากหน่วยงานกำกับดูแล^{๑๒๖}

การส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคในประเทศออสเตรเลียจะถูกควบคุมโดยกฎหมายของรัฐบาลกลางเฉพาะในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคเพื่อป้องกันการกระทำที่เป็นการหลอกลวงหรือหลอกลวง และแนวปฏิบัติสำหรับอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง เช่น แนวปฏิบัติด้านการสื่อสารการตลาดและการเดิมพันที่ออกโดยสมาคมนักโฆษณาแห่งชาติออสเตรเลีย^{๑๒๗} โดยกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการขายในระดับรัฐบาลกลาง (Federal Law) มีดังนี้

(๑) the Australian Consumer Law (the ACL)

กฎหมาย the Australian Consumer Law (the ACL) ซึ่งใช้บังคับทั่วประเทศทุกมลรัฐ และทุกเขตการปกครอง เพื่อกำกับดูแลการประกอบธุรกิจของภาคเอกชนในประเทศออสเตรเลียไม่ให้กระทำการใดๆ ที่มีลักษณะเป็นการหลอกลวงหรือทำให้ผู้บริโภคสับสนหลงผิดในสินค้าและบริการ ป้องกันการปฏิบัติทางการค้าที่ไม่เป็นธรรม กำกับดูแลการทำธุรกรรมต่างๆ ต่อผู้บริโภค กำหนดมาตรฐานความปลอดภัยของสินค้า รวมถึงบังคับใช้และปรับปรุงกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค^{๑๒๘}

(๒) Australian Association of National Advertisers Wagering and Marketing Communication Code (AANA)

แนวปฏิบัตินี้ได้รับการรับรองโดยสมาคม the Australian Association of National Advertisers (AANA) และถือเป็นส่วนหนึ่งของกฎระเบียบในการกำกับดูแลตนเองด้านการตลาดและการโฆษณาในประเทศออสเตรเลีย โดยวัตถุประสงค์ของแนวปฏิบัตินี้ คือ เพื่อรับรองว่านักการตลาดและนักโฆษณาจะพัฒนาและรักษาไว้ซึ่งความรับผิดชอบต่อสังคมให้อยู่ในระดับสูงด้านการโฆษณาและการตลาดสินค้าในประเทศออสเตรเลีย^{๑๒๙}

โดยทั่วไป ประเทศออสเตรเลียเรียกการส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคว่า Trade Promotion Lottery ซึ่งทุกรัฐจะใช้ชื่อเรียกการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายในลักษณะนี้เหมือนกันหมด แต่ลักษณะและระดับการควบคุมและกำกับดูแลการจัดกิจกรรมจะแตกต่างกันออกไป

^{๑๒๕} Carl, อ้างแล้ว เจริญธรรมที่ 9, at 52.

^{๑๒๖} เพิ่งอ้าง., 49.

^{๑๒๗} เพิ่งอ้าง., 59.

^{๑๒๘} Australian Government, & Australian Consumer Law. (2013). *The Australian consumer law: A framework overview*. In. Retrieved from http://consumerlaw.gov.au/files/2015/06/ACL_framework_overview.pdf (accessed 14 October 2018)

^{๑๒๙} The Australian Association of National Advertisers (AANA). (2016). *AANA wagering advertising & marketing communication code*. Retrieved from http://aana.com.au/content/uploads/2016/05/Wagering_Advertising_Marketing_Communications_Code.pdf (accessed 5 August 2018).

ขึ้นอยู่กับกฎหมายภายในของแต่ละรัฐ ในบางรัฐอนุญาตให้มีการจัดได้โดยไม่ต้องขออนุญาต เช่น รัฐวิกตอเรีย รัฐแทสมาเนีย รัฐควีนส์แลนด์ เป็นต้น แต่ในบางรัฐต้องมีการขอใบอนุญาตก่อนจึงจะดำเนินการได้ ซึ่งในการศึกษาวิจัยนี้จะพิจารณากฎหมายของรัฐนิวเซาท์เวลส์เพื่อเป็นตัวอย่างของการควบคุมการส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคที่ต้องขอใบอนุญาตเพื่อจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชค และรัฐวิกตอเรียเพื่อเป็นตัวอย่างของการกำกับดูแลการส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคที่ไม่ต้องมีการขออนุญาต แต่ต้องอยู่ภายใต้เงื่อนไขที่รัฐบาลกำหนดขึ้นอย่างเคร่งครัด

๕.๑.๒.๑ รัฐนิวเซาท์เวลส์

กฎหมายหลักที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมดูแลการพนันของรัฐนิวเซาท์เวลส์ คือ กฎหมาย Unlawful Gambling Act ๑๙๙๘ No. ๑๑๓ ซึ่งกำหนดข้อห้ามกิจกรรมบางอย่างที่เป็นการพนันหรือการใช้สถานที่ในการเล่นพนันเพื่อควบคุมการกระทำที่เป็นการพนันผิดกฎหมาย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อคุ้มครองประโยชน์สาธารณะและป้องกันการสูญเสียรายได้ของรัฐที่จะได้รับการพนันที่ถูกกฎหมาย ซึ่งภายใต้กฎหมาย Unlawful Gambling Act ๑๙๙๘ No. ๑๑๓ นี้ได้กำหนดว่า รูปแบบของการพนันที่ถูกกฎหมายประเภทหนึ่งคือการจัดกิจกรรมหรือการเข้าร่วมกิจกรรมจับรางวัล (lottery) หรือการเสี่ยงโชค (game of chance) ที่จัดขึ้นตามบทบัญญัติในกฎหมาย the Lotteries and Art Unions Act ๑๙๐๑^{๑๓๐} โดยการส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโดยไม่ได้รับอนุญาตและไม่ได้เป็นไปตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ถือเป็นการกระทำที่ผิดกฎหมาย^{๑๓๑}

การส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคเป็นรูปแบบหนึ่งของการจัดกิจกรรมจับรางวัล (lottery) หรือการเสี่ยงโชค (game of chance) ที่ต้องเป็นไปตามกฎหมาย the Lotteries and Art Unions Act ๑๙๐๑ การส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคในรัฐนิวเซาท์เวลส์ต้องได้รับใบอนุญาตจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องก่อนจึงจะจัดกิจกรรมได้ กิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคนี้เป็นการเข้าร่วมการเสี่ยงโชคโดยไม่เสียค่าใช้จ่ายใดๆ ซึ่งเป็นกิจกรรมที่จัดขึ้นเพื่อประชาสัมพันธ์การค้าและบริการของผู้ประกอบกิจการโดยใช้โชค (chance) เป็นตัวกำหนดการให้รางวัล โดยการส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคนี้บางกรณีอาจอยู่ในรูปของการชิงโชค (sweepstakes) การแข่งขัน (competition) การประกวด (contest) หรือให้ของแถม (giveaway) ซึ่งหากได้ผู้ชนะรางวัลมาโดยอาศัยโชค การจัดกิจกรรมดังกล่าวต้องเป็นไปตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง^{๑๓๒}

วัตถุประสงค์ในการกำหนดให้การส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคต้องขอใบอนุญาตจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องคือ เพื่อให้แน่ใจว่าการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายนั้นเกิดขึ้นอย่างเป็นธรรมและปฏิบัติตามข้อกำหนดของกฎหมายทุกประการ^{๑๓๓}

^{๑๓๐} Section 7 of the Unlawful Gambling Act 1998 No. 113

^{๑๓๑} Orta Recens Quam Pura Nites. (n.d.). *Report of the national competition policy review of the lotteries and art unions act*. Retrieved from <http://ncp.ncc.gov.au/docs/NSW%20Lotteries%20%26%20Art%20Unions%20Act%201901.pdf> (accessed 13 November 2018).

^{๑๓๒} Australian Business License and Information Service (ABLIS). Permit to conduct a trade promotion lottery: New South Wales [เว็บไซต์]. จาก <https://ablis.business.gov.au/service/nsw/permit-to-conduct-a-trade-promotion-lottery/16683> (accessed 7 September 2018).

^{๑๓๓} Australian Business License and Information Service (ABLIS), อ้างแล้ว เจริญธรรมที่ 27.

(๑) The Lotteries and Art Unions Act ๑๙๐๑ No.๓๔

กฎหมาย the Lotteries and Art Unions Act ๑๙๐๑ No.๓๔ ได้ให้นิยามของการส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคว่าหมายความว่าความรวมถึง “การเสี่ยงโชค” (Game of chance) ที่อาศัยทั้งโชคและทักษะเพื่อให้ได้รางวัล และ “การจับรางวัล” (Lottery) ที่เป็นการแจกจ่ายทรัพย์สินทั้งที่เป็นสังหาริมทรัพย์และอสังหาริมทรัพย์ที่ละมากๆ^{๑๓๔} โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการส่งเสริมการค้าและบริการของผู้ประกอบธุรกิจ ซึ่งการส่งเสริมการขายด้วยการจับรางวัลหรือการเสี่ยงชื่อนี้อนุญาตให้กระทำได้หากว่าเป็นไปตามเงื่อนไขตามที่กฎหมายได้กำหนดไว้^{๑๓๕}

๑. เงื่อนไขในการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชค

ก. ต้องได้รับใบอนุญาตในการจัดกิจกรรมจากรัฐมนตรีหรือหน่วยงานที่ได้รับมอบอำนาจจากรัฐมนตรี^{๑๓๖}

ข. ต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขต่างๆ ที่มีการประกาศใช้ รวมถึงเงื่อนไขด้านสถานที่จัดการแข่งขัน การจับรางวัล หรือการจัดเสี่ยงโชค

ค. ต้องไม่เรียกเก็บค่าธรรมเนียมในการเข้าร่วมการจับรางวัลหรือการเสี่ยงโชค

ง. ต้องไม่เป็นของรางวัลที่ต้องห้ามตามกฎหมาย

จ. ต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบต่างๆ ที่กำหนดขึ้นภายใต้กฎหมายฉบับนี้ ที่เกี่ยวข้องกับการจับรางวัล การจัดรายการ หรืออุปกรณ์ หรือเงื่อนไขใดๆ

๒. ของรางวัล

ก. ของรางวัลที่จะมอบให้ได้ ต้องไม่เป็นของรางวัลต้องห้ามตามกฎหมาย ของรางวัลต้องห้ามตามกฎหมายฉบับนี้^{๑๓๗} ได้แก่

- ยาสูบไม่ว่าจะอยู่ในรูปแบบใดก็ตาม

- อาวุธปืน ยุทธภัณฑ์ หรือสิ่งเทียมอาวุธปืน ตามที่บัญญัติไว้ในกฎหมายว่าด้วยอาวุธปืน (the Firearms Act ๑๙๖๖)

- อาวุธต้องห้ามตามความหมายของกฎหมายว่าด้วยอาวุธต้องห้าม ค.ศ. ๑๙๙๘ (the Weapons Prohibition Act ๑๙๙๘)

- การจัดหาให้ซึ่งการผ่าตัดเสริมความงามหรือกระบวนการอื่นใดที่มีวัตถุประสงค์เพื่อปรับปรุงรูปลักษณ์หรือความภาคภูมิใจ

- รางวัลอื่นๆ ตามที่กฎหมายกำหนด

ข. การให้รางวัลเป็นเครื่องดื่มมึนเมา (Liquor Prizes) ของรางวัลอาจมีบางส่วนหรือทั้งหมดเป็นเครื่องดื่มมึนเมาตามความหมายของกฎหมายว่าด้วย the Liquor Act

^{๑๓๔} Section 4B (1) of the Lotteries and Art Unions Act 1901 No.34

^{๑๓๕} Section 4B (2) of the Lotteries and Art Unions Act 1901 No.34

^{๑๓๖} รัฐมนตรีในมาตรานี้หมายถึง รัฐมนตรีว่าการ Minister for Innovation and Better Regulation และหน่วยงานที่ได้รับมอบอำนาจจากรัฐมนตรีเพื่อกำกับดูแลการออกใบอนุญาตเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายได้แก่ Department of Fair Trading

^{๑๓๗} Section 2(A) of the Lotteries and Art Unions Act 1901 No.34

๒๐๐๗^{๑๓๘} และอยู่ภายใต้ข้อกำหนดเกี่ยวกับส่วนประกอบของเครื่องดัดมีนเมาตามสัดส่วนที่กำหนดไว้^{๑๓๙} และห้ามมิให้เด็กอายุต่ำกว่า ๑๘ ปีเข้าร่วมกิจกรรมและรับรางวัลที่มีส่วนหนึ่งเป็นเครื่องดัดมีนเมา ผู้ฝ่าฝืนมีโทษปรับสูงสุดไม่เกิน ๑,๑๐๐ ดอลลาร์ออสเตรเลีย^{๑๔๐} และห้ามบุคคลจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคที่มีรางวัลบางส่วนเป็นเครื่องดัดมีนเมา หรือมอบรางวัลที่เป็นเครื่องดัดมีนเมาแก่เด็กที่มีอายุต่ำกว่า ๑๘ ปี^{๑๔๑} เว้นแต่พิสูจน์ได้ว่าผู้ถูกกล่าวหาไม่รู้หรือไม่สามารถคาดหมายได้ว่าผู้เข้าร่วมหรือชนะรางวัลเป็นเด็กที่มีอายุต่ำกว่า ๑๘ ปี^{๑๔๒} ผู้เยาว์อาจจะไม่ต้องรับโทษจำคุกหรือถูกคุมขังในศูนย์ควบคุมความประพฤติอันเนื่องมาจากไม่สามารถจ่ายค่าปรับตามที่กฎหมายกำหนดได้^{๑๔๓}

๓. หน่วยงานที่มีอำนาจในการออกใบอนุญาต

รัฐมนตรีว่าการกระทรวง Ministry for Innovation and Better Regulation เป็นผู้ที่มีอำนาจในการออกใบอนุญาตและเพิกถอนใบอนุญาต นอกจากนี้ ยังมีอำนาจในการเปลี่ยนแปลงหรือยกเลิกเงื่อนไขในการขอใบอนุญาต หรือกำหนดเงื่อนไขในการขอใบอนุญาตใหม่ได้^{๑๔๔} ทั้งนี้ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงฯ ได้มอบอำนาจในการออกใบอนุญาตและการกำหนดเงื่อนไขในการออกใบอนุญาตเพื่อควบคุมการจัดกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจั่วรางวัลหรือการเสี่ยงโชคต่างๆ ให้กับ Fair Trading Office^{๑๔๕}

๔. การออกใบอนุญาต

ก. การออกใบอนุญาตแบ่งได้ ๒ กรณี^{๑๔๖} คือ

กรณีแรก ใบอนุญาตที่ระบุจำนวนสลากและจำนวนครั้งในการเสี่ยงโชคภายในระยะเวลาที่กำหนด โดยการจั่วรางวัลแต่ละครั้งจะต้องมีจำนวนสลากหรือจำนวนครั้งการเสี่ยงโชคตามที่ระบุไว้ในใบอนุญาต (single promotion permit) หรือ

กรณีที่สอง ใบอนุญาตสำหรับการจั่วรางวัลและการเสี่ยงโชคโดยรวมภายในระยะเวลาที่ขออนุญาต โดยการจั่วรางวัลแต่ละครั้งไม่จำกัดจำนวนสลากหรือจำนวนครั้งในการเสี่ยงโชค (multiple promotion permit)

ข. ใบอนุญาตจะไม่ออกให้ในกรณีของการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคในรูปแบบการเล่นเกม “Housie” ซึ่งเป็นการเล่นเกมที่มีลักษณะเหมือนการเล่นบิงโก ที่กระทำผ่านทางสื่อวิทยุและโทรทัศน์^{๑๔๗}

ค. กฎเกณฑ์ต่างๆ ที่กำหนดขึ้นภายใต้กฎหมายฉบับนี้ ให้ใช้บังคับกับการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคโดยสถาบันเท็งหรือร้านค้าที่ตั้งอยู่ในพื้นที่ได้รับ

^{๑๓๘} Section 18B (2) of the Lotteries and Art Unions Act 1901 No.34

^{๑๓๙} Section 18B (3) of the Lotteries and Art Unions Act 1901 No.34

^{๑๔๐} Section 18B (4) of the Lotteries and Art Unions Act 1901 No.34

^{๑๔๑} Section 18B (5) of the Lotteries and Art Unions Act 1901 No.34

^{๑๔๒} Section 18B (6) of the Lotteries and Art Unions Act 1901 No.34

^{๑๔๓} Section 18B (7) of the Lotteries and Art Unions Act 1901 No.34

^{๑๔๔} Section 5AA of the Lotteries and Art Unions Act 1901 No.34

^{๑๔๕} Section 15A of the Lotteries and Art Unions Act 1901 No.34

^{๑๔๖} Section 5A of the Lotteries and Art Unions Act 1901 No.34

^{๑๔๗} Section 6 of the Lotteries and Art Unions Act 1901 No.34

อนุญาตให้ขายเครื่องดื่มมีแอลกอฮอล์ได้ตามกฎหมาย the Liquor Act ๒๐๐๗ เพื่อส่งเสริมการขายหรือเป็นการสมนาคุณแก่ลูกค้าของตนเอง^{๑๔๘}

ง. กระบวนการและขั้นตอนในการออกใบอนุญาตในการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคให้เป็นไปตาม กฎหมาย the Licensing and Registration (Uniform Procedures) Act ๒๐๐๒^{๑๔๙} ซึ่งกำหนดให้หน่วยงานที่มีอำนาจต้องพิจารณาใบอนุญาตให้แล้วเสร็จภายใน ๒๘ วัน^{๑๕๐}

๕. การประกาศรางวัลและรางวัลที่ไม่มีผู้มารับ (unclaimed prize)

ก. ผู้จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายต้องมอบรางวัลแก่ผู้ชนะแต่ละรางวัลตามที่กำหนดไว้ หากไม่ปฏิบัติตามที่ได้กำหนดไว้ มีโทษปรับสูงสุดไม่เกิน ๕,๕๐๐ ดอลลาร์ออสเตรเลีย

ข. ในกรณีที่ได้มีการประกาศรางวัลแต่ไม่มีผู้มารับรางวัลเป็นระยะเวลา ๓ เดือนหลังจากที่มีการจับรางวัลหรือสิ้นสุดการจัดกิจกรรม รางวัลดังกล่าวจะถูกขายภายใต้แนวทางที่รัฐมนตรีกำหนด และเงินที่ได้จากการขายรางวัลดังกล่าวต้องจ่ายให้กับกองทุนที่จัดตั้งขึ้นในรูปแบบของกรรมการทรัสต์^{๑๕๑}

๖. บทกำหนดโทษ

ก. การปลอมแปลงเอกสารหรือข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการเสี่ยงโชค

บุคคลใดมีเจตนาในการฉ้อโกงหรือหลอกลวงบุคคลอื่น โดยเปลี่ยนแปลงหรือปลอมแปลงข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการจัดกิจกรรมที่ได้รับอนุญาต หรือลงมือกระทำหรือให้ความร่วมมือในการจัดส่งข้อความอันเป็นเท็จหรือหลอกลวงเกี่ยวกับการจัดกิจกรรม หรือละเลยหรือร่วมกันในการละเลยในการจัดเก็บข้อมูลที่สำคัญในการจัดกิจกรรม ต้องรับโทษปรับสูงสุดไม่เกิน ๒๒,๐๐๐ ดอลลาร์ออสเตรเลีย หรือจำคุกไม่เกิน ๕ ปี หรือทั้งจำทั้งปรับ

ข. การยักยอกเงินรางวัล

บุคคลใดที่เกี่ยวข้องกับการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชค ได้เปลี่ยนให้เงินที่รวบรวมขึ้นจากการจัดกิจกรรมหรือของรางวัลเพื่อประโยชน์ของตนเอง ต้องรับโทษปรับสูงสุดไม่เกิน ๒๒,๐๐๐ ดอลลาร์ออสเตรเลีย หรือจำคุกไม่เกิน ๕ ปี หรือทั้งจำทั้งปรับ

ค. การกระทำความผิดเป็นการฉ้อฉลในการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชค

บุคคลใดที่มีเจตนาฉ้อฉลในการจัดกิจกรรม ช่วยเหลือ หรือมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคด้วยการทำให้บุคคลที่ได้ซื้อสินค้าหรือส่งสลากร่วมในการเข้าร่วมกิจกรรมไม่ได้รับโอกาสในการชนะรางวัล หรือบุคคลผู้กระทำการ ช่วยเหลือ หรือมีส่วนร่วม

^{๑๔๘} Section 7 of the Lotteries and Art Unions Act 1901 No.34

^{๑๔๙} Section 7 (2) of the Lotteries and Art Unions Act 1901 No.34

^{๑๕๐} Section 17 of the Licensing and Registration (Uniform Procedures) Act 2002

^{๑๕๑} Section 15 of the Lotteries and Art Unions Act 1901 No.34

ร่วมในการกระทำฉ้อฉลในการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชค ต้องรับโทษปรับสูงสุดไม่เกิน ๕,๕๐๐ ดอลลาร์ออสเตรเลีย

(๒) The Lotteries and Art Unions Regulation ๒๐๑๔

เพื่อให้การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยวิธีการเสี่ยงโชคมีลักษณะสอดคล้องและมีวัตถุประสงค์เป็นไปตามที่กฎหมาย the Lotteries and Art Unions Act ๑๙๐๑ No.๓๔ กำหนดไว้ รัฐนิวเซาท์เวลส์จึงได้ตรากฎระเบียบ the Lotteries and Art Unions Regulation ๒๐๑๔ ขึ้น โดยอาศัยอำนาจตามกฎหมายว่าด้วย the Lotteries and Art Unions Act ๑๙๐๑ No.๓๔ เพื่อกำหนดรายละเอียดเกี่ยวกับการเข้าร่วมกิจกรรม ค่าใช้จ่าย ข้อห้ามในการโฆษณา วิธีการจับรางวัล รายละเอียดของรางวัลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคขึ้น โดยมีรายละเอียด ดังนี้

๑. ของรางวัล

ก. รางวัลที่เป็นเครื่องดื่มมินเมา (Liquor Prize) กฎหมาย the Lotteries and Art Unions Act ๑๙๐๑ No.๓๔ Section ๑๘B (๓) อนุญาตให้มอบของรางวัลที่เป็นเครื่องดื่มมินเมาได้ แต่ต้องอยู่ภายใต้เงื่อนไขเกี่ยวกับการจำกัดปริมาณและสัดส่วนแอลกอฮอล์ที่ผสมอยู่ คือ หากเป็นเครื่องดื่มมินเมาปริมาณ ๒๐ ลิตรจะมีแอลกอฮอล์ผสมอยู่ได้ไม่เกินร้อยละ ๒๐ หรือหากเป็นเครื่องดื่มมินเมาปริมาณ ๕ ลิตรจะมีแอลกอฮอล์ผสมอยู่มากกว่าร้อยละ ๒๐ ได้^{๑๕๒}

ข. หน้าที่ในการสงวนรักษารางวัล ผู้จัดการกิจกรรมส่งเสริมการขายต้องสงวนรักษาของรางวัลทั้งหมดอย่างระมัดระวังจนกว่าผู้ชนะรางวัลจะได้รับมอบรางวัลหรือถูกจำหน่ายออกไปตามเงื่อนไขที่กฎหมายกำหนดไว้ใน Regulation ๑๕ เรื่องของรางวัลที่ไม่มีผู้มารับรางวัล หากฝ่าฝืนจะมีโทษปรับจำนวน ๒,๒๐๐ ดอลลาร์ออสเตรเลีย^{๑๕๓} (ตามปกติอัตราโทษปรับของประเทศออสเตรเลียจะกำหนดไว้เป็นหน่วย โดย ๑ หน่วยจะคิดเป็นค่าปรับจำนวนเท่าใดจะขึ้นอยู่กับแต่ละรัฐว่าจะกำหนดไว้เท่าใด รัฐนิวเซาท์เวลส์กำหนดค่าปรับ ๑ หน่วยมีมูลค่าเท่ากับ ๑๑๐ ดอลลาร์ออสเตรเลีย^{๑๕๔})

ค. ในกรณีที่ของรางวัลเป็นเงินจำนวนมากกว่า ๒,๐๐๐ ดอลลาร์ออสเตรเลีย ผู้ชนะรางวัลอาจร้องขอให้ผู้จัดการกิจกรรมโอนเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ชนะรางวัล หรือในกรณีอื่นๆ ผู้จัดการกิจกรรมอาจจ่ายเงินรางวัลเป็นเช็คขีดคร่อมให้กับผู้ชนะรางวัลก็ได้ แต่ทั้งนี้ผู้จัดการกิจกรรมต้องจ่ายเงินเป็นจำนวนที่มากกว่า ๒,๐๐๐ ดอลลาร์ออสเตรเลียให้แก่ผู้ชนะรางวัล หากฝ่าฝืนมีโทษปรับสูงสุดไม่เกิน ๒,๒๐๐ ดอลลาร์ออสเตรเลีย^{๑๕๕}

๒. ข้อห้ามเกี่ยวกับการโฆษณา

ก. โฆษณาการจัดกิจกรรมการ หมายถึง การโฆษณาที่เกี่ยวข้องกับการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคโดยตรง และเผยแพร่ หมายถึง การกระจาย จัด

^{๑๕๒} Section 9 of the Lotteries and Art Unions Regulation 2014

^{๑๕๓} Section 10 of the Lotteries and Art Unions Regulation 2014

^{๑๕๔} NSW Government Justice Sentencing Council. (n.d.). NSW Justice Sentencing Council: About sentencing. Retrieved from <http://www.sentencingcouncil.justice.nsw.gov.au/Pages/Sentencing/penalties.aspx> (accessed 8 September 2018).

^{๑๕๕} Section 12 of the Lotteries and Art Unions Regulation 2014

แสดง จัดหาหรือสื่อสารทางคำพูด ภาพ ข้อความ หรือวิธีอื่นใดทางอิเล็กทรอนิกส์ (เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ หรือผ่านการใช้อินเทอร์เน็ต สมาชิกช่องโทรทัศน์ หรือระบบสื่อสารออนไลน์อื่นๆ) และรวมไปถึงต้นทางการเผยแพร่^{๑๕๖}

ข. ห้ามเผยแพร่หรือทำให้เกิดการตีพิมพ์เผยแพร่โฆษณาการจัดกิจกรรมในลักษณะที่

- ส่งเสริมให้มีการกระทำที่ฝ่าฝืนกฎหมาย หรือ
- แสดงให้เห็นภาพของเด็กที่กำลังเข้าร่วมกิจกรรมเสี่ยงโชค หรือ
- แสดงเท็จ ทำให้เข้าใจผิด หรือหลอกลวง หรือ
- ชี้ให้เห็นว่าการเข้าร่วมกิจกรรมจะทำให้ได้รางวัลแน่นอน หรือ
- ชี้ให้เห็นว่าการเข้าร่วมกิจกรรมเสี่ยงโชคจะทำให้สถานการณ์

ทางการเงินของผู้เข้าร่วมดีขึ้น หรือ

- จัดกิจกรรมในลักษณะที่ไม่เคารพมารยาท ศักดิ์ศรี และ

ตัวอย่างที่ดี

การกระทำที่ฝ่าฝืนข้อห้ามดังกล่าว มีโทษปรับสูงสุดไม่เกิน

๒,๒๐๐ ดอลลาร์ออสเตรเลีย^{๑๕๗}

ค. ห้ามทำสัญญาหรือขยายระยะเวลาของสัญญาหรือทำข้อตกลงในการเผยแพร่โฆษณาการจัดกิจกรรมเสี่ยงโชคที่มีลักษณะดังกล่าวข้างต้น หากฝ่าฝืนมีโทษปรับสูงสุดไม่เกิน ๒,๒๐๐ ดอลลาร์ออสเตรเลีย^{๑๕๘}

ง. ในกรณีที่ศาลเห็นสมควร ศาลอาจมีคำสั่งให้ผู้กระทำผิดต่อกฎหมายและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายให้เผยแพร่ข้อความตามที่ศาลเห็นสมควรและเหมาะสมกับเวลา รูปแบบ ขอบเขต และลักษณะการเผยแพร่ของโฆษณาเพื่อแก้ไขข้อมูลที่อยู่ในโฆษณาเกี่ยวกับกิจกรรมส่งเสริมการขายนั้นให้ถูกต้อง^{๑๕๙}

จ. การโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ที่ไม่อนุญาต คือ โฆษณาหรือประชาสัมพันธ์การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคในลักษณะที่แสดงให้เห็นว่าการเสี่ยงโชคนั้นเป็น lotto หรือ keno หรือเป็นกิจกรรมในรูปแบบใดที่จัดขึ้นโดยได้รับอนุญาตตามกฎหมาย the Public Lotteries Act ๑๙๙๖ หรือประชาสัมพันธ์ในลักษณะว่าการกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคนั้นได้รับอนุญาตจากรัฐหรือหน่วยงานของรัฐ ทั้งๆที่ตามข้อเท็จจริงยังไม่ได้รับอนุญาต หากฝ่าฝืนมีโทษปรับสูงสุดไม่เกิน ๒,๒๐๐ ดอลลาร์ออสเตรเลีย^{๑๖๐}

^{๑๕๖} Section 16 (4) of the Lotteries and Art Unions Regulation 2014

^{๑๕๗} Section 16 (1) of the Lotteries and Art Unions Regulation 2014

^{๑๕๘} Section 16 (2) of the Lotteries and Art Unions Regulation 2014

^{๑๕๙} Section 16 (3) of the Lotteries and Art Unions Regulation 2014

^{๑๖๐} Section 17 of the Lotteries and Art Unions Regulation 2014

๓. ค่าธรรมเนียมการขอใบอนุญาต

ก. ค่าธรรมเนียมในการขอใบอนุญาตเพื่อจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคให้เป็นไปตามที่รัฐได้กำหนดไว้^{๑๖๑} ดังนี้^{๑๖๒}

ค่าธรรมเนียมการขอใบอนุญาต (ได้รับยกเว้นภาษี)		
มูลค่าของรางวัล	อัตราค่าธรรมเนียม (ขึ้นอยู่กับวิธีการยื่นคำขอ)	
	licence.nsw.gov.au	other
Single Lottery		
๑๐,๐๐๐ ดอลลาร์ออสเตรเลีย หรือน้อยกว่า	๘๐ ดอลลาร์ออสเตรเลีย	๑๓๘ ดอลลาร์ออสเตรเลีย
๑๐,๐๐๑ ถึง ๕๐,๐๐๐ ดอลลาร์ออสเตรเลีย	๓๒๐ ดอลลาร์ออสเตรเลีย	๓๘๕ ดอลลาร์ออสเตรเลีย
๕๐,๐๐๑ ถึง ๑๐๐,๐๐๐ ดอลลาร์ออสเตรเลีย	๕๘๕ ดอลลาร์ออสเตรเลีย	๖๖๐ ดอลลาร์ออสเตรเลีย
๑๐๐,๐๐๑ ถึง ๒๐๐,๐๐๐ ดอลลาร์ออสเตรเลีย	๑,๑๒๐ ดอลลาร์ออสเตรเลีย	๑,๒๓๒ ดอลลาร์ออสเตรเลีย
๒๐๐,๐๐๑ ดอลลาร์ออสเตรเลียหรือมากกว่า	๒,๑๘๕ ดอลลาร์ออสเตรเลีย	๒,๔๐๐ ดอลลาร์ออสเตรเลีย
Multiple Lottery Class B มูลค่าแต่ละรางวัลไม่เกิน ๒๕๐ ดอลลาร์ออสเตรเลีย และมูลค่ารวมของรางวัลทั้งหมดจำกัดไม่เกิน ๕๐,๐๐๐ ดอลลาร์ออสเตรเลีย	๓๒๐ ดอลลาร์ออสเตรเลีย	๓๘๕ ดอลลาร์ออสเตรเลีย
Multiple Lottery Class C มูลค่าแต่ละรางวัลไม่เกิน ๑,๐๐๐ ดอลลาร์ออสเตรเลีย และมูลค่ารวมของรางวัลทั้งหมดจำกัดไม่เกิน ๑๐๐,๐๐๐ ดอลลาร์ออสเตรเลีย	๕๘๕ ดอลลาร์ออสเตรเลีย	๖๖๐ ดอลลาร์ออสเตรเลีย

ข้อสังเกตจากรางค่าธรรมเนียมดังกล่าวข้างต้น จะเห็นได้ว่า หากเป็นกรณีการขอใบอนุญาตประเภท Single Lottery กฎหมายจะไม่ได้กำหนดมูลค่ารางวัลสูงสุดไว้ แต่หากเป็น Multiple Lottery ทั้ง Class B และ Class C จะมีการจำกัดมูลค่าของรางวัลสูงสุด และมูลค่ารวมของรางวัลทั้งหมดไว้

^{๑๖๑} Section 125 of the Lotteries and Art Unions Regulation 2014

^{๑๖๒} Schedule 1 of the Lotteries and Art Unions Regulation 2014

ข. ค่าธรรมเนียมในการขอแก้ไขใบอนุญาตที่ได้รับอนุมัติแล้ว การขออนุญาตแก้ไขใบอนุญาตที่ได้รับการอนุมัติแล้วต้องเสียค่าธรรมเนียมจำนวน ๑๐๐ ดอลลาร์ออสเตรเลีย และหากเป็นกรณีการขอแก้ไขเพื่อเพิ่มรางวัลและทำให้มูลค่าโดยรวมของรางวัลมากขึ้น จากที่เคยยื่นขออนุญาตมาก่อน ผู้จัดกิจกรรมต้องจ่ายส่วนต่างระหว่างค่าธรรมเนียมการขออนุญาตที่ได้ชำระเงินแล้วและค่าธรรมเนียมการขออนุญาตตามมูลค่ารางวัลที่ขอแก้ไขใหม่นั้นรวมกับ ค่าธรรมเนียมการขอแก้ไขใบอนุญาต^{๑๖๓}

๔. การเก็บข้อมูลการจัดกิจกรรม

ก) ผู้จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายต้องจัดเก็บข้อมูลเกี่ยวกับจำนวนเงินทั้งหมดที่ได้รับจากการจัดกิจกรรมและจำนวนมูลค่าของรางวัลทั้งหมดที่ให้ในกิจกรรมส่งเสริมการขายนั้น^{๑๖๔}

ข) ในกรณีที่มูลค่าของรางวัลทั้งหมดรวมกันมากกว่า ๑๐,๐๐๐ ดอลลาร์ออสเตรเลีย ต้องมีการระบุถึง^{๑๖๕}

- จำนวนสลากทั้งหมดที่มีการผลิตหรือได้รับกลับมา พร้อมหมายเลขกำกับสลาก

- จำนวนสลากทั้งหมดที่ได้มีการขายหรือจำหน่ายออกไป พร้อมหมายเลขกำกับสลาก

- ชื่อและที่อยู่ของตัวแทนของผู้จัดกิจกรรมที่เป็นผู้กระจายสลาก รวมทั้งจำนวนสลากที่ได้มีการกระจายออกไป และหมายเลขกำกับของสลากดังกล่าว

- ชื่อและรายละเอียดในการติดต่อของทุกคนที่เข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการขาย (ตามที่ระบุไว้ในทางบัตร หรือข้อมูลการตอบรับทางคอมพิวเตอร์)

- ชื่อและรายละเอียดในการติดต่อของผู้ชนะรางวัลทั้งหมด รวมถึงรายละเอียดของรางวัลที่แต่ละคนได้รับ

- จำนวนสลากที่ยังไม่ได้จำหน่าย พร้อมหมายเลขกำกับ

(๓) Trade Promotion Lottery Permit Conditions

เงื่อนไขในการขอใบอนุญาตจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคนี้กำหนดขึ้นโดยDepartment of Fair Trading ซึ่งเป็นหน่วยงานภายใต้กระทรวง Ministry of Innovation and Better Regulation โดยเงื่อนไขนี้จะใช้บังคับกับผู้จัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย

๑. มูลค่าของรางวัลแต่ละรางวัลสำหรับใบอนุญาตแบบ Multiple Lottery Permit^{๑๖๖}

ใบอนุญาตแบบ Multiple Lottery Permit แบ่งได้เป็น ๒ ประเภท ได้แก่

^{๑๖๓} Section 125 of the Lotteries and Art Unions Regulation 2014

^{๑๖๔} Section 134 (1) of the Lotteries and Art Unions Regulation 2014

^{๑๖๕} Section 134 (2) of the Lotteries and Art Unions Regulation 2014

^{๑๖๖} Condition 1 of the Trade Promotion Lottery Permit Conditions 2018

ก. Multiple Lottery Permit Type B เป็นใบอนุญาตสำหรับการจัดกิจกรรมเสี่ยงโชคที่มีมูลค่าของของรางวัลโดยรวมตลอดอายุใบอนุญาตไม่เกิน ๕๐,๐๐๐ ดอลลาร์ออสเตรเลีย และแต่ละรางวัลมีมูลค่าสูงสุดไม่เกิน ๒๕๐ ดอลลาร์ออสเตรเลีย

ข. Multiple Lottery Permit Type C เป็นใบอนุญาตสำหรับการจัดกิจกรรมเสี่ยงโชคที่มีมูลค่าของของรางวัลโดยรวมตลอดอายุใบอนุญาตไม่เกิน ๑๐๐,๐๐๐ ดอลลาร์ออสเตรเลีย และแต่ละรางวัลมีมูลค่าสูงสุดไม่เกิน ๑,๐๐๐ ดอลลาร์ออสเตรเลีย

๒. การเปลี่ยนแปลงการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชค^{๑๖๗}

ในกรณีที่ใบอนุญาตจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายประเภท Single Lottery Permit ผู้จัดกิจกรรมต้องไม่เปลี่ยนแปลงวิธีการเสี่ยงโชค รวมถึงกฎกติกาที่ได้รับระบุไว้ในใบสมัครเพื่อขออนุญาต เว้นแต่การเปลี่ยนแปลงนั้นได้รับอนุมัติจากสำนักงาน NSW Fair Trading นอกจากนี้ ผู้จัดกิจกรรมยังห้ามยุติการจับรางวัลก่อนวันสิ้นสุดกิจกรรมตามที่ได้โฆษณาไว้ก่อนแล้ว เว้นแต่ได้รับการอนุญาตจากสำนักงานฯ แต่หากการเปลี่ยนแปลงนั้นได้รับการรับรองจากหน่วยงานผู้รับผิดชอบภายใต้เงื่อนไขที่กำหนดไว้ ผู้จัดกิจกรรมต้องทำการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ตามที่สำนักงานฯ ได้กำหนดแนวทางไว้

๓. การกำหนดกติกาสำหรับเข้าร่วมการแข่งขัน^{๑๖๘}

การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยวิธีการเสี่ยงโชคนี้ ผู้จัดกิจกรรมต้องออกแบบและกำหนดกติกาให้สอดคล้องกับเงื่อนไขที่ผู้สมัครเข้าร่วมกิจกรรมสามารถปฏิบัติได้ นอกจากนี้ กฎกติกาที่กำหนดขึ้นนี้ต้องระบุถึงข้อมูล ดังต่อไปนี้

ก. เงื่อนไขในการเข้าร่วมกิจกรรม (รวมถึงการกำหนดอายุต่ำสุดที่ผู้เข้าร่วมสามารถร่วมกิจกรรมได้)

ข. วันและเวลาในการปิดรับสลากเพื่อใช้ในการจับรางวัล

ค. รายละเอียดของรางวัลและมูลค่าของของรางวัล (รวมถึงเงื่อนไขในการเข้ารับรางวัล ยอมรับ หรือใช้ของรางวัล)

ง. สถานที่ วัน เวลา ในการจัดกิจกรรมเสี่ยงโชค

จ. วิธีการจับของรางวัล

ฉ. วิธีการในการเข้ารับของรางวัล (รวมถึงการกำหนดเงื่อนไขที่ระบุให้ผู้ได้รับรางวัลต้องปรากฏตัวอยู่ด้วยในขณะจับรางวัล)

ช. วิธีการแจ้งแก่ผู้ชนะรางวัลเกี่ยวกับของรางวัลที่ได้รับ

ซ. รายละเอียดในการเผยแพร่ผลการจัดของรางวัล

ณ. ชื่อ ที่อยู่ และเบอร์โทรศัพท์ของผู้จัดกิจกรรม

ญ. ข้อมูลทั้งหมดที่กล่าวมาข้างต้นนี้ ต้องได้รับการโฆษณาและเข้าถึงได้สำหรับผู้เข้าร่วมกิจกรรมตั้งแต่วันแรกของการเริ่มต้นกิจกรรม

ฎ. ผู้จัดกิจกรรมต้องปฏิบัติตามรายละเอียดตามกติกาที่ได้รับระบุไว้

^{๑๖๗} Condition 2 of the Trade Promotion Lottery Permit Conditions 2018

^{๑๖๘} Condition 3 of the Trade Promotion Lottery Permit Conditions 2018

๔. ผู้จัดกิจกรรมต้องให้ข้อมูลแก่ผู้เข้าร่วมกิจกรรม^{๑๖๙}

ก. ผู้จัดกิจกรรมต้องรับรองว่าในการโฆษณาได้ให้ข้อมูลเหล่านี้แก่ผู้ที่ต้องการเข้าร่วมกิจกรรม

- กติกา

- หมายเลขใบอนุญาตให้จัดกิจกรรม (ตามรูปแบบที่กฎหมายกำหนด)

- หากลักษณะของการเสี่ยงโชคมีโอกาสนั้นจะไม่ได้รับรางวัล ต้องระบุโอกาสในการได้รางวัล (ตามรูปแบบที่กฎหมายกำหนด)

- หากเป็นกรณีต้องประกาศรางวัลทดแทนผู้ชนะรางวัลที่ได้ประกาศไปแล้ว ต้องมีการแจ้งให้ทราบว่าจะมีการจับรางวัลทดแทนนั้นอย่างไรและจะจัดขึ้นเมื่อใดรวมทั้งโอกาสในการชนะรางวัลหลักเป็นอย่างไร (ตามรูปแบบที่กฎหมายกำหนด)

ข. หากกติกาที่กำหนดขึ้นไม่สามารถระบุไว้ในสื่อโฆษณาได้อย่างครบถ้วนอันเนื่องมาจากระยะเวลาหรือพื้นที่อันจำกัด ให้ระบุในโฆษณาว่าจะสามารถทราบรายละเอียดของกติกาทั้งหมดได้ที่ใด และในโฆษณาต้องระบุถึงกติกาพิเศษที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติตามเงื่อนไขในการเข้าร่วมรายการ (เช่น วันปิดรับสลาก ข้อจำกัดเกี่ยวกับเวลาการเดินทางในกรณีที่เป็นรางวัลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวหรือการเดินทาง)

ค. ผู้จัดกิจกรรมต้องไม่แสดงออกว่ากิจกรรมนั้นกระทำเพื่อวัตถุประสงค์ทางการกุศล เว้นแต่ได้รับอนุญาตจาก NSW Fair Trading

๕. การจัดกิจกรรมเสี่ยงโชคผ่านทางโทรศัพท์หรือ MMS^{๑๗๐}

ก. การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคผ่านระบบบริการพิเศษทางโทรศัพท์หมายเลข ๑๙๐- หรือบริการส่งข้อความ (SMS) หรือบริการข้อความมัลติมีเดีย (MMS) รวมเรียกว่า “บริการทางโทรศัพท์”

ข. ค่าใช้จ่ายในการเข้าร่วมกิจกรรมผ่านบริการทางโทรศัพท์ต้องไม่เกิน ๐.๕๐ ดอลลาร์ออสเตรเลีย (รวมภาษีบริการและภาษีขาย)^{๑๗๑} และต้องระบุในกติกาถึงค่าใช้จ่ายดังกล่าวด้วย

ค. ต้องไม่เรียกเก็บค่าใช้จ่ายใดๆ เพิ่มเติมจากผู้เข้าร่วมกิจกรรมหากบริการทางโทรศัพท์ส่งข้อความมายังโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้เข้าร่วมกิจกรรมเกี่ยวกับการจับรางวัล

ง. ต้องไม่มีเงื่อนไขกำหนดให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมโทรกลับหรือส่งข้อความกลับมายังผู้จัดกิจกรรมมากกว่าหนึ่งครั้งเพื่อให้ข้อมูลส่วนบุคคลหรือข้อมูลเฉพาะบุคคลตอบคำถาม หรือกระทำด้วยประการใดๆ ก็ตามเพื่อที่จะมีสิทธิเข้าร่วมกิจกรรม

จ. ต้องไม่กำหนดเงื่อนไขให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมต้องโทรกลับหรือส่งข้อความกลับมายังผู้จัดกิจกรรมเพื่อรับข้อมูลเกี่ยวกับกติกาในการเข้าร่วมกิจกรรม หรือ

^{๑๖๙} Condition 4 of the Trade Promotion Lottery Permit Conditions 2018

^{๑๗๐} Condition 5 of the Trade Promotion Lottery Permit Conditions 2018

^{๑๗๑} เป็นไปตามกฎหมาย A New Tax System (Goods and Services Tax) Act 1999

รายละเอียดของเงื่อนไขการเข้าร่วม หรือรับตัวเลขหรือสัญลักษณ์ของตนเพื่อจับคู่กับตัวเลขหรือสัญลักษณ์ที่ซ่อนหรือแสดงอยู่บนบัตรเกมหรือสิ่งตีพิมพ์

๖. การเสี่ยงโชคในรูปแบบเปิดปู้รับปู้และการชูดสลาก^{๑๗๒}

ก. การเสี่ยงโชคในรูปแบบเปิดปู้รับปู้และการชูดสลากต้องระบุ

ในกติกาการเข้าร่วม ดังนี้

- ข้อความแสดงว่า รางวัลทั้งหมดที่ระบุไว้ในโฆษณาจะถูกแจกจ่ายระหว่างหรือภายหลังจากเสร็จสิ้นกิจกรรม รวมทั้งข้อความแสดงรายละเอียดว่าจะแจกรางวัลและส่งมอบรางวัลอย่างไรภายหลังจากสิ้นสุดกิจกรรม เว้นแต่ NSW Fair Trading จะยกเว้นเงื่อนไขนี้ให้ยกเว้น กรณีที่ของรางวัลเป็นอาหารหรือผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มที่เน่าเสียง่าย

- ข้อความแสดงว่า เมื่อสิ้นสุดการจัดรายการแล้ว ผู้มีสิทธิได้รับรางวัลตามเงื่อนไขที่มีอยู่ทั้งหมดจะได้รับรางวัล แม้ว่ารางวัลรวมทั้งหมดจะเกินกว่าที่ระบุไว้ในโฆษณา

- ข้อความแสดงว่า ข้อผิดพลาดด้านการพิมพ์หรือการควบคุมคุณภาพอื่นๆ ที่อยู่นอกเหนือการควบคุมของผู้เล่นแต่ละคนจะไม่เป็นเหตุให้ถูกปฏิเสธการได้รับรางวัล

ข. ต้องมีมาตรการเพื่อความปลอดภัยที่จะใช้เพื่อขอจัดโอกาสในการเปลี่ยนแปลงถ่ายเทการกระจายของบัตรหรือสิ่งที่ใช้ในการเล่นเกมที่ชนะรางวัล

ค. ต้องเก็บรายละเอียดทั้งหมดของรางวัลที่มีมูลค่ามากกว่า ๑๐๐ ดอลลาร์ออสเตรเลียที่ถูกปฏิเสธการรับรางวัล โดยรายละเอียดเหล่านี้ต้องประกอบด้วยชื่อและที่อยู่ของผู้มีสิทธิได้รับรางวัลและเหตุผลที่ผู้มีสิทธิได้ปฏิเสธการรับรางวัล

ง. ผู้มีสิทธิรับรางวัลต้องได้รับแจ้งทันทีถึงเหตุผลในการปฏิเสธการให้รางวัล ยกเว้นเป็นกรณีต้องสงสัยเกี่ยวกับการปลอมแปลงสลาก บัตร หรือแบบฟอร์มการเข้าร่วมกิจกรรม

๗. เงื่อนไขทั่วไปในการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย^{๑๗๓}

ก. ผู้เข้าร่วมกิจกรรมทุกคนต้องได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกัน

ข. ผู้เข้าร่วมกิจกรรมทุกคนต้องได้รับการจับรางวัล

ค. ต้องไม่มีผู้ใดได้เปรียบหรือเสียเปรียบในการเข้าร่วมกิจกรรม

ง. การจัดกิจกรรมเสี่ยงโชคต้องไม่เข้าข่ายเป็นกิจกรรมที่ผิดกฎหมายตามที่ระบุไว้ในกฎหมาย the Unlawful Gambling Act ๑๙๙๘

จ. ต้องไม่กำหนดเงื่อนไขในการเสี่ยงโชคเพื่อให้บุคคลใดได้เปรียบหรือเสียเปรียบผู้เข้าร่วมกิจกรรมคนอื่น และหากเป็นกิจกรรมเสี่ยงโชคประเภทที่ต้องมีการแจ้งสิทธิทันทีที่ต้องเว้นระยะอย่างน้อย ๔ นาที เพื่อให้ผู้ชนะรางวัลแจ้งสิทธิของตน (เช่น กรณีของการเปิดปู้รับปู้ หรือการชูดสลาก) ซึ่งข้อกำหนดเหล่านี้ต้องถูกระบุไว้ในกติกาการเข้าร่วมอย่างชัดเจน

ฉ. ผู้จัดกิจกรรมต้องรับรองว่าการจับสลากในแต่ละครั้งและทุกครั้งประชาชนสามารถตรวจสอบได้ และทุกคนมีโอกาสในการเข้าถึงการเป็นพยานในการจับสลากนั้น

^{๑๗๒} Condition 6 of the Trade Promotion Lottery Permit Conditions 2018

^{๑๗๓} Condition 7 of the Trade Promotion Lottery Permit Conditions 2018

ข. การตัดสินใจชนะรางวัลไม่ว่าจะเป็นการจับรางวัลหรือการเปิดบู๊ปรับปีต้องกระทำภายในประเทศออสเตรเลีย

ซ. หากมีการเสนอรางวัลมากกว่าหนึ่งรางวัล รางวัลหลักจะต้องได้รับการจับรางวัลก่อน และรางวัลอื่นๆจึงค่อยจับถัดมาตามลำดับจำนวนและมูลค่าของรางวัล หากการจับรางวัลจะเป็นไปในลักษณะหรือวิธีการอื่น ต้องระบุงดึกาให้ชัดเจนถึงวิธีการและลักษณะที่จะใช้ในการจับรางวัล

ฎ. ผู้ชนะรางวัลต้องได้รับรางวัลภายในระยะเวลา ๖ สัปดาห์หลังจากการจับรางวัล ยกเว้นได้มีการระบุไว้เป็นอย่างอื่นในกติกาการเข้าร่วมกิจกรรม

๘. การตรวจสอบการจับรางวัลและการแจ้งผู้ได้รับรางวัล^{๑๗๔}

ก. ในกรณีที่มูลค่ารวมทั้งหมดของรางวัลในการจับรางวัลนั้นมากกว่า ๑๐,๐๐๐ ดอลลาร์ออสเตรเลีย การจับรางวัลและการประกาศรางวัลต้องได้รับการตรวจสอบโดยบุคคลอิสระ ยกเว้น NSW Fair Trading ได้ยกเว้นเงื่อนไขนี้ให้แก่ผู้จัดกิจกรรม

ข. การได้รับยกเว้นการตรวจสอบจะใช้ได้จนกว่าจะมีการเพิกถอนหรือในกรณีที่มีการแก้ไขเปลี่ยนแปลงรายละเอียดใดๆ ที่นอกเหนือจากที่ได้รับยกเว้นไว้ โดยไม่แจ้งแก่ NSW Fair Trading หรือไม่ได้ปฏิบัติตามรายละเอียดที่ได้รับยกเว้น

ค. บุคคลอิสระ หมายถึง บุคคลที่ไม่ได้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดกิจกรรม หรือได้รับอนุญาตให้จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสียชื้อนั้น และไม่ใช่ว่าบุคคลที่เป็นกรรมการ พนักงาน หรือลูกจ้างของผู้จัดกิจกรรม หรือไม่ใช่ว่าพนักงานสัญญาจ้างหรือเกี่ยวข้องสัมพันธ์ใดๆ กับบริษัท ผู้ประกอบกิจการ หรือตัวแทนของผู้จัดกิจกรรม และไม่ใช่ว่าผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องสัมพันธ์เป็นส่วนตัวหรือในทางการค้ากับพนักงานของผู้จัดกิจกรรม^{๑๗๕}

๙. การใช้ระบบคอมพิวเตอร์ในการจับรางวัล^{๑๗๖}

ในกรณีที่ใช้ระบบคอมพิวเตอร์เพื่อค้นหาผู้ชนะรางวัล ผู้จัดกิจกรรมหรือตัวแทนของผู้จัดกิจกรรมต้องได้รับรายงานขั้นตอนการจับรางวัลพร้อมลงลายมือชื่อรับรองระบบการจับรางวัลด้วยคอมพิวเตอร์จากบุคคลอิสระที่มีคุณสมบัติเหมาะสมก่อนที่จะมีการจับรางวัล

๑๐. การประกาศรางวัล^{๑๗๗}

ก. หากเป็นไปได้ให้ผู้จัดกิจกรรมแจ้งให้ผู้ชนะรางวัลทราบภายใน ๒ วันนับจากที่มีการจับรางวัล

ข. ผู้ชนะรางวัลต้องได้รับการแจ้งเป็นรายบุคคล โดยการแจ้งตัวต่อตัว โทรศัพท์ จดหมาย อีเมล หรือวิธีการอื่นใดที่เหมาะสม

^{๑๗๔} Condition 8 of the Trade Promotion Lottery Permit Conditions 2018

^{๑๗๕} NSW Government. (2018). Trade Promotion Lottery Permit.

Retrieved from https://mosmanclub.com.au/wp-content/uploads/2015/08/LTPS-18-25574_1-34XOXI5.pdf (accessed 9 August 2018).

^{๑๗๖} Condition 9 of the Trade Promotion Lottery Permit Conditions 2018

^{๑๗๗} Condition 10 of the Trade Promotion Lottery Permit Conditions 2018

ค. หากรางวัลมีมูลค่ามากกว่า ๕๐๐ ดอลลาร์ออสเตรเลีย ผู้จัดกิจกรรมต้องประกาศรายชื่อผู้รับรางวัลในหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นที่การจัดรางวัลได้จัดขึ้น หรือโดยสื่อวิทยุ โทรทัศน์ ของท้องถิ่นที่จัดกิจกรรม หรือโดยอินเทอร์เน็ตตามที่กำหนดไว้ในกติกา

๑๑. กรณีที่ไม่มีผู้รับรางวัล^{๑๗๘}

ก. ในกรณีที่ไม่มีผู้รับรางวัลภายใน ๓ เดือนนับจากที่มีการประกาศรางวัล (ยกเว้นกรณีเป็นรางวัลที่เน่าเสียง่าย) ผู้จัดกิจกรรมต้องกระทำตามสมควรเพื่อจัดส่งของรางวัลไปให้กับผู้ชนะรางวัล แต่หากครบกำหนด ๓ เดือนแล้วยังไม่สามารถส่งให้กับผู้ชนะรางวัลได้ ผู้จัดกิจกรรมต้องแจ้งแก่ NSW Fair Trading Office เพื่อหาผู้ชนะทดแทนทั้งนี้ต้องได้รับอนุมัติและดำเนินการตามที่ NSW Fair Trading Office กำหนด

ข. ในการขออนุมัติหาผู้ชนะทดแทนต้องระบุถึงขั้นตอนการจัดส่งของรางวัลที่ไม่มีผู้รับรางวัลรวมทั้งที่อยู่สุดท้ายเท่าที่ทราบของผู้ชนะรางวัลที่ไม่มีผู้รับรางวัลนั้น

ค. หากรางวัลเป็นของเน่าเสียง่ายและไม่มีผู้รับรางวัลในวันที่มีการจัดกิจกรรม ผู้จัดกิจกรรมสามารถจำหน่ายรางวัลนั้นตามที่เห็นเหมาะสมได้ อย่างไรก็ตาม หากจำหน่ายรางวัลนั้นโดยการขาย กระบวนการในการขายต้องถือเสมือนเป็นการให้รางวัล

๑๒. การเก็บข้อมูล^{๑๗๙}

ก. ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย (เช่น หางบัตร แบบฟอร์มการเข้าร่วม รายชื่อผู้เข้าร่วม) ต้องได้รับการเก็บรักษาไว้เป็นเวลาอย่างน้อย ๓ เดือนหลังจากที่ได้มีการประกาศผู้ชนะรางวัลแล้ว

ข. ในกรณีที่มีการจับรางวัลผู้ชนะทดแทน ต้องมีการเก็บข้อมูลไว้อย่างน้อยเพิ่มขึ้นอีก ๓ เดือนนับจากที่ได้มีการพิจารณาครั้งสุดท้าย

ค. การลงทะเบียนเกี่ยวกับรายละเอียดของรางวัลและมูลค่าของรางวัลและคงข้อมูลไว้ในระบบสำหรับใบอนุญาตแบบ Multiple Lottery Permit เป็นระยะเวลาอย่างน้อย ๑๒ เดือน

๑๓. การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคโดยผู้ประกอบกิจการพนัน^{๑๘๐}

ห้ามเจ้าของสถานประกอบการหรือผู้ได้รับอนุญาตให้ประกอบธุรกิจการพนันหรือลูกจ้างของสถานประกอบการนั้น ทำการเผยแพร่หรือโฆษณาในการให้สิทธิ บัตรกำหนด หรือรางวัลใดๆ เพื่อจูงใจให้คนเข้าร่วม หรือมาเข้าร่วมเล่นพนันบ่อยๆ รวมทั้งการชักจูงให้เปิดบัญชีการพนัน (betting account)

๑๔. การเสี่ยงโชคด้วยการเล่นบิงโก^{๑๘๑}

ห้ามนำรูปแบบการเล่นบิงโกที่นอกเหนือจากการเปิดปุ๊บปั๊บบัตร และการขูดสลากมาใช้ในสถานที่ที่ได้รับอนุญาตให้ทำการส่งเสริมการขาย

^{๑๗๘} Condition 11 of the Trade Promotion Lottery Permit Conditions 2018

^{๑๗๙} Condition 12 of the Trade Promotion Lottery Permit Conditions 2018

^{๑๘๐} Condition 13 of the Trade Promotion Lottery Permit Conditions 2018

^{๑๘๑} Condition 14 of the Trade Promotion Lottery Permit Conditions 2018

๑๕. การเสี่ยงโชคในสถานประกอบการเครื่องเล่นเกม^{๑๘๒}

หากการจัดกิจกรรมเสี่ยงโชคได้ถูกจัดขึ้นในสถานประกอบการที่ได้รับอนุญาต โรงแรม หรือคาสิโน จะไม่สามารถให้รางวัลที่เป็นเงินสดได้ระหว่างเวลา ๒๒.๐๐ น. ถึง ๘.๐๐ น. ของวันรุ่งขึ้น หากรางวัลเป็นการส่งจ่ายเช็ค เช็คนั้นต้องส่งจ่ายให้กับผู้ชนะและไม่สามารถจ่ายเป็นเงินสด ณ สถานที่นั้นได้

๑๖. อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ในลักษณะคล้ายกับเครื่องเล่นเกม^{๑๘๓}

ในกรณีที่มีการติดตั้งอุปกรณ์ที่มีลักษณะคล้ายกับเครื่องเล่นเกมเพื่อใช้ในการตัดสินผู้ชนะรางวัล อุปกรณ์ดังกล่าวต้องตั้งอยู่ในพื้นที่ของโรงแรมหรือสถานประกอบการที่ได้รับอนุญาตเท่านั้นและต้องไม่อนุญาตให้ผู้เยาว์เข้าไปในสถานที่ดังกล่าวด้วย

จากหลักกฎหมายที่กล่าวมาข้างต้นทั้งหมด สามารถสรุปได้ว่า การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคในรัฐนิวเซาท์เวลส์นี้ถือเป็นการพนันในรูปแบบ Lottery ที่ถูกกฎหมาย (lawful gambling) หากได้รับอนุญาตจาก the Fair Trading Office เสียก่อน และที่สำคัญในการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคนี้จะต้องไม่มีการเรียกเก็บค่าใช้จ่ายใดๆ ในการเข้าร่วมกิจกรรมและจะต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์เงื่อนไขต่างๆ ที่กฎหมายกำหนดไว้อย่างครบถ้วน มิเช่นนั้นจะถือเป็นการจัดให้มีการเสี่ยงโชคหรือการพนันที่ผิดกฎหมาย (unlawful gambling)

ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการจำกัดมูลค่ารางวัลของรัฐนิวเซาท์เวลส์ในการขอใบอนุญาตเพื่อจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคได้มีมานานตั้งแต่ก่อนปี ๑๙๘๓ จนถึงปัจจุบัน เดิมรัฐบาลนิวเซาท์เวลส์มีนโยบายจำกัดมูลค่าของรางวัลเพื่อให้มั่นใจได้ว่าการส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคนี้จะไม่มีการขยายตัวขึ้นอย่างขาดการกรั่นกรองให้ครบถ้วนและต้องพิจารณาถึงผลกระทบที่อาจจะเกิดขึ้นจากการจัดกิจกรรมดังกล่าวที่มีต่อกิจการลอตเตอรี่ของรัฐนิวเซาท์เวลส์ (NSW Public Lotteries' Product) ซึ่งเป็นแหล่งรายได้ของรัฐบาลด้วย จนกระทั่งในปี ๑๙๘๒ ได้มีผลสำรวจผลกระทบจากการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคที่มีต่อยอดขายลอตเตอรี่ของรัฐบาล โดยผลการสำรวจแสดงให้เห็นว่า การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคอาจส่งผลกระทบต่อยอดขาย NSW Public Lotteries ประมาณร้อยละ ๐.๕ – ๑ ของยอดขายได้ทั้งหมดจากการจำหน่าย Public Lotteries^{๑๘๔}

จากผลสำรวจดังกล่าว รัฐนิวเซาท์เวลส์จึงได้มีการทบทวนการจำกัดวงเงินการให้รางวัลในกิจกรรมส่งเสริมการขายว่าด้วยการเสี่ยงโชคในปี ๑๙๙๓ โดยยกเลิกการจำกัดมูลค่ารวมของรางวัลที่มีใช้เงินสด และได้ขยายวงเงินสำหรับรางวัลที่เป็นเงินสดเพิ่มขึ้นจากจำนวน ๕๐,๐๐๐ ดอลลาร์ออสเตรเลียเป็นจำนวน ๑๐๐,๐๐๐ ดอลลาร์ออสเตรเลีย อย่างไรก็ตาม ผู้จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายบางรายมีความเห็นว่าการจำกัดวงเงินในการให้รางวัลดังกล่าวเป็นการเลือกปฏิบัติและทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจที่ต้องการจะจัดกิจกรรมเสี่ยงโชคเพื่อส่งเสริมการขายต้องเสียเปรียบผู้ประกอบการรายอื่นที่สามารถจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคในรัฐอื่นได้โดยไม่มีข้อจำกัดด้านวงเงินของรางวัล ภายหลังจึงได้มีการยกเลิกการจำกัดมูลค่าของรางวัลสำหรับการจัดกิจกรรมส่งเสริม

^{๑๘๒} Condition 15 of the Trade Promotion Lottery Permit Conditions 2018

^{๑๘๓} Condition 16 of the Trade Promotion Lottery Permit Conditions 2018

^{๑๘๔} Orta Recens Quam Pura Nites, อ้างแล้ว เิงอรธที่ 17, at 20-21.

การขายแบบ Single Lottery โดยหน่วยงานกำกับดูแลจะพิจารณาใบอนุญาตจากจำนวนสินทรัพย์ของผู้จัดกิจกรรมว่าเพียงพอต่อค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับของรางวัลที่จะแจกหรือไม่^{๑๘๕}

นอกจากนี้ ยังมีผู้เห็นว่าการที่รัฐนิวเซาท์เวลส์เรียกเก็บค่าธรรมเนียมในการขอใบอนุญาตนั้น แม้ว่าค่าธรรมเนียมต่ำสุดที่เรียกเก็บคือ ๘๐ ดอลลาร์ออสเตรเลียก็ตาม แต่สำหรับผู้ประกอบธุรกิจรายย่อยที่ต้องการทำการส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคเพื่อประชาสัมพันธ์ธุรกิจของตนก็ถือเป็นอุปสรรคอย่างหนึ่งในการส่งเสริมการขายสินค้าและบริการ^{๑๘๖}

๕.๑.๒.๒ รัฐวิคตอเรีย

ตั้งแต่ปี ๒๐๑๕ เป็นต้นมาการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคซึ่งเรียกว่า “trade promotion lotteries” ไม่ต้องยื่นขออนุญาตจากคณะกรรมการว่าด้วยการพนันและเครื่องดื่มมึนเมาแห่งรัฐวิคตอเรีย (the Victorian Commission for Gambling and Liquor Regulation: VCGLR) บุคคลที่สามารถจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคได้ คือ ผู้ประกอบธุรกิจที่ผลิตหรือขายสินค้าหรือให้บริการที่มีได้ประกอบการเกี่ยวข้องกับการจัดกิจกรรมเสี่ยงโชค (lottery) และสมาคมหรือองค์กรการกุศลต่างๆ ก็สามารถจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคได้ เพื่อสนับสนุนส่งเสริมองค์กรของตนเอง ทั้งนี้ ไม่ว่าผู้ที่ต้องการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายเพื่อส่งเสริมธุรกิจและองค์กรจะเป็นบุคคลหรือหน่วยงานใดต่างต้องปฏิบัติตามกฎหมายและกฎระเบียบตามที่ระบุไว้ใน the Gambling Regulation Act ๒๐๐๓ และ The Gambling Regulations ๒๐๑๕ เช่นเดียวกัน^{๑๘๗} อย่างไรก็ตาม การส่งเสริมการขายด้วยการจับรางวัลที่สามารถกระทำได้นั้นต้องอยู่ภายใต้เงื่อนไขที่กฎหมายกำหนดไว้^{๑๘๘} ดังนี้

(๑) The Gambling Regulation Act ๒๐๐๓

Section ๑.๓ (๑) ของ The Gambling Regulation Act ๒๐๐๓ ได้ให้นิยาม การจับรางวัลเสี่ยงโชค (lottery) ว่าหมายถึง กิจกรรมใดๆ ก็ตามที่มีการให้เงินรางวัลหรือทรัพย์สินโดยวิธีการจับสลาก หรือการทอยลูกเต๋า หรือวิธีการใดก็ตามที่อาศัยการเสี่ยงโชค ทั้งนี้ วิธีการดังกล่าวอาจจัดรวมกับการทดสอบความรู้หรือทักษะบางประการเพื่อให้มีคุณสมบัติในการเข้าร่วมกิจกรรมหรือได้รับรางวัลได้เช่นกัน นอกจากนี้ ในมาตราดังกล่าวยังได้นิยามการส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชค (trade promotion lottery) ว่าหมายความว่า การจับรางวัล (lottery) เพื่อส่งเสริมการค้าหรือธุรกิจ^{๑๘๙} ซึ่งการส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคเป็นสิ่งที่สามารถกระทำได้และไม่ผิดกฎหมาย แต่ทั้งนี้ต้องเป็นการกระทำที่มีลักษณะและเป็นไปตามเงื่อนไขที่กฎหมายกำหนดไว้เท่านั้น^{๑๙๐}

^{๑๘๕} เพิ่งอ้าง.

^{๑๘๖} Harrison, S. (2018). Update: NSW Competition licences and permits changes. Retrieved from <https://origamiglobe.com/update-nsw-competition-licences-permits/> (accessed 7 September 2018).

^{๑๘๗} Victorian Commission for Gambling and Liquor Regulation. (n.d.). Trade promotion lotteries. Retrieved from <https://www.vcglr.vic.gov.au/gambling/lotteries/trade-promotion-lotteries/about-trade-promotion-lotteries> (accessed 7 September 2018).

^{๑๘๘} เพิ่งอ้าง.

^{๑๘๙} Section 1.3 (1) of the Gambling Regulation Act 2003

^{๑๙๐} Section 5.7.1 of the Gambling Regulation Act 2003

การส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคที่กฎหมายอนุญาตให้ทำได้นั้น ต้องไม่มีการเรียกเก็บค่าใช้จ่ายใดๆ จากผู้บริโภคเพื่อที่จะเข้าร่วมกิจกรรมเพิ่มเติมจากค่าใช้จ่ายต่างๆ ในแต่ละครั้ง^{๑๙๑} และหากเป็นการเข้าร่วมกิจกรรมผ่านทางการใช้หมายเลข ๑๙๐๐ หรือการส่งข้อความ (SMS) ผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ แม้จะมีค่าใช้จ่ายเกิดขึ้นแต่ไม่ถือว่าเป็นการจ่ายค่าใช้จ่ายเพื่อเข้าร่วมกิจกรรม ทั้งนี้ ค่าใช้จ่ายในการส่งข้อความหรือใช้หมายเลขดังกล่าว กฎหมายกำหนดให้เรียกเก็บได้ไม่เกิน ๑ ดอลลาร์ออสเตรเลีย (อัตรานี้รวมภาษีขายและค่าบริการแล้ว) ซึ่งผู้จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายต้องพิจารณาประเด็นนี้ให้ดีหากจะกำหนดเงื่อนไขให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมต้องโทรหรือส่งข้อความมากกว่า ๑ ครั้ง อย่างไรก็ตาม กฎหมายมิได้ห้ามการกำหนดเงื่อนไขให้ผู้เข้าร่วมต้องซื้อสินค้าหรือบริการจึงจะได้สิทธิในการเข้าร่วมกิจกรรม^{๑๙๒}

การส่งเสริมการขายนั้นต้องไม่กำหนดเงื่อนไขการเข้าร่วมกิจกรรมด้วยการใช้เครื่องเล่นเกม (gaming machine)^{๑๙๓} หรือกำหนดให้ต้องเล่นเครื่องเล่นเกมก่อนจึงจะสามารถเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการขายได้ หรือต้องยอมรับการโฆษณาการเล่นเกมโดยใช้เครื่องเล่นเกมจากผู้ประกอบการหรือสถานประกอบการผู้ประกอบการคาสิโน หรือสถานที่จัดให้มีการเล่นเครื่องเกม หรือบ่อนการพนัน^{๑๙๔} ไม่ว่าจะเป็นการโฆษณาในรูปแบบใดๆ ก็ตามที่ประกอบด้วยข้อมูล คำศัพท์ การแสดงออก สัญลักษณ์ หรือสิ่งอื่นใดที่เกี่ยวข้องกับเครื่องเล่นเกม แต่ไม่รวมถึงการโฆษณาเกี่ยวกับการให้บริการและปัญหาจากการเล่นเครื่องเล่นเกม หรือข้อมูลทางเทคนิคที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินกิจการเครื่องเล่นเกม^{๑๙๕}

ผู้ประกอบการเครื่องเล่นเกมหรือโรงแรมที่ได้รับใบอนุญาตให้ดำเนินกิจการเกี่ยวกับเครื่องเล่นเกมต้องไม่จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของตนเอง หากผู้ประกอบการเครื่องเล่นเกมหรือผู้ประกอบการคาสิโนต้องการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคและมีการเรียกเก็บค่าใช้จ่ายในการเข้าร่วมกิจกรรม ผู้ประกอบการรายนั้นต้องแสดงเงื่อนไขในการเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการขายไว้ในโฆษณาการส่งเสริมการขายนั้น โดยเงื่อนไขที่กำหนดขึ้นต้องได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการ VCGLR ก่อนที่จะโฆษณาเผยแพร่

การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายหรือการช่วยให้มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายในรูปแบบอื่นใดที่ไม่เป็นไปตามที่กฎหมาย the Gambling Regulation Act ๒๐๐๓ กำหนดไว้ หากเป็นการกระทำความผิดครั้งแรกจะมีโทษปรับ^{๑๙๖} จำนวน ๙,๖๗๑.๔๐ ดอลลาร์

^{๑๙๑} Section 5.7.2 (2) (a) of the Gambling Regulation Act 2003

^{๑๙๒} Victorian Commission for Gambling and Liquor Regulation, *อ้างแล้ว* เิงอรธที่ 19.

^{๑๙๓} เครื่องเล่นเกม หมายถึง เกมการพนันที่เล่นผ่านอุปกรณ์ที่ใช้กลไกหรือระบบอิเล็กทรอนิกส์ที่ถูกออกแบบมาเพื่อวัตถุประสงค์ในการเสี่ยงโชคหรือเป็นการแข่งขันที่ต้องอาศัยการเสี่ยงโชคร่วมด้วย และมีผลเป็นการขึ้นต่อ (การพนันที่อาศัยเหตุการณ์ในอนาคตเป็นตัวตัดสินการแพ้ชนะ)

^{๑๙๔} Section 5.7.2 (2) (b) of the Gambling Regulation Act 2003

^{๑๙๕} Section 5.7.2 (3) of the Gambling Regulation Act 2003

^{๑๙๖} ค่าปรับในการกระทำความผิดตามกฎหมายของออสเตรเลียจะคิดเป็นหน่วย (unit) ซึ่งรัฐวิศดอเรียกำหนดไว้ว่าค่า ๑ หน่วยมีค่าเท่ากับ ๑๖๑.๑๙ ดอลลาร์ออสเตรเลีย ข้อมูลจาก <https://www.legaldid.vic.gov.au/find-legal-answers/fines-and-infringements/penalty-units>

ออสเตรเลีย (AUD) และหากเป็นการกระทำผิดครั้งที่สองหรือมากกว่านั้นจะมีโทษปรับจำนวน ๑๖,๑๑๙ ดอลลาร์ออสเตรเลีย (AUD)^{๑๙๗}

ดังนั้น จะเห็นได้ว่าโดยหลักแล้วการส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคในรัฐวิกตอเรียสามารถทำได้ เพียงแต่ห้ามเรียกเก็บค่าใช้จ่ายจากการเข้าร่วมกิจกรรมเพิ่มเติมจากค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเข้าร่วมกิจกรรมตามปกติและห้ามการจัดกิจกรรมด้วยการใช้เครื่องเล่นเกม นอกจากนี้ ยังห้ามผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องเล่นเกมและผู้ประกอบการกิจการคาสิโนจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคเพื่อโฆษณาธุรกิจของตนเอง หากผู้ประกอบการในธุรกิจดังกล่าวรายได้ต้องการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคต้องยื่นความต้องการและเงื่อนไขในการจัดไปยังคณะกรรมการ VCGLR เพื่อพิจารณาก่อนจึงจะสามารถทำการโฆษณาเผยแพร่กิจกรรมส่งเสริมการขายนั้นได้

The Gambling Regulation Act ๒๐๐๓ ได้กำหนดหลักการสำคัญในการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายว่าด้วยการเสี่ยงโชคไว้ แต่รายละเอียดปลีกย่อยที่เกี่ยวข้องกับการจัดกิจกรรมต้องพิจารณาตามกฎหมายที่กำหนดไว้ในกฎระเบียบ the Gambling Regulations ๒๐๑๕ ประกอบการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย

(๒) The Gambling Regulations ๒๐๑๕

เพื่อกำกับดูแลการส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ใน section ๕.๗.๒ (๑) (b) ของกฎหมาย the Gambling Regulation Act ๒๐๐๓ จึงได้มีการออกกฎระเบียบ the Gambling Regulations ๒๐๑๕ ขึ้น เพื่อกำหนดรายละเอียดของเงื่อนไขในการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชค ดังนี้

๑. เงื่อนไขในการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการจับรางวัลเสี่ยงโชค^{๑๙๘}

ผู้จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคต้องดำเนินการดังต่อไปนี้

ก. ต้องได้รับความยินยอมเป็นลายลักษณ์อักษรจากผู้ประกอบการค้าหรือธุรกิจในการทำการส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชค และ

ข. จัดกิจกรรมเสี่ยงโชคเพื่อวัตถุประสงค์ในการส่งเสริมหรือกระตุ้นทางการค้าหรือธุรกิจเป็นหลัก และ

ค. รับรองว่า ได้ระบุข้อมูลเหล่านี้ให้บุคคลเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคและการชูดรางวัลทราบ หรือรับรองว่าข้อมูลเหล่านี้เป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมส่งเสริมการขาย

- วันหมดเขตรับสลากเสี่ยงโชค และ
- สถานที่และวันเวลาในการจับเสี่ยงโชค และ
- ชื่อและวันที่ของสื่อสิ่งพิมพ์ที่จะประกาศรายชื่อผู้ชนะรางวัล และ

^{๑๙๗} Section 5.7.16 (3) of the Gambling Regulation Act 2003

^{๑๙๘} Regulation 59 of the Gambling Regulations 2015

- เงื่อนไขหรือกติกาในการเข้าร่วมกิจกรรมเสี่ยงโชค และ
- ง. ต้องประกาศรายชื่อผู้ได้รับรางวัลที่มีมูลค่ามากกว่า ๑,๐๐๐

ดอลลาร์ออสเตรเลียทาง

- หนังสือพิมพ์ที่ตีพิมพ์เผยแพร่ในรัฐวิกตอเรีย หรือ
- เครือข่ายอินเทอร์เน็ตเป็นเวลาอย่างน้อย ๒๘ วัน หรือ
- หากการจัดกิจกรรมเสี่ยงโชคนั้นได้โฆษณาเผยแพร่ทางวารสาร การค้า นิตยสารส่งเสริมการขาย หรือสื่อสิ่งพิมพ์ในลักษณะที่คล้ายคลึงกัน ให้ลงประกาศรายชื่อผู้ชนะรางวัลในสื่อสิ่งพิมพ์เดียวกันนั้น และ

- จ. แจ้งแก่ผู้ชนะรางวัลเป็นลายลักษณ์อักษรถึงการได้รับรางวัล และ
- ฉ. รับรองว่าข้อมูลทั้งหมดจะถูกเก็บไว้เป็นระยะเวลา ๓ ปี หลังจากการจัดกิจกรรมเสี่ยงโชค ซึ่งต้องประกอบด้วย

- บัญชีการเงินที่ถูกต้องครบถ้วนของกิจกรรมเสี่ยงโชค และ
 - บัญชีการเงินที่ถูกต้องครบถ้วนของผู้เข้าร่วมกิจกรรมทั้งหมด
- และ

- รายงานที่ถูกต้องครบถ้วนของการแจกรางวัล และ
- ข. รับรองว่า วิธีการที่ใช้ในการจับรางวัลในกิจกรรมส่งเสริมการขาย ด้วยการเสี่ยงโชคนั้นทำให้สลากรางวัลทุกสลากมีโอกาสดังกล่าวได้รับการจับรางวัลอย่างเทียมกัน และ
- ซ. รับรองว่า ผู้ชนะรางวัลไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายใดๆ ในการรับรางวัล (ที่นอกเหนือจากค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ดเล็กน้อย) และ

ฅ. ปฏิบัติตามเงื่อนไขอื่นๆ ที่ระบุไว้ในระเบียบ The Gambling Regulations ๒๐๑๕ ทุกประการ

๒. เงื่อนไขเกี่ยวกับการใช้ข้อมูลของผู้เข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการขาย^{๑๙๙}

ก. ผู้จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายที่มีวัตถุประสงค์ในการนำข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผู้เข้าร่วมกิจกรรมไปใช้เพื่อการอื่นใดที่นอกเหนือจากการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายนั้น ต้องแจ้งวัตถุประสงค์ดังกล่าวไว้ในกติกาการเข้าร่วมกิจกรรม

ข. ผู้จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายต้องไม่ใช้หรืออนุญาตให้ใช้ข้อมูลของผู้เข้าร่วมกิจกรรม ยกเว้นเป็นการนำข้อมูลไปใช้ตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดในกติกาการเข้าร่วมกิจกรรม

ค. ผู้ประกอบการค้าหรือธุรกิจที่จะส่งเสริมการขายสินค้าหรือธุรกิจ ด้วยการเสี่ยงโชคต้องทำความเข้าใจเป็นลายลักษณ์อักษรกับผู้จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายว่าจะไม่นำข้อมูลของผู้เข้าร่วมกิจกรรมไปใช้เพื่อวัตถุประสงค์อื่น ยกเว้นเป็นการนำข้อมูลไปใช้ตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ในกติกาการเข้าร่วมกิจกรรมเท่านั้น

๓. เงื่อนไขเกี่ยวกับการปรากฏตัวของผู้เข้าร่วมกิจกรรม^{๒๐๐}

^{๑๙๙} Regulation 60 of the Gambling Regulations 2015

^{๒๐๐} Regulation 61 of the Gambling Regulations 2015

ก. ผู้จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายต้องไม่กำหนดเงื่อนไขให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมต้องปรากฏตัวอยู่ในขณะที่มีการจับสลากรางวัลเพื่อที่จะมีสิทธิได้รับรางวัล เว้นแต่ เป็นกรณีที่มีการจับสลากรางวัลที่จัดขึ้นเฉพาะในสถานที่ที่มีการจัดกิจกรรมและการจับรางวัลนั้นได้จัดขึ้นภายใน ๒๔ ชั่วโมงนับตั้งแต่มีการเริ่มกิจกรรม

ข. ผู้จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายต้องจ่ายเงินรางวัลหรือส่งมอบของรางวัลให้กับผู้ชนะรางวัลภายใน ๒๘ วัน นับแต่วันที่มีการจับรางวัล หากผู้ชนะรางวัลอยู่ร่วมในขณะจับรางวัลหรือเป็นบุคคลที่สามารถระบุตัวตนได้

๔. การจับรางวัลเพื่อหาผู้ชนะทดแทน^{๒๐๑}

ก. ผู้จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายอาจเปลี่ยนตัวผู้รับรางวัลได้ ทั้งนี้ต้องระบุไว้ในกติกาการเข้าร่วมกิจกรรม หากเกิดกรณีที่

- ผู้ชนะรางวัลไม่ได้ระบุตัวตนไว้อย่างชัดเจน และ
- ได้มีความพยายามตามสมควรแล้วในการที่จะระบุตัวตนผู้ชนะรางวัลแต่ยังคงไม่สามารถระบุตัวตนของผู้ชนะรางวัลรายนั้นได้ และ
- มีการจับรายชื่อผู้เข้าร่วมกิจกรรมเพิ่มเติม

ข. ในกรณีที่มีการจับรางวัลหาผู้ชนะรางวัลทดแทน ผู้ที่ได้รับการจับรายชื่อเพิ่มเติมจะเป็นผู้รับรางวัลแทนผู้ชนะรางวัลที่ไม่สามารถระบุตัวตนได้

๕. เงื่อนไขในการเสี่ยงโชคด้วยวิธีการขูดรางวัล (scratch and win cards)^{๒๐๒}

ผู้จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยวิธีการขูดรางวัล ต้องปฏิบัติตามเงื่อนไข ดังนี้

ก. เปิดเผยจำนวนบัตรขูดรางวัลทั้งหมดที่จะจัดแจก และเปิดเผยจำนวนรางวัลรวมทั้งหมดและมูลค่าของรางวัลแต่ละชั้น

ข. ไม่สามารถปฏิเสธการแจกรางวัลอันเนื่องมาจากความผิดพลาดด้านการพิมพ์และด้านอื่นใดที่เกี่ยวกับการควบคุมคุณภาพ

๖. การเสี่ยงโชคด้วยการจับรางวัลต้องไม่กระทำไปในทางที่ไม่เหมาะสมหรือขัดต่อประโยชน์สาธารณะ^{๒๐๓}

ภายใต้วัตถุประสงค์ของ section ๕.๗.๒ (๑) (b) ของ the Gambling Regulation Act ๒๐๐๓ ที่กำหนดให้ผู้จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการจับรางวัลต้องตรวจสอบให้แน่ใจแล้วว่า การเสี่ยงโชคด้วยการจับรางวัลนั้นได้กระทำขึ้นโดยมีลักษณะที่ไม่เป็นการเสื่อมเสียหรือขัดต่อประโยชน์สาธารณะ (public interest)

๗. รางวัล^{๒๐๔}

^{๒๐๑} Regulation 62 of the Gambling Regulations 2015

^{๒๐๒} Regulation 63 of the Gambling Regulations 2015

^{๒๐๓} Regulation 64 of the Gambling Regulations 2015

^{๒๐๔} Regulation 65 of the Gambling Regulations 2015

ผู้จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายจะเปลี่ยนแปลงรางวัลที่ระบุไว้ได้ เฉพาะในกรณีที่ผู้จัดกิจกรรมและผู้ชนะรางวัลได้ตกลงกันเป็นลายลักษณ์อักษรเพื่อเปลี่ยนรางวัลอื่นทดแทนรางวัลเดิมที่กำหนดไว้ และรางวัลทดแทนนั้นมีมูลค่าเทียบเท่าหรือมากกว่ารางวัลเดิมที่กำหนดไว้

นอกเหนือจากกรณีดังกล่าวข้างต้นแล้ว ผู้จัดกิจกรรมอาจเปลี่ยนแปลงรางวัลโดยไม่ต้องได้รับความตกลงจากผู้ชนะรางวัล หากเป็นกรณีดังต่อไปนี้

- ก. กรณีไม่สามารถจัดหารางวัลตามที่ระบุไว้ อันเนื่องมาจากสาเหตุที่อยู่นอกเหนือการควบคุมของผู้จัดกิจกรรม และ
- ข. ผู้จัดกิจกรรมได้พยายามตามสมควรแล้วที่จะทำความตกลงกับผู้ชนะรางวัลแต่ไม่สามารถตกลงกันได้ และ
- ค. รางวัลทดแทนนั้นมีมูลค่าเทียบเท่าหรือมากกว่ารางวัลเดิมที่กำหนดไว้

(๓) Guideline for assessing whether Trade Promotion Lotteries are offensive or contrary to the public interest^{๒๐๕}

แนวปฏิบัตินี้ถูกจัดทำขึ้นโดย คณะกรรมการว่าด้วยการพนันและเครื่องดื่มมึนเมาแห่งรัฐวิกตอเรีย (the Victorian Commission for Gambling and Liquor Regulation: VCGLR) และเริ่มใช้เมื่อวันที่ ๖ เมษายน ๒๐๑๖ โดยคณะกรรมการ VCGLR จะเป็นผู้พิจารณาและตัดสินว่าการจัดกิจกรรมแต่ละกิจกรรมนั้นเป็นไปตามกฎหมายและเจตนารมณ์ที่กฎหมายบัญญัติขึ้นหรือไม่

๑. ข้อบังคับในการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชค

ก. ต้องปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ the Trade Practice Act ๑๙๗๔, the Gambling Regulation Act ๒๐๐๓, the Firearms Act ๑๙๙๖, the Prostitution Control Act ๑๙๙๔, the Liquor Control Reform Act ค.ศ. ๑๙๙๘, the Tobacco Act ๑๙๘๗ และกฎระเบียบและแนวปฏิบัติต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

ข. ต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์และแนวปฏิบัติของอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและได้รับอนุญาตแล้วแต่กรณี (สิ่งพิมพ์ ภาพยนตร์ โทรทัศน์ วิทยุ อินเทอร์เน็ต บริการพิเศษของโทรศัพท์เคลื่อนที่ เกมคอมพิวเตอร์ โฆษณา เครื่องเล่นเกม การบริการด้านการพนัน การบริการด้านเครื่องดื่มแอลกอฮอล์) หลักเกณฑ์และแนวปฏิบัติของอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องนี้ต้องได้รับการอนุมัติจากหน่วยงานกำกับดูแลที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมนั้น หากเป็นกรณีของการโฆษณาต้องได้รับการอนุมัติจากสมาคมนักโฆษณาแห่งชาติออสเตรเลีย (the Australian Association of National Advertisers: AANA)

๒. สิ่งที่จะห้ามกระทำการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยเสี่ยงโชค

^{๒๐๕} Victorian Commission for Gambling and Liquor Regulation. (2016). Trade promotion lotteries: Guideline for assessing whether Trade Promotion Lotteries are offensive or contrary to the public interest. Retrieved from https://www.vcglr.vic.gov.au/sites/default/files/uploadTrade_promotion_lottery_guidelines.pdf (accessed 4 August 2018).

- ก. ห้ามโฆษณาเครื่องเล่นเกมนอกสถานประกอบการที่ได้รับอนุญาต
- ข. ห้ามยินยอมหรือส่งเสริมให้ผู้เยาว์เข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการขาย หากสินค้าหรือบริการที่ได้รับการส่งเสริมอยู่นั้น หรือของรางวัลที่ใช้ในการจัดกิจกรรมนั้นเป็นสินค้าที่กฎหมายห้ามมิให้ผู้เยาว์ทำการซื้อ
- ค. ห้ามส่งเสริมการขายบุหรี่ยาสูบ หรือผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับยาสูบ
- ง. ห้ามส่งเสริมการขายอาวุธปืน ยกเว้นเป็นผู้จัดจำหน่ายที่ได้รับใบอนุญาต
- จ. ห้ามส่งเสริมการค้าประเวณีที่ผิดกฎหมาย
- ฉ. ห้ามบิดเบือนเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการโดยไม่ถูกต้องตามที่กฎหมายกำหนด
- ช. ห้ามส่งเสริมหรือเกี่ยวข้องกับการกระทำผิดจริยธรรม
- ซ. ห้ามเกี่ยวข้องกับสิ่งใดก็ตามที่อาจสร้างความหวาดกลัวหรือสร้างความวิตกกังวลให้กับเด็ก หรือทำให้เด็กรับรู้เกี่ยวกับพฤติกรรม ภาษา หรือภาพที่ไม่สอดคล้องกับข้อกำหนดของกฎหมายหรือแนวปฏิบัติที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมนั้นๆ
- ฌ. ห้ามเกี่ยวข้องกับการกระทำละเมิดสิทธิส่วนบุคคล
- ฎ. ห้ามส่งเสริมสินค้าหรือบริการที่ไม่เป็นไปตามมาตรฐานความปลอดภัยที่เกี่ยวข้อง
- ฏ. ห้ามชักจูงบุคคลให้เปิดบัญชีเพื่อการเติมเงิน
- ฏ. ห้ามกำหนดให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขก่อนที่จะเข้าร่วมกิจกรรมในลักษณะที่
- บังคับให้ต้องเล่นเครื่องเล่นเกม (gaming machine) หรือ
 - กำหนดให้ต้องมีส่วนร่วมในการสะสมแต้ม (loyalty scheme)^{๒๐๖} เพื่อให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมใช้จ่ายเงินเล่นเครื่องเล่นเกม หรือเพื่อให้ยอมรับการโฆษณาเครื่องเล่นเกม
- ฐ. ห้ามผู้ประกอบการธุรกิจการพนันจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการพนัน
๓. สิ่งที่ไม่ควรกระทำในการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชค
- ก. ไม่ควรส่งเสริมให้บุคคลเล่นการพนันโดยใช้เครื่องเล่นเกมมากขึ้น
- ในลักษณะที่เป็นการละเมิดต่อหลักการของการพนันที่กฎหมายอนุญาตให้ทำได้

^{๒๐๖} Section 1.3 (1) of the Gambling Regulation Act ๒๐๐๓ นิยามการสะสมแต้ม (loyalty scheme) ว่า หมายความว่า รวมถึง ระบบที่ใช้ในการเชื่อมต่อกับเครื่องเล่นเกมในสถานประกอบการที่ได้รับอนุญาตหรือคาสีโน โดยผู้เล่นจะสะสมคะแนนโบนัสสะสมแต้ม หรือคะแนนสะสม จากการเล่นเครื่องเล่นเกมเหล่านั้น หรือระบบอื่นใดที่ติดตามการใช้จ่ายของผู้เล่นเครื่องเล่นเกมที่มีใช้กลไกหรือระบบการยอมรับล่วงหน้า (pre-commitment mechanism) ซึ่งระบบเช่นนี้เป็นระบบหรือกลไกในการช่วยให้บุคคลสามารถกำหนดเวลาหรือจำกัดวงเงินสุทธิต่อการใช้จ่ายก่อนที่ผู้เล่นจะเล่นเครื่องเล่นเกม

ข. ไม่ควรส่งเสริมการขายด้วยวิธีการจับรางวัลกับผู้บริโภคที่เป็นผู้เยาว์ รวมถึงวิธีการอื่นที่เกี่ยวข้องกับการพนันด้วย

ค. ไม่ควรทำให้เข้าใจว่า การเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการจับรางวัลจะทำให้สถานะทางการเงินของบุคคลดีขึ้น หรือมีสถานะทางสังคมที่ดีขึ้น หรือทำให้บุคคลนั้นเป็นที่น่าดึงดูดใจมากขึ้น

ง. ไม่ควรทำให้เข้าใจว่า ทักษะของบุคคลสามารถมีผลต่อการได้รับรางวัล ทั้งๆ ที่การชนะรางวัลนั้นเป็นการกระทำที่อาศัยเพียงการเสี่ยงโชคเท่านั้น

จ. ไม่ควรส่งเสริมหรือเกี่ยวข้องกับสัญญาที่ไม่เหมาะสม เช่น การกำหนดเงื่อนไขในการเข้าร่วมกิจกรรมที่ศาลไม่อาจจะบังคับให้ได้

ฉ. ไม่ควรกำหนดหรือกระตุ้นให้บุคคลกระทำการในลักษณะที่เป็นอันตราย ใช้ความรุนแรง ล้อเลียน หรือก่อให้เกิดความเสียหายแก่บุคคลหรือทรัพย์สินของบุคคลอื่น

ช. ไม่ควรเกี่ยวข้องกับพฤติกรรม ภาษา หรือการแสดงออกที่โดยทั่วไปถือว่าไม่เหมาะสมหรือไม่ถูกต้อง หากมีการเผยแพร่หรือแพร่ภาพออกไปสู่สาธารณะ เช่น การกระทำลามกอนาจาร การกระทำที่ไม่เหมาะสมเกี่ยวกับศาสนา วัฒนธรรม ความพิการ หรือเพศ

ซ. ไม่ควรส่งเสริมสินค้าหรือให้รางวัลเป็นสินค้าโดยไม่แจ้งให้ผู้เข้าร่วมทราบถึงข้อกำหนดในการได้ใช้สิทธิในสินค้านั้น (licensing)

ณ. ไม่ควรส่งเสริมการบริโภคเครื่องดื่มที่มีปริมาณแอลกอฮอล์เกินกว่าที่กำหนดไว้ใน “แนวทางสำหรับการส่งเสริมการขายและการโฆษณาเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้รับอนุญาต” ประกาศใช้โดยคณะกรรมการ VCGLR และ/หรือ ABAC Responsible Alcohol Marketing Code ซึ่งเป็นแนวทางการลดความเสี่ยงต่อสุขภาพจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศออสเตรเลีย

ญ. ไม่ควรกระทำการใดๆ ขัดกับแนวปฏิบัติของอุตสาหกรรมการให้บริการพิเศษทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ รวมถึงข้อกำหนดเกี่ยวกับการให้ผู้ใช้บริการยินยอมสองครั้งเพื่อสมัครรับบริการ (double opt-in)

๕.๑.๓ องค์การที่ควบคุมการส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชค

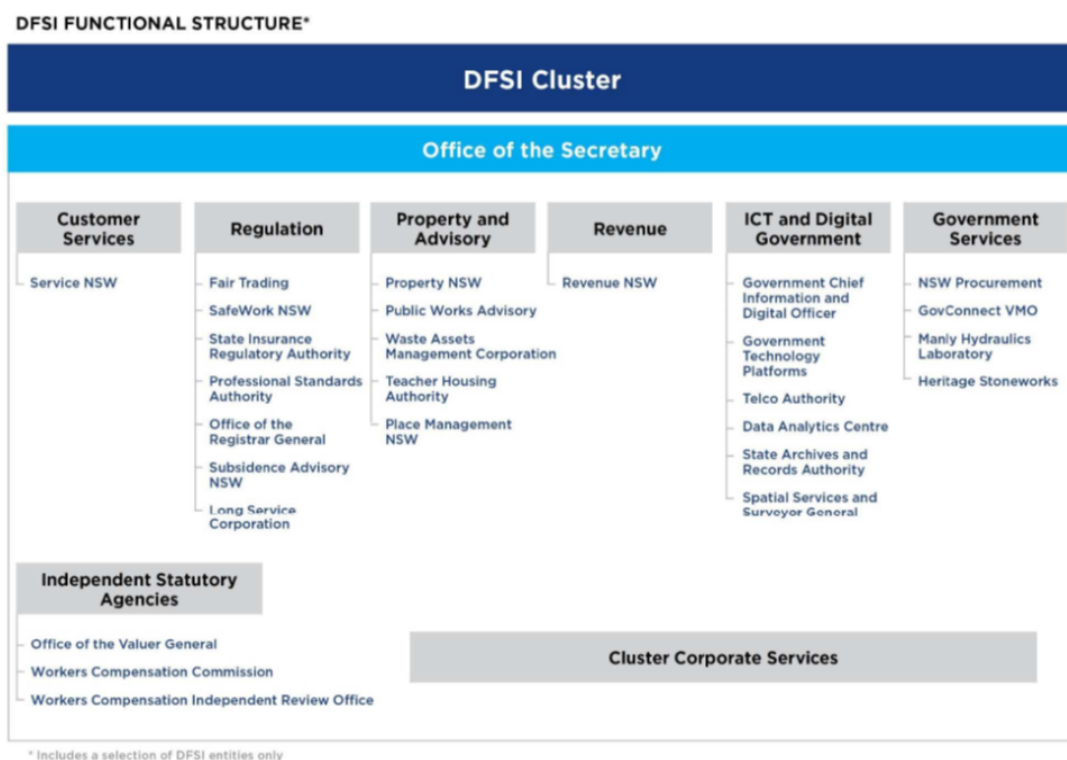
ในแต่ละรัฐจะมีหน่วยงานหลักตามกฎหมายที่ทำหน้าที่ในการกำกับดูแลการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชค

๕.๑.๓.๑ รัฐนิวเซาท์เวลส์

(๑) Minister of Innovation and Better Regulation

รัฐมนตรี Minister of Innovation and Better Regulation เป็นผู้มีอำนาจหน้าที่ตามกฎหมาย The Lotteries and Art Unions Act ๑๙๐๑ No.๓๔ ในการออกใบอนุญาต เพิกถอนใบอนุญาต เปลี่ยนแปลง แก้ไขใบอนุญาต กำหนดเงื่อนไขการขอใบอนุญาต กำหนดแนวทางการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย ออกคำสั่งที่เกี่ยวกับการจัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเสี่ยงโชค และบริหารจัดการการดำเนินงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการกำกับดูแลการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย

รัฐมนตรีว่าการกระทรวง Innovation and Better Regulation สามารถมอบอำนาจตามที่ระบุไว้ใน กฎหมาย The Lotteries and Art Unions Act ๑๙๐๑ No.๓๔ ให้กับเจ้าหน้าที่หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้ ทั้งนี้ การกระทำใดๆ ก็ตามโดยหน่วยงานที่ได้รับมอบอำนาจจะมีผลเสมือนรัฐมนตรีเป็นผู้ดำเนินการเอง^{๒๐๗} ปัจจุบันหน่วยงานที่ได้รับมอบอำนาจในการบริหารจัดการเกี่ยวกับการส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคคือ NSW Fair Trading^{๒๐๘}



ภาพที่ ๔ โครงสร้างองค์กรของ Department of Finance, Services and Innovation (DFSI)^{๒๐๙}

(๒) NSW Fair Trading

NSW Fair Trading เป็นหน่วยงานที่อยู่ภายใต้ Department of Finance, Services and Innovation (DFSI) ซึ่งมีบทบาทหน้าที่ในการช่วยเหลือการประกอบธุรกิจในรัฐนิวเซาท์เวลส์ รวมทั้งให้ความคุ้มครองแก่ลูกจ้าง ผู้บริโภค และภาคอุตสาหกรรม ซึ่งในปัจจุบันหากต้องการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคจะต้องยื่นขอใบอนุญาตส่งมายัง NSW Fair

^{๒๐๗} Section 15 of the Lotteries and Art Unions Act 1901 No.34

^{๒๐๘} Department of Finance Services and Innovation (DFSI). (2017). *Annual report 2016-2017*. Retrieved from http://www.valuergeneral.nsw.gov.au/_data/assets/pdf_file/0015/220362/2016-017_DFSI_annual_report.pdf (accessed 17 September 2018). p. 104.

^{๒๐๙} เพิ่งอ้าง.

Trading เพื่อทำหน้าที่ในการพิจารณา โดยได้รับมอบอำนาจจากรัฐมนตรีว่าการกระทรวง Innovation and Better Regulation^{๒๑๐}

๕.๑.๓.๒ รัฐวิศตอเรีย

องค์กรหลักที่ทำหน้าที่ในการกำกับดูแลการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย ด้วยการจับรางวัล (trade promotion lottery) ของรัฐวิศตอเรีย คือ คณะกรรมการว่าด้วยการพนัน และเครื่องดื่มมึนเมาแห่งรัฐวิศตอเรีย (the Victorian Commission for Gambling and Liquor Regulation: VCGLR)

VCGLR เป็นองค์กรอิสระที่มีอำนาจหน้าที่ในการกำกับดูแลด้านการพนัน และเครื่องดื่มมึนเมาของออสเตรเลีย และมีหน้าที่ในการออกใบอนุญาตเกี่ยวกับการพนันและเครื่องดื่มมึนเมา รวมทั้งดูแลการจัดกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องให้เป็นไปตามที่กฎหมายกำหนดไว้ รวมทั้งป้องกันและตรวจสอบการกระทำที่ละเมิดต่อกฎหมาย นอกจากนี้ VCGLR ยังทำหน้าที่ในการให้ความรู้และข้อมูลเกี่ยวกับแนวปฏิบัติและข้อกำหนดต่างๆ แก่อุตสาหกรรมและสาธารณชนที่เกี่ยวข้องกับการพนันและเครื่องดื่มมึนเมา

VCGLR ถูกจัดตั้งขึ้นโดยกฎหมาย the Victorian Commission for Gambling and Liquor Regulation Act ๒๐๑๑ และมีอำนาจในการกำกับดูแลเกี่ยวกับการพนัน และเครื่องดื่มมึนเมาตามกฎหมาย the Gambling Regulation Act ๒๐๐๓ และกฎหมาย the Liquor Control Reform Act ๑๙๙๘^{๒๑๑}

(๑) หน้าที่หลักของคณะกรรมการ VCGLR^{๒๑๒} คือ

๑. ปฏิบัติตามกฎหมาย สอบสวน และวางกฎเกณฑ์ที่เกี่ยวข้อง
๒. ออกใบอนุญาต อนุมัติ และขึ้นทะเบียนการกระทำต่างๆ ตามที่กฎหมายเกี่ยวกับการพนัน กฎหมายเกี่ยวกับเครื่องดื่มมึนเมา และกฎหมายอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกำหนดไว้
๓. ส่งเสริมและตรวจสอบการปฏิบัติตามกฎหมายเกี่ยวกับการพนัน และกฎหมายเกี่ยวกับเครื่องดื่มมึนเมา
๔. ตรวจสอบและดำเนินการต่างๆ ในกรณีที่มีการฝ่าฝืนกฎหมายเกี่ยวกับการพนันและกฎหมายเกี่ยวกับเครื่องดื่มมึนเมา
๕. ให้คำแนะนำแก่รัฐมนตรีในเรื่องเกี่ยวกับหน้าที่ของคณะกรรมการฯ ภายใต้กฎหมายเกี่ยวกับการพนัน กฎหมายเกี่ยวกับเครื่องดื่มมึนเมา และกฎหมาย the Racing Act ๑๙๘๕
๖. ให้คำแนะนำแก่รัฐมนตรี^{๒๑๓} เกี่ยวกับการดำเนินการตามกฎหมายเกี่ยวกับการพนันและกฎหมายเกี่ยวกับเครื่องดื่มมึนเมา
๗. รับรองให้มีการปฏิบัติตามนโยบายของรัฐบาลในเรื่องการพนันและเครื่องดื่มมึนเมา

^{๒๑๐} NSW Government, อ้างแล้ว เจริญธรรมที่ 20.

^{๒๑๑} Section 1 of the Victorian Commission for Gambling and Liquor Regulation Act 2011

^{๒๑๒} Section 9 of the Victorian Commission for Gambling and Liquor Regulation Act 2011

^{๒๑๓} รัฐมนตรีในที่นี้ หมายถึง รัฐมนตรีว่าการกระทรวงยุติธรรม (Department of Justice and Regulation)

๘. ให้การศึกษาและให้ข้อมูลแก่สาธารณชนเกี่ยวกับข้อกำหนดและแนวทางปฏิบัติตามกฎหมายที่บัญญัติขึ้นโดยคณะกรรมการฯ

(๒) อำนาจของคณะกรรมการว่าด้วยการพนันและเครื่องดื่มมีนเมาแห่งรัฐวิคตอเรีย^{๒๑๔}

คณะกรรมการ VCGLR มีอำนาจที่จะกระทำทุกสิ่งที่เป็นหรือปฏิบัติตามอำนาจหน้าที่ภายใต้กฎหมายที่เกี่ยวข้องได้แก่

๑. กฎหมาย the Victorian Commission for Gambling and Liquor Regulation Act ๒๐๑๑

๒. กฎหมายเกี่ยวกับการพนัน

๓. กฎหมายเกี่ยวกับเครื่องดื่มมีนเมา

๔. กฎหมาย the Racing Act ๑๙๕๘

๕. กฎหมายอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

๖. กฎระเบียบที่กำหนดขึ้นภายใต้กฎหมายที่กล่าวมาข้างต้น

คณะกรรมการ VCGLR สามารถเข้าร่วมเป็นที่ปรึกษา ผู้รับเหมา หรือตัวแทนที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติตามอำนาจและหน้าที่ของคณะกรรมการ

(๓) สมาชิกคณะกรรมการว่าด้วยการพนันและเครื่องดื่มมีนเมาแห่งรัฐวิคตอเรีย

๑. คณะกรรมการ VCGLR ประกอบกรรมการ ๕ คน โดยมีประธานคณะกรรมการ ๑ คน รองประธานคณะกรรมการ ๒ คน และกรรมการ ๒ คน แต่งตั้งโดยสมาชิกในสภาว่าการรัฐวิคตอเรียโดยคำแนะนำของรัฐมนตรีว่าการกระทรวงกิจการผู้บริโภค การพนัน และเครื่องดื่มมีนเมา (the Ministry for Consumer Affairs, Gaming and Liquor Regulation)^{๒๑๕}

๒. ผู้ที่จะได้รับการแต่งตั้งให้เป็นสมาชิกคณะกรรมการ VCGLR ได้ต้องบุคคลที่มีคุณสมบัติเหมาะสมทั้งด้านความรู้ ประสบการณ์ และมีความเชี่ยวชาญเป็นที่ประจักษ์แก่รัฐมนตรี และภายใน ๒ ปีก่อนได้รับการแต่งตั้งต้องไม่ทำงานในหน่วยงานหรือองค์กรที่ได้รับอนุญาตประกอบกิจการเกี่ยวกับเครื่องดื่มมีนเมา และไม่ได้ทำงานหรือเกี่ยวข้องกับผู้รับใบอนุญาตในการจัดการพนัน ผู้รับแทงพนัน องค์กรจัดเสี่ยงโชค (commercial raffle organizer)^{๒๑๖}

๓. คณะกรรมการว่าด้วยการพนันและเครื่องดื่มมีนเมาแห่งรัฐวิคตอเรียมีวาระการดำรงตำแหน่ง คราวละไม่เกิน ๕ ปี และสามารถได้รับการแต่งตั้งให้ดำรงตำแหน่งต่อได้อีกมากกว่า ๑ วาระ^{๒๑๗}

๕.๑.๔ กรณีศึกษา

^{๒๑๔} Section 10 of the Victorian Commission for Gambling and Liquor Regulation Act 2011

^{๒๑๕} Section 11 of the Victorian Commission for Gambling and Liquor Regulation Act 2011

^{๒๑๖} Section 12 of the Victorian Commission for Gambling and Liquor Regulation Act 2011

^{๒๑๗} Section 16 of the Victorian Commission for Gambling and Liquor Regulation Act 2011

ภายใต้กฎหมาย the Australian Consumer Law (ACL) ซึ่งเป็นกฎหมายในการคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศออสเตรเลียที่ใช้บังคับกับทุกรัฐ โดยกฎหมายดังกล่าวได้วางหลักเกณฑ์เกี่ยวกับการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายไว้ว่า การเสนอว่าจะมีการมอบส่วนลด รางวัล หรือแจกลีขงเพื่อส่งเสริมการขาย โดยมีเจตนาจะไม่มอบให้จริง ถือเป็นการกระทำผิดตามกฎหมาย ACL^{๒๑๘} ซึ่งได้มีกรณีตัวอย่างในคดี Trade Practices Commission v Calderton Corp Pty Ltd (๑๙๙๔) ATPR ๔๑-๓๐๖ ที่ร้านค้าปลีกขายอุปกรณ์เครื่องเสียงแห่งหนึ่งได้จัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย โดยมีกติกาให้ผู้ซื้ออุปกรณ์เครื่องเสียงของทางร้านมีสิทธิเข้าร่วมในการจับรางวัล แต่เนื่องจากกิจกรรมส่งเสริมการขายดังกล่าวไม่ประสบความสำเร็จ ยอดขายไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้ ดังนั้น ร้านค้าดังกล่าวจึงนำชื่อลูกค้าปลอม (fake names) มาหย่อนไว้และประกาศให้ชื่อลูกค้าปลอมเหล่านั้นเป็นผู้ชนะรางวัล การกระทำดังกล่าวมีผลเท่ากับไม่มีการมอบรางวัลตามที่ร้านค้าได้โฆษณาไว้ คณะกรรมการ the Trade Practices Commission จึงได้ตัดสินว่า ร้านค้าดังกล่าวกระทำความผิดจริงและถูกปรับตามที่กฎหมายกำหนด^{๒๑๙}

๕.๒ เขตบริหารพิเศษฮ่องกงแห่งสาธารณรัฐประชาชนจีน (ฮ่องกง)

๕.๒.๑ สภาพทั่วไปเกี่ยวกับการพนันและการส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชค

ผู้ประกอบการรุ่นใหม่ในฮ่องกงนิยมใช้วิธีการส่งเสริมการขายสินค้าและบริการโดยการจับรางวัลและการเล่นเกมต่างๆ เพื่อจะดึงดูดลูกค้าไม่ว่าจะเป็นลูกค้าออนไลน์และออฟไลน์ อย่างไรก็ตามหน่วยงานบังคับใช้กฎหมายมีนโยบายที่จะดำเนินการกับกิจกรรมการเล่นเกมที่ไม่ได้รับใบอนุญาตตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ กฎหมาย Trade Promotion Competition License, Gambling Ordinance และ Amusements with Prizes License แต่อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการมองว่าการส่งเสริมการขายสินค้าและบริการโดยการจับรางวัลและการเล่นเกมต่างๆ เป็นที่นิยมอย่างมากในภูมิภาคใกล้เคียงและไม่ขัดต่อกฎหมายใดๆ ดังนั้น หากกฎหมายของฮ่องกงเข้มงวดมากเกินไปจะเป็นอุปสรรคและขัดขวางการพัฒนาธุรกิจของประเทศ

รัฐบาลของฮ่องกงให้เหตุผลว่าเนื่องจากความหลากหลายของเกมและความแตกต่างในกฎหมายที่เกี่ยวข้องและวิธีการด้านกฎระเบียบในสถานที่ต่างๆ ของแต่ละประเทศไม่เหมือนกัน จึงไม่สามารถนำกฎหมายของประเทศอื่นๆ มาเปรียบเทียบกับฮ่องกงได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งหากมองถึงวัตถุประสงค์เรื่องการพัฒนาเศรษฐกิจสังคมวัฒนธรรมพื้นหลังศุลกากรและความคิดในสถานที่ของแต่ละประเทศก็มีความแตกต่างกัน ดังนั้น นโยบายของรัฐบาลฮ่องกง คือ การไม่ส่งเสริมการพนันแต่ให้อนุญาตส่งเสริมการค้าด้วยการส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชค สำหรับผู้ประกอบการที่ได้รับอนุญาตเท่านั้น การให้ใบอนุญาตเพื่อวัตถุประสงค์ต้องเป็นไปตามกฎหมายเท่านั้น

^{๒๑๘} Australian Consumer Law. (2016). *Avoiding unfair business practices: A guide for business and legal practitioners*. In. Retrieved from <https://www.accc.gov.au/system/files/Avoiding%20unfair%20business%20practices.pdf> p. 13. (accessed 22 September 2018).

^{๒๑๙} เห่งอ้าง.

รัฐบาลฮ่องกงมีนโยบายที่จะไม่สนับสนุนการพนัน เนื่องจากการเล่นการพนันที่ไม่ได้ รับการควบคุมอาจทำให้เกิดปัญหาทางสังคมอย่างร้ายแรง เช่น การฉ้อโกงการพนัน การพนันสำหรับ เยาวชนที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะและการยืมเงินกู้และอาจกลายเป็นแหล่งรายได้สำหรับกลุ่มอาชญากรได้ ดังนั้น บทลงโทษภายใต้ Gambling Ordinance จึงเป็นบทลงโทษที่เข้มงวดเพื่อยับยั้งการพนันที่ไม่ได้ รับอนุญาตและปกป้องประชาชนจากภัยคุกคามจากกิจกรรมเหล่านี้ โดยในช่วงสามปีที่ผ่านมา (ตั้งแต่ ๒๐๑๔ ถึงมีนาคม ๒๐๑๗) มีคดีหนึ่งคดีที่ถูกฟ้องร้องตามมาตรา ๙ ของกฎหมายการพนัน แต่ผู้ถูก ดำเนินคดีถูกเพิกถอนในที่สุด^{๒๒๐}

ดังนั้น รัฐบาลจะทบทวนข้อตกลงที่เกี่ยวข้องในสถานการณ์ที่เกิดขึ้นจริงเพื่อให้เกิด ความสมดุลระหว่างการอำนวยความสะดวกทางธุรกิจและการคุ้มครองผลประโยชน์ของสาธารณชน นโยบายของรัฐบาลในการเก็บค่าธรรมเนียมใบอนุญาต คือ ควรกำหนดค่าธรรมเนียม โดยทั่วไปให้อยู่ในระดับที่เพียงพอต่อค่าใช้จ่ายทั้งหมดในการให้บริการที่เกี่ยวข้อง^{๒๒๑}

๕.๒.๒ กฎหมายและกฎระเบียบเกี่ยวกับการส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชค

กฎหมายเกี่ยวกับการส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคในฮ่องกง มีกฎหมายที่สำคัญ ๑ ฉบับ คือ

Gambling Ordinance

การส่งเสริมการแข่งขันการค้าตามที่กำหนดในส่วนของ ๒ ของ Gambling Ordinance มาตรา ๑๔๘ หมายถึง การแข่งขันหรือโครงการที่ดำเนินการหรือจัดการ เพื่อวัตถุประสงค์ในการ ส่งเสริมการขายการค้า ธุรกิจ และผลิตภัณฑ์ผ่านการเสี่ยงโชค การส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชค ดังกล่าวจะต้องได้รับอนุญาตจาก **Secretary of Home Affairs** ภายใต้กฎหมายนี้ผู้ประกอบการธุรกิจ ที่จะส่งเสริมการทำธุรกิจด้วยการเสี่ยงโชคจะต้องได้รับอนุญาตจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและได้รับ ใบอนุญาตด้วย การไม่ปฏิบัติตามขั้นตอนเหล่านี้อาจนำไปสู่บทลงโทษปรับและหรือจำคุก

เงื่อนไขสำหรับใบอนุญาตการแข่งขันทางการค้าต้องให้ผู้ดำเนินการเผยแพร่ภายใน ๑๐ วันนับจากวันที่ได้รับการคัดเลือกหรือตัดสินผลการแข่งขันในหนังสือพิมพ์ภาษาอังกฤษและ ภาษาจีนหนึ่งฉบับและส่งสำเนาเอกสารที่เกี่ยวข้องไปยัง Office of Licensing Authority (OLA) เงื่อนไขใบอนุญาตนี้มีขึ้นเพื่อให้มั่นใจว่าการประกาศผลรางวัลจะได้รับการเผยแพร่อย่างเปิดเผยและ โปร่งใสโดยผู้ได้รับใบอนุญาตเพื่อปกป้องผลประโยชน์ของสมาชิกในชุมชนที่ได้เข้าร่วมโครงการ

Gambling Ordinance ได้กำหนดเงื่อนไขการแข่งขันการค้าส่งเสริมการขายไว้โดยมี รายละเอียดดังนี้

^{๒๒๐} The Government of Hong Kong Special Administrative Region. (2017). LCQ6: Regulation of lucky draw games or activities organised in the course of trade promotion [Blog Post]. Retrieved from <https://www.info.gov.hk/gia/general/201706/28/P2017062800517.htm> (accessed 22 September 2018).

^{๒๒๑} เพิ่งอ้าง.

๑) การแข่งขันการส่งเสริมการค้า (Trade Promotion Competitions)

ในกรณีส่วนใหญ่การแข่งขันจะถือเป็น “การแข่งขันการส่งเสริมการค้า” ภายใต้กฎหมาย Gambling Ordinance ในฐานะการแข่งขัน เพื่อโปรโมต ดำเนินการหรือจัดการเพื่อจุดประสงค์ในการส่งเสริมการค้า / ธุรกิจ / ผลิตภัณฑ์ โดยวิธีการเล่นเกมที่แจกจ่ายหรือมอบรางวัลการแข่งขันโปรโมชันด้านการค้าจะต้องอยู่ภายใต้คำจำกัดความของ "การจับสลาก" หรือ "เกม" ภายใต้กฎหมายการพนัน^{๒๒๒} ยกตัวอย่างเช่น การจับรางวัลที่จัดโดยห้างสรรพสินค้าหรือร้านอาหารเพื่อส่งเสริมการขายหรือเพื่อโปรโมทธุรกิจ เป็นต้น

๒) คำนียามของการจับฉลากและการเล่นเกม

ภายใต้กฎหมายการพนันการจับรางวัลจะถือเป็นรูปแบบของ "การจับสลาก" (lottery) การจับสลาก' ประกอบด้วย การจับสลากการชิงโชคเกมเงินและการพนันในท้องถิ่น (po piu (舖票), แชน piu (紅票) และ tse fa (字花)) และการแข่งขันที่เกี่ยวข้องกับการคาดเดาหรือการประเมินผล รวมทั้งการแข่งขันรางวัลจากความรู้ความสามารถ วุฒิการศึกษา ทักษะหรือแม้กระทั่งการจัดชิงรางวัลเพื่อการเสี่ยงโชค

ภายใต้กฎหมายการพนันการเล่นเกม (Gaming) หมายถึงการเล่นเกมหรือเกมที่เล่นเพื่อผลประโยชน์หรือทรัพย์สินอื่นๆ ไม่ว่าผู้เล่นเกมจะเสี่ยงต่อการสูญเสียเงินหรือทรัพย์สินอื่นใดหรือไม่ก็ตาม กฎหมายการพนันกำหนดว่า การจับรางวัลจะต้องได้รับการอนุมัติล่วงหน้าสำหรับการจับรางวัลในรูปแบบใบอนุญาตและสำหรับการแข่งขันส่วนใหญ่จะต้องอยู่ในรูปของใบอนุญาตการแข่งขันการส่งเสริมการค้า (Trade Promotion Competition License) การขายจำหน่าย ตีพิมพ์ ตั๋วรางวัลโดยไม่ได้รับอนุญาตถือเป็นความผิดทางอาญารวมถึงการเผยแพร่ตัวโดยไม่ได้รับอนุญาตเป็นความผิดทางอาญาโดยมีโทษทั้งปรับหรือจำคุก

๓) การขอใบอนุญาต

สำหรับการขอใบอนุญาตการแข่งขันการส่งเสริมการค้าจะได้รับสำหรับการแข่งขันโดยเฉพาะรายการที่ขออนุญาตเท่านั้น ในกรณีที่มีการแข่งขันมากกว่าหนึ่งรายการพร้อมกัน ผู้ประกอบธุรกิจที่จัดกิจกรรมจะต้องขอใบอนุญาตสำหรับแต่ละกิจกรรมต่างหาก นอกจากนี้ ใบสมัครขอใบอนุญาตต้องประกาศว่ามีรายละเอียดขั้นตอนการให้รางวัลซึ่งเป็นแบบสุ่มและผู้เข้าร่วมแต่ละรายมีโอกาสเท่าเทียมกันในการชนะ

เงื่อนไขการให้ใบอนุญาต Trade Promotion Competition License

๑. ห้ามให้ของรางวัลเป็นเงิน

๒. ห้ามเรียกเก็บค่าธรรมเนียมในการเข้าร่วม

๓. การโฆษณาจะต้องระบุเลขที่ใบรับอนุญาตด้วย เช่น ‘Trade Promotion Competition License No.’

๔. ภายใน ๑๐ วันนับแต่มีการจับรางวัลหรือการตัดสิน บริษัทจะต้องตีพิมพ์รายละเอียดผลการแข่งขันในหนังสือพิมพ์ฮ่องกงทั้งภาษาอังกฤษและภาษาจีน และจะต้องมีการส่งสำเนาหนังสือพิมพ์ไปยังเจ้าหน้าที่ที่ได้รับการแต่งตั้งจากกรมการปกครอง

^{๒๒๒} Section 2 of the Gambling Ordinance (Cap. 148)

เจ้าหน้าที่จะพิจารณาการออกใบอนุญาตโดยขึ้นอยู่กับปัจจัยดังนี้^{๒๒๓}

๑. ใบสมัครจะถูกปฏิเสธหากมีเหตุอันควรเชื่อว่าเกี่ยวข้องกับ การฉ้อโกง หลอกลวงหรือไม่เหมาะสมหรือ บริษัทผู้ยื่นคำขอถูกระบุโดย Consumer Council ว่าเป็น 'พ่อค้าที่ไม่สุจริต'

๒. การแข่งขันจะต้องมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อการส่งเสริมธุรกิจ โดย จัดกิจกรรมการให้รางวัลชิงโชคจะต้องเป็นส่วนหลักหรือสำคัญของธุรกิจ การจัดกิจกรรมจะต้อง ไม่มีระยะเวลายาวนานเกินสมควร ทั้งนี้ ใบอนุญาตจะไม่ได้รับอนุญาตเป็นระยะเวลานานกว่า สามเดือนและไม่สามารถขยายระยะเวลาได้

๓. การแข่งขันจะต้องไม่ก่อให้เกิดผลที่ไม่พึงปรารถนาจากการชักจูง บุคคล (โดยเฉพาะผู้ที่มีอายุต่ำกว่า ๑๘ ปี) เข้าร่วมกิจกรรม

๔) ของรางวัล

กฎหมายไม่อนุญาตให้รางวัลเงินสดเป็นส่วนหนึ่งของการแข่งขัน นอกจากนี้กิจกรรมการจับรางวัลไม่ควรมีข้อความที่ทำให้เกิดความเข้าใจผิด เช่น 'มีโอกาสนในการได้รับ รางวัลเงินสด (Great Chance to Win Cash)' หรือ 'การจับรางวัลชิงโชคเงินสด \$ ๑๐,๐๐๐' (๑๐,๐๐๐ Lucky Draw) นอกจากนี้ กฎหมายไม่อนุญาตให้ออกรางวัลใดๆ ที่ผิดกฎหมายหรือขัดต่อ ความชอบธรรมของสาธารณชนหรือส่งเสริมให้ผู้เข้าร่วม (โดยเฉพาะอายุต่ำกว่า ๑๘ ปี) เข้าร่วมเล่น การพนัน

สรุปเงื่อนไขของใบอนุญาตตาม Gambling Ordinance ประกอบไปด้วยเงื่อนไขดังนี้

๑. ของรางวัลจะต้องไม่ใช่เงินสด

๒. จะต้องไม่มีการเก็บค่าธรรมเนียมเพื่อเข้าร่วมการเสี่ยงโชค

๓. ข้อความโฆษณาจะต้องประกอบไปด้วยคำว่า “Trade Promotion Competition Licence No. _____”.

๔. จะต้องตีพิมพ์ผลรางวัลลงในหนังสือพิมพ์ทั้งภาษาจีนและ ภาษาอังกฤษ ภายใน ๑๐ วันนับแต่วันที่ตัดสินผลรางวัล

๕. รัฐบาลไม่มีนโยบายในการส่งเสริมการพนัน

๖. ในกรณีที่การจัดกิจกรรมโดยมีวัตถุประสงค์ที่ผิดกฎหมาย ฉ้อโกง ประชาชน จะต้องมีการรายงานไปยัง Consumer Council ว่าเป็น ผู้ค้าที่ไม่สุจริต (dishonest trader)

๗. การจัดกิจกรรมเสี่ยงโชคจะต้องจัดเป็นการเฉพาะกิจและจะต้อง ไม่ใช่เป็นการค้าปกติของธุรกิจ

^{๒๒๓} Office of the Licensing Authority. Home Affairs Department. (2018). Trade Promotion Competition Licence Application Forms and Guide for Applicants. Retrieved from https://www.hadla.gov.hk/el/filemanager/common/docs/forms/TPC_Application_Forms_Guide_eng.pdf

๕) การจดทะเบียน

การแข่งขันเพื่อส่งเสริมการขายตามที่กำหนดโดยคำสั่งการเล่นการพนันซึ่งกำหนดขึ้นเพื่อกำกับกิจกรรมการพนันคือการแข่งขันหรือโครงการที่ดำเนินการเพื่อวัตถุประสงค์ในการส่งเสริมการค้า / ธุรกิจ / การขายผลิตภัณฑ์โดยวิธีการเล่นเกมที่แจกจ่ายหรือจัดสรรรางวัลตามจำนวน / โอกาส ตัวอย่างเช่น การจัดกิจกรรมชิงโชคโดยห้างสรรพสินค้าและร้านอาหารเพื่อเพิ่มยอดขายและส่งเสริมธุรกิจ ใครก็ตามที่ประสงค์จะเข้าร่วมการแข่งขันส่งเสริมการค้าในฮ่องกงจะต้องยื่นขอ Trade Promotion Competition License จากเจ้าหน้าที่ของรัฐที่แต่งตั้งจากกรมการปกครอง^{๒๒๔}



ภาพที่ ๕ ตัวอย่างการส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลในช่วงฟุตบอลโลกในฮ่องกง^{๒๒๕}

จากรูปภาพเป็นหนึ่งตัวอย่างที่แสดงให้เห็นว่าฮ่องกงจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการชิงรางวัลโดยผู้ตอบคำถามก็จะได้รับรางวัลเป็นทองคำ และไม่มีการให้รางวัลเป็นเงินสด

สำหรับในเรื่องของการขอใบอนุญาตเพื่อขออนุญาตในการจัดกิจกรรมเสี่ยงโชคจะต้องยื่นใบสมัคร ทั้งนี้ ใบอนุญาตของฮ่องกง ประกอบไปด้วยรายละเอียดดังนี้

๑. ข้อกำหนดข้อมูลทางธุรกิจและใบจดทะเบียนธุรกิจ
๒. บัตรประจำตัวสำหรับผู้สมัคร
๓. ข้อกำหนดและเงื่อนไขที่เกี่ยวข้อง
๔. ตัวอย่างของรางวัล ที่ใช้ในการจัดกิจกรรม

^{๒๒๔} Office of the Licensing Authority. Home Affairs Department. (2012). Entertainment Licensing [Blog Post]. Retrieved from <https://www.hadla.gov.hk/el/en/faq/faqcontent.html> (accessed 22 September 2018).

^{๒๒๕} Lam, A. (2014). Sun Hung Kai wants big returns on World Cup investment [Blog Post]. Retrieved from <https://www.marketing-interactive.com/sun-hung-kai-wants-big-returns-on-world-cup-investment/> (accessed 22 September 2018).

ผู้ประกอบการธุรกิจจะต้องคำนึงถึงประโยชน์สาธารณะและจะปฏิเสธที่จะให้ใบอนุญาตหากการจัดกิจกรรมเชื่อว่าเป็นการหลอกลวงหรือไม่เหมาะสมหรือหากผู้สมัครถูกระบุว่าเป็น "ผู้ค้าที่ไม่สุจริต" นอกจากนี้ การแข่งขันจะต้องเกี่ยวข้องกับธุรกิจโดยจะต้องไม่จัดกิจกรรมในระยะเวลาอันยาวนานเกินสมควร โดยทั่วไปใบอนุญาตจะได้รับไม่เกินสามเดือนและขั้นตอนการสมัครอาจใช้เวลาประมาณ ๒-๓ สัปดาห์จึงจะเสร็จสมบูรณ์^{๒๒๖}

ในกรณีที่บริษัทจัดให้มีการจัดกิจกรรมจบบางครั้งในช่วงเวลาหนึ่ง ในกรณีที่ไม่มีผู้ที่ได้รับรางวัลรายวันในครั้งหนึ่ง หากจะมีการยกรางวัลไปจัดในรอบถัดไป กฎหมายถือว่าเป็นการจัดกิจกรรมอีกกิจกรรมหนึ่งที่จะต้องขอใบอนุญาตแยกอีกหนึ่งใบอนุญาต ถือว่าเป็นการแข่งขันโปรโมตการค้าแยกต่างหากและเป็นอิสระ ดังนั้นจึงต้องมี Trade Promotion Competition License สำหรับการจัดกิจกรรมครั้งใหม่

หากบริษัท เป็นธุรกิจที่จดทะเบียนในฮ่องกงบริษัทควรเป็นผู้ยื่นใบสมัครขอใบอนุญาตเอง อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการยังสามารถแต่งตั้ง บริษัท ตัวแทนเพื่อดำเนินการแข่งขันในนามของตนได้ และหากบริษัทที่ประสงค์จะเข้าร่วมการแข่งขันส่งเสริมการขายในฮ่องกงมีสำนักงานอยู่ที่ต่างประเทศและไม่มีสำนักงานสาขาในฮ่องกงควรแต่งตั้งและมอบอำนาจให้ตัวแทนที่จดทะเบียนในฮ่องกงเป็นผู้ยื่นคำขอ ทั้งนี้ แบบฟอร์ม ๗ ต้องมีรายละเอียดของ บริษัท ที่ยื่นคำขอและใบอนุญาตจะได้รับการออกให้แก่บริษัทดังกล่าว^{๒๒๗}

๖) ค่าธรรมเนียม

Trade Promotion Competition Licence	
Grant of the licence	HK\$1,590 (per licence)
Issue of a duplicate licence	HK\$125 (per duplicate licence)
Application for change in licence particulars	HK\$155 (per amendment)

ภาพที่ ๖ ค่าธรรมเนียม Trade Promotion Competition License^{๒๒๘}

๗) ระยะเวลา

ผู้ประกอบการที่จัดการแข่งขันจะต้องยื่นขอใบอนุญาตอย่างน้อย ๒ สัปดาห์ก่อนการโฆษณาการจบบางครั้งหรือการแข่งขัน

^{๒๒๖} Lam, อ้วนแล้ว เจริญที่ 9.

^{๒๒๗} เติ้งอ้วน.

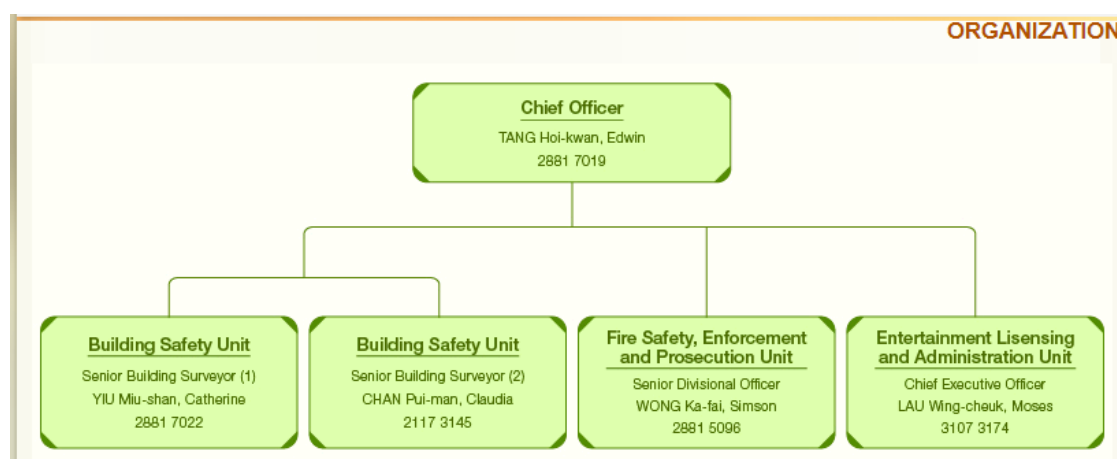
^{๒๒๘} Office of the Licensing Authority. Home Affairs Department. (2012). Fees and charges [Blog Post]. Retrieved from <https://www.hadla.gov.hk/eU/en/fees/index.html> (accessed 22 September 2018).

๘) บทลงโทษ

การไม่ปฏิบัติตามเงื่อนไขของใบอนุญาตอาจทำให้ถูกปรับ ๕๐,๐๐๐ ดอลลาร์ฮ่องกง (ประมาณ ๖,๕๐๐ เหรียญสหรัฐ) และจำคุกเป็นเวลา ๒ ปีการไม่ปฏิบัติตามข้อกำหนดจะมีผลต่อการพิจารณาใบสมัครในอนาคตด้วย

๕.๒.๓ องค์การที่ควบคุมการส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชค

The Office of the Licensing Authority under the Home Affairs Department เป็นหน่วยงานผู้ออกใบอนุญาตตามกฎหมาย Gambling Ordinance (Cap. ๑๔๘)



ภาพที่ ๗ แผนผังโครงสร้างองค์กร The Office of the Licensing Authority^{๒๒๙}

Office of the Licensing Authority ประกอบไปด้วยหน่วยงาน ๔ หน่วยงาน ได้แก่ Building Safety Unit, Building Safety Unit, Fire Safety Enforcement and Prosecution Unit และ Entertainment Licensing and Administration Unit ซึ่งความรับผิดชอบหลักของหน่วยงานนี้จะอยู่ภายใต้กฎหมาย ดังต่อไปนี้

1. Gambling Ordinance,
2. Hotel and Guesthouse Accommodation Ordinance,
3. Clubs (Safety of Premises) Ordinance,
4. Amusement Game Centres Ordinance,
5. Bedspace Apartments Ordinance
6. Karaoke Establishments Ordinance.

^{๒๒๙} Office of the Licensing Authority. Home Affairs Department. (2009). Office of the Licensing Authority: Organization [Blog Post]. Retrieved from <https://www.hadla.gov.hk/en/aboutus/organization.html> (accessed 22 September 2018).

๕.๒.๔ กรณีศึกษา

คดี Cheung Kwok-wah V. Jockey Club

นาย Cheung Kwok-wah แพ้คดีที่ยื่นคำร้องขออุทธรณ์ของเขาเพื่อขอคืนเงิน ๔๗,๑๔๐ ดอลลาร์ฮ่องกง เนื่องจาก Hong Kong Jockey Club ปฏิเสธรางวัลที่สามที่เขาชนะหลังจากที่เขาไม่อ้างสิทธิ์ภายในระยะเวลา ๖๐ วันตามที่กำหนดไว้ในกฎกติกาของ Jockey Club ในระหว่างการพิจารณาคดี นาย Cheung แย้งว่าเนื่องจากเขาไม่ได้เป็นสมาชิกของ Hong Kong Jockey Club จึงไม่ได้รับความสะดวกในการแจ้งผลรางวัลและการโอนเงินเข้าบัญชี Jockey Club โดยตรงภายในระยะเวลาดังกล่าว เขาอ้างว่ากฎของการให้รางวัลได้ละเมิดกฎหมายพื้นฐานซึ่งกำหนดให้ทุกคนได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกันและได้รับความคุ้มครองตามกฎหมาย ในคดีนี้ศาลให้เหตุผลว่า กฎหมายอนุญาตให้ Jockey Club เสนอ "ความสะดวกสบาย" แก่ผู้เล่นที่ลงทะเบียนเช่นเดียวกับผู้ให้บริการสะสมไมล์การบินจะได้รับอนุญาตให้บริการเช็คอินหรือสิทธิพิเศษสำหรับสมาชิกของตน ดังนั้นข้ออ้างของนาย Cheung จึงไม่สามารถรับฟังได้ เนื่องจากไม่สามารถพูดได้ว่าคนๆ นั้นได้รับการปฏิบัติที่ไม่เท่าเทียมกัน ผู้พิพากษากล่าวว่าคณะกรรมการที่ Jockey Club ได้กำหนดสิทธิและความรับผิดชอบของสมาชิกไว้แล้ว แม้ว่าจะเป็นหลักกฎหมายพื้นฐานว่าศาลจะปฏิบัติต่อทุกคนที่มีความเท่าเทียมกันตามกฎหมายอย่างเท่าเทียมกัน อย่างไรก็ตาม ผู้พิพากษาได้วางหลักว่าสิทธิตามกฎหมายอาจเปลี่ยนแปลงได้เมื่อมีข้อผูกพันตามสัญญา^{๒๓๐}

๕.๓ ประเทศเนเธอร์แลนด์

๕.๓.๑ สภาพทั่วไปเกี่ยวกับการพนันและการส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชค

เนเธอร์แลนด์เป็นประเทศในทวีปยุโรป ซึ่งเป็นหนึ่งในประเทศที่มีประชากรหนาแน่นที่สุดในโลก และมีประชากรที่เป็นผู้สูงอายุ (มากกว่า ๖๕ ปี) เป็นจำนวนมาก เนเธอร์แลนด์ถือเป็นประเทศที่ค่อนข้างมีความเป็นอิสระเสรีสูง เห็นได้จากการค้าประเวณีที่ถูกกฎหมาย และอนุญาตให้มีการขายยาเสพติดบางชนิด เช่น กัญชา นอกจากนี้ ยังมีเปิดให้มีการทำธุรกรรม และยังเป็นประเทศแรกที่ทำให้กฎหมายยอมรับการแต่งงานของคนเพศเดียวกัน^{๒๓๑} ด้วยความที่เป็นประเทศที่มีความเป็นเสรีสูง รัฐจึงเปิดโอกาสให้มีการเสี่ยงโชคได้ในหลายรูปแบบ เช่น สลากกินแบ่ง (lottery), การพนันผลการแข่งขันกีฬา (sport betting) และบ่อนการพนัน (casino) เป็นต้น^{๒๓๒}

อย่างไรก็ดี รัฐได้ควบคุมการจัดให้มีการเสี่ยงโชค โดยมีการห้ามการเสี่ยงโชคบางประเภท และอนุญาตให้มีการออกใบอนุญาตแบบถาวรให้กับการเสี่ยงโชคเพียงไม่กี่ประเภท ส่วนที่

^{๒๓๐} Lau, C. (2018). Hong Kong lottery winner fails in legal bid over claiming of prize [Blog Post]. Retrieved from <https://www.scmp.com/news/hong-kong/law-crime/article/2007700/hong-kong-lottery-winner-fails-legal-bid-over-claiming> (accessed 22 September 2018).

^{๒๓๑} Meijer, H., Rowen, H. H., Heslinga, M. W., & Wintle, M. J. (n.d.). Netherlands [Blog Post]. Retrieved from <https://www.britannica.com/place/Netherlands> (accessed 16 December 2018).

^{๒๓๒} Government of the Netherlands. (n.d.). Rules for games of chance [Blog Post]. Retrieved from <https://www.government.nl/topics/games-of-chance/rules-for-games-of-chance> (accessed 16 December 2018).

เหลือมักเป็นการออกใบอนุญาตแบบกึ่งถาวร (semi-permanent permit holders) เช่น Holland Casino, the State Lottery และ Lotto^{๒๓๓} ส่วนการเสี่ยงโชคทางสลากกินแบ่งของเนเธอร์แลนด์นั้น มีอยู่หลายประเภท แต่สลากกินแบ่งที่มีความเก่าแก่ที่สุดคือ the Dutch National Lottery เริ่มก่อตั้งขึ้นโดยรัฐตั้งแต่ปี ค.ศ. ๑๗๒๖ เพื่อวัตถุประสงค์ในการจัดการเสี่ยงโชคสลากกินแบ่งที่อยู่นอกกฎหมาย ปัจจุบัน ได้มอบให้เป็นหน้าที่ขององค์กรไม่แสวงหากำไรเป็นผู้ดำเนินการจัดการออกสลากกินแบ่ง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสาธารณประโยชน์เป็นหลัก โดยจะแบ่งรายได้ร้อยละ ๑๕ เข้ารัฐ ส่วนร้อยละ ๖๐ เป็นเงินรางวัล และจะมีการออกรางวัลจำนวน ๑๖ ครั้งต่อปี ทุกวันที่ ๑๐ ของเดือนและออกในโอกาสพิเศษอีก ๔ ครั้ง ในวัน King's Day, วันที่ ๑ กรกฎาคม, วันที่ ๑ ตุลาคม และวันสิ้นปี^{๒๓๔}

ในส่วนของการเสี่ยงโชคในบ่อนการพนัน (Casino) ในประเทศเนเธอร์แลนด์ ปัจจุบัน มีเพียง Holland Casino เป็นบ่อนการพนันที่ถูกกฎหมาย ซึ่งมีอยู่ ๑๔ แห่ง กระจายอยู่ทั่วทั้งประเทศ จนกล่าวได้ว่าไม่ว่าคุณจะอยู่ที่ส่วนไหนในประเทศเนเธอร์แลนด์ ก็สามารถขับรถไปถึงที่บ่อนการพนันได้ภายในสามสิบกิโลเมตร^{๒๓๕} โดยในอนาคตรัฐบาลวางแผนจะแปรรูป Holland Casino ให้เป็นเอกชน และยังจะมีการเพิ่มใบอนุญาตอีก ๒ ใบอนุญาตให้กับบ่อนการพนันแห่งใหม่อีกด้วย ซึ่งจะทำให้จำนวนบ่อนการพนันในประเทศเนเธอร์แลนด์มีเพิ่มมากขึ้น^{๒๓๖}

นอกจากนี้ ในปี ค.ศ. ๒๐๑๗ รัฐได้เปิดโอกาสให้มีการออกใบอนุญาตสำหรับการเสี่ยงโชคออนไลน์ (online games of chance) เพื่อเป็นการป้องกันไม่ให้เงินรั่วไหลไปสู่การพนันที่ผิดกฎหมาย นอกจากนี้ ยังเชื่อว่าจะสามารถทำให้ผู้เล่นไม่เสพติดการพนัน เนื่องจากการกำหนดให้ผู้ได้รับใบอนุญาตต้องช่วยให้ผู้เล่นพนันอยู่ภายใต้การดูแลอย่างเหมาะสม เช่น มีการย้าเตือนให้เล่นพนันอย่างมีความรับผิดชอบ โดยแสดงให้เห็นจำนวนเงินที่กำลังเสียไประหว่างการเล่นพนันด้วย อีกทั้งยังมีการสร้างระบบลงทะเบียนส่วนกลาง ให้มีการลงทะเบียนนักเล่นพนันที่มีปัญหา (problem gamblers) ซึ่งจะทำให้ผู้ถือใบอนุญาตการเสี่ยงโชคออนไลน์แยกนักเล่นพนันที่มีปัญหาที่ลงทะเบียนไว้ออกไปได้ ส่งผลให้คนเล่นติดการพนันลดน้อยลง

นอกจากนี้ การส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชค (promotional game of chance) ในประเทศเนเธอร์แลนด์ ถือว่าเป็นการเสี่ยงโชคอย่างหนึ่ง ที่มีการควบคุมให้ต้องมีขึ้นเพื่อการส่งเสริมการขายสินค้าหรือบริการหรือองค์กรเท่านั้น อีกทั้งต้องไม่มุ่งหวังที่จะกระทำเพื่อเก็บข้อมูลส่วนบุคคลของผู้เข้าร่วมกิจกรรมแต่เพียงอย่างเดียว^{๒๓๗} ซึ่งโดยปกติแล้วการเสี่ยงโชคจำเป็นต้องได้รับ

^{๒๓๓} Netherlands Enterprise Agency. (n.d.). Games of chance [Blog Post]. Retrieved from <https://business.gov.nl/regulation/games-chance/> (accessed 16 December 2018).

^{๒๓๔} Dutch National State Lottery [Blog Post]. (n.d.). Retrieved from <https://loterij.online/dutch-national-state-lottery/> (accessed 16 December 2018).

^{๒๓๕} Venue, Holland Casino [Blog Post]. (n.d.). Retrieved from <https://www.hollandcasino.nl/en/vestigingen> (accessed 16 December 2018).

^{๒๓๖} Government of the Netherlands. (n.d.). Changes in the policy on gambling [Blog Post]. Retrieved from <https://www.government.nl/topics/games-of-chance/modernising-gambling-policy> (accessed 16 December 2018).

^{๒๓๗} Contests and prize promotions laws in the Netherlands [Blog Post]. (n.d.). Retrieved from <https://platform.globig.co/knowledgebase/NL/netherlands-go-to-market/contest-prize-promotion-law-netherlands> (accessed 16 December 2018).

ใบอนุญาตก่อนจึงจะกระทำได้อีก อย่างไรก็ดี การเสี่ยงโชคเพื่อการส่งเสริมการขายในเนเธอร์แลนด์ได้รับการยกเว้นไม่ต้องขอใบอนุญาต แต่ต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ที่ควบคุมการส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคคือ Code of Conduct for Promotional Games of Chance หรือในภาษาท้องถิ่นเรียกว่า Gedragscode Promotie Kansspelen ซึ่งเป็นหลักเกณฑ์ที่แยกออกมาควบคุมเฉพาะเรื่องดังกล่าวเท่านั้น

๕.๓.๒ กฎหมายและกฎระเบียบเกี่ยวกับการส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชค

ประเทศเนเธอร์แลนด์มีกฎหมาย และหลักเกณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมการส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคของผู้ประกอบธุรกิจอยู่หลายฉบับด้วยกัน คือ Betting and Gaming Act หรือ Wet op de Kansspelen, Code of Conduct for Promotional Games of Chance หรือ Gedragscode Promotie Kansspelen, the Dutch Advertising Code, Game of Chance Tax Act หรือ Wet op de kansspelbelasting, Dutch Personal Data Protection Act และ Telecommunication Act โดยในส่วนนี้จะกล่าวถึงกฎหมายหลักที่มีบทบาทในการวางหลักเกณฑ์การควบคุมการส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคสี่ฉบับ คือ ๑) Betting and Gaming Act หรือ Wet op de Kansspelen, ๒) Code of Conduct for Promotional Games of Chance หรือ Gedragscode Promotie Kansspelen, ๓) the Dutch Advertising Code และ ๔) Game of Chance Tax Act หรือ Wet op de kansspelbelasting

๕.๓.๒.๑ Betting and Gaming Act หรือ Wet op de Kansspelen

Betting and Gaming Act เป็นกฎหมายที่วางกฎเกณฑ์หลายเรื่องรวมทั้งที่เกี่ยวกับ ป่อนการพนันบนดิน (land casinos), สลากกินแบ่ง (lottery), การใช้ประโยชน์จากเครื่องหยอดเหรียญอัตโนมัติสำหรับเล่นการพนันในประเทศ และการแข่งขันส่งเสริมการขายโดยใช้การเสี่ยงโชค เป็นต้น โดยหลักแล้วกฎหมายฉบับนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อป้องกันการติดการพนัน เพื่อป้องกันผู้บริโภคจากการตกเป็นเหยื่อของการพนัน และเพื่อลดการพนันที่ไม่ชอบด้วยกฎหมายและลดอาชญากรรม^{๒๓๘}

มาตรา ๑ (๑)(a) แห่ง Betting and Gaming Act ได้กำหนดความหมายของการเสี่ยงโชคว่าเป็นการเปิดโอกาสให้แข่งขันให้ได้รับรางวัล (prize) หรือของแถม (premium) โดยที่มีการตัดสินผู้ชนะโดยวิธีการสุ่ม (random) โดยที่ผู้เข้าร่วมการแข่งขันแต่ละรายไม่อาจมีอิทธิพลเหนือการตัดสินนั้นได้เลย^{๒๓๙} นอกจากนี้ ในมาตรา ๑ ยังกำหนดให้การจัดการเสี่ยงโชคประเภทนี้ ต้องได้รับใบอนุญาตก่อนจึงจะกระทำได้^{๒๔๐} โดยของรางวัลหรือของแถมนั้น อาจเป็นสิ่งใดก็ได้ที่มีมูลค่าทางเศรษฐกิจและอาจเป็นเงินก็ได้

^{๒๓๘} Meijburg & Co, Tax Lawyers, อ้างแล้ว เชิงอรรถที่ 29.

^{๒๓๙} Littler, A., Katz, K., & Attorneys, F. (2016). Gaming in The Netherlands: overview [Blog Post]. Retrieved from [https://uk.practicallaw.thomsonreuters.com/6-636-7443?transitionType=Default&contextData=\(sc.Default\)&firstPage=true&comp=pluk&bhcp=1](https://uk.practicallaw.thomsonreuters.com/6-636-7443?transitionType=Default&contextData=(sc.Default)&firstPage=true&comp=pluk&bhcp=1) (accessed 16 December 2018).

^{๒๔๐} Guide on assessing games of chance: A guide to determine whether a game falls under the supervision of the Netherlands Gaming Authority. (n.d.). Retrieved from https://www.lawofthelevel.com/wp-content/uploads/sites/187/2018/04/guide_on_assessing_games_of_chance.pdf p. 4. (accessed 16 December 2018).

เห็นได้ว่า มาตรา ๑ (๑)(a) แห่ง Betting and Gaming Act ได้วางหลักเกณฑ์สำคัญสองประการ คือ

- การให้คำจำกัดความของการเสี่ยงโชค (game of chance)
- การจัดการเสี่ยงโชคต้องได้รับใบอนุญาตก่อนจึงจะกระทำได้ตาม

กฎหมาย

และหากมีการฝ่าฝืนมาตรา ๑ (๑)(a) แห่ง Betting and Gaming Act โดยจัดการเสี่ยงโชคโดยไม่ได้รับใบอนุญาต ต้องได้รับโทษ กล่าวคือ

๑. โทษปรับทางปกครอง (administrative fine) ขั้นต่ำ ๑๕๐,๐๐๐ ยูโร แต่ไม่เกิน ๘๓๐,๐๐๐ ยูโร หรือ ร้อยละ ๑๐ ของรายได้ในปีก่อน ในกรณีที่รายได้มากกว่า ๘๓๐,๐๐๐ ยูโร

๒. โทษปรับทางอาญาไม่เกิน ๒๐,๗๕๐ ยูโร (ไม่ว่าจะมีโทษจำคุกหรือไม่) แต่หากพิจารณาแล้วโทษปรับทางอาญาจำนวน ๒๐,๗๕๐ ยูโร เป็นบทลงโทษที่ไม่เหมาะสมกับการกระทำความผิดเมื่อเทียบกับตัวองค์กรที่กระทำความผิด อาจบังคับโทษปรับทางอาญาเพิ่มสูงขึ้นถึง ๘๓,๐๐๐ ยูโร ก็ได้^{๒๔๑}

แต่อย่างไรก็ดี มีข้อยกเว้นสำหรับการเสี่ยงโชคบางประเภทที่ไม่ต้องขอใบอนุญาต คือ การส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชค (promotional game of chance) และการพนันแบบเล็กน้อย (small-scale gambling)^{๒๔๒} โดยผู้ที่สามารถจัดการพนันแบบเล็กน้อยได้นั้น ต้องเป็นหน่วยงานในประเทศเนเธอร์แลนด์ที่ก่อตั้งขึ้นไม่น้อยกว่าสามปี และเสนอให้รางวัลได้ไม่เกิน ๑,๕๐๐ ยูโรต่อครั้ง^{๒๔๓}

ส่วนการส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชค ตกอยู่ภายใต้บังคับของ Code of Conduct for Promotional Games of Chance หรือ Gedragscode Promotie Kansspelen ซึ่งหากเป็นการจัดการเสี่ยงโชคเพื่อการส่งเสริมการขายภายใต้กรอบที่กฎหมายกำหนดแล้ว ไม่จำเป็นต้องขอใบอนุญาต แต่ต้องปฏิบัติตามข้อบังคับที่อยู่ในประมวลจริยธรรมดังกล่าวอย่างเคร่งครัด

๕.๓.๒.๒ Code of Conduct for Promotional Games of Chance หรือ Gedragscode Promotie Kansspelen

การส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคของผู้ประกอบธุรกิจ เป็นกิจกรรมที่จัดขึ้นเพื่อประชาสัมพันธ์สินค้า บริการ หรือองค์กร ซึ่งผู้เข้าร่วมกิจกรรมไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย และมีสิทธิได้รับรางวัล ซึ่งการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคของผู้ประกอบธุรกิจในประเทศเนเธอร์แลนด์นั้น ตกอยู่ภายใต้ข้อบังคับของ Code of Conduct for Promotional Games of

^{๒๔๑} Law Business Research. (2018). *The Gambling Law Review*. In. Retrieved from https://thelawreviews.co.uk/digital_assets/cd9c6d85-7daf-42db-81cf-341f49461941/The-Gambling-Law-Review---Edition-3.pdf (accessed 16 December 2018).

^{๒๔๒} Section 7c Betting and Gaming Act.

^{๒๔๓} Law Business Research, อ้างแล้ว เจริญธรรมที่ 14.

Chance หรือ Gedragscode Promotieele Kansspelen ซึ่งมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ ๑ มกราคม ค.ศ. ๒๐๑๔^{๒๔๔} จนถึงปัจจุบัน

Code of Conduct for Promotional Games of Chance เป็นหลักเกณฑ์ที่ออกภายใต้ Betting and Gaming Act ที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น โดยปกติแล้ว การเปิดโอกาสให้ผู้บริโภคต้องแข่งขันเพื่อให้ได้รางวัล หรือของแถม ซึ่งตัดสินผู้ชนะโดยวิธีการเสี่ยงโชค ต้องได้รับอนุญาตก่อนจึงจะกระทำได้ อย่างไรก็ตาม มีข้อยกเว้นสำหรับการส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชค ซึ่งผู้ประกอบการที่จัดการส่งเสริมการขายไม่จำเป็นต้องขอใบอนุญาต อย่างไรก็ตาม การจัดการส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชค ต้องเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดในประมวลจริยธรรมนี้เท่านั้น หากเป็นการจัดการเสี่ยงโชคที่ไม่เข้าหลักเกณฑ์จะถือว่าเป็นการจัดการเสี่ยงโชคภายใต้ Betting and Gaming Act แทนที่ ซึ่งจำเป็นต้องขอใบอนุญาตก่อนจึงจะกระทำได้^{๒๔๕}

โดยทั่วไปแล้ว การส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชค ได้รับอนุญาตให้กระทำได้เพื่อวัตถุประสงค์ในการส่งเสริมการขายสินค้า บริการ หรือเพื่อการโฆษณา (promote) องค์กรเท่านั้น^{๒๔๖} อีกทั้งผู้ประกอบการจะต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ใน Code of Conduct for Promotional Games of Chance โดยเคร่งครัด ไม่จำกัดเฉพาะการตีความตามตัวอักษรเท่านั้น แต่รวมถึงเจตนารมณ์ของการออกประมวลจริยธรรมฉบับนี้ด้วย^{๒๔๗} อย่างไรก็ตาม ได้มีการกำหนดให้แก้ไข Code of Conduct for Promotional Games of Chance อีกครั้ง เมื่อมีการแก้ไข Betting and Gaming Act ในเรื่องการพนันออนไลน์ (online gambling) เรียบร้อยแล้ว^{๒๔๘}

Code of Conduct for Promotional Games of Chance นี้ ประกอบไปด้วยบทบัญญัติจำนวน ๑๑ มาตรา ซึ่งมีสาระสำคัญ ดังนี้

ในมาตรา ๑ เป็นการให้คำนิยามศัพท์ ซึ่งได้มีการให้ความหมายของคำว่า การส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชค (promotional game of chance) ไว้ว่า เป็นการสร้างโอกาสเพื่อชิงรางวัล (prize) หรือของแถม (premium) จากกิจกรรมส่งเสริมการขาย ซึ่งใช้วิธีการคัดเลือกผู้ชนะจากการสุ่ม โดยที่ผู้เข้าร่วมรายการไม่สามารถมีอิทธิพลครอบงำการคัดเลือกโดยการสุ่มนั้นได้เลย นอกจากนี้ ยังให้นิยามคำว่า การตัดสิน ว่าหมายถึงการกำหนดตัวผู้ได้รับรางวัลหรือของแถมในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่งด้วย

มาตรา ๒ กำหนดให้ผู้ประกอบการสามารถจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย โดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชค ได้ไม่เกินปีละหนึ่งครั้ง ต่อหนึ่งสินค้าหรือบริการ หรือต่อองค์กร อย่างไรก็ตาม การให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคถือเป็นกิจกรรมที่มีลักษณะไม่ถาวร และมีข้อกำหนดว่าจัดได้สูงสุดจำนวนไม่เกินยี่สิบครั้งต่อปี ซึ่งหมายความว่า ในหนึ่งปีนั้น จะมีผู้ได้รับรางวัลไม่เกิน ๒๐ คน^{๒๔๙}

แม้จะมีการกำหนดให้ผู้ประกอบการจัดการส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคได้ไม่เกินปีละหนึ่งครั้ง ต่อหนึ่งชนิดสินค้าหรือบริการ อย่างไรก็ตาม หากผู้ประกอบการ มีสินค้า

^{๒๔๔} Section 3 Preamble, Code of Conduct for Promotional Game of Chance 2014.

^{๒๔๕} Section 2 Preamble, Code of Conduct for Promotional Game of Chance 2014.

^{๒๔๖} Section 4 Preamble, Code of Conduct for Promotional Game of Chance 2014.

^{๒๔๗} Section 5 Preamble, Code of Conduct for Promotional Game of Chance 2014.

^{๒๔๘} Section 6 Preamble, Code of Conduct for Promotional Game of Chance 2014.

^{๒๔๙} Contests and prize promotions laws in the Netherland, อ้างแล้ว เชมอรธที่ 6.

หลายประเภท เช่น น้ำอัดลม และน้ำผลไม้ สามารถจัดการส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคได้สำหรับทั้งน้ำอัดลม และน้ำผลไม้ อย่างละครั้งต่อปี นอกจากนี้ หากเป็นเครื่องดื่มชนิดเดียวกัน แต่มีหลายรสชาติ ยังสามารถจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคสำหรับสินค้าแต่ละรสชาติได้อย่างละครั้งต่อปีเช่นเดียวกัน^{๒๕๐}

มาตรา ๓ กำหนดเรื่องค่าใช้จ่าย ที่ห้ามไม่ให้มีการเรียกเก็บค่าใช้จ่ายเพื่อเข้าร่วมการชิงรางวัลหรือของแถมจากการส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชค หรือหากจำเป็นต้องเก็บก็เก็บได้ไม่เกิน ๐.๔ ยูโรเท่านั้น และต้องแจ้งให้ผู้บริโภคทราบอย่างชัดเจนก่อนการเข้าร่วมการส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคอีกด้วย โดยค่าใช้จ่ายที่ต้องเรียกเก็บอาจเป็นค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากคนกลาง เช่น ผู้ให้บริการสื่อสาร (telecom company) นอกจากนี้ มาตรา ๓ ยังห้ามไม่ให้ตั้งราคาสินค้าหรือบริการที่ต้องการจัดรายการส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคให้สูงกว่าสินค้าหรือบริการในราคาปกติ เพื่อไม่ให้ผู้ประกอบธุรกิจฉวยโอกาสขึ้นราคาสินค้า ณ เวลาจัดการส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชค

มาตรา ๔ กำหนดเรื่องมูลค่าของรางวัลหรือของแถมในการจัดการส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคว่าจะต้องมีมูลค่าทางเศรษฐกิจรวมแล้วไม่เกิน ๑๐๐,๐๐๐ ยูโรต่อปี (รวมภาษี) ซึ่งผู้ประกอบธุรกิจที่จัดกิจกรรมจะต้องแจ้งอย่างชัดเจนให้ผู้บริโภคทราบก่อนการเข้าร่วมกิจกรรมว่ามูลค่ารวมของรางวัล รายการและจำนวนของรางวัลในการจับรางวัลในครั้งนั้นเป็นอย่างไร นอกจากนี้ยังต้องมีคำอธิบายถึงลักษณะของรางวัลหรือของแถมทั้งหมดอย่างชัดเจน เพื่อให้ংশหรือประเมินมูลค่าของรางวัลหรือของแถมได้ และผู้จัดกิจกรรมควรต้องจัดหาของรางวัลหรือของแถมที่ได้มาตรฐานเป็นที่ยอมรับทั่วไปด้วย

ในส่วนของวิธีกำหนดผู้ได้รับรางวัลต้องกระทำโดยไม่ลำเอียง ซึ่งผู้จัดกิจกรรมต้องแสดงว่ามีกำหนดตัวผู้ได้รับรางวัลอย่างไร หากได้รับการร้องขอจาก The Netherlands Gambling Authority หรือ Kansspelautoriteit ที่มีหน้าที่ควบคุมและกำกับดูแลการเสี่ยงโชค นอกจากนี้ ต้องจัดเตรียมรายการของรางวัลหรือของแถมที่ได้มีการมอบไปแล้วจากการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคให้กับผู้เข้าร่วมกิจกรรมหรือ The Netherlands Gambling Authority ทราบ

ในมาตรา ๔ ยังกำหนดให้มีการประกาศผลของการจับรางวัลภายในสามเดือนนับจากกิจกรรมส่งเสริมการขายนั้นสิ้นสุดลง และต้องมีการมอบของรางวัลหรือของแถมจากกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงชพนั้นจริงๆ

มาตรา ๕ กำหนดให้คำเชิญให้เข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคต้องประกอบไปด้วย ชื่อสินค้า บริการ หรือองค์กรที่ต้องการส่งเสริมการขาย คำเชิญและข้อมูลสำคัญที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมส่งเสริมการขายนี้ ต้องไม่เป็นข้อมูลที่หลอกลวง ไม่สมบูรณ์ หรือทำให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมเกิดความเข้าใจที่ผิด ดังนั้น ผู้ประกอบธุรกิจต้องดูแลให้การโฆษณา และ

^{๒๕๐} Notes accompanying. (2014). *Code Of Conduct For Promotional Games Of Chance 2014*, 6.

Retrieved from https://kansspelautoriteit.nl/publish/library/6/code_of_conduct_for_promotional_games_of_chance_2014_1.pdf (accessed 16 December 2018).

การประชาสัมพันธ์กิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคให้เป็นไปอย่างละเอียดรอบคอบ และไม่กระตุ้นให้มีผู้เข้าร่วมมากจนล้นหลามเกินพอดี

มาตรา ๖ คຸ້ມครองผู้เยาว์ โดยกำหนดให้ผู้ประกอบธุรกิจที่ต้องการจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคในกลุ่มผู้เยาว์ ต้องใช้ความระมัดระวัง โดยของรางวัลหรือของแถมนั้นต้องเหมาะสมกับผู้เยาว์ ไม่ก่อให้เกิดความเสียหายกับร่างกาย จิตใจ หรือศีลธรรม ซึ่งต้องคำนึงถึงความเข้าใจและการรับรู้ของผู้เยาว์เป็นสำคัญ และต้องแจ้งให้ผู้เยาว์ทราบเงื่อนไขก่อนด้วยว่าผู้เยาว์ต้องได้รับอนุญาตจากผู้ปกครองก่อนจึงจะเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคได้ นอกจากนี้ ยังห้ามไม่ให้มีการเก็บข้อมูลส่วนตัวของผู้เยาว์ โดยไม่ได้รับอนุญาตจากผู้ปกครอง นอกจากจำเป็นต้องเก็บข้อมูลในการติดต่อผู้ปกครองเพื่อจะได้ทำการขออนุญาตส่งรางวัลให้

มาตรา ๗ กำหนดให้ผู้ประกอบธุรกิจจัดให้มีเงื่อนไขในการเข้าร่วมกิจกรรม ซึ่งต้องเปิดโอกาสให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรม หรือผู้อาจเข้าร่วมกิจกรรมเข้าถึงได้โดยไม่มีค่าใช้จ่าย และทำให้ง่ายต่อการมองเห็น โดยจะต้องประกอบไปด้วย

๑. ชื่อและที่อยู่ของผู้ประกอบธุรกิจ
๒. ชื่อสินค้า บริการ หรือองค์กรที่ต้องการส่งเสริมการขาย
๓. ช่วงเวลาเข้าร่วมกิจกรรม
๔. รูปแบบการเข้าร่วมกิจกรรม
๕. ค่าใช้จ่ายในการเข้าร่วมกิจกรรม ซึ่งต้องไม่เกิน ๐.๔๕ ยูโร
๖. จำนวนของรางวัลหรือของแถมและคำอธิบายคุณลักษณะและมูลค่าของขวัญและของแถม
๗. รูปแบบในการกำหนดผู้ได้รับรางวัล และจำนวนครั้งในการจับรางวัล
๘. รูปแบบในการประกาศผล
๙. วันที่จับรางวัล และการนำเสนอของรางวัลหรือของแถม
๑๐. ข้อความที่ระบุว่าผู้เยาว์อายุต่ำกว่า ๑๖ ปี ต้องได้รับอนุญาตจากผู้ปกครองก่อนจึงจะเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคได้
๑๑. รูปแบบในการหักภาษี หรือแสดงว่าต้องมีการเรียกเก็บภาษีร่วมด้วย
๑๒. รูปแบบการเข้าถึงเงื่อนไขการเข้าร่วมกิจกรรมหรือข้อมูลอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชค
๑๓. รูปแบบและกระบวนการในการส่งคำร้องเรียนกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชค
๑๔. ข้อความที่ผู้ประกอบธุรกิจแสดงว่าได้ปฏิบัติตาม Code of Conduct for Promotional Games of Chance

ท้ายสุด มาตรา ๗ ยังได้กำหนดห้ามไม่ให้มีการแก้ไขเงื่อนไขการเข้าร่วมกิจกรรมในระหว่างการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคไปในทางที่ทำให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมเสียเปรียบด้วย

มาตรา ๘ กรณีของรางวัลหรือของแถมมีมูลค่าต่ำกว่า ๔,๕๐๐ ยูโร ซึ่งถือเป็นการส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคขนาดเล็ก จึงไม่ตกอยู่ภายใต้บังคับ มาตรา ๒, ๔.๑ และ

มาตรา ๗ กล่าวคือ ไม่ถูกจำกัดด้วยจำนวนครั้ง หรือมูลค่ารวมของของรางวัลหรือของแถม และไม่จำเป็นต้องจัดให้มีเงื่อนไขในการเข้าร่วมกิจกรรมตามที่มาตรา ๗ กำหนด

มาตรา ๙ กำหนดให้ผู้ที่ต้องการร้องเรียนว่าการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคไม่สอดคล้องกับ Code of Conduct for Promotional Games of Chance อาจส่งข้อร้องเรียนเป็นลายลักษณ์อักษรไปยังผู้ประกอบการธุรกิจที่จัดกิจกรรม และหากกรณีที่มีผู้จัดกิจกรรมร่วมกันหลายคน อาจส่งข้อร้องเรียนไปที่คนใดคนหนึ่งก็ได้ โดยผู้ประกอบการธุรกิจที่จัดกิจกรรมนั้น ต้องตั้งกระบวนการจัดการเรื่องร้องเรียน และเปิดเผยเบอร์โทรศัพท์และที่อยู่ต่อสาธารณะเพื่อให้ส่งคำร้องเรียนได้ โดยหากผู้ร้องเรียนไม่พอใจอาจยื่นคำร้องต่อ The Netherlands Gambling Authority ต่อไปได้ กรณีที่ผู้ร้องเรียนได้ยื่นเรื่องต่อ The Netherlands Gambling Authority โดยไม่ผ่านผู้ประกอบการธุรกิจที่จัดกิจกรรมมาก่อน The Netherlands Gambling Authority อาจส่งเรื่องให้ผู้ประกอบการธุรกิจนั้นจัดการก่อนก็ได้

มาตรา ๑๐ ให้ข้อมูลติดต่อ The Netherlands Gambling Authority เพื่อให้สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับ Code of Conduct for Promotional Games of Chance

มาตรา ๑๑ ระบุว่า Code of Conduct for Promotional Games of Chance มีผลใช้บังคับตั้งแต่วันที่ ๑ มกราคม ค.ศ. ๒๐๑๔ และมาแทนที่ Code of Conduct for Promotional Games of Chance ที่บังคับใช้มาตั้งแต่ ๑ มกราคม ค.ศ. ๒๕๔๙

โดยทั่วไปแล้วการวางกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคของผู้ประกอบการในประเทศเนเธอร์แลนด์ กฎและกติกาในกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคต้องไม่ขัดต่อ Code of Conduct for Promotional Games of Chance ซึ่งเห็นได้ว่าประเทศเนเธอร์แลนด์ได้มีการวางกฎระเบียบเพื่อควบคุมกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคอย่างค่อนข้างเข้มงวด แม้ไม่จำเป็นต้องขอใบอนุญาตจัดการส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคก็ตาม

๕.๓.๒.๓ The Dutch Advertising Code

นอกจากมีการวางหลักเกณฑ์การจัดการส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคเอาไว้ใน Code of Conduct for Promotional Games of Chance แล้ว ยังได้มีการวางหลักเกณฑ์การกำกับดูแลการโฆษณาการเสี่ยงโชคของผู้ประกอบการเอาไว้ใน The Dutch Advertising Code อีกด้วย ซึ่งกฎหมายฉบับนี้มีผลบังคับใช้ ตั้งแต่วันที่ ๑ มกราคม ค.ศ. ๒๐๑๕

ในมาตรา ๗ แห่ง The Dutch Advertising Code ห้ามการโฆษณาที่ไม่สุจริต โดยในส่วนที่เกี่ยวกับการโฆษณาการเสี่ยงโชคนั้น ได้ห้ามการโฆษณาดังตัวอย่างต่อไปนี้^{๒๕๑}

๑. แสดงให้เห็นว่าผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้รางวัลแล้ว หรือจะได้รางวัลหากกระทำการอย่างใดอย่างหนึ่ง ทั้งๆที่ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีเพียง “โอกาส” ที่จะได้รับรางวัลเท่านั้น
๒. โฆษณาว่ามีการจับรางวัลทุกๆหนึ่งชั่วโมง แต่ผู้ที่ได้รับรางวัลในแต่ละชั่วโมงนั้น มาจากการจับรางวัลในเวลาอื่น

^{๒๕๑} Dutch Advertising Code Authority. (2016). *The Dutch Advertising Code*. Retrieved from <https://www.reclamecode.nl/> p. 37. (accessed 8 November 2018).

๓. เสนอให้มีการเข้าร่วมกิจกรรมได้ฟรี แต่ไม่ได้โฆษณาให้ชัดเจนว่า สามารถเข้าร่วมกิจกรรมได้ฟรี โดยมีเงื่อนไขว่า ต้องยินยอมให้ผู้จัดกิจกรรมติดต่อทางโทรศัพท์

๔. ให้ข้อมูลเกี่ยวกับของรางวัลอย่างกำกวม

นอกจากนี้ ยังมีการกำหนดให้การโฆษณาการเสี่ยงโชค ต้องไม่กระตุ้นให้ผู้บริโภคอยากเข้าร่วมกิจกรรมมากเกินไป เช่น อ้างว่าการเข้าร่วมการเสี่ยงโชคจะช่วยแก้ไขปัญหาทางการเงิน หรือปัญหาอื่นๆได้ ในส่วนของผู้เข้าร่วมกิจกรรมที่มีความอ่อนไหว เช่น ผู้เยาว์ หรือผู้ที่มีความเสี่ยงต่อพฤติกรรมติดการพนัน ใน The Dutch Advertising Code ยังห้ามไม่ให้มีการโฆษณาที่พุ่งเป้าไปที่กลุ่มคนเหล่านี้โดยตรง เพื่อไม่ให้มีการถือประโยชน์เอากับกลุ่มคนเหล่านี้ เนื่องจากเป็นกลุ่มคนที่ต้องการการปกป้องดูแลมากกว่าคนปกติ ทั้งนี้เด็กอาจจะยังไม่มีความคิด วิเคราะห์ ตัดสินใจ ถึงผลดี ผลเสียต่อการเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคได้ดีเท่ากับผู้ใหญ่ หรือกลุ่มผู้ที่มีความเสี่ยงต่อพฤติกรรมติดการพนัน จึงอาจถูกกระตุ้นให้กลายมาเป็นผู้เสพติดการเสี่ยงโชคจากการส่งเสริมการขายได้มากกว่าคนปกติ

๕.๓.๒.๔ Game of Chance Tax Act หรือ Wet op de kansspelbelasting

ในประเทศเนเธอร์แลนด์ มีการเก็บภาษีที่ได้จากการเสี่ยงโชค (Gaming tax) ซึ่งรวมถึงการส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชค ในอัตราร้อยละ ๒๙ ซึ่งได้เพิ่มเป็นร้อยละ ๓๐.๑ หลังจากวันที่ ๑ มกราคม ค.ศ. ๒๐๑๘^{๒๕๒} โดยผู้จ่ายอาจเป็นผู้จัดกิจกรรมหรือผู้ได้รับรางวัลก็ได้ เว้นแต่กรณีของรางวัลมีมูลค่าต่ำกว่า ๔๔๙ ยูโร จะไม่มีการเรียกเก็บภาษี

อย่างไรก็ดี ได้มีการเสนอให้ลดการเก็บภาษีสำหรับการเสี่ยงโชคออนไลน์ (online gambling) เป็นร้อยละ ๒๐ ในขณะที่การเสี่ยงโชคแบบอื่นๆยังคงเรียกเก็บภาษีในอัตราเดิม เพื่อกระตุ้นให้มีการขอใบอนุญาตสำหรับการเสี่ยงโชคออนไลน์มากขึ้น^{๒๕๓}

๕.๓.๓ องค์การที่ควบคุมการส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชค

ในประเทศเนเธอร์แลนด์ องค์การที่ทำหน้าที่ควบคุมการส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชค คือ The Netherlands Gambling Authority (NGA) หรือ Kansspelautoriteit (KSA) ซึ่งเป็นหน่วยงานของรัฐ มีวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่จะทำให้การเสี่ยงโชคอยู่สภาพการณ์ที่ปลอดภัย ทำให้นั่นใจว่าการเสนอให้เสี่ยงโชคมีความน่าเชื่อถือ และน่าไว้วางใจ นอกจากนี้ ยังมีหน้าที่ออกใบอนุญาตการจัดการเสี่ยงโชคอีกด้วย^{๒๕๔} NGA ก่อตั้งขึ้น เมื่อวันที่ ๑ เมษายน ค.ศ. ๒๐๑๒ ถือเป็นหน่วยงานอิสระแยกออกจากหน่วยงานของรัฐอื่น (nondepartmental public body: NDPB)^{๒๕๕}

^{๒๕๒} Littler, Katz, & Attorneys, *อ้างแล้ว* เชิงอรรถที่ 27.

^{๒๕๓} Meijburg & Co, Tax Lawyers, *อ้างแล้ว* เชิงอรรถที่ 29.

^{๒๕๔} A study by the Netherlands Gaming Authority has shown: Certain loot boxes contravene gaming laws [Blog Post]. (n.d.). Retrieved from https://kansspelautoriteit.nl/publish/library/6/press_release_loot_boxes_19_april_2018_-_en.pdf p. 2 (accessed 8 November 2018).

^{๒๕๕} *Guide on assessing games of chance: A guide to determine whether a game falls under the supervision of the Netherlands Gaming Authority*, *อ้างแล้ว* เชิงอรรถที่ 2, at 4.

NGA ประกอบไปด้วยหน่วยงานภายใน ๖ แผนก คือ^{๒๕๖}

๑. Communications, International Affairs and Governance Department

๒. Enforcement Department

๓. Facility Management Department

๔. Legal and Development Department

๕. Supervision & Operator Department

๖. Supervision & Consumer Department

ในส่วนของอำนาจหน้าที่นั้น NGA มีหน้าที่หลัก ๓ ประการคือ^{๒๕๗}

๑. ออกกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง

๒. ป้องกันการติดการพนัน การกระทำที่ผิดกฎหมาย และอาชญากรรมที่เกี่ยวข้องกับ

การพนัน

๓. ปกป้องและสร้างความตระหนักรู้ให้กับผู้บริโภค

ส่วนนโยบายทางการเมืองที่เกี่ยวข้องกับการพนันนั้น ถือเป็นหน้าที่ของรัฐมนตรีว่าการกระทรวงยุติธรรมและความมั่นคง (Minister of Justice and Security) ในการกำหนด

โดยทั่วไปแล้วหน้าที่ของ NGA รวมถึงการออกใบอนุญาต การกำกับดูแล และบังคับให้เป็นไปตามข้อกำหนดในพรบ.การเสี่ยงโชค นอกจากนี้ ยังกำหนดให้ NGA ต้องรับผิดชอบในการลดการติดการพนัน และดูแลประโยชน์ของผู้บริโภค และต่อสู้กับการกระทำผิดกฎหมายและอาชญากรรมที่เกี่ยวข้องกับการเสี่ยงโชคอีกด้วย^{๒๕๘}

ซึ่งหน้าที่ของ NGA ในการลดการติดการพนันนั้น ได้ถูกนำมาปฏิบัติโดยแบ่งออกเป็นสองส่วน คือ

๑. การควบคุมให้ผู้ให้บริการตรวจตราผู้เล่นอยู่เสมอ เช่น ผู้ให้บริการต้องเข้าแทรกแซงหากพบว่าผู้เล่นมีพฤติกรรมที่ทำให้เกิดความเสียหาย

๒. เป็นผู้สนับสนุนและประสานงานให้ประเด็นการป้องกันการติดการพนันได้รับความสนใจอยู่เสมอ เช่น นำเสนอ หรือจัดประชุม เพื่อให้ความรู้ในการลดการติดการพนันให้กับผู้ที่เกี่ยวข้อง^{๒๕๙}

ในการกำกับดูแล NGA ทำหน้าที่ควบคุมหากมีการฝ่าฝืนกฎระเบียบ โดยมีสิทธิปรับไม่เกิน ๘๒๐,๐๐๐ ยูโร หรือร้อยละ ๑๐ ของรายได้ต่อปีของผู้ประกอบธุรกิจในปีก่อนหน้าที่จะมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยเสียงชื่อนั้น นอกจากนี้ ยังมีการกำหนดให้ผู้ฝ่าฝืนอาจได้รับโทษจำคุกไม่เกินสองปี หากการฝ่าฝืนนั้นสร้างผลกระทบทางเศรษฐกิจอีกด้วย

^{๒๕๖} De Kansspelautoriteit. (n.d.). The Netherlands Gambling Authority [Blog Post]. Retrieved from <https://kansspelautoriteit.nl/english/> (accessed 8 November 2018).

^{๒๕๗} เพิ่งอ้าง.

^{๒๕๘} Government of the Netherlands, อ้างแล้ว เจริญครั้งที่ 14.

^{๒๕๙} Gaming Authority. (2017). *Annual report 2017 Supervision & enforcement in the framework of the Betting and Gaming Act* Retrieved from https://kansspelautoriteit.nl/publish/library/6/jaarverslag_2017_eng.pdf pp. 27-28. (accessed 16 December 2018).

หากปรากฏว่ามีการเล่นเสี่ยงโชคแบบใหม่เกิดขึ้น NGA จะเป็นผู้ประเมินว่าตนมีหน้าที่ต้องกำกับดูแลการเล่นเสี่ยงโชคแบบใหม่นั้นหรือไม่ เช่น เกมที่มีองค์ประกอบของการทำเพื่อสังคมเข้ามาเกี่ยวข้อง ซึ่งไม่เป็นที่ปรากฏแน่ชัดว่ามีเรื่องของรางวัลหรือของแถมเข้ามาเกี่ยวข้องหรือไม่ แต่ผู้เข้าร่วมกิจกรรมจะได้รับแต้ม (points) ซึ่งไม่สามารถเปลี่ยนเป็นเงินสดได้ แต่สามารถแลกเปลี่ยนเป็นของอย่างอื่นได้ กรณีนี้ NGA ได้สันนิษฐานว่าเกมเพื่อสังคมชนิดนี้ทำให้เสพติดได้ และต้องได้รับการกำกับดูแล^{๒๖๐}

โดยในการประเมินว่าการเล่นเสี่ยงโชคนั้น ถือเป็นการเสี่ยงโชคตามความหมายในมาตรา ๑ แห่ง Betting and Gaming Act หรือไม่ ถือเป็นหน้าที่ของ NGA โดยตรงเช่นกัน ซึ่งจะใช้เกณฑ์ในพิจารณา ๓ ข้อ ดังนี้

๑. ตกอยู่ภายใต้บังคับของ มาตรา ๑ แห่ง Betting and Gaming Act หรือหลักเกณฑ์อื่นหรือไม่

๒. มีรางวัลหรือของแถมเข้ามาเกี่ยวข้องหรือไม่

๓. โอกาสที่ผู้เข้าร่วมกิจกรรมสามารถมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจชนะ

การจำแนกของรางวัล (prize) และของแถม (premium)

ใน Betting and Gaming Act และ Code of Conduct for Promotional Games of Chance ไม่ได้กำหนดคำนิยามของคำว่าของรางวัล และของแถมไว้ ดังนั้น จึงเป็นหน้าที่ของ NGA ที่ต้องตีความความหมายของรางวัล และของแถม ซึ่งได้กำหนดกรอบเอาไว้ดังนี้

รางวัล เป็นสิ่งที่ได้รับมาจากการแข่งขัน (game) ที่มีมูลค่าทางเศรษฐกิจ โดยทั่วไปแล้วรางวัลในความหมายแบบดั้งเดิม อาจเป็นเงินหรือของรางวัลอย่างอื่นที่คล้ายกัน อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันมีการให้รางวัลที่แตกต่างจากของรางวัลแบบดั้งเดิม ที่ต้องอาศัยการตีความว่าเข้าข่ายการให้รางวัลตามพระราชบัญญัติการเสี่ยงโชคหรือไม่^{๒๖๑} จึงถือเป็นหน้าที่ของ NGA ที่ต้องเป็นผู้ควบคุมให้เป็นไปโดยเรียบร้อย

โดยสรุปแล้ว จะเห็นได้ว่า กฎหมายควบคุมเรื่องการเสี่ยงโชคในประเทศเนเธอร์แลนด์แม้จะมีการวางหลักเกณฑ์ไว้อย่างชัดเจนและเข้มงวดเอาไว้ใน Code of Conduct for Promotional Games of Chance ตามที่ได้กล่าวมาแล้วในส่วนที่ ๒ กฎหมายและกฎระเบียบเกี่ยวกับการส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชค แต่อย่างไรก็ดี ในบางเรื่องก็มีความยืดหยุ่น เช่น ความหมายของรางวัลและของแถม ที่ไม่มีการกำหนดคำนิยามไว้ แต่มอบให้เป็นหน้าที่หน่วยงานที่มีหน้าที่ควบคุม เป็นผู้วางแผนทางและพิจารณา หรือการตีความกิจกรรมที่ตกอยู่ภายใต้ความหมายของการเสี่ยงโชค ที่ต้องอาศัยการพิจารณาและประเมินเป็นรายกรณีไป กฎหมายเพียงกำหนดหลักไว้อย่างกว้างๆ และเปิดโอกาสให้มีการตีความให้เหมาะสมกับเจตนารมณ์ของกฎหมายได้ ซึ่งตัวอย่างหน่วยงานที่มีหน้าที่ในการปรับใช้กฎหมายให้เหมาะสมและเข้ากับสถานการณ์ก็คือ NGA ที่ต้องพิจารณาและให้ความเห็นว่าการกิจกรรมที่เกิดขึ้นใหม่นั้นเข้าข่ายเป็นการเสี่ยงโชคที่ต้องมีการกำกับดูแลหรือไม่

^{๒๖๐} Guide on assessing games of chance: A guide to determine whether a game falls under the supervision of the Netherlands Gaming Authority, อ้างแล้ว เจริญธรรมที่ 26, at 4.

^{๒๖๑} Guide on assessing games of chance: A guide to determine whether a game falls under the supervision of the Netherlands Gaming Authority, อ้างแล้ว เจริญธรรมที่ 26, at 10, 12.

๕.๓.๔ กรณีศึกษา

NGA เป็นผู้มีหน้าที่โดยตรงในการควบคุมดูแลส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชค และได้จัดให้มีการรวบรวมคดีเกี่ยวกับการเสี่ยงโชคที่มีการลงโทษโดยหน่วยงานกำกับดูแล ตามตารางที่แสดงด้านล่าง

ตารางที่ ๑๕ จำนวนคดีเกี่ยวกับการเสี่ยงโชคที่มีการบังคับลงโทษโดย NGA ตั้งแต่ปี ค.ศ. ๒๐๑๔ ถึง ค.ศ. ๒๐๑๗^{๒๖๒}

Sanctions	2014	2015	2016	2017
Total number of sanctions imposed	10	19	27	41
Of which, by type of sanction:				
- Administrative fine	8	7	1	8
- Order subject to periodic penalty payments	1	2	10	15
- Administrative enforcement order	0	8	16	9
- Notification under Section 5:50(2)(a) of the General Administrative Law Act (Awb)	1	2	0	9
Of which, by game of chance:				
- online	3	3	0	30
- betting terminals	3	7	7	0*
- lottery	2	0	2	1
- bingo	1	0	0	0
- gaming machines	1	8	18	10
- other	0	1	0	0
Total value of the fines in €	821,500	529,000	373,750	1,007,000
Number of executed administrative enforcement orders				0
Number of forfeited orders subject to periodic penalty payments				4

* Sanctions are imposed in principle via municipal authorities.

ตารางข้างต้น ได้แสดงให้เห็นถึงจำนวนคดีเกี่ยวกับการเสี่ยงโชคที่มีการบังคับลงโทษโดย NGA ตั้งแต่ปี ค.ศ. ๒๐๑๔ ถึง ค.ศ. ๒๐๑๗ ซึ่งตามสถิติเห็นได้ชัดว่ามีกรณีที่ถูกบังคับลงโทษเพิ่มมากขึ้นทุกปี ซึ่งการลงโทษผู้กระทำความผิดกฎหมายนั้น มีตั้งแต่ ๑) ค่าปรับทางปกครอง (administrative fine) ๒) ลงโทษให้ชำระเงินตามที่กำหนด (periodic penalty payments) ๓) คำสั่งบังคับทางปกครอง (administrative enforcement order) และ ๔) คำเตือน (notification)

ในปี ค.ศ. ๒๐๑๗ NGA ได้รับการติดต่อเพื่อรายงานหรือร้องเรียนกว่า ๒,๐๙๖ ครั้ง ประกอบด้วยข้อร้องเรียนเกี่ยวกับสลากกินแบ่ง, การพนันแข่งม้า, บ่อนการพนัน, และผู้ให้บริการเครื่องหยอดเหรียญสำหรับเล่นการพนัน เป็นจำนวน ๓๙ ครั้ง เป็นรายงานเรื่องการทำความผิดกฎหมายการหลอกลวง ๒๘๘ ครั้ง อย่างไรก็ตาม มีข้อร้องเรียนเกี่ยวกับการส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคเพียง

^{๒๖๒} Gaming Authority, อ้างแล้ว เชมอร์ที่ 26.

แค่หนึ่งครั้งเท่านั้น นอกจากนั้นเป็นข้อซักถามเกี่ยวกับการพนันออนไลน์, สลากกินแบ่ง, เครื่องหยอดเหรียญสำหรับเล่นการพนัน, และคำถามทั่วไป ตามที่แสดงในตารางด้านล่าง

ตารางที่ ๑๖ สถิติข้อร้องเรียนและคำถาม ตั้งแต่ปี ค.ศ. ๒๐๑๔-๒๐๑๗^{๒๖๓}

Subject of contact	2014	2015	2016	2017
Complaints about lotteries, horse betting, Holland Casino and slot machine operators	54	34	35	39
Complaints about promotional games	5	4	1	1
Reports of illegal, fraud and other acts of deception	572	376	273	218
Questions about online gambling	129	136	115	75
Questions about lotteries and slot machines	841	688	651	672
Questions about promotional games	60	159	164	195
General questions	649	759	963	896

ดังนั้น เมื่อพิจารณาจากสถิติของจำนวนเรื่องที่ได้รับการร้องเรียน และการบังคับลงโทษจากรายงานประจำปี ค.ศ. ๒๐๑๗ ของ NGA แล้ว จะเห็นได้ว่า มีการร้องเรียนเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคน้อยมากเพียงแค่ ๑ คดี ในปี ค.ศ. ๒๐๑๗ และไม่ปรากฏว่ามีการลงโทษจากกรณีการส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคเลยในปีเดียวกัน จึงแสดงให้เห็นว่าเรื่องการส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคในประเทศเนเธอร์แลนด์มีการควบคุมเป็นอย่างดี และไม่เกิดกรณีปัญหาที่สร้างผลกระทบให้กับสังคมมากนัก ซึ่งตรงตามเจตนารมณ์ที่ได้กำหนดไว้ใน Code of Conduct for Promotional Games of Chance ที่ต้องการลดการติดการพนันเสี่ยงโชค และคุ้มครองผู้บริโภค โดยลดความเสี่ยงในการสูญเสียเงินเพื่อซื้อสินค้าหรือบริการเพื่อการเสี่ยงโชค^{๒๖๔}

๕.๔ ประเทศนิวซีแลนด์

๕.๔.๑ สภาพทั่วไปเกี่ยวกับการพนันและการส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคในประเทศนิวซีแลนด์

การส่งเสริมการขายโดยจัดกิจกรรมให้มีการชิงรางวัลด้วยการเสี่ยงโชคเป็นวิธีการในการส่งเสริมการขายสินค้าและกระตุ้นยอดขายที่เป็นที่ยอมรับโดยทั่วไป ประเทศนิวซีแลนด์เป็นประเทศหนึ่งที่ยอมรับให้มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายในลักษณะดังกล่าวได้ แต่ต้องเป็นไปตามกฎเกณฑ์และเงื่อนไขที่กฎหมายกำหนดไว้ โดยกฎหมายหลักที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคในประเทศนิวซีแลนด์ ได้แก่ กฎหมาย Gambling Act ๒๐๐๓ ซึ่งมี Department of

^{๒๖๓} Gaming Authority, อ้างแล้ว เชิงบรรณที่ 26.

^{๒๖๔} Notes accompanying, อ้างแล้ว เชิงบรรณที่ 4.

Internal Affairs เป็นหน่วยงานหลักที่มีอำนาจในการบังคับใช้กฎหมาย และกฎหมาย Fair Trade Act ๑๙๘๖ ซึ่งมีกระทรวง Ministry of Consumer Affairs เป็นหน่วยงานที่มีอำนาจบังคับใช้กฎหมาย

๕.๔.๒ กฎหมายและกฎระเบียบเกี่ยวกับการส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชค

แนวทางในการกำกับดูแลการส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคของประเทศนิวซีแลนด์นั้น ในเบื้องต้นต้องพิจารณาว่า กิจกรรมหรือโครงการส่งเสริมการขายนั้นมีลักษณะที่ต้องจ่ายค่าตอบแทนหรือค่าใช้จ่ายอื่นใดหรือไม่ (consideration) มีการอาศัยโชคหรือดวงหรือไม่ (chance) และมีการให้รางวัลหรือไม่ (prize) ซึ่งหากครบองค์ประกอบดังกล่าว การกระทำนั้นจะเข้าข่ายการส่งเสริมการขายที่อยู่ภายใต้การควบคุมตามกฎหมาย the Gambling Act ๒๐๐๓ แต่หากไม่มีการจ่ายค่าตอบแทนหรือไม่มีการเสี่ยงโชคแต่อาศัยทักษะเพื่อได้รับรางวัล เช่นนี้กิจกรรมนั้นจะอยู่ภายใต้การกำกับดูแลโดยกฎหมาย Fair Trade Act ๑๙๘๖

๕.๔.๒.๑ The Gambling Act ๒๐๐๓

กฎหมาย the Gambling Act ๒๐๐๓ เป็นกฎหมายในการกำกับดูแลการพนันทุกประเภทแทนที่กฎหมาย Gaming and Lotteries Act ๑๙๗๗ และกฎหมาย Casino Control Act ๑๙๙๐^{๒๖๕}

๑. วัตถุประสงค์ของ the Gambling Act ๒๐๐๓

วัตถุประสงค์ของกฎหมายว่าด้วยการพนัน ค.ศ. ๒๐๐๓ คือ^{๒๖๖}

- ก. ควบคุมการเพิ่มขึ้นของการเล่นพนัน และ
- ข. ป้องกันและลดอันตรายที่เกิดจากการเล่นพนัน รวมทั้งปัญหาที่อาจเกิดขึ้นจากการเล่นพนัน และ
- ค. ให้อนุญาตการเล่นพนันบางประเภทและกำหนดข้อห้ามในการเล่นพนันอื่นๆ และ
- ง. อำนวยความสะดวกในการเล่นพนันอย่างมีความรับผิดชอบ และ
- จ. รับรองให้เกิดความซื่อตรงและยุติธรรมของเกม และ
- ฉ. จำกัดโอกาสในการกระทำความผิดหรือไม่สุจริตของการเล่นพนันและการจัดการพนัน และ
- ช. รับรองว่าเงินจากการเล่นพนันจะเป็นประโยชน์ต่อสังคม และ
- ซ. อำนวยความสะดวกในการมีส่วนร่วมของชุมชนในการตัดสินใจเกี่ยวกับบทบัญญัติที่เกี่ยวข้องกับการเล่นพนัน

^{๒๖๕} Department of Internal Affairs. (2013). Gambling Fact Sheet #1 Gambling Regulation in New Zealand. Retrieved from [https://www.dia.govt.nz/diawebsite.nsf/Files/GamblingFactSheets-Feb2013/\\$file/FactSheet1-Feb2013.pdf](https://www.dia.govt.nz/diawebsite.nsf/Files/GamblingFactSheets-Feb2013/$file/FactSheet1-Feb2013.pdf) p. 1 (accessed 22 September 2018).

^{๒๖๖} Section 3 of the Gambling Act 2003

๒. ความหมายของการส่งเสริมการขาย (sales promotion) ที่อยู่ภายใต้การควบคุมของกฎหมาย Gambling Act ๒๐๐๓

กฎหมายว่าด้วยการพนัน ค.ศ. ๒๐๐๓ ได้ให้นิยามของการพนันและการส่งเสริมการขาย (sales promotion) ดังนี้ การพนัน หมายถึง (ก) การจ่ายเงินหรือการวางเดิมพันไม่ว่าโดยทางตรงหรือทางอ้อมในผลลัพธ์ของบางสิ่งบางอย่างเพื่อให้ได้รับเงินรางวัลบนการเสี่ยงโชค (chance) ไม่ว่าทั้งหมดหรือบางส่วน และหมายความรวมถึง (ข) กิจกรรมส่งเสริมการขาย (sales promotion scheme) (ค) บริษัทรับบแทงพนัน (bookmaking) (ง) รวมถึงการขึ้นต่อ การจ่ายเงิน หรือการเดิมพันเกี่ยวกับผลการแข่งขันกีฬา แต่ (จ) ไม่รวมถึงการกระทำ พหุติกรรม หรือการทำความผิดอื่นที่ประกาศว่าไม่เป็นการเล่นพนันตามที่กฎหมายกำหนดไว้^{๒๖๗} ดังนั้น การส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคในประเทศนิวซีแลนด์จึงถือว่าเป็นการพนันอย่างหนึ่ง

๓. เงื่อนไขของการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย

การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย (sales promotion scheme) หมายถึง การพนันที่ไม่เกี่ยวข้องกับเครื่องเกม (gaming machine) หรือไม่เป็นการพนันต้องห้ามตามกฎหมาย (prohibited gambling) หรือไม่เป็นการพนันที่ถูกควบคุมตามกฎหมาย (restricted gambling) ภายใต้ Section ๑๗ ที่จัดขึ้นโดยผู้สร้างสรรค์ (creator) ผู้เผยแพร่ (distributor) หรือผู้ขายสินค้าหรือบริการเพื่อส่งเสริมการขายสินค้าและบริการเหล่านั้น การส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคจึงสามารถทำได้โดยไม่ต้องขออนุญาต^{๒๖๘} โดยมีเงื่อนไขว่า ^{๒๖๙}

๑. การเข้าร่วมกิจกรรม ผู้เข้าร่วมกิจกรรมต้องซื้อสินค้าหรือบริการที่ได้รับการส่งเสริมการขายในราคาที่ไม่เกินกว่าราคาขายปลีกตามปกติ และ

๒. กำหนดวันหรือมีกำหนดระยะเวลาที่แน่นอนชัดเจนในการออกรางวัลและแสดงให้เห็นให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมทราบชัดเจน ณ เวลา และ สถานที่ที่มีการซื้อขายนั้น และ

๓. ผู้ชิงรางวัลต้องไม่เสียค่าใช้จ่ายไม่ว่าทางตรงหรือทางอ้อมที่นอกเหนือจากการซื้อสินค้าและบริการที่ได้รับการส่งเสริม ยกเว้นค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากการเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการขายในอัตรามาตรฐาน (standard rate) เช่น ค่าใช้จ่ายในการส่งไปรษณีย์ในอัตรามาตรฐาน หรือส่งข้อความทางโทรศัพท์ในราคามาตรฐาน และ

๔. การชนะรางวัล ต้องมาจากการเสี่ยงโชคหรือโดยการสุ่มทั้งหมด หรือมาจากการเสี่ยงโชคบางส่วน (ไม่ว่าการเสี่ยงโชคจะเป็นปัจจัยหลักหรือปัจจัยเสริม) ร่วมกับการใช้ความรู้หรือทักษะบางส่วนประกอบกัน

ทั้งนี้ อัตรามาตรฐาน (standard rate) หมายถึง อัตราที่ผู้ให้บริการโทรคมนาคมหรือผู้ให้บริการรายอื่นที่ไม่เกี่ยวข้องกับโครงการส่งเสริมการขายนั้นเป็นผู้กำหนดทั้งหมด และเป็นค่าใช้จ่ายในการสื่อสารที่เกิดขึ้นเพื่อการเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการขาย^{๒๗๐}

^{๒๖๗} Section 4 of the Gambling Act 2003

^{๒๖๘} Internal Affairs. (2013). Gambling Fact Sheet #9 Sales Promotion Schemes. Retrieved from [https://www.dia.govt.nz/diawebsite.nsf/Files/GamblingFactSheets-Feb2013/\\$file/FactSheet9-Feb2013.pdf](https://www.dia.govt.nz/diawebsite.nsf/Files/GamblingFactSheets-Feb2013/$file/FactSheet9-Feb2013.pdf) (accessed 1 August 2018).

^{๒๖๙} Section 4 of the Gambling Act 2003

^{๒๗๐} Section 4 (2A) of the Gambling Act 2003

จึงสรุปได้ว่า การส่งเสริมการขาย หมายถึง โครงการ แผนการ หรือ กิจกรรมที่จัดขึ้นเพื่อส่งเสริมการขายสินค้าและบริการ โดยผู้เข้าร่วมชิงรางวัลไม่ต้องจ่ายค่าใช้จ่ายใดๆ เพิ่มเติมจากราคาสินค้าและบริการในอัตราปกติ ทั้งนี้ การถูกรางวัลจะอาศัยวิธีการเสี่ยงโชคทั้งหมด หรืออาจเป็นการเสี่ยงโชคประกอบกับการใช้ความรู้หรือทักษะประกอบกันก็ได้ อย่างไรก็ตาม ค่าใช้จ่ายในการเข้าร่วมกิจกรรมผ่านทาง การสื่อสารที่เรียกเก็บจากผู้ให้บริการโทรคมนาคมที่ไม่ เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการขายนั้น ไม่ถือเป็นค่าใช้จ่ายในการเข้าร่วมการเสี่ยงโชค และที่สำคัญผู้จัด กิจกรรมส่งเสริมการขายต้องกำหนดวันหรือกำหนดระยะเวลาที่แน่นอนชัดเจนว่าจะมีการออกรางวัล เมื่อใดและต้องมีการแสดงหรือประกาศให้ผู้เข้าร่วมชิงรางวัลทราบอย่างชัดเจนในเวลาและสถานที่ ขายสินค้าและบริการที่จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายนั้น หากกิจกรรมนั้นมีเงื่อนไขไม่เป็นไปตาม หลักเกณฑ์ที่กำหนดไว้ในกฎหมาย the Gambling Act ๒๐๐๓ อาจส่งผลให้กิจกรรมส่งเสริมการขาย นั้นกลายเป็นการพนันผิดกฎหมายหรืออาจเป็นการพนันที่ต้องขอใบอนุญาต นอกจากนี้ โครงการหรือ กิจกรรมที่มีลักษณะเป็นการส่งเสริมให้ประชาชนบริจาคหรือมอบสิ่งของบริจาค ไม่ถือเป็น การส่งเสริมการขายเพราะการบริจาคหรือมอบสิ่งของไม่ใช่การซื้อสินค้าหรือบริการ^{๒๗๑}

๔. การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคผ่านระบบสื่อสาร ระยะไกล

การเสี่ยงโชคผ่านระบบสื่อสารระยะไกล หมายถึง การพนันที่จัดขึ้นโดย บุคคลที่อยู่ห่างโดยระยะทางผ่านการใช้อุปกรณ์ในการสื่อสาร ทั้งนี้ การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย ผ่านระบบสื่อสารระยะไกลจะสามารถทำได้ต่อเมื่อเป็นการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายในรูปแบบของ การจับรางวัล (lottery) และกระทำขึ้นภายในประเทศนิวซีแลนด์เท่านั้น^{๒๗๒}

การจัดกิจกรรมในลักษณะของการจับรางวัล (lottery) ภายใต้ กฎหมาย the Gambling Act ๒๐๐๓ คือ วิธีการหรือเครื่องมือที่มีผู้เข้าร่วมหลายคน โดยการแจก จ่ายเงินรางวัลจะกระทำโดยการจับสลากภายหลังจากที่ผู้เข้าร่วมกิจกรรมทุกคนได้เข้าร่วมกิจกรรม และรวมถึงการจับแจกรางวัลจำนวนมาก (lotto) การจับสลากรางวัล (raffle) และการชิงโชค (sweepstakes)^{๒๗๓}

ดังนั้น การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายผ่านระบบสื่อสารระยะไกลใน รูปแบบของเปิดปุ๊บรับปั๊บ (instant winning) จะไม่สามารถกระทำได้ แต่หากเป็นกรณีของการจัด กิจกรรมส่งเสริมการขายตามปกติที่ไม่ได้จัดผ่านระบบสื่อสารระยะไกลสามารถใช้วิธีเปิดปุ๊บรับปั๊บและ แข่งขันชิงรางวัลได้ไม่ถือว่าเป็นการพนันผิดกฎหมาย^{๒๗๔}

เหตุที่กฎหมายกำหนดให้การส่งเสริมการขายผ่านระบบสื่อสาร ระยะไกลที่อนุญาตให้ทำได้ต้องเป็นกิจกรรมที่ต้องจัดขึ้นภายในประเทศนิวซีแลนด์เท่านั้น เพราะ

^{๒๗๑} Jarrod, T. (2017). *Gambling Law*. Wellington: Thomson Reuters. p. 56..

^{๒๗๒} Section 4 of the Gambling Act 2003

^{๒๗๓} เพิ่งอ้าง.

^{๒๗๔} Jarrod, อ้างแล้ว เจริญธรรมที่ 13, at 56.

ต้องการคุ้มครองผู้บริโภคจากการจัดการเสี่ยงโชคที่ไม่เหมาะสมที่จัดขึ้นภายนอกประเทศและอยู่นอกเหนือขอบอำนาจของกฎหมายและการจัดการของตำรวจของประเทศนิวซีแลนด์^{๒๗๕}

๕. ของรางวัล

ผู้ว่าราชการมีอำนาจในออกประกาศคำสั่งกำหนดข้อห้ามหรือข้อจำกัดในการให้รางวัลในการเล่นการพนันเพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของกฎหมาย the Gambling Act ๒๐๐๓ ได้ โดยข้อกำหนดดังกล่าวอาจห้ามหรือจำกัดมิให้นำเอาทรัพย์สิน (รวมทั้งสิทธิต่างๆ ในทรัพย์สินนั้น) หรือบริการใด มาใช้เป็นของรางวัลในการจัดการพนัน และในบางกรณีสามารถออกคำสั่งกำหนดปริมาณหรือมูลค่าของทรัพย์สินหรือบริการที่จะถูกนำมาใช้เป็นของรางวัลได้ ทั้งนี้ คำสั่งดังกล่าวอาจใช้ได้กับการพนันทั่วไป หรือจำกัดเฉพาะการเล่นเกมบางอย่าง หรือลักษณะประเภท หรือรูปแบบของการพนันบางอย่างได้ ทั้งนี้ การให้รางวัลที่ฝ่าฝืนคำสั่งนี้ ถือว่าเป็นการพนันที่ผิดกฎหมาย^{๒๗๖}

กฎหมาย the Gambling Act ๒๐๐๓ Section ๑๗ ห้ามมิให้มีการให้รางวัลเป็นทรัพย์สินต้องห้ามตามที่ระบุไว้ในกฎระเบียบ the Gambling (Prohibited Property) Regulations ๒๐๐๕ ซึ่งได้แก่ทรัพย์สิน ดังต่อไปนี้

๑. อาวุธปืน ระเบิด รวมทั้งเครื่องกระสุน อาวุธต้องห้าม หรือปืนอัดลม ตามความหมายของกฎหมาย the Arms Act ๑๙๘๓

๒. เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ตามความหมายของกฎหมาย the Sale and Supply of Alcohol Act ๒๐๑๒

๓. ผลิตภัณฑ์ยาสูบ ตามความหมายของ the Smoke-free Environments Act ๑๙๙๐

๔. taonga tūturu ตามความหมายของ the Protected Objects Act ๑๙๗๕ (วัตถุที่มีอายุมากกว่า ๕๐ ปีที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมของชาวเมารี ประวัติศาสตร์ หรือสังคม และวัตถุที่ผลิต ดัดแปลง ใช้ หรือนำเข้ามาในประเทศนิวซีแลนด์โดยชนเผ่าเมารี)

๕. บัตรกำนัลหรือสิทธิในการใช้บริการทางเพศในเชิงพาณิชย์ ตามความหมายของกฎหมาย the Prostitution Reform Act ๒๐๐๓ และบัตรกำนัลหรือสิทธิใดๆ ที่เกี่ยวข้องกับทรัพย์สินที่ระบุไว้ข้างต้น ๑ - ๔

นอกจากนี้ ผู้จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายยังสามารถให้รางวัลเป็นสินค้ามือสองหรือที่ดินที่มีใช้ที่อยู่อาศัย (non-residential land) ได้ แต่ต้องระบุไว้ในกติกาการเข้าร่วมกิจกรรมให้ชัดเจน^{๒๗๗}

^{๒๗๕} Strachan, D. (2016). *The Regulation of Promotional Competitions in New Zealand and South Africa: A Comparative Appraisal*. New Zealand: Business Law Quarterly. p. 216.

^{๒๗๖} Section 17 of the Gambling Act 2003

^{๒๗๗} Internal Affairs, อ้างแล้ว เจริญธรรมที่ 17.

๖. ระยะเวลาในการจัดกิจกรรม

กฎหมายไม่ได้กำหนดระยะเวลาในการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายไว้ แต่บัญญัติไว้เพียงว่าการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคนั้นต้องมีกำหนดระยะเวลาที่แน่นอนและต้องระบุให้ชัดเจนในกฎกติกา^{๒๗๘}

๗. บทกำหนดโทษ

๑. การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคด้วยวิธีการที่ไม่เป็นไปตามที่ the Gambling Act ๒๐๐๓ กำหนดไว้ ถือเป็นการพนันผิดกฎหมาย หากบุคคลธรรมดาเป็นผู้จัดกิจกรรมมีระวางโทษจำคุกไม่เกิน ๑ ปี หรือปรับไม่เกิน ๒๐,๐๐๐ ดอลลาร์นิวซีแลนด์ หากเป็นนิติบุคคลจะมีโทษปรับไม่เกิน ๕๐,๐๐๐ ดอลลาร์นิวซีแลนด์^{๒๗๙}

๒. การโฆษณาการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคที่เป็น การพนันผิดกฎหมาย หากบุคคลธรรมดาเป็นผู้จัดกิจกรรมมีระวางโทษจำคุกไม่เกิน ๑ ปี หรือปรับไม่เกิน ๒๐,๐๐๐ ดอลลาร์นิวซีแลนด์ หากเป็นนิติบุคคลจะมีโทษปรับไม่เกิน ๕๐,๐๐๐ ดอลลาร์นิวซีแลนด์^{๒๘๐}

๕.๔.๒.๒ The Fair Trading Act ๑๙๘๖

กฎหมาย the Fair Trading Act ๑๙๘๖ เป็นกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมให้มีการแข่งขันที่เป็นธรรมในทางธุรกิจและคุ้มครองผู้บริโภคจากการกระทำที่ก่อให้เกิดความสับสนหรือหลอกลวงและการปฏิบัติทางการค้าที่ไม่เป็นธรรม กฎหมายบังคับใช้กับการประกอบธุรกิจการค้าทุกประเภท รวมทั้งกิจกรรมต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการค้า ผู้ประกอบการ หรือการจัดหาหรือซื้อขายสินค้าและบริการ และรวมไปถึงการทำธุรกิจในต่างประเทศที่จัดหาสินค้าหรือบริการหรือการให้สิทธิประโยชน์ในที่ดินภายในประเทศนิวซีแลนด์

๑. วัตถุประสงค์ของกฎหมายว่าด้วยการค้าที่เป็นธรรม ค.ศ. ๑๙๘๖

กฎหมาย the Fair Trading Act ๑๙๘๖ ได้กำหนดวัตถุประสงค์ของกฎหมายเอาไว้ใน Section ๑A ว่า เพื่อสร้างสภาพแวดล้อมทางการค้าที่ซึ่ง ๑. ปกป้องผลประโยชน์ของผู้บริโภค และ ๒. ธุรกิจแข่งขันกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ และ ๓. ผู้บริโภคและธุรกิจต่างมีส่วนร่วมได้อย่างมั่นใจ^{๒๘๑} ด้วยเหตุนี้ กฎหมายฉบับนี้จึงมีข้อกำหนด^{๒๘๒}

ก. ห้ามกระทำการและปฏิบัติทางการค้าในลักษณะที่ไม่เป็นธรรม

ข. ส่งเสริมการกระทำและการปฏิบัติทางการค้าที่เป็นธรรม และ

ค. จัดให้มีการเปิดเผยข้อมูลแก่ผู้บริโภคเกี่ยวข้องกับการจัดหา

สินค้าและบริการ และ

ง. ส่งเสริมให้มีความปลอดภัยในสินค้าและบริการ

^{๒๗๘} เพื่่อ้าง.

^{๒๗๙} Section 19 (3) the Gambling Act 2003

^{๒๘๐} Section 19 (3) the Gambling Act 2003

^{๒๘๑} Section 1A (1) of the Fair Trading Act 1986

^{๒๘๒} Section 1A (1) of the Fair Trading Act 1986

๒. การส่งเสริมการขาย (sales promotion) ที่อยู่ภายใต้การควบคุมของกฎหมาย the Fair Trading Act ๑๙๘๖

มาตรา ๑๒A (๔) (b) (iii) กำหนดว่า การส่งเสริม (promotion) โดยวิธีการใดๆ ในการจัดหาหรือใช้สินค้าหรือบริการ หรือการขายหรือการให้ผลประโยชน์ในที่ดินถือเป็นการแสดงข้อมูล (representation) ที่อยู่ภายใต้การควบคุมตามกฎหมายฉบับนี้^{๒๘๓} ทั้งนี้ การแสดงข้อมูล (representation) คือ การกระทำใดๆ ก็ตามที่กล่าวถึงสินค้าหรือบริการ ไม่ว่าจะเป็นทางวาจาหรือลายลักษณ์อักษร ซึ่งการแสดงข้อมูลอาจแสดงถึงรูปภาพที่น่าประทับใจ การโฆษณา การส่งเสริมการขายหรือการเสนอขาย หรือการไม่กล่าวถึงหรือละทิ้งข้อมูลที่สำคัญ ทั้งนี้ การแสดงข้อมูลหมายถึง รวมถึง การโฆษณาทางโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ การโฆษณาในรูปแบบต่างๆ โบรชัวร์และแผ่นพับ จุดแสดงสินค้าหรือจุดขาย การทิ้งข้อความ เป็นต้น^{๒๘๔} และรวมไปถึงการโฆษณาที่มีลักษณะส่งเสริมให้มีการจัดหาสินค้าหรือบริการ หรือการขายสินค้า หรือการให้สิทธิประโยชน์ในที่ดินด้วย^{๒๘๕}

๓. การควบคุมการส่งเสริมการขายที่อยู่ภายใต้การควบคุมของกฎหมาย the Fair Trading Act ๑๙๘๖

Section ๑๓ ได้ห้ามการแสดงผลข้อมูลที่ก่อให้เกิดหลงผิดหรือข้อมูลที่ไม่ถูกต้อง โดยห้ามบุคคลกระทำการส่งเสริมการขายในลักษณะใดก็ตามด้วยการจัดหาหรือให้ใช้สินค้าและบริการที่ทำให้เกิดการสับสนหลงผิดในข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการทั้งทางด้าน คุณสมบัติ จำนวน ปริมาณ วิธีการผลิต ประโยชน์ การได้รับการรับรอง ราคา ผลลัพธ์ในการใช้ การรับประกันต่างๆ ที่เกี่ยวกับสินค้าและบริการ^{๒๘๖} ดังนั้น การส่งเสริมการขายไม่ว่าจะเป็นในรูปแบบใดก็ตามจะต้องแจ้งให้กับผู้เข้าร่วมกิจกรรมทราบตั้งแต่แรกและต้องไม่เสนอรางวัลที่ไม่มีการแจกจริงจนทำให้ประชาชนหลงเชื่อจึงซื้อสินค้าและบริการนั้น

Section ๑๗ ห้ามบุคคลเสนอของแถม รางวัล หรือให้เปล่าซึ่งสิ่งของต่างๆ ที่จะไม่มีการแจกรางวัลตามที่เสนอไว้จริงหรือไม่เป็นไปตามที่ได้เสนอไว้ในกาส่งเสริมการขายไม่ว่าด้วยวิธีการใดๆ ก็ตาม^{๒๘๗}

Section ๒๗ กำหนดให้ต้องมีการเปิดเผยข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับกาส่งเสริมการขายอย่างครบถ้วนให้กับผู้บริโภคทราบ^{๒๘๘}

ดังนั้น หากมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายและมีการเสนอให้ของรางวัล จะต้องกำหนดกติกาการเข้าร่วมและรายละเอียดของรางวัลไว้ให้ชัดเจนและต้องไม่ทำให้ประชาชนเข้าใจผิดเกี่ยวกับของรางวัลที่จะได้รับหรือโอกาสในการชนะรางวัล และต้องไม่เสนอรางวัลที่ไม่ได้จัดให้จริง ที่สำคัญต้องไม่บิดเบือนการให้รางวัลโดยการรวมราคาของรางวัลเข้าไว้ในราคาสินค้าและบริการที่โฆษณาจัดรายการอยู่ ตัวอย่างเช่น บริษัทแห่งหนึ่งได้จัดรายการส่งเสริมการขายทางโทรทัศน์โดยใช้ชื่อว่า “Money and the Coupon Summer Bonus Draw” ซึ่งระบุว่า เมื่อผู้บริโภค

^{๒๘๓} Section 12A (4) (b) (iii) of the Fair Trading Act 1986

^{๒๘๔} Section 12A (4) (b) (iii) of the Fair Trading Act 1986

^{๒๘๕} Section 2 (1) of the Fair Trading Act 1986

^{๒๘๖} Section 13 of the Fair Trading Act 1986

^{๒๘๗} Section 17 of the Fair Trading Act 1986

^{๒๘๘} Section 27 of the Fair Trading Act 1986

ซื้อสินค้าในช่วงเวลาที่กำหนดไว้จะได้เข้าร่วมการจับรางวัลใหญ่มูลค่า ๑,๕๐๐,๐๐๐ ดอลลาร์นิวซีแลนด์ โดยบริษัทตั้งใจจะจัดเป็นรางวัลสองชั้น โดยให้ผู้ซื้อทุกคนมีสิทธิถูกจับรางวัลในรอบแรก ผู้ที่ชนะในรอบแรกจะถูกนำไปจับรางวัลในรอบสอง ซึ่งในรอบสองนั้นจะมีรางวัลแบ่งเป็น 100 รางวัล มีรางวัลใหญ่เป็นเงินสด ๑,๐๐๐,๐๐๐ ดอลลาร์นิวซีแลนด์และคู่มือมูลค่า ๕๐๐,๐๐๐ ดอลลาร์นิวซีแลนด์ ที่เหลืออีก ๙๙ รางวัลเป็นเช็คเงินสดมูลค่า ๑๐,๐๐๐ ดอลลาร์นิวซีแลนด์ ผลของวิธีการดังกล่าวผู้ชนะรางวัลในรอบแรกจะมีโอกาสเพียงร้อยละ ๑ ที่จะได้รับรางวัลตามที่ได้โฆษณาไว้ บริษัทดังกล่าวถือว่ากระทำความผิดกฎหมาย the Fair Trading Act^{๒๘๙} เพราะอาจทำให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมเข้าใจผิดเกี่ยวกับโอกาสในการชนะรางวัล และอาจมีผลทำเท่ากับไม่ได้รางวัลตามที่ได้เสนอไว้

๕.๔.๒.๓ Code for Advertising Gaming and Gambling (Gambling Code)

แนวปฏิบัติสำหรับการโฆษณาเป็นแนวทางสำหรับการทำโฆษณาที่ถูกพัฒนาขึ้นโดยคณะกรรมการกำหนดมาตรฐานการโฆษณาร่วมกับภาคอุตสาหกรรมและภาครัฐ

๑. วัตถุประสงค์ของแนวปฏิบัติสำหรับการโฆษณาเกี่ยวกับการเล่นเกมและการพนัน

แนวปฏิบัติสำหรับการโฆษณานี้ถูกกำหนดขึ้นเพื่อเป็นส่งเสริมการทำโฆษณาให้สอดคล้องกับกฎหมายต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ในปัจจุบันองค์กรว่าด้วยมาตรฐานการโฆษณา (Advertising Standards Authority: ASA) ได้ประกาศแนวปฏิบัติสำหรับการโฆษณาออกมาจำนวน ๖ ฉบับ ประกอบด้วย แนวปฏิบัติสำหรับการโฆษณาแอลกอฮอล์ เด็กและเยาวชน การเงิน การพนัน รวมถึงสุขภาพและการรักษา^{๒๙๐} เช่น หากของรางวัลเป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในปริมาณมาก ของรางวัลนั้นต้องไม่จัดส่งภายในครั้งเดียว^{๒๙๑} การโฆษณาหรือการจัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต้องไม่เปิดหรือมุ่งเป้าไปยังผู้เยาว์^{๒๙๒} การโฆษณาที่เกี่ยวข้องกับอาหาร ผู้จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายต้องแน่ใจว่ากิจกรรมที่จัดขึ้นนั้นต้องไม่กระตุ้นให้มีการซื้ออาหารที่ประกอบด้วยไขมัน เกลือ และน้ำตาลสูง อย่างซ้ำๆ ในปริมาณมาก^{๒๙๓} เป็นต้น

๒. แนวปฏิบัติสำหรับการโฆษณาเกี่ยวกับการเล่นเกมและการพนัน

แนวปฏิบัติสำหรับการโฆษณาเกี่ยวกับการเล่นเกมและการพนัน (Code for Advertising Gaming and Gambling: Gambling Code) ได้วางข้อกำหนดและแนวทาง

^{๒๘๙} Commerce Commission New Zealand. (2017). Running competitions and promotions [Blog Post]. Retrieved from <https://comcom.govt.nz/business/dealing-with-typical-situations/running-competitions-and-promotions> (accessed 20 November 2018).

^{๒๙๐} Advertising Standards Authority. (n.d.). Codes [Blog Post]. Retrieved from <http://www.asa.co.nz/codes/> (accessed 29 November 2018).

^{๒๙๑} Advertising Standards Authority. (n.d.). Code for Advertising and Promotion of Alcohol [Blog Post]. Retrieved from <https://www.asa.co.nz/codes/codes/code-for-advertising-and-promotion-of-alcohol/> (accessed 29 November 2018).

^{๒๙๒} เพ็งอ้าง.

^{๒๙๓} Advertising Standards Authority. (n.d.). Code for Advertising Food [Blog Post]. Retrieved from <https://www.asa.co.nz/codes/codes/code-for-advertising-food/> (accessed 29 November 2018).

ในการโฆษณาที่เกี่ยวข้องกับการเล่นเกมและการพนันในลักษณะที่ต้องมีความรับผิดชอบต่อสังคมและไม่ก่อให้เกิดการหลงผิดหรือหลอกลวงต่อผู้บริโภค โดยมีกฎเกณฑ์หลักๆ ด้วยกัน ๓ ข้อ คือ^{๒๙๔}

(๑) การโฆษณาที่เกี่ยวข้องกับการพนันและการเสี่ยงโชคต้องสอดคล้องตามกฎหมายของประเทศนิวซีแลนด์ เช่น ข้อกำหนดเรื่องอายุของผู้เล่น ซึ่งกฎหมายได้กำหนดอายุของผู้ที่จะเล่นพนันไว้ในกฎหมายหลายฉบับ และกฎหมายอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น the Racing Act ๑๙๗๘, the Gaming and Lotteries Act ๑๙๙๗, และ the Casino Control Act ๑๙๙๐

(๒) การโฆษณาที่เกี่ยวข้องกับการพนันและการเสี่ยงโชคควรปฏิบัติตามมาตรฐานขั้นสูงของหลักความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ได้แก่

ก. โฆษณานั้นต้องไม่ใช้กับผู้เยาว์โดยตรง หรือไม่ปรากฏแก่ผู้เยาว์หรือไม่ให้ผู้เยาว์มีส่วนร่วมในกิจกรรมที่กฎหมายห้ามกระทำได้ตามอายุของผู้เยาว์ หรือไม่ให้ผู้เยาว์ปรากฏอยู่ในโฆษณาที่เป็นสถานการณ์ทั่วไปที่สื่อให้เห็นว่าผู้เยาว์เข้าร่วมในการเล่นเกมนั้น (เช่น ในมื้ออาหารของครอบครัว)

ข. โฆษณานั้นต้องไม่ส่งเสริมการพึ่งพาการเล่นพนันหรือเสี่ยงโชคเพื่อลดปัญหาทางการเงินหรือส่วนตัวบุคคล

ค. โฆษณานั้นไม่ควรส่งเสริมให้ผู้บริโภคเข้าร่วมมากเกินไปหรือเกินกว่าวิถีกติของการเล่นพนันหรือเสี่ยงโชค

ง. โฆษณานั้นไม่ควรระบุหรือแสดงให้เห็นว่าจะได้รับรางวัลแน่นอนหรือได้ผลตอบแทนที่ไม่เป็นความจริง

จ. โฆษณานั้นไม่ควรพูดเกินจริงเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างการเล่นเกมกับวิธีการที่ทำให้ได้ผลกำไรจำนวนมาก

(๓) การโฆษณาเกี่ยวกับการพนันหรือการเสี่ยงโชคไม่ควรทำให้เกิดการหลงผิดหรือล่อลวงผู้บริโภค ละเมิดต่อความไว้วางใจหรือแสวงประโยชน์จากการขาดความรู้ของผู้บริโภค แสวงประโยชน์จากความเชื่อหรือการกระทำโดยไม่มีเหตุผลอันสมควรกับความกลัวโดยใช้นัยยะ การละเว้น ความกำกวม หรือข้อเรียกร้องที่เกินจริง ในลักษณะ ดังนี้

ก. สิทธิของผู้ชนะควรอยู่บนพื้นฐานความเป็นจริงและสามารถพิสูจน์ได้ ไม่ควรกล่าวเกินจริงเกี่ยวกับโอกาสในการชนะรางวัลหรือขนาดของรางวัล

ข. โฆษณานั้นไม่ควรระบุหรือทำให้เข้าใจว่าทักษะของผู้เล่นจะมีผลต่อผลลัพธ์ของเกม เว้นแต่เป็นกรณีที่ต้องอาศัยทักษะในการได้รับรางวัล

๕.๔.๓ องค์การที่ควบคุมการส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชค

๕.๔.๓.๑ the Department of Internal Affairs

เป็นหน่วยงานหลักที่มีอำนาจในการควบคุมการพนัน โดยมีหน่วยงานย่อยที่เรียกว่า หน่วยปฏิบัติการเฉพาะด้านการปฏิบัติตามกฎหมายการพนัน (Gambling Compliance)

^{๒๙๔} Advertising Standards Authority. (n.d.). Code for Advertising Gaming and Gambling [Blog Post].

Retrieved from <https://www.asa.co.nz/codes/codes/code-for-advertising-gaming-and-gambling-archive/> (accessed 29 November 2018).

ทำหน้าที่ออกใบอนุญาตการพนันประเภทที่ ๓ และ ๔ ซึ่งเป็นเกมการพนันที่มีขนาดใหญ่มากและเป็น การพนันประเภทที่ใช้เครื่องเล่น กำหนดกฎกติกาสำหรับการพนันประเภทต่างๆ ตรวจสอบและทำให้ แน่ใจว่าการพนันทุกชนิดทุกรูปแบบจะปฏิบัติตามกฎหมายว่าด้วยการพนัน ค.ศ. ๒๐๐๓ และ กฎเกณฑ์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมถึงเงื่อนไขในการออกใบอนุญาต กฎกติกาและมาตรฐานที่หน่วยงาน ได้กำหนดขึ้น^{๒๙๕}

๕.๔.๓.๒ The Gambling Commission

คณะกรรมการ the Gambling Commission เป็นองค์กรอิสระที่จัดตั้ง ขึ้นภายใต้กฎหมาย the Gambling Act 2003 ซึ่งมีอำนาจหน้าที่ในการพิจารณาใบอนุญาตประกอบ กิจการคาสิโน และรับเรื่องร้องเรียนต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการขอใบอนุญาต รวมทั้งมีหน้าที่ในการ บังคับให้มีการปฏิบัติตามคำตัดสินของ the Secretary of Internal Affairs ซึ่งเป็นหน่วยงานที่มี อำนาจในการบังคับใช้กฎหมาย the Gambling Act 2003

๑. องค์ประกอบของคณะกรรมการ the Gambling Commission

ประกอบด้วยกรรมการ ๕ คน ซึ่งได้รับการแต่งตั้งจาก the Govern- General ตามคำแนะนำของรัฐมนตรี โดยมีวาระการดำรงตำแหน่งคราวละ ๓ ปี^{๒๙๖}

บุคคลที่จะดำรงตำแหน่งประธานคณะกรรมการ (Chief Gambling Commissioner) จะต้องเป็นหรือเคยเป็นทนายความและอัยการของศาลสูงของประเทศนิวซีแลนด์ และมีประสบการณ์ทางด้านกฎหมายอย่างน้อย ๗ ปี และกรรมการอีก ๔ คนต้องมีความรู้ ทักษะ และ ประสบการณ์เพียงพอที่รับผิดชอบในฐานะกรรมการว่าด้วยการพนัน^{๒๙๗}

๒. อำนาจหน้าที่

คณะกรรมการฯ มีอำนาจหน้าที่หลัก^{๒๙๘} ดังนี้

ก. พิจารณาใบอนุญาตและต่ออายุใบอนุญาตให้กับผู้ประกอบการ คาสิโนและสถานประกอบการที่ได้รับอนุญาตให้มีคาสิโน

ข. อนุมัติและเปลี่ยนแปลงข้อตกลงระหว่างผู้ประกอบการคาสิโนและ ผู้มีใบอนุญาตให้มีคาสิโน

ค. กำหนดเงื่อนไขในการเปลี่ยนแปลงหรือเพิกถอนใบอนุญาตเกี่ยวกับ คาสิโน

ง. พิจารณาการอุทธรณ์และตัดสินเกี่ยวกับการออกใบอนุญาตและข้อ กฎหมายที่เสนอโดย the Department of Internal Affairs ที่เกี่ยวข้องกับการพนันประเภทที่ ๓ และประเภทที่ ๔

จ. รับเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับการจัดการเกี่ยวกับการพนันประเภทที่ ๔

ฉ. ให้คำแนะนำแก่รัฐมนตรีกระทรวงต่างๆ เกี่ยวกับข้อกำหนดเรื่อง การพนัน

^{๒๙๕} Department of Internal Affairs, อ้างแล้ว เจริญรุดที่ 15.

^{๒๙๖} Section 222 of the Gambling Act 2003

^{๒๙๗} เพิ่งอ้าง.

^{๒๙๘} Section 224 of the Gambling Act 2003

ข. ให้คำแนะนำแก่รัฐมนตรีว่าการกระทรวง Internal Affairs ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการและการบริหารจัดการตามกฎหมาย the Gambling Act ๒๐๐๓

ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชค คณะกรรมการมีอำนาจหน้าที่ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคคือ รับเรื่องร้องเรียนและพิจารณาเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายที่ไม่เป็นไปตามที่กฎหมายกำหนด^{๒๙๙}

๓. การคุ้มครองการทำงานของคณะกรรมการ

กฎหมาย the Gambling Act ๒๐๐๓ มีบทบัญญัติที่ให้ความคุ้มครองการปฏิบัติหน้าที่ของกรรมการในฐานะคณะกรรมการ the Gambling Commission^{๓๐๐} ดังนี้

ก. ไม่ต้องรับผิดชอบในกรณีที่เป็นการปฏิบัติหน้าที่ในขณะที่ดำรงตำแหน่งเป็นกรรมการ

ข. ไม่ต้องรับผิดชอบในกรณีที่เป็นการปฏิบัติหน้าที่ในฐานะกรรมการ เว้นแต่เป็นการกระทำโดยไม่สุจริต

ค. เลขาธิการ Department of Internal Affairs สามารถสั่งให้จ่ายค่าสินไหมทดแทนแก่ผู้ดำรงตำแหน่งกรรมการในกรณีที่กรรมการได้รับความเสียหายจากการปฏิบัติหน้าที่ ทั้งนี้ ต้องเป็นความเสียหายที่เกิดจากการปฏิบัติหน้าที่โดยสุจริต

ง. เลขาธิการ Department of Internal Affairs จัดให้มีประกันการปฏิบัติหน้าที่ตามที่กฎหมายกำหนดให้กับคณะกรรมการในการปฏิบัติหน้าที่ เพื่อในกรณีที่อาจมีค่าใช้จ่ายเกิดขึ้นจากการปฏิบัติหน้าที่

จากหลักกฎหมายข้างต้นทั้งหมด แสดงให้เห็นได้ว่าประเทศนิวซีแลนด์มีหลักเกณฑ์ที่ชัดเจนเกี่ยวกับการกำกับดูแลการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชค และแสดงให้เห็นถึงมุมมองของภาครัฐที่มีต่อการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคว่า แม้จะอยู่ภายใต้กฎหมายว่าด้วยการพนัน แต่ตราบใดที่การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายนั้นได้กระทำอย่างถูกต้องตามกฎหมาย กฎระเบียบ และเงื่อนไขที่กำหนดไว้กิจกรรมนั้นย่อมกระทำได้ โดยวัตถุประสงค์ของกฎหมายที่แท้จริงคือมุ่งเน้นการคุ้มครองผู้บริโภคจากการถูกกระทำให้เกิดความเสียหาย และกำกับดูแลให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องมีความรับผิดชอบต่อการจัดกิจกรรม พร้อมกับการรักษาจรรยาบรรณในการประกอบธุรกิจ^{๓๐๑}

^{๒๙๙} Section 224 of the Gambling Act 2003

^{๓๐๐} Section 252A of the Gambling Act 2003

^{๓๐๑} Danie, อ้างแล้ว เชิงอรรถที่ 206, at 227-228.

๕.๕ ประเทศสิงคโปร์

๕.๕.๑ สภาพทั่วไปเกี่ยวกับการพนันและการส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชค

สำหรับธุรกิจบางธุรกิจและการส่งเสริมการขายสำหรับบางกิจการ การส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัล เช่น การชิงโชค การให้รางวัลแบบให้เปล่า เป็นสิ่งที่มีความสำคัญมากต่อธุรกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจสาร์ทอัพหรือธุรกิจใหม่ๆ เนื่องจากการส่งเสริมการขายแบบให้รางวัลหรือการแข่งขันสามารถทำให้คนสนใจในธุรกิจ ชักจูงให้คนเข้ามาชมเว็บไซต์มากขึ้น สร้างระบบเครือข่ายธุรกิจ ก่อให้เกิดการวิจัยตลาด ตลอดจนสร้างความเข้มแข็งระหว่างธุรกิจและลูกค้า ในประเทศสิงคโปร์มีกฎหมายหลายฉบับที่ออกมาเพื่อควบคุมการให้รางวัลและกำกับการพนัน แต่อย่างไรก็ตาม การส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคถูกยกเว้นออกจากกฎเกณฑ์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับ การพนัน ตามกฎหมาย Betting and Sweepstake Duties Act ซึ่งอนุญาตให้มีการส่งเสริมการขาย โดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคได้ แต่จะมีการกำหนดภาระภาษีสำหรับบริษัทและผู้ที่ได้รับรางวัล โดยสามารถแบ่งการส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคโดยการให้รางวัลออกเป็น ๒ กลุ่มใหญ่ๆ^{๓๐๒} ได้แก่

๑. ข้อเสนอพิเศษ (promotion)

โดยข้อเสนอส่วนใหญ่จะเป็นการให้รางวัลแบบให้เปล่า โดยผู้ชนะจะได้รางวัลโดยการเสี่ยงโชค ได้รับรางวัลโดยไม่ต้องมีค่าใช้จ่าย และไม่มีเงื่อนไขในการเข้าร่วมชิงรางวัล โดยข้อเสนอพิเศษจะต้องไม่เป็นการกีดกันทางจิตวิทยาให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการ



ภาพที่ ๘ ตัวอย่างข้อเสนอพิเศษ^{๓๐๓}

^{๓๐๒} Prize promotions and competitions in Singapore [Blog Post]. (n.d.). Retrieved from <https://platform.globig.co/knowledgebase/SG/how-to-marketing-for-singapore/prize-promotions-and-competitions-in-singapore> (accessed 29 November 2018).

^{๓๐๓} <https://coolerinsights.com/wp-content/uploads/๒๐๑๖/๐๙/Pentel-Singapore-Promotion.png>

๒. การแข่งขัน (Competition)

การแข่งขันโดยการให้รางวัล เป็นสิ่งที่ถูกกฎหมายในประเทศสิงคโปร์ถึงแม้ว่าจะมีการจ่ายเงินเพื่อเข้าร่วมการแข่งขันก็ตาม ผู้ชนะการแข่งขันถูกคัดเลือกจากทักษะทางปัญญา ความรู้มากกว่าการเสี่ยงโชค



ภาพที่ ๙ ตัวอย่างการแข่งขัน^{๓๐๔}

สำหรับรางวัลที่จะให้กับการส่งเสริมการขายโดยการเสี่ยงโชคแบบมีข้อเสนอพิเศษหรือการแข่งขัน จะต้องมีการให้รางวัลด้วยความโปร่งใส กำหนดวิธีการให้รางวัลและวิธีที่จะประกาศรางวัลให้ผู้ชนะทราบที่ชัดเจน สิ่งสำคัญคือรางวัลจะต้องไม่มีราคาสูงมากจนเกินไปอันจะส่งผลให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมเกิดความกดดันทางจิตวิทยาที่จะซื้อสินค้าหรือบริการนั้นๆ นอกจากนี้ บริษัทจะต้องประกาศเงื่อนไขและข้อกำหนดเกี่ยวกับข้อเสนอพิเศษหรือการแข่งขันแก่สาธารณชน^{๓๐๕}

๕.๕.๒ กฎหมายและกฎระเบียบเกี่ยวกับการส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชค

๕.๕.๒.๑ Betting Act

กฎหมายฉบับนี้เป็นกฎหมายเกี่ยวกับการกำกับดูแลการเล่นพนัน การเล่นพนันในที่สาธารณะ และการพนันที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขัน เช่น การแข่งม้า การเล่นฟุตบอล เป็นต้น แต่กฎหมายฉบับนี้ไม่ใช่บังคับกับการพนันออนไลน์.^{๓๐๖}

๕.๕.๒.๒ Private Lotteries Act

กฎหมายฉบับนี้เป็นกฎหมายที่ออกมควบคุมกำกับและกำหนดการระงับสำหรับการออกหวย หรือรางวัลที่ใช้กับสมาชิกของสังคมใดสังคมหนึ่ง ซึ่งไม่รวมถึงการเล่นเกมที่รางวัล การพนัน โดยจะต้องกระทำโดยการออกใบอนุญาต ที่เรียกว่า PRIVATE LOTTERIES PERMITS^{๓๐๗}

^{๓๐๔} Singapore amazing flying machine competition 2019 [Blog Post]. (n.d.). Retrieved from <https://safmc.com.sg/awards/> (accessed 10 January 2019).

^{๓๐๕} Singapore amazing flying machine competition 2019 [Blog Post], อ้างแล้ว เชิงอรรถที่ 21.

^{๓๐๖} Betting Act (Chapter 21) Section 2A

^{๓๐๗} Private Lotteries

๕.๕.๒.๓ Casino Control Act

กฎหมายฉบับนี้เป็นกฎหมายที่ออกมากำกับคาสิโนซึ่งในปัจจุบันประเทศสิงคโปร์ มีคาสิโนทั้งสิ้น ๒ แห่ง ได้แก่ Marina Bay Sand และ Resort World Sentosa

๕.๕.๒.๔ Betting and Sweepstakes Duties Act ('BSDA')

กฎหมายฉบับนี้เป็นกฎหมายที่กำหนดให้ผู้จัดให้มีการส่งเสริมการขายโดยการเสี่ยงโชคแบบให้เปล่าจะต้องมีหน้าที่ในการชำระภาษีอากรให้รัฐตามอัตราที่กฎหมายประกาศกำหนด^{๓๐๘} นอกจากนี้บริษัทที่จัดกิจกรรมจะต้องเก็บรักษาเอกสารหลักฐานที่เกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็นราคาสินค้า ค่าใช้จ่าย ที่เกิดขึ้นในการส่งเสริมการขายโดยการเสี่ยงโชค ประกอบกับจะต้องแสดงเอกสารที่มีรายการต่อไปนี้

๑. จำนวนของรางวัลที่ใช้ในการส่งเสริมการขายโดยการเสี่ยงโชค
๒. จำนวนสินค้าหรือบริการที่เข้าร่วมการส่งเสริมการขาย
๓. มูลค่าที่ผู้ชนะได้จ่ายเงินไปเพื่อให้ได้รางวัล โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการแข่งฟุตบอล การแข่งม้า หรือ การแข่งกีฬาอื่นๆ

๔. รายการเอกสารอื่นๆตามที่รัฐมนตรีจะประกาศกำหนด

ในกรณีที่ผู้จัดงานไม่ปฏิบัติตามกฎหมายฉบับนี้จะมีความผิดและมีโทษปรับไม่เกิน ๕๐๐ ดอลลาร์สิงคโปร์ และในกรณีที่ผู้จัดงานเจตนาหลีกเลี่ยงการปฏิบัติตามกฎหมายนี้ จะมีความผิดและมีโทษปรับไม่เกิน ๑,๐๐๐ ดอลลาร์สิงคโปร์^{๓๐๙}

๕.๕.๒.๕ Remote Gambling (Exempt Persons) Order ๒๐๑๕

กฎหมายฉบับนี้เป็นกฎหมายที่มีวัตถุประสงค์เพื่อกำกับการพนันทางไกล ซึ่งหมายถึงการทำการพนันหรือการส่งเสริมการขายโดยการเสี่ยงโชคผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ ไม่ว่าจะเป็น อินเทอร์เน็ต ทวี หรือ โทรศัพท์ และมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อป้องกันไม่ให้เกิดการพนันทางไกลที่เป็นที่มาของปัญหาอาชญากรรม ความไม่เป็นระเบียบเรียบร้อยในสังคม และป้องกันไม่ให้เยาวชนเป็นเหยื่อของการพนัน (เยาวชนตามกฎหมายนี้คือบุคคลที่มีอายุไม่ถึง ๒๑ ปี) โดยกฎหมายฉบับนี้ได้ให้คำนิยามของการพนันว่าหมายถึง การพนัน การเล่นเกม และการเข้าร่วมชิงโชค รวมถึงการเสี่ยงโชคที่เล่นเพื่อเงินสดหรือสิ่งอื่นใดที่มีมูลค่าเทียบเท่าเงินและลูกค้ายินยอมจะจ่ายเงินเพื่อเข้าเสี่ยงโชค โดยกฎหมายฉบับนี้กำหนดให้กิจกรรมการเสี่ยงโชคทุกกิจกรรมเป็นการเสี่ยงโชคสาธารณะ(public lottery) เว้นแต่จะมีหลักฐานเป็นอย่างอื่น^{๓๑๐}

กฎหมายฉบับนี้กำหนดให้กิจกรรมการพนันทางไกลตามนิยามในกฎหมายนี้เป็นกิจกรรมที่ผิดกฎหมายและมีโทษปรับ แต่อย่างไรก็ตามรัฐมนตรีสามารถออกเอกสาร ที่เรียกว่า certificate of exemption เพื่ออนุญาตให้ผู้ใดทำกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการพนันทางไกลให้คนสิงคโปร์ ตามที่ได้รับอนุญาตในใบประกาศ โดยวัตถุประสงค์ของการให้ certificate of exemption คือ เพื่อประโยชน์สาธารณะ โดยมีหลักเกณฑ์การพิจารณา^{๓๑๑} ดังนี้

^{๓๐๘} Betting and Sweepstake Duties Act Section 3 Duty on betting and sweepstakes

^{๓๐๙} Section 6 Keeping of accounts and delivery of statement by promoter

^{๓๑๐} Remote Gambling 2014, Section 3

^{๓๑๑} Section 26 Certificate of exemption

๑. ผู้สมัครจะต้องจัดตั้ง ประกอบกิจการ หรือจดทะเบียนในประเทศ
สิงคโปร์

๒. กรรมการหรือผู้มีอำนาจกระทำการจะต้องไม่เป็นผู้ถูกตัดสินว่ากระทำความผิดในประเทศสิงคโปร์

๓. ผู้สมัครเป็นองค์กรไม่แสวงหากำไรที่มีวัตถุประสงค์เพื่อหาเงินให้การกุศลหรือเพื่อสาธารณชน

๔. ผู้สมัครจะต้องเป็นผู้ปฏิบัติถูกต้องตามกฎหมายของประเทศสิงคโปร์ ผู้ที่ได้รับ certificate of exemption จะต้องจ่ายค่าธรรมเนียมตามที่รัฐมนตรีประกาศกำหนด และจะต้องไม่เกี่ยวข้องกับการประกอบอาชญากรรม ต้องไม่ทำกิจกรรมอื่นใดที่จะส่งผลเสียต่อเยาวชน รวมถึงการควบคุมการโฆษณาหรือการส่งเสริมการขายไม่ให้เกิดผลกระทบทางลบต่อสังคม^{๓๑๒}

๕.๕.๒.๖ Common Gaming Houses Act (Cap. ๔๙) ('CGHA')

กฎหมายฉบับนี้กำหนดว่า ลอตเตอรี่ใดที่ออกโดยองค์กรธุรกิจเพื่อวัตถุประสงค์ในการส่งเสริมการขายสินค้าหรือบริการจะได้รับยกเว้นการปฏิบัติตามเงื่อนไขที่กฎหมายกำหนดไว้ การขายผลิตภัณฑ์หรือบริการใดๆ จะได้รับการยกเว้นจากบทบัญญัติแห่งพระราชบัญญัติถ้าเข้าเงื่อนไขต่อไปนี้

๑. ต้องมีการกำหนดรายละเอียดของรางวัล รวมทั้งหากเงื่อนไขการจับรางวัลคือการจับสลากจะต้องประกาศรายละเอียดอย่างชัดเจนเกี่ยวกับ เวลา วันที่ และสถานที่ไว้ในเอกสารประชาสัมพันธ์ โดยผู้ประกอบการที่จัดกิจกรรมจะต้องส่งสำเนา ๒ ฉบับไปยังหัวหน้าแผนกนโยบายอาชญากรรม กรมสืบสวนคดีอาชญากรรม และจะต้องขอใบอนุญาตล่วงหน้าอย่างน้อย ๔ สัปดาห์ก่อนที่จะมีการเริ่มการจัดกิจกรรม

๒. ถ้ามูลค่ารวมของรางวัลเกินกว่า ๑๐,๐๐๐ ดอลลาร์สิงคโปร์ข้อมูลดังกล่าวจะได้รับการตีพิมพ์ในหนังสือพิมพ์

๓. ผู้เข้าร่วมจะต้องไม่ต้องจ่ายเงินเพื่อเข้าร่วมการแข่งขันชิงรางวัล นอกจากนี้จะเป็นการชำระสินค้าหรือผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ซื้อ

๔. หากไม่มีผู้ได้รับรางวัลหรือยังคงไม่มีการอ้างสิทธิ์การได้รับรางวัลภายใน ๒ เดือนนับจากวันที่ประกาศผู้ชนะหรือผู้ที่ได้รับรางวัล จะต้องบริจาครางวัลให้แก่ Community Chest หรือองค์กรการกุศลอื่นๆ ตามที่ได้รับอนุมัติจากรัฐมนตรี

ตามกฎหมาย Common Gaming House มาตรา ๑๘ กำหนดว่า ผู้ใดฝ่าฝืนกฎหมายฉบับนี้มีโทษปรับไม่เกิน ๕,๐๐๐ ดอลลาร์สิงคโปร์ และจำคุกไม่เกิน ๑ ปี หรือทั้งจำทั้งปรับ และตามกฎหมาย REMOTE GAMBLING ACT ๒๐๑๔ กำหนดโทษว่า ผู้ใดฝ่าฝืนกฎหมายฉบับนี้มีโทษปรับไม่เกิน ๒๐,๐๐๐ ดอลลาร์สิงคโปร์ และจำคุกไม่เกิน ๑ ปี หรือทั้งจำทั้งปรับ

๕.๕.๒.๗ Personal Data Protection Act

๑. จะต้องแจ้งผู้เข้าร่วมกิจกรรมเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ในการเก็บรวบรวม ใช้และเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของตนในระหว่างการรวบรวมข้อมูล

^{๓๑๒} Section 28 Conditions of exemption

๒. จะต้องได้รับความยินยอมจากผู้เข้าร่วมกิจกรรมก่อนที่จะเก็บรวบรวมใช้หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล

๓. เก็บข้อมูลส่วนบุคคลที่ตนครอบครองไว้ให้ปลอดภัยจากการเข้าถึงการปรับเปลี่ยนการเปิดเผยการใช้หรือการคัดลอกโดยไม่ได้รับอนุญาต (ทั้งในรูปแบบกระดาษหรือแบบอิเล็กทรอนิกส์)

๔. หลีกเลี่ยงการรวบรวมเก็บรักษาหรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลมากกว่าที่จำเป็น

๕. เมื่อเผยแพร่ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้ที่ดีจากการจับฉลากแล้ว องค์กรควรเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลเฉพาะส่วนเท่านั้น เช่น ตัวเลข ๓ ตัวสุดท้ายของ National Registration Identity Card (NRIC) number เป็นต้น

๕.๕.๒.๘ Framework for gambling advertisements and promotions

Advertising Standard Authority of Singapore (ASAS) เป็นคณะกรรมการที่ปรึกษาที่เป็นเอกชน อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของ Consumers Association of Singapore (CASE) ASAS ได้ร่างกรอบการทำงานเพื่อกำหนดแนวทางระยะยาวในการจัดการกับการพนันและการส่งเสริมการขายในประเทศสิงคโปร์ โดย ASAS ได้วางแนวทางว่า การพนันที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการขายไม่สามารถทำได้จนกว่าจะได้รับใบอนุญาตจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้เพื่อเป็นการป้องกันการส่งเสริมการขายที่เกี่ยวข้องกับการพนันไม่ให้เกิดขึ้นในประเทศสิงคโปร์^{๓๑๓}

การทำงานของ ASAS จะต้องปฏิบัติตาม Singapore Code of Advertising Practice (SCAP) และกฎหมายที่เกี่ยวข้องอื่นๆ ด้วย^{๓๑๔} ได้แก่

๑. Casino Control (Advertising) Regulations ๒๐๑๐;

๒. Singapore Totalisator Board (Advertisements) Regulations ๒๐๑๐;

๓. Common Gaming Houses Act (Cap. ๔๙);

๔. Betting Act (Cap. ๒๑);

๕. Permit Conditions under the Private Lotteries Act (Cap. ๒๕๐);

and

๖. Remote Gambling Act ๒๐๑๔.

Framework for gambling advertisements and promotions ได้กำหนดนิยามของการพนัน (gambling) หมายความว่ารวมถึงการพนัน การเล่นเกม และการมีส่วนร่วมในการชิงโชค และการเสี่ยงโชค หมายความว่า (๑) การเล่นเกมที่เป็นการเสี่ยงโชคและการให้ทักษะ (๒) การเล่นเกมอื่นใดที่มีลักษณะเป็นการเสี่ยงโชค หรือ (๓) การเล่นเกมออนไลน์ โดยประเทศสิงคโปร์ไม่อนุญาตให้มีการส่งเสริมการขายที่เกี่ยวข้องกับการเล่นเกม ถ้าการส่งเสริมการขายนั้น

^{๓๑๓} Advertising Standards Authority of Singapore. (n.d.). ASAS Advisory on Gambling Advertisements and Promotions [Blog Post]. Retrieved from https://asas.org.sg/LinkClick.aspx?fileticket=g_WlcGssJMw%3D&portalid=0 (accessed 29 November 2018).

^{๓๑๔} เพิ่งอ้าง.

เกี่ยวข้องไม่ว่าทางตรงหรือทางอ้อมในการส่งเสริมให้ประชาชนเข้าสู่เว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับการพนัน ทั้งออนไลน์และออฟไลน์ หรือส่งเสริมให้เล่นการพนัน หรือตีพิมพ์หรือส่งเสริมให้ดำเนินการเกี่ยวกับการพนัน ทั้งนี้ Framework ฉบับนี้ได้กำหนดห้ามทำการตลาดในลักษณะการส่งเสริมการพนันไม่ว่าทางตรงหรือทางอ้อมให้แก่เยาวชนที่มีอายุต่ำกว่า ๒๑ ปี^{๓๑๕}

นอกจากนี้ Framework ฉบับนี้ได้กำหนดแนวทางว่าการส่งเสริมการขาย โดยการเสี่ยงโชคจะต้องเป็นไปในลักษณะที่ให้คนทั่วไปเห็นว่าการเล่นเกมหรือการชิงรางวัล และการส่งเสริมการขายโดยการเสี่ยงโชคจะต้องไม่ทำให้คนทั่วไปเข้าใจว่าการเล่นเกมหรือการชิงโชคนั้นๆ จะส่งผลดีต่อฐานะและความมั่งคั่งของบุคคล หลักเกณฑ์สำคัญอีกประการหนึ่งคือ เจ้าของสื่อ และ บริษัทโฆษณา จะต้องตรวจสอบให้ดีว่าการตลาดที่มีการชิงโชคหรือ เกี่ยวข้องกับการพนันนั้น ได้รับ การอนุมัติจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องก่อนที่จะมีการโฆษณากิจกรรมการส่งเสริมการขายโดยการเสี่ยง โชคที่เกี่ยวข้องกับพนันแล้วหรือไม่ โดยสามารถขอคู่มือใบอนุญาตได้ที่หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง^{๓๑๖}

๕.๕.๓ องค์การที่ควบคุมการส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชค

๕.๕.๓.๑ Casino Regulatory Authority (CRA) CRA เป็นหน่วยงานที่บริหาร จัดการและอยู่ภายใต้กฎหมาย Casino Control Act และเป็นหน่วยงานในการออกใบอนุญาตและ กำกับการประกอบธุรกิจกาสิโน (land based casino)

๕.๕.๓.๒ Ministry of Home Affairs (MHA), the Media Development Authority (MDA) and the Monetary Authority of Singapore (MAS). หน่วยงานทั้งสามหน่วยงาน เป็นหน่วยงานในกลุ่มการดูแลการพนันที่เกี่ยวข้องกับการออนไลน์ และการจัดการกับการจ่ายเงิน หรือ การบล็อกการเข้าถึงเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับการพนัน

๕.๕.๓.๓ Ministry of Social and Family Development and the National Council on Problem Gambling (NCPG) เป็นหน่วยงานที่กำกับดูแลเกี่ยวกับความปลอดภัยของ สังคม และลดปัญหาการพนัน และมีอำนาจการออกคำสั่งกำหนดแนวปฏิบัติหรือวิธีการในการจัดการ กับปัญหาพฤติกรรมกรรมการพนัน^{๓๑๗}

๕.๕.๓.๔ The Singapore Totalisator Board เป็นหน่วยงานกำกับดูแลการเล่น การพนันที่เรียกว่า Singapore Turf Club and Singapore Pools ซึ่งเป็นผู้ดำเนินการด้านการพนัน ๒ บริษัท ของประเทศสิงคโปร์ ได้แก่ การแข่งม้า และการพนันอื่นๆ

๕.๕.๓.๕ Singapore Police Force เป็นหน่วยงานหลักที่รับผิดชอบในการยื่นคำ ขอเพื่ออนุญาตการจัดการส่งเสริมการขายโดยการเสี่ยงโชค ผู้ประกอบธุรกิจจะต้องเตรียมหลักฐาน พร้อมใบสมัครล่วงหน้าอย่างน้อย ๔ สัปดาห์ก่อนการโฆษณา โดยสามารถยื่นแบบฟอร์มได้ที่ Specialised Crime Policy Branch (SCPB), Criminal Investigation Department (CID) โดยเมื่อ

^{๓๑๕} เฟ้งอ้าง.

^{๓๑๖} เฟ้งอ้าง.

^{๓๑๗} Te Tari Taiwhenua. Department of Internal Affairs. (2017). Exclusion Order (Problem Gamblers)

Guidelines [Blog Post]. Retrieved from [https://www.dia.govt.nz/diawebsite.nsf/wpg_URL/Services-Casino-and-Non-Casino-Gaming-Exclusion-Order-\(Problem-Gamblers\)-Guidelines](https://www.dia.govt.nz/diawebsite.nsf/wpg_URL/Services-Casino-and-Non-Casino-Gaming-Exclusion-Order-(Problem-Gamblers)-Guidelines) (accessed 29 November 2018).

มีการประกาศรางวัลแล้วผู้ประกอบธุรกิจจะต้องส่งผลการจับรางวัล มูลค่าของรางวัลต่อ Head SCPB CID ไม่เกิน ๓ เดือน หลังจากที่ได้รับผล



**SINGAPORE
POLICE FORCE**
SAFEGUARDING EVERY DAY

Organisational Structure

UPDATED JUNE 2018

Commissioner of Police

Deputy Commissioner
(Investigation & Intelligence)

Deputy Commissioner
(Operations)

Deputy Commissioner
(Policy)

Staff Departments

Administration & Finance Department	Police Logistics Department
Community Partnership Department	Police National Service Department
Digital Transformation Department	Police Technology Department
Inspectorate & Compliance Office	Public Affairs Department
Internal Affairs Office	Police Licensing & Regulatory Department
International Cooperation Department	Service Delivery Department
Manpower Department	Training & Capability Development Department
Operations Department	Volunteer Special Constabulary
Planning & Organisation Department	

Specialist Staff Departments

Commercial Affairs Department
Criminal Investigation Department
Police Intelligence Department

Specialist & Line Units

Airport Police Division	Gurkha Contingent
Home Team School of Criminal Investigation	Police Coast Guard
Protective Security Command	Public Transport Security Command
Security Command	Special Operations Command
Traffic Police	Training Command
Ang Mo Kio Division	Bedok Division
Central Division	Clementi Division
Jurong Division	Tanglin Division

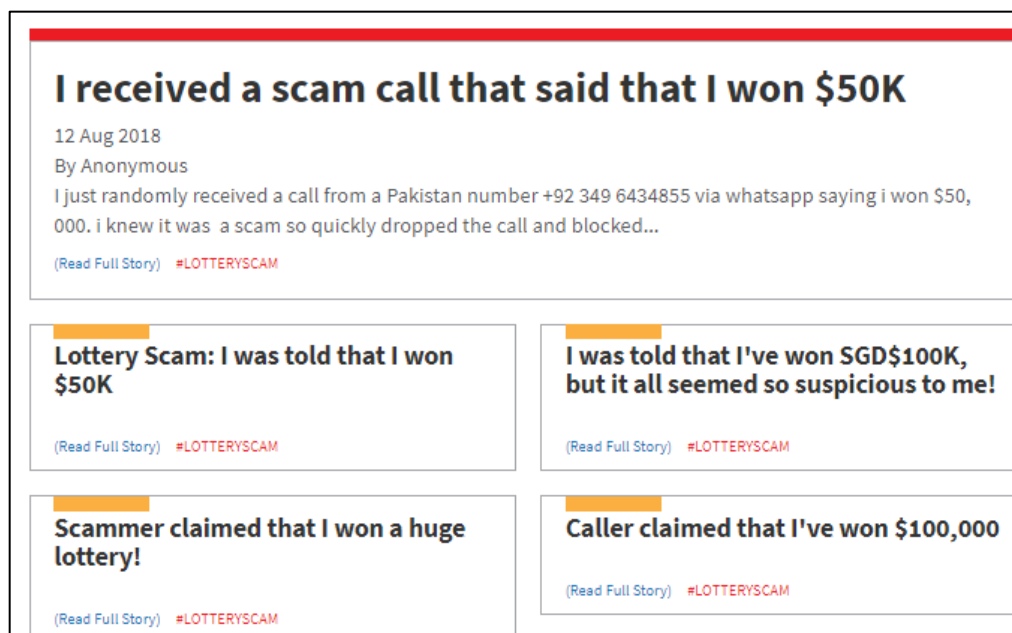
ภาพที่ ๑๐ โครงสร้างองค์กรของ Singapore Police Force^{๓๑๘}

๕.๕.๔ กรณีศึกษา

ประเทศสิงคโปร์ถึงแม้จะเป็นประเทศที่มีกฎหมายและมาตรการบังคับทางกฎหมายที่เคร่งครัด แต่อย่างไรก็ตามก็ยังมีผู้ไม่หวังดี หาช่องทางหารายได้จากการเสี่ยงโชคหรือชิงรางวัลในรูปแบบต่างๆหลายรูปแบบ อาทิ Lotter scam กล่าวคือ Scratch-and-win scam คนร้ายมักจะเชิญชวนให้ประชาชนที่เดินบนถนน Johor Bahru ให้เล่นเกม scratch to win และแจ้งว่าคุณถูกรางวัล และจะต้องเสียภาษีจากเงินรางวัลต่างๆที่ไม่จำเป็นต้องจ่าย และมักจะมีการนำเสนอรางวัลที่ใหญ่กว่า เพื่อให้ประชาชนหลงเชื่อ และไปกดเงินให้คนร้าย และเมื่อคนร้ายได้รับเงินแล้วมักจะอ้างว่ารางวัลจะส่งไปให้ในภายหลังหรือให้กลับมารับรางวัลอีกครั้งหนึ่ง

^{๓๑๘} Singapore Police Force. (2018). Organisational Structure [Blog Post]. Retrieved from <https://www.police.gov.sg/about-us/organisational-structure> (accessed 29 November 2018).

นอกจากนี้ Lottery/lucky draw scam มีการหลอกลวงจับสลาก / หากจับสลาก คุณจะได้รับโทรศัพท์หรือ SMS แจ้งว่าคุณได้รับรางวัลในการจับสลาก เช่น รถยนต์หรือคอนโดมิเนียม ในต่างประเทศ ในการเรียกร้องรางวัลคุณจะต้องเสียค่าธรรมเนียมการจัดการหรือภาษี หรือแปลงรางวัลเป็นเงินสดคุณต้องชำระเงินเข้าบัญชีธนาคารต่างประเทศ หรือในรูปแบบการหลอกลวงประเภทอื่นๆ คุณจะได้รับโทรศัพท์เพื่อเข้าร่วมการสำรวจซึ่งจะทำให้คุณสามารถเข้าสู่การจับรางวัลได้ จากนั้น คุณจะ "ชนะ" เสมอ และต้องเสียค่าธรรมเนียมในการรับรางวัล



ภาพที่ ๑๑ ตัวอย่าง Lottery/lucky draw scam^{๓๑๙}

๕.๖ ประเทศไต้หวัน

๕.๖.๑ สภาพทั่วไปเกี่ยวกับการพนันและการส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชค

ไต้หวันเป็นประเทศที่มีลักษณะเป็นเกาะเล็กๆ แต่กลับมีประชากรอาศัยอยู่หนาแน่นมากแห่งหนึ่งของโลก ในปี ค.ศ. ๒๐๑๘ ไต้หวันมีจำนวนประชากรประมาณ ๒๓.๖๙ ล้านคน ซึ่งนับเป็นประเทศที่มีประชากรมากที่สุดเป็นอันดับที่ ๕๒ ของโลก และมีจำนวนประชากรหนาแน่นเมื่อเทียบกับพื้นที่มากเป็นอันดับที่ ๑๗ ของโลก^{๓๒๐} นอกจากนี้ ไต้หวันถือเป็นประเทศที่มีอัตราการเจริญเติบโตของเศรษฐกิจอย่างรวดเร็ว

ในประเทศไต้หวัน มีหน่วยงานที่รับหน้าที่บริหารจัดการเรื่องสลากกินแบ่ง (Lottery) แยกออกจากรัฐบาล โดยกระทรวงการคลัง (Ministry of Finance) แต่งตั้งให้ธนาคาร CTBC ซึ่งได้

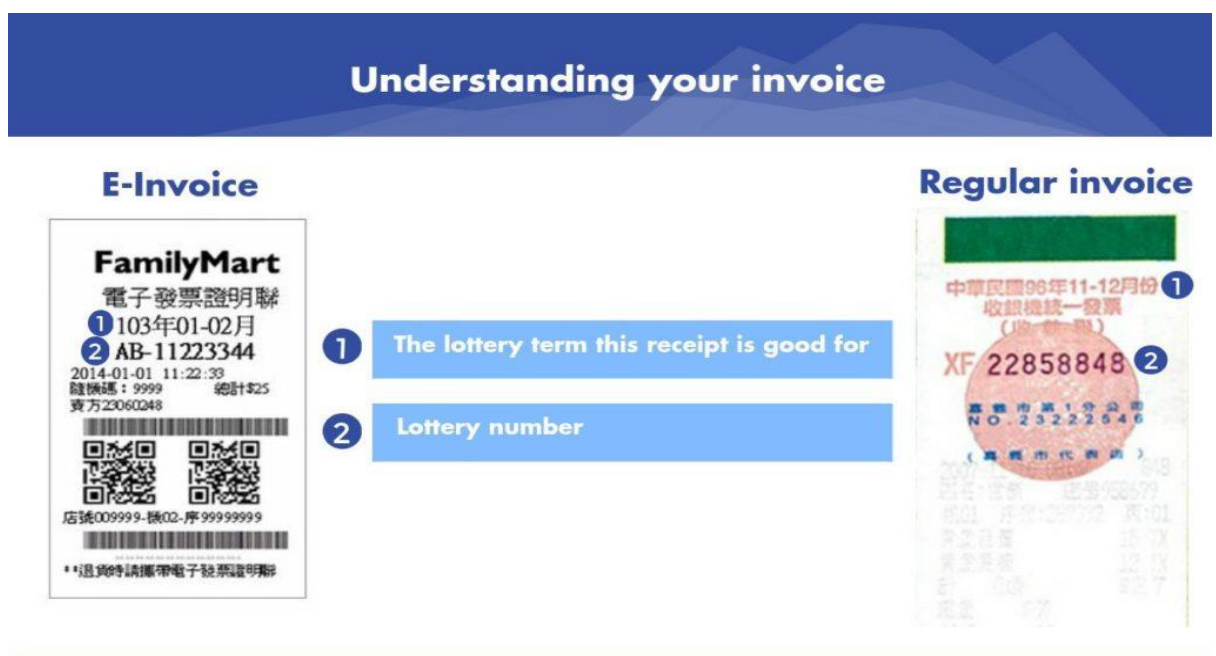
^{๓๑๙} <https://www.scamalert.sg/types-of-scams/lottery-scam>

^{๓๒๐} World population review: Taiwan population 2019 [Blog Post]. (n.d.). Retrieved from <http://worldpopulationreview.com/countries/taiwan-population/> (accessed 16 March 2018).

มอบให้ CTBC Financial Holding Co., Ltd. ไปตั้งบริษัทย่อยอีกแห่งหนึ่ง คือ Taiwan Lottery Corporation เป็นตัวแทนที่ทำหน้าที่บริหารจัดการเรื่องสลากกินแบ่งของไต้หวัน ไปจนถึงปี ค.ศ. ๒๐๒๓ โดยสลากกินแบ่งของไต้หวันนี้มีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจนคือหารายได้เพื่อสวัสดิการสังคม และช่วยเหลือผู้ด้อยโอกาส ไม่ใช่เพื่อหารายได้ทางธุรกิจ

สลากกินแบ่งไต้หวันยังมีลักษณะพิเศษคือ มีการสร้างความรับรู้ให้ประชาชน ตระหนักว่าสลากกินแบ่งไต้หวันมีขึ้นเพื่อช่วยยกระดับสวัสดิการสังคม จึงเกิดเป็นแนวความคิดพื้นฐานว่า ซื้อสลากกินแบ่งไต้หวันเพื่อสร้างคุณความดี (Buy Lottery for public welfare to accumulate merits) โดยมีการส่งเสริมให้ผู้ได้รับรางวัลใหญ่ บริจาคเงินส่วนหนึ่งเพื่อสวัสดิการสังคมอีกด้วย^{๓๒๑} ดังนั้น การปลูกฝังแนวความคิดรางวัลสลากกินแบ่งไต้หวันที่มีขึ้นเพื่อช่วยเหลือสังคมนี้ ทำให้ผู้ที่ประสงค์ลุ้นรางวัลสลากกินแบ่งไต้หวันคำนึงถึงผลประโยชน์ที่ได้แก่สวัสดิการสังคมมากกว่าการได้รับรางวัลเพื่อประโยชน์ส่วนตัวแต่เพียงอย่างเดียว ซึ่งแตกต่างจากประเทศอื่นๆ

นอกจากนี้ ในประเทศไต้หวัน ยังเปิดให้มีการเสี่ยงโชคอีกประเภทหนึ่ง ที่ให้ผู้ซื้อสินค้ามีสิทธิลุ้นรางวัลจากลอตเตอรี่ใบเสร็จ (Receipt lottery) ได้ฟรี เพียงแค่ซื้อสินค้าจากร้านค้าที่เสียภาษีซื้อให้กับรัฐบาล โดยผู้ซื้อจะได้รับใบเสร็จซึ่งจะมากพร้อมกับหมายเลขที่สามารถลุ้นรางวัลลอตเตอรี่จากรัฐได้โดยไม่มีค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม โดยหมายเลขดังกล่าวจะปรากฏอยู่ด้านบนของใบเสร็จทุกใบ^{๓๒๒} ตามรูปภาพที่แสดงด้านล่าง



ภาพที่ ๑๒ Receipt lottery ในไต้หวัน

^{๓๒๑} Taiwan Lottery Corporation. (n.d.). Taiwan Lottery [Blog Post]. Retrieved from http://www.taiwanlottery.com.tw/eng_about_tlc.asp (accessed 16 March 2018).

^{๓๒๒} GLT Team. (2018). Taiwan Receipt Lottery [Blog Post]. Retrieved from <https://www.goodlifetaipei.com/taiwan-receipt-lottery/> (accessed 16 March 2018).

โดยการลุ้นรางวัลผ่านหมายเลขสลากบนใบเสร็จรับเงินหรือ Receipt Lottery นี้ ยังเปิดโอกาสให้กับผู้ซื้อทั้งชาวไต้หวันและชาวต่างชาติให้มีสิทธิได้รับรางวัลอีกด้วย ส่วนสาเหตุที่รัฐบาลไต้หวันเปิดให้มีการลุ้นรางวัลทางใบเสร็จโดยไม่ต้องเสียเงินเพื่อเข้าชิงรางวัล เนื่องมาจากเหตุผลทางด้านภาษี เพราะในประเทศไต้หวันมีร้านค้าขนาดกลางและขนาดเล็กจำนวนมากสูงถึงร้อยละ ๘๗.๖๔ จากสถิติในปี ค.ศ. ๒๐๑๒ ซึ่งร้านค้าเหล่านี้อาจหลีกเลี่ยงการเสียภาษีอย่างถูกต้อง โดยรายงานยอดขายที่ต่ำกว่าความเป็นจริง ดังนั้น รัฐบาลจึงจูงใจผู้ซื้อให้ซื้อของจากร้านค้าที่มีใบเสร็จแสดงการเสียภาษีของร้านค้าอย่างถูกต้อง โดยการเอา Receipt Lottery มาเป็นสิ่งล่อใจ สำหรับตัวผู้ซื้อหากจำเป็นต้องซื้อสินค้าหลายๆครั้งอยู่แล้ว ย่อมมีโอกาสถูกรางวัลมากขึ้น ซึ่งโอกาสในการถูกรางวัลที่ไม่ใช่รางวัลใหญ่นั้น มีค่อนข้างสูงทีเดียว เช่น รางวัลที่หกที่มีหมายเลขบนใบเสร็จสามตัวตรงกับหมายเลขลอตเตอรี่ที่ออกก็จะได้เงินรางวัล ๒๐๐ ดอลลาร์ไต้หวันใหม่แล้ว^{๓๒๓} ตามรูปภาพที่แสดงด้านล่าง

Taiwan's Most Recent Winning Lottery Numbers		7&8 For months
*** Special Prizes 特別獎	73372972 NT\$10,000,000 for matching all the digits from the above special prize winning numbers.	
** Grand Prizes 特獎	22315462 NT\$2,000,000 for matching all the digits from the above grand prize winning numbers.	
* Regular Prizes 頭獎	91903003 16228722 03270598 NT\$200,000 for matching all the digits from any of the above first prize winning numbers.	
Second Prize	NT\$40,000 for matching the last seven digits from any of the first prize winning numbers.	
Third Prize	NT\$10,000 for matching the last six digits from any of the first prize winning numbers.	
Fourth Prize	NT\$4,000 for matching the last five digits from any of the first prize winning numbers.	
Fifth Prize	NT\$1,000 for matching the last four digits from any of the first prize winning numbers.	
Sixth Prize	NT\$200 for matching the last three digits from any of the first prize winning numbers.	
Additional Sixth Prize	163 983 814 NT\$200 for matching all the three digits above to the ones which appear at end of the total of the eight digits on an invoice.	

ภาพที่ ๑๓ ผลการออกรางวัล Receipt Lottery^{๓๒๔}

๓๒๓ GLT Team, อ่างแล้ว เิงอรรถที่ 16.

Tealit.com. (2018). Taiwan Receipt Lottery Most Recent Winning Numbers. Retrieved from https://www.tealit.com/article_categories.php?section=living&article=lottery

ในส่วนของการส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคนั้น ผู้ประกอบธุรกิจในประเทศไต้หวันใช้วิธีการส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลแก่ผู้บริโภคด้วยวิธีการเสี่ยงโชคด้วยเช่นกัน แต่โดยทั่วไปแล้ว การให้รางวัลของผู้ประกอบธุรกิจเพื่อจูงใจผู้บริโภคให้ซื้อสินค้าอาจไม่ได้มีผลกระทบต่อสังคมในวงกว้างมากนัก เนื่องจากการให้รางวัลของผู้ประกอบธุรกิจในไต้หวันส่วนใหญ่จะไม่ใช้รางวัลใหญ่ หรือมีมูลค่าสูงมากนัก เนื่องจากการให้รางวัลต้องคำนึงถึงการค้าและการแข่งขันที่เป็นธรรมด้วย นอกจากนี้ ประเทศไต้หวันมีกฎหมายเฉพาะซึ่งออกมาเพื่อควบคุมการให้รางวัลของผู้ประกอบธุรกิจเป็นไปอย่างเหมาะสม กิจกรรมการส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคเหล่านี้ จึงถูกควบคุมโดยกฎหมายเพื่อเป็นการส่งเสริมให้เกิดการแข่งขันทางการค้าอย่างเป็นธรรม ไม่ให้ผู้ประกอบธุรกิจใช้วิธีการให้รางวัลที่ไม่เหมาะสม มาเป็นเครื่องมือในการกีดกันคู่แข่งทางการค้าให้ออกไปจากตลาด^{๓๒๕}

ซึ่งการให้รางวัลที่มีมูลค่าสูงมากเกินไป ถือเป็นการให้รางวัลอย่างไม่เหมาะสม โดยในไต้หวันได้มีการสั่งระงับการให้รางวัลที่ไม่เหมาะสมของผู้ประกอบธุรกิจในหลายกรณี เช่น

๑. การให้รางวัลใหญ่ ๐.๒ ล้านดอลลาร์ไต้หวันใหม่ของ Independent Evening News Co. ในปี ค.ศ. ๑๙๙๕

๒. การให้รางวัลใหญ่ ๒ ล้านดอลลาร์ไต้หวันใหม่ของห้างสะดวกซื้อ FamilyMart ในปี ค.ศ. ๑๙๙๙

๓. การให้รางวัลใหญ่ ๑๐ ล้านดอลลาร์ไต้หวันของ Concord Securities Co. และ Concord Future Co. ในปี ค.ศ. ๑๙๙๙

๔. การให้รางวัลใหญ่เป็นรถ Audi มูลค่า ๒.๘๙ ล้านดอลลาร์ไต้หวันของ Taipei Financial Center ในปี ค.ศ. ๒๐๑๓

๕. การให้รางวัลใหญ่เป็นสิทธิในการอยู่อาศัยในแมนชั่นฟรีเป็นเวลาสิบปี พร้อมรถยนต์ ของ Q Square Co. ในปี ค.ศ. ๒๐๑๔

ดังนั้น จึงเห็นได้ว่าด้วยการวางหลักเกณฑ์ควบคุมไว้ในกฎหมายอย่างชัดเจน และการบังคับใช้กฎหมายอย่างเข้มงวด จึงทำให้ในประเทศไต้หวันไม่ปรากฏกรณีการส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคของผู้ประกอบธุรกิจที่เสนอรางวัลเป็นมูลค่าสูงอย่างไม่เหมาะสมมากนัก

๕.๖.๒ กฎหมายและกฎระเบียบเกี่ยวกับการส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชค

ประเทศไต้หวันมีกฎหมาย และหลักเกณฑ์หลักที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมการส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคของผู้ประกอบธุรกิจ คือ Fair Trade Act ค.ศ. ๒๐๑๕ และ Regulations Governing the Amount of Gifts and Prizes Offered by Businesses

๕.๖.๒.๑ Fair Trade Act ค.ศ. ๒๐๑๕

เป็นกฎหมายหลักที่กำหนดหลักเกณฑ์ในการแข่งขันและการส่งเสริมการขายโดยให้รางวัลแก่ผู้บริโภคในประเทศไต้หวัน โดยกฎหมายฉบับนี้ ได้ประกาศใช้เมื่อปี ค.ศ. ๑๙๙๒ และถูกแก้ไขเพิ่มเติม ในปี ค.ศ. ๑๙๙๙, ๒๐๐๐, ๒๐๐๒ และ ๒๐๐๕ ตามลำดับ และเนื่องจาก Fair

^{๓๒๕} ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ Taiwan Fair Trade Commission

Trade Act ค.ศ. ๒๐๑๕ มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อสร้างสนามแข่งขันทางการค้าที่ยุติธรรมและมีความเหมาะสม ซึ่งการบังคับใช้หลักเกณฑ์ในกฎหมายอาจไปกระทบถึงผลประโยชน์ของภาคธุรกิจและอุตสาหกรรม ที่ต้องถูกจำกัดการทำกิจกรรมทางธุรกิจบางประการเพื่อให้เกิดการแข่งขันที่เป็นธรรม ดังนั้น ร่างกฎหมายฉบับนี้จึงถูกขัดขวางจากภาคธุรกิจและอุตสาหกรรมมาโดยตลอด รัฐบาลไต้หวันจึงต้องใช้ความพยายามเป็นอย่างมากในการผ่านร่างกฎหมายฉบับนี้ออกมาบังคับใช้ได้ในที่สุด โดยร่วมมือกับทั้งฝ่ายผู้บริโภคและนักวิชาการในการผลักดัน Fair Trade Act ให้ออกมาบังคับใช้^{๓๒๖}

กฎหมาย Fair Trade Act ค.ศ. ๒๐๑๕ ของประเทศไต้หวัน ครอบคลุมถึงแนวปฏิบัติทางธุรกิจที่ไม่ก่อให้เกิดการแข่งขัน รวมถึงแนวปฏิบัติทางธุรกิจที่ไม่เป็นธรรม ซึ่งในบางประเทศอาจจำแนกเรื่องเหล่านี้ออกเป็นกฎหมายหลายฉบับ แต่ไต้หวันเลือกที่จะรวมเอาไว้ในกฎหมายฉบับเดียว^{๓๒๗}

กฎหมาย Fair Trade Act ค.ศ. ๒๐๑๕ ของไต้หวันประกาศใช้ในวันที่ ๔ กุมภาพันธ์ ค.ศ. ๑๙๙๑ และมีผลใช้บังคับอีกหนึ่งปีหลังจากวันประกาศ คือในวันที่ ๔ กุมภาพันธ์ ค.ศ. ๑๙๙๒ โดยประกอบไปด้วย ๗ ส่วน รวม ๕๐ มาตรา ได้แก่

ส่วนที่ ๑ บททั่วไป มาตรา ๑-๖

ส่วนที่ ๒ การจำกัดการแข่งขัน มาตรา ๗-๒๐

ส่วนที่ ๓ การแข่งขันที่ไม่เป็นธรรม มาตรา ๒๑-๒๕

ส่วนที่ ๔ การสืบสวนและกระบวนการลงโทษ มาตรา ๒๖-๒๘

ส่วนที่ ๕ การชดเชยความเสียหาย มาตรา ๒๙-๓๓

ส่วนที่ ๖ บทลงโทษ มาตรา ๓๔-๔๔

ส่วนที่ ๗ บทบัญญัติเพิ่มเติม มาตรา ๔๕-๕๐

จากการแก้ไขเพิ่มเติมกฎหมาย Fair Trade Act ค.ศ. ๒๐๑๕ ในครั้งที่ ๑ เมื่อวันที่ ๓ กุมภาพันธ์ ค.ศ. ๑๙๙๙ หรือแปดปีหลังจากที่ได้ประกาศใช้ ได้มีการเพิ่มมาตรา ๒๓ ซึ่งเป็นเรื่องเกี่ยวกับการเสนอให้ของรางวัลของผู้ประกอบธุรกิจแก่ผู้บริโภคเอาไว้ด้วย ในไต้หวันถือว่าการเสนอการให้รางวัลเพื่อส่งเสริมการขายที่ไม่เหมาะสม เข้าข่ายเป็นเรื่องการแข่งขันไม่เป็นธรรมตามกฎหมาย Fair Trade Act ที่กำหนดห้ามไม่ให้บริษัทหนึ่งบริษัทใด จูงใจด้วยผลประโยชน์ หรือใช้วิธีการอันไม่เหมาะสม ที่ทำให้คู่แข่งทางธุรกิจในการการค้าประเภเดียวกันเสียเปรียบ เป็นผลทำให้เกิดการแข่งขันได้น้อยลง และขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรม^{๓๒๘}

โดยทั่วไปแล้วการให้รางวัลเพื่อส่งเสริมการขายแบ่งออกเป็น ๓ ประเภท ได้แก่ การให้รางวัลโดยการเสี่ยงโชค (chance-based) การแข่งขันโดยใช้ความสามารถ (skill-based) และการแจกรางวัลโดยทั่วไป (simple gift away) ดังนั้นเพื่อเป็นการคุ้มครองผู้บริโภค

^{๓๒๖} Lo, C.-f. (2006). *The legal culture and system of Taiwan*. Alphen aan den Rijn: Kluwer law international. p. 186.

^{๓๒๗} เพิ่งอ้าง.

^{๓๒๘} Chiou, B., & Wang, K. (2016). *Promoting medical products globally: Handbook of pharma and medtech compliance Taiwan*. In. Retrieved from https://www.bakermckenzie.com/-/media/files/insight/publications/2016/01/promoting-medical-devices-globally/pmpg_taiwan.pdf?la=en p. 4. (accessed 16 March 2018).

รวมถึงคู่แข่งทางธุรกิจและตลาดโดยรวม กฎหมาย Fair Trade Act ๒๐๑๕ จึงได้บัญญัติไว้ในมาตรา ๒๓ ว่า

“ไม่มีผู้ประกอบการใดที่จะแข่งขันเพื่อโอกาสทางการค้าด้วยวิธีการเสนอให้ของขวัญหรือของรางวัลที่ไม่เหมาะสม

หน่วยงานที่มีอำนาจ จะเป็นผู้บัญญัติข้อบังคับเกี่ยวกับขอบเขตของของขวัญหรือของรางวัล จำนวนของขวัญหรือของรางวัลที่ไม่เหมาะสม รวมถึงเรื่องอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง”^{๓๒๙}

มาตรา ๒๓ ในกฎหมาย Fair Trade Act ค.ศ. ๒๐๑๕ ได้มีการจำกัดการเสนอให้ของขวัญหรือของรางวัลของผู้ประกอบการ เพื่อส่งเสริมให้เกิดการแข่งขันที่เป็นธรรม ซึ่งได้มีการให้ความหมายของคำว่าของขวัญและของรางวัล ไว้ในข้อบังคับอีกฉบับหนึ่งคือ Regulations Governing the Amount of Gifts and Prizes Offered by Businesses ซึ่งจะได้กล่าวถึงในส่วนต่อไป

นอกจากนี้ยังได้มีการกำหนดโทษของผู้ที่ฝ่าฝืนบทบัญญัติในมาตรา ๒๓ ไว้ในมาตรา ๔๒ ดังนี้

“หน่วยงานที่มีอำนาจอาจออกคำสั่งให้ผู้ประกอบการที่ฝ่าฝืนมาตรา ๒๑ มาตรา ๒๓ ถึงมาตรา ๒๕ ให้หยุดการกระทำเช่นนั้น และให้กระทำการให้ถูกต้อง หรือมีคำสั่งให้กระทำการที่จำเป็น ภายในระยะเวลาที่กำหนด นอกจากนี้ หน่วยงานที่มีอำนาจอาจกำหนดโทษทางปกครองกับผู้ประกอบการนั้น โดยการปรับไม่เกินห้าหมื่นดอลลาร์ไต้หวันใหม่ แต่ไม่เกินยี่สิบห้าล้านดอลลาร์ไต้หวันใหม่ หากผู้ประกอบการไม่หยุดการกระทำ ไม่กระทำการให้ถูกต้อง หรือไม่ยอมกระทำการที่จำเป็นภายในระยะเวลาที่กำหนด ให้หน่วยงานที่มีอำนาจ ยื่นคำสั่งให้หยุดการกระทำ ให้กระทำการให้ถูกต้อง หรือมีคำสั่งให้กระทำการที่จำเป็นต่อไปภายในระยะเวลาที่กำหนดในคำสั่ง และในแต่ละครั้งอาจเพิ่มการลงโทษทางปกครองไปอีกอย่างต่อเนื่อง ด้วยการปรับไม่เกินห้าแสนดอลลาร์ไต้หวันใหม่ แต่ไม่เกินห้าสิบล้านดอลลาร์ไต้หวันใหม่ จนกว่าจะมีการหยุดการกระทำ มีการกระทำการให้ถูกต้อง หรือกระทำการที่จำเป็นเรียบร้อยแล้ว”^{๓๓๐}

^{๓๒๙} Section 23, Fair Trade Act 2015

“No enterprise shall compete for trading opportunities by means of improper offerings of gifts or prizes. The competent authority shall enact the regulations with regard to the scope of gifts or prizes, amount of improper offering and other related matters.”

^{๓๓๐} Section 42, Fair Trade Act 2015

“The competent authority may order any enterprise that violates Article 21, Article 23 to Article 25 to cease therefrom, rectify its conduct or take necessary corrective action within the time prescribed in the order; in addition, it may assess upon such enterprise an administrative penalty of not less than fifty thousand and not more than twenty-five million New Taiwan Dollars. Shall such enterprise fails to cease therefrom, rectify the conduct or take any necessary corrective action after the lapse of the prescribed period, the competent authority may continue to order such enterprise to cease therefrom, rectify the conduct or take any necessary corrective action within the time prescribed in the order, and each time may successively assess thereupon an administrative penalty of not less than one hundred thousand and not more than fifty million New Taiwan Dollars until its ceasing therefrom, rectifying its conduct or taking the necessary corrective action.”

จากการวางหลักเกณฑ์เกี่ยวกับการจำกัดการเสนอให้ของขวัญหรือของรางวัลของผู้ประกอบธุรกิจ ในมาตรา ๒๓ ใน Fair Trade Act ได้เป็นที่มาของการออกข้อบังคับอีกฉบับหนึ่ง เพื่อควบคุมเรื่องการส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคของผู้ประกอบธุรกิจ โดยเฉพาะ คือ Regulations Governing the Amount of Gifts and Prizes Offered by Businesses

๕.๖.๒.๒ Regulations Governing the Amount of Gifts and Prizes Offered by Businesses

Fair Trade Commission ในฐานะหน่วยงานที่มีอำนาจตามมาตรา ๒๓ แห่ง Fair Trade Act ค.ศ. ๒๐๑๕ และมีอำนาจบัญญัติข้อบังคับเกี่ยวกับขอบเขตของของขวัญหรือของรางวัล จำนวนของขวัญหรือของรางวัลที่ไม่เหมาะสม รวมถึงเรื่องอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง อาศัยอำนาจตามที่กฎหมายกำหนด ออกข้อบังคับเพื่อควบคุมราคาของขวัญและรางวัลที่เสนอโดยผู้ประกอบธุรกิจ หรือ Regulations Governing the Amount of Gifts and Prizes Offered by Businesses ขึ้นเมื่อวันที่ ๑๙ มีนาคม ค.ศ. ๒๐๑๕ ซึ่งประกอบไปด้วย ๙ มาตรา

โดยวัตถุประสงค์ของการออก Regulations Governing the Amount of Gifts and Prizes Offered by Businesses นั้น มีขึ้นเพื่อป้องกันไม่ให้ผู้ประกอบธุรกิจใช้วิธีการเสนอให้ของขวัญและของรางวัลอย่างไม่เหมาะสม เพื่อแข่งขันให้ได้มาซึ่งโอกาสทางการค้า ถึงแม้ว่าอาจถือเป็นเรื่องปกติที่ผู้ประกอบธุรกิจมักจะเสนอการให้ของขวัญหรือของรางวัลเพื่อจูงใจให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการ แต่อย่างไรก็ดี หากการสร้างแรงจูงใจการให้ของขวัญหรือของรางวัลนั้นเกินระดับตามสมควร อาจทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อเพราะเห็นแก่ของขวัญหรือของรางวัลนั้นมากกว่าปัจจัยที่สำคัญอื่นๆ เช่น คุณภาพหรือราคาของสินค้าหรือบริการ ซึ่งอาจทำให้เสียกลไกการแข่งขันในตลาดอย่างมีประสิทธิภาพไป จึงจำเป็นต้องออกข้อบังคับดังกล่าว เพื่อส่งเสริมให้เกิดการแข่งขันทางการค้าอย่างเป็นธรรม^{๓๓๑}

ในมาตรา ๒ แห่ง Regulations Governing the Amount of Gifts and Prizes Offered by Businesses นั้น ได้กำหนดความหมายของคำว่าของขวัญหรือรางวัล ดังนี้

“ของขวัญ” หมายถึง สินค้าหรือบริการที่มีมูลค่าทางการตลาดที่ผู้ประกอบธุรกิจได้เพิ่มเติมเข้ามาแบบไม่คิดค่าใช้จ่าย (ฟรี) เพื่อให้ได้รับโอกาสทางการค้า

“รางวัล” หมายถึง เงินหรือสินค้าหรือบริการที่มีมูลค่าทางการตลาดที่นำเสนอให้โดยไม่คิดค่าใช้จ่าย ด้วยวิธีจับสลาก (lottery-drawing) หรือวิธีเสี่ยงดวงอื่นๆ เพื่อให้ได้รับโอกาสทางการค้า

คำว่าของขวัญนั้น รวมถึงสินค้าหรือบริการที่มีมูลค่าทางตลาดที่ผู้ประกอบธุรกิจจัดหาให้ โดยมีได้คิดราคาเพิ่ม ส่วนคำว่าของรางวัลนั้น อาจเป็นรางวัลที่เป็นเงิน หรือสินค้าหรือบริการอื่นที่มีมูลค่าทางการตลาดที่ผู้ประกอบธุรกิจมอบให้ แต่การจะได้รางวัลนั้น ต้องใช้วิธีจับสลากหรือวิธีเสี่ยงดวงอื่นๆ โดยทั้งการให้ของขวัญ หรือของรางวัลของผู้ประกอบธุรกิจนั้น ต่างเป็นไป

^{๓๓๑} Fair Trade Commission. (n.d.). What is the purpose for the enactment of the “Regulations Governing the Amount of Gifts and Prizes Offered by Businesses”? [Blog Post]. Retrieved from <https://www.ftc.gov.tw/internet/english/doc/docDetail.aspx?uid=1448&docid=14481> (accessed 16 March 2018).

เพื่อการแข่งขันให้ได้โอกาสในการซื้อขายมากขึ้น ส่วนการกำหนดว่าต้องไม่คิดค่าใช้จ่าย เนื่องจากหากมีการคิดค่าใช้จ่ายหรือต้องมีการเสียเงิน อาจเข้าข่ายกระทำผิดประมวลกฎหมายอาญาที่ห้ามเล่นการพนันและลอตเตอรี่ที่ไม่มีใบอนุญาตได้ เพราะการส่งเสริมการขายโดยวิธีการให้ของรางวัลนั้น ต้องให้ผู้บริโภคเข้าร่วมได้ฟรี หากมีการเสียค่าใช้จ่ายจะเหมือนกับผู้บริโภคเสียค่าใช้จ่ายในการซื้อลอตเตอรี่เพื่อลุ้นผลรางวัล ซึ่งโดยปกติต้องมีใบอนุญาตจึงจะกระทำได้ แต่อาจกำหนดให้ผู้เข้าร่วมชิงโชคต้องซื้อสินค้าหรือบริการก่อนได้^{๓๓๒}

ส่วนการจำแนกความแตกต่างระหว่างการให้ของขวัญและของรางวัลนั้น อาจพิจารณาจากโอกาสในการได้รับของขวัญหรือของรางวัล ซึ่งหากมีโอกาสสูงที่จะได้รับ อาจถือว่าเป็นกิจกรรมการให้ของขวัญ แต่หากมีโอกาสที่จะได้รับค่อนข้างต่ำจะถือว่าเป็นการจัดกิจกรรมการให้ของรางวัล ซึ่งมีการจำกัดมูลค่าของขวัญหรือของรางวัลที่จัดกิจกรรมแตกต่างกัน ดังจะได้กล่าวถึงต่อไป^{๓๓๓}

เนื่องด้วยการให้ของขวัญหรือของรางวัลเพื่อแข่งขันให้ได้รับโอกาสทางธุรกิจนั้น อาจมีได้หลากหลายประเภทและรูปแบบ อย่างไรก็ตาม ได้มีการจำกัดกิจกรรมบางประเภทที่ไม่ถือว่าเป็นการให้ของขวัญหรือของรางวัลตาม Regulations Governing the Amount of Gifts and Prizes Offered by Businesses^{๓๓๔} ได้แก่

๑. การชิมฟรี, ทดลองใช้ฟรี และการส่งเสริมการขายอย่างอื่นที่ไม่ได้มุ่งหมายเพื่อสร้างโอกาสทางการค้า หรือการส่งเสริมการขายโดยการให้ของแถมหรือแจกฟรี ที่ไม่ได้มีอิทธิพลมากนักต่อตลาดหรือผลประโยชน์ของคู่แข่งทางการค้า

๒. การลดราคาสำหรับสินค้าหรือบริการชนิดเดียวกัน ถือเป็นเรื่องปกติเมื่อผู้ประกอบการยอมลดราคาเพื่อแข่งขัน ถือว่าไม่ได้ขัดต่อหลักการแข่งขันแต่อย่างใด

๓. การเพิ่มปริมาณสินค้าหรือบริการชนิดเดียวกัน เมื่อผู้ประกอบการเพิ่มปริมาณให้โดยไม่เพิ่มราคา ถือได้ว่าเป็นการลดราคาสินค้าเช่นเดียวกัน

๔. การส่งเสริมการขายโดยการจัดเป็นชุด (แพ็คเกจ) ซึ่งอาจรวมทั้งสินค้าและบริการที่ต่างชนิดกัน ซึ่งถือได้ว่าเป็นการลดราคาของผู้ประกอบการ นอกจากการจัดแพ็คเกจของสินค้าบริการที่ต่างชนิดกันแล้ว การส่งเสริมการขายโดยการเก็บเงินเพิ่มสำหรับลูกค้าที่ต้องการซื้อบริการสองอย่างหรือมากกว่านั้นในราคาพิเศษด้วย^{๓๓๕}

^{๓๓๒} Clinch, M. (2011). Sweepstakes and promotions in Taiwan: FAQ. Retrieved from <https://www.eiger.law/wp-content/uploads/2016/10/Sweepstakes-and-Promotions-in-Taiwan-FAQ.pdf> p. 2. (accessed 16 March 2018).

^{๓๓๓} เพิ่งอ้าง.

^{๓๓๔} Section 3, Regulations Governing the Amount of Gifts and Prizes Offered by Businesses

^{๓๓๕} Fair Trade Commission. (n.d.). FAQ. Fair Trade Commission [Blog Post]. Retrieved from <https://www.ftc.gov.tw/internet/english/doc/docDetail.aspx?uid=1448&docid=14482> (accessed 16 December 2018).

นอกจากนี้ Regulations Governing the Amount of Gifts and Prizes Offered by Businesses ได้วางหลักเกณฑ์เพื่อกำหนดมูลค่าของของขวัญหรือรางวัลที่มีความเหมาะสม ไว้ใน มาตรา ๔-๖ ซึ่งสรุปได้ดังตารางข้างล่างนี้

ตารางที่ ๑๗ แสดงเกณฑ์มูลค่าของขวัญหรือของรางวัลในประเทศไต้หวัน

ประเภทของขวัญหรือของรางวัล	เกณฑ์มูลค่าของขวัญหรือของรางวัลที่กำหนด
มูลค่าของขวัญมอบให้เพื่อส่งเสริมการขาย (มาตรา ๔)	มีการจำกัดมูลค่าของขวัญที่มอบให้เพื่อส่งเสริมการขาย สินค้าหรือบริการ ดังนี้ - สำหรับสินค้าหรือบริการที่ราคาเกินกว่า ๑๐๐ ดอลลาร์ไต้หวันใหม่ มูลค่าสูงสุดของของขวัญต้องไม่เกินครึ่งหนึ่งของราคาขายของผลิตภัณฑ์ - สำหรับสินค้าหรือบริการที่ราคาต่ำกว่า ๑๐๐ ดอลลาร์ไต้หวันใหม่ มูลค่าสูงสุดของของขวัญจะต้องไม่เกิน ๕๐ ดอลลาร์ไต้หวันใหม่
มูลค่ารวมทั้งปีของของรางวัล (prizes given) ในการจัดกิจกรรมให้รางวัล (มาตรา ๕)	- สำหรับผู้ประกอบการที่มียอดขายต่อปีในปีงบประมาณก่อนหน้า เกินกว่า ๓,๐๐๐ ล้านดอลลาร์ไต้หวันใหม่ มูลค่ารวมทั้งปีของของรางวัลต้องไม่เกิน ๖๐๐ ล้านดอลลาร์ไต้หวันใหม่ - สำหรับผู้ประกอบการที่มียอดขายต่อปีในปีงบประมาณก่อนหน้า เกินกว่า ๗๕๐ ล้านดอลลาร์ไต้หวันใหม่ แต่ไม่เกิน ๓,๐๐๐ ล้านดอลลาร์ไต้หวันใหม่ มูลค่ารวมทั้งปีของของรางวัลต้องไม่เกิน ๑/๕ ของยอดขายดังกล่าว - สำหรับผู้ประกอบการที่มียอดขายต่อปีในปีงบประมาณก่อนหน้า ไม่เกิน ๗๕๐ ล้านดอลลาร์ไต้หวันใหม่ มูลค่ารวมทั้งปีของของรางวัลต้องไม่เกิน ๑๕๐ ล้านดอลลาร์ไต้หวันใหม่
มูลค่าสูงสุดของรางวัล (มาตรา ๖)	ไม่ว่ากรณีใดก็ตามแล้วแต่ มูลค่าของรางวัลสูงสุดในการจัดกิจกรรมมอบของรางวัลของผู้ประกอบการจะต้องไม่เกิน ๕ ล้านดอลลาร์ไต้หวันใหม่

ดังนั้นจะเห็นได้ว่า ประเทศไต้หวันมีการกำหนดมูลค่าของรางวัลเอาไว้ อย่างชัดเจน โดยเฉพาะอย่างยิ่งหากเป็นการจัดกิจกรรมให้รางวัลของผู้ประกอบการ กฎหมายได้ กำหนดมูลค่ารวมทั้งปีของของรางวัล (ในกรณีที่ผู้ประกอบการอาจมีการจัดกิจกรรมมากกว่าหนึ่งครั้ง ต่อปี) ให้สัมพันธ์กับยอดขายในปีก่อนหน้าที่จะมีการจัดกิจกรรมให้รางวัลด้วย ซึ่งหากผู้ประกอบการ

สามารถทำรายได้ได้มาก กฎหมายจะอนุญาตให้จัดกิจกรรมมอบของรางวัลที่มีมูลค่ารวมทั้งปีมากตามไปด้วย ทั้งนี้ มูลค่าของของขวัญและของรางวัลที่กำหนดไว้ใน Regulations Governing the Amount of Gifts and Prizes Offered by Businesses อาจมีการแก้ไขตามสภาพเศรษฐกิจและสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป^{๓๓๖}

อย่างไรก็ดี ก่อนหน้าที่จะมีการออก Regulations Governing the Amount of Gifts and Prizes Offered by Businesses ในปี ค.ศ. ๒๐๑๕ ได้เคยมีการกำหนดมูลค่าของรางวัลสูงสุดโดยเทียบกับฐานเงินเดือนขั้นต่ำของประชากรไต้หวัน โดยกำหนดให้รางวัลสูงสุดของการจัดกิจกรรมให้รางวัลต้องไม่เกิน ๑๒๐ เท่าของเงินเดือนขั้นต่ำของไต้หวัน ซึ่งฐานเงินเดือนขั้นต่ำนี้ถูกกำหนดโดยสภาแรงงาน ที่อยู่ภายใต้การกำกับของคณะรัฐมนตรี ซึ่งในปี ค.ศ. ๒๐๑๔ เงินเดือนขั้นต่ำของไต้หวันคือ ๑๙,๒๗๓ ดอลลาร์ไต้หวันใหม่ ดังนั้น รางวัลสูงสุดในกิจกรรมให้รางวัลต้องไม่เกิน ๒,๓๑๒,๗๖๐ ดอลลาร์ไต้หวันใหม่^{๓๓๗}

ส่วนการตีมูลค่าของของรางวัล ในกรณีที่ของรางวัลเป็นสินค้าหรือบริการ ที่มีใช้ตัวเงินนั้น ตาม Regulations Governing the Amount of Gifts and Prizes Offered by Businesses ก็ได้วางหลักเกณฑ์ไว้ในมาตรา ๗ เช่นเดียวกัน ดังนี้

๑. ราคาของสินค้าหรือบริการ ให้เทียบกับราคาตลาดที่สมเหตุสมผล ที่มาจากผู้ประกอบการสินค้าหรือบริการที่เหมือนหรือคล้ายกัน ณ เวลาที่มีการจัดกิจกรรมการแจกของขวัญ

๒. มูลค่าของขวัญ อาจเทียบได้โดยวิธีดังต่อไปนี้

ก. ในกรณีที่ผู้ประกอบการนั้น เป็นผู้ผลิตของขวัญเอง ให้เทียบมูลค่าเอาจากค่าใช้จ่ายในการผลิต ส่วนกรณีที่ผู้ประกอบการนั้น ต้องจัดหาของขวัญจากท้องตลาดในราคาที่สมเหตุสมผล มูลค่าของขวัญนั้นอาจวัดได้จากราคาที่เกิดขึ้นจากการจัดหาของขวัญนั้น

ข. ในกรณีที่ผู้ประกอบการได้จัดหาของขวัญ มาจากข้อตกลงในการแลกเปลี่ยน ทำให้ไม่ปรากฏราคาที่เกิดขึ้นจากการจัดหาของขวัญนั้น ให้เทียบมูลค่าของขวัญเอาจากราคาขายปลีกในตลาด

ค. ใช้วิธีอื่นที่ได้รับการยอมรับและสมเหตุสมผลในการตีมูลค่าของขวัญ

๓. มูลค่าของของรางวัล อาจได้มาโดยวิธีดังต่อไปนี้

ก. ได้มาโดยตรงจากผู้ประกอบการที่ใช้จัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย โดยการให้รางวัล

ข. ในกรณีที่ของรางวัล (ไม่ว่าจะเป็นสินค้าหรือบริการ) ผลิตโดยผู้ประกอบการที่จัดกิจกรรมนั้นเอง หรือผู้ประกอบการได้จัดหาจากท้องตลาดในราคาที่เหมาะสม มูลค่าของของรางวัลนั้น (ไม่ว่าจะเป็นสินค้าหรือบริการ) เทียบได้จากราคาในการผลิตหรือราคาในการจัดหาของรางวัลนั้น

^{๓๓๖} Section 8, Regulations Governing the Amount of Gifts and Prizes Offered by Businesses

^{๓๓๗} MetaBlocks. (2015). International Sweepstakes [Blog Post]. Retrieved from <http://www.metablocks.com/2015/11/international-sweepstakes/> (accessed 16 December 2018).

ค. ในกรณีที่ผู้ประกอบการธุรกิจจัดหารางวัล (ไม่ว่าจะเป็นสินค้าหรือบริการ) มาจากข้อตกลงในการแลกเปลี่ยนโดยไม่ปรากฏราคา หรือไม่ปรากฏค่าใช้จ่ายในการจัดหาของรางวัล (ไม่ว่าจะเป็นสินค้าหรือบริการ) นั้น ให้เทียบมูลค่าของรางวัล (ไม่ว่าจะเป็นสินค้าหรือบริการ) เอาจากราคาขายปลีกในตลาด

ง. ใช้วิธีอื่นที่ได้รับการยอมรับและสมเหตุสมผลในการตีมูลค่าของรางวัล

๕.๖.๓ องค์การที่ควบคุมการส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชค

ในประเทศไต้หวัน องค์การที่ทำหน้าที่ควบคุมการส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชค คือ Fair Trade Commission: FTC ก่อตั้งขึ้นเมื่อเดือนมกราคม ค.ศ. ๑๙๙๒ ทำหน้าที่ในการยกร่างนโยบายและกฎหมายการค้าที่เป็นธรรม รวมถึงการสืบสวนพิจารณากรณีการทำให้เกิดการจำกัดการแข่งขัน เช่น การผูกขาด การกำหนดราคาเพื่อขจัดคู่แข่ง (predatory pricing) หรือ การปฏิบัติทางการค้าที่ไม่เป็นธรรม (unfair trade practices) ในทางธุรกิจอื่นๆ นอกจากนี้ Fair Trade Commission ยังทำหน้าที่ชี้แนะและกำกับส่วนท้องถิ่นและเทศมณฑลในการจัดการกับปัญหาที่เกี่ยวข้องกับกฎหมายการค้าที่เป็นธรรมอีกด้วย

ในบางประเทศ Fair Trade Commission ไม่มีอำนาจในการปรับหรือกำหนดบทลงโทษอื่น แต่ในประเทศไต้หวันนั้น Fair Trade Commission มีอำนาจในการปรับ ออกคำสั่งให้หยุดหรือระงับการกระทำ (cease-and-desist orders) หรือแจ้งให้ผู้ฝ่าฝืนปฏิบัติให้ถูกต้อง หรือให้กระทำการอื่นที่เหมาะสมก็ได้^{๓๓๘}

ประเทศไต้หวันผู้ประกอบการไม่จำเป็นต้องจดทะเบียนหรือขอใบอนุญาตในการจัดการส่งเสริมการขายด้วยการชิงโชค อย่างไรก็ตาม Fair Trade Commission จะเป็นผู้วางหลักเกณฑ์ในการควบคุมการจัดการส่งเสริมการขายและการแข่งขันที่นำเสนอต่อผู้บริโภคเกือบทั้งหมด ซึ่งทาง Fair Trade Commission เลือกที่จะวางหลักเกณฑ์สำหรับ “กิจกรรมการให้รางวัล” ซึ่งเป็นคำที่มีความหมายกว้างพอที่จะครอบคลุมถึงพฤติกรรมที่หลากหลาย แทนที่จะเลือกใช้คำโดยเฉพาะเจาะจง เช่น การชิงโชค หรือ การส่งเสริมการขาย โดย Fair Trade Commission จะเป็นผู้พิจารณาถึงพฤติกรรมที่อาจก่อให้เกิดการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรมของผู้ประกอบการเอง^{๓๓๙}

Fair Trade Commission ประกอบไปด้วยคณะกรรมการ ๗ คน ซึ่งได้รับการแต่งตั้งจากการเสนอชื่อโดยนายกรัฐมนตรี (premier) และได้รับการรับรองจากฝ่ายนิติบัญญัติ ให้ดำรงตำแหน่งวาระละสี่ปี และอาจได้รับการเลือกเข้ามาอีกเมื่อหมดวาระแล้ว โดยนายกรัฐมนตรีจะเป็นผู้เลือกคณะกรรมการให้เป็นประธานและรองประธาน มติของ Fair Trade Commission ให้เป็นไปตามเสียงข้างมาก

คุณลักษณะที่สำคัญของ Fair Trade Commission จะต้องเป็นผู้มีความยุติธรรมและไม่ข้องเกี่ยวกับกิจกรรมพรรคการเมือง โดยจะปฏิบัติหน้าที่อย่างอิสระภายใต้กฎหมายที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ มีการกำหนดให้มีคณะกรรมการที่เป็นสมาชิกพรรคการเมืองเดียวกันได้ไม่เกินครึ่งหนึ่งของ

^{๓๓๘} Lo, อ้างแล้ว เจริญธรรมที่ 6, at 188.

^{๓๓๙} Clinch, อ้างแล้ว เจริญธรรมที่ 6, at 2.

จำนวนคณะกรรมการทั้งหมด และคณะกรรมการจะต้องเป็นผู้มีความรู้และประสบการณ์ในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับกฎหมาย, เศรษฐกิจ, การเงิน และภาษี, บัญชี, หรือการจัดการ^{๓๔๐}

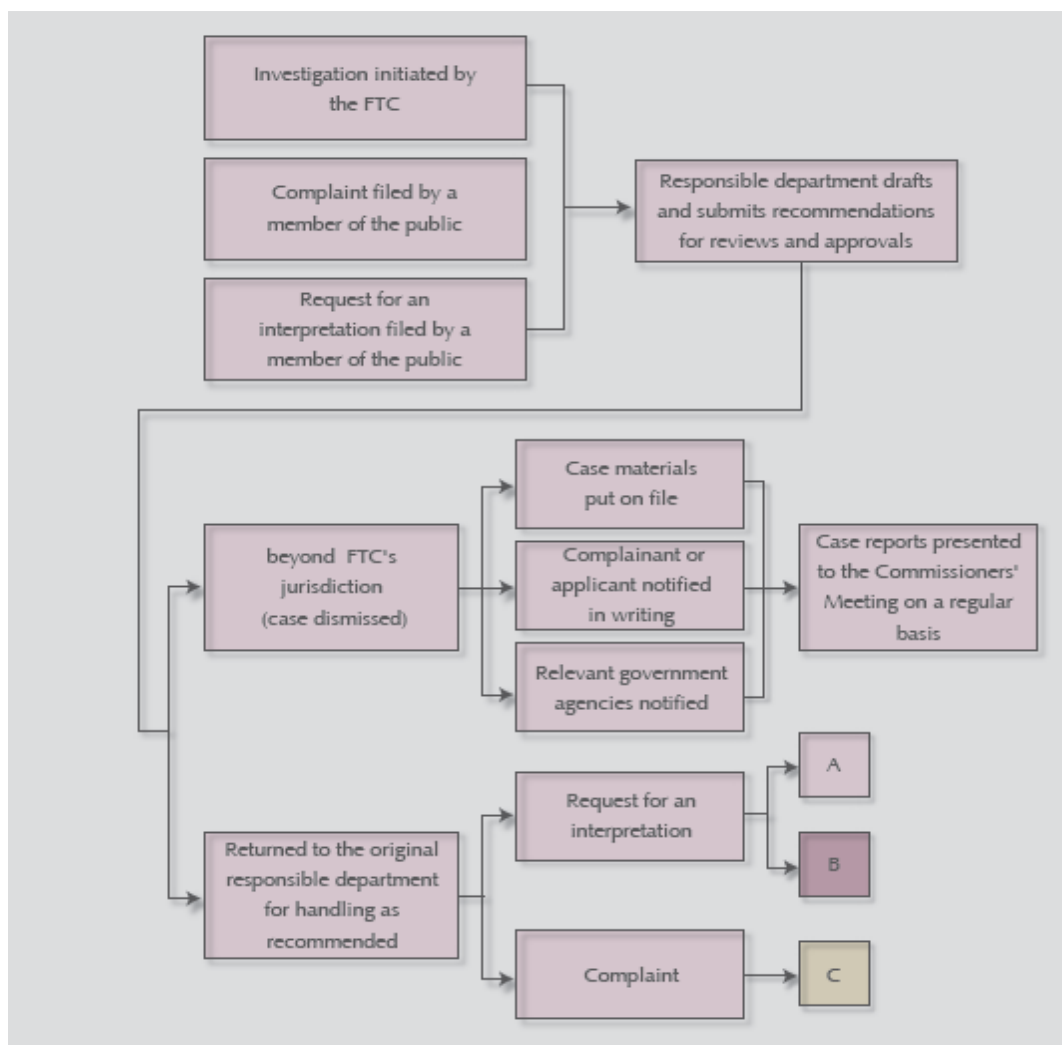
ภายใต้ Fair Trade Commission ยังมีการแบ่งหน่วยงานออกได้เป็นหน่วยงานหลัก ๕ ฝ่าย ได้แก่

๑. Department of Planning
๒. Department of Manufacturing Industry Competition
๓. Department of Legal Affairs
๔. Department of Service Industry Competition
๕. Department of Fair Competition

โดยหน่วยงานที่ทำหน้าที่รับผิดชอบการเสนอให้ของขวัญหรือของรางวัลที่ไม่เหมาะสม ซึ่งถือเป็นการปฏิบัติทางการค้าที่ไม่เป็นธรรมประเภทหนึ่ง คือ Department of Fair Competition

กระบวนการรับเรื่องร้องเรียนและคำร้องขอการตีความกฎหมายของ Fair Trade Commission กระบวนการรับเรื่องร้องเรียนและคำร้องแสดงได้ตามแผนภาพด้านล่าง

^{๓๔๐} Fair Trade Commission. (n.d.). Features. Retrieved from <https://www.ftc.gov.tw/internet/english/doc/docDetail.aspx?uid=199&docid=12194> (accessed 16 December 2018).



ภาพที่ ๑๔ กระบวนการรับเรื่องร้องเรียนและคำร้องใน Fair Trade Commission^{๓๔๑}

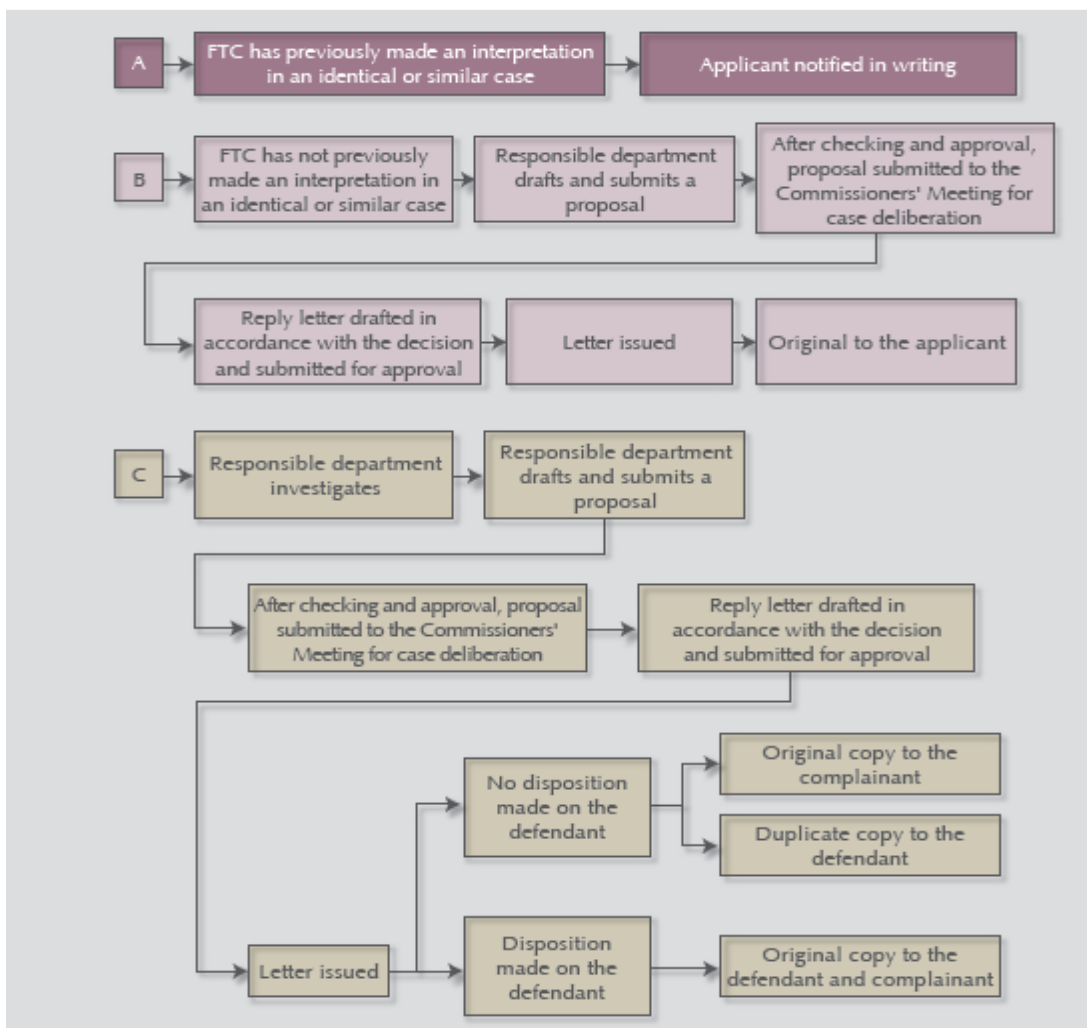
จากแผนภาพจะเห็นได้ว่า ข้อร้องเรียนอาจได้มาจากสามทางคือ ๑) จากการสืบสวนของ Fair Trade Commission เอง ๒) จากข้อร้องเรียนจากประชาชน และ ๓) จากคำร้องขอให้ตีความจากประชาชน ซึ่งหลังจากได้รับข้อร้องเรียน หรือคำร้องขอแล้ว ฝ่ายที่รับผิดชอบจะทำข้อเสนอแนะเพื่อให้ Fair Trade Commission พิจารณา โดยหากพิจารณาแล้วเห็นว่า เกินอำนาจหน้าที่ของ Fair Trade Commission ก็ให้ยกคำขอหรือคำร้อง แต่หากอยู่ในอำนาจหน้าที่ก็จะมอบให้หน่วยงานที่รับผิดชอบดำเนินการต่อไป

ซึ่งหากเป็นกรณีการร้องขอให้มีการตีความ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะพิจารณาว่าเคยมีการตีความในกรณีที่เหมือนหรือคล้ายกันมาแล้วก่อนหน้านี้หรือไม่ หากมีก็จะแจ้งให้ผู้ร้องขอทราบ

^{๓๔๑} Fair Trade Commission [Blog Post]. (n.d.). Retrieved from www.ftc.gov.tw (accessed 16 December 2018).

แต่หากไม่มีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะร่างข้อเสนอแนะ และส่งให้กับคณะกรรมการพิจารณาต่อไป ก่อนที่จะแจ้งให้ผู้ร้องทราบ

ส่วนในกรณีที่เป็นการร้องเรียนนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะเป็นผู้ทำการสืบสวน และร่างข้อเสนอแนะให้ Fair Trade Commission พิจารณา ซึ่งหากพิจารณาแล้วปรากฏว่าไม่มีการชี้ขาดคำตัดสินไปยังผู้ถูกร้องเรียน ก็จะมีต้นฉบับแจ้งให้ผู้ร้องเรียน และสำเนาให้ผู้ถูกร้องเรียนทราบ แต่หากมีการชี้ขาดว่าผิดตามข้อร้องเรียนก็มีต้นฉบับแจ้งให้ทั้งผู้ร้องเรียนและผู้ถูกร้องเรียนทราบด้วยตามแผนภาพด้านล่าง



ภาพที่ ๑๕ การจัดการเรื่องข้อร้องเรียนใน Fair Trade Commission^{๓๔๒}

^{๓๔๒} Fair Trade Commission, อ้างแล้ว เจริญธรรมที่ 1.

ซึ่งเมื่อพิจารณาตามหลักเกณฑ์ที่วางไว้ใน Regulations Governing the Amount of Gifts and Prizes Offered by Businesses จะเห็นได้ว่า แม้ไม่มีการบังคับให้มีการขอใบอนุญาตเพื่อจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคของผู้ประกอบธุรกิจ แต่กลับมีการวางหลักเกณฑ์ที่ชัดเจนและค่อนข้างเข้มงวดเพื่อควบคุมผู้ประกอบการธุรกิจในไต้หวัน ให้จัดกิจกรรมอยู่ภายใต้กรอบของกฎหมายและเป็นไปด้วยความเรียบร้อย โดยในส่วนต่อไปจะกล่าวถึงกรณีศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการบังคับใช้กฎหมายและกฎระเบียบดังกล่าว

๕.๖.๔ กรณีศึกษา

จากข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่จาก Fair Trade Commission ซึ่งได้สรุปคดีข้อพิพาทที่เกิดขึ้นเกี่ยวเนื่องกับ Regulations Governing the Amount of Gifts and Prizes Offered by Businesses รวมจำนวนทั้งสิ้น ๑๑ คดี ตามตารางที่แสดงด้านล่าง^{๓๔๓}

ตารางที่ ๑๘ คดีข้อพิพาทที่เกี่ยวข้องกับ Regulations Governing the Amount of Gifts and Prizes Offered by Businesses

ลำดับ	คดี	ช่วงเวลา	กฎหมายและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง	บทลงโทษ
๑	Independent Evening News Co. เสนอรางวัลใหญ่ มูลค่า ๐.๒ ล้านดอลลาร์ไต้หวันใหม่	ค.ศ. ๑๙๙๕ เลขที่ ๐๘๔๑๖๖	Fair Trade Act (ค.ศ. ๑๙๙๙) มาตรา ๑๙	คำสั่งระงับ ไม่มีการปรับ
๒	WenShan Cable TV Co. เสนอโปรโมชั่นให้จ่ายแค่ ๑ ดอลลาร์ไต้หวันใหม่ สำหรับค่าสมาชิกหนึ่งปี	ค.ศ. ๑๙๙๖ เลขที่ ๐๘๖๐๗๖	Fair Trade Act (ค.ศ. ๑๙๙๙) มาตรา ๑๙	คำสั่งระงับ ไม่มีการปรับ
๓	Panda Cable Co. เสนอโปรโมชั่นให้จ่ายแค่ ๑ ดอลลาร์ไต้หวันใหม่ สำหรับค่าสมาชิกหนึ่งปี	ค.ศ. ๑๙๙๗ เลขที่ ๐๘๖๑๙๑	Fair Trade Act (ค.ศ. ๑๙๙๙) มาตรา ๑๙	คำสั่งระงับ ไม่มีการปรับ
๔	Vison Cram School เสนอส่วนลดค่าเล่าเรียน ๕,๐๐๐ ดอลลาร์ไต้หวันใหม่สำหรับนักเรียนบางคน	ค.ศ. ๑๙๙๘ เลขที่ ๐๘๗๐๕๙	Fair Trade Act (ค.ศ. ๑๙๙๙) มาตรา ๑๙	คำสั่งระงับ ไม่มีการปรับ
๕	นาง Hong เสนอให้จักรยาน มูลค่า ๒,๕๐๐ ดอลลาร์ไต้หวัน	ค.ศ. ๑๙๙๘	Fair Trade Act (ค.ศ. ๑๙๙๙) มาตรา ๑๙	คำสั่งระงับ ไม่มีการปรับ

^{๓๔๓} ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่จาก Taiwan Fair Trade Commission

ลำดับ	คดี	ช่วงเวลา	กฎหมายและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง	บทลงโทษ
	ใหม่ หากบอกรับเป็นสมาชิกหนังสือพิมพ์เป็นเวลาหกเดือน	เลขที่ ๐๘๘๐๐๒		
๖	ห้างสะดวกซื้อ Family Mart เสนอรางวัลใหญ่เป็นเงิน ๒ ล้านบาทได้วันใหม่	ค.ศ. ๑๙๙๙ เลขที่ ๐๘๘๐๖๕	● The Principle Governing the Amounts of Gifts and Prizes Offered by Businesses ● Fair Trade Act (ค.ศ. ๑๙๙๙) มาตรา ๑๙, ๔๑	คำสั่งระงับ ไม่มีการปรับ
๗	Formosa Petrochemical Co. (ป๊อมน้ำมัน) จัดรายการส่งเสริมการขาย โดยให้ลูกค้าที่ใช้จ่าย ๓๐๐ ดอลลาร์ได้วันใหม่ ได้รับคูปองมูลค่า ๖๐๐ ดอลลาร์ได้วันใหม่	ค.ศ. ๒๐๐๒ เลขที่ ๐๘๑๐๗๔	● The Principle Governing the Amounts of Gifts and Prizes Offered by Businesses ● Fair Trade Act (ค.ศ. ๑๙๙๙) มาตรา ๑๙, ๔๑	คำสั่งระงับ และปรับ ๕๐๐,๐๐๐ ดอลลาร์ได้วันใหม่
๘	Concord Securities Co. และ Concord Future Co. เสนอรางวัลใหญ่เป็นเงินสด ๑๐ ล้านบาทได้วันใหม่	ค.ศ. ๒๐๐๖ เลขที่ ๐๙๕๑๒๙	● The Principle Governing the Amounts of Gifts and Prizes Offered by Businesses ● Fair Trade Act (ค.ศ. ๑๙๙๙) มาตรา ๑๙, ๔๑	คำสั่งระงับ และปรับ Concord Securities Co. ๔๐๐,๐๐๐ ดอลลาร์ได้วันใหม่ และ Concord Future Co. ๒๔๐,๐๐๐ ดอลลาร์ได้วันใหม่
๙	Taipei Financial Center Corporation (Taipei ๑๐๑) เสนอรางวัลใหญ่เป็น รถยนต์	ค.ศ. ๒๐๑๓ เลขที่ ๑๐๒๐๖๖	● The Principle Governing the Amounts of Gifts and	คำสั่งระงับ และปรับ ๑๐๐,๐๐๐

ลำดับ	คดี	ช่วงเวลา	กฎหมายและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง	บทลงโทษ
	Audi มูลค่า ๒.๘๙ ล้าน ดอลลาร์ไต้หวันใหม่		Prizes Offered by Businesses ● Fair Trade Act (ค.ศ. ๑๙๙๙) มาตรา ๑๙, ๔๑	ดอลลาร์ ไต้หวันใหม่
๑๐	Q Square Co. (ห้างสรรพสินค้า) เสนอรางวัล ใหญ่เป็นสิทธิในการอยู่อาศัยใน แมนชั่นฟรีเป็นเวลาสิบปี พร้อม รถยนต์	ค.ศ. ๒๐๑๔ เลขที่ ๑๐๓๐๔๐	● The Principle Governing the Amounts of Gifts and Prizes Offered by Businesses ● Fair Trade Act (ค.ศ. ๑๙๙๙) มาตรา ๑๙, ๔๑	คำสั่งระงับ และปรับ ๕๐,๐๐๐ ดอลลาร์ ไต้หวันใหม่
๑๑	VeeTime Could Telecom Co., Ltd. ส่งเสริมการขายโดย ให้ลูกค้าที่ซื้อบริการไฟเบอร์ ออฟติกหนึ่งเดือนได้ใช้บริการ เคเบิลทีวีหนึ่งเดือนฟรี	ค.ศ. ๒๐๑๕ เลขที่ ๑๐๔๐๓๖	● Regulations Governing the Amount of Gifts and Prizes Offered by Businesses ● Fair Trade Act (ค.ศ. ๒๐๑๔) มาตรา ๒๓, ๔๒	คำสั่งระงับ และปรับ ๕๐,๐๐๐ ดอลลาร์ ไต้หวันใหม่

เมื่อพิจารณาคดีที่เกิดขึ้นในไต้หวันตามตารางข้างต้น จะเห็นได้ว่า มีคดีที่เกี่ยวข้องกับการเสนอให้ของรางวัลของผู้ประกอบธุรกิจในไต้หวันอยู่ทั้งสิ้น ๑๑ คดี โดยมีคดีที่น่าสนใจที่ได้เผยแพร่ใน จดหมายข่าว Fair Trade Commission (FTC Newsletter) คือ

๑. ห้างสรรพสินค้าจัดการส่งเสริมการขายด้วยการให้รางวัลจากการเสี่ยงโชค ในปี ค.ศ. ๒๐๑๓^{๓๔๔}

ในคดีนี้ Fair Trade Commission ได้ตัดสินว่า Taipei Financial Center Corporation (TFCC) ผ่าฝืนมาตรา ๑๙ แห่ง Fair Trade Act เนื่องจากได้จัดให้มีการส่งเสริมการขายโดยการจับรางวัลด้วยการเสี่ยงโชค โดยได้กำหนดรางวัลใหญ่เป็นรถยนต์ Audi A๖ รุ่นไฮบริด มูลค่ากว่า ๒.๘๙ ล้านดอลลาร์ไต้หวันใหม่ ซึ่งมากกว่ามูลค่าของรางวัลชั้นสูงสุดที่กำหนดไว้ในแนวปฏิบัติ (Guidelines) ใน Fair Trade Commission Disposal Directions ที่กำหนดเกณฑ์ให้ผู้ประกอบธุรกิจปฏิบัติตามในเรื่องของการส่งเสริมการขายการให้ของขวัญหรือของรางวัล โดยในแนวปฏิบัติดังกล่าว ได้กำหนดให้มูลค่าสูงสุดของของรางวัลต้องไม่เกินกว่าหนึ่งร้อยยี่สิบเท่าของ

^{๓๔๔} Fair Trade Commission. (2013). FTC Newsletter No. 053 [Blog Post]. Retrieved from <http://www.apeccp.org.tw/htdocs/doc/Taipei/Announce/ftcnews053.pdf>. (accessed 16 December 2018).

เงินเดือนขั้นต่ำ ซึ่งในขณะนั้นเงินเดือนขั้นต่ำคือ ๑๘,๗๘๐ ดอลลาร์ไต้หวันใหม่ ดังนั้น ของรางวัลต้องมีมูลค่าสูงสุดไม่เกิน $๑๘,๗๘๐ \times ๑๒๐ = ๒,๒๕๓,๖๐๐$ ดอลลาร์ไต้หวันใหม่

นอกจากนี้ ผู้ประกอบธุรกิจดังกล่าว ยังมีการกำหนดให้ผู้บริโภคต้องซื้อสินค้าขั้นต่ำมูลค่า ๓,๐๐๐ ดอลลาร์ไต้หวันใหม่ จึงจะมีสิทธิได้ลุ้นรางวัล ในการนี้ Fair Trade Commission เห็นว่าการส่งเสริมการขายในลักษณะนี้ มีแนวโน้มที่ผู้บริโภคจะตั้งใจซื้อสินค้าให้ได้มูลค่าขั้นต่ำเพื่อหวังชิงรางวัล ถือเป็นการล่อลวงให้ผู้บริโภคซื้อสินค้า อันจะนำไปสู่การจำกัดการแข่งขันทางการค้า และขัดขวางให้เกิดการค้าที่เป็นธรรม ซึ่งเป็นการขัดต่อมาตรา ๑๙ แห่ง Fair Trade Act ดังนั้น Fair Trade Commission จึงสั่งให้ TFCC ระวังการส่งเสริมการขายด้วยการจับรางวัลด้วยการเสี่ยงโชคและกำหนดโทษปรับเป็นเงิน ๑๐๐,๐๐๐ ดอลลาร์ไต้หวันใหม่

๒. VeeTime เสนอให้ของขวัญมูลค่าเกินที่กำหนดไว้ในกฎหมาย ในปี ค.ศ. ๒๐๑๕^{๓๔๕}

ในคดีนี้ VeeTime Cloud Telecom Co., Ltd. ได้เสนอให้ของขวัญที่มีมูลค่าเกินกว่ามูลค่าของการบริการ โดยทางบริษัทได้จัดแพคเกจส่งเสริมการขาย ที่เสนอให้ลูกค้าที่ซื้อบริการอินเทอร์เน็ตไฟเบอร์ออฟติกหนึ่งเดือนได้ใช้บริการเคเบิลทีวีหนึ่งเดือนฟรี ซึ่งทาง Fair Trade Commission เห็นว่าเป็นการเสนอให้ของขวัญที่ไม่เหมาะสมเพื่อดึงดูดผู้บริโภค อันเป็นการละเมิดมาตรา ๔๒ แห่ง Fair Trade Act และยังเป็นการฝ่าฝืนมาตรา ๔ ใน Regulations Governing the Amount of Gifts and Prizes Offered by Businesses ที่เพิ่งประกาศใช้ อันได้กำหนดให้ผู้ประกอบธุรกิจอาจเสนอให้ของขวัญมูลค่าสูงสุดไม่เกินร้อยละ ๕๐ ของมูลค่าสินค้าหรือบริการ สำหรับสินค้าหรือบริการที่มีมูลค่ามากกว่า ๑๐๐ ดอลลาร์ไต้หวันใหม่

ดังนั้น การให้บริการของ VeeTime ซึ่งมีมูลค่าบริการมากกว่า ๑๐๐ ดอลลาร์ไต้หวันใหม่ เสนอของขวัญซึ่งเป็นการให้บริการเคเบิลทีวีหนึ่งเดือนฟรี ที่มีมูลค่ามากกว่าการซื้อบริการอินเทอร์เน็ตไฟเบอร์ออฟติกหนึ่งเดือนเกินกว่าร้อยละ ๕๐ จึงเป็นการฝ่าฝืน Regulations Governing the Amount of Gifts and Prizes Offered by Businesses ดังนั้น Fair Trade Commission จึงลงโทษให้จ่ายค่าปรับ ๕๐,๐๐๐ ดอลลาร์ไต้หวันใหม่ และหยุดการกระทำที่ผิดกฎหมายดังกล่าวทันที

มีข้อสังเกตว่า คดีที่กล่าวถึงในตารางข้างต้น เป็นคดีที่เกิดขึ้นภายหลังปี ค.ศ. ๑๙๙๕ เป็นต้นมาทั้งสิ้น ซึ่งจากข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่จาก Fair Trade Commission พบว่า สาเหตุที่ไม่มีคดีเกิดขึ้นก่อนปี ค.ศ. ๑๙๙๕ เลยเนื่องจากยังไม่มีกฎหมายใช้บังคับโดยตรง อีกทั้งเพิ่งมีการจัดตั้ง Fair Trade Commission: FTC ขึ้นเมื่อปี ค.ศ. ๑๙๙๒ ทั้งนี้ ได้มีการออกหลักการเพื่อควบคุมการให้ของขวัญและของรางวัลของผู้ประกอบธุรกิจคือ The Principle Governing the Amounts of Gifts and Prizes Offered by Businesses ขึ้นเป็นครั้งแรกในปี ค.ศ. ๑๙๙๙ และบังคับใช้จนกระทั่งถึงปี ค.ศ. ๒๐๑๔ จนต่อมาถูกแทนที่ด้วย Regulations Governing the Amount of Gifts and Prizes Offered by Businesses ในปี ค.ศ. ๒๐๑๕

อย่างไรก็ดี ปรากฏว่า ภายหลังจากมีการออกข้อบังคับ Regulations Governing the Amount of Gifts and Prizes Offered by Businesses ในปี ค.ศ. ๒๐๑๕ ก็มีเพียงคดี VeeTime Cloud Telecom Co., Ltd. ที่ถูก Fair Trade Commission ตัดสินลงโทษ แต่หลังจาก

^{๓๔๕} Taiwan FTC Newsletter No. 065. (2015). Retrieved from <https://www.ftc.gov.tw/upload/73e45b1c-1213-4521-8de6-214588cf2fdd.pdf> (accessed 16 December 2018).

นั้นก็ไม่มีคดีละเมิดข้อบังคับดังกล่าวเลยจนกระทั่งถึงปัจจุบัน สาเหตุในเรื่องนี้ น่าจะเป็นเพราะเนื่องจาก ได้มีการย้ายหน่วยงานที่ดูแลในเรื่องการพิจารณาดีและบังคับใช้ข้อบังคับเพื่อควบคุมราคาของของขวัญและรางวัลที่เสนอโดยผู้ประกอบการมาเป็น Department of Fair Trade ภายใต้ Fair Trade Commission ซึ่งมีการปรับใช้ดุลยพินิจที่แตกต่างไปจากเดิมที่มุ่งป้องกันการใช้อำนาจทางการตลาดไปในทางที่ผิด มาเป็นการมุ่งป้องกันพฤติกรรมการหลอกลวง ดังนั้น หากกิจกรรมส่งเสริมการขาย ไม่ได้ส่อพฤติกรรมการหลอกลวงผู้บริโภค เจ้าหน้าที่อาจใช้ดุลยพินิจให้การส่งเสริมการขายดังกล่าวไม่ตกอยู่ภายใต้ข้อจำกัด ภายใต้ Regulations Governing the Amount of Gifts and Prizes Offered by Businesses ก็ได้

ยกตัวอย่างเช่น หากผู้ประกอบการจัดรายการส่งเสริมการขายให้ผู้บริโภคซื้อหนึ่งแถมหนึ่งฟรี ซึ่งโดยทั่วไปแล้ว หากมูลค่าสินค้าเกินกว่า ๑๐๐ ดอลลาร์ไต้หวันใหม่ ผู้ประกอบการก็จะไม่สามารถเสนอให้ของขวัญมูลค่าเกินกว่าครึ่งหนึ่งของราคาสินค้าได้ ตามมาตรา ๔ (๑) ใน Regulations Governing the Amount of Gifts and Prizes Offered by Businesses แต่อย่างไรก็ดี ในมาตรา ๓^{๓๔๖} ในข้อบังคับดังกล่าว ได้กำหนดข้อยกเว้นให้การส่งเสริมการขายด้วยการลดราคาไม่ถือว่าเป็นการให้ของขวัญหรือของรางวัล ดังนั้น เจ้าหน้าที่อาจใช้ดุลยพินิจว่าการซื้อหนึ่งแถมหนึ่งถือเป็นการลดราคาให้กับผู้บริโภคซึ่งอยู่ภายใต้กิจกรรมที่ได้รับยกเว้นตามมาตรา ๓ แม้ว่ามูลค่าของที่ได้แถมจะเกินกว่าที่ได้กำหนดไว้ในมาตรา ๔ (๑) ก็ตาม^{๓๔๗}

โดยสรุปแล้วจะเห็นได้ว่าแม้ประเทศไต้หวันจะมีการวางกฎระเบียบและหลักเกณฑ์ที่มาจำกัด การส่งเสริมการขายด้วยการให้ของรางวัลด้วยการเสี่ยงโชคของผู้ประกอบการไว้อย่างชัดเจน และเข้มงวด แต่อย่างไรก็ดี เจ้าหน้าที่ใน Fair Trade Commission อาจใช้ดุลยพินิจในการบังคับใช้กฎหมายโดยใช้เกณฑ์ในการพิจารณาที่เจ้าหน้าที่เห็นว่าเหมาะสมได้ ซึ่งเป็นการผ่อนคลายนโยบายที่เข้มงวดได้มากขึ้น

๕.๗ ประเทศสหรัฐอเมริกา

๕.๗.๑ สภาพทั่วไปเกี่ยวกับการพนันและการส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชค

การชิงโชค (sweepstake) การแข่งขัน (contest) และลอตเตอรี่ (lotteries) คำทั้ง ๓ คำนี้มีส่วนที่เกี่ยวข้องกัน คือ ทำให้คนมีโอกาสชนะรางวัล แต่คำเหล่านี้มีความหมายแตกต่างกันไป

^{๓๔๖} ตามมาตรา 3 ใน Regulations Governing the Amount of Gifts and Prizes Offered by Businesses ได้กำหนดให้กิจกรรมบางประเภทไม่ถือว่าเป็นการให้ของขวัญหรือของรางวัลตาม Regulations Governing the Amount of Gifts and Prizes Offered by Businesses ได้แก่

๑. การชิมฟรี, ทดลองใช้ฟรี และการส่งเสริมการขายอย่างอื่นที่ไม่ได้มุ่งหมายเพื่อสร้างโอกาสทางการค้า หรือการส่งเสริมการขายโดยการให้ของแถมหรือแจกฟรี ที่ไม่ได้มีอิทธิพลมากนักต่อตลาดหรือผลประโยชน์ของคู่แข่งทางการค้า
๒. การลดราคาสำหรับสินค้าหรือบริการชนิดเดียวกัน ถือเป็นเรื่องปกติเมื่อผู้ประกอบการยอมลดราคาเพื่อแข่งขัน ซึ่งไม่ได้ขัดต่อหลักการแข่งขันแต่อย่างใด
๓. การเพิ่มปริมาณสินค้าหรือบริการชนิดเดียวกัน เมื่อผู้ประกอบการเพิ่มปริมาณให้โดยไม่เพิ่มราคา ถือได้ว่าเป็นการลดราคาสินค้าเช่นเดียวกัน
๔. การส่งเสริมการขายโดยการจัดเป็นชุด (แพคเกจ) ซึ่งอาจรวมทั้งสินค้าและบริการที่ต่างชนิดกัน

^{๓๔๗} ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ Taiwan Fair Trade Commission

กล่าวคือ การชิงโชค คือการให้รางวัลแก่ผู้ชนะด้วยการจับฉลากหรือการสุ่ม ของรางวัลอาจจะเป็น สติกเกอร์ สิ่งของ หรือ เงินสด การชิงโชคอาจเกิดขึ้นในรูปแบบของการชักชวนเพื่อนมาเล่น การ แพร่กิจกรรมทางโซเชียลมีเดีย หรือ การเยี่ยมชมเว็บไซต์หรือดูวิดีโอ ส่วนการแข่งขัน คือ การให้รางวัล แก่ผู้ชนะโดยวัดจากความรู้ความสามารถ เช่น การประกวดเรียงความ การประกวดภาพถ่าย เป็นต้น และสามารถให้คนทั่วไปเข้าร่วมโหวตได้ สำหรับการเล่นลอตเตอรี่ คือ การจับรางวัลที่ผู้เล่นจะต้องใช้ เงินซื้อสลากโดยการได้รางวัลขึ้นอยู่กับโชคหรือความเสี่ยงของผู้เล่นเอง ซึ่งลอตเตอรี่มีความแตกต่าง ตรงที่รัฐบาลกำกับดูแลการออกลอตเตอรี่อย่างเข้มงวด และส่วนใหญ่เป็นกิจกรรมที่ทำโดยรัฐบาล เช่น Powerball หรือ Mega Millions ซึ่งเป็นลอตเตอรี่ที่ได้รับความนิยมมากในสหรัฐอเมริกา นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมที่เรียกว่าการบริจาคเงินเพื่อการกุศล^{๓๔๘}

การพนันและการส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคของประเทศสหรัฐอเมริกาอยู่ ภายใต้กฎหมายทั้งของรัฐบาลกลางและรัฐ กฎระเบียบของรัฐบาลกลางโดยทั่วไปใช้เฉพาะกับ การส่งเสริมการขายรางวัลที่เกิดขึ้นทั่วทั้งรัฐเท่านั้น ซึ่งแต่ละรัฐมีกฎหมายที่แตกต่างกันเกี่ยวกับการ ส่งเสริมการขายด้วยการให้รางวัล ในระดับรัฐบาลกลางสหรัฐกระทรวงยุติธรรมเป็นผู้รับผิดชอบ หลักในการบังคับใช้การละเมิดทางอาญา เช่น การเล่นลอตเตอรี่ที่ผิดกฎหมาย US Postal Service มี หน้าที่ในการบังคับใช้กฎระเบียบเกี่ยวกับการชิงโชคที่ส่งทางไปรษณีย์ Federal Trade Commission สามารถดำเนินการเพื่อการค้าที่ไม่เป็นธรรมและหลอกลวงเกี่ยวกับการชิงโชคและการแข่งขัน และ Federal Communications Commission สามารถดำเนินการเกี่ยวกับการชิงโชคและข้อเสนอ การแข่งขันผ่านการออกอากาศเคเบิลหรือดาวเทียมหรือวิทยุ

กฎหมายในประเทศสหรัฐอเมริกาจำกัดและกำกับการออกลอตเตอรี่โดยเอกชน อย่างเข้มงวด ดังนั้น การส่งเสริมการขายด้วยการจับรางวัลจะต้องทำให้มีความแตกต่างจากลอตเตอรี่ กล่าวคือ การจะเป็นลอตเตอรี่ได้จะต้องประกอบไปด้วยองค์ประกอบ ๓ ประการได้แก่ รางวัล การเลือกผู้ชนะโดยการสุ่ม และมีค่าตอบแทน ดังนั้น การจัดกิจกรรมการส่งเสริมการขายด้วยการให้ รางวัลจึงจะต้องทำให้ขาดองค์ประกอบใดองค์ประกอบหนึ่งของการเป็นลอตเตอรี่ ซึ่งโดยส่วนใหญ่ จะต้องหลีกเลี่ยงการส่งเสริมการขายด้วยการจับรางวัลและไม่ต้องชำระเงินเพื่อเข้าร่วมกิจกรรม^{๓๔๙}

เมื่อการส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่องในกลุ่มแบรนด์ เอเจนซีและนักการตลาดดิจิทัล สิ่งสำคัญคือต้องตรวจสอบให้แน่ใจว่าโปรโมชั่นของผู้ประกอบธุรกิจ เป็นไปตามกฎหมายท้องถิ่นรัฐและรัฐบาลกลางทั้งหมด ถึงแม้ว่าในสหรัฐอเมริกามีกฎหมายเกี่ยวกับการ ส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคแตกต่างกันไปในแต่ละรัฐ แต่เกือบทุกรัฐมีกฎหมายที่คล้ายกัน เกี่ยวกับการดำเนินการชิงโชค หากผู้ประกอบการวางแผนที่จะใช้การชิงโชคผู้ประกอบการควร ตรวจสอบองค์ประกอบทุกส่วนของกิจกรรมการส่งเสริมการขายว่าปฏิบัติตามที่กฎหมายกำหนด ก่อนที่จะเผยแพร่ต่อสาธารณชนทั่วไป

^{๓๔๘} Grauschopf, S. (n.d.). Contests, Sweepstakes, and Lotteries: What You Need to Know [Blog Post].

Retrieved from <https://www.thebalanceeveryday.com/guide-to-contests-sweepstakes-and-lotteries896872> (accessed 16 December 2018).

^{๓๔๙} เพิ่งอ้าง.

๕.๗.๒ กฎหมายและกฎระเบียบเกี่ยวกับการส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชค

กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคในประเทศสหรัฐอเมริกาแบ่งออกเป็น ๓ ระดับ ได้แก่ ระดับรัฐบาลกลาง ระดับรัฐ และ องค์การต่างๆที่เกี่ยวข้อง ในประเทศสหรัฐอเมริกา การจับรางวัลจะต้องได้รับอนุญาต รัฐส่วนใหญ่ห้ามการออกลอตเตอรี่ที่ผิดกฎหมายซึ่งหมายถึงโครงการที่เกี่ยวข้องกับการจับรางวัล นอกจากนี้ US Postal Service กำหนดให้การจัดส่งทางไปรษณีย์ชิงโชคจะต้องมีการชี้แจงรายละเอียดว่าการเข้าร่วมชิงรางวัลที่เกิดจากการซื้อสินค้าจะต้องไม่เป็นเงื่อนไขในการชนะรางวัล โดยคำโฆษณาจะต้องประกอบไปด้วยรายละเอียดดังนี้^{๓๕๐}

๑. ชื่อ ที่อยู่ สถานที่ติดต่อของผู้ประกอบธุรกิจ
๒. ข้อตกลงและเงื่อนไขในการจับรางวัล
๓. กระบวนการและวิธีในการจับรางวัล
๔. โอกาสในการชนะในการจับรางวัลแต่ละประเภท
๕. จำนวนและมูลค่าของแต่ละรางวัล
๖. กำหนดการในการจ่ายรางวัล
๗. ในกรณีที่คะแนนเท่ากัน และผู้เข้าร่วมชิงรางวัลจะต้องจ่ายเงิน ผู้จัดการให้รางวัลจะต้องแจ้งให้ทราบอย่างชัดแจ้งว่า จะต้องมีการจ่ายเงินเพื่อให้ได้รางวัล และการจ่ายเงินเป็นเพียงทางเลือกของผู้เข้าร่วมชิงรางวัลเท่านั้น

๕.๗.๒.๑ กฎหมายในระดับรัฐบาลกลาง

๑. Deceptive Mail Prevention and Enforcement Act (DMPEA)
ถึงแม้ว่าแต่ละรัฐมีการออกกฎหมายเกณฑ์การส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคที่แตกต่างกัน แต่ทุกรัฐจะมีกฎหมายทั่วไปที่เหมือนกัน กล่าวคือ การส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคจะต้องสอดคล้องกับกฎหมายการจับรางวัลทางการที่จดทะเบียนไว้ และการโฆษณาทุกครั้งจะต้องประกอบไปด้วยข้อความต่อไปนี้^{๓๕๑}

- ก. ข้อความที่ปรากฏว่า สามารถเข้าร่วมการจับรางวัลได้โดยไม่ต้องซื้อสินค้า (no purchase necessary)
- ข. ข้อความที่ปรากฏว่า การซื้อสินค้าไม่ได้เป็นการเพิ่มโอกาสในการชนะ (a purchase will not improve an individual's chances of winning)^{๓๕๒}
- ค. สถานที่ที่จับรางวัล
- ง. ข้อกำหนดทั่วไป เช่น ระยะเวลา และขอบเขตพื้นที่
- จ. วันเริ่มต้นและสิ้นสุดของการจับรางวัล
- ฉ. วิธีการชนะรางวัล
- ช. ชื่อผู้สนับสนุนการจับรางวัล
- ซ. ข้อความที่ระบุว่า การส่งเสริมการตลาดด้วยการจับรางวัลปฏิบัติตาม

ตามกฎหมายเกณฑ์ทางการที่กำหนด

^{๓๕๐} 39 U.S. Code § 3001 (k)(3)(A) - Nonmailable matter

^{๓๕๑} Deceptive Mail Prevention and Enforcement Act (DMPEA) 39 U.S.C.A. § 3001(k)(3)(A)(ii)(I)–(II)

^{๓๕๒} เฝิงอ้าว.

ณ. สถานที่ที่มีการประกาศกฎเกณฑ์การจบบางอย่างเป็นการ
ณ. ต้องมีการเปิดเผยกฎเกณฑ์การให้รางวัลให้สาธารณชนทราบ เช่น
วิธีการให้รางวัล
ณ. ผู้บริโภคต้องมีสิทธิ์ที่จะเลือกไม่รับเอกสารหรือการเชิญชวนใด ๆ ให้
เข้าร่วมการจบบางอย่างได้

๒. มาตรา ๕(a) แห่ง the Federal Trade Commission Act ห้ามการ
กระทำอันไม่เป็นธรรมหรือ การกระทำที่หลอกลวงหรือการปฏิบัติหรือผลกระทบธุรกิจข้อห้ามนี้มีผล
บังคับใช้กับทุกคนที่มีส่วนร่วมในการพาณิชย์รวมทั้งธนาคาร ทำให้เกิดหรืออาจทำให้เกิดความ
เสียหายอย่างร้ายแรง หรือการปฏิบัติโดยไม่เป็นธรรม (unfair practice) ได้แก่กรณีดังต่อไปนี้

- ก. การกระทำที่ก่อให้เกิดความเสียหายต่อผู้บริโภคอย่างร้ายแรง
- ข. การกระทำต่อผู้บริโภคอย่างไม่สมเหตุสมผล
- ค. ไม่มีกระบวนการชดเชยให้แก่ผู้บริโภค

๓. Children's Online Privacy Protection Act ('COPPA') COPPA
กำหนดข้อกำหนดบางประการเกี่ยวกับผู้ดำเนินการเว็บไซต์หรือบริการออนไลน์ให้กับเด็กอายุต่ำกว่า
๑๓ ปีและผู้ดำเนินการเว็บไซต์อื่นๆ หรือบริการออนไลน์ที่มีความรู้ว่าจะกำลังรวบรวมข้อมูล
ส่วนบุคคลทางออนไลน์จากเด็กอายุต่ำกว่า ๑๓ ปี

๕.๗.๒.๒ กฎหมายในระดับรัฐ

๑. Arizona

รัฐ Arizona อนุญาตให้ การเล่นเกมพนันเพื่อความบันเทิง โดยจะต้อง
เป็นการพนันที่เกิดจากการใช้ทักษะมากกว่าการเสี่ยงโชค^{๓๕๓}

๒. California

California Business & Professions Code §§ ๑๗๕๓๙.๑ -
๑๗๕๓๙.๓๕; California Penal Code § ๓๓๐ ห้ามจบบางอย่างให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมจะต้องจ่ายเงิน
บางอย่างเพื่อเข้าร่วมการจบบางอย่าง^{๓๕๔} ผู้ประกอบธุรกิจที่วางแผนจะส่งเสริมการขายโดยการชิงโชคที่
จะมีผลบังคับกับคนในรัฐ California ผู้ประกอบธุรกิจต้องตรวจสอบให้แน่ใจว่าสอดคล้องกับกฎหมาย
ฉบับใหม่ บทบัญญัติตลอดจนกฎหมายและข้อบังคับอื่น ๆ ของรัฐและรัฐบาลกลาง

๑) California Code, Business and Professions Code - BPC §
๑๗๕๓๙.๑ กฎหมายฉบับนี้กำหนดว่า ห้ามผู้ประกอบธุรกิจจัดกิจกรรมการจบบางอย่างหากการจัด
กิจกรรมดังกล่าวมีการกระทำหรือการปฏิบัติที่ไม่เป็นธรรม และปฏิบัติผิดกฎหมายในข้อใดข้อหนึ่ง
ดังต่อไปนี้

ก. ไม่เปิดเผยข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับการจบบางอย่าง ก่อนที่จะเริ่ม
การเชิญชวน ก่อนการเริ่มการโฆษณา ก่อนการเริ่มจบบางอย่าง หรือ ผู้ประกอบธุรกิจกำหนดให้
มีการจ่ายเงินเพื่อเข้าร่วมการจบบางอย่าง

ข. ไม่ปฏิบัติตามข้อกำหนดเรื่องประกาศรายชื่อผู้ได้รับรางวัล

^{๓๕๓} A.R.S. §§13-3001(1), 13-3002, 13-3311.

^{๓๕๔} Cal. Bus. & Prof. Code § 17539.3; People v. Cardas, 137 Cal. App. Supp. 788(1933).

ค. ไม่ปฏิบัติตามข้อกำหนดเรื่องการจับรางวัลตามที่ได้แจ้งไว้

๒) California Omnibus Sweepstakes Bill

ในปีค.ศ.๒๐๐๘ ผู้ว่าการรัฐ California ได้ประกาศใช้กฎหมาย California Omnibus Sweepstakes Bill ซึ่งกฎหมายฉบับนี้ได้ออกมาแก้ไขรายละเอียดในของ California Code และ Business and Professions Code วัตถุประสงค์ของกฎหมายฉบับนี้ เพื่อป้องกันการฉ้อโกงจากการโฆษณาและการส่งเสริมการขายโดยการจับรางวัลในรัฐ California โดยหลักการของกฎหมายฉบับนี้ ได้แก่

ก. ข้อความโฆษณาจะต้องประกอบด้วยข้อความว่า “NO PURCHASE OR PAYMENT NECESSARY”

ข. กำหนดการประกาศรางวัลแก่ผู้ชนะ

ค. ห้ามคิดค่าใช้จ่ายในการเข้าร่วมจับรางวัล

ง. ข้อห้ามในการแสดงว่าผู้ที่ได้รับข้อเสนอชิงโชคเป็นเท็จได้รับการคัดเลือกเป็นพิเศษ

จ. ข้อห้ามในการแสดงว่าบุคคลนั้นได้รับการแจ้งเตือนเป็นครั้งที่สองหรือครั้งสุดท้ายในการที่จะได้รับหรือชิงรางวัล

ฉ. ข้อห้ามในการแสดงว่าการแจ้งให้ทราบรางวัลเป็นเรื่องเร่งด่วนวันแต่จะมีเวลา หรือจำกัดระยะเวลาที่ผู้เข้าร่วมการแข่งขันต้องดำเนินการเพื่อเรียกร้องรางวัลหรือมีสิทธิได้รับรางวัล

ช. ข้อห้ามในการแสดงความจริงว่าการชักชวนการชิงโชคได้รับอนุญาตหรืออนุมัติโดยรัฐบาลหรือได้รับการอนุมัติจากศาล หรือหน่วยงานในสหรัฐ

๓. Florida

รัฐ Florida ห้ามมิให้มีการป้อนข้อมูลการชำระเงินหรือหลักฐานการซื้อเป็นเงื่อนไขในการเข้าร่วมโปรโมชั่นหรือการจับรางวัล^{๓๕๕} ในรัฐ Florida ผู้ประกอบธุรกิจที่จัดให้มีการจับรางวัลจะต้องจดทะเบียนกับ Department of Agriculture and Consumer Services และในกรณีที่มีการเสนอจับรางวัลเกินกว่า ๕,๐๐๐ ดอลลาร์สหรัฐ ผู้ประกอบธุรกิจจะต้องเปิดบัญชี trust account หรือ ออกหนังสือค้ำประกันการออกรางวัลล่วงหน้าอย่างน้อย ๗ วันก่อนการจับรางวัล โดยมูลค่าของหนังสือค้ำประกันจะต้องครอบคลุมจำนวนมูลค่าของรางวัล^{๓๕๖} แต่อย่างไรก็ตามในกรณีที่ผู้ประกอบธุรกิจจัดการออกรางวัลเป็นเวลา ๕ ปี ติดต่อกันโดยไม่มีการปฏิบัติผิดกฎหมายใดๆ ผู้ประกอบธุรกิจที่จัดให้มีการจับรางวัลสามารถทำหนังสือขอยกเว้นเปิดบัญชี trust account หรือออกหนังสือค้ำประกันการออกรางวัลได้^{๓๕๗}

ในการจดทะเบียนเพื่อการจับรางวัลผู้ยื่นขออนุญาตจะต้องส่งเอกสารต่อไปนี้^{๓๕๘}

^{๓๕๕} Fl. Stat. §849.094(2)(e)

^{๓๕๖} เพื่อย่าง.

^{๓๕๗} Fl. Stat. อ้างแล้ว เชิงบรรทัดที่ 29, § 849.๐94(4)(b)

^{๓๕๘} Fl. Stat. อ้างแล้ว เชิงบรรทัดที่ 29, § 849.๐94

ก. ใบสมัคร

ข. กฎเกณฑ์การจ้บรางวัลอย่างเป็นทางการ

ค. ค่าสมัคร ๑๐๐ ดอลลาร์สหรัฐ

เมื่อยื่นใบสมัครเรียบร้อยแล้วผู้สมัครจะไม่สามารถแก้ไขเปลี่ยนแปลงกฎเกณฑ์การจ้บรางวัลอย่างเป็นทางการได้ นอกจากนี้ผู้ประกอบธุรกิจจะต้องประกาศกฎเกณฑ์การจ้บรางวัลในการโฆษณาทุกครั้งโดยการโฆษณาจะต้องประกอบไปด้วยข้อมูลต่าง ๆ ดังนี้^{๓๕๙}

ก. กฎเกณฑ์การจ้บรางวัลอย่างเป็นทางการ

ข. ที่อยู่เว็บไซต์

ค. เบอร์โทรศัพท์ที่ไม่ต้องเสียค่าบริการ

ง. ที่อยู่ของบริษัท

เมื่อการจ้บรางวัลสิ้นสุดลงผู้ประกอบธุรกิจที่จัดให้มีการจ้บรางวัลจะต้องส่งรายชื่อผู้ชนะการจ้บรางวัลไปยัง the Department of Agriculture and Consumer Services ภายใน ๖๐ วันหลังจากการตัดสินผู้ชนะรางวัลสิ้นสุดลง^{๓๖๐}

๔. New York

รัฐ New York กำหนดให้ผู้ประกอบธุรกิจต้องมีการโพสต์จำนวนขั้นต่ำและมูลค่าของรางวัลและกฎกติกาของการส่งเสริมการขายในการมีส่วนร่วมในการเสนอขายปลีกทุกครั้ง^{๓๖๑} ผู้ประกอบธุรกิจที่เสนอให้มีการจ้บรางวัลจะต้องจดทะเบียนกับ secretary of state ในกรณีที่มีการเสนอจ้บรางวัลเกินกว่า ๕,๐๐๐ ดอลลาร์สหรัฐ ผู้ประกอบธุรกิจจะต้องเปิดบัญชี trust account หรือ ออกหนังสือค้ำประกันการออกรางวัล^{๓๖๒} โดยผู้สมัครจะต้องเสียค่าธรรมเนียมการสมัคร ๑๐๐ ดอลลาร์สหรัฐ และต้องส่งใบสมัครล่วงหน้าอย่างน้อย ๓๐ วันก่อนการจ้บรางวัล^{๓๖๓} นอกจากนี้กฎหมายยังกำหนดให้ผู้ประกอบธุรกิจจะต้องประกาศการจ้บรางวัลและรายละเอียดการจ้บรางวัลทุกครั้งที่มีการโฆษณา^{๓๖๔} และเมื่อการจ้บรางวัลสิ้นสุดลงผู้ประกอบธุรกิจจะต้องแจ้งรายชื่อผู้ชนะไปยัง State of New York ภายใน ๙๐ วัน นับแต่มีการตัดสินผู้ชนะด้วย^{๓๖๕}

๕. Rhode Island

รัฐ Rhode Island กำหนดให้ผู้ประกอบธุรกิจต้องจดทะเบียนกับ secretary of state หากมีการจัดให้มีการจ้บรางวัล ของขวัญ การให้เปล่า หรือการให้รางวัลโดยการเสี่ยงโชคที่มีมูลค่ารางวัลเกิน ๕๐๐ ดอลลาร์สหรัฐ^{๓๖๖} ทั้งนี้ผู้ประกอบธุรกิจจะต้องจดทะเบียนล่วงหน้าก่อนเริ่มการจ้บรางวัล และเสียค่าธรรมเนียม ๑๕๐ ดอลลาร์สหรัฐโดยผู้สมัครจะต้องกำหนดรายละเอียดการจ้บรางวัลที่มีเนื้อหา ดังต่อไปนี้^{๓๖๗}

^{๓๕๙} FL. Stat, อ้างแล้ว เจริญธรรมที่ 29, § 849.๐94.

^{๓๖๐} FL. Stat, อ้างแล้ว เจริญธรรมที่ 29, § 849.๐94(5)

^{๓๖๑} N.Y. Gen Laws § 369-3(2)

^{๓๖๒} N.Y. Gen Laws, อ้างแล้ว เจริญธรรมที่ 21, § 369-e(1).

^{๓๖๓} N.Y. Gen Laws, อ้างแล้ว เจริญธรรมที่ 21, § 369-e(2).

^{๓๖๔} N.Y. Gen Laws, อ้างแล้ว เจริญธรรมที่ 21, § 369-e(5).

^{๓๖๕} R.I. Gen. Laws § 11-5๐-1 (2๐๐2).

^{๓๖๖} R.I. Gen. Laws, อ้างแล้ว เจริญธรรมที่ 27.

^{๓๖๗} เจริญธรรม.

- ก. จำนวนของรางวัลทั้งหมด
- ข. จำนวนของรางวัลสำหรับผู้ชนะการจับรางวัล
- ค. โอกาสในการชนะการจับรางวัล
- ง. มูลค่าของรางวัล
- จ. มูลค่าของรางวัลขั้นต่ำ
- ฉ. กฎเกณฑ์ในการรับรางวัล
- ช. ระยะเวลาการรับรางวัลและการจับรางวัลครอบคลุมเขตพื้นที่

ไต่ถาม

รัฐ Rhode Island ไม่ได้กำหนดให้ผู้ประกอบธุรกิจที่มีการจับรางวัลต้องหาหนังสือค้ำประกัน หรือ เปิด trust account นอกจากนี้ผู้ประกอบธุรกิจไม่จำเป็นต้องยื่นรายชื่อผู้ชนะต่อ secretary of state แต่จะต้องเก็บข้อมูลรายชื่อผู้ชนะไว้อย่างน้อย ๖ เดือนหลังจากการจับรางวัลสิ้นสุดลง^{๓๖๘}

๕.๗.๒.๓ กฎหมายที่ออกโดยองค์กรต่างๆที่เกี่ยวข้อง

Children's Advertising Review Unit (CARU) of the Council of Better Business Bureaus เป็นหน่วยงานที่ถูกจัดตั้งโดย National Advertising Review Council (NARC) เพื่อส่งเสริมความรับผิดชอบของผู้โฆษณา ให้มีการคำนึงถึงความปลอดภัยและสวัสดิภาพของเด็กด้วย และกำหนดหลักเกณฑ์ที่บังคับใช้เกี่ยวกับการชิงโชคและโปรโมชั่นที่เกี่ยวข้องกับเด็ก

๕.๗.๒.๔ รายการที่ต้องมีเพื่อจะเริ่มทำการส่งเสริมการขายโดยการเสี่ยงโชค

จากการศึกษากฎหมายและระเบียบต่างของแต่ละรัฐของสหรัฐอเมริกา ผู้ประกอบธุรกิจที่วางแผนจะส่งเสริมการขายโดยการเสี่ยงโชค จะต้องคำนึงถึงสิ่งต่อไปนี้

- ๑. Official Rule กฎเกณฑ์ทางการที่ใช้เพื่อการเสี่ยงโชค
- ๒. นโยบายโฆษณาเสียมีเดีย
- ๓. นโยบายความเป็นส่วนตัว
- ๔. การจดทะเบียนและสัญญาค้ำประกัน
- ๕. เงื่อนไขในการเข้าร่วมเสี่ยงโชค
- ๖. ต้องปรากฏข้อความว่า No purchase necessary
- ๗. เงื่อนไขโปรโมชั่น
- ๘. ช่องทางการโฆษณา ไม่ว่าจะเป็น สิ่งพิมพ์ โทรทัศน์ หรือ อินเทอร์เน็ต
- ๙. การประกาศผู้ชนะ
- ๑๐. กฎเกณฑ์ทางการที่ใช้เพื่อการเสี่ยงโชคจะต้องกำหนดให้ผู้ชนะเป็น

ผู้รับภาระภาษี

^{๓๖๘} เฟิงอ้าง.

๕.๗.๓ องค์การที่ควบคุมการส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชค

๕.๗.๓.๑ Attorney General

ตัวอย่างเช่น NYS Attorney General "ทนายความประชาชน" และเจ้าหน้าที่กฎหมายระดับสูงของรัฐ ในฐานะ "ทนายความของประชาชน" อัยการสูงสุดทำหน้าที่เป็นผู้พิทักษ์สิทธิตามกฎหมายของพลเมืองนิวยอร์ก ในการปฏิบัติหน้าที่ของหัวหน้าที่ปรึกษาด้านกฎหมายของรัฐอัยการสูงสุดไม่เพียงแต่ให้คำแนะนำแก่สาขาบริหารของรัฐ แต่ยังปกป้องการกระทำและการดำเนินการในนามของรัฐ อัยการสูงสุดให้บริการขานวียอร์กทั้งหมดในหลายเรื่องที่ส่งผลต่อชีวิตประจำวันของพวกเขา สำนักงานอัยการสูงสุดมีหน้าที่ออกข้อบัญญัติและกฎหมายระหว่างประเทศที่มีอำนาจในการปกป้องผู้บริโภคและนักลงทุนผู้บริโภคด้านสาธารณสุข กุศลสุขภาพและสิ่งแวดล้อม สิทธิพลเมืองและสิทธิของรายได้ค่าจ้างและธุรกิจทั่วรัฐ

๕.๗.๓.๒ หน่วยงานที่ดูแลเรื่องการจดทะเบียน

แต่ละรัฐในประเทศสหรัฐอเมริกา มีหน่วยงานที่รับผิดชอบเรื่องการจดทะเบียนการส่งเสริมการตลาดโดยการจับรางวัลที่แตกต่างกัน ยกตัวอย่างเช่น

ตารางที่ ๑๙ ตัวอย่างหน่วยงานที่ดูแลเรื่องการจดทะเบียนในแต่ละรัฐ

รัฐ	หน่วยงานที่ดูแลเรื่องการจดทะเบียนในแต่ละรัฐ
New York	secretary of state
California	State of California Department of Justice (Attorney General)
Rhode Island	secretary of state
Florida	Department of Agriculture and Consumer Services

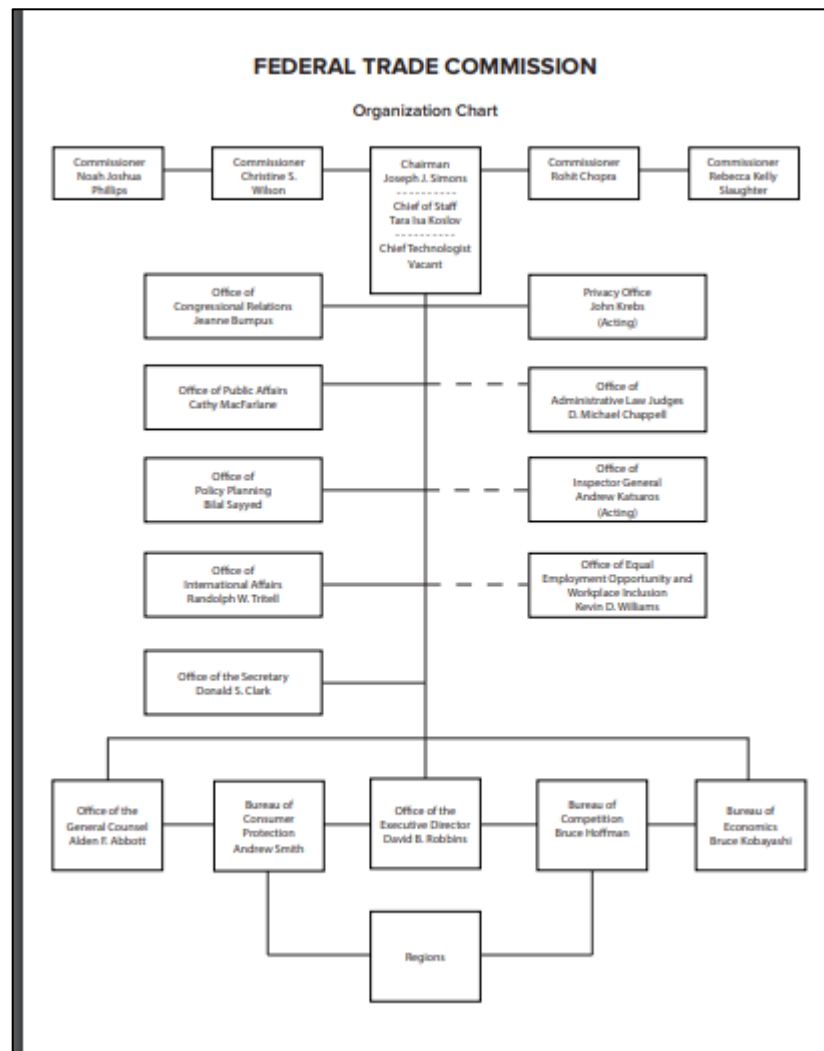
๕.๗.๓.๓ หน่วยงานที่กำกับดูแลเรื่องการคุ้มครองผู้บริโภค

๑. Federal Trade Commission (FTC)

FTC เป็นหน่วยงานของรัฐบาลกลางทำหน้าที่ในการปกป้องผู้บริโภคโดยการป้องกันการดำเนินธุรกิจที่ไม่สามารถแข่งขัน การหลอกลวงและไม่เป็นธรรม การเพิ่มทางเลือกของผู้บริโภคที่มีข้อมูลและความเข้าใจของสาธารณชนเกี่ยวกับขั้นตอนการแข่งขันและการบรรลุเป้าหมายนี้โดยไม่ทำให้เกิดการกระทำทางธุรกิจที่ผิดกฎหมาย

FTC เป็นหน่วยงานของรัฐบาลกลางแห่งเดียวที่มีการคุ้มครองผู้บริโภคและเขตอำนาจการแข่งขันในภาคธุรกิจขนาดใหญ่ FTC ดำเนินการบังคับใช้กฎหมายอย่างเข้มแข็งและมีประสิทธิภาพ เพิ่มความสนใจของผู้บริโภคด้วยการร่วมมือกับผู้เชี่ยวชาญกับฝ่ายนิติบัญญัติของรัฐบาลกลางและรัฐและหน่วยงานรัฐบาลสหรัฐฯ และหน่วยงานรัฐบาลระหว่างประเทศ พัฒนานโยบายและเครื่องมือวิจัยผ่านการพิจารณาการประชุมเชิงปฏิบัติการและการประชุม และสร้าง

โปรแกรมการศึกษาในทางปฏิบัติและแบบธรรมดาสำหรับผู้บริโภคและธุรกิจในตลาดโลกที่มีเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา งาน FTC ดำเนินการโดย the Bureau of Consumer Protection, Competition and Economics.



ภาพที่ ๑๖ โครงสร้างองค์กรของ FTC^{๓๖๙}

^{๓๖๙} Federal Trade Commission. (2018). FTC organization chart. Retrieved from https://www.ftc.gov/system/files/attachments/about-ftc/orgchart_ftc_feb_7_2019.pdf (accessed 16 December 2018).

Top Complaint Categories for econsumer.gov

April 1 – June 30, 2018

Product or Service	Complaints
Shop-at-Home\Catalog Sales	4,312
Impostor: Business	296
Impostor: Government	230
Travel\Vacations	221
Unsolicited Email	165
Employ Agencies\Job Counsel\Overseas Work	153
Romance Scams	153
Internet Information Services	131
Prizes\Sweepstakes\Lotteries	125
Telemarketing Practices	103

Federal Trade Commission: Released August 2018

Notes: The total number of Econsumer.gov complaints received from April 1 through June 30, 2018 = 7,200.

ภาพที่ ๑๗ จำนวนข้อร้องเรียนเรื่องการคุ้มครองผู้บริโภค ระหว่างวันที่ ๑ เมษายน-๓๐ มิถุนายน ๒๐๑๘^{๓๗๑}

จากรูปภาพข้างต้น พบว่า มีผู้มาร้องเรียนเรื่อง Prize/Sweepstakes/Lotteries จำนวนถึง ๑๒๕ ราย ในช่วงวันที่ ๑ เมษายน-๓๐ มิถุนายน ๒๐๑๘

๕.๗.๔ กรณีศึกษา

การจัดให้มีการส่งเสริมการตลาดด้วยการจับรางวัลหรือการชิงโชค ผู้ประกอบธุรกิจในประเทศสหรัฐอเมริกาจะต้องพิจารณาให้รอบคอบทั้งกฎหมายในระดับรัฐบาลกลางและกฎหมายเฉพาะในแต่ละรัฐ นอกจากนี้ สำหรับธุรกิจแฟรนไชส์ แฟรนไชส์เซอร์จะต้องแจ้งให้แฟรนไชส์ซีทราบถึงการส่งเสริมการขายโดยการจับรางวัลด้วยการเสี่ยงโชค เพื่อให้การส่งเสริมการตลาดเป็นไปในแนวทางเดียวกัน โดยหลักแล้ว แฟรนไชส์เซอร์จะต้องให้แฟรนไชส์ซีเข้าร่วมการส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคในทุกครั้ง แต่อย่างไรก็ตามในกรณีที่แฟรนไชส์ซีตกลงที่จะไม่เข้าร่วมการส่งเสริมการตลาดใดจะต้องมีการประกาศว่าการส่งเสริมการตลาดนั้นๆ ไม่สามารถใช้ได้ในพื้นที่ใด^{๓๗๑}

^{๓๗๐} Federal Trade Commission. (2018). Top Products or Services for Econsumer.gov Complaints [Blog Post]. Retrieved from <https://www.econsumer.gov/en/FileAComplaint#crmt> (accessed 16 December 2018).

^{๓๗๑} Lord, T. H., & Miller, L. C. (n.d.). Playing the Game by the Rules: A Practical Guide to Sweepstakes and Contest Promotions [Blog Post]. Retrieved from <https://www.kilpatricktownsend.com/~media/Files/articles/TLordLMillerFranchiseLawJournal๐9.ashx> (accessed 16 December 2018).

นอกจากนี้ เนื่องจากกฎหมายเกี่ยวกับการจั่วรางวัลในประเทศสหรัฐอเมริกามีความซับซ้อน และการจั่วรางวัลก็เป็นส่วนสำคัญสำหรับการส่งเสริมการขายของกิจการ ในการดึงดูดความสนใจอย่างมากสำหรับธุรกิจขนาดเล็ก แต่ก็อาจเป็นการจั่วสลากที่ผิดกฎหมาย ผู้วิจัยจึงขอยกตัวอย่างกรณีศึกษาเพื่อการทำตลาดโดยการจั่วรางวัลอย่างถูกกฎหมาย โดยขอยกตัวอย่างคดี Molly Business

Molly เป็นเจ้าของบริการด้านการฝึกอบรม กลยุทธ์ทางการตลาดของเธอในการขยายธุรกิจนี้ คือเธอร่วมมือกับหอการค้า โดยเธอวางแผนที่จะให้รางวัลเป็นแรงจูงใจในการดึงดูดลูกค้าใหม่ ๆ ซึ่งหมายความว่าเธอต้องหลีกเลี่ยงโดยฝ่าฝืนกฎหมายแคลิฟอร์เนียเรื่องการห้ามการจัดการขายลอตเตอรี่

การจั่วสลาก (นอกเหนือจากการกุศล) ถือเป็นความผิดทางอาญาภายใต้กฎหมายแคลิฟอร์เนีย ประมวลกฎหมายอาญามาตรา ๓๑๙ กำหนดให้การจั่วสลากคือ "โครงการใดๆ ในการจำหน่ายหรือแจกจ่ายทรัพย์สินในหมู่บุคคลที่ได้จ่ายเงินหรือสัญญาว่าจะจ่ายค่าตอบแทนอันมีค่าใดๆ เพื่อโอกาสในการได้รับทรัพย์สินดังกล่าว ... "โดยการออกลอตเตอรี่จะประกอบด้วยเงื่อนไขต่อไปนี้

๑. รางวัล (Prize) หมายถึง ทรัพย์สินหรือสิ่งของใดที่ใช้สำหรับเป็นรางวัลให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรม ในกรณีนี้ Molly นำผ้าเช็ดตัวชายหาดพร้อมโลโก้ของมอลลี เป็นรางวัลสำหรับผู้เข้าร่วมกิจกรรม

๒. โอกาส (Chance) หมายถึง โอกาสในการได้รับรางวัล โดยการให้รางวัลจะต้องไม่ได้เป็นการให้โดยทันที แต่จะต้องเกิดจากโอกาสที่จะเป็นไปได้ในการจั่วรางวัล

๓. การจ่ายเงิน (Payment) หมายถึง การให้เงินหรือสิ่งของเพื่อที่จะได้โอกาสในการจั่วรางวัล เช่น การให้ลงทะเบียนใช้บริการเพื่อแลกกับการเข้าร่วมการจั่วรางวัลถือเป็นการจ่ายเงินอย่างหนึ่งแล้ว

ดังนั้น หาก Molly ต้องการให้การจั่วรางวัลของตนถูกกฎหมาย การจัดการจั่วรางวัลจะต้องไม่ใช่เป็นการให้รางวัล โอกาส หรือ การจ่ายเงินพร้อมๆ กัน กล่าวคือ Molly สามารถให้รางวัล โดยจะต้องไม่เลือกที่จะให้ หรือ การส่งเสริมการขายอาจจะเป็นการให้เปล่า (free giveaway) Molly อาจจะให้ผ้าเช็ดตัวแก่ทุกคนที่ลงทะเบียน ซึ่งก็หมายความว่าทุกคนที่ลงทะเบียนมีสิทธิ์จะได้รับรางวัล โดยไม่ต้องคำนึงถึงโอกาส นอกจากนี้ Molly สามารถขอให้ผู้เข้าร่วมงานทุกคนส่งนามบัตร และจั่วรางวัลจากนามบัตรที่หย่อนในกล่อง ดังนั้น ใครก็ตามที่หย่อนนามบัตรในกล่องจะเป็นผู้มีสิทธิในการได้รับรางวัล โดยไม่จำเป็นต้องจ่ายเงิน จากการรู้กฎหมาย Molly สามารถเสนอสิ่งจูงใจให้กับลูกค้าที่เข้าร่วมกิจกรรมได้ โดยเธอให้ผ้าเช็ดตัวชายหาดแก่ผู้ที่ลงชื่อสมัครใช้ทันทีและเธอสามารถเสนอบริการผ่านช่องทางทดลองใช้ฟรีเพื่อให้ผู้โชคดีไม่กี่คนที่มียบัตรสามารถจั่วรางวัลได้ ด้วยโปรแกรมที่ถูกกฎหมายอย่างสมบูรณ์^{๓๗๒}

ใน คดี United States v. Gotti, ๔๕๙ F.๓ด ๒๙๖, ๓๔๑ (๒ด Cir. ๒๐๐๖) คดีนี้ศาลวางบรรทัดฐานไว้ว่า การเล่นเกมด้วยการเสี่ยงโชค อาจหมายถึง การเล่นเกมที่อาศัยโอกาสใน

^{๓๗๒} Jones, C. (2011). How To Do a Promotional Lottery [Blog Post]. Retrieved from <https://patch.com/california/lajolla/bp-how-to-do-a-promotional-lottery-without-breaking-the-law> (accessed 16 December 2018).

การได้รางวัล หรือในบางครั้งอาจรวมถึงการใช้ทักษะของผู้แข่งขันด้วย ยกตัวอย่างเช่น ในรัฐ Florida การส่งเสริมการขายโดยการเล่นเกม หมายถึง การแข่งขัน การเสี่ยงโชค การให้ของขวัญ ที่ทำในรัฐหนึ่ง หรือหลายรัฐที่เกี่ยวข้องกับการขายสินค้าหรือบริการ โดยต้องมีส่วนประกอบของการเสี่ยงโชคเพื่อได้มาซึ่งรางวัล

สำหรับประเด็นเรื่องการจ่ายค่าตอบแทนเพื่อเข้าร่วมการให้รางวัลก็เป็นประเด็นที่สำคัญประเด็นหนึ่งเนื่องจากกฎหมายกำหนดไว้ชัดเจนว่าห้ามผู้ประกอบการธุรกิจที่จัดให้มีการให้รางวัล เรียกเงินหรือสิ่งที่มีมูลค่าใดๆ เพื่อให้เข้าร่วมการจับรางวัล ในคดี *Haskell v. Time, Inc.*, ๘๕๗ F. Supp. ๑๓๙๒, ๑๔๐๔ ศาลตัดสินว่า การให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมจ่ายค่าเดินทางเพื่อมาส่งใบจับรางวัลไม่ถือเป็นการจ่ายค่าตอบแทน ในคดี *Lac du Flambeau Band of Lake Superior Chippewa Indians v. Wisconsin*, ๗๗๐ F. Supp. ๔๘๐, ๔๘๖ การให้ดูทีวี ดูโทรทัศน์ หรือเข้ามาที่ร้าน โดยไม่ต้องมีการซื้อสินค้าหรือบริการ ไม่ถือเป็นการเรียกค่าตอบแทนให้เข้าร่วมการจับรางวัล นอกจากนี้ ในคดี *Glick v. MTV Networks*, ๗๙๖ F. Supp. ๗๔๓, ๗๔๘ การจ่ายค่าแถมปีหรือการจ่ายค่าโทรศัพท์ ๒ ดอลลาร์สหรัฐ ไม่ถือว่าเป็นการจ่ายค่าตอบแทน

นอกจากนี้ ในประเด็นเรื่องการให้ซื้อหรือไม่ซื้อสินค้าเพื่อเข้าร่วมการจับรางวัล ในคดี *Animal Prot. Soc’y v. State*, ๓๘๒ S.E.๒ด ๘๐๑, ๘๐๗ การที่ให้ผู้ซื้อสินค้ามีสิทธิ์เข้าร่วมการจับรางวัลจากการซื้อสินค้าถือว่าผิดกฎหมายเนื่องจากคนที่ซื้อสินค้านั้นย่อมมีสิทธิ์ในการถูกรางวัลมากกว่าคนที่ไม่ได้ซื้อสินค้า

ในปี ๒๐๐๔ Attorney General Spitzer ได้ประกาศให้ Tylenol หยุดโฆษณาที่ทำให้ผู้บริโภคเข้าใจว่าจะต้องซื้อสินค้าก่อนจึงจะมีสิทธิ์ได้เข้าร่วมการจับรางวัล ซึ่งตามกฎหมายของรัฐกำหนดไว้ชัดเจนว่า ผู้บริโภคสามารถเข้าร่วมการจับรางวัลได้โดยไม่ต้องซื้อสินค้าหรือบริการ ในคดีนี้ บริษัท Tylenol โฆษณาว่า ให้ผู้ชนะสามารถเดินทางไปร่วมรายการ Survivor โดยโฆษณาทุกอย่างที่ประกาศเกี่ยวกับการจับรางวัล มีคำตัวหนาเขียนชัดเจน ว่า “Buy Tylenol” ในขณะที่คำว่า “No Purchase Necessary” อยู่ท้ายประกาศและเห็นไม่ชัดเจน นอกจากนี้ ในประกาศทางโทรทัศน์ช่อง CBS ได้ประกาศว่า “For your chance to win just buy any Tylenol product.” และไม่มีการกล่าวถึงว่า “No Purchase Necessary” ถึงแม้ว่าผู้บริโภคที่ไม่ได้ซื้อ Tylenol จะสามารถเข้าร่วมกิจกรรมการจับรางวัลได้โดยการเข้าไปในเว็บไซต์ของ CBS แต่จากผลสำรวจพบว่า ๘๔% ของคนที่เข้าร่วมกิจกรรมของการให้รางวัลเป็นคนที่ซื้อสินค้าด้วย ประเด็นที่ Tylenol ถูกกล่าวหา ได้แก่

๑. Tylenol ไม่ได้เขียนคำว่า “No Purchase Necessary” ไว้ในคำโฆษณาอย่างชัดเจน

๒. Tylenol เขียนว่าการซื้อสินค้าจะเพิ่มโอกาสในการถูกรางวัล

๓. Tylenol ไม่ได้กำหนดวิธีการอื่นๆ ในการเข้าร่วมการจับรางวัล ผู้บริโภคมีทางเลือกเดียวในการเข้าร่วมกิจกรรมคือ การซื้อสินค้าเท่านั้น

ในคดีนี้ Tylenol ต้องหยุดการโฆษณา และเสียค่าปรับ ๕๒,๐๐๐ ดอลลาร์สหรัฐ รวมถึงค่าใช้จ่ายอื่นๆ^{๓๗๓}

นอกจากนี้ยังมีกรณีที่สำคัญที่เกิดขึ้นหลายคดีที่ผู้ประกอบการธุรกิจประเภทเส้นใยในการกำหนดวิธีการในการเข้าร่วมกิจกรรมการให้รางวัล โดยเฉพาะอย่างยิ่งข้อกำหนดเรื่อง “No Purchase Necessary”^{๓๗๔}

^{๓๗๓} General, N. A. (2004). Tylenol manufacturer to amend sweepstakes ads [Blog Post]. Retrieved from <https://ag.ny.gov/press-release/tylenol-manufacturer-amend-sweepstakes-ads> (accessed 16 December 2018).

^{๓๗๔} เฟิ่งอ๊าง.

บทที่ ๖

บทวิเคราะห์และเปรียบเทียบควบคุมส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยง โชคของผู้ประกอบธุรกิจในประเทศไทยและต่างประเทศ

๖.๑ บทวิเคราะห์การควบคุมการส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคของ ผู้ประกอบธุรกิจในประเทศไทยและต่างประเทศ

๖.๑.๑ กฎหมายที่วางหลักเกณฑ์การส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชค

สำหรับประเทศไทยกฎหมายที่กำหนดหลักเกณฑ์เกี่ยวกับการส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคของผู้ประกอบธุรกิจอยู่ภายใต้กฎหมายหลัก ได้แก่ พระราชบัญญัติการพนัน พ.ศ. ๒๔๗๘ โดยมาตรา ๘ ได้กำหนดให้การจัดให้มีการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคโดยวิธีใดๆ ในการประกอบกิจการค้าหรืออาชีพ จะต้องได้รับอนุญาตจากเจ้าพนักงานผู้ออกใบอนุญาตก่อนจึงจะทำได้ โดยหลักเกณฑ์และเงื่อนไขในการขออนุญาต จะนำไปกำหนดรายละเอียดไว้ในกฎหมายลำดับรองซึ่งอยู่ในความรับผิดชอบของกระทรวงมหาดไทย ได้แก่ กฎกระทรวงฉบับที่ ๑๗ (พ.ศ. ๒๕๐๓) นอกจากนี้เพื่อให้เกิดความเป็นระเบียบในการอนุญาตการจัดให้มีการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชค กระทรวงมหาดไทยยังได้มีการออกหนังสือกระทรวงมหาดไทยเพื่อวางระเบียบปฏิบัติให้เป็นไปในแนวทางเดียวกันทั้งประเทศ

ส่วนหลักเกณฑ์ในการควบคุมเกี่ยวกับการโฆษณาการส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคจะถูกบัญญัติไว้ในพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒ และกฎหมายเฉพาะ เช่น พระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. ๒๕๒๒ พระราชบัญญัติยา พ.ศ. ๒๕๑๐ และพระราชบัญญัติเครื่องมือแพทย์ พ.ศ. ๒๕๕๑

แต่อย่างไรก็ดี ถึงแม้ว่าการส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคในประเทศไทย จะบัญญัติหลักเกณฑ์การควบคุมการขออนุญาตไว้ในพระราชบัญญัติการพนันฯ แต่ยังคงมีประเด็นที่ไม่ชัดเจนว่า การส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคนั้นถือว่าเป็น “การพนัน” หรือไม่ ทั้งนี้เนื่องจาก พระราชบัญญัติการพนันฯ ไม่ได้มีการกำหนดคำนิยามของ “การพนัน” เอาไว้ ดังนั้นจึงต้องไปอาศัยการวางหลักเกณฑ์ของคำพิพากษาศาลฎีกาในอดีต^{๓๗๕} ที่วางลักษณะสำคัญของการพนันไว้ ๒ ประการ คือ หนึ่ง เป็นการเล่นเสี่ยงโชค และสอง ต้องมีลักษณะมิได้มีเสียทรัพย์สินหรือเงินทอง ซึ่งเมื่อพิจารณาจากลักษณะสำคัญทั้ง ๒ ประการดังกล่าว ทำให้เห็นว่าการส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคจึงมีความแตกต่างจากการเล่นการพนัน คือ “การไม่มิได้ไม่มีเสีย” เพราะแม้ผู้เล่นจะไม่ได้ของรางวัลจากการเสี่ยงโชคนั้น แต่ก็ยังคงได้สินค้าหรือได้รับบริการที่ตนต้องเสียค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าหรือบริการนั้นอยู่แล้ว ดังนั้นผู้เล่นจึงมีแต่ได้และผู้จัดให้มีการเสี่ยงโชคจึงมีแต่เสีย ดังนั้นหากพิจารณาเช่นนี้แล้ว การส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคจึงไม่เข้าลักษณะของ “การพนัน” แต่เหตุที่ต้องนำเอาเรื่องการส่งเสริมการขายโดย

^{๓๗๕} คำพิพากษาศาลฎีกาที่ ๑๐๒๐/๒๔๗๓, คำพิพากษาศาลฎีกาที่ ๔๕๓-๔๖๐/๒๕๐๑.

การให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคไปบัญญัติไว้ในพระราชบัญญัติการพนันฯ เพราะเห็นว่าการนำเอาวิธี “การเสี่ยงโชค” ซึ่งเป็นองค์ประกอบหนึ่งตามหลักการพนันมาใช้ จึงทำให้ต้องมีกฎหมายออกมาควบคุม ประเทศไทยจึงได้นำเรื่องการส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคมาบัญญัติไว้ในพระราชบัญญัติการพนันฯ

แต่ในทางกลับกัน หากผู้จัดให้มีการส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคมีการจำหน่ายสินค้าหรือบริการสูงกว่าราคาตามท้องตลาดตามปกติ หรือผู้จัดได้รับรายได้จากส่วนแบ่งผลประโยชน์ของการส่งข้อความร่วมการชิงโชค ก็เชื่อว่าการจัดให้มีการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคนั้นเป็นการพนันซึ่งไม่สามารถกระทำได้ตามพระราชบัญญัติการพนัน พ.ศ. ๒๕๓๘ มาตรา ๔ ทวิ

สำหรับประเด็นการส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคถือเป็นการพนันและควรอยู่ภายใต้กฎหมายการพนันหรือไม่ จากการศึกษากลุ่มประเทศศึกษา พบว่า แต่ละประเทศได้มีการกำหนดแนวทางเหมือนและต่างกัน โดยแยกหลักๆ ได้ ๒ กลุ่ม ดังนี้

กลุ่มที่ ๑

สำหรับกลุ่มประเทศศึกษาที่กำหนดให้การส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคบัญญัติอยู่ภายใต้กฎหมายการพนัน” ได้แก่ ประเทศนิวซีแลนด์ ประเทศออสเตรเลีย ประเทศเนเธอร์แลนด์ และประเทศฮ่องกง โดยในกลุ่มที่ ๑ ยังสามารถแยกประเภทได้ ดังนี้

๑. กลุ่มประเทศที่ได้กำหนดให้การส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคถือว่าเป็น “การพนันประเภทหนึ่ง” ได้แก่ ประเทศนิวซีแลนด์ ได้มีการกำหนดหลักเกณฑ์ไว้ภายใต้กฎหมาย The Gambling Act ๒๐๐๓ มลรัฐวิกตอเรียประเทศออสเตรเลีย ได้กำหนดหลักเกณฑ์ไว้ภายใต้กฎหมาย The Gambling Regulation Act ๒๐๐๓ และมลรัฐนิวเซาท์เวลประเทศออสเตรเลีย ได้กำหนดหลักเกณฑ์ไว้ภายใต้กฎหมาย The Lotteries and Art Unions Act

๑) โดยประเทศนิวซีแลนด์และมลรัฐวิกตอเรียประเทศออสเตรเลีย จะอนุญาตให้ผู้ประกอบธุรกิจสามารถจัดให้มีการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคได้โดยไม่ต้องขออนุญาตจากรัฐ แต่จะต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไขที่กฎหมายกำหนด โดยหลักเกณฑ์และเงื่อนไขนั้นค่อนข้างมีความละเอียดและชัดเจนแตกต่างกันไปในแต่ละประเทศ ดังนี้

ก. ประเทศนิวซีแลนด์ ผู้ขายสินค้าหรือบริการเพื่อส่งเสริมการขายสินค้าและบริการด้วยการเสี่ยงโชคจะต้องปฏิบัติตามเงื่อนไข เช่น ผู้เข้าร่วมกิจกรรมต้องซื้อสินค้าหรือบริการที่ได้รับการส่งเสริมการขายในราคาที่ไม่เกินกว่าราคาขายปลีกตามปกติ, ต้องมีการกำหนดวันหรือระยะเวลาที่แน่ชัดในการออกรางวัลและแสดงให้เห็นให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมทราบชัดเจน ณ เวลา และสถานที่ที่มีการซื้อขายนั้น, ผู้ชิงรางวัลต้องไม่เสียค่าใช้จ่ายไม่ว่าทางตรงหรือทางอ้อมที่นอกเหนือจากการซื้อสินค้าและบริการที่ได้รับการส่งเสริม (ยกเว้นค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากการเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการขายในอัตรามาตรฐาน (standard rate)) เช่น ค่าใช้จ่ายในการส่งไปรษณีย์ในอัตรามาตรฐาน หรือส่งข้อความทางโทรศัพท์ในราคามาตรฐาน และการชนะรางวัล ต้องมาจากการเสี่ยงโชคหรือโดยการสุ่มทั้งหมด หรือมาจากการเสี่ยงโชคบางส่วนรวมกับการใช้ความรู้หรือทักษะบางส่วนประกอบกัน

ข. รัฐวิกตอเรีย ประเทศออสเตรเลีย กำหนดให้การส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคต้องไม่มีการเรียกเก็บค่าใช้จ่ายใดๆ จากผู้บริโภคเพื่อที่จะเข้าร่วมกิจกรรมเพิ่มเติมจากค่าใช้จ่ายต่างๆ ในแต่ละครั้ง และหากเป็นการเข้าร่วมกิจกรรมผ่านทางการใช้หมายเลข ๑๙๐๐ หรือการส่งข้อความ (SMS) ผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ แม้จะมีค่าใช้จ่ายเกิดขึ้นก็ตาม แต่ก็ไม่ได้ถือว่าเป็นการจ่ายค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม ทั้งนี้ ค่าใช้จ่ายในการส่งข้อความหรือใช้หมายเลขดังกล่าว กฎหมายกำหนดให้เรียกเก็บได้ไม่เกิน ๑ ดอลลาร์ออสเตรเลีย

๒) ส่วนมลรัฐนิวเซาท์เวลส์ ประเทศออสเตรเลีย กำหนดให้การส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคเป็นการพนันประเภทหนึ่งและผู้ประกอบธุรกิจจะต้องขออนุญาตจากรัฐเสียก่อนจึงจะจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคได้

๒. กลุ่มประเทศที่กำหนดให้การส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคไม่ถือว่าเป็นการพนัน (ถึงแม้จะกำหนดไว้ภายใต้กฎหมายการพนัน) ได้แก่ ประเทศฮ่องกงและประเทศเนเธอร์แลนด์ โดยประเทศฮ่องกงได้มีการกำหนดหลักเกณฑ์ไว้ภายใต้กฎหมายเฉพาะ ได้แก่ Gambling Ordinance และประเทศเนเธอร์แลนด์ได้มีการกำหนดหลักเกณฑ์ไว้ภายใต้กฎหมาย Betting and Gaming Act

แต่อย่างไรก็ดี หลักเกณฑ์การจัดการส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคในประเทศทั้ง ๒ มีความแตกต่างกัน คือ

๑) ประเทศฮ่องกง กฎหมายได้กำหนดให้ผู้ประกอบธุรกิจจะต้องขออนุญาตจากรัฐก่อนจึงจะจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคได้

๒) ส่วนประเทศเนเธอร์แลนด์นั้น การส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคถือว่าเป็น “การเสี่ยงโชค” อย่างหนึ่งตามกฎหมาย โดยกฎหมาย Betting and Gaming Act ของประเทศเนเธอร์แลนด์ได้กำหนดความหมายของคำว่า “เสี่ยงโชค” หมายถึง “เป็นการเปิดโอกาสให้แข่งขันให้ได้รางวัล (prize) หรือของแถม (premium) โดยที่มีการตัดสินผู้ชนะโดยวิธีการสุ่ม (random) โดยที่ผู้เข้าร่วมการแข่งขันแต่ละรายไม่อาจมีอิทธิพลเหนือการตัดสินนั้นได้เลย” ซึ่งโดยปกติแล้ว “การเสี่ยงโชค” จำเป็นจะต้องได้รับใบอนุญาตก่อนจึงจะกระทำได้ แต่อย่างไรก็ดี ประเทศเนเธอร์แลนด์กำหนดให้การส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคได้รับการยกเว้นไม่ต้องขอใบอนุญาต แต่ผู้จัดจะต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ที่ควบคุมการส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคที่กำหนดไว้ใน Code of Conduct for Promotional Games of Chance อย่างเคร่งครัด โดยประมวลจริยธรรมดังกล่าวได้มีการกำหนดหลักเกณฑ์ต่างๆ ตั้งแต่ คำนิยามของการส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชค จำนวนครั้งในการจัดกิจกรรมต่อปี กำหนดค่าใช้จ่ายที่ห้ามไม่ให้มีการเรียกเก็บเพื่อเข้าร่วมการแข่งขันรางวัลหรือของแถมจากการส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชค กำหนดเรื่องมูลค่าของรางวัลหรือของแถม วิธีการและระยะเวลาประกาศการรับรางวัล กำหนดสาระสำคัญของข้อความที่ประกาศเชิญชวน การคุ้มครองผู้เยาว์ กำหนดเงื่อนไขในการเข้าร่วม

กิจกรรม และวิธีการร้องเรียนหากการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคไม่สอดคล้องกับ Code of Conduct for Promotional Games of Chance

กลุ่มที่ ๒

สำหรับกลุ่มประเทศศึกษาที่กำหนดให้การส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชค” ไม่จัดว่าเป็นการพนันและได้กำหนดหลักเกณฑ์ควบคุมให้อยู่ภายใต้กฎหมายอื่น” ที่ไม่ใช่ในกฎหมายการพนัน ได้แก่ ประเทศสิงคโปร์ ประเทศไต้หวัน และประเทศสหรัฐอเมริกา

โดยในแต่ละประเทศได้มีการนำเอาหลักเกณฑ์การส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคไว้ในกฎหมายที่แตกต่างกันดังนี้

๑) ประเทศสิงคโปร์ได้มีการนำบทบัญญัติเกี่ยวกับการส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคไว้ในกฎหมายเฉพาะ ได้แก่ Common Gaming Houses Act

๒) ประเทศไต้หวันมีการนำบทบัญญัติเกี่ยวกับการส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคไว้ในกฎหมายแข่งขันทางการค้า “Fair Trade Act ค.ศ. ๒๐๑๕” และระเบียบเกี่ยวกับมูลค่าของรางวัลในการเสี่ยงโชคได้แก่ “Regulations Governing the Amount of Gifts and Prizes Offered by Businesses”

๓) ประเทศสหรัฐอเมริกา ได้มีการกำหนดหลักเกณฑ์เกี่ยวกับการส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคไว้ในกฎหมายต่างๆ ๓ ระดับ ได้แก่ กฎหมายในระดับรัฐบาลกลาง ที่ทุกมลรัฐจะต้องไปออกหลักเกณฑ์ให้สอดคล้องกับกฎหมายที่รัฐบาลกำหนด ได้แก่ กฎหมาย Deceptive Mail Prevention and Enforcement Act (DMPEA) ซึ่งเป็นกฎหมายที่กำหนดกฎเกณฑ์เกี่ยวกับการจับรางวัลและการโฆษณาการจับรางวัล กฎหมาย the Federal Trade Commission Act ซึ่งเป็นกฎหมายเกี่ยวกับการปฏิบัติที่ไม่เป็นธรรมทางการค้า (unfair practice) และกฎหมาย Children’s Online Privacy Protection Act ซึ่งเป็นกฎหมายเกี่ยวกับการคุ้มครองเด็ก

สำหรับกฎหมายในระดับรัฐจะมีการออกกฎเกณฑ์การส่งเสริมการขายโดยการจับรางวัลด้วยการเสี่ยงโชคที่แตกต่างกันออกไปในแต่ละรัฐ โดยรัฐในกลุ่มศึกษาได้แก่ รัฐอริโซนา รัฐฟลอริดาและรัฐนิวยอร์ก ได้กำหนดหลักเกณฑ์ไว้ในกฎหมายของรัฐนั้นๆ เช่น รัฐอริโซนา ได้บัญญัติไว้ใน Arizona Revised Statutes (ARS) รัฐฟลอริดาได้บัญญัติไว้ใน Florida Statutes และรัฐนิวยอร์ก ได้บัญญัติไว้ใน New York General Business Law ส่วนรัฐแคลิฟอร์เนียได้บัญญัติไว้ใน California Business & Professions Code และ California Omnibus Sweepstakes Bill เป็นกรณีเฉพาะ

ดังนั้นจากการศึกษาวิเคราะห์กฎหมายและหลักเกณฑ์การส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ รวมตลอดจนศึกษาถึงปัญหาที่เกิดขึ้นในประเทศไทย ผู้วิจัยจึงมีความเห็นว่า

ประเทศไทยได้มีการนำเอาหลักเกณฑ์ส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชควิธีใดๆ ในการประกอบกิจการค้าหรืออาชีพไว้ในพระราชบัญญัติการพนัน พ.ศ. ๒๔๗๘

ทั้งนี้เพราะเห็นว่าการ“การเสี่ยงโชค” เป็นองค์ประกอบหนึ่งตามหลักการพนันทำให้ต้องมีกฎหมายออกมาควบคุม ซึ่งการนำเอาหลักเกณฑ์การส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคไว้ในพระราชบัญญัติการพนันฯ นั้นเห็นว่ามีเหมาะสมดีแล้ว เพราะถึงแม้การส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคจะเป็นเรื่องของการประกอบธุรกิจ แต่อย่างไรก็ดี กิจกรรมดังกล่าวก็มีความคาบเกี่ยวกับการพนันอย่างมาก ขาดเพียงองค์ประกอบที่สำคัญเพียงประการเดียว คือ ไม่มีการได้หรือเสียทรัพย์สินหรือเงินทอง เนื่องจากผู้บริโภคยังคงได้สินค้าหรือได้รับบริการที่ตนต้องเสียค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าหรือบริการนั้นอยู่แล้ว แต่หากผู้บริโภคต้องจ่ายค่าตอบแทนหรือค่าใช้จ่ายอื่นใดเพิ่มขึ้นก็จะถือว่าเข้าหลักเกณฑ์ของการพนันทันที อีกทั้งการส่งเสริมการขายเป็นการเล่นกับมหาชนจำนวนมาก สินค้าที่จัดส่วนใหญ่่มักจะเป็นที่รู้จักหรือเป็นที่นิยม เพราะมีการจำหน่ายหรือโฆษณาทั่วประเทศ ซึ่งหากมีการนำวิธีการเล่นการพนันมาส่งเสริมการขายโดยมิได้มีการควบคุม อาจก่อให้เกิดการมอมเมาประชาชนและเยาวชนได้ง่าย อันนำมาซึ่งการซึมซับวิธีการเล่นการพนันและก่อให้เกิดแนวโน้มที่จะเข้าเล่นการพนันชนิดอื่นได้ง่ายในอนาคต จากสถิติการส่งเสริมการขายฯ ของประเทศไทยในช่วง ๕ ปีที่ผ่านมาพบว่าภาคธุรกิจนิยมนำเอาวิธีส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคมาใช้เพื่อกระตุ้นยอดขายและบริการของตน โดยในปัจจุบันภาคธุรกิจมักจะใช้วิธีการทางการตลาดที่เรียกว่า “Lotto Marketing” หรือ “ง่าย กระตุ้น ลุ้น ถี” จนทำให้หลายฝ่ายเกิดความห่วงใย จนนำมาซึ่งการเขียนบทความและงานวิจัยของนักวิชาการและองค์กรเอกชน (NGOs) ในเรื่องดังกล่าว นอกจากนี้ การที่กระทรวงมหาดไทยได้อนุญาตให้มีการเสี่ยงโชคโดยใช้วิธีการส่งข้อความสั้นหรือ SMS ได้ จากแต่เดิมกำหนดให้การเสี่ยงโชคทำได้ด้วยวิธีการส่งชิ้นส่วนหรือบัตรต่างๆ เข้ามาชิงโชคเท่านั้น ทำให้การส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคยิ่งเข้าถึงผู้บริโภคได้ง่ายและยากต่อการควบคุม ดังนั้น ผู้ประกอบการอาจจัดให้มีการพนันแฝงเข้ามาร่วมกับการส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคและยากที่จะตรวจสอบได้

นอกจากนี้ จากการศึกษาทัศนคติของคนไทยต่อการพนันสรุปได้ว่า ผู้บริโภคจำนวนมากไม่ได้ตระหนักถึงปัญหาที่มาจากการพนันและไม่คิดว่าการพนันเป็นสิ่งผิด แต่จะผิดต่อเมื่อกฎหมายระบุว่าผิด ดังนั้นหากแยกการส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคฯ ออกจากพระราชบัญญัติการพนันฯ จะยิ่งทำให้ผู้ประกอบการและประชาชนไม่ตระหนักถึงผลเสียของการเสี่ยงโชคมากยิ่งขึ้น

สำหรับต่างประเทศในกลุ่มประเทศศึกษาพบว่าประเทศที่กำหนดหลักเกณฑ์การส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคอยู่ภายใต้กฎหมายการพนันมีด้วยกันถึง ๔ ประเทศ (จาก ๗ ประเทศ) โดยประเทศเหล่านี้ต่างก็เห็นว่าการพนันเป็นสิ่งไม่ควรส่งเสริมหรือสนับสนุน โดยบางประเทศถึงกับกำหนดให้การส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคถือว่าเป็นการพนันประเภทหนึ่ง แต่สามารถจัดกิจกรรมได้หากปฏิบัติตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไขตามที่กฎหมายกำหนด โดยหลักเกณฑ์ในประเทศดังกล่าวนี้ได้มีการกำหนดรายละเอียดไว้ค่อนข้างรัดกุมและชัดเจน (ได้แก่ ประเทศนิวซีแลนด์ และประเทศออสเตรเลียในรัฐวิกตอเรียและรัฐนิวเซาท์เวลส์) ส่วนประเทศที่ไม่ได้กำหนดให้หลักเกณฑ์การส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคอยู่ใน

กฎหมายการพนัน (ได้แก่ ประเทศสิงคโปร์ ประเทศไต้หวัน ประเทศสหรัฐอเมริกา) ต่างก็มีการออกหลักเกณฑ์เพื่อควบคุมการจัดกิจกรรมดังกล่าวเพื่อไม่ให้เป็นการมอมเมาหรือเอาเปรียบผู้บริโภค ดังจะเห็นว่าประเทศสิงคโปร์ ประเทศไต้หวันมีการออกหลักเกณฑ์มาควบคุมการส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคเป็นการเฉพาะ และหลักเกณฑ์อีกส่วนหนึ่งมักจะกระจายอยู่ตามกฎหมายอื่น เช่น กฎหมายแข่งขันทางการค้า กฎหมายเกี่ยวกับการโฆษณา กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค กฎหมายเกี่ยวกับการคุ้มครองเด็ก เป็นต้น

ดังนั้น จากเหตุผลทั้งปวงข้างภายในประเทศไทยเองและจากการศึกษากฎหมายส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคในต่างประเทศทำให้เห็นว่าประเทศไทยยังควรกำหนดหลักเกณฑ์การส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคไว้ในพระราชบัญญัติการพนันฯ เช่นเดิม โดยควรกำหนดหลักเกณฑ์การส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคแยกออกเป็นหมวดเฉพาะไว้ในพระราชบัญญัติการพนันฯ

นอกจากนี้ เพื่อให้เกิดความชัดเจนระหว่าง การพนัน และ “การส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชค” ควรมีการกำหนดคำนิยามหรือคำจำกัดความของ “การพนัน” และ “การส่งเสริมการขายโดยการเสี่ยงโชค” เอาไว้ในพระราชบัญญัติการพนันฯ โดย คำนิยามของคำว่า “การพนัน” อาจนำเอาแนวคำพิพากษาศาลฎีกาที่ได้วางหลักการพนันเอาไว้ประกอบกับนำคำนิยามของคำว่า การพนันในต่างประเทศมาเพื่อกำหนดคำนิยาม ซึ่งตามแนวคำพิพากษาศาลฎีกาประเทศไทยได้วางองค์ประกอบที่สำคัญของการพนันว่าจะต้องมีองค์ประกอบ ๒ ประการ คือ

๑. เป็นการเสี่ยงโชคและ
๒. ต้องมีลักษณะมิได้มีเสียทรัพย์สินหรือเงินทอง

สำหรับในกลุ่มประเทศศึกษา ได้มีการให้คำนิยามของการพนัน ได้แก่

ประเทศนิวซีแลนด์ กฎหมาย Gambling Act ได้ให้คำจำกัดความของ “การพนัน” หมายถึง (ก) การจ่ายเงินหรือการวางเดิมพันไม่ว่าโดยทางตรงหรือทางอ้อมในผลลัพธ์ของบางสิ่งบางอย่าง เพื่อให้ได้เงินรางวัลบนการเสี่ยงโชคไม่ว่าทั้งหมดหรือบางส่วน นอกจากนี้ยังได้มีการขยายความหมายของการพนันให้หมายความรวมถึง (ข) แผนการส่งเสริมการขาย(sales promotion scheme) (ค) บริษัทรับพนัน (bookmaking) (ง) รวมถึงการขึ้นต่อ การจ่ายเงิน หรือการเดิมพันเกี่ยวกับผลการแข่งขันกีฬา แต่ (จ) ไม่รวมถึงการกระทำ พฤติกรรม หรือการทำธุรกรรมอื่นที่ประกาศว่าไม่เป็นการเล่นพนันตามที่กฎหมายกำหนดไว้

ดังนั้น ประเทศไทยอาจกำหนดคำนิยามการพนัน “หมายถึง การจ่ายเงินหรือการวางเดิมพันไม่ว่าโดยทางตรงหรือทางอ้อมในผลลัพธ์ของบางสิ่งบางอย่าง เพื่อให้ได้เงินรางวัลจากการเสี่ยงโชคไม่ว่าทั้งหมดหรือบางส่วน จากความหมายดังกล่าว ทำให้ “การพนัน” สามารถแบ่งองค์ประกอบได้ ๓ ประการคือ

๑. ต้องมีการจ่ายเงินหรือการวางเดิมพัน (Consideration)
๒. มีการอาศัยการเสี่ยงโชค หรือดวง (Chance)

๓. มีการได้เงินรางวัล (Prize)

หากมีการกำหนดคำนิยามของ “การพนัน” ไว้ชัดเจนก็จะทำให้หมดปัญหาว่าการส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคเป็นการพนันหรือไม่ อีกทั้งทำให้เจ้าพนักงานสามารถดำเนินการตามกฎหมายการพนัน หากพบกักิจกรรมในรูปแบบใหม่ๆ ว่าเข้าข่ายหรือถือว่าเป็นการพนัน โดยไม่ต้องคอยไปขอคำปรึกษาจากคณะกรรมการกฤษฎีกา ดังเช่นอดีตว่ากิจกรรมเหล่านี้ถือว่าเป็นการพนันหรือไม่

นอกจากนี้ เห็นควรให้มีการกำหนดคำจำกัดความของคำว่า “เสี่ยงโชค” หรือ “การส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชค” ไว้ในกฎหมายด้วย ดังเช่นในกลุ่มประเทศศึกษา ได้แก่

๑) ประเทศเนเธอร์แลนด์ได้มีการกำหนดความหมายของคำว่า “เสี่ยงโชค” ไว้ในกฎหมาย Betting and Gaming Act หมายถึง “เป็นการเปิดโอกาสให้แข่งขันให้ได้รางวัล (prize) หรือของแถม (premium) โดยที่มีการตัดสินผู้ชนะโดยวิธีการสุ่ม (random) โดยที่ผู้เข้าร่วมการแข่งขันแต่ละรายไม่อาจมีอิทธิพลเหนือการตัดสินนั้นได้เลย”

๒) รัฐนิวเซาท์เวลส์ ประเทศออสเตรเลีย the Lotteries and Art Unions Act ได้ให้นิยาม “การส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคว่าความรวมถึง “การเสี่ยงโชค” (Game of chance) ที่อาศัยทั้งโชคและทักษะเพื่อให้ได้รางวัล และ “การจับรางวัล” (Lottery) ที่เป็นการแจกจ่ายทรัพย์สินทั้งที่เป็นสังหาริมทรัพย์และอสังหาริมทรัพย์ที่ละมากๆ

ส่วนในร่างพระราชบัญญัติการให้รางวัลโดยการเสี่ยงโชค พ.ศ..... ได้ให้คำนิยามของคำว่า “การให้รางวัลโดยการเสี่ยงโชค” หมายความว่า “การให้รางวัลแก่ผู้เข้าร่วมรายการด้วยวิธีการใดๆ โดยอาศัยผลที่ยังไม่แน่นอนเป็นข้อชี้ขาด และผู้เข้าร่วมรายการไม่เสียประโยชน์”

จากการศึกษาคำนิยามทั้งของประเทศไทยและต่างประเทศข้างต้น จึงเห็นควรกำหนดคำนิยามของ “การเสี่ยงโชค” ให้หมายถึง “การเปิดโอกาสให้แข่งขันเพื่อให้ได้รางวัลด้วยวิธีการตัดสินผู้ชนะโดยอาศัยโชคหรือผลที่ยังไม่แน่นอนเป็นเครื่องชี้ขาด และผู้ที่เข้าร่วมการแข่งขันแต่ละรายไม่อาจมีอิทธิพลเหนือการตัดสินนั้น”

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงขอเสนอแนะให้คงมาตรการการส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคของผู้ประกอบธุรกิจไว้ในพระราชบัญญัติการพนันฯ เช่นเดิม แต่ควรกำหนดหลักเกณฑ์และเงื่อนไขที่เป็นกรอบสำคัญให้ชัดเจนและมีรายละเอียดมากขึ้นไว้ในกฎหมายระดับพระราชบัญญัติ โดยนำบทบัญญัติการส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคในการประกอบธุรกิจแยกออกเป็นหมวดต่างหากจากหมวดการพนัน ส่วนรายละเอียดเกี่ยวกับการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคอื่นๆ ให้นำไปบัญญัติเป็นกฎหมายลูกระดับกฎกระทรวงต่อไป การบัญญัติกฎหมายเช่นนี้จะทำให้หลักเกณฑ์เกี่ยวกับการส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคมีความชัดเจนและมีรายละเอียดที่รัดกุมยิ่งขึ้น อันทำให้การใช้ดุลยพินิจของเจ้าพนักงานและการบังคับใช้กฎหมายมีประสิทธิภาพมากขึ้น

นอกจากนี้ยังควรให้มีการกำหนดคำนิยามของ “การพนัน” และ “การเสี่ยงโชค” ไว้ในพระราชบัญญัติการพนันฯ โดย “การพนัน” ให้หมายถึง “การจ่ายเงินหรือการวางเดิมพันไม่ว่าโดยทางตรงหรือทางอ้อมในผลลัพธ์ของบางสิ่งบางอย่าง เพื่อให้ได้เงินรางวัลบนการเสี่ยงโชคไม่ว่าทั้งหมดหรือบางส่วน” และ “การเสี่ยงโชค” ให้หมายถึง “การเปิดโอกาสให้แข่งขันเพื่อให้ได้รางวัลด้วยวิธีการตัดสินผู้ชนะโดยอาศัยโชคหรือผลที่ไม่แน่นอนเป็นเครื่องชี้ขาด และผู้ที่เข้าร่วมการแข่งขันแต่ละรายไม่อาจมีอิทธิพลเหนือการตัดสินนั้น”

๖.๑.๒ หลักเกณฑ์และเงื่อนไข

๖.๑.๒.๑ การขอใบอนุญาต

ประเทศไทยมีกฎหมายกำหนดให้ผู้ประกอบธุรกิจที่ต้องการจัดให้มีการเล่นเกมหรือให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคจะต้องได้รับอนุญาตจากเจ้าพนักงานผู้ออกใบอนุญาตเสียก่อนจึงจะกระทำได้ โดยในการพิจารณาออกใบอนุญาตนั้น ได้เปิดโอกาสให้เจ้าพนักงานฯ สามารถใช้ดุลยพินิจในการพิจารณาให้ใบอนุญาตภายใต้เงื่อนไขที่มีการกำหนดไว้ เช่น มีการมอบให้เป็นดุลยพินิจของเจ้าพนักงานในการพิจารณาว่าสิ่งของที่เป็นรางวัลนั้นเหมาะสมกับการเล่น และมีราคาที่ไม่สูงหรือต่ำจนเกินไป เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดการมอมเมาประชาชนให้ลุ่มหลงการเสี่ยงโชค เป็นต้น โดยการออกใบอนุญาตนี้ ถือเป็นมาตรการในการควบคุมการจัดการส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคของผู้ประกอบธุรกิจ ให้ได้รับการตรวจสอบจากเจ้าพนักงานก่อนมีการจัดกิจกรรม

แต่อย่างไรก็ดี ในบางประเทศไม่ได้กำหนดให้ต้องมีการขอใบอนุญาตจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชค แต่มีการควบคุมผ่านหน่วยงานที่มีหน้าที่ในการกำกับดูแลแทน ประกอบกับการออกหลักเกณฑ์ที่มีความเข้มงวดในการควบคุมการจัดการส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคให้มีความเหมาะสมตามบริบทในประเทศนั้นๆ

จากการศึกษากลุ่มประเทศตัวอย่าง พบว่าในเรื่องการขอใบอนุญาตการจัดการส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคนั้นอาจแบ่งออกได้เป็นกลุ่มประเทศที่กำหนดให้มีการขอใบอนุญาต และกลุ่มประเทศที่ไม่ต้องขอใบอนุญาต ดังนี้

- กลุ่มประเทศที่กำหนดให้ต้องขอใบอนุญาตการจัดการส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชค ได้แก่ ประเทศสหรัฐอเมริกา ฮองกง สิงคโปร์ และรัฐนิวเซาท์เวลส์ ประเทศออสเตรเลีย ซึ่งสรุปรายละเอียดได้ดังนี้

ในประเทศสหรัฐอเมริกากฎหมายในรัฐ New York, Florida และ Rhode Island กำหนดให้ผู้ประกอบธุรกิจที่ต้องการจัดให้มีการจับรางวัล ต้องจดทะเบียนกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ส่วนในประเทศฮองกง กำหนดให้ประกอบธุรกิจที่ต้องการส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคต้องได้รับอนุญาตจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและได้รับใบอนุญาตก่อนจึงจะกระทำได้ รวมทั้งประเทศออสเตรเลีย ในรัฐนิวเซาท์เวลส์ได้กำหนดให้การส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคต้องได้รับใบอนุญาตจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องก่อนจึงจะจัดกิจกรรมได้ โดยเจ้าหน้าที่สามารถใช้ดุลยพินิจที่จะออกใบอนุญาตให้หรือไม่ก็ได้

- กลุ่มประเทศที่ไม่ต้องยื่นขอใบอนุญาตการจัดการส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชค ได้แก่ ประเทศเนเธอร์แลนด์ ไต้หวัน นิวซีแลนด์ และรัฐวิกตอเรีย ประเทศออสเตรเลีย อย่างไรก็ตาม แม้ไม่จำเป็นต้องมีการขอใบอนุญาต แต่พบว่ากลุ่มประเทศเหล่านี้ กลับวางกฎเกณฑ์ในการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคไว้อย่างละเอียด ซึ่งพอสรุปได้ดังนี้

ในประเทศเนเธอร์แลนด์ ผู้จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชค ต้องปฏิบัติตามข้อบังคับที่บัญญัติไว้ใน Code of Conduct for Promotional Games of Chance หรือ Gedragscode Promotie Kansspelen โดยเคร่งครัด โดยใน Code of Conduct for Promotional Games of Chance ได้วางหลักเกณฑ์ในการจัดกิจกรรมไว้อย่างละเอียด เช่น กำหนดความถี่ในการจัดกิจกรรมไม่เกินหนึ่งครั้งต่อปี ต่อหนึ่งสินค้าหรือบริการหรือต่อองค์กร หรือกำหนดเรื่องมูลค่าของรางวัลหรือของแถมในการจัดการส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคว่าให้ไม่เกิน ๑๐๐,๐๐๐ ยูโรต่อปี

ส่วนในประเทศไต้หวันแม้ผู้ประกอบการไม่จำเป็นต้องจดทะเบียนหรือขอใบอนุญาตการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชค แต่มีการวางหลักเกณฑ์เพื่อป้องกันไม่ให้ผู้ประกอบการใช้วิธีการเสนอให้ของขวัญและของรางวัลอย่างไม่เหมาะสม ไว้ใน Regulations Governing the Amount of Gifts and Prizes Offered by Businesses ซึ่งได้กำหนดมูลค่าของรางวัลที่มีความเหมาะสมไว้อย่างละเอียดทั้งในแง่มูลค่าของรางวัลรวมทั้งปี และมูลค่ารางวัลสูงสุด

ในประเทศนิวซีแลนด์ผู้จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชค ไม่จำเป็นต้องขอใบอนุญาต แต่ได้มีการกำหนดเงื่อนไขให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมต้องไม่เสียค่าใช้จ่ายใดๆ นอกเหนือจากการซื้อสินค้าและบริการที่มีการส่งเสริมการขาย และมีการกำหนดข้อห้ามหรือข้อจำกัดในการให้รางวัล เช่น ห้ามให้รางวัลที่เป็นอาวุธปืน ระเบิด เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ผลิตภัณฑ์ยาสูบ เป็นต้น นอกจากนี้ ยังมีการควบคุมการส่งเสริมการขายภายใต้ the Fair Trading Act ๑๙๘๖ ที่กำหนดให้ต้องมีการแจกรางวัลจริง และต้องมีการเปิดเผยข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการขายอย่างครบถ้วนให้กับผู้บริโภคทราบ

ส่วนในรัฐวิกตอเรีย ประเทศออสเตรเลีย ไม่จำเป็นต้องมีการขอใบอนุญาตจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคเช่นกัน แต่ได้กำหนดให้การจัดกิจกรรมต้องอยู่ภายใต้เงื่อนไขที่กฎหมายกำหนดกล่าวคือ ห้ามเรียกเก็บค่าใช้จ่ายจากการเข้าร่วมกิจกรรมเพิ่มเติมจากค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเข้าร่วมกิจกรรมตามปกติและห้ามการจัดกิจกรรมด้วยการใช้เครื่องเล่นเกม นอกจากนี้ ยังมีการออกกฎระเบียบเพื่อกำกับดูแลการส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชค และมีแนวปฏิบัติที่ถูกจัดทำขึ้นโดย the Victorian Commission for Gambling and Liquor Regulation: VCGLR ที่วางข้อบังคับในการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคไว้อย่างละเอียด

ในประเทศสิงคโปร์ แม้ไม่ได้กำหนดให้ต้องมีการขอใบอนุญาต แต่การจัดส่งเสริมการขายสินค้าหรือบริการโดยวิธีการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชค ต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขที่กฎหมายกำหนดไว้ใน Common Gaming Houses Act ('CGHA') ซึ่งหากฝ่าฝืนอาจมีทั้งโทษปรับและจำคุก

ดังนั้น จึงเห็นได้ว่าในกลุ่มประเทศที่ไม่กำหนดให้มีการขอใบอนุญาตในการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคนั้น แม้จะไม่มี การควบคุมการจัดกิจกรรมโดยใช้ใบอนุญาตเป็นตัวกำหนด แต่กลับมีการวางหลักเกณฑ์และกฎระเบียบที่ละเอียดและเคร่งครัด เพื่อให้ผู้จัดกิจกรรมได้ปฏิบัติตาม ซึ่งถือเป็นการควบคุมและกำกับดูแลการจัดกิจกรรมได้อีกทางหนึ่ง อย่างไรก็ตาม การควบคุมโดยอาศัยกฎระเบียบเพื่อกำกับดูแลการส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคแต่เพียงอย่างเดียว โดยไม่มีการออกใบอนุญาตร่วมด้วย อาจต้องอาศัยหน่วยงานที่มีประสิทธิภาพในการตรวจสอบและกำกับดูแลไม่ให้เกิดการกระทำผิดหลักเกณฑ์ที่กำหนด ประกอบกับอาศัยการช่วยสอดส่องดูแลการกระทำที่ไม่เหมาะสมจากสาธารณะ เพื่อดูแลการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคทำตามกรอบหลักเกณฑ์ที่กำหนดไว้อย่างถูกต้อง นอกจากนี้ ผู้จัดกิจกรรมควรต้องเคารพกฎเกณฑ์ที่กฎหมายกำหนด และมีจิตสำนึกที่จะปฏิบัติตามหลักเกณฑ์นั้นอย่างเคร่งครัดอีกด้วย

ข้อเสนอแนะ

ในส่วนในประเทศไทย คณะผู้วิจัยเห็นว่า ควรรักษามาตรการในการควบคุมการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคโดยวิธีการออกใบอนุญาตต่อไป เพื่อเป็นการคัดกรองการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคของผู้ประกอบธุรกิจ โดยหน่วยงานของรัฐก่อนขั้นหนึ่ง อย่างไรก็ตาม ควรเพิ่มเติมการกำหนดหลักเกณฑ์ที่มีความชัดเจนและเหมาะสมเอาไว้ในกฎหมายในระดับกฎกระทรวงเป็นอย่างน้อย เพื่อเป็นกรอบให้เจ้าหน้าที่ได้ใช้เป็นหลักในการพิจารณาการออกใบอนุญาตให้เป็นไปตามกฎหมาย และส่งผลให้เป็น การลดการใช้ดุลยพินิจของเจ้าหน้าที่ให้ได้มากที่สุด เพื่อป้องกันการทุจริต หรือการใช้ดุลยพินิจที่ไม่เหมาะสม อีกทั้งการสร้างหลักเกณฑ์ที่ชัดเจนยังสามารถใช้เป็นแนวทางให้ผู้ประกอบธุรกิจได้ปฏิบัติตาม เมื่อต้องการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคด้วย

๖.๑.๒.๒ ค่าธรรมเนียมในการขอใบอนุญาต

๑. ค่าธรรมเนียมการขอใบอนุญาตในประเทศไทย

การเก็บค่าธรรมเนียมการขอใบอนุญาตเพื่อจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคของประเทศไทยได้บัญญัติอยู่ในกฎกระทรวงฉบับที่ ๒๐ (พ.ศ. ๒๕๒๔) ข้อ ๒๘ โดยอัตราค่าธรรมเนียมในการขอใบอนุญาตฯ ของไทยจะเรียกเก็บตามอายุของใบอนุญาต ดังนี้

กำหนดอายุใบอนุญาต	ค่าธรรมเนียม
๑ วัน	๓๐๐ บาท
ไม่เกิน ๗ วัน	๖๐๐ บาท
ไม่เกิน ๑ เดือน	๑,๕๐๐ บาท
ไม่เกิน ๖ เดือน	๖,๐๐๐ บาท
ไม่เกิน ๑ ปี	๙,๐๐๐ บาท

ทั้งนี้ การคำนวณอายุใบอนุญาต ให้เริ่มนับตั้งแต่วันที่เริ่มเล่นหรือมีการส่งขึ้นส่วนชิงโชคหรือคูโปง หรือการส่ง SMS เข้ามาชิงโชคจนถึงวันที่มีการจับรางวัล และหากมีการจับรางวัลหลายครั้งในช่วงระยะวันจัดรายการให้ออกใบอนุญาตทุกครั้งเท่ากับจำนวนจับรางวัลหรือแยกกองขึ้นส่วนตามลำดับ นอกจากนี้ หากมีการจับรางวัลหลายครั้งโดยนำขึ้นส่วนที่เหลือในครั้งก่อนมาจับในครั้งต่อไปให้นับระยะเริ่มเล่นส่งขึ้นส่วนหรือ SMS ในครั้งก่อนมารวมคำนวณในใบอนุญาตครั้งต่อไป

จะเห็นได้ว่าอัตราค่าธรรมเนียมในการขอใบอนุญาตของประเทศไทยนั้นไม่สูงมาก หากเปรียบเทียบกับจำนวนหรือมูลค่าของรางวัลที่ผู้จัดกิจกรรมที่มอบให้กับผู้ชนะรางวัล นอกจากนี้ จากการศึกษาพบว่า มูลนิธิสาธารณสุขแห่งชาติได้ให้ความเห็นไว้ว่า การที่ประเทศไทยกำหนดอัตราค่าธรรมเนียมการขอใบอนุญาตไว้ต่ำเช่นนี้อาจมีผลเป็นการสร้างแรงจูงใจให้ผู้ประกอบธุรกิจจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคมากขึ้น^{๓๗๖}

๒. ค่าธรรมเนียมการขอใบอนุญาตในต่างประเทศ

จากการศึกษากฎหมายของต่างประเทศพบว่า ประเทศต่างๆ มีการกำกับดูแลและควบคุมการส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคแตกต่างกัน บางประเทศอนุญาตให้จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคโดยไม่ต้องมีการขออนุญาต เช่น ประเทศไต้หวัน ประเทศเนเธอร์แลนด์ ประเทศนิวซีแลนด์ และรัฐวิกตอเรีย ประเทศออสเตรเลีย และบางประเทศกำหนดให้ต้องขอใบอนุญาตก่อนจึงจะจัดกิจกรรมได้ เช่น ประเทศฮ่องกง และรัฐนิวเซาท์เวลส์ ประเทศออสเตรเลีย นอกจากนี้ ยังมีประเทศสหรัฐอเมริกาที่มีการกำกับดูแลการส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคที่มีความยืดหยุ่นกว่าประเทศที่ต้องขอใบอนุญาต แต่ไม่ถึงกับอนุญาตให้ทำได้ทันทีอย่างบางประเทศ ดังนั้น การพิจารณาค่าธรรมเนียมการขอใบอนุญาตจึงแบ่งออกได้เป็น ๒ กลุ่ม ดังนี้

๒.๑ กลุ่มประเทศที่กำหนดให้ต้องขอใบอนุญาตและมีการเรียกเก็บค่าธรรมเนียมการขอใบอนุญาต ได้แก่

- ประเทศฮ่องกงกำหนดอัตราค่าธรรมเนียมการขอใบอนุญาตเป็นอัตราเดียวคือ ๑,๕๕๐ เหรียญฮ่องกง โดยไม่พิจารณาถึงจำนวนรางวัล มูลค่าของรางวัล และระยะเวลาของใบอนุญาต

- รัฐนิวเซาท์เวลส์ ประเทศออสเตรเลีย กำหนดอัตราค่าธรรมเนียมการขอใบอนุญาตตามมูลค่าของรางวัล หากมูลค่าของรางวัลสูงอัตราค่าธรรมเนียมก็จะสูงขึ้นตามไปด้วย อย่างไรก็ตาม อัตราค่าธรรมเนียมการขอใบอนุญาต หากขอด้วยช่องทางปกติ เช่น ยื่นขอใบอนุญาตด้วยตนเอง อัตราค่าธรรมเนียมสูงสุดไม่เกิน ๒,๔๐๐ ดอลลาร์ออสเตรเลีย แต่หากขอใบอนุญาตด้วยช่องทางออนไลน์อัตราค่าธรรมเนียมจะถูกลง ดังจะเห็นได้จากตารางอัตราค่าธรรมเนียมการขอใบอนุญาต ดังนี้

^{๓๗๖} นางนุช จินดารัตนาภรณ์ และคณะ, อ้างแล้ว เจริญรทที่ ๔, หน้า ๑๐.

ค่าธรรมเนียมการขอใบอนุญาต (ได้รับยกเว้นภาษี)		
มูลค่าของรางวัล	อัตราค่าธรรมเนียม (ขึ้นอยู่กับวิธีการยื่นคำขอ)	
	licence.nsw.gov.au	other
Single Lottery		
๑๐,๐๐๐ ดอลลาร์ออสเตรเลีย หรือน้อยกว่า	๘๐ ดอลลาร์ออสเตรเลีย	๑๓๘ ดอลลาร์ ออสเตรเลีย
๑๐,๐๐๑ ถึง ๕๐,๐๐๐ ดอลลาร์ ออสเตรเลีย	๓๒๐ ดอลลาร์ออสเตรเลีย	๓๘๕ ดอลลาร์ ออสเตรเลีย
๕๐,๐๐๑ ถึง ๑๐๐,๐๐๐ ดอลลาร์ ออสเตรเลีย	๕๘๕ ดอลลาร์ออสเตรเลีย	๖๖๐ ดอลลาร์ ออสเตรเลีย
๑๐๐,๐๐๑ ถึง ๒๐๐,๐๐๐ ดอลลาร์ ออสเตรเลีย	๑,๑๒๐ ดอลลาร์ ออสเตรเลีย	๑,๒๓๒ ดอลลาร์ ออสเตรเลีย
๒๐๐,๐๐๑ ดอลลาร์ออสเตรเลียหรือ มากกว่า	๒,๑๘๕ ดอลลาร์ ออสเตรเลีย	๒,๔๐๐ ดอลลาร์ ออสเตรเลีย
Multiple Lottery Class B มูลค่าแต่ละรางวัลไม่เกิน ๒๕๐ ดอลลาร์ ออสเตรเลีย และมูลค่ารวมของรางวัล ทั้งหมดจำกัดไม่เกิน ๕๐,๐๐๐ ดอลลาร์ ออสเตรเลีย	๓๒๐ ดอลลาร์ออสเตรเลีย	๓๘๕ ดอลลาร์ ออสเตรเลีย
Multiple Lottery Class C มูลค่าแต่ละรางวัลไม่เกิน ๑,๐๐๐ ดอลลาร์ออสเตรเลีย และมูลค่ารวมของ รางวัลทั้งหมดจำกัดไม่เกิน ๑๐๐,๐๐๐ ดอลลาร์ออสเตรเลีย	๕๘๕ ดอลลาร์ออสเตรเลีย	๖๖๐ ดอลลาร์ ออสเตรเลีย

๒.๒ กลุ่มประเทศที่ไม่ต้องขอใบอนุญาต แต่ต้องขึ้นทะเบียนหรือขอยกเว้นให้จัดกิจกรรม

- ประเทศสหรัฐอเมริกาตามปกติไม่ต้องขอใบอนุญาต แต่ในบางรัฐกำหนดให้ผู้จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายต้องขึ้นทะเบียน (Register) การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย และต้องจ่ายค่าขึ้นทะเบียน ซึ่งอัตราค่าขึ้นทะเบียนนี้จะแตกต่างกันไปในแต่ละรัฐ เช่น

รัฐ	อัตราค่าธรรมเนียม
ฟลอริดา	๑๐๐ ดอลลาร์สหรัฐฯ
นิวยอร์ก	๑๐๐ ดอลลาร์สหรัฐฯ
ไรต์ ไอส์แลนด์	๑๕๐ ดอลลาร์สหรัฐฯ

- ประเทศสิงคโปร์กำหนดให้การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคไม่จำเป็นต้องขอใบอนุญาตแต่ผู้จัดกิจกรรมต้องชำระภาษีตามอัตราที่กฎหมายกำหนด และต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขต่างๆ ที่กฎหมายกำหนดไว้ นอกจากนี้ หากเป็นการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ ไม่ว่าจะเป็น อินเทอร์เน็ต ทีวี หรือ โทรศัพท์ จะรวมเรียกว่าการพนันทางไกล (remote gambling) เป็นกิจกรรมที่ห้ามกระทำ แต่หากผู้ประกอบการธุรกิจต้องการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคทางไกลต้องได้รับใบอนุญาตที่เรียกว่า Certificate of Exemption ซึ่งต้องมีการจ่ายค่าธรรมเนียมตามที่รัฐมนตรีกำหนด

ข้อเสนอแนะ

เนื่องจากการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคของไทยเป็นกิจกรรมที่ต้องขออนุญาตจากกระทรวงมหาดไทยก่อนจึงจะสามารถจัดกิจกรรมได้ ดังนั้น ประเทศไทยจึงควรมีการเรียกเก็บค่าธรรมเนียมการออกใบอนุญาตเพื่อเป็นการกำกับดูแลการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายให้อยู่ภายใต้วัตถุประสงค์ตามที่กฎหมายกำหนดไว้ นอกจากนี้ ค่าธรรมเนียมดังกล่าวยังถือเป็นรายได้ประการหนึ่งของรัฐอีกด้วย

นอกจากนี้ ประเทศไทยยังควรมีการกำหนดรูปแบบในการเรียกเก็บค่าธรรมเนียมการขอใบอนุญาตฯ ให้ชัดเจน เพื่อให้มีกฎเกณฑ์เกี่ยวกับค่าธรรมเนียมในการขอใบอนุญาตจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชค โดยในการเรียกเก็บค่าธรรมเนียมในการขอใบอนุญาตของไทยควรกำหนดตามมูลค่าของของรางวัลมากกว่าการเรียกเก็บค่าธรรมเนียมอัตราเดียว (flat rate) เนื่องจากการเรียกเก็บค่าธรรมเนียมอัตราเดียวนั้น อาจไม่ยืดหยุ่นและไม่สะท้อนถึงต้นทุนทางธุรกิจที่อาจมีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นในอนาคต และการเรียกเก็บในอัตราตามระยะเวลาของใบอนุญาตก็อาจก่อให้เกิดการหลีกเลี่ยงการจ่ายค่าธรรมเนียมในอัตราสูงเพื่อจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายและไม่สามารถใช้เป็นเครื่องมือในการควบคุมพฤติกรรมของผู้จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายในลักษณะที่ไม่เหมาะสมโดยเสนอรางวัลมูลค่าสูงๆ เพื่อดึงดูดใจผู้บริโภคให้เข้าร่วมกิจกรรมซึ่งอาจนำไปสู่การมอมเมาประชาชนได้ ดังนั้น จึงควรเรียกเก็บค่าธรรมเนียมการขอใบอนุญาตตามมูลค่าของรางวัลเพื่อใช้เป็นช่องทางในการควบคุมพฤติกรรมของผู้จัดกิจกรรมไม่ให้นำการส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคมาแสวงหาประโยชน์ในทางที่ไม่เหมาะสมและขัดต่อเจตนารมณ์ของกฎหมายในการอนุญาตให้มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชค เพราะหากผู้จัดกิจกรรมกำหนดรางวัลไว้สูง การเรียกเก็บค่าธรรมเนียมก็จะสูงตามไปด้วยซึ่งจะกลายเป็นต้นทุนของผู้จัดกิจกรรมทำให้ผู้จัดกิจกรรมต้องตระหนักถึงการกำหนดมูลค่าของรางวัลให้มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่แท้จริงของการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชค

๖.๑.๒.๓ เรื่องของรางวัล

ข้อเสนอแนะเรื่องของรางวัล ผู้วิจัยจะแบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น ๒ ประเด็นใหญ่ ได้แก่ ลักษณะของรางวัลและการประกาศของรางวัล โดยมีรายละเอียดดังนี้

๑. ลักษณะของรางวัล

๑) ของรางวัลจะต้องไม่เป็นเงิน

สำหรับประเทศไทยกระทรวงมหาดไทยได้กำหนดระเบียบการอนุญาตจัดให้มีการแถมพหุหรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชครางวัลสมนาคุณไม่ว่าจะเป็นวิธีที่ ๑ วิธีการเล่น โดยการส่งชิ้นส่วนของสินค้าหรือบัตรสมนาคุณหรือบัตรอื่นๆ มาจับสลาก หรือวิธีการ SMS หรือส่งข้อความทางโทรศัพท์ผ่านระบบหมายเลขต่างๆ หรือวิธีอื่นใดที่มีลักษณะคล้ายกันในการทายผล ตอบปัญหาหรือแสดงความคิดเห็นเพื่อชิงรางวัลทั้งสองวิธีจะต้องระบุว่าเป็นสิ่งของอะไร ราคาเท่าไร และให้พิจารณาว่าราคาพอสมควรที่จะแถมพหุหรือให้รางวัลหรือไม่ และห้ามมิให้จ่ายหรือรับเงินแทนการแถมพหุหรือรางวัลตามลักษณะข้อจำกัดและเงื่อนไขหลังใบอนุญาต เช่น เงินสด หรือบัญชีเงินฝาก เช็ค เป็นต้น นอกจากนี้ ยังรวมถึงหนังสือตราสารทุกประเภทซึ่งสามารถนำไปขึ้นเงินแลกเงิน หรือเบิกเงินหรือกระทำด้วยประการใดๆ ให้ได้มาซึ่งเงินด้วย จึงเป็นการตีความให้ขยายความเพื่อจำกัดของรางวัลให้เป็นเพียงสิ่งของเท่านั้น

สำหรับประเทศที่ใช้เป็นกรณีศึกษานั้น ส่วนใหญ่มีการกำหนดห้ามให้ของรางวัลเป็นเงินหรือสิ่งอื่นใดที่มีมูลค่าเทียบเท่าเงิน ทั้งนี้บางประเทศมีการกำหนดมูลค่าของรางวัลไว้ ซึ่งแต่ละประเทศจะมีการกำหนดเงื่อนไขแตกต่างกันดังนี้

ประเทศฮ่องกงห้ามให้ของรางวัลเป็นเงิน ผู้ประกอบธุรกิจสามารถมอบบัตรกำนัลหรือบัตรของขวัญได้ตราบเท่าที่ยังไม่สามารถแลกเป็นเงินสดหรือใช้ชำระหรือชำระหนี้ได้ ประเทศสิงคโปร์ไม่ได้กำหนดห้ามให้รางวัลเป็นเงินเพียงแต่กำหนดว่าหากมูลค่าของรางวัลเกิน ๑๐,๐๐๐ ดอลลาร์สิงคโปร์ จะต้องประกาศในหนังสือพิมพ์ ประเทศสหรัฐอเมริกากฎหมายกำหนดว่าห้ามให้ของรางวัลเป็นเงินสดเนื่องจากแต่ละรัฐมีกฎหมายที่แตกต่างกันบางรัฐมีการกำหนดว่าหากมูลค่าของรางวัลเกิน ๕,๐๐๐ เหรียญสหรัฐผู้ประกอบธุรกิจจะต้องทำการค้าประกันหรือเปิด trust account ที่มีมูลค่าเท่ากับมูลค่าของรางวัล

ข้อเสนอแนะ

เนื่องจากประเทศไทยมีข้อกำหนดในเรื่องนี้อยู่แล้ว กล่าวคือ ห้ามแถมพหุหรือรางวัลในการเสี่ยงโชคเป็นเงิน ยังรวมถึงหนังสือตราสารทุกประเภทซึ่งสามารถนำไปขึ้นเงินแลกเงิน หรือเบิกเงินหรือกระทำด้วยประการใดๆ ให้ได้มาซึ่งเงินด้วย ซึ่งมีลักษณะคล้ายคลึงกับประเทศที่เป็นกรณีศึกษา อาทิ ประเทศฮ่องกง ประเทศสิงคโปร์ และประเทศสหรัฐอเมริกา ดังนั้น หากมีการร่างกฎหมายใหม่เกี่ยวกับการขอใบอนุญาตจึงควรกำหนดเป็นหลักเกณฑ์เอาไว้ในกฎหมายระดับกฎกระทรวงด้วยเพื่อให้เกิดความชัดเจนยิ่งขึ้น

๒) ของรางวัลต้องไม่เป็นของต้องห้าม

เงื่อนไขในการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคของรัฐ นิวเซาท์เวลส์คือ the Lotteries and Art Unions Act ๑๙๐๑ No.๓๔ ได้กำหนดชัดเจนว่าของรางวัลต้องไม่เป็นของรางวัลที่ต้องห้ามตามกฎหมาย ซึ่งของต้องห้ามตามกฎหมายฉบับนี้ ได้แก่

ก. ยาสูบไม่ว่าจะอยู่ในรูปแบบใดก็ตาม

ข. อาวุธปืน ยุทธภัณฑ์ หรือสิ่งเทียมอาวุธปืน ตามที่บัญญัติไว้ในกฎหมายว่าด้วยอาวุธปืน (the Firearms Act ๑๙๙๖)

ค. อาวุธต้องห้ามตามความหมายของกฎหมายว่าด้วยอาวุธต้องห้าม ค.ศ. ๑๙๙๘ (the Weapons Prohibition Act ๑๙๙๘)

ง. การจัดหาให้ซึ่งการผ่าตัดเสริมความงามหรือกระบวนการอื่นใดที่มีวัตถุประสงค์เพื่อปรับปรุงรูปลักษณ์หรือความภาคภูมิใจ

สำหรับประเทศนิวซีแลนด์ ผู้ว่าการรัฐมีอำนาจในออกประกาศคำสั่งกำหนดข้อห้ามหรือข้อจำกัดในการให้รางวัลในการเล่นการพนันเพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของกฎหมาย the Gambling Act ๒๐๐๓ ได้ โดยข้อกำหนดดังกล่าวอาจห้ามหรือจำกัดมิให้นำเอาทรัพย์สิน (รวมทั้งสิทธิต่างๆ ในทรัพย์สินนั้น) หรือบริการใด มาใช้เป็นของรางวัลในการจัดการพนัน

ในฮ่องกงกฎหมายไม่อนุญาตให้ออกรางวัลใดๆ ที่ผิดกฎหมายหรือขัดต่อความชอบธรรมของสาธารณชนหรือส่งเสริมให้ผู้เข้าร่วม (โดยเฉพาะอายุต่ำกว่า ๑๘ ปี) เข้าร่วมเล่นการพนัน

ข้อเสนอแนะ

เนื่องจากในปัจจุบันประเทศไทยยังไม่ได้มีข้อกำหนดเรื่องของรางวัลต้องห้ามที่ชัดเจน แต่จากการศึกษาประเทศกรณีศึกษา อาทิ ประเทศออสเตรเลีย และฮ่องกงพบกว่ามีการกำหนดเรื่องของรางวัลต้องห้ามไว้เป็นหนึ่งในเงื่อนไขการให้ใบอนุญาต ดังนั้น จึงควรนำข้อกำหนดดังกล่าวมาปรับใช้กับประเทศไทยเพื่อให้มีความชัดเจนขึ้น ประเทศไทยจึงควรกำหนดเงื่อนไขให้ชัดเจนว่า ห้ามนำของรางวัลที่มีลักษณะขัดต่อความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชนมาเป็นของรางวัล

๓) การรับประกันของรางวัล

กระทรวงมหาดไทยได้ออกหนังสือที่ มท.๐๓๐๗.๔/ว๗๔๗๐ กำชับให้เจ้าพนักงานผู้ออกใบอนุญาตถือปฏิบัติ ดังนี้ ห้ามมิให้เจ้าพนักงานผู้ออกใบอนุญาตออกใบอนุญาตแก่ผู้ขอจนกว่าจะตรวจสอบหรือสอบสวนจนเป็นที่แน่ใจว่าผู้ขออนุญาตมีสิ่งของพร้อมที่จะส่งมอบให้แก่ผู้เล่นที่ได้รับแถมพกหรือรางวัลและให้ถือปฏิบัติตามหนังสือสั่งการที่อ้างถึงโดยเคร่งครัด

นอกจากนี้ ประเทศไทยยังกำหนดให้ผู้ยื่นขอใบอนุญาตยื่นใบเสร็จของรางวัล หรือใบสั่งซื้อสิ่งของรางวัล หรือใบสนับสนุนของรางวัล (แล้วแต่กรณี) กรณีรางวัลเป็น

รถยนต์ / อสังหาริมทรัพย์ เช่น บ้าน คอนโด / ทองคำตั้งแต่ ๒๐๐,๐๐๐ บาทขึ้นไป / หรือสิ่งของ
รางวัลอื่นที่มีมูลค่ามาก (กรณีเป็นใบเสนอราคาส่งของรางวัล ให้ลงลายมือชื่อทั้ง ผู้ทำคำเสนอราคา
(ผู้ขาย) และผู้ตอบรับลงนามสั่งซื้อของรางวัล(ผู้ซื้ออนุญาตฯ) ต้องประทับตราบริษัทฯ ด้วย ถ้าหนังสือ
รับรองนิติบุคคลระบุไว้ให้ต้องประทับตรา

ในรัฐฟลอริดา ประเทศสหรัฐอเมริกา ผู้ประกอบธุรกิจที่จัดให้มี
การจับรางวัลจะต้องจดทะเบียนกับ Department of Agriculture and Consumer Services และ
ในกรณีที่มีการเสนอจับรางวัลเกินกว่า ๕,๐๐๐ ดอลลาร์สหรัฐ ผู้ประกอบธุรกิจจะต้องเปิดบัญชี trust
account หรือ ออกหนังสือค้ำประกันการออกรางวัลล่วงหน้าอย่างน้อย ๗ วันก่อนการจับรางวัล โดย
มูลค่าของหนังสือค้ำประกันจะต้องครอบคลุมจำนวนรางวัล แต่อย่างไรก็ตามในกรณีที่ผู้ประกอบ
ธุรกิจจัดการออกรางวัลเป็นเวลา ๕ ปี ติดต่อกันโดยไม่มีการปฏิบัติผิดกฎเกณฑ์ใดๆ ผู้ประกอบธุรกิจ
ที่จัดให้มีการจับรางวัลสามารถทำหนังสือขอยกเว้นเปิดบัญชี trust account หรือ ออกหนังสือ
ค้ำประกันการออกรางวัลได้

รัฐ New York ประเทศสหรัฐอเมริกา ในกรณีที่มีการเสนอจับ
รางวัลเกินกว่า ๕,๐๐๐ ดอลลาร์สหรัฐ ผู้ประกอบธุรกิจจะต้องเปิดบัญชี trust account หรือ ออก
หนังสือค้ำประกันการออกรางวัล

ข้อเสนอแนะ

ประเทศไทยมีข้อกำหนดเรื่องการรับประกันของรางวัลที่มีความเหมาะสมอยู่แล้ว กล่าวคือ
ผู้ได้รับใบอนุญาตจะต้องแสดงใบเสร็จการชำระเงิน หรือใบสั่งซื้อสิ่งของรางวัล หรือใบสนับสนุนของ
รางวัล แต่อย่างไรก็ตามสำหรับของรางวัลที่มีมูลค่าสูงเพื่อเป็นการให้ความคุ้มครองผู้บริโภคและให้
ความยืดหยุ่นแก่ผู้ขอใบอนุญาตที่ส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชค ประเทศไทยอาจจะกำหนด
เงื่อนไขให้ผู้ขอใบอนุญาตสามารถขอหนังสือค้ำประกันจากธนาคารเพื่อเป็นการค้ำประกันว่า
ผู้ขอใบอนุญาตจะมีการให้รางวัลจริงตามที่ผู้ขอใบอนุญาตยื่นรายละเอียดของรางวัลไว้

๔) มูลค่าของรางวัล

ประเทศไทย ตามกฎกระทรวงฉบับที่ ๑๗ (พ.ศ. ๒๕๐๓) ออกตาม
พระราชบัญญัติการพนันฯ ไม่ได้มีการกำหนดมูลค่าของรางวัลที่ให้จากการเสี่ยงโชคไว้ อีกทั้งยังไม่
มีกฎกระทรวงฉบับใดได้กำหนดหลักเกณฑ์ในเรื่องดังกล่าวไว้แต่ประการใด ทำให้ผู้ประกอบการที่จัด
ให้มีการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคสามารถแจกรางวัลใหญ่ที่มีมูลค่าสูง เพื่อกระตุ้น ดึงดูด และเป็น
สิ่งล่อใจกลุ่มลูกค้าให้มาซื้อสินค้าโดยหวังที่จะได้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชค โดยรางวัลยิ่งใหญ่อีกมีมูลค่า
มาก ยิ่งกระตุ้นให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้าได้เร็วขึ้นและในปริมาณที่มากขึ้น การแถมพหุหรือรางวัล
ในการเสี่ยงโชคในปัจจุบันไม่ได้มีการกำหนดมูลค่าของในการแถมพหุหรือรางวัลในการเสี่ยงโชคให้
ชัดเจน โดยมอบอำนาจให้แก่เจ้าหน้าที่ผู้ออกใบอนุญาตเป็นผู้พิจารณาถึงมูลค่าของของรางวัลว่า
พอสมควรที่จะแถมหรือให้รางวัลหรือไม่ เช่น กระทรวงมหาดไทยได้ออกหนังสือด่วนที่สุด ที่ มท.
๐๓๐๗.๔/ว๗๔๗๐ กำชับให้เจ้าพนักงานผู้ออกใบอนุญาตถือปฏิบัติเรื่องมูลค่าของรางวัล ดังนี้ให้

พิจารณาว่าสิ่งของนั้นเหมาะสมสมควรกับการเล่นหรือไม่และจะต้องมีราคาไม่น้อย หรือมากจนเกินไป โดยพิจารณามูลค่าของสินค้าของผู้อนุญาตประกอบด้วย เพื่อเป็นการคุ้มครองผู้บริโภค และไม่ให้เป็นการเล่นที่มอมเมาประชาชนให้ลุ่มหลงการเสี่ยงโชคมากจนเกินไป

ดังนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่า การเล่นเกมหรือรางวัลในการเสี่ยงโชคในปัจจุบัน ไม่ได้มีการกำหนดมูลค่าของของในการเล่นเกมหรือรางวัลในการเสี่ยงโชคเอาไว้ โดยมอบอำนาจให้แก่เจ้าหน้าที่ผู้ออกใบอนุญาตเป็นผู้พิจารณาถึงมูลค่าของของรางวัลว่าพอสมควรที่จะเล่นเกมหรือให้รางวัลหรือไม่

สำหรับประเทศเนเธอร์แลนด์กำหนดเรื่องมูลค่าของของรางวัลหรือของแถมในการจัดการส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคจะต้องมีมูลค่าทางเศรษฐกิจรวมแล้วไม่เกิน ๑๐๐,๐๐๐ ยูโรต่อปี (รวมภาษี) ซึ่งผู้ประกอบการธุรกิจที่จัดกิจกรรมจะต้องแจกแจงอย่างชัดเจนให้ผู้บริโภคทราบก่อนการเข้าร่วมกิจกรรมถึงมูลค่ารวมของของรางวัล

ประเทศไต้หวันมีกฎหมายเฉพาะซึ่งออกมาเพื่อควบคุมการให้รางวัลของผู้ประกอบการธุรกิจให้เป็นไปอย่างเหมาะสม กิจกรรมการส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคเหล่านี้ จึงถูกควบคุมโดยกฎหมายเพื่อเป็นการส่งเสริมให้เกิดการแข่งขันทางการค้าอย่างเป็นธรรมไม่ให้ผู้ประกอบการใช้วิธีการให้รางวัลที่ไม่เหมาะสม มาเป็นเครื่องมือในการกีดกันคู่แข่งทางการค้าให้ออกไปจากตลาด ซึ่งการให้รางวัลที่มีมูลค่าสูงมากเกินไป ถือเป็นการให้รางวัลอย่างไม่เหมาะสม นอกจากนี้ ประเทศไต้หวันมีการกำหนดมูลค่าของรางวัลเอาไว้อย่างชัดเจน โดยเฉพาะอย่างยิ่งหากเป็นการจัดกิจกรรมให้รางวัลของผู้ประกอบการธุรกิจ กฎหมายได้กำหนดมูลค่ารวมทั้งปีของของรางวัล (ในกรณีที่ผู้ประกอบการอาจมีการจัดกิจกรรมมากกว่าหนึ่งครั้งต่อปี) ให้สัมพันธ์กับยอดขายในปีก่อนหน้าที่จะมีการจัดกิจกรรมให้รางวัลด้วย ซึ่งหากผู้ประกอบการสามารถทำรายได้ได้มาก กฎหมายจะอนุญาตให้จัดกิจกรรมมอบของรางวัลที่มีมูลค่ารวมทั้งปีมากตามไปด้วย

Regulations Governing the Amount of Gifts and Prizes Offered by Businesses ได้วางหลักเกณฑ์เพื่อกำหนดมูลค่าของของขวัญหรือรางวัลที่มีความเหมาะสมไว้ ซึ่งสรุปได้ดังนี้

มูลค่ารวมทั้งปีของของรางวัล (prizes given) ในการจัดกิจกรรมให้รางวัล (มาตรา ๕)

ก. สำหรับผู้ประกอบการที่มียอดขายต่อปีในปีงบประมาณก่อนหน้าเกินกว่า ๓,๐๐๐ ล้านดอลลาร์ไต้หวันใหม่ มูลค่ารวมทั้งปีของของรางวัลต้องไม่เกิน ๖๐๐ ล้านดอลลาร์ไต้หวันใหม่

ข. สำหรับผู้ประกอบการที่มียอดขายต่อปีในปีงบประมาณก่อนหน้าเกินกว่า ๗๕๐ ล้านดอลลาร์ไต้หวันใหม่ แต่ไม่เกิน ๓,๐๐๐ ล้านดอลลาร์ไต้หวันใหม่ มูลค่ารวมทั้งปีของของรางวัลต้องไม่เกิน ๑/๕ ของยอดขายดังกล่าว

ค. สำหรับผู้ประกอบการที่มียอดขายต่อปีในปีงบประมาณก่อนหน้าไม่เกิน ๗๕๐ ล้านบาทได้วันใหม่ มูลค่ารวมทั้งปีของของรางวัลต้องไม่เกิน ๑๕๐ ล้านบาทได้วันใหม่

มูลค่าสูงสุดของรางวัล (มาตรา ๖) ไม่ว่ากรณีใดก็ตามแล้วแต่ มูลค่าของรางวัลสูงสุดในการจัดกิจกรรมมอบรางวัลของผู้ประกอบการจะต้องไม่เกิน ๕ ล้านบาทได้วันใหม่

สำหรับประเทศนิวซีแลนด์ ผู้ว่าการรัฐมีอำนาจในออกประกาศคำสั่งกำหนดข้อห้ามหรือข้อจำกัดในการให้รางวัลในการเล่นการพนันเพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของกฎหมาย the Gambling Act ๒๐๐๓ ได้ โดยข้อกำหนดดังกล่าวสามารถออกคำสั่งกำหนดปริมาณหรือมูลค่าของทรัพย์สินหรือบริการที่จะถูกนำมาใช้เป็นของรางวัลได้

ในประเทศออสเตรเลีย รัฐนิวเซาท์เวลส์กำหนดใบอนุญาตเป็น ๒ ประเภทใหญ่ๆ กล่าวคือ ใบอนุญาตสำหรับ Single Lottery กำหนดมูลค่ารางวัล ๑๐,๐๐๐ – ๒๐,๐๐๐ ดอลลาร์ออสเตรเลีย Multiple Lottery Class B กำหนดมูลค่าแต่ละรางวัลไม่เกิน ๒๕๐ ดอลลาร์ออสเตรเลียและมูลค่ารวมของรางวัลทั้งหมดจำกัดไม่เกิน ๕๐,๐๐๐ ดอลลาร์ออสเตรเลีย และ Multiple Lottery Class C กำหนดมูลค่าแต่ละรางวัลไม่เกิน ๑,๐๐๐ ดอลลาร์ออสเตรเลียและมูลค่ารวมของรางวัลทั้งหมดจำกัดไม่เกิน ๑๐๐,๐๐๐ ดอลลาร์ออสเตรเลีย ซึ่งมูลค่าของรางวัลนี้ เดิมรัฐบาลของรัฐนิวเซาท์เวลส์มีแนวคิดที่ว่า ผู้ประกอบธุรกิจไม่ควรจัดกิจกรรมเกี่ยวกับการเสี่ยงโชคจนกลายเป็นคู่แข่งกับการจับสลากกินแบ่งรัฐบาล จึงกำหนดมูลค่าสูงสุดของของรางวัลไว้ เพื่อไม่ให้ผู้บริโภคหันมาสนใจการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายโดยการเสี่ยงโชคมากกว่าการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล แต่ในปัจจุบันรัฐบาลนิวเซาท์เวลส์ได้ยกเลิกการกำหนดมูลค่าสูงสุดของของรางวัลสำหรับใบอนุญาตประเภท Single Lottery ไปแล้ว

ในประเทศสิงคโปร์ได้มีการกำหนดเงื่อนไขใบอนุญาตไว้ว่ารางวัลจะต้องไม่มีราคาสูงมากจนเกินไปอันจะส่งผลให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมเกิดความกดดันทางจิตวิทยาที่จะซื้อสินค้าหรือบริการนั้นๆ แต่ไม่ได้ระบุว่ามูลค่าของรางวัลจะต้องมีมูลค่าเท่าไร และถ้ามูลค่ารวมของรางวัลเกินกว่า ๑๐,๐๐๐ ดอลลาร์สิงคโปร์ข้อมูลดังกล่าวจะได้รับการตีพิมพ์ในหนังสือพิมพ์

เนื่องจากจากการศึกษาและสัมภาษณ์เจ้าพนักงานที่เกี่ยวข้องกับการออกใบอนุญาตของประเทศไทยพบว่าในทางปฏิบัติเจ้าพนักงานผู้ออกใบอนุญาตฯ มักจะออกใบอนุญาตฯ ให้กับผู้ประกอบการ หากผู้มาขอใบอนุญาตฯ มีหลักฐานเอกสารครบ จ่ายค่าธรรมเนียมและมีของรางวัลแจกตามจริง โดยส่วนใหญ่เจ้าพนักงานผู้ออกใบอนุญาตฯ มักจะไม่ใช้ดุลยพินิจทางด้านอื่นๆ ที่ยังไม่มีชัดเจนเพื่อพิจารณาไม่ออกใบอนุญาตฯ ดังนั้นจึงควรมีการกำหนดเงื่อนไขเรื่องมูลค่าของรางวัลให้มีความชัดเจนเพื่อไม่ให้ผู้ประกอบการมีการส่งเสริมการขายที่เกินสมควรและเป็นการมอมเมาประชาชนมากเกินไป

ข้อเสนอแนะ

ประเทศไทยควรกำหนดเงื่อนไขในการออกใบอนุญาตโดยกำหนดมูลค่าของรางวัลให้มีความชัดเจน ทั้งนี้ ผู้วิจัยเสนอว่าการกำหนดมูลค่ารางวัลสูงสุดไม่ควรเกินมูลค่ารางวัลของสลากกินแบ่งของรัฐบาล กล่าวคือ มูลค่ารางวัลสูงสุดไม่ควรเกิน ๖ ล้านบาท เพื่อไม่ให้เป็นภาระส่งเสริมให้คนมาเสี่ยงโชคจากกิจกรรมส่งเสริมการขายแทนลอตเตอรี่ ซึ่งเป็นรายได้ของรัฐ ทั้งนี้การพิจารณามูลค่าของรางวัลว่าของรางวัลจะมีมูลค่าเท่าไรให้พิจารณาตามราคาตลาด ณ วันที่ประกาศแจกรางวัล

นอกจากประเทศไทยจะต้องกำหนดเงื่อนไขเรื่องมูลค่ารางวัลสูงสุดแล้ว ประเทศไทยควรกำหนดเรื่องมูลค่าของรางวัลรวมตลอดทั้งปี โดยอ้างอิงจากประเทศใด่วันที่กำหนดมูลค่ารางวัลรวมตลอดทั้งปีจะต้องมีมูลค่าไม่เกินร้อยละ ๒๐ ของยอดขายตลอดทั้งปีในปีก่อนหน้า หรืออาจจะกำหนดเป็นตัวเลขที่ชัดเจน อย่างเช่นประเทศเนเธอร์แลนด์ที่กำหนดว่ามูลค่าของรางวัลรวมตลอดทั้งปีจะต้องไม่เกินหนึ่งแสนยูโร แต่อย่างไรก็ตาม กฎเกณฑ์ของทั้งสองประเทศหากนำมาปรับใช้กับประเทศไทยจะส่งผลที่แตกต่างกัน จากการประชุมรับฟังความคิดเห็นพบว่า การกำหนดกฎเกณฑ์เรื่องมูลค่าของรางวัลเป็นเรื่องที่ละเอียดอ่อนและมีความซับซ้อน ซึ่งการออกกฎเกณฑ์เป็นประการใดอาจจะทำให้ส่งผลกระทบต่อภาคธุรกิจ กล่าวคือ หากเลือกแนวทางแบบประเทศใดวันที่กำหนดห้ามส่งเสริมการขายโดยมูลค่าของรางวัลเกินร้อยละ ๒๐ ของรายได้ของปีก่อน อาจส่งผลให้ธุรกิจขนาดเล็กหรือธุรกิจที่เพิ่งเปิดใหม่ไม่สามารถทำการส่งเสริมการตลาดโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคได้ เพราะปีแรกธุรกิจอาจจะประสบกับการขาดทุนมากกว่ากำไร หากเลือกแนวทางของประเทศเนเธอร์แลนด์ก็ควรมีการศึกษาเพื่อหาตัวเลขที่เหมาะสม ดังนั้น ประเทศไทยจึงควรมีการศึกษาเชิงลึกในทุกประเด็นอย่างรอบด้าน เพื่อที่จะกำหนดตัวเลขมูลค่าของรางวัลที่เหมาะสมสำหรับผู้ประกอบการที่ต้องการส่งเสริมการตลาดด้วยการเสี่ยงโชคในประเทศไทย

ผู้วิจัยจึงเสนอให้ประเทศไทยควรมีการกำหนดกฎเกณฑ์เรื่องมูลค่าของรางวัลตลอดทั้งปี โดยกำหนดเป็นตัวเลขที่แน่นอนเช่นเดียวกันกับประเทศเนเธอร์แลนด์ โดยจะต้องมีการศึกษาเชิงลึกในทางเศรษฐศาสตร์ถึงตัวเลขที่มีความเหมาะสมกับผู้ประกอบการที่ต้องการส่งเสริมการตลาดด้วยการเสี่ยงโชคในประเทศไทย

๒. วิธีการประกาศของรางวัล

ในรัฐฟลอริดา ประเทศสหรัฐอเมริกา เมื่อการจับรางวัลสิ้นสุดลง ผู้ประกอบธุรกิจที่จัดให้มีการจับรางวัลจะต้องส่งรายชื่อผู้ชนะการจับรางวัลไปยัง the Department of Agriculture and Consumer Services ภายใน ๖๐ วันหลังจากการตัดสินผู้ชนะรางวัลสิ้นสุดลง

นอกจากนี้กฎหมายยังกำหนดให้ผู้ประกอบธุรกิจจะต้องประกาศการจับรางวัลและรายละเอียดการจับรางวัลทุกครั้งที่มีการโฆษณา และเมื่อการจับรางวัลสิ้นสุดลง ผู้ประกอบธุรกิจจะต้องแจ้งรายชื่อผู้ชนะไปยัง State of New York ภายใน ๙๐ วัน นับแต่มีการตัดสินผู้ชนะ

ในประเทศออสเตรเลียรัฐนิวเซาท์เวลส์ได้กำหนดเงื่อนไขในการประกาศรางวัลไว้ดังนี้

ก. หากเป็นไปได้ให้ผู้จัดกิจกรรมแจ้งให้ผู้ชนะรางวัลภายใน ๒ วันนับจากที่มีการจับรางวัล

ข. ผู้ชนะรางวัลต้องได้รับการแจ้งเป็นรายบุคคล โดยการแจ้งตัวต่อตัว โทรศัพท์ จดหมาย อีเมล หรือวิธีการอื่นใดที่เหมาะสม

ค. หากรางวัลมีมูลค่ามากกว่า ๕๐๐ ดอลลาร์ออสเตรเลีย ผู้จัดกิจกรรมต้องประกาศรายชื่อผู้รับรางวัลในหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นที่การจัดรางวัลได้จัดขึ้น หรือโดยสื่อวิทยุ โทรทัศน์ ของท้องถิ่นที่จัดกิจกรรม หรือโดยอินเทอร์เน็ตตามที่กำหนดไว้ในกติกา

ในประเทศออสเตรเลียรัฐวิกตอเรีย กำหนดให้แจ้งแก่ผู้ชนะรางวัลเป็นลายลักษณ์อักษรถึงการได้รับรางวัลและต้องประกาศรายชื่อผู้ได้รับรางวัลที่มีมูลค่ามากกว่า ๑,๐๐๐ ดอลลาร์ออสเตรเลียทาง

ก. หนังสือพิมพ์ที่เป็นที่ตีพิมพ์เผยแพร่ในรัฐวิกตอเรีย หรือ

ข. เครือข่ายอินเทอร์เน็ตเป็นเวลาอย่างน้อย ๒๘ วัน หรือ

ค. หากการจัดกิจกรรมเสี่ยงโชคได้มีการโฆษณาเผยแพร่ทางวารสาร การค้า นิตยสารส่งเสริมการขาย หรือสื่อสิ่งพิมพ์ในลักษณะที่คล้ายคลึงกัน ให้ลงประกาศรายชื่อผู้ชนะรางวัลในสื่อสิ่งพิมพ์เดียวกันนั้น

ในฮ่องกงเงื่อนไขการให้ใบอนุญาต Trade Promotion Competition License กำหนดให้ผู้ได้รับใบอนุญาตประกาศผลรางวัลภายใน ๑๐ วันนับจากวันที่ได้รับการคัดเลือก หรือตัดสินผลการแข่งขันในหนังสือพิมพ์ภาษาอังกฤษและภาษาจีนหนึ่งฉบับและส่งสำเนาเอกสารที่เกี่ยวข้องไปยัง Office of Licensing Authority (OLA) เงื่อนไขใบอนุญาตนี้ทำหน้าที่เพื่อให้มั่นใจว่าการประกาศผลรางวัลจะได้รับการเผยแพร่อย่างเปิดเผยและโปร่งใสโดยผู้ได้รับใบอนุญาตเพื่อปกป้องผลประโยชน์ของสมาชิกในชุมชนที่ได้เข้าร่วมโครงการ ปัจจุบันได้มีการยอมรับการเผยแพร่ผลการค้นหาโดยผู้สนับสนุนในหนังสือพิมพ์ออนไลน์

ข้อเสนอแนะ

เนื่องจากปัจจุบันพบว่าประเทศไทยยังไม่ได้มีข้อกำหนดเรื่องวิธีการประกาศรางวัลที่ชัดเจน ดังนั้น ประเทศไทยควรกำหนดเงื่อนไขว่า เมื่อถึงกำหนดเวลาและทราบผู้ได้รับรางวัลแล้วจะต้องประกาศการได้รับรางวัลและวิธีการรับรางวัลให้ผู้บริโภคทราบภายในระยะเวลาที่กำหนด เช่น ภายใน ๓๐ นับแต่วันที่ทราบผู้ได้รับรางวัล และควรกำหนดให้มีการประกาศการได้รับรางวัลในสื่อหลักทั้งสื่อออนไลน์และออฟไลน์ รวมถึงให้มีการส่งจดหมายหรือการส่งข้อความผ่าน SMS แจ้งผลโดยตรงถึงผู้ได้รับรางวัลด้วย เพื่อให้ผู้ได้รับรางวัลรับทราบและเพื่อแสดงให้เห็นว่าผู้ได้รับใบอนุญาตได้ให้รางวัลจริงตามที่ได้ขออนุญาตไว้ นอกจากนี้ผู้ได้รับใบอนุญาตจะต้องส่งสรุปรายชื่อผู้ได้รับรางวัลไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้วย

๖.๑.๒.๔ ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชค

จากการศึกษากฎหมายของประเทศไทยและกฎหมายต่างประเทศ แสดงให้เห็นว่าค่าใช้จ่ายในการเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคนั้น แบ่งได้เป็น ๓ ประเด็นหลัก คือ ค่าใช้จ่ายในการเข้าร่วมกิจกรรม เงื่อนไขให้ซื้อสินค้าและบริการเพื่อมีสิทธิเข้าร่วมกิจกรรม และค่าใช้จ่ายด้านการสื่อสารและการโปรโมต ซึ่งสรุปได้ ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ ๒๐ แสดงรูปแบบค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชค

ประเทศ	ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชค		
	ค่าใช้จ่ายในการเข้าร่วม	ค่าสินค้าและบริการ	ค่าบริการสื่อสาร/ โปรโมต
ไทย	X	✓	✓
ฮ่องกง	X	✓	-
สิงคโปร์	X	✓	-
ไต้หวัน	X	✓	-
สหรัฐอเมริกา	X	X (no purchase or no payment necessary)	✓ (ใช้ระบบโทรฟรี และค่า การสื่อสาร/โปรโมตไม่ ถือเป็นค่าใช้จ่าย)
เนเธอร์แลนด์	X	✓	✓ (เก็บได้ไม่เกิน ๐.๔๕ ยู โร)
ออสเตรเลีย	X	✓	✓ (เก็บได้ไม่เกิน ๐.๕-๑.๐ ดอลลาร์ออสเตรเลีย)
นิวซีแลนด์	X	✓	✓ (ตามอัตราปกติ)

๑. ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคของประเทศไทย

กฎหมายที่เกี่ยวข้องของไทยไม่ได้กำหนดหลักเกณฑ์เกี่ยวกับการกำหนดค่าธรรมเนียมหรือค่าใช้จ่ายในการเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการขายไว้เป็นการเฉพาะ มีเพียงพระราชบัญญัติการพนัน พ.ศ. ๒๔๗๘ ที่กำหนดให้ผู้ประกอบธุรกิจต้องขออนุญาตจากเจ้าพนักงานผู้ออกใบอนุญาตก่อนจึงจะจัดให้มีการเล่นเกมหรือให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคได้ และกฎกระทรวงฉบับที่ ๑๗ (พ.ศ. ๒๕๐๓) ที่กำหนดเงื่อนไขในการขออนุญาตจัดกิจกรรมเสี่ยงโชคไว้โดย

มีประเด็นที่เกี่ยวข้องกับค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชค ดังนี้

ประเด็นแรก ค่าใช้จ่ายในการเข้าร่วมกิจกรรม ไม่มีกฎหมายหรือกฎกระทรวงระบุถึงประเด็นนี้ไว้อย่างชัดเจน

ประเด็นที่สอง เงื่อนไขการซื้อสินค้าและบริการเพื่อให้มีสิทธิเข้าร่วมการเสี่ยงโชค ไม่ได้มีระบุไว้ในกฎกระทรวงหรือหลักเกณฑ์ไว้อย่างชัดเจน แต่ถูกระบุไว้เป็นเงื่อนไขหลังใบอนุญาตที่กำหนดให้การจัดให้มีการเล่นเกมหรือจับรางวัลด้วยการเสี่ยงโชคเพื่อกิจการค้าหรืออาชีพนั้น สินค้าที่จำหน่ายจะต้องเป็นไปตามราคาในท้องตลาด และแม้ว่าผู้ซื้อจะไม่ได้รับรางวัลในการเสี่ยงโชค แต่ผู้ซื้อต้องได้รับสิ่งของตามราคาที่ซื้อนั้นเสมอ ซึ่งหมายความว่า ผู้ประกอบการสามารถกำหนดเงื่อนไขให้ผู้ที่ต้องการจะเข้าร่วมการเสี่ยงโชคต้องซื้อสินค้าหรือบริการจึงจะได้สิทธิในการเข้าร่วมกิจกรรมได้ แต่ราคาของสินค้าและบริการนั้นต้องเป็นไปตามราคาท้องตลาด

ประเด็นที่สาม ค่าใช้จ่ายในการส่งข้อความ SMS หรือส่งข้อความทางโทรศัพท์ผ่านระบบหมายเลขต่างๆ ในการทายผลตอบปัญหาและแสดงความคิดเห็นเพื่อชิงรางวัล ปัจจุบันมีเพียงหนังสือกระทรวงมหาดไทย ที่ มท ๐๓๐๗.๒/ว ๒๓๘๔ ลงวันที่ ๒๘ กรกฎาคม ๒๕๔๘ กำหนดห้ามมิให้ผู้จัดกิจกรรมแบ่งปันผลประโยชน์จากค่าบริการส่งข้อความ แต่อย่างไรก็ตามหนังสือกระทรวงมหาดไทยดังกล่าวก็ได้กำหนดไว้อย่างชัดเจนว่าค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการส่งข้อความนั้นอยู่ในอัตราเท่าใด ดังนั้น จึงมีบางกรณีที่มีการเรียกเก็บอัตราค่าส่ง SMS ในการเข้าร่วมกิจกรรมในอัตราที่สูงกว่าอัตราที่ผู้ให้บริการด้านการสื่อสารเรียกเก็บในกรณีปกติทางการสื่อสาร

๒. ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคในต่างประเทศ

จากการศึกษาถึงกฎหมายและกฎเกณฑ์ของต่างประเทศสามารถแยกข้อกำหนดหรือเงื่อนไขที่เกี่ยวข้องกับการเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคได้ ๓ ประการ คือ การห้ามเรียกเก็บค่าใช้จ่ายหรือค่าตอบแทนเพื่อการเข้าร่วมกิจกรรม การกำหนดเงื่อนไขให้ซื้อสินค้าหรือบริการในราคาปกติ และการจ่ายค่าบริการด้านการสื่อสารหรือไปรษณีย์ ซึ่งสรุปได้ดังนี้

๒.๑ การห้ามเรียกเก็บค่าธรรมเนียม ค่าใช้จ่าย หรือค่าตอบแทนเพื่อการเข้าร่วมกิจกรรม

โดยทั่วไปกฎหมายของแต่ละประเทศจะกำหนดนิยามหรือลักษณะของการพนันไว้ในทำนองเดียวกันว่า ๑. มีการจ่ายเงินหรือวางเงินเดิมพัน ๒. อาศัยโชค ดวง หรือโอกาสเข้ามาเกี่ยวข้อง ๓. ได้รับรางวัลหรือเงินตอบแทนจากเดิมพันหรือเสี่ยงโชค

ในต่างประเทศการส่งเสริมการขายด้วยวิธีการเสี่ยงโชคมีได้หลากหลายรูปแบบ เช่น การชิงรางวัล (contests) การสุ่มจับรางวัล (random draws) การขูดรางวัลหรือ

เปิดปุ๊บรับปั๊บ (instant wins) การเล่นเกม (games) การจับสลาก (sweepstakes) และการออกสลาก (lotteries)^{๓๗๗} ซึ่งการส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคอาจเข้าข่ายเป็นการพนันอย่างหนึ่งหากครบถ้วนตามองค์ประกอบของการพนัน ดังนั้น แต่ละประเทศจึงได้กำหนดหลักเกณฑ์ในการกำกับดูแลและควบคุมการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคเพื่อป้องกันมิให้มีการนำการส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคมาใช้สร้างความได้เปรียบในทางธุรกิจให้กับตนเองและป้องกันมิให้เกิดการมอมเมาผู้บริโภคด้วยวิธีการเสี่ยงโชค และเพื่อมิให้กิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคเข้าข่ายเป็นการพนันที่ต้องถูกควบคุมอย่างเข้มงวดหรือการพนันผิดกฎหมาย ประเทศต่างๆ จึงกำหนดข้อห้ามมิให้มีการเรียกเก็บค่าธรรมเนียม ค่าใช้จ่าย หรือค่าตอบแทนใดๆ เพื่อการเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการขาย เพื่อหลีกเลี่ยงมิให้ลักษณะของการส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคครบองค์ประกอบของการกระทำที่เป็นการพนัน^{๓๗๘} อย่างไรก็ตาม ประเทศที่มีการกำหนดเงื่อนไขในเรื่องนี้ไว้เข้มงวดมากที่สุดคือประเทศสหรัฐอเมริกาที่นอกจากการห้ามเรียกเก็บค่าธรรมเนียมหรือค่าใช้จ่ายในการเข้าร่วมกิจกรรมแล้ว ยังห้ามการกำหนดเงื่อนไขให้ผู้บริโภคต้องซื้อสินค้าและบริการก่อนจึงจะมีสิทธิเข้าร่วมกิจกรรมเสี่ยงโชคได้ ซึ่งจะได้กล่าวโดยละเอียดในหัวข้อถัดไป

๒.๒ การกำหนดเงื่อนไขให้ซื้อสินค้าหรือบริการในราคาปกติ

จากการศึกษาในบทต่างประเทศพบว่า กฎหมายในต่างประเทศส่วนใหญ่ยินยอมให้ผู้จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายสามารถกำหนดเงื่อนไขให้ผู้ที่จะเข้าร่วมกิจกรรมต้องซื้อสินค้าหรือบริการเพื่อจะได้มีสิทธิเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการขายได้ แต่ทั้งนี้ราคาของสินค้าและบริการที่ผู้เข้าร่วมต้องจ่ายนั้นต้องเป็นราคาปกติของสินค้าและบริการที่ขายอยู่ในท้องตลาดทั่วไป เช่น ประเทศไต้หวันที่กำหนดไว้ใน the Regulations Governing the Amount of Gifts and Prizes Offered by Business ว่า การกำหนดราคาของสินค้าหรือบริการที่จะจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายให้เทียบกับราคาตลาดที่สมเหตุสมผล หรือจากผู้ประกอบธุรกิจสินค้าหรือบริการที่เหมือนหรือคล้ายกันในช่วงเวลาเดียวกับสินค้าหรือบริการที่จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายนั้น

สาเหตุที่ประเทศต่างๆ ยินยอมให้มีการกำหนดเงื่อนไขในการให้ซื้อสินค้าหรือบริการได้ในราคาปกติ เพราะวัตถุประสงค์ของการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคคือการเพิ่มยอดขายสินค้าและบริการ หรือเพื่อทำให้สินค้าและบริการเป็นที่รู้จักมากขึ้น ซึ่งเป็นสิ่งที่กฎหมายอนุญาตให้กระทำได้นอกจากนี้ การกำหนดเงื่อนไขที่เข้มงวดเกินไปอาจจะส่งผลให้เป็นอุปสรรคต่อการเจริญเติบโตทางธุรกิจของผู้ประกอบธุรกิจได้ โดยประเทศส่วนใหญ่จะกำหนดไว้ในกฎหมายอย่างชัดเจนถึงวัตถุประสงค์ของการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยวิธีการเสี่ยงโชค เช่น

^{๓๗๗} Strachan, อ้างแล้ว เชิงอรรถที่ 2, at 211.

^{๓๗๘} Grauschopf, อ้างแล้ว เชิงอรรถที่ 9.

ก. ประเทศฮ่องกงระบุไว้ในเงื่อนไขการขอใบอนุญาต Trade Promotion Competition License ว่าการส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคที่ขออนุญาตต้องมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อการส่งเสริมหรือประชาสัมพันธ์ทางธุรกิจ

ข. ประเทศเนเธอร์แลนด์ กำหนดไว้ใน Code of Conduct for Promotional Games of Chance ว่า การส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคต้องจัดขึ้นเพื่อประชาสัมพันธ์สินค้า บริการ หรือองค์กร เท่านั้น

ค. ประเทศออสเตรเลีย รัฐนิวเซาท์เวลส์ กำหนดไว้ใน the Lotteries and Art Unions Act ๑๙๐๑ No.๓๔ ว่า การส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคที่จะได้รับใบอนุญาตต้องมีวัตถุประสงค์เพื่อการส่งเสริมการค้าและบริการของผู้ประกอบธุรกิจเท่านั้น

ง. ประเทศนิวซีแลนด์ กำหนดไว้ใน Gambling Act ๒๐๐๓ ว่า การส่งเสริมการขายที่อนุญาตให้ทำได้นั้นต้องมีวัตถุประสงค์เพื่อการส่งเสริมการขายสินค้าและบริการเท่านั้น

มีเพียงประเทศสหรัฐอเมริกาเท่านั้นที่กำหนดห้ามมิให้ผู้จัดกิจกรรมกำหนดเงื่อนไขในการซื้อสินค้าและบริการเพื่อการเข้าร่วมกิจกรรม โดยเฉพาะในรัฐแคลิฟอร์เนียที่กำหนดไว้อย่างชัดเจนในกฎหมาย California Omnibus Sweepstakes Bill ว่า ผู้จัดกิจกรรมต้องระบุข้อความในการโฆษณาการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายว่า ไม่จำเป็นต้องซื้อสินค้าหรือบริการจึงจะเข้าร่วมได้ (no purchase or payment necessary) นอกจากนี้ ยังเคยมีกรณีตัวอย่างในการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายของ บริษัท Tylenol ที่ไม่ได้ระบุคำว่า “No Purchase Necessary” ไว้ในโฆษณาอย่างชัดเจนจนทำให้ผู้บริโภคที่เข้าร่วมกิจกรรมร้อยละ ๘๔ เข้าใจว่าการจะมีสิทธิเข้าร่วมกิจกรรมได้ต้องเป็นผู้ซื้อสินค้าเท่านั้น ดังนั้น บริษัท Tylenol จึงถูกสั่งให้หยุดโฆษณาและเสียค่าปรับเป็นจำนวนถึง ๕๒,๐๐๐ ดอลลาร์สหรัฐ^{๓๗๙}

แม้ว่าในหลายประเทศจะยินยอมให้การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายสามารถกำหนดเงื่อนไขให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมต้องซื้อสินค้าและบริการจึงจะมีสิทธิเสี่ยงโชคได้ แต่การกระทำดังกล่าวต้องอยู่ภายใต้เงื่อนไขอย่างเคร่งครัด เช่น ห้ามฉวยโอกาสตั้งราคาสินค้าหรือบริการเกินกว่าราคาสินค้าหรืออัตราค่าบริการตามปกติ เป็นต้น เพื่อมิให้นำเอาการเสี่ยงโชคมาใช้จนทำให้เกิดการบิดเบือนกลไกตลาดหรือก่อให้เกิดการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรมขึ้น หรือก่อให้เกิดปัญหาทางสังคม เช่น การฉ้อโกงการเล่นพนัน การพนันในผู้เยาว์ เป็นต้น และที่สำคัญเพื่อคุ้มครองมิให้ผู้บริโภคตกเป็นเหยื่อของการพนันที่ผิดกฎหมาย

๒.๓ ค่าบริการด้านการสื่อสารหรือค่าไปรษณีย์

เป็นที่น่าสังเกตว่าประเทศในแถบเอเชีย เช่น ฮ่องกง สิงคโปร์ และไต้หวัน ไม่ได้กำหนดหลักเกณฑ์ เงื่อนไข หรือมาตรการใดๆ ที่เกี่ยวข้องกับค่าบริการด้าน

^{๓๗๙} General, อ้างแล้ว เจริญธรรมที่ 2.

การสื่อสาร เช่น ค่าโทรศัพท์ ค่าส่ง SMS ค่าส่ง MMS หรือค่าไปรษณีย์ เช่น ค่าไปรษณียบัตร ค่าแสตมป์ ไว้ในกฎหมายหรือกฎระเบียบอย่างชัดเจน

เช่นเดียวกับประเทศสหรัฐอเมริกาที่มีได้กำหนดเงื่อนไขหรือค่าใช้จ่ายขั้นต่ำเกี่ยวกับการสื่อสารหรือไปรษณีย์ไว้ มีเพียงกฎหมาย Deceptive Mail Prevention and Enforcement Act (DMPEA) ซึ่งเป็นกฎหมายในระดับรัฐบาลกลางที่กำหนดให้ การจัดส่งทางไปรษณีย์ซึ่งจะต้องมีการชี้แจงรายละเอียดว่า การเข้าร่วมชิงรางวัลที่เกิดจากการซื้อสินค้าจะต้องไม่เป็นเงื่อนไขในการชนะรางวัล อย่างไรก็ตาม ได้มีการตีความอย่างในหลายคดีที่ผู้พิพากษาได้ตัดสินคดีและวางแนวทางในเรื่องค่าใช้จ่ายในการเดินทาง การสื่อสาร และการไปรษณีย์ไว้ว่า ค่าใช้จ่ายต่างๆ เหล่านี้ไม่ถือเป็นค่าใช้จ่ายในการเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชค เช่น คดี *Haskell v. Time, Inc.*, ๘๕๗ F. Supp. ๑๓๙๒, ๑๔๐๔, คดี *Glick v. MTV Networks*, ๗๙๖ F. Supp. ๗๔๓, ๗๔๘ และ คดี *Lac du Flambeau Band of Lake Superior Chippewa Indians v. Wisconsin*, ๗๗๐ F. Supp. ๔๘๐, ๔๘๖ เป็นต้น ดังนั้น จึงตีความได้ว่า การจ่ายค่าบริการด้านการสื่อสารหรือค่าไปรษณีย์ไม่ถือเป็นค่าใช้จ่ายในการเข้าร่วมกิจกรรม

ในขณะที่ประเทศเนเธอร์แลนด์ ออสเตรเลีย และนิวซีแลนด์ได้กำหนดเงื่อนไขในเรื่องนี้ไว้อย่างชัดเจนถึงการจ่ายค่าใช้จ่ายด้านการสื่อสารหรือด้านไปรษณีย์ ซึ่งอาจต้องจ่ายตามอัตราที่รัฐกำหนดหรืออัตรากำหนด ทั้งนี้ รายละเอียดในประเด็นดังกล่าวจะแตกต่างกันไปในแต่ละประเทศ เช่น

ก. ประเทศเนเธอร์แลนด์ ได้กำหนดหลักเกณฑ์ในการเรียกเก็บค่าใช้จ่ายในเรื่องนี้ไว้ใน Code of Conduct for Promotional Games of Chance ว่า ค่าใช้จ่ายในการเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคที่อาจเรียกเก็บได้คือค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากคนกลาง เช่น ผู้ให้บริการสื่อสาร (telecom company) แต่จะเรียกเก็บได้ไม่เกิน ๐.๔๕ ยูโร^{๓๘๐}

ข. ประเทศออสเตรเลีย รัฐนิวเซาท์เวลส์ได้มีการกำหนดหลักเกณฑ์ในการจัดกิจกรรมเสี่ยงโชคผ่านทางโทรศัพท์ไว้ใน the Trade Promotion Lottery Permit Conditions ๒๐๑๘ ว่า ผู้เข้าร่วมกิจกรรมจะเสียค่าใช้จ่ายในการเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคผ่านทางโทรศัพท์ไม่เกิน ๐.๕๐ ดอลลาร์ออสเตรเลีย ทั้งนี้ต้องระบุเรื่องค่าใช้จ่ายดังกล่าวไว้ในกติกาการเข้าร่วมกิจกรรมให้ชัดเจน เหตุที่มีการกำหนดเงื่อนไขดังกล่าวไว้เช่นนี้ เพื่อเป็นข้อมูลให้กับผู้เข้าร่วมว่า ในการเข้าร่วมกิจกรรมอาจมีค่าใช้จ่ายเกิดขึ้นจากการจัดกิจกรรมผ่านทางโทรศัพท์ และยังห้ามมิให้ผู้จัดกิจกรรมเรียกเก็บค่าใช้จ่ายในการโทรแจ้งผลหรือติดต่อกลับไปยังผู้เข้าร่วมกิจกรรมอีกด้วย และในรัฐวิกตอเรียก็กำหนดหลักเกณฑ์เรื่องนี้ไว้ในลักษณะเดียวกัน ในรัฐวิกตอเรียกำหนดให้เรียกค่าใช้จ่ายได้ไม่เกิน ๑ ดอลลาร์ออสเตรเลีย โดยอัตราดังกล่าวถูกกำหนดขึ้นโดยหน่วยงานกำกับดูแลการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคโดยพิจารณาจากอัตราการให้บริการตามปกติในแต่ละรัฐ นอกจากนี้ สิ่งที่ควรระวังสำหรับผู้จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายใน

^{๓๘๐} Section 3 Preamble, Code of Conduct for Promotional Game of Chance 2014

ประเทศออสเตรเลียคือการกำหนดให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมต้องติดต่อกับหรือโทรกลับหาผู้จัดการกิจกรรมเกินกว่าหนึ่งครั้ง อาจส่งผลให้กลายเป็นค่าใช้จ่ายในการเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการขายของผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้ เพราะต้องเสียค่าใช้จ่ายในการติดต่อสื่อสารเกินกว่าอัตราที่กฎหมายกำหนด

ค. ประเทศนิวซีแลนด์ กฎหมาย the Gambling Act ๒๐๐๓ ได้กำหนดไว้อย่างชัดเจนว่าผู้เข้าร่วมกิจกรรมต้องไม่เสียค่าใช้จ่ายใดๆ ในการเข้าร่วมกิจกรรม ยกเว้นค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารหรือไปรษณีย์ ซึ่งค่าใช้จ่ายดังกล่าวต้องไม่เกินอัตรามาตรฐานที่ผู้ให้บริการโทรคมนาคมหรือผู้ให้บริการรายอื่นที่ไม่เกี่ยวข้องกับโครงการส่งเสริมการขายนั้นเป็นผู้กำหนดทั้งหมด และห้ามมิให้มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายผ่านระบบสื่อสารระยะไกลนอกประเทศและในรูปแบบอื่นที่นอกเหนือจากการจับรางวัล (Lottery) ทั้งนี้ เพื่อคุ้มครองผู้บริโภคจากการจัดกิจกรรมที่ไม่เหมาะสมที่อยู่นอกการบังคับใช้กฎหมายและเจ้าหน้าที่ของประเทศนิวซีแลนด์ในการที่จะเข้าจัดการกับการกระทำที่ไม่เป็นไปตามที่กฎหมายกำหนด

กล่าวโดยสรุป ประเทศส่วนใหญ่อนุญาตให้มีการเรียกเก็บค่าบริการด้านการสื่อสารและการไปรษณีย์ โดยไม่ถือว่าค่าบริการดังกล่าวเป็นค่าใช้จ่ายเพื่อเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคที่จะทำการส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคครบองค์ประกอบของการเป็นการพนัน ทั้งนี้ อัตราที่เรียกเก็บได้นั้นจะเป็นเท่าใดขึ้นอยู่กับแต่ละประเทศ โดยบางประเทศจะมีการกำหนดอัตราไว้อย่างชัดเจนโดยหน่วยงานกำกับดูแลการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย บางประเทศกำหนดไว้กว้างๆ ว่าเป็นไปตามอัตราที่เรียกเก็บตามปกติเพื่อให้เกิดความยืดหยุ่นในการปฏิบัติตามเงื่อนไขที่กฎหมายกำหนด

ข้อเสนอแนะ

หากพิจารณากฎหมายของประเทศไทยจะพบว่า มีการระบุถึงกฎเกณฑ์ในการเรียกเก็บค่าธรรมเนียมหรือค่าใช้จ่ายในการเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคนี้ไว้เกือบครบทุกประเด็นแล้ว เพียงแต่ไม่ได้มีการกำหนดไว้ให้ชัดเจน เพราะบางเรื่องถูกกำหนดไว้ในเงื่อนไขหลังใบอนุญาต บางเรื่องถูกกำหนดไว้ในหนังสือเวียนของกระทรวงมหาดไทย เช่น ด้านหลังใบอนุญาตที่อนุญาตให้มีการกำหนดเงื่อนไขในการซื้อสินค้าและบริการเพื่อให้ได้สิทธิเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการขายหรือหนังสือกระทรวงมหาดไทย ที่ ๐๓๐๗๔/ว ๒๓๘๔ ลงวันที่ ๒๘ กรกฎาคม ๒๕๔๘ ที่กำหนดว่าหากมีการเรียกเก็บค่าใช้จ่ายในการส่ง SMS และได้มีการแบ่งผลประโยชน์กันระหว่างผู้จัดการกิจกรรมกับผู้ให้บริการด้านการสื่อสารจะส่งผลให้การจัดกิจกรรมนั้นกลายเป็นการเสี่ยงโชคที่ผู้จัดไม่สามารถจะขอใบอนุญาตได้

แม้ว่าแนวทางปฏิบัติในเรื่องนี้ของประเทศไทยมีความสอดคล้องกับหลักเกณฑ์ที่ประเทศต่างๆ กำหนดไว้ อย่างไรก็ดี ประเทศไทยควรนำแนวทางหรือหลักการปฏิบัติในเรื่องนี้มารวบรวมและบัญญัติไว้ให้ชัดเจนอย่างน้อยในระดับกฎกระทรวง โดยต้องระบุถึงรายละเอียดที่จำเป็นสำหรับผู้ประกอบธุรกิจที่ต้องการจะจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยวิธีการเสี่ยงโชคสามารถทราบและเข้าใจในข้อกำหนดต่างๆ เหล่านี้ได้อย่างชัดเจนถูกต้องตรงกัน ลดการใช้ดุลพินิจของเจ้าหน้าที่ ซึ่งจะส่งผลเป็น

การลดการหลีกเลี่ยงหรือลักลอบจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายที่เข้าข่ายเป็นการพนันแฝงที่เกิดขึ้นจากการตกลงแบ่งปันผลประโยชน์ระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจที่จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายกับผู้ให้บริการด้านการสื่อสารอันยากต่อการตรวจสอบของเจ้าหน้าที่หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

นอกจากนี้ ควรระบุกฎเกณฑ์ในประเด็นค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคให้ชัดเจน ดังนี้

ก. ห้ามผู้จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายการเรียกเก็บค่าใช้จ่าย ค่าธรรมเนียม หรือค่าภาระใดๆ เพื่อการเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชค

ข. ผู้จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายสามารถกำหนดเงื่อนไขให้ผู้บริโภคซื้อสินค้าหรือบริการตามราคาปกติของสินค้าและบริการเพื่อให้ได้สิทธิในการเข้าร่วมกิจกรรมได้

ค. ค่าบริการด้านการสื่อสารและการไปรษณีย์ในอัตราปกติไม่ถือเป็นค่าใช้จ่ายเพื่อการเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชค โดยผู้จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายต้องไม่ได้รับผลประโยชน์ใดๆ จากการเรียกเก็บค่าบริการด้านการสื่อสารและการไปรษณีย์เหล่านั้น

๖.๑.๒.๕ ความถี่ในการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชค

ปัจจัยที่นำมาใช้ในการพิจารณาว่า กิจกรรมส่งเสริมการขายนั้นจะส่งผลเป็นการชักจูงหรือมอมเมาให้มีการเข้าร่วมการเสี่ยงโชคมากน้อยเพียงใดจะพิจารณาจากมูลค่าของรางวัลและจำนวนรางวัล รวมทั้งความถี่ในการจัดกิจกรรม ซึ่งการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคที่มีของรางวัลที่มีมูลค่าสูงหรือมีการจัดกิจกรรมในการเสี่ยงโชคบ่อยๆ อาจกลายเป็นการส่งเสริมพฤติกรรมการเล่นพนันและการพนัน ทำให้คนรอบคอบไขควาสนา คาดหวังจะได้สิ่งที่ต้องการโดยง่าย ซึ่งจากการศึกษาเปรียบเทียบกฎหมายของประเทศไทยและต่างประเทศสามารถสรุปผลการศึกษาเกี่ยวกับความถี่ในการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายได้ ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ ๒๑ แสดงมาตรการเกี่ยวกับการจำกัดความถี่ในการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชค

ประเทศ	มาตรการเกี่ยวกับความถี่ในการจัดกิจกรรม
ไทย	-
ฮ่องกง	ห้ามจัดจนเป็นปกติทางการค้า
สิงคโปร์	-
ไต้หวัน	-
สหรัฐอเมริกา	-
เนเธอร์แลนด์	- ไม่เกินปีละหนึ่งครั้ง ต่อหนึ่งสินค้าหรือบริการ หรือต่อองค์กร - หากมีสินค้าหลายประเภท หนึ่งองค์กรจัดได้สูงสุดจำนวนไม่เกินยี่สิบครั้งต่อปี
ออสเตรเลีย	-
นิวซีแลนด์	-

๑. ข้อกำหนดเกี่ยวกับความถี่ในการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคในประเทศไทย

ประเทศไทยได้มีการกำหนดกฎเกณฑ์หรือแนวปฏิบัติเกี่ยวกับความถี่ในการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายเอาไว้แต่อย่างใด มีเพียงกฎกระทรวงฉบับที่ ๑๗ (พ.ศ.๒๕๐๓) ข้อ ๖ ที่ให้อำนาจแก่พนักงานเจ้าหน้าที่ในการใช้ดุลพินิจเพื่อกำหนดอายุของใบอนุญาตของผู้ขออนุญาตแต่ละรายตามความเหมาะสม

๒. ข้อกำหนดเกี่ยวกับความถี่ในการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคในต่างประเทศ

จากการศึกษากฎหมายและกฎเกณฑ์ของต่างประเทศที่เกี่ยวข้องพบว่าในการกำกับดูแลการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคในประเทศนั้นเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมและระยะเวลาในการจัดกิจกรรมนั้น ประเทศต่างๆ จะใช้ปัจจัยเรื่องระยะเวลาในการจัดกิจกรรมเป็นปัจจัยหลักเพื่อควบคุมการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชค โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเทศที่กฎหมายบัญญัติให้ต้องขอใบอนุญาตก่อนที่จะจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย การควบคุมระยะเวลาการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคจะสะท้อนออกมาทางอายุของใบอนุญาต กล่าวคือ ผู้จัดกิจกรรมสามารถจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคตามระยะเวลาที่ใบอนุญาตระบุไว้เท่านั้น ซึ่งส่วนใหญ่จะกำหนดอายุไว้ยาวนานที่สุดคือ ๑๒ เดือนหรือ ๑ ปี ยกเว้นประเทศฮ่องกงที่มีกำหนดอายุใบอนุญาตยาวนานที่สุดเพียง ๓ เดือน อย่างไรก็ตาม ไม่มีประเทศใดจำกัดหรือกำหนดจำนวนการขอใบอนุญาตที่สามารถขอได้ในแต่ละปี ดังนั้น จึงมีผลเท่ากับว่าผู้ขออนุญาตสามารถจัดกิจกรรมได้บ่อยตามที่ต้องการ เพียงแต่ประเทศที่มีการกำหนดอายุของใบอนุญาตไว้เพียงสั้นๆ จะสร้างความยุ่งยากให้กับผู้ประกอบการที่ต้องการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคมากขึ้นหากจะจัดกิจกรรมต่อเนื่องกันหลายครั้ง เพราะทำให้ต้องขออนุญาตหลายครั้งด้วยเช่นกัน อย่างไรก็ตาม หากพิจารณาในแง่ของการควบคุมหรือการกำกับดูแลการกำหนดอายุใบอนุญาตไว้สั้นๆ จะช่วยเพิ่มโอกาสให้กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถควบคุมการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคได้ง่ายขึ้น นอกจากนี้ มีประเทศนิวซีแลนด์ที่มีได้ระบุระยะเวลาในการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายไว้อย่างชัดเจน เพียงแต่กำหนดว่าในการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคต้องระบุระยะเวลาในการจัดกิจกรรมให้ชัดเจนในกติกา ทั้งนี้เพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลที่ถูกต้องแก่ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมากกว่าวัตถุประสงค์ในการกำกับดูแลพฤติกรรมของผู้จัดกิจกรรม

นอกจากนี้ บางประเทศนำประเด็นเรื่องมูลค่าของรางวัลมาใช้ในการกำกับดูแลหรือควบคุมการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชค ซึ่งได้แก่ประเทศไต้หวัน และประเทศเนเธอร์แลนด์ โดยในประเทศไต้หวันได้กำหนดมูลค่ารวมของรางวัล (prizes given) ไว้ตามยอดขายของผู้ประกอบการในปีก่อนหน้าการจัดกิจกรรมซึ่งหากผู้ประกอบการสามารถทำรายได้

ได้มาก กฎหมายจะอนุญาตให้จัดกิจกรรมมอบของรางวัลที่มีมูลค่ารวมทั้งปีมากตามไปด้วย แต่อย่างไรก็ตาม มูลค่าของรางวัลสูงสุดในการจัดกิจกรรมมอบของรางวัลของผู้ประกอบการจะต้องไม่เกิน ๕ ล้านดอลาร์ไต้หวันใหม่ สำหรับประเทศเนเธอร์แลนด์ได้กำหนดเรื่องมูลค่าของของรางวัลไว้ว่าจะต้องมีมูลค่าทางเศรษฐกิจรวมแล้วไม่เกิน ๑๐๐,๐๐๐ ยูโรต่อปี (รวมภาษี) ทั้งนี้ อาจกล่าวได้ว่าการกำหนดหรือจำกัดมูลค่าของของรางวัลไว้เพื่อป้องกันไม่ให้ผู้ประกอบการใช้วิธีการเสนอให้ของขวัญและของรางวัลอย่างไม่เหมาะสม ทำให้ได้มาซึ่งโอกาสทางการค้า และสร้างแรงจูงใจการให้ของรางวัลเกินระดับตามสมควร จนอาจทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อเพราะเห็นแก่ของขวัญหรือของรางวัลนั้นมากกว่าปัจจัยที่สำคัญอื่นๆ เช่น คุณภาพหรือราคาของสินค้าหรือบริการ ซึ่งไม่เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการอนุญาตให้จัดกรรมส่งเสริมการขาย

ส่วนประเด็นเรื่องการกำหนดความถี่ในการจัดกิจกรรมนั้น จากตารางข้างต้นแสดงให้เห็นได้ว่าประเทศส่วนใหญ่ไม่มีการกำหนดความถี่ของการจัดกิจกรรมไว้ มีเพียงสองประเทศเท่านั้นที่มีกำหนดเกี่ยวกับความถี่ของการจัดกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชค ซึ่งได้แก่ ประเทศฮ่องกง ที่ห้ามจัดกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคจนเป็นปกติทางการค้า และประเทศเนเธอร์แลนด์ที่กำหนดกฎเกณฑ์เกี่ยวกับประเด็นในเรื่องนี้ไว้ใน Code of Conduct for Promotional Games of Chance โดยกำหนดให้การจัดกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคจะจัดได้ไม่เกินปีละหนึ่งครั้ง ต่อหนึ่งสินค้าหรือบริการ หรือต่อองค์กร หากองค์กรหรือผู้ประกอบการมีสินค้าหลายประเภทผู้ประกอบการรายนั้นสามารถขอใบอนุญาตแยกตามประเภทของสินค้าแต่ละชนิดได้ แต่จำกัดจำนวนไว้ไม่เกิน ๒๐ ครั้งต่อปี ยกเว้น รางวัลที่แจกในกิจกรรมส่งเสริมการขายจะมีมูลค่าต่ำกว่า ๑,๕๐๐ ยูโร จึงจะไม่ถูกจำกัดด้วยจำนวนครั้ง หรือจำกัดมูลค่ารวมของของรางวัล จะเห็นได้ว่ากฎหมายของประเทศเนเธอร์แลนด์ค่อนข้างมีความเข้มงวดในประเด็นเรื่องนี้ เนื่องจากตามปกติการจัดให้มีการเสี่ยงโชคตามกฎหมายเนเธอร์แลนด์ต้องขอใบอนุญาต แต่การส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงชื่อนั้นเป็นข้อยกเว้นที่กฎหมายอนุญาตให้ทำได้โดยไม่ต้องขออนุญาต ดังนั้น จึงมีการวางหลักเกณฑ์ในการปฏิบัติสำหรับผู้จัดกรรมส่งเสริมการขายไว้เข้มงวด เพื่อไม่ให้นำวิธีการเสี่ยงโชคมาใช้ในทางที่ขัดกับวัตถุประสงค์ของกฎหมาย

ข้อเสนอแนะ

จากกฎเกณฑ์ของประเทศต่างๆ ที่ได้ศึกษามาทำให้เห็นว่า ประเทศไทยควรป้องกันการกระทำเกี่ยวกับการจัดกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคในลักษณะที่เป็นการมอมเมาผู้บริโภคหรือเป็นการพนันแฝงด้วยการจำกัดจำนวนและมูลค่าของรางวัล เพื่อมิให้เป็นการสร้างแรงจูงใจแก่ผู้บริโภคให้เข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการขายเพราะต้องการได้ของรางวัลมากกว่าการจำกัดความถี่ในการจัดกรรมส่งเสริมการขาย ซึ่งการจำกัดจำนวนและมูลค่าของรางวัลจะช่วยลดแรงจูงใจในการเสี่ยงโชค แต่เอื้อประโยชน์ต่อการพัฒนาทางด้านธุรกิจมากกว่าการจำกัดความถี่ในการจัดกิจกรรม นอกจากนี้ การจำกัดจำนวนหรือกำหนดความถี่ในการจัดกรรมอาจจะมีผลเป็น

การเข้มงวดกับผู้ประกอบธุรกิจมากจนเกินไป เพราะในทางปฏิบัติผู้ประกอบการก็มักจะไม่ได้จัดกิจกรรมส่งเสริมบ่อยครั้งนัก เนื่องจากอาจกลายเป็นการทำให้ผู้บริโภคชะลอการซื้อสินค้าและบริการ เพื่อรอซื้อในช่วงที่มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายเท่านั้น ดังนั้น จึงไม่ควรมีการกำหนดหรือจำกัดจำนวนการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชค

๖.๑.๒.๖ หลักเกณฑ์การโฆษณา

ในประเทศไทยมีหลักเกณฑ์ในการควบคุมการโฆษณาการจัดให้มีการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคบัญญัติไว้ในพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒ และกฎหมายเฉพาะ เช่น พระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. ๒๕๒๒ พระราชบัญญัติยา พ.ศ. ๒๕๑๐ และ พระราชบัญญัติเครื่องมือแพทย์ พ.ศ. ๒๕๕๑ เป็นต้น

โดยพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒ เป็นกฎหมายหลักที่กำหนดหลักเกณฑ์การควบคุมการโฆษณาการส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลในสินค้าทั่วไป ซึ่งได้กำหนดให้การโฆษณาต้องไม่ใช่ข้อความที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคหรือใช้ข้อความที่อาจเป็นผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวม โดยได้มีการออกกฎกระทรวงฉบับที่ ๓ (พ.ศ. ๒๕๒๖) ระบุรายละเอียดข้อความที่เข้าลักษณะไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคหรือเป็นข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวมได้แก่

๑. ข้อความโฆษณาสินค้าหรือบริการที่ระบุหรือประกาศว่าผู้ประกอบธุรกิจจะจัดให้มีการแถมพหุหรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชค ก่อนที่ผู้ประกอบธุรกิจนั้นจะได้รับอนุญาตจากเจ้าพนักงานตามกฎหมายว่าด้วยการพนัน

๒. ข้อความโฆษณาสินค้าหรือบริการที่ระบุหรือประกาศว่าผู้ประกอบธุรกิจจะจัดให้มีการแถมพหุหรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชค ซึ่งผู้ประกอบธุรกิจนั้นได้รับอนุญาตจากเจ้าพนักงานตามกฎหมายว่าด้วยการพนันแล้ว แต่ข้อความโฆษณาสินค้าหรือบริการที่มีได้ระบุรายละเอียด ตามที่กฎหมายกำหนดเอาไว้ เช่น ไม่ได้กำหนดหลักเกณฑ์ วิธีการ เงื่อนไข หรือข้อกำหนดในการเสี่ยงโชคหรือในการประกวดชิงรางวัล ไม่ได้กำหนดวัน เดือน ปี ที่เริ่มต้นและสิ้นสุดของการจัดให้มีการเสี่ยงโชคหรือการประกวดชิงรางวัล หรือไม่ได้กำหนดจำนวน มูลค่าของของแถมพหุหรือรางวัล เป็นต้น

นอกจากหลักเกณฑ์เรื่องการโฆษณาที่ได้กำหนดไว้ในพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒ แล้ว ยังมีประกาศคณะกรรมการว่าด้วยโฆษณา ซึ่งออกโดยคณะกรรมการว่าด้วยโฆษณาภายใต้กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค ซึ่งได้กำหนดแนวทางเรื่องการโฆษณาสินค้าหรือการบริการการจัดให้มีการเสี่ยงโชคด้วยการแถมพหุหรือรางวัล เพื่อเป็นรายละเอียดให้ผู้ประกอบธุรกิจได้ปฏิบัติตามอย่างมั่นใจว่าการโฆษณานั้นอยู่ในเกณฑ์ที่ถูกต้องและไม่ฝ่าฝืนพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค โดยจัดทำเป็นข้อเสนอแนะรายละเอียดเกี่ยวกับข้อความโฆษณาแยกเป็นสองลักษณะ คือ

๑. ข้อความโฆษณาด้วยการจัดให้มีการแถมพหหรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชคโดยการนำคูปอง สมนาคุณ ชิ้นส่วนหรือสิ่งอื่นใดที่กำหนดไว้ ให้ผู้บังเอิญที่มารับของแถมพหหรือรางวัลตามร้านค้าทั่วไปหรือสถานที่ที่กำหนดไว้

๒. ข้อความโฆษณาการแจกรางวัลทางสถานีวิทยุกระจายเสียง สถานีโทรทัศน์หรือสถานที่อื่นใดโดยการจับคูปอง ชิ้นส่วน หรือสิ่งอื่นใดที่ผู้บริโภคส่งมาชิงโชค

นอกจากพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒ และประกาศคณะกรรมการว่าด้วยโฆษณา ซึ่งเป็นกฎหมายหลักที่กำหนดหลักเกณฑ์การควบคุมการโฆษณา การส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลในสินค้าทั่วไปแล้ว ประเทศไทยยังมีการกำหนดหลักเกณฑ์การโฆษณาการส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคเอาไว้ในกฎหมายอื่นด้วย ดังนี้

พระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. ๒๕๒๒ ได้ห้ามไม่ให้มีการโฆษณาเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ทางสื่อวิทยุโทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียง และสื่อกลางแจ้ง ในลักษณะการแถมพห หรือให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชค หรือมีการให้ของแถม นอกจากนี้ ในพระราชบัญญัติยา พ.ศ.๒๕๑๐ ยังห้ามไม่ให้มีการโฆษณาขายยาโดยวิธีแถมพหหรือออกสลากรางวัล และในส่วนของ การโฆษณาเครื่องมือแพทย์ก็ได้ห้ามไม่ให้มีรางวัลด้วยการเสี่ยงโชค โดยวิธีใดๆ ซึ่งบัญญัติเอาไว้ในพระราชบัญญัติเครื่องมือแพทย์ พ.ศ. ๒๕๕๑

ดังนั้น จึงเห็นได้ว่า ประเทศไทยมีการวางหลักเกณฑ์การควบคุมการโฆษณาการส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคในสินค้าทั่วไปอย่างชัดเจน และยังมีการห้ามการโฆษณาการส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคในสินค้าเฉพาะบางอย่างด้วย

จากการศึกษากลุ่มประเทศตัวอย่าง พบว่า ในเรื่องการกำหนดหลักเกณฑ์การควบคุมการโฆษณาการส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงชอนั้นมีหลักเกณฑ์ที่แตกต่างกันไปในแต่ละประเทศ ดังนี้

กลุ่มประเทศที่มีการวางหลักเกณฑ์การควบคุมการโฆษณาการส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคเอาไว้อย่างชัดเจน ได้แก่ ประเทศสหรัฐอเมริกา เนเธอร์แลนด์ นิวซีแลนด์ ออสเตรเลียในมลรัฐนิวเซาท์เวลส์ และวิกตอเรีย และสิงคโปร์ ซึ่งพอจะสรุปได้โดยสังเขปดังนี้

ประเทศสหรัฐอเมริกามีการกำหนดหลักเกณฑ์เอาไว้ในกฎหมายระดับรัฐบาลกลาง คือ Deceptive Mail Prevention and Enforcement Act (DMPEA) ซึ่งได้กำหนดให้การส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชค จะต้องมีความตามที่กฎหมายกำหนด เช่น มีการระบุสถานที่จับรางวัล วิธีการชนะรางวัล ข้อความที่ปรากฏว่า สามารถเข้าร่วมการจับรางวัลได้โดยไม่ต้องซื้อสินค้า (no purchase necessary) และมีข้อความที่ปรากฏว่า การซื้อสินค้าไม่ได้เป็นการเพิ่มโอกาสในการชนะ (a purchase will not improve an individual's chances of winning) เป็นต้น นอกจากนี้ ในกฎหมายระดับรัฐ ยังได้มีการกำหนดหลักเกณฑ์เอาไว้ใน California Omnibus Sweepstakes Bill ซึ่งเป็นกฎหมายในรัฐแคลิฟอร์เนียที่ระบุให้การโฆษณาการส่งเสริมการขายโดยการจับรางวัลต้องประกอบไปด้วยข้อความตามที่กำหนด ซึ่งคล้ายคลึงกับกฎหมายในระดับรัฐบาลกลาง นอกจากนี้ ในรัฐฟลอริดา ก็ได้มีการกำหนดข้อมูลที่จะต้องปรากฏในการโฆษณาการส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคด้วยเช่นกัน

ประเทศเนเธอร์แลนด์ มีการวางหลักเกณฑ์การกำกับดูแลการโฆษณาส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคของผู้ประกอบธุรกิจเอาไว้ใน The Dutch Advertising Code ซึ่งได้ห้ามการโฆษณาที่ไม่สุจริต อันรวมถึงการโฆษณาโดยการให้ข้อมูลเกี่ยวกับของรางวัลอย่างกำกวม หรือโฆษณาโดยแสดงเหมือนให้เห็นว่าผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้รางวัลแล้ว หรือจะได้รางวัลหากกระทำการอย่างใดอย่างหนึ่ง ทั้งๆ ที่ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีเพียง “โอกาส” ที่จะได้รับรางวัลเท่านั้น นอกจากนั้นแล้ว ยังมีข้อกำหนดให้การโฆษณาการเสี่ยงโชคต้องไม่กระตุ้นให้ผู้บริโภคอยากเข้าร่วมกิจกรรมมากเกินไป และห้ามไม่ให้มีการพุ่งเป้าการโฆษณาไปยังกลุ่มคนที่มีความเปราะบางที่ต้องการการปกป้องมากกว่าคนปกติ เช่น กลุ่มผู้เยาว์ หรือผู้ที่มีความเสี่ยงต่อพฤติกรรมติดการพนัน

ส่วนประเทศนิวซีแลนด์ได้วางข้อกำหนดและแนวทางในการโฆษณาที่เกี่ยวข้องกับการเล่นเกมและการพนันเอาไว้ใน Code for Advertising Gaming and Gambling: Gambling Code ซึ่งกำหนดให้การโฆษณาต้องอยู่ในลักษณะที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมและไม่ก่อให้เกิดการหลงผิดหรือหลอกลวงต่อผู้บริโภค เช่น การโฆษณาไม่ควรทำให้หลงผิดหรือล่อลวงผู้บริโภค หรือขัดต่อกฎหมายของประเทศ

ประเทศออสเตรเลียในรัฐนิวเซาท์เวลส์ ได้กำหนดหลักเกณฑ์การโฆษณาการส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคเอาไว้ใน The Lotteries and Art Unions Regulation ๒๐๑๔ ซึ่งได้กำหนดข้อห้ามการโฆษณาไว้หลายประการ เช่น ห้ามการโฆษณาที่แสดงให้เห็นภาพของเด็กที่กำลังเข้าร่วมกิจกรรมเสี่ยงโชค หรือชี้ให้เห็นว่าการเข้าร่วมกิจกรรมจะทำให้ได้รางวัลแน่นอน หรือชี้ให้เห็นว่าการเข้าร่วมกิจกรรมเสี่ยงโชคจะให้สถานการณ์ทางการเงินของผู้เข้าร่วมดีขึ้น เป็นต้น นอกจากนี้ ยังมี การห้ามการโฆษณาการส่งเสริมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคในลักษณะที่แสดงให้เห็นว่าการเสี่ยงโชคนั้นเป็น lotto หรือ keno หรือเป็นกิจกรรมในรูปแบบที่จัดขึ้นโดยได้รับอนุญาตตามกฎหมาย the Public Lotteries Act ๑๙๙๖ หรือโฆษณาว่ากิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคนั้นได้รับอนุญาตจากรัฐหรือหน่วยงานของรัฐ ทั้งๆ ที่ในความเป็นจริงยังไม่ได้รับอนุญาต เป็นต้น

ส่วนในรัฐวิกตอเรีย ไม่มีกฎหมายบัญญัติหลักเกณฑ์ในเรื่องนี้ไว้อย่างเฉพาะเจาะจง แต่กำหนดให้การโฆษณาต้องได้รับการอนุมัติจาก the Australian Association of National Advertisers: AANA ก่อน

ในประเทศสิงคโปร์นั้น มี Framework for gambling advertisements and promotions ซึ่งได้กำหนดแนวทางว่าการส่งเสริมการขายจะต้องไม่เป็นไปในลักษณะที่ทำให้คนทั่วไปเข้าใจว่า การเล่นเกมหรือการเสี่ยงโชคนั้นๆ จะส่งผลดีต่อฐานะและความมั่งคั่งของบุคคล นอกจากนี้ เจ้าของสื่อ และบริษัทโฆษณา กิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชค จะต้องตรวจสอบให้ดีว่าการส่งเสริมการขายที่มีการเสี่ยงโชคนั้น ได้รับอนุมัติจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องก่อนที่จะมีการโฆษณากิจกรรมดังกล่าว โดยต้องไปขอคำแนะนำใบอนุญาต ณ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

จึงเห็นได้ว่า ในกลุ่มประเทศตัวอย่างต่างให้ความสำคัญกับการควบคุมการโฆษณาการส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชค ซึ่งเน้นไปที่การควบคุมข้อความในการโฆษณาเพื่อเป็นการคุ้มครองผู้บริโภคไม่ให้ถูกหลอกลวงจากการโฆษณาให้เข้าร่วมกิจกรรมที่จัดขึ้นเพื่อส่งเสริม

การขายด้วยการเสี่ยงโชค และในบางประเทศยังเพิ่มหลักเกณฑ์ในการคุ้มครองกลุ่มที่ควรได้รับปกป้องเป็นพิเศษ เช่น กลุ่มเด็ก อีกด้วย

ข้อเสนอแนะ

จะเห็นได้ว่าประเทศไทยเอง ก็มีการควบคุมการโฆษณาการส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชค โดยกำหนดให้การโฆษณาต้องมีรายละเอียด ตามที่กฎหมายกำหนดอย่างชัดเจน ไม่เช่นนั้นจะถือว่าเป็นข้อความโฆษณาที่เข้าลักษณะไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคหรือเป็นข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวม ซึ่งสอดคล้องกับในประเทศสหรัฐอเมริกา ที่มีการกำหนดให้การส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชค จะต้องมีความตามที่กฎหมายกำหนด อย่างไรก็ดี ประเทศไทยควรจะนำหลักเกณฑ์การควบคุมการโฆษณาจากประเทศเนเธอร์แลนด์มาปรับใช้ด้วย กล่าวคือ การห้ามการโฆษณาการส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคที่มีลักษณะไปกระตุ้นให้ผู้บริโภคอยากเข้าร่วมกิจกรรมมากเกินไป หรือควรต้องห้ามการโฆษณาการส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคในลักษณะที่ทำให้ผู้บริโภคเชื่อว่าการเสี่ยงโชคนั้นๆ จะส่งผลดีต่อฐานะและความมั่งคั่งของตนตามที่ประเทศสิงคโปร์ และประเทศออสเตรเลียในรัฐนิวเซาท์เวลส์กำหนด เพื่อลดการมอมเมาผู้บริโภคให้เสียพฤติกรรมการเสี่ยงโชคจากกิจกรรมส่งเสริมการขาย

นอกจากนี้ การควบคุมการโฆษณาการส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคในประเทศไทย ควร มีบทบัญญัติที่คุ้มครองเด็กให้ชัดเจน เช่น ห้ามการโฆษณาการส่งเสริมการขายที่พุ่งเป้าไปยังกลุ่มเด็ก โดยตรงอย่างในประเทศเนเธอร์แลนด์ หรือมีการห้ามการโฆษณาที่แสดงให้เห็นภาพของเด็กที่กำลังเข้าร่วมกิจกรรมเสี่ยงโชค อย่างในประเทศออสเตรเลียในรัฐนิวเซาท์เวลส์ โดยควรไปเพิ่มเติมหลักเกณฑ์ดังกล่าวเอาไว้ในกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค

เมื่อพิจารณาจากมุมมองการตลาดของภาคธุรกิจ จะเห็นได้ว่าการโฆษณาเป็นเครื่องมือการสื่อสารให้ลูกค้าหรือกลุ่มลูกค้าเป้าหมายรับรู้ถึงกิจกรรมการส่งเสริมการขายโดยการชิงโชคหรือเสี่ยงโชคได้ และเป็นการกระตุ้นให้ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายเข้าร่วมกิจกรรมตามเป้าหมายที่ธุรกิจกำหนดไว้ อย่างไรก็ดี ควรสร้างจิตสำนึกหรือกำหนดจรรยาบรรณทางธุรกิจที่จะไม่มอมเมากลุ่มเป้าหมายให้ซื้อสินค้าของตนเอง เพราะต้องการของรางวัลจากการได้สิทธิ์ในการชิงโชค แต่ให้เป็นซื้อจากพื้นฐานความต้องการที่แท้จริง และได้ของรางวัลจากการชิงโชคเป็นเพียงการตอบแทนหรือคืนกำไรให้กับลูกค้าที่มีความภักดีกับภาคธุรกิจ ซึ่งต้องเพิ่มหลักเกณฑ์การโฆษณาการส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคให้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น ตามที่ได้กล่าวแล้วข้างต้น

๖.๑.๒.๗ การคุ้มครองเยาวชนและกลุ่มเปราะบาง

เมื่อพิจารณาภาวะเปราะบางที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมการส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคในประเทศไทย ไม่ปรากฏว่ามีภาวะเปราะบางในการคุ้มครองเยาวชนและกลุ่มเปราะบางในการเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคแต่อย่างใด ซึ่งเมื่อเทียบกับกลุ่มประเทศตัวอย่างแล้ว ส่วนใหญ่จะมีการกำหนดเงื่อนไขเพื่อคุ้มครองเยาวชนและกลุ่มเปราะบาง แต่อาจมีการกำหนดช่วงอายุของเยาวชนที่ต้องได้รับความคุ้มครองแตกต่างกันออกไป

จากการศึกษากลุ่มประเทศตัวอย่าง พบว่าในเรื่องการกำหนดเงื่อนไขเพื่อคุ้มครองเยาวชน และกลุ่มเปราะบางมีความแตกต่างกันอยู่บ้างในแต่ละประเทศ ดังนี้

ในประเทศเนเธอร์แลนด์มีการคุ้มครองผู้เยาว์จากกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชค โดยกำหนดไว้ใน Code of Conduct for Promotional Games of Chance ที่วางหลักให้ผู้จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชค ต้องจัดให้มีเงื่อนไขในการเข้าร่วมกิจกรรม โดยระบุเงื่อนไขเกี่ยวกับผู้เยาว์ข้อหนึ่งคือ ต้องมีข้อความที่ระบุว่าผู้เยาว์อายุต่ำกว่า ๑๖ ปี ต้องได้รับอนุญาตจากผู้ปกครองก่อนจึงจะเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคได้ นอกจากนี้ ยังกำหนดเงื่อนไขในการโฆษณากิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชค ว่าต้องไม่พุ่งเป้าไปยังผู้เข้าร่วมกิจกรรมที่มีความอ่อนไหว เช่น ผู้เยาว์ หรือผู้ที่มีความเสี่ยงต่อพฤติกรรมติดการพนัน

ประเทศออสเตรเลียในรัฐนิวเซาท์เวลส์ ได้กำหนดเกณฑ์ในการคุ้มครองผู้เยาว์เอาไว้ใน The Lotteries and Art Unions Act ๑๙๐๑ No.๓๔ ที่แม้กฎหมายจะอนุญาตให้มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชค แต่หากเป็นกิจกรรมส่งเสริมการขายที่มีรางวัลส่วนหนึ่งเป็นเครื่องดื่มมีแอลกอฮอล์ จะห้ามมิให้เด็กอายุต่ำกว่า ๑๘ ปีเข้าร่วมกิจกรรม หรือรับรางวัลที่มีส่วนหนึ่งเป็นเครื่องดื่มมีแอลกอฮอล์โดยเด็ดขาด

ส่วนในรัฐวิกตอเรียนั้นไม่มีกฎหมายที่เข้ามาคุ้มครองผู้เยาว์ในเรื่องการส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคโดยเฉพาะ แต่มีการกำหนดเอาไว้ในแนวปฏิบัติที่จัดทำขึ้นโดย the Victorian Commission for Gambling and Liquor Regulation: VCGLR ซึ่งได้วางแนวทางการจำกัดการเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคของผู้เยาว์ เช่น ห้ามยินยอมหรือส่งเสริมให้ผู้เยาว์เข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการขาย หากสินค้าหรือบริการที่ได้รับการส่งเสริมการขายอยู่นั้น หรือของรางวัลที่ใช้ในการจัดกิจกรรมนั้นเป็นสินค้าที่กฎหมายห้ามมิให้ผู้เยาว์ทำการซื้อ หรือแนะนำให้ไม่ควรใช้วิธีการส่งเสริมการขายด้วยวิธีการจับรางวัลกับผู้บริโภคที่เป็นผู้เยาว์

ในประเทศสิงคโปร์เอง ก็ได้มีการกำหนดหลักเกณฑ์การคุ้มครองเยาวชนเอาไว้ใน Framework for gambling advertisements and promotions ซึ่งได้ห้ามการทำกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยวิธีเสี่ยงโชค ไม่ว่าจะทางตรงหรือทางอ้อมกับเยาวชนที่อายุไม่ถึง ๒๑ ปี

ส่วนในประเทศฮ่องกง ก็ไม่สนับสนุนให้ผู้ที่มีอายุต่ำกว่า ๑๘ ปี เข้าร่วมกิจกรรมการแข่งขันการส่งเสริมการค้า (trade promotion competitions) โดยกำหนดไว้เป็นเกณฑ์การออกใบอนุญาตที่ให้เป็นดุลยพินิจของเจ้าหน้าที่พิจารณาว่าการแข่งขันการส่งเสริมการค้านั้น มีแนวโน้มจะเป็นการชักจูงผู้ที่มีอายุต่ำกว่า ๑๘ ปี ให้เข้าร่วมกิจกรรมหรือไม่ ซึ่งหากมีแนวโน้มเจ้าหน้าที่อาจไม่ออกใบอนุญาตให้ก็ได้

ดังนั้น จึงเห็นได้ว่า ในกลุ่มประเทศตัวอย่างส่วนใหญ่ มีหลักเกณฑ์ในการคุ้มครองเด็กและเยาวชนจากการเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชค เนื่องจากถือเป็นกลุ่มที่ต้องได้รับการปกป้องคุ้มครองมากกว่ากลุ่มคนทั่วไป ไม่ให้ถูกมอมเมาหรือชักจูงให้เข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคได้โดยไม่มีขอบเขต โดยมีทั้งกำหนดเป็นหลักเกณฑ์ในกฎหมาย และเป็น

แนวปฏิบัติ แต่มีการกำหนดช่วงอายุของเยาวชนที่ได้รับการคุ้มครองแตกต่างกัน ซึ่งอยู่ในช่วงอายุระหว่าง ๑๓-๒๑ ปี

ข้อเสนอแนะ

ในประเทศไทย ตามพระราชบัญญัติการพนัน พ.ศ. ๒๔๗๘ และพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒ ซึ่งเป็นกฎหมายหลักในการควบคุมการอนุญาตการจัดให้มีการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคและการโฆษณาการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชค ไม่ได้วางหลักเกณฑ์เกี่ยวกับการคุ้มครองเด็ก เยาวชนและกลุ่มเปราะบาง เช่น ผู้ที่อยู่ในกลุ่มเสี่ยงติดการพนัน เอาไว้แต่อย่างใด ทำให้การส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคซึ่งในปัจจุบันนี้ผู้ประกอบการได้มีการจัดอย่างแพร่หลาย สามารถเข้าถึงกลุ่มเด็กและเยาวชนได้โดยตรง ประเทศไทย จึงควรนำหลักเกณฑ์การปกป้องเด็กจากกิจกรรมส่งเสริมการขายจากในต่างประเทศมาปรับใช้ด้วย โดยการจำกัดการเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคของเด็กและเยาวชน โดยเพิ่มบทบัญญัติห้ามไม่ให้เด็กอายุไม่เกิน ๑๘ ปี เข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชค เนื่องจากถือเป็นเด็กในช่วงอายุที่ควรได้รับการคุ้มครองสวัสดิภาพ อันสอดคล้องกับเกณฑ์อายุของเด็กตามพระราชบัญญัติคุ้มครองเด็ก พ.ศ. ๒๕๔๖ ที่ได้กำหนดคำนิยามของ “เด็ก” ว่าหมายถึง บุคคลที่มีอายุต่ำกว่าสิบแปดปีบริบูรณ์^{๓๔๑}

^{๓๔๑} มาตรา ๔ พระราชบัญญัติคุ้มครองเด็ก พ.ศ. ๒๕๔๖

๖.๒ ตารางเปรียบเทียบหลักเกณฑ์การกำกับดูแลในไทยและในต่างประเทศ

จากบทวิเคราะห์ในหัวข้อ ๖.๑ ผู้วิจัยได้นำรายละเอียดที่เกี่ยวข้องกับกฎหมาย หลักเกณฑ์และเงื่อนไขที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคในทั้งประเทศไทยและในกลุ่มประเทศศึกษาามาแสดงตามตารางด้านล่างนี้

ตารางที่ ๒๒ ตารางเปรียบเทียบกฎหมาย หลักเกณฑ์และเงื่อนไขที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคในประเทศไทยและกลุ่มประเทศศึกษา

ประเด็น	ไทย	ฮ่องกง	สิงคโปร์	อเมริกา	ไต้หวัน	เนเธอร์แลนด์	ออสเตรเลีย	นิวซีแลนด์
อยู่ภายใต้กฎหมายการพนัน	อยู่ (แต่ไม่ถือว่าเป็นการพนัน)	อยู่	ไม่อยู่	ไม่อยู่	ไม่อยู่	อยู่	อยู่	อยู่
กฎหมายที่เกี่ยวข้อง	๑. พระราชบัญญัติการพนัน - กฎกระทรวงฉบับที่ ๑๗ - พ.ศ. ๒๕๐๓ - หนังสือกระทรวงมหาดไทย ๒. กฎหมายเกี่ยวกับการโฆษณา - พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค - พระราชบัญญัติอาหาร - พ.ศ. ๒๕๒๒ - พระราชบัญญัติยา พ.ศ. ๒๕๑๐	๑. Gambling Ordinance ๒. Trade Promotion Competition License	๑. Betting and Sweepstakes Duties Act ('BSDA') ๒. Remote Gambling (Exempt Persons) Order ๒๐๑๕ ๓. Common Gaming Houses Act (Cap. ๔๙) ('CGHA') ๔. Framework for gambling advertisements and promotions	๑. Federal Trade Commission Act ๒. Children's Online Privacy Protection Act ('COPPA') ๓. Deceptive Mail Prevention and Enforcement Act ๔. California Business & Professions Code ๕. California Ombusman	๑. Fair Trade Act ๒๐๑๕ ๒. Regulations Governing the Amount of Gifts and Prizes Offered by Businesses	๑. Betting and Gaming Act หรือ Wet op de Kansspelen ๒. Code of Conduct for Promotional Games of Chance หรือ Gedragscode Promotieele Kansspelen ๓. the Dutch Advertising Code ๔. Game of Chance Tax Act หรือ Wet	<u>Federal Law</u> ๑. The Australian Consumer Law ๒. The Australian Association of National Advertisers Wagering and Marketing Communication Code <u>รัฐนิวเซาท์เวลส์</u> ๑. The Lotteries and Art Unions Act ๑๙๐๑ No. ๓๔ ๒. The Lotteries and Art Unions	๑. The Gambling Act ๒๐๐๓ ๒. The Fair Trading Act ๑๙๘๖ ๓. Code for Advertising Gaming and Gambling (Gambling Code)

ประเด็น	ไทย	ฮ่องกง	สิงคโปร์	อเมริกา	ไต้หวัน	เนเธอร์แลนด์	ออสเตรเลีย	นิวซีแลนด์
	พระราชบัญญัติ เครื่องมือแพทย์ พ.ศ. ๒๕๕๑			Sweepstakes Bill		op de kansspelbela sting	Regulation ๒๐๑๔ ๓. Trade Promotion Lottery Permit Conditions <u>รัฐวิคตอเรีย</u> ๑. The Gambling Regulation Act ๒๐๐๓ ๒. The Gambling Regulations ๒๐๑๕ ๓. Guideline for Assessing whether Trade Promotion Lotteries are Offensive or Contrary to the Public Interest	

ประเด็น	ไทย	ฮ่องกง	สิงคโปร์	อเมริกา	ไต้หวัน	เนเธอร์แลนด์	ออสเตรเลีย	นิวซีแลนด์
การขอใบอนุญาต	“ใบอนุญาตให้จัดให้มีการเล่นเกมพกหรือรางวัลในการเสี่ยงโชคด้วยวิธีการใดๆ ในการประกอบกิจการค้าหรืออาชีพ” หรือ “พ.น. ๓๖ ๐๑-๕๐”	Trade Promotion Competition License	๑. certificate of exemption ๒. Lucky Draw Permit	Registration	ไม่ต้องขอใบอนุญาต	ไม่ต้องขอใบอนุญาต	<u>รัฐนิวเซาท์เวลส์</u> ๑. Trade Promotion Lotteries Permit - Single Promotion Permit - Multiple Promotion Permit <u>รัฐวิกตอเรีย</u> ไม่ต้องขอใบอนุญาต	ไม่ต้องขอใบอนุญาต
หน่วยงานที่รับผิดชอบ	เจ้าพนักงานผู้ออกใบอนุญาตจัดให้มีการเล่นเกมพกหรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชคโดยวิธีใดๆ - ผู้อำนวยการสำนักงานและนิติกร กรรมการ ปกครอง สำหรับ	Office of the Licensing Authority	๑. Ministry of Home Affairs (MHA), ๒. Singapore Police Force	๑. Secretary of state ๒. State of California Department of Justice ๓. Attorney General ๔. Department of Agriculture and	Fair Trade Commission	The Netherlands Gambling Authority (NGA)	<u>รัฐนิวเซาท์เวลส์</u> NSW Fair Trading Office โดยได้รับมอบอำนาจจาก Minister for Innovation and Better Regulation <u>รัฐวิกตอเรีย</u> The Victorian Commission for	The Gambling Commission

ประเด็น	ไทย	ฮ่องกง	สิงคโปร์	อเมริกา	ไต้หวัน	เนเธอร์แลนด์	ออสเตรเลีย	นิวซีแลนด์
	ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยจะต้องได้รับการอนุมัติจากอธิบดีกรมการปกครอง - นายอำเภอ หรือ ปลัดอำเภอ ซึ่งเป็นหัวหน้าประจำกิ่งอำเภอ แห่งท้องที่สำหรับจังหวัดอื่นนอกจากกรุงเทพมหานคร โดยจะต้องได้รับการอนุมัติจากผู้ว่าราชการจังหวัดที่อำเภอผู้ร้องขอตั้งอยู่			Consumer Services			Gambling and Liquor Regulation: VCGLR (องค์กรอิสระ)	
ของรางวัล	ไม่จำกัดมูลค่าของรางวัล	ห้ามให้ของรางวัลเป็นเงิน ธุรกิจสามารถมอบบัตรกำนัลหรือบัตรของขวัญได้ตราบเท่าที่ยังไม่สามารถ	หากมูลค่าของรางวัลเกิน ๑๐,๐๐๐ ดอลลาร์สิงคโปร์ จะต้องประกาศในหนังสือพิมพ์	<u>Rhode Island</u> มูลค่ารางวัลเกิน ๕๐๐ ดอลลาร์สหรัฐ จะต้องจดทะเบียน <u>New York</u> และ <u>Florida</u>	ต้องไม่เกินร้อยละ ๒๐ ของยอดขายในปีก่อน	ไม่เกิน ๑๐๐,๐๐๐ ยูโรต่อปี และได้ไม่เกินปีละหนึ่งครั้งต่อหนึ่งสินค้าหรือบริการ หรือต่อองค์กร	<u>รัฐนิวเซาท์เวลส์</u> ต้องไม่เป็นของรางวัลต้องห้าม <u>รัฐวิกตอเรีย</u> ไม่มีกำหนด	ห้ามแจกของต้องห้าม - อาวุธ - เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ - taonga tūturu

ประเด็น	ไทย	ฮ่องกง	สิงคโปร์	อเมริกา	ไต้หวัน	เนเธอร์แลนด์	ออสเตรเลีย	นิวซีแลนด์
		แลกเปลี่ยนเงินสด หรือใช้ชำระหรือ ชำระหนี้ได้		๕,๐๐๐ ดอลลาร์ สหรัฐ ผู้ประกอบ ธุรกิจจะต้องเปิด บัญชี trust account หรือ ออก หนังสือค้ำประกัน การออกรางวัล				- บัตรกำนัลหรือ สิทธิการใช้ บริการทางเพศ
ค่าธรรมเนียม การขอ ใบอนุญาต	ตามอายุใบอนุญาต - ๑ วัน: ๓๐๐ บาท - ไม่เกิน ๗ วัน: ๖๐๐ บาท - ไม่เกิน ๑ เดือน: ๑,๕๐๐ บาท - ไม่เกิน ๖ เดือน: ๖,๐๐๐ บาท ไม่เกิน ๑ ปี: ๙,๐๐๐ บาท	๑,๕๙๐ ดอลลาร์ ฮ่องกง	-	ค่าสมัคร ๑๐๐ ดอลลาร์สหรัฐ	-	-	<u>รัฐนิวเซาท์เวลส์</u> - Single Lottery จ่าย ๘๐- ๒,๑๘๕ ดอลลาร์ ออสเตรเลีย - Multiple Lottery Class B จ่าย ๓๒๐ ดอลลาร์ ออสเตรเลีย - Multiple Lottery Class C จ่าย ๕๘๕ ดอลลาร์ ออสเตรเลีย <u>รัฐวิกตอเรีย</u> -	-

ประเด็น	ไทย	ฮ่องกง	สิงคโปร์	อเมริกา	ไต้หวัน	เนเธอร์แลนด์	ออสเตรเลีย	นิวซีแลนด์
ค่าธรรมเนียม/ค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมในการเข้าร่วมกิจกรรม/ซื้อสินค้า	- หากเป็นชิงโชค โดยส่งชิ้นส่วน คุปองฯ สินค้าที่จำหน่ายจะต้องเป็นไปตามราคาในท้องตลาด และผู้ซื้อแม้ว่าจะไม่ได้รับรางวัลในการเสี่ยงก็ต้องได้รับสิ่งของตามราคาที่ซื้อนั้นไปเสมอ - หากเป็นวิธีการส่ง SMS ชิงโชค ผู้จัด ต้องไม่ได้ส่วนแบ่งจากค่า SMS - หากราคาสินค้าสูงกว่าที่จำหน่ายปกติ หรือผู้จัดได้รับส่วนแบ่งค่า SMS จะ	ห้ามคิดค่าธรรมเนียม	ห้ามคิดค่าธรรมเนียม	ห้ามคิดค่าธรรมเนียม	ห้ามคิดค่าธรรมเนียม	ห้ามคิดค่าธรรมเนียม หรืออาจเก็บค่า Communication cost ได้ไม่เกิน ๐.๔๕ ยูโร	<u>รัฐนิวเซาท์เวลส์</u> ห้ามคิดค่าธรรมเนียมเพื่อเข้าร่วมกิจกรรม แต่สามารถกำหนดเงื่อนไขให้ซื้อสินค้าหรือบริการในราคาขายปลีกปกติได้ และค่าส่ง SMS หรือไปรษณีย์ไม่ถือเป็นค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม <u>รัฐวิกตอเรีย</u> ห้ามคิดค่าธรรมเนียมเพื่อเข้าร่วมกิจกรรม แต่สามารถกำหนดเงื่อนไขให้ซื้อสินค้าหรือบริการในราคาขายปลีกปกติได้ และค่าส่ง SMS หรือไปรษณีย์ไม่ถือเป็นค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม	ห้ามคิดค่าธรรมเนียมเพื่อเข้าร่วมกิจกรรม แต่ถือว่าค่าใช้จ่ายทางไปรษณีย์หรือค่าโทรศัพท์ในอัตรามาตรฐานเป็นค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม

ประเด็น	ไทย	ฮ่องกง	สิงคโปร์	อเมริกา	ไต้หวัน	เนเธอร์แลนด์	ออสเตรเลีย	นิวซีแลนด์
	กลายเป็นการพนัน							
ระยะเวลาการขออนุญาตล่วงหน้าก่อนการโฆษณา	ก่อนวันเล่นไม่น้อยกว่า ๙๐ วัน	อย่างน้อย ๒ สัปดาห์ก่อนการโฆษณา	อย่างน้อย ๔ สัปดาห์ก่อนการโฆษณา	อย่างน้อย ๓๐ วันก่อนการจับรางวัล	-	-	-	-
อายุใบอนุญาต	- ๑ วัน - ไม่เกิน ๗ วัน - ไม่เกิน ๑ เดือน - ไม่เกิน ๖ เดือน - ไม่เกิน ๑ ปี	๓ เดือน	-	-	-	-	<u>รัฐนิวเซาท์เวลส์</u> ๑๒ เดือน	-
ระยะเวลาการพิจารณาใบอนุญาต	ไม่เกิน ๙๐ วัน	ประมาณ ๒-๓ สัปดาห์	๑ เดือน	-	-	-	<u>รัฐนิวเซาท์เวลส์</u> ๒๘ วัน	-
ข้อกำหนดกรณีไม่มีผู้รับรางวัล (unclaimed prize) หรือการทบทรางวัล (rollover)	-	ไม่อนุญาต	- ไม่อนุญาต - รางวัลทั้งหมดที่ไม่ได้รับหรือยังคงไม่มีการอ้างสิทธิ์หลังจากผ่านไป ๒ เดือนนับจากวันที่ประกาศผู้ชนะหรือผู้ที่ได้รับรางวัลเท่า	ไม่อนุญาต	-	-	<u>รัฐนิวเซาท์เวลส์</u> - หากผู้ชนะไม่มารับรางวัลภายใน ๓ เดือน ผู้จัดกิจกรรมต้องพยายามส่งรางวัลให้กับผู้ชนะ เมื่อครบ ๓ เดือน ผู้จัดกิจกรรมต้อง	-

ประเด็น	ไทย	ฮ่องกง	สิงคโปร์	อเมริกา	ไต้หวัน	เนเธอร์แลนด์	ออสเตรเลีย	นิวซีแลนด์
			เทียมกันจะได้รับ การบริจาคให้แก่ Community Chest หรือองค์กร การกุศลอื่น ๆ ตามที่ได้รับอนุมัติ จากรัฐมนตรี				แจ้งไปยัง NSW Fair Trading Office เพื่อ พิจารณาหาผู้รับ รางวัลแทน - หากผู้ชนะรางวัล ประเภทที่เฝ้าเสีย ได้ไม่มารับรางวัล ภายในวันที่ ประกาศผล ผู้จัด กิจกรรมสามารถ จำหน่ายรางวัลได้	
การประกาศ ผลรางวัล	- ไม่กำหนด ระยะเวลา ประกาศผล - กำหนดให้ ข้อความใน โฆษณาต้องระบุ สื่อโฆษณาที่จะ ใช้ในการ ประกาศรายชื่อผู้ ได้รับของรางวัล จากการเสี่ยงโชค มิฉะนั้นจะถือว่า ไม่เป็นธรรมต่อ	ภายใน ๑๐ วัน นับแต่มีการจับ รางวัลหรือการ ตัดสิน บริษัท จะต้องตีพิมพ์ รายละเอียดผล การแข่งขันใน หนังสือพิมพ์	ประกาศทั้ง หนังสือพิมพ์และ ออนไลน์ภายใน ๗ วัน	<u>New York</u> เมื่อการจับรางวัล สิ้นสุดลงผู้ประกอบ ธุรกิจจะต้องแจ้ง รายชื่อผู้ชนะไปยัง State of New York ภายใน ๙๐ วัน นับแต่มีการ ตัดสินผู้ชนะ <u>Rhode Island</u> จะต้องเก็บข้อมูล รายชื่อผู้ชนะไว้อย่าง		ภายในสามเดือน นับแต่กิจกรรม สิ้นสุดลง	<u>รัฐนิวเซาท์เวลส์</u> - ประกาศรายชื่อผู้ ชนะภายใน ๒ วัน นับจากวันที่จับ รางวัล และแจ้งให้ ผู้ชนะทราบ โดยตรง ไปรษณีย์ โทรศัพท์ หรือ อีเมล - ผู้ชนะรางวัลควร ได้รับรางวัล ภายใน ๖ สัปดาห์	ภายใน ๑๔ วัน

ประเด็น	ไทย	ฮ่องกง	สิงคโปร์	อเมริกา	ไต้หวัน	เนเธอร์แลนด์	ออสเตรเลีย	นิวซีแลนด์
	ผู้บริโภคมี ความติดตาม พรบ.คุ้มครอง ผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒			น้อย ๖ เดือน หลังจากการจับ รางวัลสิ้นสุดลง			หลังจากสิ้นสุด การจับรางวัล - รางวัลมูลค่า มากกว่า ๕๐๐ ดอลลาร์ ออสเตรเลีย ต้อง ประกาศชื่อผู้ชนะ รางวัลใน หนังสือพิมพ์ หรือ วิทยุ หรือโทรทัศน์ หรืออินเทอร์เน็ต - ในกรณีที่ของ รางวัลมีมูลค่า มากกว่า ๑๐,๐๐๐ ดอลลาร์ ออสเตรเลีย ต้องมี บุคคลภายนอก เข้าร่วมพิจารณา	
บทลงโทษ	- กรณีไม่ขอ อนุญาตจัดการ ให้รางวัลโดยการ เสี่ยงโชค มาตรา ๑๔ พรบ.การ พนันฯ ระบุว่า	๕๐,๐๐๐ ดอลลาร์ ฮ่องกงและจำคุก เป็นเวลา ๒ ปี	๑. Common Gaming House มาตรา ๑๘ กำหนดว่า ผู้ใดฝ่า ฝืนกฎหมายฉบับ นี้มีโทษปรับไม่	-	ปรับไม่ต่ำกว่าห้า หมื่นดอลลาร์ ไต้หวันใหม่ แต่ไม่ เกินยี่สิบห้าล้าน ดอลลาร์ไต้หวัน ใหม่	ปรับไม่เกิน ๘๒๐,๐๐๐ ยูโร หรือร้อยละ ๑๐ ของรายได้ต่อปี ของผู้ประกอบ ธุรกิจในปีก่อน	<u>รัฐนิวเซาท์เวลส์</u> ๑. โทษฐานปลอม แปลงเอกสาร เกี่ยวกับการ กิจกรรมเสี่ยง โชค มีโทษปรับ	- ไม่ปฏิบัติตาม เงื่อนไข มีผลเป็น การพนันผิด กฎหมาย - บุคคลธรรมดา มีโทษจำคุกไม่เกิน

ประเด็น	ไทย	ฮ่องกง	สิงคโปร์	อเมริกา	ไต้หวัน	เนเธอร์แลนด์	ออสเตรเลีย	นิวซีแลนด์
	โทษจำคุกไม่เกิน ๑ ปี หรือปรับตั้งแต่ ๕๐ บาทถึง ๒,๐๐๐ บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ - กรณีประกอบธุรกิจมีการโฆษณาโดยใช้ข้อความที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคหรือใช้ข้อความที่อาจเป็นผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวม ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกิน ๓ เดือน หรือปรับไม่เกิน ๓๐,๐๐๐ บาท ตามมาตรา ๒๒ (๕) พรบ.คุ้มครองผู้บริโภคฯ		เกิน ๕,๐๐๐ ดอลลาร์สิงคโปร์ และจำคุกไม่เกิน ๑ ปี หรือทั้งจำทั้งปรับ ๒. REMOTE GAMBLING ACT ๒๐๑๔ กำหนดโทษว่า ผู้ใดฝ่าฝืนกฎหมายฉบับนี้มีโทษปรับไม่เกิน ๒๐,๐๐๐ ดอลลาร์สิงคโปร์ และจำคุกไม่เกิน ๑ ปี หรือทั้งจำทั้งปรับ			หน้าที่จะมีการจัดกิจกรรม	ไม่เกิน ๒๒,๐๐๐ ดอลลาร์ออสเตรเลีย หรือ ๒. จำคุก ๕ ปี หรือทั้งจำทั้งปรับ ๓. โทษฐานยกยอเงินรางวัลมีโทษปรับไม่เกิน ๒๒,๐๐๐ ดอลลาร์ออสเตรเลีย หรือจำคุก ๕ ปี หรือทั้งจำทั้งปรับ ๔. กรณีไม่แจกรางวัลตามที่ได้ประกาศไว้ มีโทษปรับไม่เกิน ๕,๕๐๐ ดอลลาร์ออสเตรเลีย	๑ ปี ปรับไม่เกิน ๒๐,๐๐๐ ดอลลาร์นิวซีแลนด์ - หากเป็นนิติบุคคลโทษปรับไม่เกิน ๕๐,๐๐๐ ดอลลาร์นิวซีแลนด์ - โฆษณาการจัดกิจกรรมที่เป็น การพนันผิดกฎหมาย บุคคลธรรมดา มีโทษจำคุกไม่เกิน ๑ ปี ปรับไม่เกิน ๒๐,๐๐๐ ดอลลาร์นิวซีแลนด์ - หากเป็นนิติบุคคลโทษปรับไม่เกิน ๕๐,๐๐๐ ดอลลาร์นิวซีแลนด์

ประเด็น	ไทย	ฮ่องกง	สิงคโปร์	อเมริกา	ไต้หวัน	เนเธอร์แลนด์	ออสเตรเลีย	นิวซีแลนด์
							๕. การให้เด็กอายุต่ำกว่า ๑๘ เข้าร่วมหรือรับรางวัลที่เป็นเครื่องดมึนเมา มีโทษปรับสูงสุดไม่เกิน ๑,๑๐๐ ดอลลาร์ออสเตรเลีย	ดอลลาร์นิวซีแลนด์
การคุ้มครองเยาวชนและกลุ่มเสี่ยง	-	๑๘ ปี	๒๑ ปี	ห้ามโฆษณาแก่เด็กอายุระหว่าง ๐-๑๒ ปี	ไม่มี	๑๖ ปี	<u>รัฐนิวเซาท์เวลส์</u> ห้ามเด็กอายุต่ำกว่า ๑๘ ปี ร่วมกิจกรรมหรือรับรางวัลเป็นเครื่องดมึนเมา <u>รัฐวิกตอเรีย</u> ห้ามยินยอมหรือส่งเสริมให้ผู้เยาว์เข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการขาย หากสินค้าหรือบริการที่ได้รับการส่งเสริมอยู่นั้น	ไม่ได้กำหนดไว้เป็นการเฉพาะ ขึ้นอยู่กับประเภทสินค้า เช่น ห้ามโฆษณาแก่เด็กอายุต่ำกว่า ๑๘ ปี

ประเด็น	ไทย	ฮ่องกง	สิงคโปร์	อเมริกา	ไต้หวัน	เนเธอร์แลนด์	ออสเตรเลีย	นิวซีแลนด์
							หรือของรางวัลที่ใช้ในการจัดกิจกรรมนั้นเป็นสินค้าที่กฎหมายห้ามมิให้ผู้เยาว์ทำการซื้อ	
ภาษีเฉพาะ	-	-	-	-	-	ร้อยละ ๓๐.๑	-	-
มีกฎหมายเกี่ยวกับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล	-	✓	✓	✓	-	-	<u>รัฐนิวเซาท์เวลส์</u> - <u>รัฐวิกตอเรีย</u> ✓	-
ห้ามรางวัลในรูปของเงินสด	ห้ามแจกรางวัลเป็นเงินสด เช็ค บัญชีเงินฝาก หนังสือหรือตราสารทุกชนิดที่สามารถนำไปขึ้นเงินหรือแลกเงินเบิกเงินฯลฯ	✓	✓	✓	-	-	<u>รัฐนิวเซาท์เวลส์</u> รางวัลให้เป็นเงินได้แต่มูลค่ารวมแล้วต้องไม่เกิน ๑๐๐,๐๐๐ ดอลลาร์ออสเตรเลีย และการส่งมอบเงินรางวัลที่มากกว่า ๒,๐๐๐ ดอลลาร์ออสเตรเลียต้องจ่ายเป็นเช็คหรือโอนทางอิเล็กทรอนิกส์	-

ประเด็น	ไทย	ฮ่องกง	สิงคโปร์	อเมริกา	ไต้หวัน	เนเธอร์แลนด์	ออสเตรเลีย	นิวซีแลนด์
							<u>รัฐวิกตอเรีย</u> ✓	
หลักเกณฑ์ การ โฆษณาการทำ ส่งเสริมการ ขาย	มีกำหนดไว้ใน - พรบ.คุ้มครอง ผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒ - พระราช บัญญัติอาหาร พ.ศ. ๒๕๒๒ - พระราช บัญญัติยา พ.ศ. ๒๕๑๐ - พระราช บัญญัติ เครื่องมือ แพทย์ พ.ศ. ๒๕๕๑	-	-	✓	-	มีการคุ้มครองกลุ่ม ที่มีความ เปราะบาง เช่น เด็กและกลุ่มที่มี ความเสี่ยงติดการ พนัน	<u>รัฐนิวเซาท์เวลส์</u> ✓ <u>รัฐวิกตอเรีย</u> ✓	✓
ความถี่ในการ จัดกิจกรรม	-	ห้ามจัดจนเป็น ปกติทางการค้า	-	-		ไม่เกินปีละหนึ่ง ครั้ง ต่อหนึ่ง สินค้า/บริการ แต่ รวมแล้วไม่เกิน ๒๐ ครั้งต่อปี	-	-
แนว ปฏิบัติการซึ่ง โชคผ่าน SMS	หนังสือ กระทรวงมหาดไท ยที่ มท ๐๓๐๗.๒/	-	-	-	-	-	<u>รัฐนิวเซาท์เวลส์</u> การบริการทาง โทรศัพท์ (๑๙๐-	- ห้ามกระทำจาก ภายนอกประเทศ

ประเด็น	ไทย	ฮ่องกง	สิงคโปร์	อเมริกา	ไต้หวัน	เนเธอร์แลนด์	ออสเตรเลีย	นิวซีแลนด์
	ว ๒๓๘๔ ลงวันที่ ๒๘ กรกฎาคม ๒๕๔๘ - ห้ามจัดเพื่อหารายได้จากส่วนแบ่งผลประโยชน์ของการส่งข้อความ - ผู้ขออนุญาตไม่จำเป็นต้องเป็นผู้ผลิตสินค้าขึ้นเองหรือเป็นผู้แทนจำหน่ายสินค้าแต่เพียงผู้เดียวในประเทศไทยให้ใช้วิธีการเล่นโดยการพิมพ์หมายเลขของผู้ส่งข้อความที่ร่วมรายการดังกล่าวแล้วนำมาจับสลากตามวัน เวลา และสถานที่						บริการพิเศษทางโทรศัพท์, SMS, MMS) - ผู้เข้าร่วมต้องจ่ายไม่เกิน ๐.๕ ดอลลาร์ออสเตรเลีย (ยังไม่รวมภาษี GST) - ต้องไม่มีการเรียกเก็บค่าใช้จ่ายจากผู้เข้าร่วมในการตอบข้อความแก่ผู้เข้าร่วมไม่เรียกกรังให้ผู้เข้าร่วมต้องโทรกลับหรือส่งข้อความกลับมากกว่า ๑ ครั้งเพื่อให้ข้อมูลส่วนตัวเพื่อเข้าร่วมกิจกรรม	- ภายในประเทศต้องอยู่ในรูปแบบของการจับรางวัล (lottery) เท่านั้น

ประเด็น	ไทย	ฮ่องกง	สิงคโปร์	อเมริกา	ไต้หวัน	เนเธอร์แลนด์	ออสเตรเลีย	นิวซีแลนด์
	ที่กำหนดไว้ใน ใบอนุญาตฯ							

บทที่ ๗

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

๗.๑ บทสรุปและข้อเสนอแนะการออกหลักเกณฑ์ในการควบคุมส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคของผู้ประกอบธุรกิจในประเทศไทย

จากขอบเขตการวิจัยที่ได้มีการศึกษาและทบทวนกฎหมายและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคของผู้ประกอบธุรกิจในประเทศไทย ซึ่งมีกฎหมายหลักที่ควบคุมเรื่องดังกล่าว ได้แก่ พระราชบัญญัติการพนัน พุทธศักราช ๒๔๗๘ โดยมาตรา ๘ ได้กำหนดให้การจัดให้มีการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคโดยวิธีใดๆ ในการประกอบกิจการค้าหรืออาชีพ จะต้องได้รับอนุญาตจากเจ้าพนักงานผู้ออกใบอนุญาตก่อนจึงจะทำได้ และมีกฎหมายลำดับรองคือ กฎกระทรวงฉบับที่ ๑๗ (พ.ศ. ๒๕๐๓) ออกโดยกระทรวงมหาดไทย กำหนดหลักเกณฑ์และเงื่อนไขในการขออนุญาต อีกทั้งยังมีหนังสือกระทรวงมหาดไทย วางระเบียบปฏิบัติในการอนุญาตการจัดให้มีการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคให้เป็นไปในแนวทางเดียวกันทั้งประเทศ

นอกจากนี้ ประเทศไทยยังมีการบัญญัติหลักเกณฑ์ในการควบคุมเกี่ยวกับการโฆษณาการส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคไว้ในพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒ และกฎหมายเฉพาะ เช่น พระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. ๒๕๒๒ พระราชบัญญัติยา พ.ศ. ๒๕๑๐ และพระราชบัญญัติเครื่องมือแพทย์ พ.ศ. ๒๕๕๑

ในส่วนการศึกษากฎหมายและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคของผู้ประกอบธุรกิจในต่างประเทศ คณะผู้วิจัยได้ทำการศึกษาถึง ๗ ประเทศ ได้แก่ ประเทศออสเตรเลีย ฮองกง เนเธอร์แลนด์ นิวซีแลนด์ สิงคโปร์ ไต้หวัน และสหรัฐอเมริกา เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการวางหลักเกณฑ์การควบคุมการส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคของผู้ประกอบธุรกิจในประเทศไทย

นอกจากนี้ คณะผู้วิจัยยังได้ศึกษาและทบทวนทฤษฎีทางด้านการตลาดที่เกี่ยวข้องกับการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคของผู้ประกอบธุรกิจในประเทศไทยและต่างประเทศ รวมถึงศึกษารูปแบบการส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคของผู้ประกอบธุรกิจในประเทศไทย

โดยผลของการศึกษาในส่วนของกฎหมายและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคในประเทศไทยนั้น พบว่ายังคงมีประเด็นที่ไม่ชัดเจนว่าการส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงชอนั้นถือว่าเป็น “การพนัน” หรือไม่ แม้จะมี

การบัญญัติหลักเกณฑ์การควบคุมการขออนุญาตการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคไว้ในพระราชบัญญัติการพนันฯ

จากการศึกษากฎหมายในต่างประเทศ พบว่า มีทั้งกลุ่มประเทศที่กำหนดให้การส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคบัญญัติอยู่ภายใต้กฎหมายการพนัน” ได้แก่ ประเทศนิวซีแลนด์ ประเทศออสเตรเลีย ประเทศเนเธอร์แลนด์ และประเทศฮ่องกง และกลุ่มประเทศที่กำหนดให้การส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคไม่จัดว่าเป็นการพนัน และได้กำหนดหลักเกณฑ์การควบคุมให้อยู่ภายใต้กฎหมายอื่นที่ไม่ใช่ในกฎหมายการพนัน ได้แก่ ประเทศสิงคโปร์ ประเทศไต้หวัน และประเทศสหรัฐอเมริกา

สำหรับประเทศไทย ในประเด็นการเสนอกฎหมายหลักที่มากำหนดหลักเกณฑ์ควบคุมการส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคนั้น ผู้วิจัยเห็นว่าประเทศไทยยังควรกำหนดเอาไว้ในพระราชบัญญัติการพนันฯ เช่นเดิม เพราะถึงแม้การส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคจะเป็นเรื่องของการประกอบธุรกิจ แต่อย่างไรก็ดี กิจกรรมดังกล่าวก็มีความคาบเกี่ยวกับการพนันอย่างมาก ขาดเพียงองค์ประกอบที่สำคัญเพียงประการเดียว คือ ไม่ได้ได้หรือเสียทรัพย์สินหรือเงินทอง เนื่องจากผู้บริโภคยังคงได้สินค้าหรือได้รับบริการที่ตนต้องเสียค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าหรือบริการนั้นอยู่แล้ว อีกทั้งการส่งเสริมการขายเป็นการเล่นกับมหาชนจำนวนมาก สินค้าที่จัดส่วนใหญ่มักจะเป็นที่รู้จักหรือเป็นที่นิยม เพราะมีการจำหน่ายหรือโฆษณาทั่วประเทศ ซึ่งหากมีการนำวิธีการเล่นการพนันมาส่งเสริมการขายโดยมิได้มีการควบคุม อาจก่อให้เกิดการมอมเมาประชาชนและเยาวชนได้ง่าย อันนำมาซึ่งการซึมซับวิธีการเล่นการพนันและก่อให้เกิดแนวโน้มที่จะเข้าเล่นการพนันชนิดอื่นได้ง่ายในอนาคต

นอกจากนี้ ยังเห็นได้ว่า สำหรับต่างประเทศในกลุ่มประเทศศึกษา มีประเทศที่กำหนดหลักเกณฑ์การส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคอยู่ภายใต้กฎหมายการพนันมีด้วยกันถึง ๔ ประเทศ (จาก ๗ ประเทศ) ส่วนประเทศที่ไม่ได้กำหนดให้หลักเกณฑ์การส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคอยู่ในกฎหมายการพนัน แต่ก็ได้มีการออกหลักเกณฑ์เฉพาะเพื่อควบคุมการจัดกิจกรรมดังกล่าวอย่างเข้มงวด

ดังนั้น จึงควรคงมาตรการการควบคุมการส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคของผู้ประกอบธุรกิจไว้ในพระราชบัญญัติการพนันฯ เช่นเดิม แต่ควรกำหนดหลักเกณฑ์และเงื่อนไขที่เป็นกรอบสำคัญให้ชัดเจนและมีรายละเอียดมากยิ่งขึ้นไว้ในกฎหมายระดับพระราชบัญญัติ โดยนำบทบัญญัติการส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคในการประกอบธุรกิจแยกออกเป็นหมวดต่างหากจากหมวดการพนัน ส่วนรายละเอียดเกี่ยวกับการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคอื่นๆ ให้นำไปบัญญัติเป็นกฎหมายลูกระดับกฎกระทรวงต่อไป การบัญญัติกฎหมายเช่นนี้จะทำให้หลักเกณฑ์เกี่ยวกับการส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคมีความชัดเจนและมีรายละเอียดที่รัดกุมยิ่งขึ้น อันทำให้การใช้ดุลยพินิจของเจ้าพนักงานและการบังคับใช้กฎหมายมีประสิทธิภาพมากขึ้น ทั้งนี้ การออกกฎหมายในระดับกฎหมายลูก ควรครอบคลุมประเด็นดังต่อไปนี้

๑. การขอใบอนุญาต

จากการศึกษาเปรียบเทียบหลักเกณฑ์การขอใบอนุญาตการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายในกลุ่มประเทศตัวอย่าง แม้ในบางประเทศจะไม่กำหนดให้ต้องมีการขอใบอนุญาตจัดกิจกรรมดังกล่าว อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยเห็นว่าประเทศไทยควรรักษามาตรการในการควบคุมและตรวจสอบการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชค โดยวิธีการออกใบอนุญาตต่อไป เพื่อเป็นการคัดกรองการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคของผู้ประกอบธุรกิจโดยหน่วยงานของรัฐก่อนขั้นหนึ่ง ประกอบกับการกำหนดหลักเกณฑ์ที่มีความชัดเจนและเหมาะสมเอาไว้ในกฎหมายในระดับกฎกระทรวงเป็นอย่างน้อย เพื่อเป็นกรอบให้เจ้าหน้าที่ได้ใช้เป็นหลักในการพิจารณาการออกใบอนุญาตให้เป็นไปตามกฎหมาย และส่งผลให้เป็นการลดการใช้ดุลยพินิจของเจ้าหน้าที่ให้ได้มากที่สุด เพื่อป้องกันการทุจริต หรือการใช้ดุลยพินิจที่ไม่เหมาะสม

๒. ค่าธรรมเนียมในการขอใบอนุญาต

เนื่องจากอัตราค่าธรรมเนียมในการขอใบอนุญาตของประเทศไทยนั้นไม่สูงมาก หากเปรียบเทียบกับจำนวนหรือมูลค่าของรางวัลที่ผู้จัดกิจกรรมที่มอบให้กับผู้ชนะรางวัลเมื่อเทียบกับกลุ่มประเทศตัวอย่างในบางประเทศที่มีการเรียกเก็บค่าธรรมเนียมตามมูลค่าของรางวัล ดังนั้น ประเทศไทยควรปรับปรุงกฎเกณฑ์เกี่ยวกับค่าธรรมเนียมในการขอใบอนุญาตจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชค ให้เรียกเก็บตามมูลค่าของรางวัล เพื่อควบคุมไม่ให้เกิดการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายอย่างไม่เหมาะสมในการเสนอรางวัลมูลค่าสูงๆ เพื่อดึงดูดใจผู้บริโภคเข้าร่วมกิจกรรมซึ่งอาจนำไปสู่การมอมเมาประชาชนได้ ดังนั้น การเรียกเก็บค่าธรรมเนียมตามมูลค่าของรางวัลอาจใช้เป็นช่องทางในการควบคุมพฤติกรรมของผู้จัดกิจกรรมไม่ให้นำการส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคมาแสวงหาประโยชน์ในทางที่ไม่เหมาะสมและขัดต่อเจตนารมณ์ของกฎหมายในการอนุญาตให้มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชค เพราะหากผู้จัดกิจกรรมกำหนดรางวัลไว้สูง การเรียกเก็บค่าธรรมเนียมก็จะสูงตามไปด้วยซึ่งจะกลายเป็นต้นทุนของผู้จัดกิจกรรมทำให้ผู้จัดกิจกรรมต้องตระหนักถึงการกำหนดมูลค่าของรางวัลให้มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่แท้จริงของการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชค

๓. เรื่องของรางวัล

ในเรื่องของรางวัล ผู้วิจัยมีความเห็นว่า ควรกำหนดหลักเกณฑ์ที่เกี่ยวข้องเอาไว้ในกฎหมายให้ชัดเจน ในประเด็นเหล่านี้

- ๑) เรื่องการห้ามให้ของรางวัลเป็นเงิน รวมถึงหนังสือตราสารทุกประเภทซึ่งสามารถนำไปขึ้นเงินแลกเงิน หรือเบิกเงินหรือกระทำได้ด้วยประการใดๆ ให้ได้มาซึ่งเงินด้วย
- ๒) เรื่องของรางวัลต้องห้าม โดยควรมีการห้ามนำของรางวัลที่มีลักษณะขัดต่อความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชนมาเป็นของรางวัล

๓) เรื่องการรับประกันของรางวัล ที่แม้ประเทศไทยจะมีข้อกำหนดเรื่องการรับประกันของรางวัลที่มีความเหมาะสมอยู่แล้ว กล่าวคือ ผู้ได้รับใบอนุญาตจะต้องแสดงใบเสร็จการชำระเงินหรือใบสั่งซื้อสิ่งของรางวัล หรือใบสนับสนุนของรางวัล ประกอบการขอใบอนุญาตด้วย แต่เพื่อเป็นการให้ความคุ้มครองผู้บริโภคและให้ความยืดหยุ่นแก่ผู้ประกอบการธุรกิจที่ต้องการขอใบอนุญาตจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชค และของรางวัลที่มีมูลค่าสูง ประเทศไทยอาจกำหนดเงื่อนไขเพิ่มเติมให้ผู้ขอใบอนุญาตสามารถขอหนังสือคำประกันจากธนาคารเพื่อเป็นการค้ำประกันว่าผู้ขอใบอนุญาตจะมีการให้รางวัลจริงตามที่ผู้ขอใบอนุญาตยื่นรายละเอียดของรางวัลไว้ด้วย

๔) เรื่องมูลค่าของรางวัล ที่ควรมีการกำหนดให้มีความชัดเจน ทั้งนี้ ผู้วิจัยเห็นว่ารางวัลสูงสุดไม่ควรเกินมูลค่ารางวัลสูงสุดของการจับรางวัลสลากกินแบ่งรัฐบาลที่มีการควบคุมโดยรัฐอย่างเหมาะสมไม่ให้เป็นการมอมเมาประชาชนอยู่แล้ว การกำหนดมูลค่าของรางวัลให้ไม่สูงเกินไป จึงจำเป็นเพื่อไม่ให้เป็นการส่งเสริมผู้บริโภคให้หันมาชิงโชครางวัลใหญ่จากการส่งเสริมการขายแทน อันเป็นการมอมเมาผู้บริโภค นอกจากนี้ ควรมีการกำหนดเรื่องมูลค่าของรางวัลรวมตลอดทั้งปี ให้เป็นตัวเลขที่แน่นอนชัดเจน อย่างไรก็ดี การกำหนดตัวเลขมูลค่ารวมของรางวัลที่เหมาะสมนั้น ควรมีการศึกษาเชิงลึกในทางเศรษฐศาสตร์เพิ่มเติมเพื่อให้ได้ตัวเลขที่มีความเหมาะสมกับประเทศไทยต่อไป

๕) เรื่องวิธีการประกาศของรางวัล ประเทศไทยควรกำหนดเงื่อนไขให้ชัดเจนว่า เมื่อถึงกำหนดเวลาและทราบผู้ได้รับรางวัลแล้ว จะต้องประกาศการได้รับรางวัลและวิธีการรับรางวัลให้ผู้บริโภคทราบภายในระยะเวลาที่กำหนด เช่น ภายใน 30 นับแต่วันที่ทราบผู้ได้รับรางวัล และควรกำหนดให้มีการประกาศการได้รับรางวัลในสื่อหลักทั้งสื่อออนไลน์และออฟไลน์ รวมถึงการส่งจดหมายหรือการส่งข้อความผ่าน SMS แจ้งผลโดยตรงถึงผู้ได้รับรางวัลด้วย เพื่อให้ผู้ได้รับรางวัลรับทราบและเพื่อแสดงให้เห็นว่าผู้ได้รับใบอนุญาตได้ให้รางวัลจริงตามที่ได้ขออนุญาตไว้ นอกจากนี้ ควรกำหนดให้ผู้ได้รับใบอนุญาตส่งสรุปรายชื่อผู้ได้รับรางวัลไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้วย

๔. ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชค

เนื่องจากประเทศไทยไม่ได้กำหนดหลักเกณฑ์เกี่ยวกับการกำหนดค่าธรรมเนียมหรือค่าใช้จ่ายในการเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการขายไว้เป็นการเฉพาะ เมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มประเทศตัวอย่างที่ในหลายประเทศได้กำหนดข้อห้ามมิให้มีการเรียกเก็บค่าธรรมเนียม ค่าใช้จ่าย หรือค่าตอบแทนใดๆ เพื่อการเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการขาย เพื่อป้องกันมิให้ลักษณะของการส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคครอบงำประกอบของการการพนัน อย่างไรก็ดี ประเทศส่วนใหญ่อนุญาตให้มีการเรียกเก็บค่าบริการด้านการสื่อสารและการโปรโมตในการเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคได้ โดยไม่ถือว่าค่าบริการดังกล่าวเป็นค่าใช้จ่ายเพื่อเข้าร่วมกิจกรรม นอกจากนี้ ยังมีกรณีที่ยินยอมให้กำหนดเงื่อนไขให้ผู้ที่จะเข้าร่วมกิจกรรมต้องซื้อสินค้าหรือบริการเพื่อจะได้มีสิทธิเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการขายได้ แต่ทั้งนี้ราคาของสินค้าและบริการที่ผู้เข้าร่วมต้องจ่ายนั้นต้องเป็นราคาปกติของสินค้าและบริการที่ขายอยู่ในท้องตลาดทั่วไป

ในส่วนของประเทศไทย พบว่า มีการระบุถึงกฎเกณฑ์ในการเรียกเก็บค่าธรรมเนียม หรือค่าใช้จ่ายในการเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคนี้ไว้เกือบครบทุกประเด็นแล้ว แต่ไม่ได้มีการกำหนดไว้ให้ชัดเจนในกฎหมายหลัก โดยบางเรื่องถูกกำหนดไว้ในเงื่อนไขของใบอนุญาต บางเรื่องถูกกำหนดไว้ในหนังสือเวียนของกระทรวงมหาดไทย เป็นต้น จึงควรต้องมีการนำแนวทาง หรือหลักการปฏิบัติในเรื่องนี้มารวบรวมและบัญญัติไว้ให้ชัดเจนอย่างน้อยในระดับกฎกระทรวง ซึ่งควรประกอบไปด้วยรายละเอียดต่อไปนี้

- ห้ามไม่ให้มีการเรียกเก็บค่าใช้จ่าย ค่าธรรมเนียม หรือค่าภาระใดๆ เพื่อการเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชค
- ผู้จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายสามารถกำหนดเงื่อนไขให้ผู้บริโภคซื้อสินค้าหรือบริการตามราคาปกติของสินค้าและบริการเพื่อให้ได้สิทธิในการเข้าร่วมกิจกรรมได้
- ค่าบริการด้านการสื่อสารและการไปรษณีย์ในอัตราปกติไม่ถือเป็นค่าใช้จ่ายเพื่อการเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชค โดยผู้จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายต้องไม่ได้รับผลประโยชน์ใดๆจากการเรียกเก็บค่าบริการด้านการสื่อสารและการไปรษณีย์เหล่านั้น

๕. ความถี่ในการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชค

จากการศึกษากลุ่มประเทศตัวอย่าง มีประเทศส่วนน้อยเท่านั้นที่มีการจำกัดความถี่ในการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชค ทั้งนี้ จากข้อเสนอแนะข้างต้น ที่เสนอให้ประเทศไทยควรป้องกันการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคในลักษณะที่เป็น การมอมเมาผู้บริโภคหรือเป็นการพนันแฝงด้วยการจำกัดจำนวนและมูลค่าของรางวัลไปแล้ว จึงน่าจะเป็นมาตรการควบคุมที่เหมาะสมเพียงพอ ทำให้ไม่จำเป็นต้องจำกัดความถี่ในการจัดกิจกรรมอีก นอกจากนี้ การจำกัดจำนวนหรือกำหนดความถี่ในการจัดกิจกรรมอาจเป็นการควบคุมที่เข้มงวดกับ ผู้ประกอบธุรกิจมากเกินไป เพราะในทางปฏิบัติผู้ประกอบธุรกิจมักจะไม่จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายบ่อยครั้งนัก เนื่องจากอาจกลายเป็นการทำให้ผู้บริโภคชะลอการซื้อสินค้าและบริการ เพื่อรอซื้อในช่วงที่มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายเท่านั้น ดังนั้น จึงไม่ควรมีการกำหนดหรือจำกัดจำนวน การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชค

๖. เกณฑ์การโฆษณา

ประเทศไทยมีการควบคุมการโฆษณาการส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชค โดยกำหนดให้ การโฆษณาต้องมีรายละเอียด ตามที่กฎหมายกำหนดอย่างชัดเจน ไม่เช่นนั้นจะถือว่าเป็นข้อความ โฆษณาที่เข้าลักษณะไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคหรือเป็นข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็น ส่วนรวม อย่างไรก็ตาม ควรมีการเพิ่มหลักเกณฑ์การห้ามการโฆษณาการส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยง โชคที่มีลักษณะไปกระตุ้นให้ผู้บริโภคอยากเข้าร่วมกิจกรรมมากเกินไป หรือควรต้องห้าม

การโฆษณาการส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคในลักษณะที่ทำให้ผู้บริโภคเชื่อว่าการเสี่ยงชancenั้นๆ จะส่งผลดีต่อฐานะและความมั่งคั่งของตนเพิ่มเติมด้วย เพื่อลดการมอมเมาผู้บริโภคให้เสพติดการเสี่ยงโชคจากกิจกรรมส่งเสริมการขาย นอกจากนี้ ควรมีการเพิ่มบทบัญญัติที่คุ้มครองเด็กในเรื่องการโฆษณาการส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคให้ชัดเจน เช่น ห้ามการโฆษณาการส่งเสริมการขายที่พุ่งเป้าไปยังกลุ่มเด็กโดยตรง หรือมีการห้ามการโฆษณาที่แสดงให้เห็นภาพของเด็กที่กำลังเข้าร่วมกิจกรรมเสี่ยงโชค และต้องสร้างจิตสำนึกหรือกำหนดจรรยาบรรณทางธุรกิจที่จะไม่มอมเมากลุ่มเป้าหมายให้ซื้อสินค้าของตนเอง เพราะต้องการของรางวัลจากการได้สิทธิ์ในการชิงโชค แต่ให้เป็นข้อจากพื้นฐานความต้องการที่แท้จริง และได้ของรางวัลจากการชิงโชคเป็นเพียงการตอบแทนหรือคืนกำไรให้กับลูกค้าที่มีความภักดีกับภาคธุรกิจ

๗. การคุ้มครองเยาวชนและกลุ่มเปราะบาง

เนื่องจากประเทศไทย ไม่ได้วางหลักเกณฑ์เกี่ยวกับการคุ้มครองเด็ก เยาวชนและกลุ่มเปราะบางเช่น ผู้ที่อยู่ในกลุ่มเสี่ยงติดการพนัน จากการเข้าร่วมการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย โดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคไว้แต่อย่างใด จึงควรเพิ่มหลักเกณฑ์การจำกัดการเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคของเด็กและเยาวชน โดยกำหนดห้ามไม่ให้เด็กอายุต่ำกว่า ๑๘ ปี เข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชค เนื่องจากถือเป็นเด็กในช่วงอายุที่ควรได้รับการคุ้มครองสวัสดิภาพ

๗.๒ ข้อเสนอแนะทั่วไป

นอกจากข้อเสนอแนะในการจัดทำหลักเกณฑ์ร่างหลักเกณฑ์ วิธีการ เงื่อนไขการขออนุญาตจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคของผู้ประกอบธุรกิจเพื่อใช้เป็นแนวทางในการจัดทำร่างกฎหมายที่ได้กล่าวไปแล้วนั้น ทางผู้วิจัยได้จัดทำข้อเสนอแนะทั่วไป ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่จะทำให้การบังคับใช้กฎหมายในการควบคุมการส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคของผู้ประกอบธุรกิจให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ดังนี้

๗.๒.๑ ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการจัดตั้งคณะกรรมการการพนัน

เนื่องจากในอดีต การพนันและการส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคยังคงไม่มีความสลับซับซ้อน เนื่องจากยังไม่มีเทคโนโลยีหรือ Social Network เข้ามาเกี่ยวข้องหรือการแข่งขันทางการค้าในอดีตยังไม่มีการแข่งขันสูงดังเช่นปัจจุบัน ดังนั้นกลยุทธ์ในการส่งเสริมการขายจึงยังมีวิธีการที่เหมาะสมและตรงไปตรงมา การแต่งตั้งเจ้าพนักงานผู้ออกใบอนุญาตฯ จากฝ่ายปกครอง คือ กระทรวงมหาดไทยเพื่อควบคุมดูแลในเรื่องดังกล่าวเพียงหน่วยงานเดียวจึงยังคงเหมาะสมในการทำหน้าที่เพื่อรักษาความสงบเรียบร้อยแก่ประชาชนในอดีต แต่ต่อมาเมื่อเศรษฐกิจและเทคโนโลยีเจริญก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว การพนันได้มีการพัฒนารูปแบบใหม่ๆ และซับซ้อนมากขึ้น

อีกทั้งยังควบคุมตรวจสอบได้ยากเพราะเทคโนโลยีทำให้คนเข้าถึงการพนันได้ง่ายและแพร่หลายไปอย่างรวดเร็ว เช่น การพนันออนไลน์ในรูปแบบต่างๆ เป็นต้น ส่วนการส่งเสริมการขายในปัจจุบันก็นิยมนำรูปแบบของการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคมาใช้ เพราะเป็นวิธีการที่ดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคได้ดี เนื่องจากสนุกตื่นเต้น โดยมีการให้รางวัลชิงโชคที่มีมูลค่าสูง นอกจากนี้ผู้ประกอบการบางรายยังได้มีการนำเอาการพนันเข้ามาแฝงกับการส่งเสริมการขาย เช่น การให้ผู้บริโภคส่ง SMS เข้ามาร่วมชิงโชคโดยมีการเก็บอัตราค่าบริการ SMS ที่สูงกว่าปกติ ทำให้ผู้บริโภคมีการเสียค่าใช้จ่ายเพื่อเข้าร่วมเสี่ยงโชค ซึ่งจัดว่าเป็นการพนันชนิดหนึ่ง ฯลฯ สิ่งเหล่านี้ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสังคมเพราะเป็นการมอมเมาประชาชนโดยเฉพาะกลุ่มที่น่าวางเป็นห่วง ได้แก่ กลุ่มเด็กและเยาวชนที่ยังขาดวุฒิภาวะจนอาจนำไปสู่การเสพติดกับการเสี่ยงโชคจนควบคุมตนเองไม่ได้ จากความเชื่อมโยงดังกล่าว ทำให้หน่วยงานที่กำลังดูแลในเรื่องการพนันรวมถึงการส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชค จึงควรประกอบไปด้วยเป็นบุคคลผู้ที่มีความรู้ ความชำนาญที่หลากหลายทั้งทางด้านการรักษาความสงบเรียบร้อย สังคม เศรษฐกิจและเทคโนโลยี

จากการศึกษาต่างประเทศพบว่าบางประเทศ ได้แก่ ประเทศเนเธอร์แลนด์ มัลดีฟส์ ปรูเวีย ประเทศออสเตรเลีย และประเทศนิวซีแลนด์ ได้กำหนดให้มีหน่วยงานหรือองค์กรที่ทำหน้าที่เกี่ยวกับการควบคุมดูแลการออกกระเป๋ยหลักเกณฑ์เป็นการเฉพาะเกี่ยวกับการพนัน ซึ่งรวมถึงการส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคด้วย โดยองค์ประกอบของหน่วยงานหรือองค์กรดังกล่าวจะประกอบไปด้วยคณะบุคคลที่มีความหลากหลายและมีความรู้ความสามารถที่เหมาะสมกับการเข้ามาปฏิบัติหน้าที่ ดังนั้นในอนาคต หากประเทศไทยมีการแก้ไขพระราชบัญญัติการพนัน พ.ศ. ๒๕๓๘ จึงควรกำหนดให้มี “คณะกรรมการการพนัน” ขึ้น โดยมีอำนาจหน้าที่เข้ามากำกับดูแลรับผิดชอบเกี่ยวกับเรื่องการพนันรวมถึงการส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคเป็นการเฉพาะ โดยคณะกรรมการฯ ดังกล่าวจะเข้ามาทำหน้าที่วางนโยบาย หลักเกณฑ์ การออกกฎหมายและระเบียบที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการกำหนดให้มีมาตรการการป้องกัน การสร้างความตระหนักรู้ให้กับประชาชนเกี่ยวกับเรื่องการพนัน และที่สำคัญ “คณะกรรมการการพนัน” จะเป็นหน่วยงานที่มีหน้าที่ในการปรับใช้กฎหมายให้เหมาะสมและเข้ากับสถานการณ์ซึ่งในอนาคตจะต้องมีการเปลี่ยนแปลงไปจากปัจจุบัน เช่น หากปรากฏว่ามีการเล่นเสี่ยงโชคแบบใหม่จะเป็นผู้ประเมินว่าเป็นการพนันตามพระราชบัญญัติการพนันหรือไม่ หรือการตีความความหมายของรางวัลว่าเข้าข่ายการให้รางวัลตามกฎหมายหรือไม่ เป็นต้น ดังเช่น The Netherlands Gaming Authority (NGA) ของประเทศเนเธอร์แลนด์

แต่อย่างไรก็ดี สำหรับการพิจารณาออกใบอนุญาตการจัดให้มีการส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชค เห็นว่า “คณะกรรมการการพนัน” ยังคงมอบอำนาจให้เจ้าพนักงานผู้ออกใบอนุญาตฯ แต่เดิมเป็นผู้พิจารณาออกใบอนุญาตฯ ได้ เพราะเนื่องจากหากมีการแก้กฎหมายการพนัน โดยมีการกำหนดกรอบของการส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชค รวมถึงมีการออกกฎกระทรวงที่กำหนดรายละเอียดต่างๆ ที่ชัดเจน ไม่ว่าจะเป็นวิธีการขออนุญาต รางวัล

ค่าธรรมเนียม ฯลฯ ก็จะสามารถทำให้เจ้าพนักงานผู้ออกใบอนุญาตฯ ตามกฎหมายเดิมสามารถทำหน้าที่และใช้ดุลพินิจในการออกใบอนุญาตได้อย่างถูกต้องและเหมาะสมยิ่งขึ้น

สำหรับ “คณะกรรมการการพนัน” ควรจะประกอบไปด้วยผู้มีความรู้ ทักษะ และประสบการณ์ที่หลากหลายอันจะเป็นประโยชน์ต่อการกำกับและดูแลเกี่ยวกับการพนันและการเสี่ยงโชค ไม่ว่าจะเป็นทางด้านความมั่นคง ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคมและด้านเทคโนโลยี โดยกรรมการอาจมาจากตัวแทนของหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง อาทิเช่น ตัวแทนจากกระทรวงพาณิชย์ ตัวแทนจากกระทรวงกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ตัวแทนจากกระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ ตัวแทนจากสำนักงานคุ้มครองผู้บริโภค ตัวแทนจากสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) และตัวแทนจากภาคประชาสังคม เป็นต้น โดยให้กระทรวงมหาดไทยยังเป็นหน่วยงานรักษาการตามพระราชบัญญัติการพนัน

๗.๒.๒ ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการพิจารณาประเภทของสินค้าต้องห้ามไม่ให้มีการส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชค

เนื่องจากในปัจจุบันมีสินค้าบางประเภทที่หากผู้บริโภคได้บริโภคเข้าไปเป็นจำนวนมากอาจก่อให้เกิดปัญหาด้านสุขภาพแก่ประชาชน เช่น สินค้าประเภทสุรา บุหรี่ ยา หรือเครื่องดื่มที่มีคาเฟอีน เป็นต้น โดยหากอ้างอิงตามข้อมูลองค์การอนามัยโลก จะเห็นว่าสินค้าที่ประกอบด้วยน้ำตาล ยาสูบ แอลกอฮอล์ ไขมัน คาเฟอีน และผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนผสมของโซเดียมสูงล้วนเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อสุขภาพทั้งสิ้น ดังนั้นหากให้สินค้านี้ดังกล่าวจัดให้มีการส่งเสริมการขายโดยวิธีการเสี่ยงโชคได้ อาจเป็นเรื่องไม่เหมาะสมและส่งผลเสียต่อสุขภาพของประชาชนได้ จึงควรมีการออกกฎเกณฑ์ในการห้ามส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคสำหรับสินค้านี้เป็นการเฉพาะ

๗.๒.๓ ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการให้ความรู้กับเด็ก

เนื่องจากกลุ่มเด็กเป็นวัยที่ระบบความคิดและการตัดสินใจยังไม่ดีเท่าผู้ใหญ่ โดยเฉพาะในกลุ่มวัยรุ่นที่มักตัดสินใจโดยใช้อารมณ์มากกว่าเหตุผล ยิ่งในปัจจุบัน ที่การส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคของผู้ประกอบธุรกิจได้มีการจัดอย่างแพร่หลาย สามารถเข้าถึงกลุ่มเด็กและเยาวชนได้โดยตรง จึงทำให้กลุ่มเด็กอาจถูกชักจูงให้เสพติดการเสี่ยงโชคจากการส่งเสริมการขายได้โดยง่าย เพราะไม่ใช่สิ่งที่ผิดกฎหมาย ดังนั้น จึงควรมีการให้ความรู้กับกลุ่มเด็ก ไม่ให้ลุ่มหลงไปกับการเสี่ยงโชคจากการส่งเสริมการขายมากเกินไปจนอาจพัฒนาไปเป็นการเสพติดการพนันอื่นในอนาคตได้

๗.๒.๔ ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับหลักเกณฑ์การควบคุมการส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคทางไกล (remote gambling) และการเสี่ยงโชคออนไลน์ (online gambling)

เนื่องจากในปัจจุบันที่โลกกลายเป็นโลกดิจิทัล ซึ่งส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคมในหลายด้านอย่างรวดเร็วจากการพัฒนาทางเทคโนโลยี รวมถึงการเล่นการพนันที่มีการพัฒนารูปแบบไปสู่การพนันแบบทางไกล อันอาจรวมถึงการพนันผ่านทางวิทยุ โทรทัศน์ และโทรศัพท์ เป็นต้น และการพนันออนไลน์ ทำให้การพนันเสี่ยงโชคทำได้ง่ายขึ้น จึงมีการนำเอาลักษณะการเสี่ยงโชคทางไกล หรือการเสี่ยงโชคออนไลน์มาใช้ในการส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคด้วย ดังนั้น การออกหลักเกณฑ์เพื่อควบคุมเรื่องดังกล่าวให้มีความเหมาะสม จึงเป็นเรื่องที่จำเป็น โดยในต่างประเทศหลายๆประเทศก็ได้มีการออกกฎหมายมาเพื่อควบคุมเรื่องการเสี่ยงโชคทางไกล หรือการเสี่ยงโชคออนไลน์โดยเฉพาะแล้ว ดังนั้น ประเทศไทยจึงควรให้ความสำคัญกับการศึกษาเพื่อออกหลักเกณฑ์มาควบคุม และเป็นแนวปฏิบัติให้กับผู้ประกอบการธุรกิจในประเทศไทย ที่ต้องการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคด้วยเช่นกัน

บรรณานุกรม

เอกสารภาษาไทย

- ๑๐๐ พลัส เปิดโลกซ่า ล่าแสงเหนือที่ไอซ์แลนด์ [เว็บไซต์]. (ม.ป.ป.). สืบค้นจาก <https://www.100plusthailand.com/promotion/#/rule> (เข้าถึงเมื่อวันที่ ๑๗ พฤศจิกายน ๒๕๖๑).
- ๗-๑๑ พาลุ้นดูบอลโลกกับสิทธิ์แลกซื้อเซเว่น [เว็บไซต์]. (พฤษภาคม ๒๐๑๘). สืบค้นจาก <https://www.truemoney.com/a/7-eleven-bill/> (เข้าถึงเมื่อวันที่ ๒๓ พฤศจิกายน ๒๕๖๑).
- กระทรวงมหาดไทย สำนักงานสอบสวนและนิติการ. (ม.ป.ป.). คู่มือสำหรับประชาชน: การออกใบอนุญาตจัดให้มีการแถมพวงหรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชค โดยวิธีใด ๆ ในการประกอบกิจการค้า หรืออาชีพ. สืบค้นจาก <https://www.info.go.th/Guide/GenerateCitizenGuideFront/8332> (เข้าถึงเมื่อวันที่ ๑๖ ธันวาคม ๒๕๖๑).
- กิจกรรม NESCAFÉ Blend & Brew ชง เชียร์ มั่นส์ สนุกได้ ๒ ต่อ [เว็บไซต์]. (๓๑ พฤษภาคม ๒๕๖๑). สืบค้นจาก <https://bit.ly/2Guwwb7> (เข้าถึงเมื่อวันที่ ๑๗ พฤศจิกายน ๒๕๖๑).
- คอลัมน์ง่าย กระตุ้น ลุ้นถึ การตลาดชวนพนัน. (๒๕๕๙). *จุลสารทันเกม.ศูนย์ศึกษาปัญหาการพนัน*, ๕ (๑๕), หน้า ๘.
- โคโดโม ขวณไปตะลุยโลกล้านปี เยือนถิ่นไดโนเสาร์ [เว็บไซต์]. (ม.ป.ป.). สืบค้นจาก <https://bit.ly/2FugiKb>
- จักรกฤษณ์ รักจิต. (๒๕๕๙). *สถิติการขออนุญาตการจัดให้มีการแถมพวงและหรือรางวัลในการเสี่ยงโชคด้วยวิธีการใดๆ ในช่วงเดือนตุลาคม-ธันวาคม ๒๕๕๘ และมกราคม-กันยายน ๒๕๕๙*. รายงานการประชุมคณะทำงานวิชาการเพื่อการพัฒนาและติดตามมาตรการควบคุมการส่งเสริมการขายด้วยวิธีการเสี่ยงโชค ครั้งที่ ๒/๒๕๕๙ มุณินิสาธารณสุขแห่งชาติ.
- จับรางวัลแล้วโชค "ข้าวสด" ยูโร แอร์สาวได้ทอง ๑ ล้าน หม่อมราชวงศ์วิชวัก [เว็บไซต์]. (๓๐ กรกฎาคม ๒๕๕๙). *ข้าวสด*. สืบค้นจาก https://www.khaosod.co.th/view_newsonline.php?newsid=1469846072 (เข้าถึงเมื่อวันที่ ๑๗ พฤศจิกายน ๒๕๖๑).
- 'แจก ๓๒ ล้าน' ทายผลบอลโลก [เว็บไซต์]. (๒๔ พฤษภาคม ๒๕๖๑). *ไทยรัฐ*. สืบค้นจาก <https://www.thairath.co.th/content/1289954> (เข้าถึงเมื่อวันที่ ๑๘ พฤศจิกายน ๒๕๖๑).

ชวนแฟนบอลร่วมสนุกพร้อมชิงโชคใน “ข่าวสด-มติชน บอลโลก ๒๐๑๘” [เว็บไซต์]. (๓๑ พฤษภาคม ๒๕๖๑). มติชนสุดสัปดาห์. สืบค้นจาก https://www.matichonweekly.com/fifa-world-cup-2018/article_105266 (เข้าถึงเมื่อวันที่ ๑๗ พฤศจิกายน ๒๕๖๑).

โชคปั๊บ...ลุ้นรับ iphone รวมมูลค่า ๑.๐๑ ล้านบาท [เว็บไซต์]. (ม.ป.ป.). สืบค้นจาก <http://www.quickzabb.com/register/rules.html> (เข้าถึงเมื่อวันที่ ๑๗ พฤศจิกายน ๒๕๖๑).

โชคสุดฟินกับบิลิเมซอน [เว็บไซต์]. (ม.ป.ป.). สืบค้นจาก <https://bit.ly/2GudFgG> (เข้าถึงเมื่อวันที่ ๑๗ พฤศจิกายน ๒๕๖๑).

ณัฐกร ศิริผ่องแผ้ว. (๒๕๕๗). มาตรการทางกฎหมายในการควบคุมการเล่นการพนัน ตามพระราชบัญญัติการพนัน พุทธศักราช ๒๔๗๘. นิติศาสตร์มหาบัณฑิต คณะนิติศาสตร์ปริติพนมยงค์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

คูมิลค์โชค ๒ ชั้น ลุ้นจักรยานยนต์ ซูซูกิ แสมช [เว็บไซต์]. (ม.ป.ป.). สืบค้นจาก <https://www.dumex.co.th/BrandUpdate/Pages/Promotion/dumilk-motorcycle-campaign.aspx> (เข้าถึงเมื่อวันที่ ๒๔ พฤศจิกายน ๒๕๖๑).

ไทยรัฐออนไลน์. (๒๕ ตุลาคม ๒๕๕๔). มท.ผุด กม.ใหม่ สกัดเล่ห์พ่อค้าอัดเสียงโชคมอมเมา. สืบค้นจาก <https://www.thairath.co.th/content/2๑๑672> (เข้าถึงเมื่อวันที่ ๑๖ ธันวาคม ๒๕๖๑).

ธาม เชื้อสถาปนศิริ. (๒๕๕๕). รายงานศึกษาฉบับสมบูรณ์ ข้อเสนอเชิงนโยบายเพื่อป้องกัน/ควบคุมการพนันด้วยการส่งข้อความสั้นเสี่ยงโชค SMS. ศูนย์ข้อมูลนโยบายสาธารณะการลดปัญหาจากการพนัน มูลนิธิสาธารณสุขแห่งชาติ, กรุงเทพฯ.

นนุช จินดารัตนาภรณ์ และคณะ. (๒๕๖๑). สมุดปกขาว (White Paper) สถานการณ์และมาตรการควบคุมการส่งเสริมการขายด้วยวิธีการเสี่ยงโชคในผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อสุขภาพของเด็กและเยาวชนไทย. นนทบุรี: สหมิตรพรินติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.

นันทวัฒน์ บรมานันท์. (๒๕๕๔). รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ โครงการวิจัย กฎหมายเกี่ยวกับการพนันในประเทศไทย. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.). http://www.gamblingstudy-th.org/imgadmins/research_file/gambling_research_file-2012-03-23_14-18-38.pdf (เข้าถึงเมื่อวันที่ ๒๓ พฤศจิกายน ๒๕๖๑).

บริษัท เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ กรุ๊ป จำกัด. (ม.ป.ป.). Amazing Green Route Green Movie Movication Season 3 ตัวหนังพาเที่ยวไทย [เว็บไซต์]. สืบค้นจาก <http://www.majorcineplex.com/news/moviecation-3-amazing-green-route-green-movie> (เข้าถึงเมื่อวันที่ ๒๔ พฤศจิกายน ๒๕๖๑).

บัตรเครดิตวีซ่า รับเทศกาลฟุตบอลโลก ๒๐๑๘ ลุ้นรางวัลรวม ๕ ล้านบาท พาเชียร์ถึงขอบสนาม
รัสเซีย [เว็บไซต์]. (๑๐ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๑). สืบค้นจาก <https://goo.gl/6k8z7F> (เข้าถึงเมื่อ
วันที่ ๑๘ พฤศจิกายน ๒๕๖๑).

Big Cola ครอบครัวยักษ์ สดชื่น ลุ้นโชคยกบ้าน [เว็บไซต์]. (๑๕ มีนาคม ๒๕๖๑). สืบค้นจาก
<https://bit.ly/2sZp0ww> (เข้าถึงเมื่อวันที่ ๑๘ พฤศจิกายน ๒๕๖๑).

ประวัติ สคบ [เว็บไซต์]. (ม.ป.ป.). สืบค้นจาก http://www.ocpb.go.th/ewt_news.php?nid=7
(เข้าถึงเมื่อวันที่ ๒๓ พฤศจิกายน ๒๕๖๑).

ไพศาล ลิ้มสถิตย์. (๒๕๕๙). รายงานศึกษาฉบับสมบูรณ์โครงการปฏิบัติงานวิชาการ “การวิเคราะห์
กฎหมายเกี่ยวกับการส่งเสริมการขายด้วยวิธีการเสี่ยงโชค. โครงการขับเคลื่อนสังคมและ
นโยบายสาธารณะเพื่อลดผลกระทบจากการพนัน สำนักงานกองทุนสนับสนุนการเสริมสร้าง
สุขภาพ (สสส), กรุงเทพฯ.

รัสริน. (๑๙ กรกฎาคม ๒๕๖๐). “เป๊ปซี่ชวนซ่า ล่ารถในฝัน” แจกสนั่น ๖๐ วัน ๖,๐๐๐ รางวัล ยิ่ง
กว่าครึ่งไหนๆ [เว็บไซต์]. สืบค้นจาก <https://www.brandbuffet.in.th/2017/07/pepsi-lucky-draw-for-q3-2017/> (เข้าถึงเมื่อวันที่ ๒๔ พฤศจิกายน ๒๕๖๑).

รายชื่อผู้โชคดีกิจกรรมทายผลฟุตบอลยูโร ๒๐๑๖ ประกาศรายชื่อผู้โชคดีจากกิจกรรมทายผลฟุตบอล
ยูโร ๒๐๑๖ “ลุ้นแชมป์ยูโร ๒๐๑๖ ลุ้นโชคกับเดลินิวส์” [เว็บไซต์]. (๑๖ กรกฎาคม ๒๕๕๙).
เดลินิวส์. สืบค้นจาก <https://www.dailynews.co.th/sports/509320> (เข้าถึงเมื่อวันที่
๑๘ พฤศจิกายน ๒๕๖๑).

ลุ้น ๑ ใน ๖๔ ล้าน คว่า ๑๐ ล. ทายบอลยูโร [เว็บไซต์]. (๒๓ กรกฎาคม ๒๕๕๙). ไทยรัฐ. สืบค้นจาก
<https://www.thairath.co.th/content/670464> (เข้าถึงเมื่อวันที่ ๑๘ พฤศจิกายน
๒๕๖๑).

“ลุ้นแชมป์บอลโลก ๒๐๑๘ ลุ้นโชคกับเดลินิวส์” [เว็บไซต์]. (๒๔ พฤษภาคม ๒๕๖๑). เดลินิวส์. สืบค้น
จาก <https://www.dailynews.co.th/sports/645036> (เข้าถึงเมื่อวันที่ ๒๔ พฤศจิกายน
๒๕๖๑).

ลุ้นเที่ยวรัสเซีย เชียร์ ๒๐๑๘ FIFA World Cup กับบัตรเครดิตวีซ่าธนาคารกรุงเทพ [เว็บไซต์]. (๑๐
เมษายน ๒๕๖๑). สืบค้นจาก <https://bit.ly/2TTV7JN> (เข้าถึงเมื่อวันที่ ๒๔ พฤศจิกายน
๒๕๖๑).

ลุ้นบินลัดฟ้าชมฟุตบอลโลก ๒๐๑๘ FIFA World Cup Russia™ รอบชิงชนะเลิศที่มอสโก [เว็บไซต์].
(ม.ป.ป.). สืบค้นจาก https://www.visa.co.th/th_TH/pay-with-visa/visa-offers-and-perks/7-eleven-fifa.html (เข้าถึงเมื่อวันที่ ๒๔ พฤศจิกายน ๒๕๖๑).

ลุ้นบินหรรดูบอลโลก 7-11 [เว็บไซต์]. (๒๕๖๑). สืบค้นจาก <http://www.maneedee.com> (เข้าถึง
เมื่อวันที่ ๒๓ พฤศจิกายน ๒๕๖๑).

"โลแลน เฮด ออฟ" จับแจก " Sthaporn"เฮงดูบอลโลก ๒๐๑๘ [เว็บไซต์]. (๒๐ เมษายน ๒๕๖๑).
สืบค้นจาก <http://www.siamsport.co.th/other/other/view/64840> (เข้าถึงเมื่อวันที่ ๒๔ พฤศจิกายน ๒๕๖๑).

World Soccer'๑๘ ซ้อป เซียร์ ลุ้นโชค ลุ้นรับรางวัลมูลค่ากว่า ๑.๔ ล้านบาท [เว็บไซต์]. (๙ พฤษภาคม ๒๕๖๑). สืบค้นจาก <http://www.supersports.co.th/store/world-soccer-2018/> (เข้าถึงเมื่อวันที่ ๒๔ พฤศจิกายน ๒๕๖๑).

ศรัณยพงศ์ เทียงธรรม. (๒๕๕๗). ทศนคติและพฤติกรรมความเสี่ยงโชคการตลาดของผู้บริโภคที่มีอายุ ๒๕ ปีขึ้นไป. *มาร์เก็ตเรียร์*, ๑๖(๑๑๗).

ศรัณยพงศ์ เทียงธรรม. (๒๕๕๘). *แนวทางการกำกับการส่งเสริมการขายด้วยวิธีการเสี่ยงโชค*. สำนักสนับสนุนงานวิจัยและงานสร้างสรรค์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ.

สปอนเซอร์“มีเหื่อ ลุ้นล้าน”. (๒๗ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๑) [เว็บไซต์]. สืบค้นจาก <https://bit.ly/2Guwslp> (เข้าถึงเมื่อวันที่ ๑๗ พฤศจิกายน ๒๕๖๑).

สัมภาษณ์ บัญชา อินทวิเศษ, เจ้าพนักงานปกครองชำนาญการพิเศษ กรมการปกครองปกครอง กระทรวงมหาดไทย, สัมภาษณ์, สำนักงานสอบสวนและนิติการ กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย, ๙ ตุลาคม ๒๕๖๑.

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส) และมูลนิธิสาธารณสุขแห่งชาติ ศูนย์ข้อมูลนโยบายสาธารณะการลดปัญหาจากการพนัน. (ม.ป.ป.). *สถานการณ์และข้อเสนอแนะ มาตรการควบคุม การให้รางวัลโดยการเสี่ยงโชค* [แผ่นพับ]. กรุงเทพฯ: ศูนย์ข้อมูลนโยบายสาธารณะการลดปัญหาจากการพนัน มูลนิธิสาธารณสุขแห่งชาติ.

สุกฤษฎี อัครวงศ์วิศ. (๒๕๕๓). *มาตรการควบคุมการเสี่ยงโชคในทางการค้าหรืออาชีพ: ศึกษากรณี การจัดทำให้มีการเกมพนหรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชคโดยวิธีใดๆ ในการประกอบกิจการค้า หรืออาชีพตามกฎหมายว่าด้วยการพนัน*. (ผู้บริหารกระบวนกรยุติธรรมระดับสูง), วิทยาลัย การยุติธรรม สำนักงานศาลยุติธรรม, กรุงเทพฯ.

สุชาร์ตน์ คำภีรานนท์. (๒๕๕๘). การควบคุมธุรกิจการพนันในประเทศไทย: ศึกษาเฉพาะกรณีธุรกิจ การพนันออนไลน์. *วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร*, ๖(๑). หน้า ๒๓๓. <https://tcn-thaijo.org/index.php/AJPU/article/download/54491/45245/> (เข้าถึง เมื่อวันที่ ๑๒ พฤศจิกายน ๒๕๖๑).

สุริเณทร์ ศรีสังข์. (๒๕๖๑). ปัญหาทางกฎหมายของหนังสือกำหนดแนวทางปฏิบัติราชการ. *วารสาร บัณฑิตศึกษานิติศาสตร์*, ๓(๑๑), ๖๐๗-๖๐๘.

องอาจ ปทะวานิช. (๒๕๔๙). *การส่งเสริมการขาย = Sales promotion*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

เอส โคล่า เสิร์ฟโชคทุกมือให้ทุกวันสุดขีด [เว็บไซต์]. (ม.ป.ป.). สืบค้นจาก <https://www.estcolathai.com/promotion/#/> (เข้าถึงเมื่อวันที่ ๑๘ พฤศจิกายน ๒๕๖๑).

เอ็สเอ็มเอส “เสียงโชค...!!!ภัยร้ายไหมใกล้ตัวเด็ก (๑๙ กรกฎาคม ๒๕๕๔). เดลินิวส์.

โอกาสเชียร์ FIFA World Cup ที่รัสเซีย อยู่ไม่ไกล...ยิ่งรุดยิ่งใกล้ เติมเต็มความฝันในทุก ๑,๐๐๐ บาท [เว็บไซต์]. (ม.ป.ป.). สืบค้นจาก <http://kbankcard.askkbank.com/TH/E-Newsletter/Pages/FIFAWinner61.aspx> (เข้าถึงเมื่อวันที่ ๑๘ พฤศจิกายน ๒๕๖๑).

กฎหมายไทย

กฎกระทรวงฉบับที่ ๑๗ (พ.ศ. ๒๕๐๓) ออกตามความในพระราชบัญญัติการพนัน พุทธศักราช ๒๔๗๘
ราชกิจจานุเบกษา เล่ม ๗๗/ตอนที่ ๖๖/หน้า ๕๕๑/๙ สิงหาคม ๒๕๐๓

แก้ไขเพิ่มเติมโดยกฎกระทรวง ฉบับที่ ๕ (พ.ศ. ๒๕๓๔) ออกตามความในพระราชบัญญัติคุ้มครอง
ผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒

แก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับที่ ๒) พ.ศ. ๒๕๔๑

คอลัมน์บันทึกหลักการและเหตุผลประกอบร่างพระราชบัญญัติการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชค พ.ศ....

คำพิพากษาศาลฎีกาที่ ๑๐๒๐/๒๔๗๓, คำพิพากษาศาลฎีกาที่ ๔๕๓-๔๖๐/๒๕๐๑.

คำพิพากษาศาลฎีกาที่ ๑๐๒๐/๒๔๗๓. ธรรมสาร, หน้า. ๗๐๖-๗๐๘

พระราชบัญญัติการพนัน พ.ศ. ๒๔๗๘

พระราชบัญญัติคุ้มครองเด็ก พ.ศ. ๒๕๔๖

ร่างพระราชบัญญัติการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชค พ.ศ.....

ราชกิจจานุเบกษา เล่ม ๕๒ /-/หน้า ๑๙๗๘/๑ กุมภาพันธ์ ๒๔๗๘

ราชกิจจานุเบกษา/เล่มที่๗๗/ตอนที่๖๕/หน้า๑๒๘๗/๒๒ เมษายน พ.ศ. ๒๕๒๓

หนังสือกระทรวงมหาดไทย ด่วนที่สุด ที่ มท ๐๓๐๗.๒/ว ๑๖๕๑ ลงวันที่ ๓๑ พฤษภาคม ๒๕๔๘

หนังสือกระทรวงมหาดไทย ที่ มท ๐๓๐๗.๒/ว ๒๓๘๔ ลงวันที่ ๒๘ กรกฎาคม ๒๕๔๘

หนังสือกระทรวงมหาดไทย ที่ มท ๐๓๐๗.๔/ว๗๔๗๐ ลงวันที่ ๑๕ ธันวาคม ๒๕๔๘ เรื่อง การ
อนุญาตให้มีการเล่นเกมพนหรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชคโดยวิธีการใดๆ ในการประกอบ
กิจการค้าหรืออาชีพ

หนังสือกระทรวงมหาดไทย ที่ มท ๐๓๐๗.๔/ว ๗๔๘ ลงวันที่ ๕ มีนาคม ๒๕๕๑

หนังสือตอบข้อหารือการจัดให้มีการเล่นเกมหรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชค (หนังสือสำนักงานการสอบสวน
และนิติการ ที่ มท. ๐๓๐๗.๔/๖๓๖ ลงวันที่ ๒๙ ธันวาคม ๒๕๕๘)

หนังสือมหาไถไทยที่ มท๐๓๐๗๒/ว ๗๖ ลงวันที่ ๙ มกราคม ๒๕๕๐ เรื่อง ผ่อนผันการอนุญาตจัดให้มี
การเล่นเกมหรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชคฯ โดยยกเว้นหลักเกณฑ์

หมายเหตุท้ายกฎกระทรวงฉบับที่ ๒๐ (พ.ศ. ๒๕๔๐) ราชกิจจานุเบกษา เล่ม ๙๘/ตอนที่ ๑๗๐/ฉบับ
พิเศษ หน้า ๒๒/๑๔ ตุลาคม ๒๕๒๔

หมายเหตุท้ายกฎกระทรวงฉบับที่ ๔๔ (พ.ศ. ๒๕๔๘) ออกตามความในพระราชบัญญัติการพนัน
พุทธศักราช ๒๔๗๘ ราชกิจจานุเบกษา เล่ม ๑๒๒/ตอนที่๑๑๔ ก/หน้า ๑/๒ ธันวาคม.๒๕๔๘

หลักการของร่างพระราชบัญญัติการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชค พ.ศ. ที่กระทรวงมหาดไทยเสนอ

เอกสารภาษาต่างประเทศ

A study by the Netherlands Gaming Authority has shown: Certain loot boxes
contravene gaming laws [Blog Post]. (n.d.). Retrieved from
https://kansspelautoriteit.nl/publish/library/6/press_release_loot_boxes_19_april_2018_-_en.pdf p. 2 (accessed 8 November 2018).

Advertising Standards Authority of Singapore. (n.d.). ASAS Advisory on Gambling
Advertisements and Promotions [Blog Post]. Retrieved from
https://asas.org.sg/LinkClick.aspx?fileticket=g_WlcGssJMw%3D&portalid=0
(accessed 29 November 2018).

----- (n.d.). Code for Advertising and Promotion of Alcohol [Blog Post]. Retrieved
from <https://www.asa.co.nz/codes/codes/code-for-advertising-and-promotion-of-alcohol/> (accessed 29 November 2018).

----- (n.d.). Code for Advertising Food [Blog Post]. Retrieved from
<https://www.asa.co.nz/codes/codes/code-for-advertising-food/> (accessed 29
November 2018).

----- (n.d.). Code for Advertising Gaming and Gambling [Blog Post]. Retrieved from
<https://www.asa.co.nz/codes/codes/code-for-advertising-gaming-and-gambling-archive/> (accessed 29 November 2018).

----- (n.d.). Codes [Blog Post]. Retrieved from <http://www.asa.co.nz/codes/> (accessed
29 November 2018).

Australian Business License and Information Service (ABLIS). (n.d.). Permit to Conduct a Trade Promotion Lottery - New South Wales. Retrieved from <https://ablis.business.gov.au/service/nsw/permit-to-conduct-a-trade-promotion-lottery/16683> (accessed 7 September 2018).

Australian Consumer Law. (2016). *Avoiding unfair business practices: A guide for business and legal practitioners*. In. Retrieved from <https://www.accc.gov.au/system/files/Avoiding%20unfair%20business%20practices.pdf> p. 13. (accessed 22 September 2018).

Australian Government, & Australian Consumer Law. (2013). *The Australian consumer law: A framework overview*. In. Retrieved from http://consumerlaw.gov.au/files/2015/06/ACL_framework_overview.pdf (accessed 14 October 2018)

Australian Institute for Gambling Research. (1999). *Australian gambling comparative history and analysis*. Melbourne: Cahampion Press.

Blattberg, R. C., & Neslin, S. A. (1990). *Sales promotion: concepts, methods, and strategies*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.

Carl, R. (2017). *The gambling law review* (2nd ed.). London: Law Business Research.

Chiou, B., & Wang, K. (2016). *Promoting medical products globally: Handbook of pharma and medtech compliance Taiwan*. In. Retrieved from https://www.bakermckenzie.com/-/media/files/insight/publications/2016/01/promoting-medical-devices-globally/pmpg_taiwan.pdf?la=en (accessed 16 March 2018).

City of Sydney: Australia's system of government [Blog Post]. Retrieved from <https://www.cityofsydney.nsw.gov.au/community-languages/english/about-the-city-of-sydney/australias-system-of-government> (accessed 2 August 2018).

Clinch, M. (2011). Sweepstakes and promotions in Taiwan: FAQ. Retrieved from <https://www.eiger.law/wp-content/uploads/2016/10/Sweepstakes-and-Promotions-in-Taiwan-FAQ.pdf> (accessed 16 March 2018).

Commerce Commission New Zealand. (2017). Running competitions and promotions [Blog Post]. Retrieved from <https://comcom.govt.nz/business/dealing-with-typical-situations/running-competitions-and-promotions> (accessed 20 November 2018).

Contests and prize promotions laws in the Netherlands [Blog Post]. (n.d.). Retrieved from <https://platform.globig.co/knowledgebase/NL/netherlands-go-to-market/contest-prize-promotion-law-netherlands> (accessed 16 December 2018).

De Kansspelautoriteit. (n.d.). The Netherlands Gambling Authority [Blog Post]. Retrieved from <https://kansspelautoriteit.nl/english/> (accessed 16 December 2018).

Department of Finance Services and Innovation (DFSI). (2017). *Annual report 2016-2017*. Retrieved from http://www.valuergeneral.nsw.gov.au/__data/assets/pdf_file/0015/220362/2016-2017_DFSI_annual_report.pdf (accessed 17 September 2018).

Department of Internal Affairs. (2013). Gambling Fact Sheet #1 Gambling Regulation in New Zealand. Retrieved from [https://www.dia.govt.nz/diawebsite.nsf/Files/GamblingFactSheets-Feb2013/\\$file/FactSheet1-Feb2013.pdf](https://www.dia.govt.nz/diawebsite.nsf/Files/GamblingFactSheets-Feb2013/$file/FactSheet1-Feb2013.pdf) p. 1. (accessed 22 September 2018).

Dutch Advertising Code Authority. (2016). *The Dutch Advertising Code*. Retrieved from <https://www.reclamecode.nl/> p. 37. (accessed 8 November 2018).

Dutch National State Lottery [Blog Post]. (n.d.). Retrieved from <https://loterij.online/dutch-national-state-lottery/> (accessed 16 December 2018).

Fair Trade Commission [Blog Post]. (n.d.). Retrieved from www.ftc.gov.tw (accessed 16 December 2018).

----- (2013). FTC Newsletter No. 053 [Blog Post]. Retrieved from <http://www.apeccp.org.tw/htdocs/doc/Taipei/Announce/ftcnews053.pdf>. (accessed 16 December 2018).

----- (n.d.). FAQ. Fair Trade Commission [Blog Post]. Retrieved from <https://www.ftc.gov.tw/internet/english/doc/docDetail.aspx?uid=1448&docid=14482> (accessed 16 December 2018).

----- (n.d.). Features. Retrieved from <https://www.ftc.gov.tw/internet/english/doc/docDetail.aspx?uid=199&docid=12194> (accessed 16 December 2018).

----- (n.d.). What is the purpose for the enactment of the “Regulations Governing the Amount of Gifts and Prizes Offered by Businesses” ? [Blog Post]. Retrieved

from <https://www.ftc.gov.tw/internet/english/doc/docDetail.aspx?uid=1448&docid=14481> (accessed 16 March 2018).

Federal Trade Commission. (2018). FTC organization chart. Retrieved from https://www.ftc.gov/system/files/attachments/about-ftc/orgchart_ftc_feb_7_2019.pdf (accessed 16 December 2018).

----- (2018). Top Products or Services for Econsumer.gov Complaints [Blog Post]. Retrieved from <https://www.econsumer.gov/en/FileAComplaint#crnt> (accessed 16 December 2018).

Gaming Authority. (2017). *Annual report 2017 Supervision & enforcement in the framework of the Betting and Gaming Act* Retrieved from https://kansspelautoriteit.nl/publish/library/6/jaarverslag_2017_eng.pdf pp. 27-28. (accessed 16 December 2018).

General, N. A. (2004). Tylenol Manufacturer To Amend Sweepstakes Ads [Blog Post]. Retrieved from <https://ag.ny.gov/press-release/tylenol-manufacturer-amend-sweepstakes-ads> (accessed 16 December 2018).

Gilbert, D. C., & Jackaria, N. (2002). The efficacy of sales promotions in UK supermarkets: a consumer view. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 30(6), 315-322. doi:doi:10.1108/09590550210429522 (accessed 12 November 2018).

GLT Team. (2018). Taiwan Receipt Lottery [Blog Post]. Retrieved from <https://www.goodlifetaipei.com/taiwan-receipt-lottery/> (accessed 16 March 2018).

Government of the Netherlands. (n.d.). Changes in the policy on gambling [Blog Post]. Retrieved from <https://www.government.nl/topics/games-of-chance/modernising-gambling-policy> (accessed 16 December 2018).

----- (n.d.). Rules for games of chance [Blog Post]. Retrieved from <https://www.government.nl/topics/games-of-chance/rules-for-games-of-chance> (accessed 16 December 2018).

Grauschopf, S. (n.d.). Contests, Sweepstakes, and Lotteries: What You Need to Know [Blog Post]. Retrieved from <https://www.thebalanceeveryday.com/guide-to-contests-sweepstakes-and-lotteries896872> (accessed 16 December 2018).

Guide on assessing games of chance: A guide to determine whether a game falls under the supervision of the Netherlands Gaming Authority. (n.d.). Retrieved from https://www.lawofthelevel.com/wp-content/uploads/sites/187/2018/04/guide_on_assessing_games_of_chance.pdf (accessed 16 December 2018).

Harrison, S. (2018). Update: NSW Competition licences and permits changes. Retrieved from <https://origamiglobe.com/update-nsw-competition-licences-permits/> (accessed 7 September 2018).

Haugh, L. J. (February 14, 1983). Defining and Redefining, *Advertising Age*. p. M44

Internal Affairs. (2013). Gambling Fact Sheet #9 Sales Promotion Schemes. Retrieved from [https://www.dia.govt.nz/diawebsite.nsf/Files/GamblingFactSheets-Feb2013/\\$file/FactSheet9-Feb2013.pdf](https://www.dia.govt.nz/diawebsite.nsf/Files/GamblingFactSheets-Feb2013/$file/FactSheet9-Feb2013.pdf) (accessed 1 August 2018).

Jarrold, T. (2017). *Gambling Law*. Wellington: Thomson Reuters.

Jones, C. (2011). How To Do a Promotional Lottery [Blog Post]. Retrieved from <https://patch.com/california/lajolla/bp--how-to-do-a-promotional-lottery-without-breaking-the-law> (accessed 16 December 2018).

Kazmi, S. H. H., & Batra, S. K. (2008). *Advertising & sales promotion* (3rd ed.). New Delhi: Excel Books.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Boston: Pearson.

Lam, A. (2014). Sun Hung Kai wants big returns on World Cup investment [Blog Post]. Retrieved from <https://www.marketing-interactive.com/sun-hung-kai-wants-big-returns-on-world-cup-investment/> (accessed 22 September 2018).

Lau, C. (2018). Hong Kong lottery winner fails in legal bid over claiming of prize [Blog Post]. Retrieved from <https://www.scmp.com/news/hong-kong/law-crime/article/2007700/hong-kong-lottery-winner-fails-legal-bid-over-claiming> (accessed 22 September 2018).

Law Business Research. (2018). *The Gambling Law Review*. In. Retrieved from https://thelawreviews.co.uk/digital_assets/cd9c6d85-7daf-42db-81cf-341f49461941/The-Gambling-Law-Review---Edition-3.pdf (accessed 16 December 2018).

Littler, A., Katz, K., & Attorneys, F. (2016). Gaming in The Netherlands: overview [Blog Post]. Retrieved from <https://uk.practicallaw.thomsonreuters.com/6-636->

7443?transitionType=Default&contextData=(sc.Default)&firstPage=true&comp=pluk&bhcp=1 (accessed 16 December 2018).

Lo, C.-f. (2006). *The legal culture and system of Taiwan*. Alphen aan den Rijn: Kluwer law international.

Lord, T. H., & Miller, L. C. (n.d.). Playing the Game by the Rules: A Practical Guide to Sweepstakes and Contest Promotions [Blog Post]. Retrieved from <https://www.kilpatricktownsend.com/~media/Files/articles/TLordLMillerFranciseLawJournal09.ashx> (accessed 16 December 2018).

Meijburg & Co, Tax Lawyers. (2015). Gambling in the Netherlands: An online market waiting to become regulated [Blog Post]. Retrieved from <https://meijburg.nl/uploads/factsheets/kansspelbelasting/gambling-in-the-netherlands.pdf> (accessed 16 December 2018).

Meijer, H., Rowen, H. H., Heslinga, M. W., & Wintle, M. J. (n.d.). Netherlands [Blog Post]. Retrieved from <https://www.britannica.com/place/Netherlands> (accessed 16 December 2018).

MetaBlocks. (2015). International Sweepstakes [Blog Post]. Retrieved from <http://www.metablocks.com/2015/11/international-sweepstakes/> (accessed 16 December 2018).

Mullin, R. (2010). *Sales promotion: how to create, implement & integrate campaigns that really work* (5th ed.). London: Kogan Page.

Netherlands Enterprise Agency. (n.d.). Games of chance [Blog Post]. Retrieved from <https://business.gov.nl/regulation/games-chance/> (accessed 16 December 2018).

Notes Accompanying. (2014). *Code Of Conduct For Promotional Games Of Chance 2014*, 6. Retrieved from https://kansspelautoriteit.nl/publish/library/6/code_of_conduct_for_promotional_games_of_chance_2014_1.pdf (accessed 16 December 2018).

NSW Government. (2018). Trade Promotion Lottery Permit. Retrieved from https://mosmanclub.com.au/wp-content/uploads/2015/08/LTPS-18-25574_1-34XOXI5.pdf (accessed 9 August 2018).

NSW Government. Justice Sentencing Council. (n.d.). NSW Justice Sentencing Council: About sentencing. Retrieved from

<http://www.sentencingcouncil.justice.nsw.gov.au/Pages/Sentencing/penalties.aspx> (accessed 8 September 2018).

Office of the Licensing Authority. Home Affairs Department. (2009). Office of the Licensing Authority: Organization [Blog Post]. Retrieved from <https://www.hadla.gov.hk/en/aboutus/organization.html> (accessed 22 September 2018).

----- (2012). Entertainment Licensing [Blog Post]. Retrieved from <https://www.hadla.gov.hk/el/en/faq/faqcontent.html> (accessed 22 September 2018).

----- (2012). Fees and charges [Blog Post]. Retrieved from <https://www.hadla.gov.hk/el/en/fees/index.html> (accessed 22 September 2018).

----- (2018). Trade Promotion Competition Licence Application Forms and Guide for Applicants. Retrieved from https://www.hadla.gov.hk/el/filemanager/common/docs/forms/TPC_Application_Forms_Guide_eng.pdf (accessed 22 September 2018).

Orta Recens Quam Pura Nites. (n.d.). *Report of the national competition policy review of the lotteries and art unions act*. Retrieved from <http://ncp.ncc.gov.au/docs/NSW%20Lotteries%20%26%20Art%20Unions%20Act%201901.pdf> (accessed 13 November 2018).

Peter, J. P., & Olson, J. C. (2008). *Consumer behavior and marketing strategy* (8th ed.). Boston: McGraw-hill.

Prize promotions and competitions in Singapore [Blog Post]. (n.d.). Retrieved from <https://platform.globig.co/knowledgebase/SG/how-to-marketing-for-singapore/prize-promotions-and-competitions-in-singapore> (accessed 29 November 2018).

กฎหมายต่างประเทศ

Betting Act (Chapter 21) Section 2A

Betting and Gaming Act

Betting and Sweepstake Duties Act Section 3 Duty on betting and sweepstakes

Certificate of exemption

Conditions of exemption

Preamble, Code of Conduct for Promotional Game of Chance 2014.

Private Lotteries

Remote Gambling 2014

The Fair Trading Act 1986

The Gambling Act 2003

The Gambling Ordinance (Cap. 148)

The Gambling Regulation Act 2003

The Gambling Regulations 2015

The Licensing and Registration (Uniform Procedures) Act 2002

The Lotteries and Art Unions Act 1901 No.34

The Lotteries and Art Unions Regulation 2014

The Lotteries and Art Unions Regulation 2014

The Trade Promotion Lottery Permit Conditions 2018

The Unlawful Gambling Act 1998 No. 113

The Victorian Commission for Gambling and Liquor Regulation Act 2011

ภาคผนวก

ภาคผนวก ๑

ข้อเสนอแนะจากการประชุมเพื่อรับฟังความคิดเห็นสาธารณะ (Public hearing) โครงการวิจัย
การศึกษากฎหมายเพื่อควบคุมการพนันแฝงจากการส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชค
ของผู้ประกอบธุรกิจ

วันอังคารที่ ๒๒ มกราคม ๒๕๖๒ และ วันพุธที่ ๒๓ มกราคม ๒๕๖๒
ณ ห้องพาโนรามา ๑ ชั้น ๑๔ โรงแรมดิเอ็มเมอรัลด์ ถนนรัชดาภิเษก

ผู้วิจัยโครงการวิจัยการศึกษากฎหมายเพื่อควบคุมการพนันแฝงจากการส่งเสริมการขายโดยการให้
รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคของผู้ประกอบธุรกิจ ได้จัดการประชุมเพื่อรับฟังความคิดเห็นสาธารณะ (Public
hearing) โดยจัดขึ้นเป็นเวลาสองวันในวันอังคารที่ ๒๒ มกราคม ๒๕๖๒ เวลา ๙.๐๐ น. – ๑๒.๐๐ น. สำหรับ
สำหรับผู้เข้าร่วมจากภาคธุรกิจ/เอกชน/ประชาชนทั่วไป และวันพุธที่ ๒๓ มกราคม ๒๕๖๒ เวลา ๙.๐๐ น. –
๑๒.๐๐ น. สำหรับผู้เข้าร่วมจากภาครัฐ/NGOs/นักวิชาการ/ประชาชนทั่วไป โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อนำความ
คิดเห็นและข้อเสนอแนะไปประกอบการจัดทำข้อเสนอแนะในรายงานวิจัยของโครงการต่อไป

ทั้งนี้ หลังจากที่คุณวิจัยได้นำเสนอผลการศึกษาวิจัย และข้อเสนอแนะในการจัดทำหลักเกณฑ์เพื่อ
ควบคุมการส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคของผู้ประกอบธุรกิจอย่างเหมาะสมแล้วนั้น
ผู้เข้าร่วมประชุมได้แสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะกันอย่างกว้างขวาง ซึ่งสรุปได้ดังนี้

เรื่องกฎหมาย

๑. เสนอให้มีการแก้พระราชบัญญัติการพนันให้ทันสมัยเนื่องจากฉบับปัจจุบันเก่ามากแล้ว
๒. ควรแยกกฎหมายการพนัน และกฎหมายการส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยง
โชคออกจากกัน เนื่องจากการส่งเสริมการขายเป็นเรื่องทางธุรกิจที่ต้องมีกฎหมายเกี่ยวกับการค้า
เข้ามาควบคุม ดังนั้น กฎหมายที่จะออกมาควบคุมให้การทำธุรกิจเกิดความเท่าเทียม จึงน่าจะเป็นคนละ
ส่วนกับเรื่องการพนัน

เรื่องการขอใบอนุญาต

๑. เสนอให้ยกเลิกกระบวนการขอใบอนุญาต เนื่องจากเป็นเรื่องที่ค่อนข้างล่าสมัยในสมัยปัจจุบัน
ทั้งยังเป็นภาระให้กับผู้ประกอบการในการต้องไปขอใบอนุญาต อีกทั้งการเปิดโอกาสให้เจ้าหน้าที่
สามารถใช้ดุลยพินิจได้ ซึ่งอาจเป็นการเปิดช่องให้มีการเลือกขอใบอนุญาตจากพื้นที่ที่ไม่เข้มงวดในการ

ออกใบอนุญาตได้ จึงควรยกเลิกกลไกในการขอใบอนุญาตเสีย แต่ให้มีการควบคุมโดยวิธีอื่น โดยต้องมีการควบคุมโดยกลไกสองส่วนคือ

- คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ซึ่งเป็นหน่วยงานที่มีอยู่แล้ว เช่น ให้ดูแลในเรื่องมูลค่าของของรางวัล หรือคุณภาพของของรางวัล
- ตัวผู้ประกอบการควรควบคุมกันเอง โดยการใช้กลไกของการแข่งขันทางการค้า ในเรื่องการใช้กลยุทธ์ในการโฆษณาการส่งเสริมการขายที่ไม่เป็นธรรม เพราะเป็นกฎหมายที่มีอยู่แล้ว ไม่จำเป็นต้องออกกฎหมายใหม่ เพราะกฎหมายในปัจจุบันมีจำนวนมากพอแล้ว

๒. ควรยกเลิกการขอใบอนุญาต แต่ต้องมีการควบคุมโดยคณะกรรมการควบคุม ที่ต้องประกอบไปด้วยฝ่ายปกครองและฝ่ายธุรกิจ เพื่อสร้างมาตรฐานที่ไม่ก่อให้เกิดความได้เปรียบทางการค้า

๓. เห็นด้วยกับการกำหนดหลักเกณฑ์ให้มีความชัดเจน และรัดกุมไว้ในกฎกระทรวง เพื่อลดการใช้ดุลยพินิจของเจ้าหน้าที่ในการอนุมัติ อนุญาต อันเป็นหลักการที่สอดคล้องกับรัฐธรรมนูญฉบับปัจจุบัน ที่พยายามจะลดการใช้ดุลยพินิจของเจ้าหน้าที่ที่อาจมีความแตกต่างกันในแต่ละท้องที่ ช่วยป้องกันการทุจริตของเจ้าหน้าที่ได้

๔. การขออนุญาตควรมีการแบ่งให้ชัดเจน ระหว่างระเบียบการขออนุญาตการจัดกิจกรรมฯ ในระดับจังหวัด กับระเบียบการขออนุญาตการจัดกิจกรรมฯ ในระดับประเทศ เพราะธุรกิจที่มีขนาดต่างกันในระดับท้องถิ่น หรือในระดับประเทศ น่าจะมีการทำกิจกรรมที่แตกต่างกัน เพื่อให้กฎหมายมีความเหมาะสมมากยิ่งขึ้น

เรื่องค่าธรรมเนียมการขอใบอนุญาต

๑. การกำหนดอัตราค่าธรรมเนียมการขอใบอนุญาต ควรมีการนำปัจจัยทั้งเรื่องมูลค่าของรางวัล และระยะเวลาในการขอใบอนุญาตมาเป็นเกณฑ์ในการกำหนดอัตราค่าธรรมเนียม

เรื่องของรางวัล

๑. การกำหนดกรอบมูลค่าของของรางวัลในการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชค หากกำหนดให้ไม่เกินร้อยละ 20 ของยอดขายในปีก่อน อาจส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการรายเล็ก ทำให้ไม่สามารถแข่งขันได้ เนื่องจากผู้ประกอบการรายใหญ่ย่อมมีความได้เปรียบมากกว่า ยิ่งผนวกกับกลยุทธ์การทุ่มตลาดของผู้ประกอบการรายใหญ่ อาจก่อให้เกิดการค้าที่ไม่เป็นธรรมได้ การกำหนดเกณฑ์ด้านกรอบมูลค่าของรางวัลจึงควรกำหนดให้เป็นจำนวนที่แน่นอนเพื่อให้มีความเท่าเทียมกัน

๒. ของรางวัลบางอย่างราคาอาจเปลี่ยนแปลงได้ เจ้าหน้าที่จึงมักกำหนดให้จำเป็นต้องมีสินค้า หรือของรางวัลอยู่แล้ว ณ เวลาที่ขออนุญาตจัดกิจกรรมฯ เพื่อให้ทราบราคาของรางวัลที่ผู้จัดกิจกรรมซื้อ

ที่ตรงกับราคาของรางวัลที่ประกาศในการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชค ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการคำนวณภาษี เพราะสามารถยึดเอาราคาที่แน่นอนดังกล่าวได้ แต่หากมีการเสนอให้ใช้หนังสือรับรองการซื้อโดยไม่มีตัวสินค้ามายืนยันอาจเกิดปัญหาได้

๓. ในบางกรณี ผู้จัดกิจกรรมอาจเสนอทางเลือกให้กับผู้ชนะรางวัลสามารถขายคืนของรางวัลให้กับผู้จัดกิจกรรมและรับเงินสดแทนของรางวัลเพื่อความสะดวก แต่ราคาขายคืนอาจเป็นราคาที่ต่ำกว่าราคาที่ผู้จัดกิจกรรมซื้อในตอนแรก จึงควรมีข้อห้ามในการขายคืนของรางวัลในลักษณะนี้เอาไว้ด้วย เนื่องจากการเอาเปรียบผู้บริโภค

๔. การกำหนดมูลค่ารางวัลสูงสุดของการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชค ไม่เกินรางวัลสูงสุดของสลากกินแบ่งรัฐบาล อาจส่งผลให้เกิดความไม่แน่นอนหากมีการเปลี่ยนแปลงจำนวนเงินรางวัลสูงสุดสลากกินแบ่งรัฐบาล ทำให้ต้องมีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าของรางวัลสูงสุดในการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคตามไปด้วย และหากประเทศไทยอนุญาตให้มีการเสี่ยงโชคสลากกินแบ่งแบบมีรางวัลแจ็คพ็อตด้วย จะทำการควบคุมเรื่องมูลค่าของรางวัลเป็นไปได้อย่างไร

๕. การกำหนดมูลค่าของรางวัล อาจมีการกำหนดให้สัมพันธ์กับราคาของสินค้าให้ไม่เกินกี่เท่าของราคาสินค้าก็ได้

๖. ควรมีกระบวนการไปตรวจสอบว่ามีการจับรางวัลกันอย่างไร เพื่อป้องกันการหลอกลวง

เรื่องความถี่และค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชค

๑. ควรมีการกำหนดไม่ให้มีการเสียค่าใช้จ่ายเพิ่มในการเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชค

๒. ไม่ควรจำกัดความถี่ในการจัดกิจกรรมฯ เพราะผู้ประกอบการธุรกิจอาจมีความจำเป็นต้องจัดกิจกรรมฯ ในหลากหลายภูมิภาค การจำกัดความถี่จึงอาจเป็นกำหนดหลักเกณฑ์ที่เข้มงวดกับผู้ประกอบการธุรกิจมากเกินไป

เรื่องภาษี

๑. ควรมีการเก็บภาษีจากผู้ประกอบการธุรกิจด้วย โดยคำนวณเฉพาะจากยอดขายที่กำลังจัดกิจกรรมฯ อยู่ว่าเพิ่มขึ้นเท่าไร เนื่องจากผู้ประกอบการธุรกิจควรเสียภาษีเพิ่มมากขึ้นจากการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคนั้น

๒. เสนอให้ผู้ที่ได้รับรางวัลไม่ต้องมีภาระด้านภาษี เนื่องจากบางคนอาจไม่มีความสามารถในการเสียภาษีได้

เรื่องการโฆษณา

๑. ควรกำหนดให้ต้องแสดงข้อความชัดเจนว่าได้รับการอนุญาตแล้ว เนื่องจากในปัจจุบันมีการจัดกิจกรรมฯโดยไม่ได้รับอนุญาต ดังนั้น ควรมีการกำหนดให้มีการแสดงเลขที่การให้ใบอนุญาตในการโฆษณาให้ชัดเจน เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภค

๒. ควรมีข้อกำหนดให้ผู้ประกอบการต้องให้ข้อมูลเรื่องโอกาสในการถูกรางวัล เพื่อประโยชน์ของผู้บริโภค

๓. ควรห้ามการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายที่มีลักษณะกระตุ้นเด็กให้เข้าร่วมอย่างชัดเจน

เรื่องหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

๑. เสนอให้มีการควบคุมโดยใช้ Regulator หรือคณะกรรมการลดผลกระทบต่างๆ

๒. ควรให้กระทรวงวัฒนธรรม หรือกระทรวงศึกษาธิการเข้ามาให้ความเห็นด้วย เพราะอาจจะเกี่ยวข้องในบางเรื่อง

เรื่องสินค้าหรือบริการที่ต้องการส่งเสริมการขาย

๑. ควรมีการจำกัดหมวดสินค้าเสพติดไม่ให้ทำการส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคด้วย เช่น เครื่องดื่มที่ห้ามดื่มเกินวันละสองขวด

๒. ควรห้ามสินค้าหรือบริการที่มีเด็กเป็นกลุ่มเป้าหมายไม่ให้ทำการส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชค

๓. ควรมีการแบ่งแยกสินค้าหรือบริการเป็นแบบปกติที่ไม่เข้าร่วมการเสี่ยงโชค และสินค้าที่เข้าร่วมการเสี่ยงโชค เพื่อให้ผู้บริโภคมีทางเลือกในการบริโภคสินค้าหรือบริการที่ไม่ได้ร่วมในการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลเสี่ยงโชค

ภาคผนวก ๒

หลักเกณฑ์และแนวปฏิบัติเกี่ยวกับการขออนุญาตการจัดให้มีการเล่นแถมพกหรือรางวัลด้วยการเสี่ยง
โชคโดยวิธีใดๆ ในการประกอบกิจการค้าหรืออาชีพ กระทรวงมหาดไทย

ที่ มท ๐๒๑๑/ว ๑๐๓๔



กระทรวงมหาดไทย

ถนนอัษฎางค์ กท ๑๐๒๐๐

๖ พฤษภาคม ๒๕๓๖

เรื่อง การอนุญาตให้จัดให้มีการเล่นเกมพนหรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชคโดยวิธีใดๆ ในการประกอบกิจการค้าหรืออาชีพ

เรียน อธิบดีกรมตำรวจ และผู้ว่าราชการจังหวัดทุกจังหวัด (เว้นกรุงเทพมหานคร)

อ้างถึง ๑. หนังสือกระทรวงมหาดไทย ที่ มท ๐๒๐๗/ว ๑๐๓๕ ลงวันที่ ๑๔ กันยายน ๒๕๓๐

๒. หนังสือกระทรวงมหาดไทย ที่ มท ๐๒๑๐/ว ๕๒๐ ลงวันที่ ๑ เมษายน ๒๕๓๔

ตามที่กระทรวงมหาดไทยได้กำหนดขอบเขตวิธีการเล่น และผู้มีสิทธิที่จะขออนุญาตจัดให้มีการเล่นเกมพนหรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชคโดยวิธีใดๆ ในการประกอบกิจการค้าหรืออาชีพตามมาตรา ๘ แห่งพระราชบัญญัติการพนัน พุทธศักราช ๒๔๗๘ ให้เจ้าพนักงานผู้ออกใบอนุญาตถือปฏิบัติ กับได้กำชับให้เจ้าพนักงานผู้ออกใบอนุญาตยึดถือระเบียบปฏิบัติเกี่ยวกับการอนุญาตให้มีการเล่นเกมพนหรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชคโดยวิธีใดๆ ในการประกอบกิจการค้าหรืออาชีพอย่างเคร่งครัด ความละเอียดแจ้งแล้ว นั้น

เนื่องจากยังมีบางจังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือได้อนุญาตให้ผู้ประกอบธุรกิจจัดให้มีการเล่นเกมพนหรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชคนอกเหนือจากวิธีการที่กระทรวงมหาดไทยกำหนดตามหนังสือกระทรวงมหาดไทย ที่ มท ๐๒๐๗/ว ๑๐๓๕ ลงวันที่ ๑๔ กันยายน ๒๕๓๐ ดังนั้น เพื่อคุ้มครองผู้บริโภคให้ได้รับความเป็นธรรม และประหยัดจากการซื้อสินค้าหรือบริการ และเพื่อป้องกันมิให้ผู้ประกอบธุรกิจกระทำการที่เป็นการเอารัดเอาเปรียบหรือหลอกลวงผู้บริโภค จึงให้กำชับเจ้าพนักงานผู้ออกใบอนุญาตตามกฎหมายว่าด้วยการพนันยึดถือหลักเกณฑ์ ระเบียบปฏิบัติเกี่ยวกับการขออนุญาตจัดดำเนินธุรกิจในการเล่นที่จัดให้มีการเล่นเกมพนหรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชคอย่างเคร่งครัด รัดกุมเข้มงวดกวาดขันเป็นไปในแนวทางเดียวกันทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค ดังต่อไปนี้

๑. ผู้ที่จะขออนุญาตจัดให้มีการเล่นเกมพนหรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชคโดยวิธีใดๆ ในการประกอบกิจการค้าหรืออาชีพ ตามมาตรา ๘ แห่งพระราชบัญญัติการพนัน พ.ศ. ๒๔๗๘ จะต้องเป็นผู้ผลิตสินค้าขึ้นเอง หรือเป็นผู้แทนจำหน่ายสินค้าแต่ผู้เดียวในประเทศไทย

๒. การเล่นเกมพนหรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชค ให้ใช้วิธีการเล่นโดยการส่งชิ้นส่วนของสินค้าหรือบัตรสมนาคุณ หรือบัตรอื่นๆ มาจับสลาก และต้องจับสลากตามวัน เวลา และสถานที่ที่กำหนดไว้ในใบอนุญาต ส่วนวิธีการเล่นอย่างอื่น ห้ามมิให้อนุญาตโดยเด็ดขาด

๓. รางวัลสมนาคุณจะต้องระบุว่าเป็นสิ่งของอะไร ราคาเท่าไร และให้พิจารณาว่า ราคาพอสมควรที่จะเล่นเกมพนหรือให้รางวัลหรือไม่

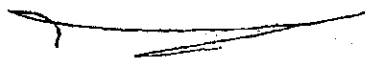
๔. การออกใบอนุญาตให้ดำเนินการตามข้อ ๔ ข. แห่งกฎกระทรวง ฉบับที่ ๑๗ (พ.ศ. ๒๕๐๓) ออกตามความในพระราชบัญญัติการพนัน พ.ศ. ๒๔๗๘

๒. การเรียกเก็บเงินค่าธรรมเนียมใบอนุญาตเป็นเงิน ๓๐๐ บาท โดยถือว่าอนุญาตให้มีการเล่น แคมพหรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชค ๑ วัน นั้น ไม่ถูกต้อง เพราะตามข้อ ๖ แห่งกฎกระทรวง ฉบับที่ ๑๗ (พ.ศ. ๒๕๐๓) ออกตามความในพระราชบัญญัติการพนัน พ.ศ. ๒๔๗๘ ได้กำหนดอายุใบอนุญาตการจัดให้มีการแคมพหรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชคโดยวิธีใด ๆ ในการประกอบกิจการค้าหรืออาชีพ ให้นับแต่วันที่เจ้าพนักงานออกใบอนุญาต จนถึงวันที่เจ้าพนักงานผู้ออกใบอนุญาตกำหนดให้ตามที่เห็นสมควร ดังนั้น อายุใบอนุญาตฉบับนี้จะต้องนับตั้งแต่วันที่ออกใบอนุญาต คือ วันที่ ๑๔ เมษายน ๒๕๓๒ จนถึงวันที่จับสลาก คือ วันที่ ๑๔ สิงหาคม ๒๕๓๒ ซึ่งข้อ ๒ แห่งกฎกระทรวง ฉบับที่ ๒๐ (พ.ศ. ๒๕๒๔) ออกตามความในพระราชบัญญัติการพนัน พ.ศ. ๒๔๗๘ ได้กำหนดค่าธรรมเนียมใบอนุญาตดังกล่าว ที่มีอายุใบอนุญาตไม่เกิน ๖ เดือน ไว้เป็นเงิน ๖,๐๐๐ บาท

๓. การเรียกเก็บภาษีรายได้เทศบาลอีกร้อยละสิบของเงินค่าธรรมเนียมใบอนุญาตนั้น จะต้องเป็นไปตามเทศบัญญัติเก็บภาษีอากรและค่าธรรมเนียม ซึ่งเทศบาลนั้นได้ออกตามพระราชบัญญัติรายได้เทศบาล พ.ศ. ๒๔๙๗

จึงเรียนมาเพื่อทราบและถือเป็นแนวทางปฏิบัติต่อไป

ขอแสดงความนับถือ



(นายสมพร กลิ่นพงษา)

รองปลัดกระทรวง ปฏิบัติราชการแทน

ปลัดกระทรวงมหาดไทย

สำนักงานปลัดกระทรวง

กองตรวจและนิติการ

โทร. ๒๒๒๒๘๔๔

ด่วนที่สุด

ที่ มท 0307 2/ว 1651



กระทรวงมหาดไทย

ถนนวิชญาวัง กรุงเทพมหานคร 10200

3/พฤษภาคม 2548

เรื่อง การอนุญาตจัดให้มีการเล่นเกมหรือรางวัลในการเสี่ยงโชคโดยวิธีใด ๆ ในกฎบัตร กอบ
กิจการค้า หรืออาชีพ

เรียน ผู้ว่าราชการจังหวัดทุกจังหวัด

- อ้างถึง 1. หนังสือกระทรวงมหาดไทย ที่ มท 0207/ว 1035 ลงวันที่ 14 กันยายน 2530
2. หนังสือกระทรวงมหาดไทย ที่ มท 0211/ว 1034 ลงวันที่ 6 พฤษภาคม 2531

ตามที่กระทรวงมหาดไทยได้กำหนดกรอบเขตวิธีการเล่น และผู้มีสิทธิที่จะขอ อนุญาตจัดให้มีการ
เล่นเกมหรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชคโดยวิธีใด ๆ ในการประกอบกิจการค้าหรืออาชีพ มาตรา 8
แห่งพระราชบัญญัติการพนัน พุทธศักราช 2478 ให้เจ้าพนักงานผู้ออกใบอนุญาตถือปฏิบัติ และได้กำชับให้
เจ้าพนักงานผู้ออกใบอนุญาตยึดถือระเบียบปฏิบัติเกี่ยวกับการอนุญาตจัดให้มีการเล่นเกม หรือรางวัลด้วยการ
เสี่ยงโชคโดยวิธีใด ๆ ในการประกอบกิจการค้าหรืออาชีพอย่างเคร่งครัด ความละเอียดแจ้งแล้ว นั้น

เนื่องจากยังมีบางจังหวัดได้อนุญาตให้ผู้ประกอบธุรกิจจัดให้มีการเล่นเกม หรือรางวัลด้วยการ
เสี่ยงโชคนอกเหนือจากวิธีการที่กระทรวงมหาดไทยกำหนดตามหนังสือกระทรวงมหาดไทย : มท 0207/ว 1035
ลงวันที่ 14 กันยายน 2530 เช่น การเปิดปากจุก หรือเปิดหลาหมอลิ้นค้า หรือเปิดตู้ปองใน เ็นค้า หรือเปิด
ตู้ปองละคมภาพจนครบกำหนดที่บรรจุอยู่ในสินค้าที่พนันใช้กันนี้ และยังมีกรณีฝ่าฝืนสัญญา ข้อจำกัดและ
เงื่อนไขของใบอนุญาตของผู้ได้รับอนุญาต เช่น มีการจ่ายหรือรับเงินแทนการเล่นเกมหรือรางวัล อันส่งผล
กระทบต่อประชาชนโดยรวม ดังนั้น เพื่อเป็นการป้องกันมิให้เกิดกรณีปัญหาดังกล่าว และ เป็นการคุ้มครอง
ผู้บริโภคให้ได้รับความเป็นธรรม และเพื่อป้องกันมิให้ผู้ประกอบธุรกิจกระทำการที่เป็นการกีดขวางหรือ
หรือหลอกลวงผู้บริโภค และป้องกันมิให้เป็นการมอมเมาประชาชน จึงขอให้กำชับเจ้าพนักงานผู้ออกใบอนุญาต
ตามกฎหมายว่าด้วยการพนันยึดถือหลักเกณฑ์ระเบียบปฏิบัติเกี่ยวกับการขออนุญาตจัดดำเนินการธุรกิจในการเล่น
ที่จัดให้มีการเล่นเกมหรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชคอย่างเคร่งครัดรัดกุมและเข้มงวดกวดขันเป็น ไปในแนวทาง
เดียวกันทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค ดังต่อไปนี้

1 ผู้ที่จะขออนุญาตจัดให้มีการเล่นเกมหรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชคโดยวิธีใด ๆ ในการ
ประกอบกิจการค้าหรืออาชีพ ตามมาตรา 8 แห่งพระราชบัญญัติการพนัน พุทธศักราช 2478 จะต้อง
เป็นผู้ผลิตสินค้าขึ้นเอง หรือเป็นผู้แทนจำหน่ายสินค้าแต่มีเดียวในประเทศไทย

2. การเล่นเกม

3. ภาววิสัยสมนาคุณจะต้องระบุว่า เป็นสิ่งของอะไร ราคาเท่าไร และให้พิจารณาว่า: ค่า
ของสมการที่จะแทนหกหรือให้รางวัลหรือไม่ และห้ามมิให้จ่ายหรือรับเงินแทนการแทนหกหรือรางวัล-
ตามลักษณะข้อจำกัดและเงื่อนไขหลังใบอนุญาตฯ เช่น เงินมัด ภาษีเงินฝาก เชื้อ เป็นต้น

4. การออกใบอนุญาตให้ดำเนินการตามข้อ 4 ข. แห่งกฎกระทรวง ฉบับที่ 17 (พ.ศ. 2503) ออกตามความในพระราชบัญญัติการพนัน พุทธศักราช 2478

5. ให้ควบคุมและตรวจสอบผู้ได้รับใบอนุญาตให้ปฏิบัติตามพระราชบัญญัติการพนัน
พหุศักราช 2478 โดยเคร่งครัด หากผู้ได้รับใบอนุญาตรายใดไม่ปฏิบัติตามพระราชบัญญัติดังกล่าว
ก็ให้ดำเนินการตามกฎหมายด้วย

จึงเรียนมาเพื่อทราบและถือเป็นแนวทางปฏิบัติต่อไป

ขอแสดงความนับถือ

(กฤษฎีกา) สำนักราชเลขาธิการ
กระทรวงมหาดไทย
กรมการปกครอง

กรรมการปกครอง

สำนักการสอบสวนและนิติการ

លេខ. 0-2356-9557

โทรสาร 0-2356-9560.

[illegible]

ด่วนที่สุด

ที่ มท ๐๓๐๗.๒/ว ๒๓๔๕



กระทรวงมหาดไทย

ถนนอัมรินทร์ กทม. ๑๐๒๐๐

๒๘ กรกฎาคม ๒๕๕๘

เรื่อง การส่งข้อความผ่านคลื่นวิทยุในการทนายผล ตอบปัญหา หรือแสดงความคิดเห็นเพื่อชิงรางวัล

เรียน ผู้ว่าราชการจังหวัด ทุกจังหวัด

อ้างถึง หนังสือกระทรวงมหาดไทย ด่วนที่สุด ที่ มท ๐๓๐๗.๒/ว ๑๖๕๑ ลงวันที่ ๓๑ พฤษภาคม ๒๕๕๘

ตามที่กระทรวงมหาดไทยได้กำชับเจ้าพนักงานผู้ออกใบอนุญาตตามกฎหมายว่าด้วยการพนัน ปิดถือหลักเกณฑ์ระเบียบปฏิบัติเกี่ยวกับการขออนุญาตจัดดำเนินธุรกิจในการเล่นที่จัดให้มีการเล่นเกม หรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชคอย่างเคร่งครัดรัดกุมและเข้มงวดกวดขันเป็นไปในแนวทางเดียวกันทั้งในส่วน กลางและส่วนภูมิภาคแล้ว แต่เนื่องจากปัจจุบันปรากฏว่าการทางสถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ หลายรายการมีการเชิญชวนให้ประชาชนผู้ชมและผู้ฟังรายการส่งข้อความ SMS หรือส่งข้อความทาง โทรศัพท์ผ่านระบบหมายเลขต่างๆ ในการทนายผล ตอบปัญหา และแสดงความคิดเห็น เพื่อชิงรางวัลเข้าไป ในรายการเป็นจำนวนมากโดยมีการเสี่ยงโชคได้รับของรางวัลเฉพาะผู้ส่งข้อความบางราย หรือได้รับของ รางวัลไม่เท่ากันทุกราย นั้น

กระทรวงมหาดไทย พิจารณาแล้วเห็นว่าการกระทำดังกล่าวเข้าลักษณะเป็นการจัดให้มีรางวัลด้วยการเสี่ยงโชคในการประกอบกิจการค้าหรืออาชีพ จะต้องได้รับอนุญาตจากเจ้าพนักงานผู้ออกใบอนุญาตก่อน จึงจะกระทำได้ตามมาตรา ๘ แห่งพระราชบัญญัติการพนัน พุทธศักราช ๒๕๖๔ แต่หากการจัดดังกล่าวมี เจตนาเพื่อหารายได้จากส่วนแบ่งผลประโยชน์จากการส่งข้อความ SMS ฯลฯ แล้ว หรือเจ้าพนักงาน ผู้ออกใบอนุญาตพิจารณาแล้วเห็นได้ว่ามีการแบ่งผลประโยชน์จากค่าบริการส่งข้อความ SMS แล้ว ไม่ว่าอัตราส่วนเท่าไร ก็จะไม่เป็นการเล่นเกมหรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชค และไม่สามารถอนุญาตได้ตาม มาตรา ๘ อีกทั้งไม่สามารถออกใบอนุญาตเล่นการพนันตามมาตรา ๘ ได้เนื่องจากไม่มีระบุไว้ในกฎ กระทรวงตามมาตรา ๘ ทวิ แห่งพระราชบัญญัติการพนัน พุทธศักราช ๒๕๖๔ ดังนั้น เพื่อให้เจ้าพนักงาน ผู้ออกใบอนุญาตได้พิจารณาออกใบอนุญาตการจัดให้มีการเล่นดังกล่าวเป็นไปในแนวทางเดียวกัน อาศัยอำนาจ ตามความในมาตรา ๑๗ แห่งพระราชบัญญัติการพนัน พุทธศักราช ๒๕๖๔ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงมหาดไทย จึงวางระเบียบ ขอบเขตวิธีการและรูปแบบการเล่น ผู้มีสิทธิที่จะขออนุญาต รวมถึงเงื่อนไขที่จะจัดให้มีรางวัล ด้วยการเสี่ยงโชควิธีใดๆ ในการประกอบกิจการค้าหรืออาชีพตามมาตรา ๘ แห่งพระราชบัญญัติการพนัน พุทธศักราช ๒๕๖๔ ที่ใช้เฉพาะวิธีการส่งข้อความ SMS หรือทางโทรศัพท์ผ่านระบบหมายเลขต่างๆ หรือวิธีการอื่นใดที่มีลักษณะคล้ายกันในการทนายผลตอบปัญหา และแสดงความคิดเห็นเพื่อชิงรางวัล ดังนี้

๑. ผู้ขออนุญาตไม่จำเป็นต้องเป็นผู้ผลิตสินค้าขึ้นเองหรือเป็นผู้แทนจำหน่ายสินค้าแต่เพียงผู้เดียวในประเทศไทย

๒. การจัดให้มีการเล่นเกมหรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชคโดยวิธีการส่งข้อความ SMS หรือทางโทรศัพท์ผ่านระบบหมายเลขต่างๆ หรือวิธีอื่นใดที่มีลักษณะคล้ายกันในการทายผล ตอบปัญหาหรือแสดงความคิดเห็นเพื่อชิงรางวัลให้ใช้วิธีการเล่นโดยการพิมพ์หมายเลขของผู้ส่งข้อความที่ร่วมรายการดังกล่าวแล้วนำมาจับสลากตามวัน เวลา และสถานที่ที่กำหนดไว้ในใบอนุญาตโดยต้องมีผู้เห็นที่น่าเชื่อถือได้เป็นพยานในการตรวจสอบสลากและการจับสลากด้วยทุกครั้ง ส่วนวิธีการเล่นอย่างอื่นห้ามมิให้อนุญาตโดยเด็ดขาด และให้ทำรายงานข้อมูลของผู้ที่ได้รับรางวัลแจ้งต่อเจ้าพนักงานผู้ออกใบอนุญาตฯ โดยเร็ว และมีชื่อ-ชื่อสกุลที่อยู่ของผู้รับรางวัลพร้อมลายมือชื่อของพยานผู้เห็นในการจับสลากด้วยทุกครั้ง

๓. รางวัลสมนาคุณจะต้องระบุว่าเป็นสิ่งของอะไร ราคาเท่าไร และให้พิจารณาว่าราคาพอสมควรที่จะเล่นเกมหรือให้รางวัลหรือไม่และห้ามมิให้จ่ายหรือรับเงินแทนการเล่นเกมหรือรางวัลตามลักษณะข้อจำกัดและเงื่อนไขหลังใบอนุญาตฯ เช่น เงินสด บัญชีเงินฝาก เช็ค เป็นต้น

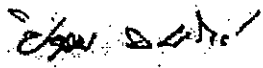
๔. กำหนดให้ผู้ที่ได้รับอนุญาตฯ จะต้องแจ้งหรือแสดงข้อความว่าได้รับอนุญาตแล้วตามใบอนุญาตเล่มที่ เลขที่ และสถานที่ออกใบอนุญาตต่อผู้เข้าร่วมเล่นก่อนจัดให้มีการเล่นดังกล่าวในรายการที่จัดด้วยทุกครั้ง

๕. ให้ความคุ้มครองตรวจสอบผู้ที่ได้รับอนุญาตให้ปฏิบัติตามพระราชบัญญัติการพนัน พุทธศักราช ๒๕๗๘ และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง อาทิเช่น พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒ โดยเคร่งครัด หากผู้ที่ได้รับอนุญาตไปแล้วรายใดไม่ปฏิบัติตามพระราชบัญญัติ กฎกระทรวง ระเบียบ หรือเงื่อนไขดังกล่าวก็ให้ดำเนินการตามกฎหมายแล้วรายงานกระทรวงมหาดไทยด้วย

จึงเรียนมาเพื่อทราบ และถือเป็นแนวทางปฏิบัติต่อไป

ขอแสดงความนับถือ

พลตำรวจเอก



(ชิตชัย วรณเสถิตย์)

รัฐมนตรีว่าการกระทรวงมหาดไทย

กรมการปกครอง

สำนักการสอบสวนและนิติการ

โทร. ๐-๒๓๕๖-๕๕๕๗

โทรสาร ๐-๒๓๕๖-๕๕๖๐



ที่ มท 0307.2/ว 76, -

กระทรวงมหาดไทย

ถนนอัษฎางค์ กทม. 10200

9 มกราคม 2550

เรื่อง ผ่อนผันการอนุญาตจัดให้มีการเล่นเกมพนหรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชค โดยยกเว้นหลักเกณฑ์
เรียน ผู้ว่าราชการจังหวัด ทุกจังหวัด

อ้างถึง 1. พระราชบัญญัติการพนัน พุทธศักราช 2478

2. กฎกระทรวง ฉบับที่ 17 (พ.ศ. 2503) ออกตามความในพระราชบัญญัติการพนัน พุทธศักราช 2478

และที่แก้ไขเพิ่มเติมโดยกฎกระทรวง ฉบับที่ 44 (พ.ศ. 2548) ออกตามความในพระราชบัญญัติ
การพนันฯ

3. คำสั่งกระทรวงมหาดไทย ที่ 156/2547 ลงวันที่ 28 เมษายน 2547

4. ลักษณะข้อจำกัดและเงื่อนไขหลังใบอนุญาต (พ.น. 36)

5. หนังสือกระทรวงมหาดไทย ส่วนที่ 31 มท 0307.2/ว 1651 ลงวันที่ 31 พฤษภาคม 2548

ด้วยกระทรวงมหาดไทยได้พิจารณาแล้วเห็นว่า เพื่อให้การปฏิบัติราชการสอดคล้อง
กับสถานการณ์ในปัจจุบันที่ได้มีการเปลี่ยนแปลงไปเกี่ยวกับการขายสินค้าหรือการให้บริการต่างๆ ที่มีลักษณะ
เป็นการส่งเสริมการขายสินค้าหรือบริการ และเป็นไปตามหลักเกณฑ์การบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี
กล่าวคือ ไม่มีขั้นตอนหรือลดขั้นตอนการปฏิบัติงานที่เกินความจำเป็น เพื่อให้เกิดความสะดวกรวดเร็ว
ในการบริการประชาชน จึงอนุญาตในหลักการ ดังนี้

1. ยกเว้นให้กิจการค้าที่เป็นลักษณะของศูนย์การค้าหรือห้างสรรพสินค้า อาคาร
หรือนิติบุคคลที่ประกอบอาชีพด้านการให้บริการ จัดให้มีการเล่นเกมพนหรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชค โดยไม่ต้อง
ถือปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ ข้อ 1 ในหนังสือกระทรวงมหาดไทย ส่วนที่ 31 มท 0307.2/ว 1651 ลงวันที่
31 พฤษภาคม 2548

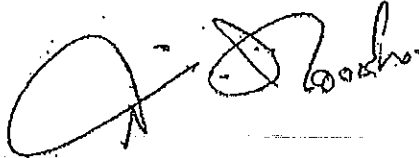
2. ให้เจ้าพนักงานผู้ออกใบอนุญาตผ่อนผันการอนุญาตให้ผู้ประกอบอาชีพด้านการ
บริการต่างๆ จัดให้มีการเล่นเกมพนหรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชค โดยไม่ต้องปฏิบัติตามลักษณะข้อจำกัด
หรือเงื่อนไขที่กำหนดไว้หลังใบอนุญาต (พ.น.36) ข้อ 4 ได้

/ทั้งนี้...

ทั้งนี้ ให้ใช้ดุลพินิจพิจารณาอย่างรอบคอบเหมาะสม เป็นไปตามระเบียบ กฎหมาย
และต้องไม่มีลักษณะเป็นการเอาเปรียบผู้บริโภค

จึงเรียนมาเพื่อทราบ และแจ้งให้เจ้าพนักงานผู้ออกใบอนุญาตทราบและถือปฏิบัติต่อไป

ขอแสดงความนับถือ



(นายสุรอรัด ทองนิรมล)

รองปลัดกระทรวง อธิการการแทน
ปลัดกระทรวงมหาดไทย

กรมการปกครอง

สำนักการสอบสวนและนิติการ

โทร./โทรสาร 0-2356-9575



ที่ มท ๐๓๐๗.๔/ว พคผ

กระทรวงมหาดไทย
ถนนอู่ทองใต้ กทม. ๑๐๒๐๐

๕ มีนาคม ๒๕๕๑

เรื่อง การจัดให้มีการเล่นเกมหรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชคทางสถานีโทรทัศน์
เรียน ผู้ว่าราชการจังหวัด ทุกจังหวัด .

ด้วยปัจจุบันได้มีผู้จัดรายการเกมโชว์ทางสถานีโทรทัศน์ช่องต่างๆ มักเพิ่มความนิยม
ให้แก่ผู้ชม หรือผู้เข้าร่วมรายการด้วยการจัดให้มีการเล่นเกมหรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชคโดยวิธีใดๆ ในการ
ประกอบกิจการค้าหรืออาชีพ ซึ่งการจัดดังกล่าวจะต้องได้รับอนุญาตจากเจ้าพนักงานผู้ออกใบอนุญาต
ตามมาตรา ๘ แห่งพระราชบัญญัติการพนัน พุทธศักราช ๒๔๗๘ แต่การพิจารณาออกใบอนุญาตของ
เจ้าพนักงานผู้ออกใบอนุญาตจะต้องเป็นไปตามลักษณะข้อจำกัดเงื่อนไขหลังใบอนุญาตให้จัดให้มีการ
เล่นเกมหรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชคโดยวิธีใดๆ ในการประกอบกิจการค้าหรืออาชีพ (พ.น. ๓๖)
และหลักเกณฑ์ของกระทรวงมหาดไทยที่กำหนดไว้กล่าวคือ

๑. ลักษณะข้อจำกัดและเงื่อนไขหลังใบอนุญาตฯ (พ.น. ๓๖) กำหนดไว้ว่า

ข้อ ๒ การจัดให้มีการเล่นเกมหรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชคให้เล่นตามวัน เวลา
และสถานที่ที่กำหนดไว้ในใบอนุญาต

ข้อ ๕ ห้ามมิให้จ่ายหรือรับเงินแทนการเล่นเกมหรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชค

๒. กระทรวงมหาดไทยได้กำหนดหลักเกณฑ์ไว้ในหนังสือกระทรวงมหาดไทย ด่วนที่สุด
ที่ ๐๓๐๗.๒/ว ๑๖๕๑ ลงวันที่ ๓๑ พฤษภาคม ๒๕๔๔ ว่า การเล่นเกมหรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชค
ให้ใช้วิธีการเล่นโดยการส่งขึ้นส่วนของสินค้าหรือบัตรสมนาคุณ หรือบัตรอื่นๆ มาจับสลาก และต้องจับสลาก
ตามวัน เวลา และสถานที่ที่กำหนดไว้ในใบอนุญาต ส่วนวิธีการเล่นอย่างอื่นห้ามมิให้อนุญาตโดยเด็ดขาด

๓. อาศัยอำนาจตามคำสั่งกระทรวงมหาดไทยที่ ๑๕๖/๒๕๔๗ ลงวันที่ ๒๘ เมษายน ๒๕๔๗
เรื่อง การมอบอำนาจให้ปลัดกระทรวงมหาดไทยปฏิบัติราชการแทน จึงได้อนุญาตในหลักการยกเว้น
ให้กับผู้จัดรายการเฉพาะทางสถานีโทรทัศน์เท่านั้นที่จัดให้มีการเล่นเกมหรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชค
ในการประกอบกิจการค้าหรืออาชีพให้ใช้วิธีการเปิดแผ่นป้ายได้โดยไม่ต้องถือปฏิบัติตามหลักเกณฑ์
ในหนังสือกระทรวงมหาดไทย ด่วนที่สุด ที่ มท ๐๓๐๗.๒/ว ๑๖๕๑ ลงวันที่ ๓๑ พฤษภาคม ๒๕๔๔ เฉพาะกรณี

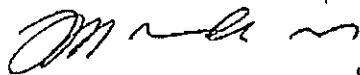
/ พินัย ...

ทำให้ใช้วิธีการเล่นโดยการส่งชิ้นส่วนของสินค้าหรือบัตรสมนาคุณ หรือบัตรอื่นๆ มาจับสลากเท่านั้น เนื่องจาก
รายการเกมโชว์ ทางสถานีโทรทัศน์จะแตกต่างจากการจัดให้มีการเล่นเกมหรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชค และ
การเปิดแผ่นป้ายสามารถตรวจสอบได้ รวมทั้งมีผู้ร่วมแข่งขันและผู้เข้าร่วมรายการเป็นลักษณะวิทยานจำนวนมาก
ตลอดจนการเปิดแผ่นป้ายเสี่ยงโชคสร้างความบันเทิง สนุกสนานให้กับผู้ร่วมแข่งขันและผู้เข้าร่วมรายการ
ได้ดีกว่าการจับสลาก แต่ห้ามมิให้จ่ายหรือรับเงินสดแทนการเล่นเกมหรือรางวัลโดยเด็ดขาด

ดังนั้น หากมีผู้จัดรายการทางสถานีโทรทัศน์และขออนุญาตจัดให้มีการเล่นเกมหรือ
รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคตามมาตรา ๘ แห่งพระราชบัญญัติการพนัน พุทธศักราช ๒๔๗๘ โดยวิธีเปิดแผ่นป้าย
ดังกล่าว ขอให้แจ้งเจ้าพนักงานผู้ออกใบอนุญาตฯ แบบสำเนาหนังสือฉบับนี้พร้อมเอกสารหลักฐานเกี่ยวกับ
คำขออนุญาต เพื่อเสนอให้ผู้ว่าราชการจังหวัดพิจารณาสั่งอนุมัติก่อนจึงจะออกใบอนุญาตได้ตามข้อ ๔ ข. (๔)
แห่งกฎกระทรวง ฉบับที่ ๑๗ (พ.ศ. ๒๕๐๓) ออกตามความในพระราชบัญญัติการพนัน พุทธศักราช ๒๔๗๘
ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยข้อ ๑ แห่งกฎกระทรวง ฉบับที่ ๔๕ (พ.ศ. ๒๕๔๔)ฯ

จึงเรียนมาเพื่อทราบ และแจ้งให้เจ้าพนักงานผู้ออกใบอนุญาตตามกฎหมายว่าด้วยการพนัน
ทราบและถือปฏิบัติต่อไปด้วย

ขอแสดงความนับถือ



(นายพงศ์ไพบม วาภุติ)
ปลัดกระทรวงมหาดไทย

กรมการปกครอง

สำนักการสอบสวนและนิติการ

โทร./โทรสาร ๐-๒๓๕๖-๙๕๗๕

ที่ มท ๐๓๐๗.๕/๑๙๒๗๐



กระทรวงมหาดไทย

ถนนอัษฎางค์ กทม. ๑๐๒๐๐

๑๕ ธันวาคม ๒๕๕๘

เรื่อง การอนุญาตจัดให้มีการเล่นแอมพกหรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชคโดยวิธีใดๆ ในการประกอบกิจการค้าหรืออาชีพ
เรียน ผู้ว่าราชการจังหวัด ทุกจังหวัด

- อ้างถึง ๑. หนังสือกระทรวงมหาดไทย ที่ มท ๐๒๑๑/ว ๑๐๓๔ ลงวันที่ ๖ พฤษภาคม ๒๕๓๖
๒. หนังสือกระทรวงมหาดไทย ส่วนที่ ๒๖๕๑ ลงวันที่ ๓๑ พฤษภาคม ๒๕๔๘
๓. หนังสือกระทรวงมหาดไทย ส่วนที่ ๒๖๕๔ ลงวันที่ ๒๘ กรกฎาคม ๒๕๔๘

ตามที่กระทรวงมหาดไทยได้แจ้งกำชับแนวทางการปฏิบัติในการพิจารณาออกใบอนุญาต
จัดให้มีการเล่นแอมพกหรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชคโดยวิธีใดๆ ในการประกอบกิจการค้าหรืออาชีพมาเพื่อทราบ
และถือปฏิบัติแล้ว นั้น

เนื่องจากมีผู้ขออนุญาตบางรายผู้ยื่นลักษณะข้อจำกัดและเงื่อนไขหลังใบอนุญาต เช่น มีการจ่าย
หรือรับเงินแทนการเล่นแอมพกหรือรางวัล มีการเล่นที่เป็นการเอาเปรียบหรือหลอกลวงผู้บริโภค และมีลักษณะเป็นการ
มอมเมาประชาชนให้ลุ่มหลงกับการเสี่ยงโชค ประกอบกับเจ้าพนักงานผู้ออกใบอนุญาตบางท้องที่ยังมีความเข้าใจ
คลาดเคลื่อนเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าว โดยเฉพาะรางวัลสมนาคุณซึ่งจะต้องระบุว่าเป็นสิ่งของอะไร ราคาเท่าไร และให้พิจารณา
ว่าราคาพอสมควรที่จะเล่นแอมพกหรือให้รางวัลหรือไม่ ดังนั้น เพื่อให้การพิจารณาอนุญาตจัดให้มีการเล่นแอมพกหรือรางวัลด้วย
การเสี่ยงโชคเป็นไปโดยถูกต้องตามกฎหมาย จึงขอให้กำชับเจ้าพนักงานผู้ออกใบอนุญาตให้ถือปฏิบัติ ดังนี้

๑. ให้เจ้าพนักงานผู้ออกใบอนุญาตสอบถามจากผู้ขออนุญาตให้มีความชัดเจนว่าแอมพกหรือ
รางวัลเป็นสิ่งของอะไร จำนวนเท่าใด ราคาไม่น้อยเพียงใด
๒. ให้พิจารณาราคาส่งของนั้นเหมาะสมสมควรกับการเล่นหรือไม่ และจะต้องมีราคาไม่น้อย
หรือมากจนเกินไป โดยพิจารณามูลค่าราคาสินค้าของผู้ขออนุญาตประกอบด้วย เพื่อเป็นการคุ้มครองผู้บริโภค
และมีให้เป็นการเล่นที่มอมเมาประชาชนให้ลุ่มหลงการเสี่ยงโชคมากขึ้น
๓. ห้ามมิให้เจ้าพนักงานผู้ออกใบอนุญาตออกใบอนุญาตให้แก่ผู้ขออนุญาตที่จะตรวจสอบหรือ
สอบสวนจนเป็นที่แน่ใจว่าผู้ขออนุญาตมีสิ่งของพร้อมที่จะส่งมอบให้แก่ผู้เล่นที่ได้รับแอมพกหรือรางวัลและให้ถือ
ปฏิบัติตามหนังสือสั่งการที่อ้างถึงโดยเคร่งครัด
๔. ให้จังหวัดและอำเภอสอดส่อง ควบคุม ดูแลการเล่นจัดให้มีการเล่นแอมพกหรือรางวัลด้วยการ
เสี่ยงโชคให้เป็นไปโดยถูกต้องตามกฎหมาย หากพบการกระทำผิดให้ดำเนินการตามกฎหมายโดยเฉียบขาด
แล้วรายงานให้กระทรวงมหาดไทยทราบ

จึงเรียนมาเพื่อทราบและถือปฏิบัติต่อไป

ขอแสดงความนับถือ

(นายประทีป กิริติเรชา)

รองปลัดกระทรวงมหาดไทย ปฏิบัติราชการแทน

ปลัดกระทรวงมหาดไทย

กรมการปกครอง

สำนักการสอบสวนและนิติการ

โทร./โทรสาร ๐-๒๓๔๖-๔๕๗๕

๓๐๒

ภาคผนวก ๓

ร่างหลักเกณฑ์ วิธีการ เงื่อนไขการขออนุญาตจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัล ด้วยการเสี่ยงโชคของผู้ประกอบธุรกิจเพื่อนำไปใช้เป็นแนวทางในการออกกฎกระทรวง หรือกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

จากบทสรุปและข้อเสนอแนะในบทที่ ๗ คณะผู้วิจัยได้จัดทำร่างหลักเกณฑ์ วิธีการ เงื่อนไขการขออนุญาตจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคของผู้ประกอบธุรกิจ เพื่อสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการออกกฎกระทรวงหรือกฎหมายที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำไปพิจารณาในการออกกฎหมายให้มีความเหมาะสม ทันสมัย และเป็นสากลต่อไป

(ร่าง)

ร่างหลักเกณฑ์ วิธีการ เงื่อนไขการขออนุญาตจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายโดยการให้รางวัลด้วย
การเสี่ยงโชคของผู้ประกอบธุรกิจเพื่อนำไปใช้เป็นแนวทางในการออกกฎกระทรวง
หรือกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

การให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคในการประกอบกิจการค้าหรืออาชีพโดยวิธีใดๆให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ดังต่อไปนี้

ข้อ ๑ การจัดให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคโดยวิธีใดๆ ในการประกอบกิจการค้าหรืออาชีพจะต้องได้รับอนุญาตจากเจ้าพนักงานผู้ออกใบอนุญาตก่อนจึงจะทำได้

ข้อ ๒ การออกใบอนุญาตให้อยู่ภายใต้อำนาจของกระทรวงมหาดไทย

ข้อ ๓ การกำหนดอัตราค่าธรรมเนียมในการขอใบอนุญาต ให้อ้างอิงจากมูลค่ารวมของรางวัลที่จัดให้มีการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชค ทั้งนี้ให้อัตราค่าธรรมเนียมผันแปรไปตามมูลค่าของรางวัล หากมูลค่ารวมของรางวัลสูงให้อัตราค่าธรรมเนียมสูงตามไปด้วย

ข้อ ๔ ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชค

(๑) ห้ามผู้ขออนุญาตเรียกเก็บค่าใช้จ่าย ค่าธรรมเนียม หรือค่าภาระใดๆ เพื่อการเข้าร่วมกิจกรรมการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชค

(๒) ผู้ขออนุญาตสามารถกำหนดเงื่อนไขให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมซื้อสินค้าและบริการตามราคาปกติของสินค้าและบริการเพื่อให้ได้สิทธิในการเข้าร่วมกิจกรรมได้

(๓) ค่าบริการด้านการสื่อสารและการไปรษณีย์ในอัตราปกติไม่ถือเป็นค่าใช้จ่ายเพื่อการเข้าร่วมกิจกรรมการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชค โดยผู้ขออนุญาตต้องไม่ได้รับผลประโยชน์ใดๆ จากการเรียกเก็บค่าบริการด้านการสื่อสารและการไปรษณีย์เหล่านั้น

ข้อ ๕ ลักษณะของรางวัล

(๑) ห้ามให้รางวัลเป็นเงินสด บัญชีเงินฝาก เช็ค หรือหนังสือตราสารทุกประเภท ซึ่งสามารถนำไปขึ้นเงินแลกเงิน หรือเบิกเงิน หรือกระทำด้วยประการใดๆ ให้ได้มาซึ่งเงินด้วย รวมทั้งการรับเงินแทนการให้รางวัล

(๒) ห้ามให้รางวัลเป็นของต้องห้ามตามกฎหมายหรือของที่ขัดต่อความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชน

(๓) ห้ามมิให้เจ้าพนักงานผู้ออกใบอนุญาตออกใบอนุญาตให้แก่ผู้ขออนุญาตจนกว่าจะตรวจสอบหรือสอบสวนจนเป็นที่แน่ใจว่าผู้ขออนุญาตมีสิ่งของพร้อมที่จะส่งมอบให้แก่ผู้เข้าร่วมกิจกรรมที่ได้รับรางวัล โดยผู้ยื่นขอใบอนุญาตต้องยื่นใบเสร็จของรางวัล หรือใบสั่งซื้อสิ่งของรางวัล หรือใบสนับสนุนของรางวัล (แล้วแต่กรณี)

ในกรณีที่มีการเสนอให้ของรางวัลที่มีมูลค่าสูงผู้ขอใบอนุญาตอาจขอหนังสือคำประกันการออกรางวัลจากธนาคารแทนการแสดงหลักฐานในวรรคหนึ่งก็ได้

(๔) ห้ามมิให้มีการให้รางวัลที่มีมูลค่าของรางวัลสูงสุดเกิน ๖ ล้านบาท^{๓๘๒}

(๕) ห้ามมิให้มีการให้รางวัลรวมตลอดทั้งปีเกินมูลค่าที่กฎหมายกำหนด^{๓๘๓}

ข้อ ๖ ผู้ขอใบอนุญาตต้องประกาศรายชื่อผู้ได้รับรางวัลและวิธีการรับรางวัลให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมทราบภายใน 7 วันนับแต่วันที่ทราบผู้ได้รับรางวัล โดยผู้ขอใบอนุญาตจะต้องประกาศการได้รับรางวัลในสื่อหลักทั้งสื่อออนไลน์และออฟไลน์

ข้อ ๗ ห้ามไม่ให้เด็กที่มีอายุต่ำกว่า ๑๘ ปี เข้าร่วมกิจกรรมการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชค

ข้อ ๘ ห้ามการโฆษณากิจกรรมการให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคที่มีลักษณะดังต่อไปนี้

(๑) การโฆษณาที่กระตุ้นให้ผู้บริโภคอยากเข้าร่วมกิจกรรมมากเกินไป

(๒) การโฆษณาการส่งเสริมการขายด้วยการเสี่ยงโชคในลักษณะที่ทำให้ผู้บริโภคเชื่อว่าการเสี่ยงโชคนั้นๆ จะส่งผลดีต่อฐานะและความมั่งคั่งของตน

(๓) การโฆษณาที่พุ่งเป้าไปยังกลุ่มเด็กโดยตรง

^{๓๘๒} ผู้วิจัยเสนอว่าการกำหนดมูลค่ารางวัลสูงสุดไม่ควรเกินมูลค่ารางวัลของสลากกินแบ่งของรัฐบาล กล่าวคือ มูลค่ารางวัลสูงสุดไม่ควรเกิน ๖ ล้านบาท เนื่องจากสลากกินแบ่งรัฐบาลมีการควบคุมโดยรัฐอยู่แล้ว การกำหนดมูลค่าของรางวัลให้ไม่สูงเกินไปกว่ารางวัลสูงสุดของสลากกินแบ่งรัฐบาล จึงจำเป็นเพื่อไม่ให้เป็นการส่งเสริมผู้บริโภคให้หันมาชิงโชครางวัลใหญ่จากการส่งเสริมการขายแทน อันเป็นการมอมเมาผู้บริโภค

^{๓๘๓} ผู้วิจัยเสนอว่าการกำหนดตัวเลขมูลค่ารวมของรางวัลที่เหมาะสมนั้น ควรต้องมีการศึกษาเชิงลึกในทางเศรษฐศาสตร์เพิ่มเติมเพื่อให้ได้ตัวเลขที่มีความเหมาะสมกับประเทศไทยต่อไป