

ปัญหามาตรการทางกฎหมายในการคุ้มครอง และควบคุมธุรกิจค้าสัตว์ เลี้ยงออนไลน์

Legal Issues in the Protection and Regulation of Online Pet Trade Businesses

ศุภวิชญ์ ทองสมัคร์*

Supawish Thongsamak

อรอมล อาระพล**

Ornamol Arapol

วันที่รับบทความ 23 มิถุนายน 2568

วันที่แก้ไขบทความ 17 กรกฎาคม 2568

วันที่ตอบรับบทความ 30 กรกฎาคม 2568

* นักศึกษาปริญญาโท คณะนิติศาสตร์ สาขากฎหมายธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

Graduate Student of Master of Law, Business Law, University of the Thai Chamber of Commerce

** ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำคณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

Ph.D. Assistant Professor, University of the Thai Chamber of Commerce

บทคัดย่อ

ในยุคดิจิทัล ธุรกิจค้าสัตว์เลี้ยงออนไลน์ในประเทศไทยมีแนวโน้มขยายตัวอย่างรวดเร็วตามพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป และกระแส “Pet Humanization” ซึ่งส่งเสริมให้สัตว์เลี้ยงได้รับการปฏิบัติในฐานะสมาชิกในครอบครัว อย่างไรก็ตาม การเติบโตของธุรกิจดังกล่าวก่อให้เกิดปัญหาทางกฎหมายหลายประการ อาทิ การฉ้อโกงผู้บริโภค การละเมิดสวัสดิภาพสัตว์ และการลักลอบค้าสัตว์ผิดกฎหมายผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ แม้ประเทศไทยจะมีกฎหมายหลายฉบับที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมธุรกิจค้าสัตว์เลี้ยง เช่น พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 และพระราชบัญญัติป้องกันการทารุณกรรมและการจัดสวัสดิภาพสัตว์ พ.ศ. 2557 แต่ยังคงขาดกฎหมายเฉพาะที่สามารถกำกับดูแลธุรกิจค้าสัตว์เลี้ยงออนไลน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยการศึกษาได้วิเคราะห์มาตรการกฎหมายของต่างประเทศ ได้แก่ สาธารณรัฐฝรั่งเศส สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี และสหรัฐอเมริกา พบว่าประเทศเหล่านี้มีการกำหนดมาตรการเฉพาะ เช่น การลงทะเบียนผู้ขายสัตว์เลี้ยง การบังคับใช้ใบอนุญาต การตรวจสอบสุขภาพสัตว์ก่อนจำหน่าย และการกำหนดหน้าที่ของแพลตฟอร์มดิจิทัลอย่างชัดเจน ซึ่งส่งผลให้สามารถควบคุมและคุ้มครองผู้บริโภคและสัตว์ได้อย่างรัดกุม ในขณะที่ประเทศไทย ยังมีข้อจำกัดหลายประการ เช่น ขาดการกำกับดูแลแพลตฟอร์มออนไลน์ การขาดมาตรฐานด้านสุขภาพสัตว์ และกลไกการป้องกันการลักลอบค้าสัตว์ผิดกฎหมายที่มีประสิทธิภาพ

จากการศึกษานี้ เห็นควรปรับปรุงกฎหมายโดยกำหนดมาตรการเฉพาะสำหรับธุรกิจค้าสัตว์เลี้ยงออนไลน์ ทั้งในด้านการกำกับดูแลแพลตฟอร์ม การลงทะเบียนและตรวจสอบผู้ขาย การกำหนดมาตรฐานสุขภาพสัตว์ และการเสริมสร้างกลไกในการป้องกันการค้าสัตว์ผิดกฎหมาย เพื่อให้สอดคล้องกับแนวทางปฏิบัติที่ดีของต่างประเทศ และสามารถคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภค และสวัสดิภาพสัตว์ได้อย่างมีประสิทธิภาพในบริบทเศรษฐกิจดิจิทัลที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

คำสำคัญ: ธุรกิจค้าสัตว์เลี้ยงออนไลน์; การคุ้มครองผู้บริโภค; สวัสดิภาพสัตว์; แพลตฟอร์มดิจิทัล

Abstract

In the digital era, Thailand's online pet trade has experienced rapid growth in response to shifting consumer behaviors and the rising trend of “Pet Humanization,” which encourages the treatment of pets as family members. Despite its expansion, this business sector presents numerous legal challenges, including consumer fraud, violations of animal welfare, and the illegal trade of animals through online platforms. Although several laws—such as the Consumer Protection Act B.E. 2522 (1979) and the Cruelty Prevention and Welfare of Animals Act B.E. 2557 (2014) are in place, Thailand lacks specific legislation tailored to effectively regulate online pet commerce. This study analyzes the regulatory frameworks of France, Germany, and the United States, where more comprehensive measures are implemented, including mandatory seller registration, licensing requirements, pre-sale

animal health checks, and the clear imposition of duties on digital platforms. These foreign approaches enable stronger consumer and animal protection. In contrast, Thailand faces limitations such as the absence of platform oversight, insufficient health standards, and weak mechanisms to combat illegal wildlife trade.

Based on this study, the author recommends the enactment of specific legal measures to govern online pet trade, including platform regulation, seller registration and verification, animal health standards, and anti-trafficking mechanisms, in alignment with international best practices to ensure effective protection of consumer rights and animal welfare within the rapidly evolving digital economy.

Keywords: Online Pet Trade; Consumer Protection; Animal Welfare; Digital Platforms

บทนำ

ในปัจจุบัน ธุรกิจสัตว์เลี้ยงออนไลน์ในประเทศไทยเติบโตอย่างรวดเร็วจากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคและโครงสร้างครอบครัว โดยเฉพาะแนวโน้ม “Pet Humanization” ที่ทำให้สัตว์เลี้ยงถูกมองเป็นสมาชิกในครอบครัว ส่งผลให้ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับคุณภาพชีวิตของสัตว์เลี้ยงมากขึ้น ประกอบกับการเพิ่มขึ้นของครอบครัวเดี่ยว การทำงานแบบ Work from Home และจำนวนผู้สูงอายุที่อยู่ลำพังในเมืองใหญ่ ล้วนมีส่วนส่งเสริมให้สัตว์เลี้ยงกลายเป็นปัจจัยเติมเต็มด้านอารมณ์และความผูกพันในชีวิตประจำวัน¹ และขณะเดียวกัน ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและความนิยมในการซื้อขายผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ ยังส่งเสริมให้ธุรกิจสัตว์เลี้ยงทางดิจิทัลเติบโตขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ ช่องทางออนไลน์ต่าง ๆ เช่น เว็บไซต์ ร้านค้าออนไลน์ และโซเชียลมีเดีย เอื้อให้ผู้บริโภคเข้าถึงสินค้าและบริการได้สะดวกยิ่งขึ้น การตลาดออนไลน์และโฆษณาบนโซเชียลมีเดียยังช่วยกระตุ้นความต้องการซื้อสัตว์เลี้ยงในกลุ่มผู้บริโภคมมากขึ้น

โดยธุรกิจสัตว์เลี้ยงออนไลน์ไม่เพียงมีบทบาทสำคัญในแง่พฤติกรรมผู้บริโภค แต่ยังเป็นแรงขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจ โดยเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง เช่น ธุรกิจฟาร์มเพาะพันธุ์ ธุรกิจขนส่ง อาหารสัตว์ และบริการสุขภาพสัตว์ อย่างไรก็ตาม การขาดมาตรการกำกับดูแลที่ชัดเจนและครอบคลุมในประเทศไทย ส่งผลให้เกิดปัญหาทางกฎหมายและสังคมในหลายด้าน ประการแรก คือ ปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคจากการซื้อขายสัตว์เลี้ยงผ่านออนไลน์ แม้การซื้อขายลักษณะนี้จะเพิ่มความสะดวก แต่การไม่มีบทบัญญัติกฎหมายเฉพาะส่งผลให้เกิดกรณีฉ้อโกง เช่น ผู้ซื้อถูกหลอกโอนเงินล่วงหน้าโดยไม่ได้รับสัตว์เลี้ยง หรือได้รับสัตว์ที่ไม่ตรงตามที่โฆษณา นอกจากนี้ ยังไม่มีระบบลงทะเบียนผู้ขายอย่างเป็นทางการ ทำให้บุคคลทั่วไปสามารถขายสัตว์เลี้ยงได้โดยไม่มีการตรวจสอบจากรัฐ ซึ่งเปิดช่องให้เกิดการหลอกลวงได้ง่าย ในหลายประเทศ เช่น ประเทศสาธารณรัฐ

¹ Marketeer Team, “ปรากฏการณ์ Pet Humanization ดันตลาดธุรกิจเกี่ยวกับสัตว์เลี้ยงโต,” สืบค้นเมื่อวันที่ 5 มีนาคม 2568, จาก <https://marketeeronline.co/archives/243237>

ฝรั่งเศส ได้มีการกำหนดให้ผู้ขายต้องลงทะเบียน และแพลตฟอร์มต้องมีระบบคัดกรองเพื่อป้องกันการฉ้อโกง² ประการ ที่สอง คือ ปัญหาด้านสวัสดิภาพสัตว์และมาตรฐานการดูแล โดยพบว่ายังไม่มีมาตรการควบคุมด้านสุขภาพ และสภาพความเป็นอยู่ของสัตว์เลี้ยงที่ถูกขาย เช่น การขนส่งสัตว์เลี้ยงผ่านบริการพัสดุที่ไม่ปลอดภัย หรือการจำหน่ายสัตว์ป่วยโดยไม่มีการตรวจสอบสุขภาพก่อนขาย ในขณะที่ประเทศเยอรมนีได้กำหนดให้ผู้ขายต้องมีใบอนุญาตจากรัฐ และสัตว์ต้องมีใบรับรองสุขภาพ รวมถึงห้ามขายสัตว์ที่มีอายุต่ำกว่าเกณฑ์³ และประการที่สาม คือ ปัญหาการลักลอบค้าสัตว์ผิดกฎหมายผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ โดยพบว่ามีผู้นำเข้าสัตว์ป่าคุ้มครอง หรือสัตว์หายากโดยไม่มียาอนุญาต เป็นการละเมิดทั้งกฎหมายภายในประเทศและพันธกรณีระหว่างประเทศ เช่น การลักลอบนำเข้าสัตว์ป่าผ่านโซเชียลมีเดียในประเทศไทย ซึ่งกระทบทั้งระบบนิเวศและสุขภาพสาธารณะ เมื่อเปรียบเทียบกับสหรัฐอเมริกา ที่มีแนวทางป้องกันปัญหา โดยการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ และบล็อกเชน เพื่อติดตามและตรวจสอบแหล่งที่มาของสัตว์เลี้ยง นอกจากนี้ บางรัฐในสหรัฐฯ ยังออกกฎหมายกำหนดให้แพลตฟอร์มต้องมีระบบตรวจสอบใบอนุญาตของผู้ขายก่อนอนุญาตให้ขายสัตว์เลี้ยงออนไลน์⁴ ซึ่งการนำมาตรการเหล่านี้ มาใช้จะช่วยลดปัญหาการลักลอบค้าสัตว์ผิดกฎหมายผ่านช่องทางดิจิทัลในประเทศไทยได้จากปัญหาข้อจำกัดของกฎหมายของไทยในการกำกับดูแลธุรกิจค้าสัตว์เลี้ยงออนไลน์ เห็นได้ว่าถึงแม้ว่าในปัจจุบัน กฎหมายของไทย เช่น พระราชบัญญัติป้องกันการทารุณกรรมและการจัดสวัสดิภาพสัตว์ พ.ศ. 2557 พระราชบัญญัติโรคระบาดสัตว์ พ.ศ. 2558 และพระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ. 2535 จะมีบทบัญญัติที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองสัตว์เลี้ยงและสุขภาพสัตว์ แต่ยังไม่มีความมาตรการที่ชัดเจนสำหรับการกำกับดูแลธุรกิจค้าสัตว์เลี้ยงออนไลน์โดยเฉพาะ ส่งผลให้เกิดช่องโหว่ที่สามารถนำไปสู่การกระทำความผิดกฎหมายได้ง่ายขึ้น

2. แนวคิด และทฤษฎีทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจค้าสัตว์เลี้ยงออนไลน์

2.1 แนวคิดเรื่องการคุ้มครองผู้บริโภค

การคุ้มครองผู้บริโภค ถือเป็นแนวคิดที่มีความสำคัญอย่างยิ่งในบริบทของการทำธุรกรรมที่เกี่ยวข้องกับการซื้อขายสินค้าและบริการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยุคปัจจุบันที่การค้าออนไลน์มีบทบาทสำคัญและแพร่หลายอย่างกว้างขวาง การคุ้มครองผู้บริโภคหมายถึงการสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้บริโภคว่าพวกเขาจะได้รับสินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพปลอดภัยและตรงตามที่โฆษณาหรือทำสัญญาไว้⁵ อย่างไรก็ตาม การค้าสัตว์เลี้ยงออนไลน์มี

² PETA, “Bans on Circuses, Fur Farms, Dolphinariums, Pet Stores: Progress for Animals Is Passed Into Law in France!,” retrieved March 5, 2025, from <https://www.peta.org/blog/new-law-france-protects-animals/>.

³ European Consumer Centre France, “Am I allowed to buy an animal online in Europe?,” retrieved March 5, 2025, from <https://www.europe-consommateurs.eu/en/shopping-internet/animal.html>.

⁴ Animal Rescues For Change, “Pet’s Breeders, Animals Laws in the United States vs. Europe (EU),” retrieved March 5, 2025, from <https://animalrescuesforchange.org/pets-breeders-animals-laws-in-the-united-states-vs-europe-eu/>.

⁵ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค, “สิทธิของผู้บริโภค,” สืบค้นเมื่อวันที่ 30 มีนาคม 2568, จาก https://www.ocpb.go.th/news_view.php?nid=9764.

ความซับซ้อนมากกว่าการค้าสินค้าทั่วไป เนื่องจากเกี่ยวข้องกับสิ่งมีชีวิต การคุ้มครองผู้บริโภคจึงต้องคำนึงถึงทั้งสิทธิของผู้ซื้อและสวัสดิภาพของสัตว์ควบคู่กัน โดยผู้บริโภคควรมีสิทธิได้รับข้อมูลที่ครบถ้วนเกี่ยวกับสัตว์เลี้ยง เช่น ประวัติสุขภาพ การฉีดวัคซีนและแหล่งที่มา โดยข้อมูลต้องโปร่งใสและสามารถตรวจสอบได้ก่อนการซื้อ⁶ อย่างไรก็ตาม การซื้อขายผ่านระบบออนไลน์ทำให้ผู้บริโภคมีความเสี่ยงต่อการถูกหลอกลวง เช่น ได้รับสัตว์ไม่ตรงกับที่ตกลงไว้ หรือไม่ได้รับสัตว์เลย ซึ่งสะท้อนข้อจำกัดของกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคไทยที่ยังไม่ครอบคลุมธุรกิจนี้อย่างเพียงพอ เช่น การไม่มีมาตรการตรวจสอบผู้ขายหรือระบบรับรองมาตรฐานสัตว์เลี้ยงที่จำหน่าย

2.2 ทฤษฎีสิทธิสัตว์

โดยทฤษฎีสิทธิสัตว์ เป็นทฤษฎีที่ให้ความสำคัญกับการคุ้มครองสิทธิของสัตว์อย่างเป็นอิสระ โดยไม่อิงกับประโยชน์ของมนุษย์หรือผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจที่มนุษย์จะได้รับจากสัตว์ ทฤษฎีนี้เน้นการพิจารณาถึงสิทธิที่สัตว์พึงได้รับ เช่น สิทธิในการดำรงชีวิต สิทธิในการได้รับการปฏิบัติอย่างมีศักดิ์ศรี และสิทธิในการไม่ถูกทารุณกรรมหรือถูกกระทำอย่างไม่เป็นธรรม โดยในบริบทของธุรกิจค้าสัตว์เลี้ยงออนไลน์ ทฤษฎีสิทธิสัตว์สามารถใช้เป็นกรอบแนวคิดในการวิเคราะห์ถึงการละเมิดสิทธิสัตว์ที่อาจเกิดขึ้นจากการซื้อขายสัตว์เลี้ยงผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัล เช่น การค้าสัตว์ที่ไม่ได้รับการดูแลที่เหมาะสม การขายสัตว์ป่วย หรือการขายสัตว์ที่ไม่ผ่านการตรวจสอบสุขภาพอย่างถูกต้อง การพิจารณาทฤษฎีนี้จึงช่วยให้เห็นถึงปัญหาทางจริยธรรมและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการค้าสัตว์เลี้ยงออนไลน์ได้อย่างชัดเจนยิ่งขึ้น⁷

2.3 แนวคิดเรื่องสวัสดิภาพสัตว์

สวัสดิภาพสัตว์ (animal welfare) เป็นแนวคิดที่เน้นการดูแลสัตว์ให้มีความเป็นอยู่ที่ดี ทั้งทางกายภาพ จิตใจ และพฤติกรรมตามธรรมชาติ โดยเฉพาะสัตว์ที่ถูกนำมาใช้ในเชิงพาณิชย์ เช่น การค้า การเพาะพันธุ์ หรือการแสดง ซึ่งต้องได้รับการปฏิบัติอย่างเหมาะสมและปราศจากการทารุณกรรม⁸ ในระดับสากล องค์การอนามัยสัตว์โลก (World Organization for Animal Health: WOAH) ให้นิยามว่า สวัสดิภาพสัตว์คือภาวะทางกายและใจของสัตว์ที่สัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมที่สัตว์อาศัยอยู่ ซึ่งต้องปลอดจากความทุกข์ทรมานและเอื้อต่อการดำรงชีวิตตามธรรมชาติ⁹ ซึ่งหลักการสวัสดิภาพสัตว์ที่ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวาง ได้แก่ “หลัก 5 เสรีภาพ” ซึ่งพัฒนาโดย คณะกรรมการสวัสดิภาพสัตว์ในฟาร์ม (Farm Animal Welfare Committee: FAWC) สหราชอาณาจักร ประกอบด้วย (1) เสรีภาพจากความหิวและกระหาย โดยจัดอาหารและน้ำอย่างเหมาะสม (2) เสรีภาพจากความไม่สบาย โดยมีที่พักอาศัยที่ปลอดภัย (3) เสรีภาพจากความเจ็บปวดและ

⁶ Department of Commerce & Department of Local Government, *A consumer's guide to buying a pet* (Australia: Government of Western Australia, 2011), pp. 9-10.

⁷ จิรพงศ์ ทรัพย์ชุมทอง, “ทฤษฎีสิทธิสัตว์บนฐานความเป็นพลเมือง กับหลักการการพิจารณาอย่างเท่าเทียม,” *วารสารสมาคมปรัชญาและศาสนาแห่งประเทศไทย*, เล่มที่ 1, ปีที่ 14, น. 97-99 (16 สิงหาคม 2562).

⁸ “พระราชบัญญัติป้องกันการทารุณกรรมและการจัดสวัสดิภาพสัตว์ พ.ศ. 2557,” *ราชกิจจานุเบกษา* เล่ม 131 ตอนที่ 87 ก, น. 5-10 (26 ธันวาคม 2557).

⁹ Terrestrial Animal Health Code, Article 7.1.1. (General Considerations).

โรคภัย ด้วยการดูแลสุขภาพอย่างเหมาะสม (4) เสรีภาพในการแสดงพฤติกรรมตามธรรมชาติ เช่น การเดินหรือเล่น และ (5) เสรีภาพจากความกลัวและความเครียด โดยจัดสภาพแวดล้อมที่สงบและปลอดภัย¹⁰

2.4 แนวคิดด้านการควบคุมการค้าออนไลน์

การควบคุมการค้าออนไลน์ หมายถึง การกำหนดกฎเกณฑ์ มาตรฐาน และแนวทางในการกำกับดูแลธุรกรรมผ่านระบบดิจิทัล เพื่อให้เกิดความโปร่งใส ยุติธรรม และปลอดภัยสำหรับผู้บริโภคและผู้ประกอบการ โดยเฉพาะในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับสินค้าที่มีความอ่อนไหว เช่น สัตว์เลี้ยง ซึ่งต้องอาศัยกลไกควบคุมที่ครอบคลุมใน 3 ด้านหลัก ได้แก่

(1) การบริหารจัดการข้อมูล เป็นกระบวนการควบคุมข้อมูลตลอดวงจรชีวิต ตั้งแต่การจัดเก็บ ใช้งาน แบ่งปัน ไปจนถึงการทำลาย โดยต้องมีมาตรการป้องกันข้อมูลรั่วไหลและคุ้มครองความเป็นส่วนตัวของผู้บริโภค เช่น กฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลแห่งสหภาพยุโรป (General Data Protection Regulation: GDPR) และ พระราชบัญญัติคุ้มครองความเป็นส่วนตัวของผู้บริโภคแห่งรัฐแคลิฟอร์เนีย (California Consumer Privacy Act: CCPA) ของสหรัฐอเมริกาที่กำหนดให้ผู้ประกอบการต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์อย่างเคร่งครัดในการจัดการข้อมูล¹¹

(2) มาตรฐานความปลอดภัย เช่น มาตรฐานความปลอดภัยของข้อมูลสำหรับอุตสาหกรรมบัตรชำระเงิน (Payment Card Industry Data Security Standard: PCI DSS) ที่ใช้ในการป้องกันการโจรกรรมข้อมูลทางการเงิน รวมถึงมาตรฐานการเข้ารหัสข้อมูล (encryption standards) ที่ช่วยให้การส่งผ่านข้อมูลระหว่างผู้บริโภคและผู้ประกอบการมีความปลอดภัย¹² ซึ่งการกำหนดมาตรฐานด้านความปลอดภัยนี้ยังรวมถึงการป้องกันการทำธุรกรรมที่ผิดกฎหมาย การตรวจสอบตัวตนของผู้ขายและผู้ซื้อ และการกำหนดขอบเขตการรับผิดชอบในการทำธุรกรรม โดยสำหรับการค้าสัตว์เลี้ยงออนไลน์ ความปลอดภัยของข้อมูลเกี่ยวกับการทำธุรกรรมและตัวตนของผู้ขายและผู้ซื้อนั้นเป็นสิ่งสำคัญที่ต้องได้รับการคุ้มครองอย่างเคร่งครัด เพื่อป้องกันการฉ้อโกงหรือการกระทำที่ไม่เป็นธรรม เช่น การโฆษณาที่หลอกลวงหรือการขายสัตว์เลี้ยงที่ไม่ได้มาตรฐาน¹³ และ

¹⁰ SPCA Certified, “Animal Welfare: The Five Freedoms and the Five Domains Explained,” retrieved March 30, 2025, from <https://www.spcacertified.nz/learn-more/article/animal-welfare-the-five-freedoms-and-the-five-domains-explained>

¹¹ ETDA, “Data Governance and e-Commerce,” retrieved March 30, 2025, from <https://www.etda.or.th/th/Useful-Resource/Knowledge-Sharing/Data-Governance-and-e-Commerce.aspx>

¹² Bruno Deffains and Jane K. Winn, “Governance of Electronic Commerce in Consumer and Business Markets,” *Cambridge University Press*, pp. 1-17 (28 September 2008).

¹³ Jack M Whittaker and Mark Button, “Understanding pet scams: A case study of advance fee and non-delivery fraud using victims’ accounts,” *Australian & New Zealand Journal of Criminology* 53, 4, pp. 497-514 (2020).

(3) แนวทางการควบคุมการทำธุรกรรม เช่น การยืนยันตัวตนของคู่ค้า การระบุข้อมูลส่วนตัวที่ชัดเจน และระบบติดตามธุรกรรม ซึ่งเป็นมาตรการที่บางประเทศนำมาใช้เพื่อป้องกันการกระทำผิด เช่น การกำหนดให้ผู้ขายสัตว์เลี้ยงลงทะเบียนกับหน่วยงานรัฐ และเปิดเผยข้อมูลสุขภาพหรือสายพันธุ์สัตว์อย่างโปร่งใส¹⁴

2.5 ทฤษฎีสัญญา

ทฤษฎีสัญญา เป็นพื้นฐานทางกฎหมายที่อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างคู่สัญญา โดยเฉพาะในการซื้อขาย และให้บริการ แนวคิดนี้พัฒนามาจากแนวคิดสัญญาทางสังคมของจอห์น ล็อก และโทมัส ฮอบส์ ซึ่งชี้ให้เห็นว่า สัญญาเป็นกลไกสำคัญในการปกป้องสิทธิและสร้างระเบียบในสังคม¹⁵ ต่อมา ทฤษฎีสัญญาถูกพัฒนาในบริบทธุรกิจผ่านแนวคิด “สัญญาที่สมบูรณ์” และ “สัญญาที่ไม่สมบูรณ์” โดยเฉพาะในธุรกรรมที่มีความไม่แน่นอน เช่น การซื้อขายสัตว์เลี้ยงออนไลน์ ที่อาจไม่สามารถระบุรายละเอียดสุขภาพหรือเงื่อนไขการคืนสินค้าได้ชัดเจน ตั้งแต่ต้น¹⁶ ซึ่งในบริบทของธุรกิจค้าสัตว์เลี้ยงออนไลน์ การทำสัญญาระหว่างผู้ขายและผู้ซื้อมักมีลักษณะเป็นสัญญาทางไกล ซึ่งเกิดขึ้นผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัล ผู้ขายและผู้ซื้ออาจไม่ได้พบหน้ากันโดยตรง ปัญหาที่เกิดจากสัญญาประเภทนี้คือ ความไม่ชัดเจนของข้อกำหนดในสัญญา การบังคับใช้ที่ทำได้ยาก และการพิสูจน์การตกลงร่วมกันของคู่สัญญา โดยเฉพาะในกรณีที่ไม่มีหลักฐานที่ชัดเจน เช่น ข้อความสนทนาหรือเอกสารที่เป็นลายลักษณ์อักษรที่สามารถใช้เป็นหลักฐานทางกฎหมายได้¹⁷

โดยหลักการสำคัญที่เกี่ยวข้องได้แก่ “หลักการตกลงใจ” (Principle of Agreement) ซึ่งหมายถึงการแสดงเจตนาโดยสมัครใจและชัดเจน รวมถึงความสมบูรณ์ของสัญญา ซึ่งหมายถึงการตกลงรายละเอียดอย่างครบถ้วน เช่น ข้อมูลเกี่ยวกับสุขภาพสัตว์ เงื่อนไขการคืนสินค้า วิธีชำระเงิน และเงื่อนไขการขนส่ง¹⁸ โดยหลักการเหล่านี้สอดคล้องกับประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 453-456 ซึ่งว่าด้วยการตกลงซื้อขาย และการโอนกรรมสิทธิ์ หากสัญญาขาดความชัดเจน หรือไม่มีระบบจัดเก็บข้อมูลที่เชื่อถือได้ เช่น การเจรจาผ่านแชตโดยไม่บันทึกไว้ อาจทำให้เกิดปัญหาในการบังคับสิทธิและสร้างข้อพิพาท ดังนั้น การออกแบบสัญญาที่ชัดเจน มีการแสดงเจตนาอย่างครบถ้วน และการจัดเก็บข้อมูลธุรกรรมในแพลตฟอร์มออนไลน์อย่างเป็นระบบเป็นสิ่งจำเป็นในการคุ้มครองคู่สัญญาในธุรกิจค้าสัตว์เลี้ยงออนไลน์ให้เป็นธรรมและมีประสิทธิภาพทางกฎหมาย

¹⁴ ETDA, *supra* note 11.

¹⁵ Alan Schwartz and Robert E. Scottt, “Contract Theory and the Limits of Contract Law,” *The Yale Law Journal* 113, 3, pp. 548-550 (2003).

¹⁶ วรินทร์ วาริ, “มาตรการทางกฎหมายคุ้มครองผู้ซื้อสัตว์เลี้ยงประเภทสุนัขและแมว,” (วิทยานิพนธ์นิติศาสตรมหาบัณฑิต, กฎหมายเอกชนและธุรกิจ มหาวิทยาลัยสยาม, 2560), น. 25-31.

¹⁷ Alan Schwartz and Robert E. Scottt, *supra* note 15.

¹⁸ ธนภรณ์ ฤาแรง, “มาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับการทำสัญญาซื้อขายสัตว์เลี้ยง ศึกษากรณีสัญญาซื้อขายสุนัข,” (สารนิพนธ์นิติศาสตรมหาบัณฑิต กลุ่มวิชากฎหมายธุรกิจ คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม, 2566), น. 8-11.

2.6 ทฤษฎีกฎหมายเพื่อประโยชน์สาธารณะ

ทฤษฎีกฎหมายเพื่อประโยชน์สาธารณะ เป็น แนวคิดทางกฎหมายที่เน้นให้รัฐใช้กลไกกำกับดูแลเพื่อประโยชน์ของสาธารณชนโดยรวม ไม่ใช่เพื่อกลุ่มผลประโยชน์เฉพาะหรือองค์กรธุรกิจ โดยถือเป็นหลักสำคัญในกฎหมายมหาชนที่เน้นการใช้อำนาจรัฐเพื่อคุ้มครองสิทธิขั้นพื้นฐานและความเป็นอยู่ที่ดีของประชาชนอย่างทั่วถึง¹⁹ โดยแนวคิดนี้ยังสะท้อนถึงหน้าที่ของรัฐในการออกกฎหมายและกำกับดูแลธุรกิจที่อาจส่งผลกระทบต่อสังคม เช่น การค้าสัตว์เลี้ยงออนไลน์ที่อาจนำไปสู่การละเมิดสวัสดิภาพสัตว์ การขนส่งที่ไม่เหมาะสม หรือการเพาะพันธุ์โดยขาดมาตรฐาน จึงควรมีกฎหมายที่มีประสิทธิภาพเพียงพอในการคุ้มครองสัตว์และป้องกันการกระทำที่ไม่เป็นธรรม²⁰ นอกจากนี้ การคุ้มครองผู้บริโภคในธุรกิจดังกล่าวก็ควรได้รับความสำคัญ เช่น การตรวจสอบข้อมูลผู้ขาย-ผู้ซื้อ การกำหนดมาตรฐานการดูแลสัตว์ และการเก็บบันทึกธุรกรรมเพื่อใช้ในการพิสูจน์ข้อพิพาท²¹ นอกจากนี้ทฤษฎีนี้ยังสามารถใช้เป็นกรอบในการประเมินความเหมาะสมของกฎหมายที่มีอยู่ ว่าตอบสนองต่อสภาพสังคมและความซับซ้อนของธุรกิจออนไลน์ได้เพียงพอหรือไม่ เพื่อให้เกิดความเป็นธรรมในการคุ้มครองทั้งผู้บริโภคและสัตว์เลี้ยง

2.7 ทฤษฎีการควบคุมกิจการ

ทฤษฎีการควบคุมกิจการ เป็นแนวคิดทางกฎหมายที่มุ่งเน้นการกำกับดูแลกิจกรรมทางเศรษฐกิจหรือสังคม เพื่อความเป็นธรรม โปร่งใส และปลอดภัยต่อสาธารณชน โดยเฉพาะในกรณีของธุรกิจที่อาจก่อให้เกิดความเสี่ยง เช่น ธุรกิจค้าสัตว์เลี้ยงออนไลน์ ซึ่งต้องการการกำกับที่เข้มงวดเพื่อป้องกันการละเมิดสิทธิของผู้บริโภคและสวัสดิภาพสัตว์ โดยหลักการของทฤษฎีนี้ครอบคลุมการออกกฎหมาย การบังคับใช้ การตรวจสอบ และการประเมินผลของกฎระเบียบ โดยมีเป้าหมายเพื่อสร้างมาตรฐานที่เหมาะสม เช่น การห้ามขายสัตว์ป่วย การบังคับให้มีการตรวจสอบสุขภาพ และการคัดกรองคุณภาพก่อนจำหน่าย²² นอกจากนี้ การกำกับดูแลที่มีประสิทธิภาพยังต้องอาศัยกฎหมายที่ชัดเจน การบังคับใช้ที่เข้มงวด และระบบตรวจสอบที่เหมาะสม โดยเฉพาะในการทำธุรกรรมผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัลที่ผู้ซื้อและผู้ขายไม่ได้พบกันโดยตรง การควบคุมควรครอบคลุมถึงการเปิดเผยข้อมูลสัตว์ การรับประกันคุณภาพ และการเก็บบันทึกธุรกรรมเพื่อรองรับการตรวจสอบและการระงับข้อพิพาทในอนาคต²³

¹⁹ พรวิไล นุตคำแหง, “การคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณาเชิงภาพลักษณ์องค์กร,” (วิทยานิพนธ์นิติศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 2556), น. 39-44.

²⁰ จีรพงศ์ ทรัพย์ชุมทอง, *อ้าวแล้ว เชิงอรรถที่ 7*, น. 87-88.

²¹ เฉลิมชัย กีกเกียรติกุล, “ทฤษฎีว่าด้วยการแทรกแซงของรัฐในกิจกรรมทางเศรษฐกิจ,” สืบค้นเมื่อวันที่ 30 มีนาคม 2568, จาก <https://chalermchai-nbtc.blogspot.com/2013/06/public-interest-theory-common-well.html>

²² Elena Ares, “Regulation of online pet sales,” House of Commons Library, CBP-9399, 9 December 2021, pp. 1-9.

²³ สฤณี อาชวานันทกุล, “การยึดกุมกลไกกำกับดูแล,” สืบค้นเมื่อวันที่ 30 มีนาคม 2568, จาก <https://themomentum.co/citizen2-0-regulatory-capture/>.

3. มาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับการคุ้มครอง และควบคุมธุรกิจค้าสัตว์เลี้ยงออนไลน์ของต่างประเทศ

3.1 สาธารณรัฐฝรั่งเศส ได้พัฒนากฎหมายควบคุมธุรกิจค้าสัตว์เลี้ยงอย่างเป็นระบบ โดยเฉพาะในบริบทของตลาดออนไลน์ซึ่งมีแนวโน้มขยายตัวรวดเร็ว ปัญหาของการโฆษณาเกินจริง การเพาะพันธุ์โดยไม่มีมาตรฐาน และการละเมิดสวัสดิภาพสัตว์ เป็นปัจจัยที่ผลักดันให้รัฐออกมาตรการสำคัญ เช่น การห้ามขายสุนัขและแมวในร้านค้าสัตว์เลี้ยงทั่วประเทศตั้งแต่ปี ค.ศ. 2024 และการบังคับให้โฆษณาขายสัตว์เลี้ยงออนไลน์ต้องระบุหมายเลขใบอนุญาตผู้ขาย ข้อมูลอายุ แหล่งที่มา และสถานะการฉีดวัคซีนของสัตว์อย่างชัดเจน²⁴ อีกทั้งฝรั่งเศสยังได้แก้ไขกฎหมายว่าด้วยการทารุณกรรมสัตว์ และเพิ่มข้อกำหนดด้านการเพาะพันธุ์และการขนส่งสัตว์ให้ครอบคลุมผู้ขายทั้งในระบบหน้าร้านและออนไลน์ ตามที่ปรากฏใน พระราชบัญญัติว่าด้วยเงื่อนไขการดูแลสัตว์ (Arrêté du 25 octobre 1982 relatif à l'élevage, à la garde et à la détention des animaux) ประมวลกฎหมายชนบทและการประมง (Code rural et de la pêche maritime) และประมวลกฎหมายผู้บริโภค (Code de la consommation)²⁵

ตามบทบัญญัติแห่ง *Code rural et de la pêche maritime* มาตรา L214-6-1 ได้กำหนดให้ผู้ขายต้องลงทะเบียนและได้รับ หมายเลข SIREN ก่อนประกาศขายสัตว์ หากฝ่าฝืนอาจมีความผิดทางปกครองหรืออาญา พร้อมกันนี้ กฎหมายยังบังคับให้ต้องมี ใบรับรองสุขภาพจากสัตวแพทย์ ที่ออกภายใน 3 วันก่อนการจำหน่ายตามที่กำหนดใน มาตรา R214-30-3 และเพื่อเสริมกลไกการควบคุม ฝรั่งเศสได้จัดตั้งระบบฐานข้อมูล I-CAD สำหรับการลงทะเบียนสัตว์เลี้ยงโดยผูกกับหมายเลขไมโครชิป โดยต้องดำเนินการโดยสัตวแพทย์ก่อนการโอนกรรมสิทธิ์ในทุกกรณี²⁶ นอกจากนี้ แพลตฟอร์มออนไลน์ยังต้องปฏิบัติตาม พระราชบัญญัติบริการดิจิทัล (*Digital Services Act: DSA*) ของสหภาพยุโรป ซึ่งกำหนดให้มีระบบตรวจสอบและกลั่นกรองเนื้อหาผิดกฎหมาย โดยเฉพาะในกลุ่มสินค้าที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพและสวัสดิภาพสัตว์²⁷ ส่งผลให้ผู้ให้บริการแพลตฟอร์มในฝรั่งเศสต้องเฝ้าระวังมากขึ้นในการควบคุมการจำหน่ายสัตว์เลี้ยงออนไลน์ และร่วมมือกับภาครัฐเพื่อป้องกันการละเมิดสิทธิของสัตว์และผู้บริโภคอย่างเป็นระบบ

3.2 สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี มีการกำกับดูแลธุรกิจค้าสัตว์เลี้ยงออนไลน์อย่างเข้มงวด ภายใต้รัฐบัญญัติว่าด้วยการคุ้มครองสัตว์ (*Tierschutzgesetz* หรือ *TierSchG*) โดยกฎหมายกำหนดให้ผู้ขายสัตว์เลี้ยงต้องได้รับอนุญาตตามมาตรา 11 ของ TierSchG ก่อนดำเนินการเพาะพันธุ์หรือจำหน่ายสัตว์ และต้องแสดง

²⁴ Jordi Casamitjan, “France Will Not Allow the Selling of Cats and Dogs in Pet Shops From 2024,” retrieved April 20, 2025, from <https://veganfta.com/2022/06/17/france-will-not-allow-the-selling-of-cats-and-dogs-in-pet-shops-from-2024/>.

²⁵ Jo-Anne McArthur, “Towards an end to the sale of dogs and cats in pet shops throughout the European Union,” ,” retrieved April 20, 2025, from <https://one-voice.fr/en/news/towards-an-end-to-the-sale-of-dogs-and-cats-in-pet-shops-throughout-the-european-union/>.

²⁶ Code rural et de la pêche maritime, Articles L212-10, L214-8-1, R214-30-3.

²⁷ Regulation (EU) 2022/2065 (Digital Services Act), Article 22.

หมายเลขอนุญาตดังกล่าวอย่างชัดเจนในประกาศทุกฉบับ หากฝ่าฝืนอาจมีโทษทั้งทางปกครองและอาญา โดยขึ้นอยู่กับลักษณะ และเจตนาของการกระทำ นอกจากนี้ มาตรา 11 (5) ยังได้วางหลักเกณฑ์เพิ่มเติมว่า ผู้ที่ได้รับใบอนุญาตแล้ว ต้องแสดงหมายเลขใบอนุญาตทุกครั้งที่มีการโฆษณาหรือเสนอขายสัตว์ ไม่ว่าจะผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ เว็บไซต์ หรือแพลตฟอร์มดิจิทัล เพื่อให้สามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ถึงต้นทางของสัตว์ และเพื่อให้เจ้าหน้าที่รัฐสามารถติดตามและควบคุมการดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งยังต้องแจ้งต่อทางการหากมีการเปลี่ยนแปลงในกิจการ เพื่อให้ข้อมูลที่อยู่ในระบบการควบคุมเป็นปัจจุบันเสมอ โดยแพลตฟอร์มที่ละเลยการกลั่นกรองเนื้อหาผิดกฎหมาย หรือปล่อยให้มีการเสนอขายสัตว์เลี้ยงที่ละเมิดกฎหมายซ้ำแล้วซ้ำเล่าโดยไม่ดำเนินการใดๆ ในเชิงป้องกันหรือระงับพฤติกรรมดังกล่าว อาจถูกพิจารณาว่าเป็น “ผู้ร่วมกระทำความผิด” ตามหลักของ ประมวลกฎหมายอาญาของสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี (Strafgesetzbuch หรือ StGB)²⁸

ในด้านการคุ้มครองผู้บริโภค กฎหมายของสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี กำหนด “สิทธิในการถอนสัญญา” ตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ของสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี (BGB) มาตรา 355 ซึ่งให้ผู้บริโภคมีสิทธิเลิกสัญญาได้โดยไม่ต้องมีเหตุผล เว้นแต่ในกรณีสินค้าเสื่อมสภาพง่ายหรือไม่สามารถส่งคืนได้ตาม มาตรา 312g (3) ซึ่งเป็นภาระของผู้ขายในการพิสูจน์ข้อยกเว้นดังกล่าว นอกจากนี้ สมาคมคุ้มครองสัตว์แห่งสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี ยังได้ผลักดันให้เกิด ความรับผิดชอบร่วมของผู้ให้บริการแพลตฟอร์มดิจิทัล เช่น eBay Kleinanzeigen หรือ Facebook Marketplace ในการควบคุมเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณาขายสัตว์ โดยเสนอให้มีระบบตรวจสอบหมายเลขใบอนุญาตของผู้ขาย ระบบการยืนยันตัวตนที่เข้มงวด และกลไกแจ้งเตือนเมื่อพบเนื้อหาหรือโฆษณาที่อาจละเมิดกฎหมายว่าด้วยสวัสดิภาพสัตว์ เช่น การโฆษณาสัตว์ที่ไม่มีเอกสารรับรองสุขภาพ หรือมาจากแหล่งเพาะพันธุ์ผิดกฎหมาย โดยในรายงานนโยบายขององค์กร ยังแสดงความกังวลต่อการแพร่หลายของการขายสัตว์ผ่านโลกออนไลน์ โดยไม่ผ่านการควบคุม ซึ่งนำไปสู่การละเมิดกฎหมายหลายกรณี ทั้งในแง่ของการค้าสัตว์ผิดกฎหมาย การใช้สัตว์ในการเพาะพันธุ์โดยไม่ถูกสุขลักษณะ และการฉ้อโกงผู้บริโภคเกี่ยวกับข้อมูลสุขภาพหรือสายพันธุ์ของสัตว์ องค์กรจึงได้เสนอแนวทางที่สำคัญ เช่น การห้ามโฆษณาหรือจำหน่ายสัตว์เลี้ยงผ่านอินเทอร์เน็ต โดยไม่มีใบอนุญาตอย่างเป็นทางการ หรือ เอกสารรับรองสุขภาพจากสัตวแพทย์ที่ออกไม่เกินระยะเวลาที่กำหนด ตลอดจนเรียกร้องให้มีการจัดตั้งหน่วยงานอิสระที่สามารถรับเรื่องร้องเรียนจากประชาชน และตรวจสอบการละเมิดกฎหมายที่เกิดขึ้นในช่องทางดิจิทัลได้อย่างรวดเร็ว²⁹ ซึ่งบทบาทขององค์กรภาคประชาสังคมในลักษณะนี้ไม่เพียงแต่มีส่วนเสริมประสิทธิภาพในการบังคับใช้กฎหมายโดยตรง แต่ยังทำหน้าที่เป็น กลไกเฝ้าระวัง และเชื่อมโยงระหว่างประชาชนกับนโยบายรัฐ ในการสร้างสังคมที่ให้คุณค่ากับสิทธิของสัตว์ และยกระดับจริยธรรมในธุรกิจค้าสัตว์เลี้ยงให้สอดคล้องกับหลักสากลในระยะยาว

²⁸ Strafgesetzbuch (StGB), Section 25.

²⁹ World Animal Protection, “Germany,” retrieved April 20, 2025, from <https://api.worldanimalprotection.org/country/Germany>.

3.3 สหรัฐอเมริกา ได้พัฒนาแนวทางการกำกับดูแลธุรกิจค้าสัตว์เลี้ยงและการคุ้มครองสวัสดิภาพสัตว์อย่างต่อเนื่อง โดยระบบกฎหมายของสหรัฐฯ มีลักษณะเฉพาะตัวที่แตกต่างจากยุโรป โดยใช้โครงสร้างสองระดับ คือ กฎหมายกลาง และกฎหมายของแต่ละรัฐ ซึ่งแต่ละระดับจะมีอำนาจหน้าที่และมาตรการที่แตกต่างกันออกไป³⁰ และในระดับกลาง กฎหมายหลักที่ใช้ควบคุมธุรกิจค้าสัตว์เลี้ยงและคุ้มครองสัตว์ คือ รัฐบาลยูนิตคุ้มครองสัตว์ (AWA) ซึ่งบัญญัติขึ้นเป็นครั้งแรกเมื่อปี ค.ศ. 1966 และมีการแก้ไขเพิ่มเติมหลายครั้งเพื่อให้ทันต่อสังคมและเทคโนโลยีการค้า³¹ โดยเฉพาะในเรื่องการออกใบอนุญาตผู้ประกอบการเพาะพันธุ์สัตว์ ผู้จำหน่ายสัตว์ และสถานที่ที่ใช้แสดงสัตว์ต่อสาธารณะพร้อมกับการควบคุมมาตรฐานการดูแลสัตว์เลี้ยงในด้านต่าง ๆ เช่น การขนส่ง การให้อาหาร การจัดสภาพแวดล้อม และการรับรองสุขภาพของสัตว์ก่อนส่งมอบให้ผู้ซื้อ ทั้งนี้การบังคับใช้กฎหมายดังกล่าวอยู่ภายใต้ความรับผิดชอบของหน่วยงานกระทรวงเกษตรสหรัฐอเมริกา (*United States Department of Agriculture: USDA*) โดยเฉพาะ หน่วยงานบริการตรวจสอบสุขภาพสัตว์และพืชของกระทรวงเกษตรสหรัฐอเมริกา (*Animal and Plant Health Inspection Service: APHIS*) ซึ่งทำหน้าที่ตรวจสอบและออกใบอนุญาตให้กับผู้ประกอบการในระดับประเทศ³² ในขณะเดียวกัน กฎหมายของแต่ละรัฐก็มีบทบาทสำคัญในการคุ้มครองผู้บริโภคที่ซื้อสัตว์เลี้ยงผ่านร้านค้าหรือช่องทางออนไลน์ โดยเฉพาะกฎหมายที่เรียกว่า “Puppy Lemon Laws” ซึ่งออกแบบมาเพื่อให้สิทธิผู้ซื้อสัตว์เลี้ยงในการร้องเรียนหรือขอคืนเงินกรณีได้รับสัตว์ที่มีสุขภาพไม่สมบูรณ์หรือพบโรคร้ายแรงหลังการซื้อ ภายใต้ระยะเวลาที่แต่ละรัฐกำหนด ตัวอย่างเช่น รัฐแคลิฟอร์เนียกำหนดให้ผู้ขายสัตว์เลี้ยงต้องเปิดเผยข้อมูลต่อผู้บริโภคอย่างครบถ้วน เช่น ประวัติการฉีดวัคซีน หมายเลขไมโครชิป ข้อมูลสุขภาพ ผลการตรวจจากสัตวแพทย์ และแหล่งที่มาของสัตว์ อีกทั้งต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการรักษาสัตว์หากพบปัญหาด้านสุขภาพภายใน 15 วันหลังการซื้อ หรือรับคืนสัตว์ได้ภายใน 10 วัน หากสัตว์เสียชีวิตหรือมีโรคร้ายแรงที่เกิดจากการละเลยของผู้ขาย³³ หรือในรัฐนิวยอร์ก ได้กำหนดหลักประกันสิทธิของผู้บริโภคอย่างชัดเจนในกรณีที่สัตว์เลี้ยงที่ซื้อไปเกิดปัญหาด้านสุขภาพภายหลัง โดยบัญญัติให้ผู้ซื้อที่มีสิทธิในการเลือกใช้สิทธิทางกฎหมายอย่างใดอย่างหนึ่งจากสามทางเลือก ได้แก่ ขอคืนเงินเต็มจำนวน ขอเปลี่ยนเป็นสัตว์เลี้ยงตัวใหม่ หรือขอรับค่าชดเชยค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาลภายใต้ขอบเขตวงเงินที่กฎหมายกำหนด ทั้งนี้ สิทธิในลักษณะดังกล่าวจะใช้ได้ในกรณีที่สัตว์เลี้ยงเสียชีวิตภายใน 14 วันนับแต่วันส่งมอบ เนื่องจากโรคร้ายหรือภาวะผิดปกติที่มีอยู่ก่อนแล้ว หรือหากสัตว์เลี้ยงถูกวินิจฉัยว่ามีความบกพร่อง

³⁰ Animal Welfare Institute, “Animal Welfare Act,” retrieved April 20, 2025, from <https://awionline.org/legislation/animal-welfare-act>.

³¹ David Favre, “Brief Summary of the US Animal Welfare Act,” retrieved April 20, 2025, from <https://www.animallaw.info/article/brief-summary-us-animal-welfare-act>.

³² USDA National Agricultural Library, “Animal Welfare Act,” retrieved April 20, 2025, from <https://www.nal.usda.gov/animal-health-and-welfare/animal-welfare-act>.

³³ California Code, Penal Code - PEN 1872, § 597L.

ทางพันธุกรรมซึ่งส่งผลต่อสุขภาพโดยตรง³⁴ และในรัฐฟลอริดาได้ตรากฎหมายเพื่อควบคุมการจำหน่ายสัตว์เลี้ยง โดยกำหนดให้ผู้ประกอบกิจการมีหน้าที่จัดเตรียมใบรับรองสุขภาพ ซึ่งต้องออกโดยสัตวแพทย์ที่ได้รับใบอนุญาต โดยใบรับรองต้องระบุว่าสัตว์ได้รับการตรวจสอบสุขภาพอย่างถูกต้องครบถ้วนและได้รับวัคซีนตามเกณฑ์ที่กำหนดก่อนการจำหน่าย นอกจากนี้ ผู้ขายยังมีหน้าที่ต้องเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่เพาะพันธุ์ หรือแหล่งที่มาของสัตว์แก่ผู้ซื้ออย่างโปร่งใส หากฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามข้อกำหนด ผู้มีอำนาจรัฐสามารถดำเนินการลงโทษทางปกครอง เช่น การเพิกถอนสิทธิในการจำหน่ายสัตว์ หรือการปรับทางปกครองตามที่กฎหมายบัญญัติไว้³⁵ เป็นต้น นอกจากนี้การคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคในสหรัฐฯ ยังได้รับการเสริมด้วยกฎหมายกลางอื่น ๆ เช่น รัฐบัญญัติสำนักงานคณะกรรมการการค้าแห่งสหรัฐอเมริกา (*Federal Trade Commission Act: FTC Act*) ซึ่งควบคุมพฤติกรรมกรรมการโฆษณาหรือเสนอขายสินค้าและบริการผ่านช่องทางออนไลน์ที่อาจเป็นการหลอกลวงหรือปกปิดข้อมูลสำคัญจากผู้บริโภค³⁶ รวมถึงกฎหมาย รัฐบัญญัติความเป็นธรรมในการวิจารณ์ผู้บริโภค (*Consumer Review Fairness Act 2016*) ที่รับรองสิทธิในการแสดงความคิดเห็น และรีวิวประสบการณ์เกี่ยวกับการซื้อขายสัตว์เลี้ยงโดยไม่ถูกผู้ขายฟ้องร้องหรือจำกัดเสรีภาพ³⁷ จะเห็นได้ว่า แม้ระบบกฎหมายของสหรัฐอเมริกาจะมีลักษณะกระจายอำนาจ แต่ก็มีการวางทั้งในระดับกลางและระดับรัฐที่ทำหน้าที่เสริมกันในการกำกับดูแลธุรกิจค้าสัตว์เลี้ยงอย่างรัดกุม โดยมุ่งเน้นทั้งการคุ้มครองผู้บริโภค สวัสดิภาพสัตว์ และการควบคุมแพลตฟอร์มออนไลน์ในระดับที่สอดคล้องกับบริบทสังคมสมัยใหม่

4. วิเคราะห์เปรียบเทียบรูปแบบมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับการคุ้มครอง และควบคุมธุรกิจค้าสัตว์เลี้ยงออนไลน์ของประเทศไทยกับต่างประเทศ

เนื่องจากกฎหมายไทยยังมีข้อจำกัดในหลายด้าน โดยเฉพาะในประเด็นการกำกับดูแลแพลตฟอร์มดิจิทัล มาตรฐานด้านสุขภาพและสวัสดิภาพสัตว์ รวมถึงปัญหาการลักลอบค้าสัตว์ผ่านช่องทางออนไลน์ ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความจำเป็นในการวิเคราะห์เปรียบเทียบกับกฎหมายของต่างประเทศที่มีความก้าวหน้าในด้านนี้ ดังนั้นในบทนี้ผู้เขียนจึงมุ่งเน้นการวิเคราะห์เปรียบเทียบรูปแบบมาตรการทางกฎหมายของประเทศไทยกับต่างประเทศ ได้แก่ สาธารณรัฐฝรั่งเศส สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี และสหรัฐอเมริกา ซึ่งเป็นประเทศที่มี

³⁴ New York General Business Law § 753-F (2024).

³⁵ Florida Statutes Title XLVI. Crimes § 823.15.

³⁶ Ryan J. Clarkson, Timothy K. Giordano and Lauren E. Anderson, “Consumer Protection Laws and Regulations USA 2025,” retrieved April 20, 2025, from <https://iclq.com/practice-areas/consumer-protection-laws-and-regulations/usa>.

³⁷ Federal Trade Commission, “Consumer Review Fairness Act: What Businesses Need to Know,” retrieved April 20, 2025, from <https://www.ftc.gov/business-guidance/resources/consumer-review-fairness-act-what-businesses-need-know>.

การกำหนดมาตรการกำกับดูแลธุรกิจค้าสัตว์เลื้อยคลานออนไลน์อย่างเป็นระบบ โดยจะเน้นการวิเคราะห์ใน 3 ประเด็นหลัก ได้แก่

4.1 ปัญหาการขาดการกำกับดูแลแพลตฟอร์มออนไลน์ในการซื้อขายสัตว์เลื้อย

ในยุคดิจิทัลที่การค้าออนไลน์เข้ามามีบทบาทสำคัญต่อวิถีชีวิตของประชาชน แพลตฟอร์มออนไลน์ได้กลายเป็นช่องทางหลักในการซื้อขายสินค้าหลากหลายประเภท รวมถึงสัตว์เลื้อย โดยเฉพาะผ่านโซเชียลมีเดีย เช่น เฟซบุ๊ก อินสตาแกรม ตี๊กต็อก หรือเว็บไซต์ที่เปิดให้มีการลงประกาศขายแบบอิสระ อย่างไรก็ตาม การเติบโตของธุรกิจค้าสัตว์เลื้อยผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์กลับไม่ได้มาพร้อมกับกรอบกฎหมายที่ชัดเจนและมีประสิทธิภาพในการกำกับดูแล ส่งผลให้เกิดช่องว่างทางกฎหมายที่นำไปสู่ปัญหาสำคัญหลายประการ ทั้งในแง่ของความปลอดภัยของผู้บริโภค สวัสดิภาพสัตว์ และการบังคับใช้กฎหมายที่ไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้ขายบนแพลตฟอร์มดิจิทัลได้อย่างทั่วถึง ปัจจุบันกฎหมายของ**ประเทศไทย** เช่น พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2560 และพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ยังไม่สามารถรองรับลักษณะเฉพาะของธุรกรรมการค้าสัตว์เลื้อยออนไลน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งพระราชกฤษฎีกาว่าด้วยการกำกับดูแลบริการแพลตฟอร์มดิจิทัล พ.ศ. 2565 ก็ยังไม่ได้กำหนดกลไกเฉพาะเจาะจงสำหรับการซื้อขายสัตว์เลื้อย ทำให้การกำกับดูแลผู้ขายในโลกออนไลน์ยังมีข้อจำกัด และการบังคับใช้กฎหมายเกี่ยวกับสวัสดิภาพสัตว์ภายใต้พระราชบัญญัติป้องกันการทารุณกรรมและการจัดสวัสดิภาพสัตว์ พ.ศ. 2557 ก็ยังไม่สามารถขยายผลไปยังธุรกิจแพลตฟอร์มออนไลน์ได้อย่างแท้จริง

เมื่อเปรียบเทียบกับต่างประเทศ พบว่าหลายประเทศได้พัฒนาแนวทางการกำกับดูแลที่ละเอียดและมีประสิทธิภาพกว่าประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญ เช่น ใน**สาธารณรัฐฝรั่งเศส** ภายใต้ *Code rural et de la pêche maritime* มาตรา L214-6-1 กำหนดให้ผู้ขายสัตว์เลื้อยผ่านช่องทางออนไลน์ต้องลงทะเบียนและได้รับหมายเลขผู้ประกอบการ (Numéro SIREN) ก่อนเผยแพร่ประกาศขาย และต้องแสดงหมายเลขนี้ในโฆษณาทุกครั้ง หากฝ่าฝืน แพลตฟอร์มดิจิทัลที่ปล่อยให้มีการลงประกาศผิดกฎหมายโดยไม่กลั่นกรองสามารถถูกลงโทษได้ตาม ประมวลกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคของสาธารณรัฐฝรั่งเศส (Code de la consommation) ซึ่งแนวทางนี้แสดงให้เห็นการวางภาระหน้าที่เชิงบวกต่อแพลตฟอร์ม ในการควบคุมเนื้อหาที่เกี่ยวกับการค้าสัตว์เลื้อยอย่างเป็นรูปธรรม นอกจากนี้ *ประมวลกฎหมายแพ่ง มาตรา 515-14* บัญญัติชัดเจนว่า “สัตว์ไม่ใช่ทรัพย์สิน แต่เป็นสิ่งมีชีวิตที่รู้สึกได้” แม้จะยังคงอยู่ภายใต้ระเบียบของทรัพย์สินในเชิงกฎหมาย แต่ก็ต้องได้รับการคุ้มครองตามกฎหมายพิเศษที่ออกแบบมาเพื่อความเป็นอยู่ของสัตว์โดยเฉพาะ ซึ่งการปรับฐานะของสัตว์ในทางกฎหมายนี้มีผลโดยตรงต่อการบังคับใช้กฎหมายเกี่ยวกับการค้าสัตว์เลื้อย เพราะศาลและหน่วยงานรัฐจะต้องพิจารณาผลกระทบที่เกิดขึ้นกับชีวิตของสัตว์อย่างจริงจัง มากกว่าการพิจารณาเพียงแค่ว่าในฐานสินค้าโภคภัณฑ์หรือสิ่งของเท่านั้น และยิ่งไปกว่านั้นฝรั่งเศสยังได้ตรา**กฎหมายฉบับใหม่คือ Loi n° 2021-1539** ซึ่งเป็นกฎหมายฉบับสำคัญที่มุ่งลดการทารุณกรรมสัตว์และเพิ่มมาตรการควบคุมการค้าสัตว์เลื้อยในเชิงพาณิชย์ กฎหมายฉบับนี้ได้กำหนดให้ผู้ที่ต้องการซื้อสุนัขหรือแมวจากร้านค้าออนไลน์หรือแหล่งจำหน่าย ต้องลงนามใน “เอกสารแสดงความรับผิดชอบ” อย่างเป็นลายลักษณ์อักษร ล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 7 วันก่อนรับสัตว์ไปเลี้ยง โดยเอกสาร

นี้จะต้องอธิบายถึงภาระหน้าที่ในการดูแลสัตว์ ตลอดจนค่าใช้จ่ายในระยะยาวที่ผู้ซื้อจะต้องรับผิดชอบ ซึ่งถือเป็นแนวทางที่เน้นให้ผู้ซื้อมีสติและไตร่ตรองก่อนตัดสินใจ ไม่ใช่ซื้อเพียงเพราะความต้องการชั่วคราว ตามมาตรา 1 ของ Loi n° 2021-1539 และยังมีมาตรการที่เด็ดขาดในการควบคุมช่องทางการขาย โดยเฉพาะกับร้านค้าสัตว์เลี้ยงและแพลตฟอร์มดิจิทัล โดยระบุไว้อย่างชัดเจนว่า ตั้งแต่ปี ค.ศ. 2024 เป็นต้นไป จะห้ามการขายลูกสุนัขและลูกแมวในร้านค้าสัตว์เลี้ยงโดยเด็ดขาด เพื่อขัดขวางการขังสัตว์ในสภาพแวดล้อมที่ไม่เหมาะสมและลดแรงจูงใจในการเพาะพันธุ์เชิงพาณิชย์ที่ไม่คำนึงถึงสวัสดิภาพสัตว์³⁸ ในขณะเดียวกัน แพลตฟอร์มออนไลน์ที่เปิดให้มีการประกาศขายสัตว์เลี้ยงก็ต้องรับผิดชอบในฐานะ “ผู้ควบคุมเนื้อหา” โดยต้องตรวจสอบว่าผู้ประกาศเป็นผู้มีใบอนุญาต มีหมายเลข SIREN และมีใบรับรองจากสัตวแพทย์ที่ออกภายในระยะเวลาที่กำหนดหรือไม่ หากแพลตฟอร์มใดปล่อยให้มีการลงโฆษณาอย่างผิดกฎหมายหรือละเมิดมาตรการคุ้มครองสัตว์ ก็อาจถูกดำเนินคดีฐานร่วมรู้เห็นหรือส่งเสริมการค้าสัตว์ผิดกฎหมายได้ตามหลักการร่วมรับผิดชอบซึ่งกำหนดไว้ในประมวลกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค (Code de la consommation) และ ประมวลกฎหมายอาญา (Code pénal) ของสาธารณรัฐฝรั่งเศส ดังนั้น ระบบการกำกับดูแลผู้ขายสัตว์เลี้ยงออนไลน์ในสาธารณรัฐฝรั่งเศส จึงมิใช่เพียงเรื่องของการจดทะเบียนหรือการลงทะเบียนทางอาญาเท่านั้น หากแต่เป็นการวางโครงสร้างทางกฎหมายแบบบูรณาการ ที่ครอบคลุมตั้งแต่สิทธิสัตว์ การคุ้มครองผู้บริโภค ไปจนถึงความรับผิดชอบของแพลตฟอร์มออนไลน์ โดยมุ่งยกระดับมาตรฐานจริยธรรมในภาคธุรกิจค้าสัตว์เลี้ยงให้สอดคล้องกับหลักมนุษยธรรม และหลักสวัสดิภาพสัตว์สากลในระยะยาว ทำให้หน่วยงานรัฐมีอำนาจในการดำเนินคดีกับการกระทำที่ละเมิดสวัสดิภาพสัตว์ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ได้อย่างรวดเร็วและรัดกุม และได้ปรับกฎหมายให้สอดคล้องกับ Regulation (EU) 2022/2065 หรือ DSA ของสหภาพยุโรปอีกด้วย ส่วนในสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี มีการกำหนดให้ผู้ขายสัตว์เลี้ยงต้องได้รับใบอนุญาตภายใต้ รัฐบาลบัญญัติว่าด้วยการคุ้มครองสัตว์ (TierSchG) มาตรา 11 และต้องเปิดเผยหมายเลขใบอนุญาตในโฆษณาแพลตฟอร์มทุกครั้ง หากผู้ขายไม่ดำเนินการตามข้อกำหนด หรือแพลตฟอร์มปล่อยให้มีการลงประกาศที่ผิดกฎหมายโดยไม่ยับยั้ง แพลตฟอร์มอาจถูกดำเนินคดีตามบทบัญญัติของ DSA มาตรา 22 และหากเจตนาเพิกเฉยต่อการควบคุมเนื้อหา อาจเข้าข่ายมีส่วนร่วมในการกระทำ ความผิดตาม ประมวลกฎหมายอาญาของสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี (StGB) มาตรา 25 และ 27 รวมถึงอาจต้องรับผิดทางแพ่งและปกครอง ตามกฎหมายบริการสื่อดิจิทัล (TMG) มาตรา 5 และ 10 ได้อีกด้วย หรือในสหรัฐอเมริกา แม้ยังไม่มีบทบัญญัติที่จัดทำขึ้นเฉพาะสำหรับการกำกับดูแลการค้าสัตว์เลี้ยงผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ แต่กฎหมายกลางอย่าง รัฐบาลบัญญัติคุ้มครองสัตว์ (AWA) ซึ่งบัญญัติอยู่ใน หัวข้อที่ 7 ของประมวลกฎหมายสหรัฐอเมริกา (7 U.S.C. มาตรา 2131–2159) ก็กำหนดให้ผู้ขายเชิงพาณิชย์ต้องได้รับใบอนุญาตจากกระทรวงเกษตรสหรัฐอเมริกา (USDA) และอยู่ภายใต้การตรวจสอบของ APHIS ส่วนการคุ้มครองผู้บริโภคเกี่ยวกับการโฆษณาที่หลอกลวงจะอยู่ภายใต้พระราชบัญญัติคณะกรรมการการค้าแห่งสหรัฐอเมริกา (Federal Trade Commission Act: FTC Act) มาตรา 5 ซึ่งให้อำนาจแก่ FTC ในการสั่งระงับพฤติกรรมหลอกลวงในธุรกรรมออนไลน์ อย่างไรก็ตาม การบังคับใช้ในโลกดิจิทัลยังมีข้อจำกัด เนื่องจากผู้ให้บริการแพลตฟอร์มออนไลน์

³⁸ Jordi Casamitjan, *supra* note 24.

ได้รับความคุ้มครองตามพระราชบัญญัติการสื่อสารที่เหมาะสม (*Communications Decency Act*) ข้อ 230 ทำให้ไม่สามารถรับผิดชอบในฐานะผู้เผยแพร่เนื้อหาของผู้ใช้ทั่วไปได้ เว้นแต่ จะมีพฤติการณ์พิเศษที่แสดงถึงการมีส่วนร่วมในการกระทำความผิด จะเห็นได้ว่า ประเทศไทยยังขาดกลไกเฉพาะในการกำกับดูแลการซื้อขายสัตว์เลี้ยงผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ ทั้งในแง่การยืนยันตัวตนของผู้ขาย การบังคับให้แสดงข้อมูลใบอนุญาต หรือการตรวจสอบมาตรฐานสวัสดิภาพสัตว์ก่อนการขาย ซึ่งล้วนเป็นมาตรการสำคัญที่ประเทศพัฒนาแล้ว ได้นำมาใช้เพื่อเสริมสร้างความโปร่งใสในการดำเนินธุรกิจและปกป้องทั้งผู้บริโภคและสัตว์เลี้ยงอย่างเป็นรูปธรรม ดังนั้น หากประเทศไทยยังไม่มี การปรับปรุงกฎหมายและแนวปฏิบัติที่สอดคล้องกับลักษณะเฉพาะของตลาดดิจิทัล อาจทำให้เกิดความเสี่ยงที่เพิ่มขึ้นต่อการละเมิดสิทธิผู้บริโภค การฉ้อโกง และการทารุณกรรมสัตว์ในระบบการซื้อขายออนไลน์อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

4.2 ปัญหาการไม่มีมาตรฐานสุขภาพสัตว์และการตรวจสอบก่อนขาย

แม้ว่าธุรกิจซื้อขายสัตว์เลี้ยงจะเกี่ยวข้องโดยตรงกับชีวิตสัตว์และสาธารณสุข แต่ระบบกฎหมายไทยยังไม่มีบทบัญญัติเฉพาะที่กำหนดมาตรฐานสุขภาพสัตว์ก่อนการจำหน่าย โดยเฉพาะในกรณีที่ซื้อขายผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ซึ่งมีลักษณะเปิดกว้าง ไม่มีขั้นตอนตรวจสอบสุขภาพสัตว์หรือแหล่งที่มาอย่างเป็นระบบ ปัจจุบัน พระราชบัญญัติป้องกันการทารุณกรรมและการจัดสวัสดิภาพสัตว์ พ.ศ. 2557 และ พระราชบัญญัติโรคระบาดสัตว์ พ.ศ. 2558 แม้จะมีบทบัญญัติบางประการเกี่ยวกับการดูแลสัตว์และการป้องกันโรค แต่ยังไม่เชื่อมโยงกับกระบวนการจำหน่ายสัตว์เลี้ยงโดยตรง และไม่ได้กำหนดให้สัตว์ที่ขายต่อสาธารณะต้องมีใบรับรองสุขภาพ หรือผ่านการตรวจสุขภาพโดยสัตวแพทย์ก่อนการขายแต่อย่างใด ส่งผลให้ผู้บริโภคขาดข้อมูลที่จำเป็นในการตัดสินใจ และเสี่ยงต่อการได้รับสัตว์ที่มีโรคประจำตัวหรือมาจากแหล่งเพาะพันธุ์ที่ไม่ได้มาตรฐาน

เมื่อเปรียบเทียบกับต่างประเทศ พบว่าหลายประเทศได้พัฒนาระบบการควบคุมสุขภาพสัตว์ก่อนจำหน่ายอย่างชัดเจน เช่น ในสาธารณรัฐฝรั่งเศส ภายใต้ *Code rural et de la pêche maritime* มาตรา L214-8 กำหนดให้การขายสัตว์เลี้ยงทุกกรณีต้องแนบ ใบรับรองสุขภาพ ออกโดยสัตวแพทย์ที่ได้รับอนุญาต และในกรณีของลูกสุนัขหรือลูกแมว ต้องมีการฝังไมโครชิปและลงทะเบียนในระบบ I-CAD ก่อนการจำหน่าย นอกจากนี้ *ประมวลกฎหมายผู้บริโภค (Code de la consommation)* มาตรา L221-5 และ L221-18 ยังกำหนดสิทธิผู้บริโภคในการได้รับข้อมูลครบถ้วนก่อนซื้อ รวมถึงสิทธิในการยกเลิกการซื้อขายหากพบว่าสัตว์มีข้อบกพร่องด้านสุขภาพที่ไม่ได้แจ้งไว้ หรือในสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี ระบบการขายสัตว์เลี้ยงต้องดำเนินการภายใต้การกำกับตาม *TierSchG* มาตรา 11 ซึ่งกำหนดให้ผู้เพาะพันธุ์และผู้ขายที่ดำเนินกิจกรรมเชิงพาณิชย์ต้องได้รับใบอนุญาตอย่างเป็นทางการ โดยต้องพิสูจน์ความรู้ด้านการดูแลสัตว์และมีสถานที่เลี้ยงสัตว์ที่เหมาะสม หากฝ่าฝืน เช่น การจำหน่ายสัตว์โดยไม่มีใบอนุญาต จะมีโทษปรับตามมาตรา 18 ของกฎหมายดังกล่าว และหากการกระทำก่อให้เกิดความทุกข์ทรมานแก่สัตว์ อาจถูกดำเนินคดีอาญาตามมาตรา 17 และสำหรับสหรัฐอเมริกา แม้จะยังไม่มีบทบัญญัติที่กำกับการขายสัตว์ออนไลน์โดยเฉพาะ แต่ภายใต้ รัฐบาลบัญญัติคุ้มครองสัตว์ (AWA) มาตรา 2149 ให้อำนาจแก่เจ้าหน้าที่ของ APHIS ในการตรวจสอบสถานประกอบการที่ได้รับใบอนุญาต และหากพบว่ามี การฝ่าฝืนข้อกำหนดด้านสวัสดิภาพสัตว์ เช่น การละเลยในการดูแลสุขภาพ

สัตว์ การจัดสภาพแวดล้อมที่ไม่เหมาะสม หรือการกระทำที่ก่อให้เกิดความทุกข์ทรมานแก่สัตว์ หน่วยงานรัฐมีอำนาจในการกำหนด บทลงโทษทางปกครอง ได้แก่ การพักใช้หรือเพิกถอนใบอนุญาตทันที รวมถึงการกำหนดค่าปรับทางแพ่ง ซึ่งอาจสูงถึง 10,000 ดอลลาร์สหรัฐต่อการละเมิดหนึ่งครั้ง ทั้งนี้ หากพฤติกรรมมีลักษณะร้ายแรง หรือมีเจตนาโดยตรง ผู้ประกอบการอาจถูกดำเนินคดีทางอาญา ซึ่งอาจนำไปสู่โทษปรับในอัตราสูงหรือโทษจำคุกตามที่ศาลเห็นสมควร ในขณะเดียวกัน คณะกรรมการการค้าแห่งสหรัฐอเมริกา (FTC) ในฐานะหน่วยงานหลักที่มีอำนาจในการคุ้มครองผู้บริโภค ได้ใช้อำนาจตาม *รัฐบัญญัติคณะกรรมการการค้าแห่งสหรัฐอเมริกา (FTC Act)* เพื่อดำเนินคดีต่อผู้ประกอบการธุรกิจที่มีพฤติกรรมหลอกลวงหรือบิดเบือนข้อมูลที่จำเป็นในการตัดสินใจของผู้บริโภค ในการจำหน่ายสินค้าและบริการผ่านช่องทางออนไลน์ รวมถึงในธุรกิจค้าสัตว์เลี้ยง ด้วย โดยกฎหมายระบุว่า การโฆษณาหรือดำเนินธุรกิจโดยใช้ข้อความอันเป็นเท็จ ปกปิดข้อเท็จจริงที่จำเป็น หรือทำให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญของผู้บริโภค ถือเป็นการกระทำที่ผิดกฎหมาย FTC มีอำนาจสั่งให้ยุติพฤติกรรมดังกล่าว และกำหนดบทลงโทษทั้งในรูปของค่าปรับทางแพ่ง คำสั่งห้ามประกอบธุรกิจชั่วคราว และข้อตกลงเยียวยาที่มีผลผูกพันทางกฎหมาย (มาตรา 45) จะเห็นได้ว่า ประเทศที่พัฒนาแล้วได้กำหนดมาตรฐานสุขภาพสัตว์ก่อนจำหน่ายควบคู่กับการคุ้มครองผู้บริโภคและสวัสดิภาพสัตว์อย่างเป็นระบบ แตกต่างจากประเทศไทยที่ยังไม่มีการกำหนดมาตรการดังกล่าวอย่างเป็นรูปธรรม โดยเฉพาะในบริบทของการซื้อขายผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ ซึ่งความล่าช้าในการพัฒนากฎหมายอาจส่งผลกระทบต่อทั้งสวัสดิภาพสัตว์ ความปลอดภัยของผู้บริโภค และเสถียรภาพของตลาดสัตว์เลี้ยงในระยะยาว

4.3 ปัญหาการลักลอบค้าสัตว์เลี้ยงผิดกฎหมายผ่านช่องทางออนไลน์³⁹

ประเทศไทย แม้ว่าจะมีกฎหมายที่มุ่งควบคุมการนำเข้า ส่งออก การครอบครอง และการค้าสัตว์ป่าหรือสัตว์ที่ได้รับ *ความคุ้มครองตามอนุสัญญาไซเตส (The Convention on International Trade in Endangered Species of Wild Fauna and Flora: CITES)* เช่น พระราชบัญญัติสงวนและคุ้มครองสัตว์ป่า พ.ศ. 2562 และพระราชบัญญัติสัตว์เพาะเลี้ยง พ.ศ. 2558 แต่การบังคับใช้กฎหมายเหล่านี้ในบริบทของการซื้อขายผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ยังมีข้อจำกัดอย่างมาก โดยเฉพาะในแง่การกลั่นกรองเนื้อหาและการติดตามตัวผู้กระทำผิด ซึ่งทำให้เกิดช่องโหว่สำคัญในการลักลอบค้าสัตว์เลี้ยงผิดกฎหมายในพื้นที่ดิจิทัล โดยปัญหาหลักประการแรก คือ การขาดกลไกตรวจสอบและกลั่นกรองที่มีประสิทธิภาพในระดับแพลตฟอร์ม ผู้ขายสามารถประกาศขายสัตว์ป่าหรือสัตว์หายากผ่านแพลตฟอร์มต่าง ๆ เช่น เฟซบุ๊ก ไลน์ออฟฟิเชียล หรือดีด็อก ได้โดยไม่ต้องแสดงหลักฐานเกี่ยวกับแหล่งที่มาหรือใบอนุญาตที่ถูกต้อง แม้ว่า *มาตรา 17 และมาตรา 19 แห่งพระราชบัญญัติสงวนและคุ้มครองสัตว์ป่า พ.ศ. 2562* จะกำหนดว่าการครอบครองหรือการค้าสัตว์ป่าโดยไม่ได้รับอนุญาตเป็นความผิดอาญา แต่ในทางปฏิบัติการควบคุมในพื้นที่ออนไลน์ยังไม่สามารถดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ การไม่มีฐานข้อมูลกลางที่เชื่อมโยงทะเบียนสัตว์ การเพาะพันธุ์ และการเคลื่อนย้ายแบบเรียลไทม์ ส่งผลให้การสืบสวนสอบสวนล่าช้า ไม่สามารถติดตามตัวผู้กระทำผิดได้รวดเร็ว อีกทั้ง การบังคับใช้บทลงโทษ

³⁹ ประภาสินี ฉินสกธนาพร และ ลาวัญญ์ ถนัดศิลปกุล, “การดำเนินการตามอนุสัญญาไซเตสว่าด้วยปัญหาการค้าสัตว์ป่าของไทย,” *วารสารสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา*, เล่มที่ 2, ปีที่ 14 (2565).

เช่น การจำคุกไม่เกิน 5 ปี หรือปรับไม่เกิน 500,000 บาทตามมาตรา 90 ของพระราชบัญญัติสงวนและคุ้มครองสัตว์ป่า พ.ศ. 2562 ก็ไม่สามารถป้องกันการกระทำผิดได้อย่างแท้จริงในบริบทของโลกออนไลน์

เมื่อเปรียบเทียบกับต่างประเทศ พบว่า หลายประเทศได้พัฒนากฎหมายและกลไกการบังคับใช้อย่างเป็นระบบ เช่น ในสาธารณรัฐฝรั่งเศส ภายใต้ *Code rural et de la pêche maritime* มาตรา L214-8-1 กำหนดให้การขายลูกสุนัขและลูกแมวต้องมีหมายเลขทะเบียน และต้องแนบใบรับรองสุขภาพสัตว์จากสัตวแพทย์ พร้อมทั้งเชื่อมโยงข้อมูลผ่านระบบฐานข้อมูลกลาง I-CAD เพื่อให้สามารถติดตามย้อนกลับถึงแหล่งที่มาได้ นอกจากนี้ ฝรั่งเศสยังบังคับใช้ *ประมวลกฎหมายผู้บริโภค (Code de la consommation)* มาตรา L121-2 และ L121-3 ว่าด้วยการโฆษณาที่ไม่ชอบด้วยกฎหมาย และนำกฎหมาย Regulation (EU) 2022/2065 (DSA) มาปรับใช้กับแพลตฟอร์มดิจิทัล กำหนดให้ต้องมีระบบตรวจจับและลบเนื้อหาผิดกฎหมายอย่างทันท่วงที หากแพลตฟอร์มเพิกเฉย อาจต้องรับผิดชอบแพ่งและถูกลงโทษด้วยค่าปรับทางปกครองถึง 6% ของรายได้รวมประจำปีทั่วโลกตามมาตรา 74 ของ DSA ส่วนในสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี การบังคับใช้ รัฐบัญญัติว่าด้วยการคุ้มครองสัตว์ มาตรา 11 กำหนดให้การเพาะพันธุ์หรือจำหน่ายสัตว์ต้องได้รับใบอนุญาต และหากไม่มีใบอนุญาตจะมีโทษตามมาตรา 18 และในกรณีที่มีการทารุณกรรมสัตว์อย่างร้ายแรง จะมีโทษจำคุกไม่เกิน 3 ปี ตามมาตรา 17 ของ TierSchG เยอรมนียังบังคับใช้กฎหมาย DSA อย่างจริงจัง โดยกำหนดให้แพลตฟอร์มออนไลน์ต้องลบเนื้อหาที่ผิดกฎหมายโดยไม่ชักช้า และใช้กลไกติดตามการค้าสัตว์อย่างเข้มงวดผ่านหน่วยงาน เช่น Bundesamt für Naturschutz (BfN) และหน่วยงานศุลกากร หรือในสหรัฐอเมริกา แม้จะไม่มีกฎหมายกลางเฉพาะสำหรับควบคุมแพลตฟอร์มออนไลน์เหมือน DSA แต่มีการใช้ *Animal Welfare Act (AWA)* กำกับดูแลการเพาะพันธุ์ ขยาย และขนส่งสัตว์เชิงพาณิชย์ โดยมีกระทรวงเกษตรสหรัฐอเมริกา (USDA) และหน่วยงาน APHIS กำกับดูแล นอกจากนี้ ยังมีการใช้ *FTC Act* มาตรา 5 ในการห้ามการโฆษณาหลอกลวงเกี่ยวกับการจำหน่ายสัตว์ และกำหนดให้แพลตฟอร์มและผู้ขายต้องเปิดเผยข้อมูลอย่างโปร่งใส เพื่อป้องกันการฉ้อโกงในธุรกรรมออนไลน์ จากการศึกษาจะเห็นได้ว่า ประเทศไทยยังขาดทั้งกฎหมายและกลไกเชิงระบบในการควบคุมการลักลอบค้าสัตว์ผิดกฎหมายผ่านช่องทางออนไลน์ โดยเฉพาะในส่วนของการกำหนดภาระหน้าที่เชิงรุกแก่แพลตฟอร์มดิจิทัล การพัฒนาระบบฐานข้อมูลกลาง และการสร้างกลไกความร่วมมือระหว่างรัฐกับเอกชน ซึ่งหากประเทศไทยไม่เร่งดำเนินการแก้ไข จะส่งผลกระทบอย่างร้ายแรงต่อการอนุรักษ์สัตว์ป่า ความหลากหลายทางชีวภาพ และพันธกรณีระหว่างประเทศภายใต้อนุสัญญา CITES ที่ไทยให้สัตยาบันไว้

5. บทสรุปและข้อเสนอแนะ

เนื่องจากธุรกิจค้าสัตว์เลี้ยงออนไลน์ในประเทศไทยมีการขยายตัวอย่างรวดเร็วตามกระแส “Pet Humanization” และการพัฒนาของเทคโนโลยีดิจิทัล ส่งผลให้การซื้อขายสัตว์เลี้ยงผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ได้รับความนิยมสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม ระบบกฎหมายของประเทศไทยที่มีอยู่ในปัจจุบัน เช่น พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 พระราชบัญญัติป้องกันการทารุณกรรมและการจัดสวัสดิภาพสัตว์ พ.ศ. 2557 และกฎหมายอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ยังไม่สามารถรองรับลักษณะเฉพาะของการซื้อขายสัตว์เลี้ยง

ออนไลน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยปัญหาหลักที่พบในประเทศไทย ได้แก่ การขาดมาตรการบังคับให้ผู้ขายสัตว์เลี้ยงออนไลน์ต้องลงทะเบียนหรือตรวจสอบตัวตนอย่างเป็นทางการ การขาดมาตรฐานด้านสุขภาพสัตว์ก่อนการจำหน่าย และการไม่มีข้อกำหนดชัดเจนเกี่ยวกับหน้าที่ความรับผิดชอบของแพลตฟอร์มออนไลน์ที่ทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการซื้อขายสัตว์เลี้ยง นอกจากนี้ ยังขาดกลไกในการควบคุมการลักลอบค้าสัตว์ผิดกฎหมายผ่านช่องทางออนไลน์ ซึ่งนำไปสู่ปัญหาทั้งในแง่ของการละเมิดสิทธิผู้บริโภคและการละเมิดสวัสดิภาพสัตว์อย่างกว้างขวาง ซึ่งเมื่อพิจารณามาตรการทางกฎหมายของต่างประเทศ ได้แก่ สาธารณรัฐฝรั่งเศส สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี และสหรัฐอเมริกา พบว่าประเทศเหล่านี้ได้พัฒนามาตรการเฉพาะในการกำกับดูแลการค้าสัตว์เลี้ยงออนไลน์อย่างครอบคลุม ฝรั่งเศสมีการกำหนดให้ผู้ขายสัตว์เลี้ยงทางออนไลน์ต้องลงทะเบียนกับหน่วยงานรัฐและต้องมีการเปิดเผยข้อมูลผู้ขายอย่างโปร่งใส นอกจากนี้ แพลตฟอร์มออนไลน์ยังมีหน้าที่ตรวจสอบผู้ขายก่อนอนุญาตให้ลงประกาศขายสัตว์ เยอรมนีกำหนดให้ผู้ขายต้องมีใบอนุญาตจำหน่ายสัตว์ และสัตว์เลี้ยงทุกตัวต้องได้รับการตรวจสอบสุขภาพก่อนจำหน่าย เพื่อป้องกันการแพร่กระจายของโรคติดต่อและเพื่อคุ้มครองสวัสดิภาพสัตว์ ในขณะที่สหรัฐอเมริกาได้เริ่มนำเทคโนโลยี เช่น ปัญญาประดิษฐ์ และบล็อกเชน มาช่วยติดตามแหล่งที่มาของสัตว์เลี้ยง เพื่อป้องกันการลักลอบค้าสัตว์หายากหรือสัตว์คุ้มครอง จากการเปรียบเทียบ พบว่า ประเทศไทยยังขาดมาตรการทางกฎหมายที่มีลักษณะเฉพาะและครอบคลุมสำหรับธุรกิจค้าสัตว์เลี้ยงออนไลน์ ทั้งในด้านการคุ้มครองผู้บริโภค การกำกับดูแลผู้ขาย การควบคุมมาตรฐานสุขภาพสัตว์ และการป้องกันการค้าสัตว์ผิดกฎหมายผ่านสื่อดิจิทัล เมื่อเทียบกับแนวทางของต่างประเทศที่มีการกำหนดมาตรการเหล่านี้ไว้อย่างชัดเจนและมีประสิทธิภาพ

ดังนั้น เพื่อยกระดับการคุ้มครองผู้บริโภค สวัสดิภาพสัตว์ และการปฏิบัติตามพันธกรณีระหว่างประเทศอย่างครบถ้วน ผู้เขียนจึงมีข้อเสนอแนะ ดังต่อไปนี้

1) การกำกับดูแลแพลตฟอร์มออนไลน์ในการซื้อขายสัตว์เลี้ยง

ประเทศไทยยังไม่มีบทบัญญัติกฎหมายที่กำหนดหน้าที่ของแพลตฟอร์มออนไลน์ในการควบคุมการซื้อขายสัตว์เลี้ยงอย่างชัดเจน ต่างจากฝรั่งเศสที่กำหนดให้ผู้ขายต้องลงทะเบียนเป็นผู้ประกอบการ และให้แพลตฟอร์มมีหน้าที่ตรวจสอบก่อนอนุญาตให้ลงประกาศขายสัตว์เลี้ยง อีกทั้งยังต้องมีช่องทางการร้องเรียนที่มีประสิทธิภาพ เห็นควรเสนอจัดทำ “ร่าง พระราชบัญญัติการกำกับดูแลธุรกิจค้าสัตว์เลี้ยงออนไลน์ พ.ศ. ...” โดยกำหนดให้

- (1) ผู้จำหน่ายสัตว์เลี้ยงต้องลงทะเบียนและได้รับหมายเลขทะเบียนจากรัฐก่อนประกาศขาย
- (2) แพลตฟอร์มออนไลน์ต้องตรวจสอบหมายเลขทะเบียนและข้อมูลของผู้ขาย รวมถึงดำเนินการลบหรือระงับประกาศที่ผิดกฎหมายภายใน 7 วันนับแต่ทราบข้อเท็จจริง
- (3) แพลตฟอร์มต้องเก็บรักษาข้อมูลการซื้อขายและตัวตนผู้ขายอย่างน้อย 1 ปี เพื่อให้ตรวจสอบย้อนหลังได้

(4) กำหนดบทลงโทษสำหรับผู้ฝ่าฝืน ทั้งผู้ขายและแพลตฟอร์มที่ละเลยหน้าที่ตามกฎหมาย โดยมาตรการดังกล่าวจะช่วยเสริมสร้างความโปร่งใสในการซื้อขายสัตว์เลี้ยงออนไลน์ และยกระดับการคุ้มครองผู้บริโภคและสัตว์เลี้ยงในระบบดิจิทัลของประเทศไทย

2) การกำหนดมาตรฐานสุขภาพสัตว์และการตรวจสอบก่อนขาย

ปัจจุบันประเทศไทยยังไม่มีข้อกำหนดเฉพาะเกี่ยวกับสุขภาพสัตว์เลี้ยงก่อนการจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์ แตกต่างจากสาธารณรัฐฝรั่งเศสและสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนีที่กำหนดให้สัตว์เลี้ยงต้องได้รับการตรวจสอบสุขภาพจากสัตวแพทย์ และมีใบรับรองสุขภาพก่อนการขาย รวมถึงมีเงื่อนไขด้านอายุขั้นต่ำและประวัติการฉีดวัคซีนที่ชัดเจน ผู้เขียนเสนอให้กำหนดมาตรการเพิ่มเติมในร่างพระราชบัญญัติฯ ดังกล่าว ได้แก่

- (1) กำหนดให้สัตว์เลี้ยงที่จะจำหน่ายออนไลน์ต้องได้รับการตรวจสอบสุขภาพโดยสัตวแพทย์ และออกใบรับรองสุขภาพภายใน 5 วันก่อนลงประกาศขาย
- (2) ห้ามจำหน่ายสัตว์เลี้ยงที่มีอายุต่ำกว่าที่กฎหมายกำหนด เช่น ลูกแมว ลูกสุนัขที่อายุต่ำกว่า 8 สัปดาห์
- (3) แพลตฟอร์มต้องเก็บใบรับรองสุขภาพสัตว์สำหรับการตรวจสอบย้อนหลังในกรณีที่เกิดข้อพิพาท และ
- (4) กำหนดบทลงโทษสำหรับผู้จำหน่ายที่ละเมิด และให้แพลตฟอร์มร่วมรับผิดชอบทางแพ่งในกรณีที่ละเลยการตรวจสอบ โดยมาตรการเหล่านี้จะช่วยลดความเสี่ยงในการจำหน่ายสัตว์ที่มีปัญหาสุขภาพ และเสริมสร้างความเชื่อมั่นของผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3) การป้องกันการลักลอบค้าสัตว์ผิดกฎหมายผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์

แม้ว่าประเทศไทยจะมีกฎหมายเกี่ยวกับการควบคุมสัตว์ป่าและสัตว์หายาก แต่ยังไม่มีความเฉพาะในการป้องกันการลักลอบค้าสัตว์ผ่านช่องทางออนไลน์ แตกต่างจากสาธารณรัฐฝรั่งเศส สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี และสหรัฐอเมริกา ที่กำหนดให้มี การตรวจสอบเอกสารแหล่งที่มา และจัดตั้งระบบติดตามข้อมูลสัตว์อย่างเข้มงวด ผู้เขียนจึงเสนอให้เพิ่มมาตรการดังต่อไปนี้

- (1) กำหนดให้ผู้จำหน่ายสัตว์เลี้ยงในกลุ่มควบคุมต้องแนบเอกสารแหล่งที่มา เช่น ใบอนุญาตเพาะพันธุ์หรือใบอนุญาตครอบครองสัตว์
- (2) ให้แพลตฟอร์มตรวจสอบและแสดงหมายเลขอ้างอิงเอกสารในประกาศขาย
- (3) บังคับให้มีระบบฐานข้อมูลกลางสำหรับทะเบียนสัตว์ควบคุม และการรายงานการเปลี่ยนมือสัตว์ผ่านระบบออนไลน์
- (4) ใช้เทคโนโลยีการตรวจจับเนื้อหาอัตโนมัติเพื่อป้องกันการลงประกาศขายสัตว์ผิดกฎหมาย และ
- (5) กำหนดโทษที่ชัดเจนสำหรับผู้ขายและแพลตฟอร์มที่ละเลยหรือมีส่วนร่วมในการลักลอบค้าสัตว์ผิดกฎหมาย โดยมาตรการนี้จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการบังคับใช้กฎหมาย ปกป้องความหลากหลายทางชีวภาพ และปฏิบัติตามพันธกรณีระหว่างประเทศอย่างครบถ้วน

จากข้อเสนอแนะข้างต้น การปรับปรุงกฎหมายเพื่อควบคุมธุรกิจค้าสัตว์เลี้ยงออนไลน์ในประเทศไทย จำเป็นต้องดำเนินการอย่างเร่งด่วน โดยอาศัยแนวทางที่ประสบความสำเร็จจากสาธารณรัฐฝรั่งเศส สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี และสหรัฐอเมริกา เพื่อเสริมสร้างระบบกำกับดูแลที่มีประสิทธิภาพครอบคลุมทั้งผู้ขาย

แพลตฟอร์มออนไลน์ และสัตว์เลี้ยงในทุกชั้นตอนอย่างครบวงจร การตรากฎหมายเฉพาะสำหรับการค้าสัตว์เลี้ยงออนไลน์จะไม่เพียงแต่ช่วยยกระดับการคุ้มครองผู้บริโภคและสวัสดิภาพสัตว์เท่านั้น หากยังเป็นรากฐานสำคัญในการพัฒนากฎหมายดิจิทัลของประเทศไทยให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากลในอนาคต

บรรณานุกรม

- จิรพงศ์ ทรัพย์ชุมทอง. “ทฤษฎีสวัสดิภาพพื้นฐานความเป็นพลเมือง กับหลักการการพิจารณาอย่างเท่าเทียม.” วารสารสมาคมปรัชญาและศาสนาแห่งประเทศไทย. เล่มที่ 1. ปีที่ 14. (16 สิงหาคม 2562).
- เฉลิมชัย กีกเกียรติกุล. “ทฤษฎีว่าด้วยการแทรกแซงของรัฐในกิจกรรมทางเศรษฐกิจ.” <https://chalermchai-nbtc.blogspot.com/2013/06/public-interest-theory-common-well.html>, 30 มีนาคม 2568.
- ธนภรณ์ ภูแรง. “มาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับการทำสัญญาซื้อขายสัตว์เลี้ยง ศึกษากรณีสัญญาซื้อขายสุนัข.” สารนิพนธ์นิติศาสตรมหาบัณฑิต กลุ่มวิชากฎหมายธุรกิจ คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม, 2566.
- ประภาสินี ฉินสกลธนาพร, และ ลาวัญญ์ ถนัดศิลปกุล. “การดำเนินการตามอนุสัญญาไซเตสว่าด้วยปัญหาการค้าสัตว์ป่าของไทย.” วารสารสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา. เล่มที่ 2. ปีที่ 14. (2565).
- พรวิไล นุตคำแหง. “การคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณาเชิงภาพลักษณ์องค์กร.” วิทยานิพนธ์นิติศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2556.
- วรินทร์ วาริ. “มาตรการทางกฎหมายคุ้มครองผู้ซื้อสัตว์เลี้ยงประเภทสุนัขและแมว.” วิทยานิพนธ์นิติศาสตรมหาบัณฑิต กฎหมายเอกชนและธุรกิจ มหาวิทยาลัยสยาม, 2560.
- สฤณี อาชวานันทกุล. “การยึดกุมกลไกกำกับดูแล.” <https://themoment um.co/citizen2-0-regulatory-capture/>, 30 มีนาคม 2568.
- สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค. “สิทธิของผู้บริโภค.” https://www.ocpb.go.th/news_view.php?nid=9764, 30 มีนาคม 2568.
- Alan Schwartz and Robert E. Scottt. “Contract Theory and the Limits of Contract Law.” The yale law Journal. 113. 3. (2003).
- Animal Rescues For Change. “Pet’s Breeders, Animals Laws in the United States vs. Europe (EU).” <https://animalrescuesforchange.org/pets-breeders-animals-laws-in-the-united-states-vs-europe-eu/>, March 5, 2025.
- Animal Welfare Institute. “Animal Welfare Act.” <https://awionline. org/legislation/animal-welfare-act>, April 20, 2025.

- Bruno Deffains and Jane K. Winn. “Governance of Electronic Commerce in Consumer and Business Markets.” Cambridge University Press. (September 28, 2008).
- David Favre. “Brief Summary of the US Animal Welfare Act.” <https://www.animal law.info/article/brief-summary-us-animal-welfare-act>, April 20, 2025.
- Department of Commerce & Department of Local Government. A consumer’s guide to buying a pet. Australia: Government of Western Australia, 2011.
- Elena Ares. “Regulation of online pet sales.” House of Commons Library. CBP-9399. December 9, 2021.
- ETDA. “Data Governance and e-Commerce.” <https://www.etda.or.th/th/Useful-Resource/Knowledge-Sharing/Data-Governance-and-e-Commerce.aspx>, March 30, 2025.
- European Consumer Centre France. “Am I allowed to buy an animal online in Europe?.” <https://www.europe-consommateurs.eu/en/shopping-internet/animal.html>, March 5, 2025.
- Federal Trade Commission. “Consumer Review Fairness Act: What Businesses Need to Know.” <https://www.ftc.gov/business-guidance/resources/consumer-review-fairness-act-what-businesses-need-know>, April 20, 2025.
- Jack M Whittaker and Mark Button. “Understanding pet scams: A case study of advance fee and non-delivery fraud using victims’ accounts.” Australian & New Zealand Journal of Criminology. 53. 4. (2020).
- Jo-Anne McArthur. “Towards an end to the sale of dogs and cats in pet shops throughout the European Union.” <https://one-voice.fr/en/news/towards-an-end-to-the-sale-of-dogs-and-cats-in-pet-shops-throughout-the-european-union/>, April 20, 2025.
- Jordi Casamitjan. “France Will Not Allow the Selling of Cats and Dogs in Pet Shops From 2024.” <https://veganfta.com/2022/06/17/france-will-not-allow-the-selling-of-cats-and-dogs-in-pet-shops-from-2024/>, April 20, 2025.
- Marketeer Team. “ปรากฏการณ์ Pet Humanization ดันตลาดธุรกิจเกี่ยวกับสัตว์เลี้ยงโต.” <https://marketeeronline.co/archives/243237>, 5 March 2025.
- PETA. “Bans on Circuses, Fur Farms, Dolphinariums, Pet Stores: Progress for Animals Is Passed Into Law in France!.” <https://www.peta.org/blog/new-law-france-protects-animals/>, March 5, 2025.

Ryan J. Clarkson, Timothy K. Giordano and Lauren E. Anderson. “Consumer Protection Laws and Regulations USA 2025.” <https://iclg.com/practice-areas/consumer-protection-laws-and-regulations/usa>, April 20, 2025.

SPCA Certified. “Animal Welfare: The Five Freedoms and the Five Domains Explained.” <https://www.spcacertified.nz/learn-more/article/animal-welfare-the-five-freedoms-and-the-five-domains-explained>, March 30, 2025.

USDA National Agricultural Library. “Animal Welfare Act.” <https://www.nal.usda.gov/animal-health-and-welfare/animal-welfare-act>, April 20, 2025.

World Animal Protection. “Germany.” <https://api.worldanimalprotection.org/country/germany>, April 20, 2025.