เสี่ยงโชค = การพนัน

เมื่อสังคมไทยเกิดปรากฏการณ์ "ลุ้นกันสนั่นเมือง" ผ่านแคมเปญส่งเสริมการขายประเภทลุ้นโชคทั้งในลักษณะการส่งชิ้นส่วนชิงโชคและการส่งข้อความสั้น (SMS) แม้ว่าผู้ประกอบการได้ขออนุญาตจากภาครัฐตามพระราชบัญญัติการพนัน พ.ศ. 2478 อย่างถูกต้องแล้ว แต่พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ไม่ได้ตระหนักว่า การลุ้นรางวัลดังกล่าวเป็นรูปแบบหนึ่งของการพนันแบบล็อตโต้ โดยมีเด็กและวัยรุ่นจำนวนมากเข้าร่วมแคมเปญเหล่านี้ โดยไม่ทราบถึงผลกระทบที่จะตามมา

อิทธิพลของการตลาดเสี่ยงโชคที่แฝงการพนันมีผลต่อสมอง ความคิด พฤติกรรม และทักษะชีวิตของผู้บริโภค

กลยุทธ์ส่งเสริมการขายระยะสั้นแบบเสี่ยงโชค

ประโคมข่าวแคมเปญลุ้นกันสนั่นเมือง

ความสามารถในการควบคุมความตื่นเต้นและระบบประสาทอัตโนมัติ - ลุ้นสนุก

"ไม่เสียหาย เพราะได้รหัสเป็นของแถม" (free-to-play strategy)

ทักษะการตั้งคำถามท้าทายความคิด/ความเชื่อแรกของตัวเอง - ได้ฟรีไม่มีเสีย

ไม่รู้ว่าเป็นปัญหา ไม่คิดว่าเป็นการพนัน

ทักษะในการแก้ปัญหาไม่ได้นำถูกนำมาใช้

ทักษะชีวิตที่ถูกท้าทายอ่อนแอลง

รู้ผลทันทีในวันเดียว (ถ้าไม่ได้ ให้ลุ้นครั้งต่อไป อย่าท้อ) มอบรางวัลโดยผู้มีชื่อเสียง (สร้าง perceived brand value)

ความสามารถในการอดทนรอคอยถดถอย

กระตุ้นความคิดที่เกี่ยวกับการพนัน แม้แคมเปญจะหมดไปแล้วแต่ก็ยังนึกถึงและรอคอย

จัดแคมเปญกระตุ้นเป็นระยะ (boost)

สมองตอบสนองต่อสินค้าแบบเดียวกับการพนัน

ซื้อสินค้าเกินความจำเป็น ไม่ได้ซื้อเพื่อบริโภค แต่ซื้อเพื่อเอารหัสลุ้นรางวัล

ผู้บริโภคขาดวุฒิภาวะ และยากที่จะเรียกกลับ "คืน" มาได้

เกิด brand loyalty เหนียวแน่น

คืนกำไรให้สังคม ส่งเสริมภาพลักษณ์ของแบรนด์ (brand image) ผ่านกลยุทธ์ CSR; เช่นการบริจาคเงิน

ยอดขายพุ่ง

เจ้าของธุรกิจได้กำไร

การส่งเสริมการตลาดประเภทนี้คือเป็นการพนันรูปแบบหนึ่ง เพราะการซึมซับประสบการณ์การเสี่ยงโชคซึ่งเป็นการลงทุนที่น้อย แต่หวังให้ได้ผลตอบแทนมากๆ ตลอดเวลา อาจเป็นเส้นทางหนึ่งที่นำไปสู่การเล่นพนันในอนาคต

ผลของการพนันรูปแบบต่างๆ ต่อการทำงานของสมอง

แม้ไม่ได้อยู่ในสิ่งแวดล้อมที่เสี่ยง แต่สมองของวัยรุ่นมีธรรมชาติที่ "ชอบเข้าไปหาความเสี่ยง" เป็นทุนเดิมแล้ว โดยเฉพาะเมื่อเห็นว่าความเสี่ยงนั้นอาจทำให้ได้ "รางวัล" ความโน้มเอียงนี้ไม่ได้หมายความว่าวัยรุ่นนิสัยไม่ดี แต่เป็นธรรมชาติของช่วงพัฒนาการแห่งวัย เพราะจากผลการศึกษาวิจัยด้านการแพทย์ของนานาประเทศเกี่ยวกับผลกระทบระยะยาวของการพนัน พบข้อมูลยืนยันชัดเจนว่า

การพนันมีส่วนเปลี่ยนแปลงสมองได้เช่นเดียวกับยาเสพติด
และขัดขวางการพัฒนาสมองและทักษะชีวิตของเด็กและเยาวชนอย่างถาวร

มาตรการการจัดการกิจกรรม ส่งเสริมการขายในต่างประเทศ

สหราชอาณาจักร

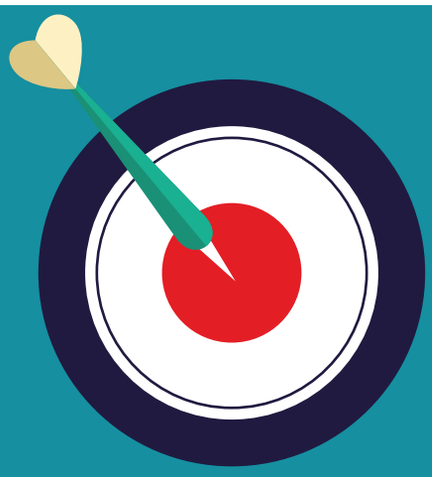
The UK Code of Broadcast Advertising ("BCAP Code") ใช้กำกับดูแลการโฆษณา กิจกรรม ส่งเสริมการขาย โดยอยู่ในขอบเขตของกฎหมายการพนัน (Gambling Act 2005) และกฎหมายป้องกัน ความยุติธรรมให้ผู้บริโภค "Consumer Protection from Unfair - Trading Regulations 2008 ("CPRs")

กิจกรรมส่งเสริมการตลาดแบบถูกกฎหมายมี 2 ประเภทคือ แบบใช้ความสามารถ และใช้โชค

แบบ**ใช้โชค**รัฐบาลสหราชอาณาจักรจะกำหนดว่า เป็นหวยเถื่อน(ถ้าไม่ขออนุญาตจะผิดกฎหมาย) แต่รัฐบาลสหราชอาณาจักรจะ "อนุญาตให้มีการเสี่ยงโชค" ได้ก็ต่อเมื่อมีข้อกำหนด คือ ผู้เล่นต้องไม่มีการจ่ายเพื่อร่วมเล่น และในกรณีที่ผู้บริโภค ต้อง "จ่ายเพื่อเข้าร่วมเล่น" ต้องกำหนดหรือให้มีการจ่ายแพงกว่าปกติ เช่น ค่า sms รวมถึงผู้ชนะรางวัลมีเวลา 30 วันที่จะมารับของรางวัล นับหลังจากวันที่เขาถูกให้แจ้งรับทราบรายบุคคล

สหราชอาณาจักร ยังกำหนดว่า หากเป็นการเสี่ยงโชคแบบรู้ผลทันที จะต้องแจกของรางวัลเดี๋ยวนั้น (และที่นั่นทันที)

หากผู้จัดไม่ทำตามที่กฎหมายกำหนด หรือทำผิดกฎหมาย (CAP-Code of Broadcast Advertising) (กฎหมายการพนัน, กฎหมายการโฆษณาการตลาดและกฎหมายปกป้องคุ้มครองผู้บริโภค) จะถูกปรับเงินตั้งแต่ 5,000 ปอนด์หรือโทษจำคุก 51 สัปดาห์ และรัฐมีสิทธิและอำนาจเข้ายุติแทรกแซงกิจกรรมดังกล่าวทันทีหากเห็นว่ามีผลกระทบร้ายแรงต่อสาธารณะ



ญี่ปุ่น

สำนักงานคณะกรรมการแข่งขันทางการค้าญี่ปุ่น (Japan Fair Trade Commission) ได้กำหนดให้มีกฎหมายป้องกันการผูกขาด (Anti-Monopoly Act) และ พ.ร.บ.ป้องกันการให้ของแถมของรางวัลที่มิชอบและการแสดงที่ทำให้หลงผิด พ.ศ.2505 กฎหมายดังกล่าวมีเป้าหมายเพื่อสร้างกติกาให้การแข่งขันทางการค้าเสรีและเป็นธรรม

ในรายงานชื่อ "Prize Promotions Around The Handbook" คือ "การส่งเสริมการตลาดนั้น ห้ามใช้โชค ให้ใช้ความสามารถท่านั้น และที่เข้มข้นจริงจังคือ การกำหนดมูลค่าของรางวัลไม่ให้เกิน 20 เท่าของราคาสินค้า และของรางวัลรวมจะต้องรวมมูลค่าไม่เกิน 2% ของรายได้คาดการณ์ในกิจกรรมนั้นและตลอดทั้งปี จะสามารถจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายได้ไม่เกินมูลค่าของรางวัล"

ดูเพิ่มเติม http://www.theventurealley.com/files/2014/03/Prize_Promotions_of_the_World_Handbook_booklet.pdf

ข้อเสนอแนวทาง การกำกับการส่งเสริมการขาย ด้วยวิธีการเสี่ยงโชค 5 ประการ

1. ป้องกันกลุ่มเปราะบางในสังคม

ผู้ขออนุญาตต้องแจ้งต่อเจ้าพนักงานถึงแผนการ มาตรการ และแผนปฏิบัติในกิจกรรมเสี่ยงโชค รวมทั้งเป็นผู้รับผิดหากเกิดผู้มีอายุต่ำกว่า 20 ปีหรือผู้เปราะบางในสังคมเข้าร่วมกิจกรรมได้ โดยกำหนดให้ผู้ขออนุญาตจัดกิจกรรมเสี่ยงโชคจะต้องเป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์แต่เพียงผู้เดียว เพื่อให้เจ้าพนักงานและหน่วยงานติดตามกำกับดูแลได้อย่างชัดเจน

2. สื่อสารใหเข้าใจว่ากิจกรรมเสี่ยงโชค มีผลเช่นเดียวกับการเสพติดการพนัน

โดยระบุข้อความในการสื่อสารการตลาดทุกทางอย่างน้อย 3 ข้อความไว้เสมอ คือ
"ใบอนุญาตจัดให้มีการเล่นการพนันเลขที่ ...."
"ห้ามผู้มีอายุต่ำกว่า 20 ปีร่วมกิจกรรมทั้งทางตรงและทางอ้อม"
"การร่วมกิจกรรมอาจส่งผลให้ติดการพนันได้"
รวมถึงให้ระบุโอกาสในการได้รับรางวัลต่อหน่วยซื้อของผลิตภัณฑ์ เช่น

"โอกาสในการได้รับรางวัลคำนวณ เป็นจำนวนที่จะต้องซื้อคือ 500,000 ขวด"

3. กำหนดกรอบหรือขอบเขตด้านมูลค่ารางวัล ความถี่ และถ้อยคำการสื่อสาร

1. การกำหนดเพดานความถี่บ่อยของผลิตภัณฑ์ตราหนึ่งๆ ที่จัดรายการเสี่ยงโชค
2. กำหนดมูลค่าสูงสุดของของรางวัลที่จัดรายการเสี่ยงโชคไม่เกินกว่า 20 เท่าของมูลค่าผลิตภัณฑ์ที่จัดรายการ หากเกินกว่านั้นให้มีการเรียกเก็บค่าธรรมเนียมหรือฤชาภาษี (แล้วแต่จะใช้ชื่อเรียกที่เหมาะสม)
3. ห้ามการสื่อสารใดๆ บิดเบือนการตัดสินใจของผู้บริโภคขณะเปรียบเทียบซื้อผลิตภัณฑ์
4. ห้ามการใช้ข้อความในการสื่อสารการตลาดกิจกรรมเสี่ยงโชคในทางกระตุ้นหรือมอมเมา เช่น ห้ามการใช้ข้อความ "แค่ส่งก็รวยได้" "รวย..ได้ง่ายๆ" ฯลฯ

4. กำหนดค่ารรมเนียม การขออนุญาตในอัตราที่สูง

คิดค่าธรรมเนียมการขออนุญาตจัดกิจกรรมแจกรางวัลด้วยการเสี่ยงโชคตามมูลค่าของรางวัลที่ประกาศ เช่น ร้อยละ 20 ของมูลค่ารางวัลทั้งหมดที่แจกและเพิ่มอีกร้อยละ 15 กรณีที่ใช้ช่องทางเสี่ยงโชคทางไปรษณีย์ SMS หรืออื่นๆ และกำหนดให้มีค่าธรรมเนียมต่างหากในอัตราก้าวหน้าตามจำนวนวันที่มีการจัดเสี่ยงโชคด้วย

ด้านผู้ได้รับรางวัลจากการเสี่ยงโชคยังคงมีภาระภาษีเงินได้ตามประมวลรัษฎากรด้วย

5. กำหนดบทลงโทษแก่ผู้ละเมิด หรือกระทำผิดในอัตราที่สูง และอาจเพิ่มโทษจำคุกด้วย

การนำเสนอแนวทางการกำกับการส่งเสริมการขายด้วยวิธีการเสี่ยงโชค ; ผู้ช่วยศาสตราจารย์ศรัณยพงศ์ เที่ยงธรรม
ความสัมพันธ์ระหว่างการพนันและการทำงานของสมองในเด็กและเยาวชน ; ผศ.พญ.พรจิรา ปริวัชรากุล
ผลกระทบต่อสมองและทักษะการคิดจากกิจกรรมการพนันแบบเกมเสี่ยงโชค ; ผศ.พญ.พรจิรา ปริวัชรากุล
เยาวชนกับการพนัน ในมุมมองของจิตแพทย์เด็กและวัยรุ่น ; ผศ.พญ. สุพร อภินันทเวช.
หวยชาเขียว : รัฐต้องยอมเปลี่ยนแปลง ; ธาม เชื้อสถาปนศิริ