



หยิบมาเล่าเอามาฝาก

ออกอากาศวันอังคาร เวลาประมาณ ๐๙.๒๐ – ๑๐.๐๐ น.

ทางสถานีวิทยุศึกษา FM ๙๒ MHz

วัน/เวลาออกอากาศ	ตอนที่ ๓๒๙ (บันทึกเทป) วันอังคารที่ ๒๖ มีนาคม ๒๕๖๗ เวลา ๑๔.๓๐ – ๑๕.๐๐ น. (ออกอากาศ) วันอังคารที่ ๑๘ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๘ เวลา ๐๙.๒๐ – ๑๐.๐๐ น.
หัวข้อ	ใช้ข้อความโฆษณาสินค้าอวดอ้างสรรพคุณ เกินจริง ถูกสั่งห้ามย้อมขอบแล้ว !!
ผู้ดำเนินรายการ	นางสาวพีรณัฐ อ่ำทอง
ผู้ให้สัมภาษณ์	ดร.อภิญา แก้วกำเนิด

ประเด็นสนทนา

สวัสดีค่ะคุณผู้ฟังทุกท่านคะ พบกับรายการ “หยิบมาเล่าเอามาฝาก” ช่วงคุยกับนักกฎหมายโดยศาลปกครอง ทางสถานีวิทยุศึกษา FM ๙๒ MHz เราจะพบกันได้เป็นประจำทุกวันอังคาร สัปดาห์ที่ ๑, ๒ และ ๓ ของเดือน ตั้งแต่เวลา ๐๙.๒๐ – ๑๐.๐๐ น. กับข่าวสารและความรู้เกี่ยวกับศาลปกครองและคดีปกครองค่ะ

คุณผู้ฟังคะ การโฆษณาผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการต่าง ๆ ในปัจจุบันนี้ เจ้าของสินค้านั้นมักจะเลือกใช้ถ้อยคำในการโฆษณาสินค้าที่แสดงสรรพคุณด้านดีของสินค้า เพื่อดึงดูดผู้บริโภคให้ตัดสินใจซื้อใช้ จนในบางครั้งผู้บริโภคอย่างเราอาจนึกสงสัยอยู่เหมือนกันใช่ไหมคะว่า หากได้ทดลองใช้สินค้าแล้วผลลัพธ์ที่ได้ไม่เป็นจริงตาม

ถ้อยคำโฆษณา แบบนี้เจ้าของสินค้ายังสามารถใช้ข้อความดังกล่าวอวดอ้างสรรพคุณสินค้านั้นได้อยู่หรือไม่? ซึ่งประเด็นดังกล่าวนี้ เคยเป็นข้อพิพาทเข้าสู่การพิจารณาของศาลปกครองมาแล้วค่ะ โดยวันนี้ วิทยากรของเราได้หยิบกรณีที่คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค มีคำสั่งให้เจ้าของผลิตภัณฑ์สินค้ารายหนึ่ง ห้ามใช้ข้อความโฆษณาสินค้าที่ทำให้ประชาชนเข้าใจได้ว่า สินค้าของตนสามารถลดค่าไฟฟ้าได้ถึง ๓๐ % รายละเอียดของคดีนี้จะเป็นอย่างไร เพราะเหตุใด สคบ. จึงมีคำสั่งเช่นนั้น และคำสั่งดังกล่าวจะชอบด้วยกฎหมายหรือไม่ วันนี้ ดร.อภิญา แก้วกำเนิด ผู้อำนวยการกลุ่มสนับสนุนวิชาการ คดีปกครอง สำนักงานศาลปกครอง พร้อมทั้งจะมาให้ความรู้กับเราในเรื่องนี้กันแล้วค่ะ

๑. สวัสดิ์ค่ะ ดร.อภิญา ค่ะ

สวัสดิ์ค่ะคุณพีรณช และคุณผู้ฟังทุกท่านค่ะ

๒. อาจารย์คะ เรามักจะเห็นโฆษณาสินค้าใช้ข้อความอวดอ้างสรรพคุณของสินค้า เช่น ครีมทาหน้าที่ทำแล้วทำให้หน้าเรียว จมูกโด่ง กรอบหน้าชัด อย่างนี้เป็นต้น ฟังดูแล้วก็ค่อนข้างจะเหลือเชื่อและไม่น่าที่จะเป็นไปได้จริง ไม่ทราบว่าการควบคุมการใช้ข้อความโฆษณาสินค้าต่างๆ นั้น มีการกำหนดเป็นกฎหมายไว้หรือเปล่านั้น ว่าใช้ข้อความแบบไหนได้ไม่ได้อย่างไร

ว่ากันด้วยเรื่องของการใช้ข้อความโฆษณาสินค้า แน่นนอนค่ะว่า เจ้าของสินค้าก็คงต้องการให้สินค้าของตนได้รับความสนใจจากผู้บริโภค อยากให้สินค้าขายดี จึงอาจใช้ข้อความโฆษณาที่ดึงดูดใจให้ผู้บริโภครอมจ่ายเงินเพื่อซื้อสินค้าชิ้นนั้น ซึ่งในบางครั้งเมื่อผู้บริโภคอย่างเราซื้อสินค้ามาใช้แล้วก็พบว่า สินค้าดังกล่าวให้ผลลัพธ์ไม่เป็นไปตามข้อความที่โฆษณาไว้ค่ะ

ซึ่งในเรื่องการคุ้มครองผู้บริโภคในด้านการโฆษณานั้น พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒ มาตรา ๒๒ ได้มีข้อกำหนดเกี่ยวกับการโฆษณาไว้ว่า จะต้องไม่ใช่ข้อความที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคหรือใช้ข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวม ซึ่งก็หมายถึงข้อความที่มีลักษณะอย่างนี้ค่ะ คือ (๑) ข้อความที่เป็นเท็จหรือเกินความจริง (๒) ข้อความที่จะก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ ไม่ว่าจะกระทำโดยใช้หรืออ้างอิงรายงานทางวิชาการ สถิติ หรือสิ่งใดสิ่งหนึ่งอันไม่

เป็นความจริงหรือเกินความจริง หรือไม่ก็ตาม (๓) ข้อความที่เป็นการสนับสนุนโดยตรง หรือโดยอ้อมให้มีการกระทำผิดกฎหมาย หรือศีลธรรม หรือนำไปสู่ความเสื่อมเสียใน วัฒนธรรมของชาติ (๔) ข้อความที่จะทำให้เกิดความแตกแยกหรือเสื่อมเสียความสามัคคี ในหมู่ประชาชน และ (๕) ข้อความอย่างอื่นตามที่กำหนดในกฎกระทรวง ค่ะ

และหากคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาเห็นว่า การโฆษณาใดมีลักษณะฝ่าฝืน ตามข้อกำหนดข้างหนัด คณะกรรมการฯ ก็มีอำนาจออกคำสั่งให้แก้ไขข้อความหรือวิธีการ ในการโฆษณา หรือห้ามการใช้ข้อความบางอย่างที่ปรากฏในการโฆษณา หรือห้าม การโฆษณาหรือห้ามใช้วิธีการนั้นในการโฆษณา หรืออาจให้โฆษณาเพื่อแก้ไขความเข้าใจ ผิดของผู้บริโภคที่อาจเกิดขึ้นแล้วก็ได้คะคุณพิรณูช (ตามมาตรา ๒๗)

๓. แล้วกรณีที่เป็นข้อพิพาทเกี่ยวกับการโฆษณาสินค้าที่ท่านหยิบยกมาพูดคุยกัน ในวันนี้ ฝ่าฝืนข้อกำหนดข้างต้นหรือไม่ มีรายละเอียดเป็นอย่างไรคะ

คดีนี้ ผู้ฟ้องคดีเป็นบริษัทผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายหลอดไฟ และได้ซื้อพื้นที่ทางสื่อ หนังสือพิมพ์เพื่อลงโฆษณาขายหลอดไฟของบริษัทค่ะ ปรากฏว่า หลังจากนั้น สำนักงาน คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค หรือ สคบ. ได้รับหนังสือร้องเรียนจากผู้บริโภคว่า การโฆษณาชุดรางหลอดไฟอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ฟ้องคดีทางสื่อหนังสือพิมพ์ ที่ใช้ ข้อความว่า “**ประกาศลดค่าไฟฟ้า ๓๐%...เฉพาะผู้ใช้ชุดรางอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ฟ้องคดีเท่านั้น**”

ซึ่งผู้บริโภคที่ยื่นร้องเรียน เห็นว่า ข้อความดังกล่าวอาจทำให้ประชาชนเกิด ความเข้าใจว่า การใช้อุปกรณ์ดังกล่าวสามารถลดค่าไฟฟ้าได้ ๓๐% ซึ่งผู้มีอำนาจใน การประกาศลดค่าไฟฟ้า คือ การไฟฟ้าเท่านั้น และบริษัทผู้ฟ้องคดีไม่มีผลการรับรอง จากสถาบันใดมารับรอง นอกจากนี้ในการโฆษณายังได้อ้างถึงการได้รับมาตรฐาน อุตสาหกรรม ซึ่งอาจทำให้ประชาชนผู้บริโภคเกิดความเข้าใจผิดว่าเป็นการรับรองว่า สามารถลดค่าไฟฟ้าได้ ๓๐% จริงจึงได้แจ้งเรื่องร้องเรียนต่อ สคบ. ค่ะ

เมื่อ สคบ. ได้รับเรื่องร้องเรียนแล้ว มีความเห็นว่า การโฆษณาดังกล่าวอาจเป็น การฝ่าฝืนพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒ จึงมีหนังสือเชิญผู้ฟ้องคดีไป ชี้แจงข้อเท็จจริงเกี่ยวกับข้อความโฆษณาดังกล่าวค่ะ

ซึ่งในการชี้แจงครั้งนี้ ผู้ฟ้องคดีได้ให้ผู้รับมอบอำนาจเข้าชี้แจงข้อเท็จจริงต่อ สคบ. ว่า ผู้ฟ้องคดีได้นำชุดรางอิเล็กทรอนิกส์ ขนาด ๓๖ วัตต์ จำนวน ๒ ชุด ทดสอบเรื่อง

การใช้พลังงานไฟฟ้า ที่แรงดันไฟฟ้าตั้งแต่ ๒๑๐ โวลต์ ถึง ๒๕๐ โวลต์ โดยเปรียบเทียบกับชุดรางบัลลาสต์แบบแกนเหล็ก ขนาด ๓๖ วัตต์ จำนวน ๒ ชุด โดยทำการทดสอบเรื่องการใช้พลังงานไฟฟ้า ณ คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยแห่งหนึ่ง ซึ่งผลการทดสอบพบค่า การประหยัดพลังงาน ค่าเฉลี่ยมากกว่า ๓๐% ผู้ฟ้องคดีจึงนำเอาผลการทดสอบนั้น ไปใช้เพื่อการโฆษณาผลิตภัณฑ์ตัวนี้ ค่ะ คุณพีรนุช

๔. ภายหลังได้รับคำชี้แจงแล้ว สคบ.มีความเห็นเป็นอย่างไรคะ

ภายหลังจากรับฟังคำชี้แจงแล้ว สคบ. มีความเห็นว่า ข้อความที่ใช้ในการโฆษณาอาจเป็นเท็จหรือเกินความจริง หรืออาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับสินค้าค่ะ คราวนี้จึงได้เชิญผู้ฟ้องคดีมาชี้แจงข้อเท็จจริงและเชิญผู้เชี่ยวชาญจากคณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยที่ทำการทดสอบ มาให้ความเห็นต่อคณะกรรมการติดตามสอดส่องและวินิจฉัยการโฆษณาด้วยค่ะ

๕. กรณีนี้ ผู้ฟ้องคดีได้ทดสอบแล้วผลปรากฏว่า ชุดรางหลอดไฟ สามารถประหยัดพลังงานได้มากกว่า ๓๐% แสดงว่า มีผลการศึกษาทดสอบรองรับแล้วทำไมจึงเห็นว่าข้อความที่ใช้ในการโฆษณานี้อาจเป็นเท็จหรือเกินความจริงล่ะคะ

อธิบายคุณพีรนุช และคุณผู้ฟังอย่างนี้ค่ะว่า ภายหลังจากที่คณะกรรมการติดตามสอดส่องและวินิจฉัยการโฆษณา ได้พิจารณาคำชี้แจงของผู้ฟ้องคดีพร้อมทั้งรับฟังความเห็นของผู้เชี่ยวชาญแล้ว ก็ได้มีความเห็นอย่างนี้ค่ะ ว่าการโฆษณาของผู้ฟ้องคดีที่ใช้ข้อความว่า “ประกาศลดค่าไฟฟ้า ๓๐%...เฉพาะผู้ใช้ชุดรางอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ฟ้องคดีเท่านั้น” เป็นข้อความที่อาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ

เนื่องมาจากว่า ข้อความที่ผู้ฟ้องคดีใช้ทำให้เข้าใจได้ว่า เมื่อใช้ชุดรางอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ฟ้องคดีแล้วไม่ว่าชนิดใดก็ตาม จะสามารถประหยัดไฟฟ้าได้ ๓๐% ค่ะ แต่เอกสารผลการทดสอบที่ผู้ฟ้องคดีนำมาเสนอระบุว่า ได้ทดสอบเฉพาะชุดรางอิเล็กทรอนิกส์ ขนาด ๓๖ วัตต์ เท่านั้นค่ะ

ดังนั้น คณะกรรมการฯ จึงเสนอให้ คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา (ผู้ถูกฟ้องคดีที่ ๒) มีคำสั่งห้ามผู้ฟ้องคดีใช้ข้อความที่ว่า “ประกาศลดค่าไฟฟ้า ๓๐%...

เฉพาะผู้ใช้ชุดรางอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ฟ้องคดีเท่านั้น” ในการโฆษณาชุดรางอิเล็กทรอนิกส์ครั้งต่อไปในทุกสื่อโฆษณา

หลังจากนั้น สคบ. จึงได้แจ้งให้ผู้ฟ้องคดีทราบว่า คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณามีคำสั่งห้ามผู้ฟ้องคดีใช้ข้อความดังกล่าวต่อไปในทุกสื่อโฆษณา พร้อมทั้งแจ้งว่าจะเสนอให้คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (ผู้ถูกฟ้องคดีที่ ๑) พิจารณาเปรียบเทียบปรับผู้ฟ้องคดี เป็นเงินห้าหมื่นบาท (๕๐,๐๐๐ บาท) รวมทั้งปรับกรรมการผู้รับผิดชอบในการดำเนินการของผู้ฟ้องคดีเป็นเงินอีกห้าหมื่นบาท (๕๐,๐๐๐ บาท) ด้วย

ผู้ฟ้องคดีไม่เห็นด้วยจึงอุทธรณ์คำสั่งดังกล่าว ซึ่งคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคพิจารณาแล้วมีมติยืนตามคำสั่งของคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาที่ห้ามผู้ฟ้องคดีใช้ข้อความดังกล่าวในการโฆษณา ผู้ฟ้องคดีจึงนำคดีนี้มายื่นฟ้องต่อศาลปกครองเพื่อขอให้เพิกถอนคำสั่งดังกล่าวคุ้มครองผู้บริโภค

๖. ผู้ฟ้องคดีได้ชี้แจงไว้ไหมคะว่า ทำไมจึงใช้ข้อความโฆษณาที่อาจทำให้ผู้บริโภคเข้าใจผิดเช่นนี้

ผู้ฟ้องคดีชี้แจงไว้ดังนี้ค่ะว่า การที่ผู้ฟ้องคดีโฆษณาโดยใช้ข้อความ “ประกาศลดค่าไฟฟ้า ๓๐% เฉพาะผู้ใช้ชุดรางอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ฟ้องคดีเท่านั้น” โดยไม่ได้ระบุรุ่นหรือรายละเอียดของสินค้าว่าเป็นชนิดหรือขนาดใด เนื่องจากรูปแบบการโฆษณาสินค้าตามสื่อโฆษณาต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นสื่อโทรทัศน์และสื่อสิ่งพิมพ์นั้นมีข้อจำกัดด้านระยะเวลาและเนื้อที่ในการโฆษณา ดังนั้น การโฆษณาสินค้าจึงจะต้องกระทำโดยกระชับและโฆษณาสิ่งที่ดีที่สุด เพื่อทำให้เกิดผลทางการตลาดมากที่สุดค่ะ

๗. เมื่อคดีมาถึงศาลปกครองแล้ว ศาลฯ มีความเห็นในเรื่องนี้อย่างไรคะ

ศาลปกครองสูงสุดมีความเห็นอย่างนี้ค่ะว่า การพิจารณาความประหยัดไฟฟ้าของชุดรางอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ฟ้องคดี จะต้องพิจารณาแยกประเภทชนิดของผลิตภัณฑ์ในค่าแรงดันไฟฟ้า ๒๒๐ โวลต์ ซึ่งเป็นแรงดันไฟฟ้าที่ใช้ในครัวเรือนทั่วไปจึงจะได้ค่าความประหยัดไฟฟ้าที่ผู้บริโภคได้รับจากการใช้ผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดค่ะ

ซึ่งเมื่อพิจารณาจากรายงานผลการทดสอบการใช้พลังงานไฟฟ้าของบัลลาสต์อิเล็กทรอนิกส์ (อุปกรณ์ควบคุมปริมาณกระแสไฟฟ้า และกำลังไฟฟ้าที่จ่ายให้หลอดไฟ

ให้มีค่าเหมาะสม) และบัลลาสต์แกนเหล็ก ที่ผู้ฟ้องคดีนำไปทดสอบแล้ว พบว่า ความประหยัดไฟฟ้าของชุดรางอิเล็กทรอนิกส์ ขนาด ๓๖ วัตต์ ที่แรงดันไฟฟ้าที่ใช้ในครัวเรือน (๒๒๐ โวลต์) มีค่าประหยัดไฟฟ้าสูงสุด ๓๖.๑๒ % และมีค่าต่ำสุด ๒๑.๗๘% ซึ่งคำนวณค่าเฉลี่ยได้ค่าประหยัดไฟฟ้าที่ ๒๘.๙๕% ค่ะ

ส่วนความประหยัดไฟฟ้าของชุดรางอิเล็กทรอนิกส์ ขนาด ๑๘ วัตต์ ที่แรงดันไฟฟ้า ๒๒๐ โวลต์ มีค่าประหยัดไฟฟ้าสูงสุด ๔๔% และมีค่าต่ำสุด ๔๑.๙๗% ซึ่งสามารถคำนวณค่าเฉลี่ยได้ค่าประหยัดไฟฟ้าที่ ๔๒.๙๙% ค่ะ

เมื่อผลทดสอบค่าการประหยัดไฟฟ้าในชุดรางอิเล็กทรอนิกส์แต่ละชนิดมีความแตกต่างกัน ดังนั้น การที่ผู้ฟ้องคดีโฆษณาโดยใช้ข้อความว่า “ประกาศลดค่าไฟฟ้า ๓๐% เฉพาะผู้ใช้ชุดรางอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ฟ้องคดีเท่านั้น” โดยไม่ได้ระบุหรือรายละเอียดของสินค้าว่าเป็นชนิดใด จึงยอมทำให้บุคคลทั่วไปเข้าใจว่า เมื่อใช้ชุดรางอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ฟ้องคดีแล้ว จะสามารถประหยัดไฟฟ้าได้ ๓๐% ทุกชนิด ซึ่งไม่ตรงกับความเป็นจริงตามรายงานผลการทดสอบดังกล่าวค่ะ ข้อความดังกล่าวจึงเป็นข้อความที่จะก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับสินค้า อันเป็นข้อความที่เป็นการไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค ตามมาตรา ๒๒ วรรคสอง (๒) แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒ ค่ะคุณพีรณช

๘. แล้วประเด็นที่ผู้ฟ้องคดีอ้างว่า เป็นเพราะข้อจำกัดในการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ละคะ ศาลฯ พิจารณาประเด็นนี้อย่างไรคะ

สำหรับข้ออ้างของผู้ฟ้องคดีในประเด็นข้อจำกัดในพื้นที่การโฆษณา ทำให้ไม่สามารถระบุหรือข้อมูลได้ทั้งหมด และไม่ใช้เป็นกรณีที่ต้องการปกปิดหรือต้องการให้เกิดความไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคนั้น ศาลปกครองสูงสุดมีความเห็นอย่างนี้ค่ะว่า ข้อจำกัดในการโฆษณาไม่ได้เป็นข้อยกเว้นให้ผู้ฟ้องคดีสามารถดำเนินการโฆษณาโดยไม่ถูกต้อง ตามที่พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒ กำหนดไว้ได้แต่อย่างใด ค่ะ

ดังนั้น คำสั่งของคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา (ผู้ถูกฟ้องคดีที่ ๒) ที่สั่งห้ามผู้ฟ้องคดีใช้ข้อความว่า “ประกาศลดค่าไฟฟ้า ๓๐%... เฉพาะผู้ใช้ชุดรางอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ฟ้องคดีเท่านั้น” ในการโฆษณาชุดรางอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ฟ้องคดีครั้งต่อไปในทุก

สื่อโฆษณา และคำวินิจฉัยยุทธศาสตร์ของคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (ผู้ถูกฟ้องคดีที่ ๑) ที่มีมติยืนตามคำสั่งดังกล่าว จึงเป็นคำสั่งที่ชอบด้วยกฎหมายแล้วค่ะ

ศาลปกครองสูงสุดจึงพิพากษายืนตามคำพิพากษาของศาลปกครองชั้นต้นที่ให้ ยกฟ้องค่ะ คุณพีรณัฐ (คำพิพากษาศาลปกครองสูงสุด ที่ อ. ๖๗๓/๒๕๖๒)

ช่วงปิดท้ายรายการ ผู้ดำเนินรายการ : สำหรับวันนี้ขอขอบคุณ ดร.อภิญา แก้วกำเนิด ผู้อำนวยการกลุ่มสนับสนุนวิชาการคดีปกครอง สำนักงานศาลปกครอง ที่ให้เกียรติมาร่วม สันทนาในวันนี้ค่ะ พบกันใหม่กับรายการหยิบมาเล่าเอามาฝาก ช่วงคุยกับนักกฎหมาย โดย ศาลปกครอง ครั้งต่อไป สวัสดีค่ะ

(ผู้ดำเนินรายการ ปิดรายการ)

สำนักประชาสัมพันธ์ สำนักงานศาลปกครอง

(ผู้ติดต่อประสานงาน รัชนิวรรณ คงทวี ๐๘ ๙๘๓๒ ๗๗๐๕ / สลิททิพย์ บุญเรืองขาว ๐๙ ๕๙๓๕ ๓๕๙๗)