



ปัญหาทางกฎหมายเกี่ยวกับเครื่องดื่มบรรจุกระป๋อง ประเภทไม่ใช่แอลกอฮอล์

Legal Problems of Non Alcoholic Canned Beverage

กัณฑ์หทัย เรือนก้อน*

บทคัดย่อ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีความมุ่งหมายในการที่จะศึกษาปัญหาทางกฎหมายเกี่ยวกับเครื่องดื่มบรรจุกระป๋องประเภทไม่ใช่แอลกอฮอล์ ซึ่งมีหลายประการที่ยังคุ้มครองผู้บริโภคได้ไม่เพียงพอ โดยเฉพาะเมื่อเปรียบเทียบกับกฎหมายต่างประเทศ ได้แก่ ปัญหาเกี่ยวกับการแสดงฉลากของอาหาร การโฆษณาหน่วยงาน และปัญหาเกี่ยวกับมาตรการในการลงโทษทางแพ่ง ทางอาญา และทางปกครอง เพื่อเป็นการแก้ไขปัญหาทางกฎหมาย เพื่อให้ผู้บริโภคมีความอุ่นใจ และปลอดภัย

เมื่อทำการศึกษาอย่างละเอียดแล้วผู้วิจัยจึงได้เสนอแนวทางเพื่อแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น คือควรจะมีการระบุสารก่อให้เกิดภูมิแพ้บนฉลากในสินค้าที่มีส่วนผสมกับผัก-ผลไม้ ควรจะมีกฎหมายควบคุมกำกับดูแลการโฆษณาเครื่องดื่มที่มีน้ำตาล ไขมัน และโซเดียมสูง เพื่อความปลอดภัยแก่เด็ก ๆ และควรมีระเบียบ หลักเกณฑ์ หรือประกาศ ของเครื่องดื่มบรรจุกระป๋องที่ไม่ใช่แอลกอฮอล์ ที่มีส่วนผสมจากน้ำผัก-ผลไม้เป็นการเฉพาะ ควรจะมีการจัดตั้งหน่วยงานที่ทำหน้าที่ควบคุมดูแล ตรวจสอบเกี่ยวกับการจำหน่าย การฉลาก การโฆษณา รวมไปถึงกระบวนการต่างๆที่เกี่ยวกับด้านนี้ ควรจะนำหลักความรับผิดชอบโดยเคร่งครัดมาใช้กับประเทศไทย ทำให้ผู้บริโภคได้รับความเป็นธรรม และไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการพิสูจน์ว่าความเสียหายนั้นเกิดจากกระบวนการใด แต่พิสูจน์ถึงความประมาทเลินเล่อก็พอจะรู้ว่าความบกพร่องของสินค้านั้นอยู่ส่วนใด ควรจะมีมาตรการลงโทษที่รุนแรงและเข้มงวดมากขึ้นกว่าที่มีอยู่ในปัจจุบันนี้มาบังคับใช้ ควรจะนำแนวทาง หลักเกณฑ์ของสาธารณรัฐฝรั่งเศสมาปรับใช้กับประเทศไทย เพื่อความชัดเจน และเด็ดขาด อีกประการหนึ่งคือควรจะนำมาตรการเมื่อสินค้าอาหารวางจำหน่ายแล้วนั้นหน่วยงานของรัฐจะสุ่มตัวอย่างของสินค้านั้นมาตรวจประจำทุกปีมาปรับใช้ในประเทศไทย

*นักศึกษาลัทธิสุตริศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีปทุม

จะทำให้ผู้บริโภคมีความปลอดภัย และมั่นใจในการเลือกบริโภคสินค้านั้น รวมทั้งให้มีความเป็นธรรมแก่ผู้ประกอบการและผู้บริโภค

คำสำคัญ : พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค เครื่องดื่มบรรจุกระป๋อง น้ำผัก-ผลไม้

Abstract

This thesis aims to study the laws relating to the non-alcoholic canned beverages, which do not have enough measures to protect consumers, especially compared to the international laws, such as the problems of food label, advertisement, state agency, and legal problems including civil, criminal, and administrative punishment, in order to solve the legal problems to make consumer feel relieved and saved.

After a detailed study, the researcher suggests a means to solve the current problems, namely: labeling allergic substances of the products containing juices; providing laws that regulate and supervise the advertisement of beverage that has high sugar, fat, and sodium contents to protect children; issuing rules, criteria, or promulgation specifically for non-alcoholic canned beverages containing juices; establishing an agency responsible for regulating and monitoring the sales, labels, advertisement, and the manufacturing process; utilizing an accountability principle seriously in Thailand to make it fair for the consumers and proof without expenses for the products, process of which make the damage, by just proving the carelessness enough to determine the defect of the products; imposing more severe and stricter punishments, by adjusting the French model and apply it to the model in Thailand to be clear and decisive. Furthermore, applying a yearly random check by government agencies on sample of goods in Thailand, which can make consumers feel saved and confident in choosing the products, including fairness to both entrepreneurs and consumers.

Keyword : Consumer Protection Act, Canned Beverage, Fruity and Veggie Beverage

บทนำ

น้ำผลไม้เป็นหนึ่งในเครื่องดื่มที่สามารถทำได้ง่ายและมีรสชาติอร่อย ดื่มได้ทุกวัยทั้งเด็กและผู้ใหญ่ เวลาดื่มน้ำผัก-ผลไม้เข้าไปจะรู้สึกถึงความกระชุ่มกระชวย เนื่องมาจากวิตามินที่มาจากธรรมชาติ ซึ่งได้แก่ผลไม้และผักสด เมื่อดื่มน้ำผัก-ผลไม้จะได้รับวิตามิน แร่ธาตุ เอนไซม์ คาร์โบไฮเดรต กลูโคสและคุณประโยชน์ที่จะอยู่ในผัก-ผลไม้ทุกชนิด

ในปัจจุบันได้มีผู้ประกอบการนำน้ำผัก-ผลไม้บรรจุในกระป๋อง ออกมาวางจำหน่ายเป็นจำนวนมาก โดยกระบวนการผลิตสินค้าต่าง ๆ นั้นได้มีความซับซ้อน และมีการนำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้ในกระบวนการผลิต โดยเฉพาะอย่างยิ่งที่มีการนำเทคโนโลยีนาโน (Nanotechnology) เข้ามาใช้ในกระบวนการผลิตอย่างแพร่หลาย¹ ซึ่งทำให้ผู้บริโภคทราบได้ว่าสินค้าที่ซื้อมานั้นมีกระบวนการผลิตที่ถูกต้อง เหมาะสมตามสุขลักษณะอนามัยหรือไม่ ซึ่งจะต้องทำตามที่ประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ 342) พ.ศ. 2555 เรื่อง วิธีการผลิต เครื่องมือเครื่องใช้ในการผลิต และการเก็บรักษาอาหารแปรรูปที่บรรจุในภาชนะพร้อมจำหน่ายกำหนดไว้

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุขได้ออกข้อกำหนดให้ผู้ผลิตเครื่องดื่มบรรจุภาชนะจะต้องแสดงรายละเอียดต่างๆ เช่น ชื่อผลิตภัณฑ์ ที่ตั้งของผู้ผลิต วันเดือน

ปีที่ผลิต ส่วนประกอบ นอกจากนี้ยังต้องมีการตรวจสอบสถานที่ผลิต กรรมวิธีการผลิต อุปกรณ์การผลิต การควบคุมการผลิต ตลอดจนฉลากว่ามีความถูกต้องเหมาะสม และเครื่องดื่มนั้นมีคุณภาพเป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนด

ปัจจุบันประเทศไทยมีการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจ สังคมและเทคโนโลยีต่างๆ มากขึ้น ทำให้มีการแข่งขันในการประกอบธุรกิจมากขึ้น การค้าขายจะเป็นลักษณะแย่งกันจำหน่าย ซึ่งผู้ประกอบการมุ่งเน้นในการผลิตโดยใช้วัสดุต่างๆ ที่ถูก และไม่มีคุณภาพ ทำให้สินค้าอาหารออกมาอาจเป็นอันตรายแก่ผู้บริโภค โดยจะลดต้นทุนแต่เพิ่มผลกำไรให้มากขึ้น และทำทุกวิถีทางเพื่อดึงดูดให้ผู้บริโภคซื้อสินค้า ได้แก่ โฆษณาว่าเครื่องดื่มบรรจุกระป๋องนั้นมีน้ำผัก-ผลไม้ล้วนๆ แต่แท้จริงแล้วมีน้ำตาลผสมอยู่ด้วย จากปัญหาดังกล่าวผู้วิจัยจึงตระหนักถึงผลกระทบต่อร่างกายของผู้บริโภค จึงมีความจำเป็นให้ทางภาครัฐเข้ามาควบคุมดูแลทั้งในผลิตภัณฑ์ กระบวนการผลิต ส่วนประกอบที่ใส่ลงในเครื่องดื่มบรรจุกระป๋อง การจำหน่าย มาตรการแนวทางที่เหมาะสม รวมทั้งการโฆษณาที่มีการกล่าวอ้างเกินความเป็นจริง เมื่อศึกษาถึงกฎหมายและประกาศต่างๆ ของประเทศไทยแล้ว จะพบว่ายังมีปัญหาหลายประการที่เป็นผลเสียต่อผู้บริโภค ต้องมีการปรับปรุงแก้ไข ทั้งมาตรการทางกฎหมายที่เกี่ยวข้อง และมาตรการควบคุมดูแลในเรื่องกระบวนการต่างๆ

¹ สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร, แนวทางการดำเนินงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคสภาผู้แทนราษฎร (25 กรกฎาคม 2559) Parliament < http://www.parliament.go.th/ewtcommittee/ewt/consumerism/download/article/article_20111007095133.pdf>

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษา ปัญหาทางกฎหมายเกี่ยวกับเครื่องดื่มนับบรรจุกระป๋อง ประเภทไม่ใช่แอลกอฮอล์ ประเด็นปัญหาเกี่ยวกับการแสดงฉลากของอาหาร ปัญหาทางกฎหมายเกี่ยวกับการโฆษณา ปัญหาเกี่ยวกับหน่วยงานที่มีหน้าที่ควบคุมดูแลด้านผู้บริโภคและปัญหาเกี่ยวกับมาตรการในการลงโทษไม่ว่าจะเป็นโทษทางแพ่ง ทางอาญา และทางปกครอง ทั้งนี้เพื่อเป็นการแก้ไข ปัญหาทางกฎหมาย โดยเปิดโอกาสให้ผู้บริโภค ผู้ซึ่งได้รับผลกระทบจากการใช้สินค้าต่าง ๆ หรือ ผู้บริโภคที่กำลังจะใช้สินค้านั้น ๆ มีความอุ่นใจ ปลอดภัย มีสุขอนามัยที่ถูกต้อง และมีความเป็น ธรรมในการใช้สินค้าดังกล่าวนี้

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาถึงวิวัฒนาการ แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับเครื่องดื่มนับบรรจุกระป๋อง ประเภทไม่ใช่แอลกอฮอล์
2. เพื่อศึกษามาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับเครื่องดื่มนับบรรจุกระป๋องประเภทไม่ใช่ แอลกอฮอล์ตามกฎหมายไทยและต่างประเทศ
3. เพื่อศึกษาวิเคราะห์ปัญหาความหมาย หน่วยงาน การโฆษณา การจำหน่าย และ มาตรการในการลงโทษ เกี่ยวกับเครื่องดื่มนับบรรจุ กระป๋องประเภทไม่ใช่แอลกอฮอล์
4. เพื่อเสนอแนะแนวทางแก้ไขกฎหมาย ที่เกี่ยวข้องกับปัญหาดังกล่าวข้างต้น

สมมติฐานของการศึกษา

ในปัจจุบันเรื่องการคุ้มครองผู้บริโภค ด้านเครื่องดื่มนับบรรจุกระป๋องประเภทไม่ใช่

แอลกอฮอล์ของประเทศไทยนั้น จัดอยู่ในกลุ่ม ของอาหารควบคุมเฉพาะแต่ยังมีปัญหาหลาย ประการที่เป็นผลเสียต่อผู้บริโภค ดังนั้นจึงควร ต้องมีการปรับปรุงแก้ไขทั้งมาตรการทางกฎหมาย ที่เกี่ยวข้อง มาตรการควบคุมดูแลในเรื่องกระบวนการผลิต การบรรจุขวดภัณฑ์การจำหน่าย การ โฆษณา หน่วยงานควบคุมกำกับดูแลและฉลาก ในอาหาร รวมทั้งมาตรการในการลงโทษกรณีที่มี การฝ่าฝืน ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความเป็นธรรมแก่ทุก ฝ่ายยิ่งขึ้น

ขอบเขตของการศึกษา

ศึกษาถึงวิวัฒนาการ แนวคิดและทฤษฎี เกี่ยวกับการทำธุรกิจและการคุ้มครองผู้บริโภค และกฎหมายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น รัฐธรรมนูญ แห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 ประมวล กฎหมายแพ่งและพาณิชย์ พระราชบัญญัติคุ้มครอง ผู้บริโภค พ.ศ. 2522 พระราชบัญญัติวิธีพิจารณา คดีผู้บริโภค พ.ศ. 2551 พระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522 พระราชบัญญัติการประกอบกิจการ การกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 พระราชบัญญัติโรงงาน พ.ศ. 2535 พระราชบัญญัติ ศุลกากร พ.ศ. 2469 พระราชบัญญัติความรับผิด ต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นจากสินค้าที่ไม่ปลอดภัย พ.ศ. 2551 พระราชบัญญัติมาตราชั่งตวงวัด พ.ศ. 2542 พระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ. 2535 ประกาศกระทรวงสาธารณสุข ประกาศคณะกรรมการ ว่าด้วยฉลาก ประกาศคณะกรรมการว่าด้วยการ โฆษณา และบทบัญญัติของกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้อง โดยศึกษาวิเคราะห์เปรียบเทียบกับหลักกฎหมาย มาตรการทางกฎหมายของต่างประเทศ เพื่อเสนอ

แนวทางในการแก้ไขปรับปรุงปัญหาเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคด้านเครื่องคุ้มครองประจํา ป้อง ให้มีความสอดคล้องเป็นจริงของสังคมในปัจจุบัน และเพื่อให้เกิดความเหมาะสม เป็นธรรม ชัดเจน กับประเทศไทย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงวิวัฒนาการ แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับเครื่องคุ้มครองประจํา ประเภทไมใช่แอลกอฮอล์
2. ทำให้ทราบถึงมาตรการทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเครื่องคุ้มครองประจํา ประเภทไมใช่แอลกอฮอล์ตามกฎหมายไทยและต่างประเทศ
3. ทำให้ทราบผลการวิเคราะห์ปัญหาหน่วยงาน การโฆษณา การจำหน่าย และการลงโทษ เกี่ยวกับเครื่องคุ้มครองประจํา ประเภทไมใช่แอลกอฮอล์
4. ทำให้ทราบถึงข้อเสนอแนะแนวทางแก้ไขกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเครื่องคุ้มครองประจํา ประเภทไมใช่แอลกอฮอล์เพื่อให้สอดคล้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคด้านอนามัย

วิธีดำเนินงานวิจัย

ในการศึกษานี้จะเป็นการศึกษาวิจัยเอกสารที่เกี่ยวข้องกับปัญหาทางกฎหมายกรณีเครื่องคุ้มครองประจํา ประเภทไมใช่แอลกอฮอล์ โดยศึกษาค้นคว้าจากเอกสารในรูปแบบของตำรา กฎหมาย ผลงานทางวิชาการ ตั๋วบทกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ รวมทั้งประกาศที่เกี่ยวข้อง วิทยานิพนธ์ คำพิพากษาศาลฎีกาหรือคำสั่งศาล

และเอกสารอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งของประเทศไทย และของต่างประเทศ รวมทั้งสืบค้นข้อมูลจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์

ผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัยปัญหาทางกฎหมาย ผลการวิจัยพบว่า

1. ปัญหาเกี่ยวกับการแสดงฉลากของอาหาร

การอภิปรายผล

ปัจจุบันการระบุนาอาหารก่อภูมิแพ้บนฉลากมีความสำคัญต่อผู้บริโภคมากขึ้น เนื่องจากมีเครื่องคุ้มครองและอาหารออกมาหลายชนิดเพื่อจำหน่ายมากขึ้น ซึ่งมีส่วนผสมที่แตกต่างกันออกไป อาจจะมีส่วนผสมชนิดใดที่ก่อให้เกิดอาการแพ้ หรือผลกระทบต่อสุขภาพร่างกายของผู้บริโภคได้ อาการแพ้อาหารเป็นความผิดปกติของระบบภูมิคุ้มกันที่ไวต่อสิ่งกระตุ้น โดยสารกระตุ้นให้เกิดอาการแพ้ต่าง ๆ อาหารที่ก่อให้เกิดภูมิแพ้ นั้นจะเป็นเฉพาะบุคคล อาการก็มีความแตกต่างกันออกไปในแต่ละบุคคล ประเทศและภูมิภาค ซึ่งเราสามารถจำแนกอาการแพ้อาหารที่พบมากที่สุดได้ดังนี้

- (1) อาการแพ้อาหารที่แสดงออกทางผิวหนัง อันได้แก่ อาการลมพิษเฉียบพลันหรือเรื้อรัง มีผื่นแดง คัน ขึ้นตามผิวหนังหลังจากรับประทานอาหารที่แพ้และสักพักจะมีอาการผิวหนังบวมขึ้นมาเป็นแผ่น ๆ ร่วมกับความรู้สึกเสแสร้งอื่น

(2) อาการแพ้อาหารที่แสดงออกทางระบบทางเดินอาหาร หลังจากกินอาหารที่แพ้ไป บางคนอาจมีอาการคันที่ปาก ชาที่ลิ้น น้ำลายไหลตลอดเวลา คันคอ คันลิ้น ลิ้นบวมแดง คลื่นไส้ อาเจียน ท้องเดิน ถ่ายมีเลือดปน หรือเกิดอาการลำไส้อักเสบ ก่อให้เกิดอาการปวดท้องขึ้นมาได้

(3) อาการแพ้อาหารที่แสดงออกทางระบบทางเดินหายใจ อาการแพ้อาหารที่พบได้บ่อยก็จะมีอาการจมูกอักเสบมีน้ำมูกไหล คัดจมูก หลอดลมอักเสบ กล้องเสียงหรือหลอดลมบวม ทำให้หายใจลำบาก หรือบางคนมีอาการไอหนักมาก ชนิดที่หายใจหอบ และหากหอบมาก ๆ จะเกิดอาการเลือดไม่เดิน ตัวเขียว แน่นหน้าอก จนถึงขั้นเป็นลมหมดสติ

(4) อาการแพ้อาหารที่แสดงออกทางระบบหัวใจ ในกรณีที่แพ้อาหารมาก อาจเกิดความผิดปกติต่อระบบหัวใจ เช่น ความดันโลหิตต่ำ หรือเกิดอาการช็อกหลังจากกินอาหารที่แพ้เข้าไป

(5) อาการแพ้ที่แสดงออกในหลายระบบทั่วร่างกาย บางคนอาจมีอาการแพ้หลายอย่างร่วมกัน บางรายอาจรุนแรงถึงขั้นช็อก ความดันโลหิตต่ำ หมดสติ และเสียชีวิตในที่สุด

สำหรับประเทศไทยนั้น ได้มีประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ 367) พ.ศ. 2557 เรื่องการแสดงฉลากอาหารในภาชนะบรรจุ โดยกำหนดให้ระบุอาหารสารก่อภูมิแพ้บนฉลากทั้งกรณีที่เป็นส่วนประกอบของอาหาร หรือกรณีที่มีการปนเปื้อนระหว่างการผลิต ประเภทหรือชนิด

ของอาหารที่กฎหมายกำหนดไว้ ซึ่งเป็นสารก่อภูมิแพ้ที่เข้าสู่ร่างกายแล้วทำให้ร่างกายมีปฏิกิริยาผิดปกติทั้งที่ตามธรรมดา สารนั้นเมื่อเข้าสู่ร่างกายคนทั่ว ๆ ไปแล้วจะไม่มีอันตรายใด ๆ จะมีอันตรายก็เฉพาะในคนบางคนที่แพ้สารนั้นเท่านั้น ได้แก่ ธัญพืชที่มีส่วนประกอบของกลูเตน ได้แก่ ข้าวสาลี ไรน์ บาร์เลย์ โธด์ สเปลท์ สัตว์น้ำที่มีเปลือกแข็ง เช่น ปู กุ้ง กุ้ง ลอบสเตอร์ เป็นต้น ไข่ และผลิตภัณฑ์จากไข่ ปลา และผลิตภัณฑ์จากปลา ถั่วลิสง ถั่วเหลือง และผลิตภัณฑ์จากถั่วลิสง ถั่วเหลือง นม และผลิตภัณฑ์จากนม รวมถึงแลคโตส ถั่วที่มีเปลือกแข็ง และผลิตภัณฑ์จากถั่วที่มีเปลือกแข็ง เช่น อัลมอนต์ วอลนัท และพีแคน เป็นต้น ซัลไฟต์ ที่มีปริมาณมากกว่าหรือเท่ากับ 10 มิลลิกรัมต่อกิโลกรัม แต่ไม่มีการกำหนดการติดฉลากสารก่อภูมิแพ้ประเภทผลไม้ ซึ่งผักผลไม้บางชนิดมีสารพวกซาลิซิลิเลต เช่น แอปเปิ้ลแดง กวาวี แตงโม มะนาว ส้ม พ룬 อาจก่อให้เกิดการแพ้ในผู้ป่วยบางรายได้ ส่วนสตรอเบอร์รี่นั้นสามารถล้างฮีสตามีนได้โดยตรงอาจทำให้เกิดลมพิษได้ นอกจากนั้น ทูเรียน เจา ก็พบเป็นสาเหตุได้เช่นกันทำให้ผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนผสมผักผลไม้ควรที่จะมีการติดฉลากสารก่อภูมิแพ้ลงในผลิตภัณฑ์

เมื่อเปรียบเทียบกับต่างประเทศโดยเฉพาะอย่างยิ่งประเทศญี่ปุ่นที่มีการติดฉลากสารก่อภูมิแพ้ (Allergen labeling) สารก่อภูมิแพ้บนฉลากมี 2 ประเภท² คือ แบบบังคับ ไข่ นม เมล็ดบัควีท (Buckwheat) ข้าวสาลี ถั่วลิสง ปู และกุ้ง

²กรมการค้าต่างประเทศ, มาตรฐานการติดฉลากสินค้าอาหารของญี่ปุ่นฉบับใหม่ (25 กรกฎาคม 2559) กรมการค้าต่างประเทศ < http://www.dft.go.th/Portals/0/4266_0_ญี่ปุ่นมาตรฐานการติดฉลากอาหาร@25580420-1024354617.pdf>

และแบบแนะนำ หอยเป้าชื่อ (Abalone) ปลาแมกเคอเรล (Mackerel) ปลาหมึก ปลาเซลมอน ไข่ปลาเซลมอน เม็ดมะม่วงหิมพานต์ วอลนัต เห็ดมันทีชีตาเกะ งา ถั่วเหลือง มันแกว แอปเปิ้ลกล้วย กีวี ส้ม พืช วุ้น เนื้อวัว เนื้อไก่ และเนื้อหมู ส่วนประเทศสหรัฐอเมริกาได้มีกำหนดสินค้า 8 ชนิด ที่เป็นต้นเหตุของการก่อภูมิแพ้ คือนม ไข่ ปลาสัตว์น้ำไม่มีกระดูกสันหลังที่มีเปลือก เช่น กุ้ง กุ้ง ปู เมล็ดถั่วประเภท Tree Nuts เช่น ถั่วอัลมอนต์ พีแคนัท วอลนัท ถั่วลิสง เมล็ดข้าวสาลี ถั่วเหลือง

2. ปัญหาทางกฎหมายเกี่ยวกับการโฆษณา

เครื่องดื่มบรรจุกระป๋องประเภทไมโซแอลกอฮอล์ ที่มีส่วนผสมจากน้ำผัก ผลไม้ไม่มีผู้บริโภครทั้งผู้ใหญ่และเด็ก โดยมีมาตรการควบคุมการโฆษณาอาหารและเครื่องดื่มที่มีน้ำตาล ไขมัน และโซเดียมสูง ที่มีเป้าหมายเป็นเด็ก จากการศึกษาพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 พระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522 พระราชบัญญัติประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 และประกาศสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา เรื่องหลักเกณฑ์การโฆษณาอาหาร พ.ศ. 2551 เป็นกฎหมายที่เกี่ยวข้องด้านการโฆษณาอาหารและเครื่องดื่มที่มีน้ำตาล ไขมัน และโซเดียมสูง ในการควบคุมกำกับดูแลและบังคับใช้กฎหมาย แต่ทั้งนี้ยังไม่มีกฎหมายที่เป้าหมายในเด็กโดยเฉพาะเจาะจงแต่มีการรวมตัวกันของภาคธุรกิจเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณาสินค้าประเภทอาหารและขนมขบเคี้ยวที่มีกลุ่มเป้าหมายเป็นเด็กของสมาคมโฆษณาแห่งประเทศไทยมีกำหนด

แนวปฏิบัติรายละเอียดดังนี้

1) ต้องแสดงปริมาณสินค้าในโฆษณาอย่างเหมาะสมกับสถานการณ์ที่ใช้ในโฆษณา โดยไม่สื่อสารทั้งโดยตรงหรือโดยอ้อมให้เกิดการบริโภคสินค้าที่โฆษณานั้นเกินพอดี

2) การโฆษณาจะต้องสื่อสารอย่างชัดเจนว่าเป็นขนมขบเคี้ยวและไม่สื่อสารให้เข้าใจว่าสามารถบริโภคแทนอาหารประจำวันได้

3) ไม่ควรทำการโฆษณาโดยมีเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมกับเด็ก

4) ควรระทำการโฆษณาโดยพยายามให้มีเนื้อหาเชิงบวกไม่ว่าจะมีการส่งเสริมให้เกิดมิตรภาพ ความปรองดอง ความสุขภาพ ความสามัคคี ความซื่อสัตย์ ความมีวินัย และการให้เกียรติผู้อื่น เป็นต้น

5) โฆษณาต้องไม่จงใจในลักษณะที่ชี้ให้เห็นเด็กหรือผู้ใหญ่ให้พ่อแม่ผู้ปกครองซื้อสินค้าที่โฆษณาให้กับเด็ก

6) โฆษณาต้องไม่ทำให้เด็กเกิดความเข้าใจว่าพ่อแม่ผู้ปกครองที่ซื้อสินค้าที่โฆษณาเป็นพ่อแม่ผู้ปกครองที่ดีกว่า ฉลาดกว่า หรือใจดีกว่าพ่อแม่ผู้ปกครองที่ไม่ยอมซื้อสินค้านั้น ๆ ให้

7) การโฆษณาที่มีการใช้ดารา นักร้อง นักแสดงมาเป็นตัวแสดง ดารา นักร้อง นักแสดงนั้นจะต้องเคยบริโภคสินค้าที่โฆษณานั้นมาก่อน และยังบริโภคอยู่ในขณะที่ยังมีการเผยแพร่โฆษณานั้นอยู่ ทั้งนี้ให้คำนึงแนวปฏิบัติข้อ 1 - 6 อย่างเคร่งครัด

8) การโฆษณาประเภทส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) ต้องคำนึงถึงประโยชน์และ

ความปลอดภัยของเด็ก และต้องไม่เป็นเนื้อหาหลักในการโฆษณา

เด็กในปัจจุบันนั้นชื่นชอบที่จะบริโภคเครื่องดื่มที่มีรสหวาน ซึ่งน้ำผัก ผลไม้ก็เป็นตัวเลือกอันดับต้น ๆ ของเด็ก เครื่องดื่มน้ำผักผลไม้ก็คือเครื่องดื่มที่มีน้ำตาลเป็นอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการไม่เหมาะสม เพราะเมื่อได้รับปริมาณที่มากจะมีความเสี่ยงต่อการเกิดโรคอ้วน รวมถึงโรคที่เกี่ยวข้องกับโรคอ้วนอื่น ๆ เช่น เบาหวาน และหัวใจและหลอดเลือด ทำให้มีแผนการปฏิรูปเสนอให้ใช้มาตรการราคาและภาษี โดยน้ำผักผลไม้ที่ไม่ได้หมักและไม่เติมน้ำตาลหรือสารทำให้หวานอื่น ๆ เก็บในอัตราร้อยละ 20 ของราคาหน้าโรงงาน หรือ 0.45 บาท/440 ลบ.ซม. ซึ่งได้รับการยกเว้นการจัดเก็บภาษีหากมีส่วนผสมของผักผลไม้ที่ผลิตในประเทศตั้งแต่อัตราละ 0.2 เป็นต้นไป ขึ้นอยู่กับชนิดของผักผลไม้เพื่อจัดการกับปัญหาสุขภาพที่เกี่ยวข้องกับการบริโภคอาหารที่ไม่ถูกหลักโภชนาการ และยังเพิ่มรายได้ให้แก่รัฐด้วย ซึ่งหลายประเทศได้มีมาตรการต่าง ๆ เพื่อลดการบริโภคเครื่องดื่มที่มีน้ำตาล ได้แก่ การห้ามจำหน่ายในโรงเรียน การควบคุมการโฆษณาที่มุ่งเป้าไปยังเด็ก และการจัดเก็บภาษี³

เมื่อเปรียบเทียบกับต่างประเทศโดยเฉพาะอย่างยิ่งประเทศสหรัฐอเมริกามีกฎหมายด้านการค้าและการคุ้มครองผู้บริโภค คือ Federal Trade Commission Act จะเป็นข้อกำหนดหลักเกณฑ์ที่เกี่ยวกับการโฆษณาทั่ว ๆ ไป ส่วนกฎหมายควบคุมการโฆษณาด้านอาหารและเครื่องดื่มที่มีน้ำตาล ไขมัน และโซเดียมสูง ที่มีเป้าหมายเป็นเด็กเฉพาะเจาะจง คือ Children's Television Act 1990 และมีการปรับปรุงในปี ค.ศ. 2008 โดยมี Federal Communications Commission (FCC) เป็นหน่วยงานของภาครัฐที่มีหน้าที่ควบคุม กำกับดูแล และบังคับใช้กฎหมาย ซึ่งมีการควบคุมเวลาในการโฆษณา โดยจำกัดการโฆษณาในช่วงรายการที่กำหนดเป้าหมาย เด็กอายุต่ำกว่า 12 ปี ให้โฆษณา 10.5 นาทีต่อชั่วโมงในวันหยุดสุดสัปดาห์ และ 12 นาทีต่อชั่วโมงระหว่างสัปดาห์⁴

นอกจากนั้นสหรัฐอเมริกายังมีมาตรการที่เกิดจากอุตสาหกรรม ภาคธุรกิจเอกชนจะเข้ามามีส่วนร่วมในการควบคุมและกำกับดูแลการโฆษณาด้วยตนเอง เพื่อเป็นการส่งเสริมพัฒนาการด้านสุขภาพเด็กและพัฒนาการด้านการปฏิบัติทางโภชนาการ และในด้านโฆษณากำหนดให้อาหารควรแสดงให้เห็นถึงการกินที่สมดุล เพียงพอและเหมาะสมที่เรียกว่า “Self – Regulatory

³ สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร, รายงานของคณะกรรมการขับเคลื่อนการปฏิรูปประเทศด้านสาธารณสุขและสิ่งแวดล้อม สภาขับเคลื่อนการปฏิรูปประเทศ “การป้องกันและควบคุมปัจจัยเสี่ยงต่อสุขภาพด้านอาหารและโภชนาการในประเด็นการจัดเก็บภาษีเครื่องดื่มที่มีปริมาณน้ำตาลเกินเกณฑ์มาตรฐานสุขภาพ” (25 กรกฎาคม 2559) สภาขับเคลื่อนการปฏิรูปประเทศ (สปท.) 2558 <http://library2.parliament.go.th/giventake/content_nrsa2558/d042659-02.pdf>

⁴ นงนุช ใจชื่น, “วิวัฒนาการของกฎหมายและมาตรการที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณาอาหารและเครื่องดื่มที่มีน้ำตาล ไขมัน และโซเดียมสูงของประเทศไทยและต่างประเทศ” (2558) 9:1 วารสารวิจัยระบบสาธารณสุข 80, 83-84

Guidelines for Children’s Advertising 1975” ปรับปรุงปี ค.ศ. 2003 และภาคธุรกิจเอกชนที่สมัครใจเข้าร่วมกันเป็นสมาชิกเรียกว่า “The Children’s Food and Beverage Advertising Initiative (CFBAI) 2006” ปรับปรุงปี ค.ศ. 2010 และ ค.ศ. 2013 ซึ่งการกำกับโฆษณามุ่งตรงเด็ก ๆ โดยสื่อ ได้แก่ โทรทัศน์ สิ่งพิมพ์ วิทยุ อินเทอร์เน็ต มือถือสมาร์ทโฟน แท็บเล็ต วิดีโอ เกม และการโฆษณาแบบปากต่อปากจะมีหลักในการโฆษณา ได้แก่ การโฆษณาอาหารต้องดีต่อสุขภาพมากกว่าสิ่งอื่น และไม่โฆษณามุ่งตรงไปที่เด็ก การสร้างมาตรฐานและพัฒนาเกณฑ์รูปแบบโฆษณาการให้สอดคล้องกับมาตรฐานทางวิทยาศาสตร์หรือมาตรฐานของรัฐบาล จำกัดการใช้บุคคลที่สามซึ่งได้รับใบอนุญาตเป็นตัวละคร คนดัง และดารา ภาพยนตร์ ผูกไปในโฆษณาที่มุ่งตรงไปที่เด็ก ห้ามการโฆษณาโดยการวางผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มไว้ในรายการ หรือโดยเนื้อหาบทบรรณาธิการของสื่อที่ต้องการเผยแพร่ให้เด็ก เพื่อวัตถุประสงค์ในการส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์เหล่านั้น การจำกัดการโฆษณาตามคำนิยามของการโฆษณาที่มุ่งตรงไปที่เด็ก ไม่โฆษณาแบรนด์หรือตราสินค้าอาหารให้กับเด็กในโรงเรียน ประถมศึกษา โดยมีหน่วยงาน The Council of Better Business Bureaus (BBB) เป็นหน่วยงานภาคธุรกิจเอกชน โดยมีหน้าที่ในการกำกับดูแลมาตรการดังกล่าว⁵

ปัญหาที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือ การควบคุมโฆษณาตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ที่ว่าต้องไม่ใช่ข้อความที่ไม่เป็นธรรมแก่ผู้บริโภค ไม่ใช่ข้อความที่เป็นเท็จหรือเกินความเป็นจริง หรือข้อความโฆษณาที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับสินค้า ถึงแม้ว่าจะมีการอ้างอิงทางวิชาการ สถิติ การศึกษาวิจัย หรือสิ่งอื่นใดก็ตามแต่ไม่เป็นความจริงหรือเกินกว่าความจริง หรือการใช้ข้อความที่เป็นการสนับสนุนให้มีการกระทำความผิดกฎหมายหรือศีลธรรม การใช้ข้อความที่ผิดอาจก่อให้เกิดผลเสียต่อส่วนรวม และทำให้ผู้บริโภคได้รับความเสียหายได้

ถึงแม้ว่าจะมีหลักเกณฑ์ในการควบคุมการโฆษณา ยังคงพบการกระทำที่ฝ่าฝืนต่อกฎหมายอาจมีการกล่าวอ้างเกินความเป็นจริงหรือข้อความที่เป็นเท็จ มีการอวดอ้างสรรพคุณต่าง ๆ เช่นกล่าวอ้างว่ามีคุณประโยชน์ต่อร่างกาย มีการอ้างว่าเป็นน้ำผักผลไม้ร้อยละ 100 ไม่มีสารหรือส่วนผสมอื่น ๆ ซึ่งจริง ๆ แล้วมีน้ำผักผลไม้ไม่ถึงร้อยละ 100 หรือเครื่องดื่มชนิดนี้มีส่วนผสมทั้งน้ำผัก ผลไม้ และสมุนไพร ทำให้ป้องกันโรคต่าง ๆ ได้ ทำให้มีสุขภาพที่แข็งแรง ซึ่งน้ำผักผลไม้ นั้นมีประโยชน์ต่อสุขภาพต่อสุขภาพ และมีสารต่อต้านอนุมูลอิสระจริงแต่ถ้าได้รับบริโภคที่เป็นน้ำผักผลไม้ล้วน ๆ ไม่มีผสมอย่างอื่นที่เป็นตัวทำร้ายสุขภาพ เช่น ใส่น้ำตาลลงไปปริมาณที่มาก

⁵ นงนุช ใจชื่น, *ปลูกสื่อ : คุมโฆษณาอาหารและเครื่องดื่ม 3 คำสั่งสูง* (นนทบุรี: บริษัท เดอะ กราฟิโก ซิสเต็มส์ จำกัด, พิมพ์ครั้งที่ 2, 2557) 32-33

จะได้มีรสชาติที่หวาน ส่งผลให้ผู้บริโภคเป็นโรคเบาหวานได้ เป็นต้น จากการโฆษณาการกล่าวอ้างดังกล่าว มีลักษณะข้อความที่เกินความเป็นจริง ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค จะเห็นได้ว่าข้อความดังกล่าวเป็นคำโฆษณาที่ชวนเชื่อให้ผู้บริโภคหลงเชื่อแล้วซื้อสินค้าดังกล่าว ยังมีลักษณะที่เกินความเป็นจริงและไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค ส่งผลให้มาตรการกฎหมายของประเทศไทยยังไม่มีประสิทธิภาพเพียงพอต่อสถานการณ์ในปัจจุบัน ปัญหาดังกล่าวนั้นจะต้องมีการกำหนด ควบคุม หลักเกณฑ์ให้ชัดเจนว่าถ้ามีการกล่าวอ้างถึงคุณค่าของอาหาร และมีการคิดฉลากในสินค้านั้น การโฆษณาก็ต้องนำเสนอให้ตรงกับความเป็นจริง และการกล่าวอ้างนั้นต้องพิสูจน์ให้เห็นได้ว่าเป็นเรื่องจริงทุกประการ

3. ปัญหาเกี่ยวกับหน่วยงานที่มีอำนาจหน้าที่ในการควบคุมดูแล

การประกอบธุรกิจเครื่องดื่มบรรจุกระป๋องประเภทไม่ใช่อัลกอฮอล์ที่มีส่วนผสมจากผักผลไม้มีกระบวนการเริ่มจากการผลิต การนำเข้า การจำหน่ายและการบริโภค ซึ่งแต่ละกระบวนการจะมีหน่วยงานต่าง ๆ ของรัฐที่มีอำนาจและหน้าที่ในการควบคุมดูแลกระบวนการดังกล่าวนี้หลายหน่วยงาน ซึ่งแต่ละกระบวนการทุกขั้นตอนนั้นจะมีหน่วยงานเข้ามามีบทบาทตลอด โดยอำนาจและหน้าที่ของหน่วยงานต่าง ๆ นั้น จะไม่ซ้ำกันในการดำเนินงาน แต่กรณีที่มีหน่วยงานหลายหน่วยงานซึ่งแต่ละหน่วยงานอาศัยอำนาจตามกฎหมายในการควบคุมดูแลคนละฉบับกัน ทำให้เวลาเกิดการกระทำผิดเกิดขึ้น แต่ความผิดนั้น

มีใ้ค้อยู่ในอำนาจหน้าที่ของหน่วยงานของหน่วยงานนั้นจะดำเนินการตามกฎหมายไม่ได้ กระทำได้เพียงแจ้งประสานไปยังหน่วยงานที่มีอำนาจให้เข้ามาดำเนินการ และหน่วยงานที่มีอำนาจหน้าที่นั้นเข้ามาดำเนินการควบคุมดูแลต่าง ๆ ได้ไม่ทันทั่วถึง ทำให้เกิดความล่าช้า และกรณีทีแต่ละหน่วยงานมีการแบ่งแยกอำนาจหน้าที่ในการตรวจสอบ ควบคุม ดูแล และลงโทษอย่างชัดเจน แต่ในความเป็นจริงที่เกิดขึ้นยังคงพบการกระทำผิดกฎหมายหรือฝ่าฝืนของผู้ประกอบธุรกิจอยู่เสมอ เช่น การติดป้ายโฆษณาที่เกินความเป็นจริง การโฆษณาที่ข้อความเกินเท็จ การโฆษณาที่อวดอ้างสรรพคุณ ตัวอย่างเช่น เครื่องดื่มบรรจุกระป๋องที่มีส่วนผสมของน้ำส้ม และน้ำตาล แต่มีการโฆษณาวามีน้ำส้มล้วน ๆ ทำให้ผู้บริโภคหลงเชื่อซื้อมาบริโภคอยู่เสมอ ซึ่งการกระทำดังกล่าวเป็นการฝ่าฝืนหลักเกณฑ์ที่กฎหมายกำหนดไว้เกี่ยวกับด้านโฆษณาเป็นการกระทำที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค

4. ปัญหาเกี่ยวกับมาตรการในการลงโทษ

มาตรการในการลงโทษสำหรับผู้ที่กระทำการฝ่าฝืนกฎหมาย หลักเกณฑ์ ข้อกำหนดเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจเครื่องดื่มบรรจุกระป๋องประเภทไม่ใช่อัลกอฮอล์ ถือเป็นส่วนสำคัญในการที่จะลดปัญหาความเสียหายที่เกิดแก่ผู้บริโภค แต่ปัจจุบันยังคงพบว่ามาตรการในการลงโทษผู้กระทำความผิดนั้น ไม่สามารถใช้บังคับในสังคมให้มีประสิทธิภาพได้ พอจะสรุปได้ดังนี้

4.1 มาตรการล้งโทษในทางแพ่ง

ในปัจจุบันกระบวนการต่าง ๆ ทั้งการผลิต การบรรจุ การนำเข้า การจำหน่าย ได้มีการใช้เทคโนโลยีที่ซับซ้อนมากขึ้น ได้นำความรู้ทางด้านวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีที่เป็นนวัตกรรมใหม่ ๆ มาใช้ในการผลิต ส่วนการจำหน่ายนั้น เมื่อมีการแข่งขันมากขึ้น ทำให้ผู้ผลิตได้มีการแข่งขันผลิตสินค้าออกมาที่เป็นอันตรายยิ่งขึ้น เช่น ได้ใช้วัสดุในการผลิตที่คุณภาพไม่ดี หรือใส่ส่วนผสมที่เป็นอันตรายลงไปในตัวผลิตภัณฑ์ดังกล่าว ผู้ผลิตจะเชี่ยวชาญว่าผลิตภัณฑ์มีข้อดี ข้อเสีย ความเสี่ยงอันตรายที่จะเกิดขึ้น และผู้ผลิตจะรู้รายละเอียดของข้อมูลการผลิต การบรรจุ การนำเข้า การจำหน่าย จากสินค้าดังกล่าว ส่วนผู้บริโภคจะทราบรายละเอียดต่าง ๆ จากคำอธิบาย จากตัวผลิตภัณฑ์ที่มีในฉลากสินค้านั้น หรือมีการเตือนในคู่มือที่ไม่เพียงพอ หรือได้รับรู้จากโฆษณาที่ผู้ผลิตได้บรรยาย ทำให้ผู้บริโภคไม่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญในสินค้านั้น เป็นสาเหตุที่ก่อให้เกิดความเสียหายแก่ผู้บริโภค โดยเฉพาะอันตรายที่ไม่เกิดในทันที แต่จะสะสมไปเรื่อย ๆ เช่น เครื่องดื่มบรรจุกระป๋องที่มีส่วนผสมน้ำผัก ผลไม้ ผู้ผลิตอาจใช้วัสดุ หรือกระบวนการผลิตไม่ดี มีคุณภาพที่ต่ำ หรือได้ใส่ส่วนผสมที่อันตรายลงไป ผู้บริโภคจะได้รับความเสียหายทันที คือ เกิดอาการท้องเสีย ผื่นขึ้น อาเจียน หรือไม่ได้เกิดอาการทันทีจะสะสมที่เป็นอันตรายนั้นเข้าไปสะสมในร่างกาย ถ้าได้รับสารดังกล่าวบ่อย ๆ ก็จะมีปริมาณที่มากขึ้นทำให้ร่างกายผิดปกติเกิดเป็นโรคได้ ดังนั้น เครื่องดื่มบรรจุกระป๋องที่มีส่วนผสมน้ำผัก ผลไม้ จึงเป็น

สินค้าที่ไม่ปลอดภัยเพราะสินค้าดังกล่าวเป็นอาหารที่ผู้บริโภคจะต้องดื่มเข้าไปในร่างกาย ต้องมีความสะอาด ไม่มีส่วนผสม หรือสารที่เป็นอันตรายต่อร่างกายแต่อย่างใด

4.1.1 ประเทศไทยได้มีการนำเอาหลักความรับผิดชอบโดยเคร่งครัดมาเป็นมาตรการบังคับให้ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องต้องรับผิดชอบเมื่อเกิดความเสียหายแก่ผู้ใช้หรือผู้บริโภคสินค้านั้น คือ พระราชบัญญัติความรับผิดชอบต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นจากสินค้าที่ไม่ปลอดภัย พ.ศ. 2551 เว้นแต่จะเป็นกรณีที่ได้รับยกเว้นตามที่บัญญัติไว้ในกฎหมายความรับผิดชอบต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นจากสินค้าที่ไม่ปลอดภัย อย่างไรก็ตามพระราชบัญญัติความรับผิดชอบต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นจากสินค้าที่ไม่ปลอดภัย พ.ศ. 2551 มาตรา 4 ยังไม่มีความชัดเจนถึงแนวทางการพิสูจน์ความไม่ปลอดภัยของสินค้า เพื่อให้เกิดความเท่าเทียมกันระหว่างผู้บริโภคกับผู้ประกอบการและการเรียกร้องค่าเสียหายยังไม่มีความแน่นอนและชัดเจน ยังคงนำหลักกฎหมายประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ และพระราชบัญญัติวิธีพิจารณาคดีผู้บริโภค พ.ศ. 2551 มาเทียบเคียงทำให้ผู้บริโภคได้รับการเยียวยาอย่างไม่เป็นธรรม

4.1.2 ในสหรัฐอเมริกา มีกฎหมาย The Restatement (Third) of Tort ได้ใช้หลัก Strict Liability หลักความรับผิดชอบโดยเคร่งครัด ผู้ผลิตยังคงต้องรับผิดชอบต่อผู้บริโภค และความรับผิดชอบนั้นให้รวมถึงผู้จำหน่ายด้วย หากเกิดความชำรุดบกพร่อง หรือความเสียหายจากสินค้าที่ไม่ปลอดภัยนั้น แม้ว่าผู้ผลิตจะได้อำนาจความระมัดระวังแล้วก็ตามก็ต้องรับผิดชอบต่อความเสียหาย

ที่เกิดขึ้น และผู้ผลิตจะต้องรับผิดชอบกับผู้บริโภคที่ได้บริโภคสินค้าดังกล่าว ถึงแม้ว่าจะไม่ได้มีความสัมพันธ์ทางสัญญาก็ตาม หากเกิดความเสียหายขึ้นผู้ผลิตจะต้องรับผิดชอบใช้ค่าเสียหายที่เกิดขึ้นและเยียวยารักษาผู้บริโภค แต่ถึงอย่างไรก็ตาม ในสหรัฐอเมริกายังมีข้อยกเว้นของผู้ผลิตให้หลุดพ้นจากความรับผิด ดังนี้

4.1.2.1 กรณีที่มีการออกแบบหรือการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์อาจเกิดความผิดพลาดได้ แต่ถ้าผู้ผลิตมิได้ประมาทเลินเล่อในการผลิตหรือออกแบบจะมีข้อยกเว้นแก่ผู้ผลิต

4.1.2.2 ถ้าผู้ผลิตได้ใช้เทคโนโลยีที่ก้าวหน้ามากที่สุดและปลอดภัยที่สุด ณ เวลาที่ผลิตสินค้านั้น แต่ในเวลาต่อมามีความชำรุดบกพร่องเกิดขึ้น ผู้ผลิตต้องสามารถพิสูจน์ได้ว่าแบบของผลิตภัณฑ์ที่ผลิตนั้นปลอดภัยที่สุดและใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยในเวลาที่ได้วางจำหน่ายแล้ว ผู้ผลิตก็หลุดจากความรับผิดนี้

4.1.2.3 ถ้าผู้ผลิตได้มอบสินค้านั้นให้แก่ผู้ขายหรือผู้จัดจำหน่ายแล้ว ก็อาจไม่ต้องรับผิดชอบต่อความเสียหายซึ่งเกิดจากสินค้านั้น หรือกรณีที่เกิดความชำรุดบกพร่องของสินค้าที่สาเหตุจากที่ผู้ขายหรือผู้จัดจำหน่ายดูแลสินค้านั้นไม่ดี ดังนั้น ผู้ผลิตไม่ต้องรับผิดชอบในความเสียหายอันเกิดจากการใช้หรือบริโภคสินค้านั้น แต่ผู้ผลิตต้องพิสูจน์ให้ชัดเจนว่าความชำรุดบกพร่องเกิดขึ้นหลังจากผู้ผลิตส่งมอบให้ผู้ขายหรือผู้จัดจำหน่ายแล้ว

4.1.3 ส่วนในประเทศญี่ปุ่นก็ได้นำหลัก Strict Liability หลักความรับผิดโดยเคร่งครัดหรือความรับผิดโดยปราศจากความผิด (Liability

Without Fault) มาใช้บังคับเป็นความรับผิดโดยเคร่งครัดแบบไม่มีข้อยกเว้น ซึ่งผู้ผลิตสินค้ามีความรับผิดที่ผู้ผลิตจะต้องรับผิดชอบทั้ง ๆ ที่ไม่มีความผิด หรือไม่ว่าผู้ผลิตจะรู้หรือไม่รู้ถึงการกระทำนั้นหรือไม่ผู้ผลิตสินค้าก็ไม่พ้นจากความรับผิดนั้นได้

ตาม The Product Liability Act 1994 มีข้อยกเว้นของผู้ผลิตให้หลุดพ้นจากความรับผิดได้ โดยให้โอกาสผู้ผลิตพิสูจน์ให้พ้นความรับผิดได้ 2 ประการคือ

1) ตามมาตรา 4(1) เมื่อผู้ผลิตสามารถพิสูจน์ได้ว่าระดับของความรู้ทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีขณะที่มีการส่งมอบ สินค้านั้นไม่สามารถที่จะตรวจพบความชำรุดบกพร่องได้ หรือ

2) ตามมาตรา 4(2) กรณีของผู้ผลิตชิ้นส่วนหรือวัตถุดิบที่นำไปใช้ในการผลิตสินค้า หากผู้ผลิตชิ้นส่วนหรือวัตถุดิบสามารถพิสูจน์ได้ว่าความชำรุดบกพร่องหรือความไม่ปลอดภัยนั้นเกิดขึ้น เนื่องจากคำสั่งที่เกี่ยวกับการออกแบบของผู้ผลิตสินค้าลำดับสุดท้าย และตนไม่ได้ประมาทเลินเล่อในการผลิตดังกล่าวนั้นแต่อย่างใด

4.2 มาตรการลงโทษในทางอาญา

ปัจจุบันประเทศไทยมีกฎหมายที่กำหนดบทลงโทษหากมีการฝ่าฝืนกฎหมาย เช่น การโฆษณาที่เป็นเท็จ การโฆษณาเกินความเป็นจริง การโฆษณาที่ไม่เป็นธรรมแก่ผู้บริโภค การโฆษณาโดยไม่ได้รับอนุญาต เป็นต้น แต่ในความเป็นจริงนั้นพบว่า การกระทำที่เป็นการฝ่าฝืนกฎหมายดังกล่าวนี้ยังมีพบเห็นอยู่เป็นประจำ

กรณีตามข่าวที่มีการจำหน่ายน้ำลูกยอ แล้วมีการโฆษณาสรรพคุณว่าสามารถบรรเทา และรักษาโรคต่างๆ ได้ เช่น โรคมะเร็ง หัวใจ อัมพฤกษ์ เยื่อหุ้มสมองอักเสบ เอคส์ ภูมิแพ้ ไซ้ข้ออักเสบ และความผิดปกติอื่นๆ ทางร่างกาย เมื่อดื่มน้ำลูกยอแล้วมีอาการดีขึ้นร้อยละ 55 – 90 โดยโฆษณาทั้งทางใบปลิว แผ่นพับออกแจกจ่าย ให้กับสมาชิกให้นำไปแนะนำ และขายสินค้าให้กับบุคคลอื่น ซึ่งความเป็นจริงนั้นผลิตภัณฑ์ชนิดนี้ได้ขออนุญาตให้ผลิตให้เป็นผลิตภัณฑ์เสริมอาหารที่ใช้รับประทานโดยตรงนอกจากเนื่องจากการรับประทานอาหารหลัก ซึ่งเหมาะสำหรับบุคคลทั่วไปที่มีไข้ได้ป่วย และไม่มีสรรพคุณที่สามารถรักษาโรคได้แต่อย่างใด⁶ บทลงโทษของโฆษณาเป็นเท็จ หรือโฆษณาเกินความเป็นจริง รวมทั้งโฆษณาที่ไม่เป็นธรรมแก่ผู้บริโภค ตลอดจนโฆษณาที่ฝ่าฝืนตามที่กฎหมายนั้นกำหนดไว้ ซึ่งทางพระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522 ได้กำหนดมาตรการเกี่ยวกับการดูแลเรื่องอาหาร ไม่ว่าจะเป็นการนำเข้า ส่งออกการควบคุมอาหาร รวมทั้งการโฆษณา โดยพระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522 มาตรา 40 - 42 และมาตรา 70 - 72 ได้มีบัญญัติถึงเรื่องการโฆษณาไว้ว่า ห้ามมิให้ผู้ใดโฆษณาคุณประโยชน์ คุณภาพ หรือสรรพคุณของอาหารอันเป็นเท็จหรือหลอกลวง ทำให้เกิดความหลงเชื่อไปให้ทางที่ไม่สมควร ถ้าผู้ใดฝ่าฝืนที่กฎหมายกำหนดนั้น ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกิน 3 ปี หรือปรับไม่เกิน 30,000 บาท หรือทั้งจำ

ทั้งปรับ ถ้าผู้ใดโฆษณาคุณประโยชน์ คุณภาพ หรือสรรพคุณของอาหารทางวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ทางฉายภาพ ภาพยนตร์ หรือทางหนังสือพิมพ์ หรือ สิ่งพิมพ์อื่น หรือด้วยวิธีอื่นใด เพื่อประโยชน์ในทางการค้า ต้องนำเสียง ภาพ ภาพยนตร์หรือ ข้อความที่โฆษณาดังกล่าวนั้น ให้ผู้อนุญาตตรวจพิจารณาก่อน เมื่อได้รับอนุญาตแล้วจึงจะโฆษณาได้ ถ้าฝ่าฝืนต้องระวางโทษปรับไม่เกินห้าพันบาท ถ้าผู้ใดฝ่าฝืนคำสั่งของผู้อนุญาต ซึ่งสั่งว่า ให้ผู้ผลิต ผู้นำเข้าหรือผู้จำหน่ายอาหาร หรือผู้ทำการโฆษณาระงับการ โฆษณาอาหารที่เห็นว่าเป็นการโฆษณาโดยฝ่าฝืน หรือ ระงับการผลิต การนำเข้า การจำหน่าย หรือการโฆษณาอาหารที่คณะกรรมการเห็นว่าอาหารดังกล่าวไม่มี คุณประโยชน์คุณภาพหรือสรรพคุณตามที่โฆษณา ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสองปี หรือปรับไม่เกินสามหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ และให้ปรับเป็นรายวันอีกวันละไม่น้อยกว่าห้าร้อยบาท แต่ไม่เกินหนึ่งพันบาท ตลอดเวลาที่ไม่ปฏิบัติตาม คำสั่งดังกล่าว และในพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 มาตรา 22 และมาตรา 47 ว่าการโฆษณาจะต้องไม่ใช่ข้อความที่เป็นการไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคหรือ ใช้ข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวม ซึ่งห้ามใช้ข้อความที่เป็นเท็จหรือเกินความจริง ข้อความที่ก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการไม่ว่าจะกระทำโดยใช้หรืออ้างอิงรายงานทางวิชาการ สถิติ หรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

⁶กองเผยแพร่และควบคุมการโฆษณา, *อย่าหลงเชื่อ น้ำลูกยอ โฆษณาอ้างรักษาโรค (25 กรกฎาคม 2559)* Asoke <https://www.asoke.info/09Communication/DharmaPublicize/Sanasoke/SA249/sa249_36.html>

อันไม่เป็นความจริงหรือเกิน ความจริง หรือไม่ ก็ตาม ข้อความที่เป็นการสนับสนุนโดยตรงหรือโดยอ้อมให้มีการกระทำผิดกฎหมาย หรือศีลธรรม หรือนำไปสู่ความเสื่อมเสียในวัฒนธรรมของชาติ และข้อความที่จะทำให้เกิดความแตกแยกหรือเสื่อมเสียความสามัคคีในหมู่ประชาชน ถ้าผู้ใดฝ่าฝืนจะต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหกเดือนหรือปรับไม่เกินห้าหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ ถ้าผู้กระทำความผิดได้กระทำความผิดซ้ำอีก จะต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหนึ่งปี หรือปรับไม่เกินหนึ่งแสนบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ ถึงแม้ว่าประเทศไทยจะมีบทลงโทษแก่ผู้ที่ฝ่าฝืนด้านโฆษณา แต่ก็ยังมีผู้ที่ฝ่าฝืนด้านโฆษณาออกมาให้เห็นเป็นประจำ ซึ่งปัญหาดังกล่าวนั้นอาจเป็นผลมาจากกฎหมายประเทศไทยมีบทลงโทษยังไม่รุนแรงพอ หรือกระบวนการในการลงโทษนั้นไม่เข้มงวดพอ ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจไม่มีความเกรงกลัวต่อกฎหมายแต่อย่างใด

4.3 มาตรการลงโทษในทางปกครอง

สาธารณรัฐฝรั่งเศสเป็นอีกประเทศหนึ่ง ที่ให้ความสำคัญในเรื่องของการสร้างความรู้ให้แก่ผู้บริโภค โดยมีการจัดทำเว็บไซต์ที่สามารถให้ข้อมูล คำแนะนำต่างๆต่อผู้บริโภคผ่าน Social Network⁷ ทำให้ผู้บริโภคได้รับข่าวสาร ข้อมูล

ต่างๆ ได้อย่างรวดเร็วและทำให้ผู้บริโภคมีความรู้เกี่ยวกับความปลอดภัยต่อการเลือกซื้อสินค้ามากขึ้น เมื่อมีความเสียหายเกิดขึ้นบทลงโทษของผู้ผลิต และผู้จัดจำหน่ายจะมีทั้งการเรียกคืนสินค้า ชดใช้ เยียวยาค่าเสียหายแก่ผู้บริโภค และห้ามจำหน่ายสินค้า เป็นต้น

ตัวอย่าง การเรียกคืนสินค้าของสาธารณรัฐฝรั่งเศสที่มีการเรียกคืนตามข่าวเมื่อวันที่ 1 สิงหาคม พ.ศ. 2560 คือสินค้า Moose Juice เป็นน้ำผลไม้ โดยสินค้าดังกล่าวนี้มีวิตามินที่สูงกว่าความปลอดภัยของด้านอาหารที่กฎหมายได้กำหนดไว้ ทำให้มีความอันตรายแก่ผู้บริโภคเมื่อดื่มสินค้าดังกล่าวไป DGCCRF จึงทำการเรียกคืนสินค้า การถอนออกจากการจำหน่าย หรือห้ามจำหน่ายสินค้านั้น⁸

ในสาธารณรัฐฝรั่งเศสจะมีระบบแนวคิด ว่าบทกำหนดโทษตามกฎหมายเป็นเครื่องมืออย่างหนึ่งในการบังคับให้มีการปฏิบัติตามคำสั่งทางปกครอง โดยคำสั่งทางปกครองมีวัตถุประสงค์เพื่อประโยชน์ในการจัดทำบริการสาธารณะ กรณีที่มีการฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามคำสั่งทางปกครอง เจ้าหน้าที่ทางปกครองย่อมมีอำนาจสั่งให้ปฏิบัติตามคำสั่งทางปกครองนั้นได้ เพื่อให้คำสั่งทางปกครองบรรลุวัตถุประสงค์ ปัจจุบันโทษทางปกครองเป็นโทษที่ใช้อย่างแพร่หลายเพราะมี

⁷สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกากระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ, รายงานการสรุปอบรม โครงการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อการพัฒนา โฆษณาและแนวปฏิบัติในการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคม และการศึกษาดูงาน ในหน่วยงานกำกับดูแลต่างประเทศ (25 กรกฎาคม 2559) tcp.nbtc.go.th < <http://tcp.nbtc.go.th/uploads/vdo/pdfPublication/FranceReport.pdf>>

⁸Direction gnrale de la concurrence, de la consommation et de la rpression des frauds, Avis de rappel d'une boisson "Moose Juice" de la marque Muscle Moose (6 สิงหาคม 2560) DGCCRF <<https://www.economie.gouv.fr/dgccrf/avis-rappel-dune-boisson-moose-juice-marque-muscle-moose>>

ขั้นตอนที่ง่ายและรวดเร็ว เป็นโทษที่เจ้าหน้าที่ฝ่ายปกครองมีอำนาจลงโทษผู้กระทำผิดได้เลยโดยไม่ต้องได้รับคำสั่งจากศาล หลักเกณฑ์ วิธีการลงโทษและบทบัญญัติกฎหมายเกี่ยวกับการพิจารณาทางปกครองในชั้นเจ้าหน้าที่จะอยู่ภายใต้หลักกฎหมายทั่วไปตามแนวคำพิพากษาของศาลปกครอง เช่น หลักการฟังความทุกฝ่าย จะเป็นการเปิดโอกาสให้ผู้กระทำผิดได้รับทราบข้อเท็จจริงและสามารถโต้แย้งแสดงพยานหลักฐานก่อนที่จะพิจารณาออกคำสั่งลงโทษ โทษทางปกครองจะมีอยู่หลายชนิด ไม่ว่าจะเป็นการพักใช้ เพิกถอนใบอนุญาต การห้ามประกอบกิจการ หรือโทษปรับ

ซึ่งผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายจะต้องให้ข้อมูลสินค้าขึ้นที่เป็นประโยชน์แก่ผู้บริโภค ไม่ว่าจะเป็นคำเตือน ฉลาก หรือการโฆษณาที่ถูกต้องเป็นธรรม เพื่อผู้บริโภคจะได้เลือก หรือประเมินความเสี่ยงในการเลือกบริโภคหรือบริการสินค้าดังกล่าว⁹ เมื่อทางรัฐตรวจพบสินค้าในท้องตลาดไม่ปลอดภัย หรือมีผู้ร้องเรียนเข้ามา จะมีอำนาจสั่งให้ผู้ผลิต หรือผู้จำหน่ายดำเนินการจัดการความเสี่ยงนั้น หรือการเรียกคืนสินค้าจากผู้บริโภค รวมทั้งการห้ามจำหน่ายสินค้านั้น¹⁰

ปัญหาอีกประการหนึ่งคือการนำเข้าสินค้าเข้ามาในราชอาณาจักร การนำเข้าของเครื่องคุ้มครองป้องกันตามพระราชบัญญัติศุลกากร พ.ศ. 2469 นั้นระบุไว้ว่า เมื่อนายเรือทุกลำที่

บรรทุกสินค้ามาแต่ภายนอกราชอาณาจักรต้องทำรายงาน และแสดงใบลงทะเบียนเรือเพื่อตรวจ ขึ้นต่อพนักงานเจ้าหน้าที่ ภายในสี่สิบสี่ชั่วโมง นับแต่เมื่อเรือมาถึงท่า ก่อนที่จะนำของใด ๆ ไป จะต้องยื่นใบขนสินค้าโดยถูกต้อง และต้องเสียภาษีอากรให้ครบถ้วน หรือวางเงินไว้เป็นประกันการขวางเงินประกันให้เป็นไปตามระเบียบ

เมื่อเปรียบเทียบกับต่างประเทศระบบการนำเข้าสินค้าอาหารของประเทศญี่ปุ่นกำหนดให้ผู้นำเข้าต้องแจ้งการนำเข้าสินค้าอาหารโดยการยื่นเอกสารประกอบการนำเข้า (Import Notification) ให้แก่สำนักงานกักกัน (Quarantine station) ตามกฎหมายสุขอนามัยอาหาร (Food Sanitation Law) เมื่อเอกสารและสินค้าผ่านการตรวจสอบ (Inspections) และผ่านการรับรองจากสำนักงานกักกัน (Quarantine station) แล้ว สินค้าจะถูกขนส่งมาที่ด่านนำเข้าเพื่อเข้าสู่ขั้นตอนการตรวจสอบตามพิธีการศุลกากรทางด้านภาษี (Tariff/ Tax) และชำระค่าธรรมเนียม เมื่อสินค้าผ่านการตรวจสอบครบทุกขั้นตอนแล้วผู้นำเข้าจะได้รับอนุญาตให้ดำเนินการขนส่งสินค้าไปยังผู้แทนจำหน่ายภายในประเทศญี่ปุ่นได้ และเมื่อสินค้าอาหารวางจำหน่ายในท้องตลาดเรียบร้อยแล้วสินค้าอาหารอาจถูกหน่วยงานภาครัฐสุ่มเก็บตัวอย่างเพื่อนำไปตรวจวิเคราะห์อีกครั้งซึ่งเป็นการเฝ้าระวังสินค้าอาหารตามแผนการดำเนินงาน Imported Foods Monitoring and Guidance Plan ประจำปี¹¹

⁹ Article L423-1, *Le Code De La Consommation*

¹⁰ Article L423-2, L423-3, *Le Code De La Consommation*

¹¹ นฤมล คงทน, ขั้นตอนการนำเข้าสินค้าอาหารของประเทศญี่ปุ่น (*Japan Food Import System*) (25 กรกฎาคม 2559) [fic.nfi.or.th< http://fic.nfi.or.th/japan-desk/upload/file/pdf/ขั้นตอนการนำเข้าสินค้าอาหารของประเทศญี่ปุ่น.pdf>](http://fic.nfi.or.th/japan-desk/upload/file/pdf/ขั้นตอนการนำเข้าสินค้าอาหารของประเทศญี่ปุ่น.pdf)

ข้อเสนอแนะ

ในการวิจัยครั้งนี้พบว่าในประเทศไทย ควรมีการกำหนดมาตรการในการควบคุมดูแล กำกับ การประกอบธุรกิจเครื่องดื่มน้ำบรรจุกระป๋อง ประเภทไม่ใส่อัลลอยด์อย่างเป็นระบบ และมีมาตรฐาน เพื่อให้เกิดความปลอดภัยแก่สุขภาพ ร่างกาย ชีวิต อนามัย และทรัพย์สินของ ประชาชน รวมถึงให้ประชาชนมีความมั่นใจในการเลือกสินค้าดังกล่าวมาบริโภค ดังต่อไปนี้

1. ปัญหาเกี่ยวกับการแสดงฉลากของอาหาร

ควรจะมีการระบุสารก่อให้เกิดภูมิแพ้บนฉลาก ในสินค้าที่มีส่วนผสมกับผักผลไม้ จะเป็นแบบบังคับหรือแบบแนะนำให้ผู้ประกอบการธุรกิจสมัครใจก็ได้ เหมือนกับประเทศญี่ปุ่นที่มีการให้คิดฉลากสารก่อภูมิแพ้ พวกผลไม้ เพราะจะเป็นการคุ้มครองผู้บริโภคให้มีความปลอดภัยในการเลือกซื้อหรือบริโภคสินค้าต่างๆ และผู้บริโภคจะได้มีสุขภาพที่แข็งแรง ไม่เสี่ยงต่อการบริโภคอาหารที่ก่อให้เกิดอาการแพ้ได้ และผู้บริโภคจะได้ทราบถึงส่วนประกอบต่างๆ จะได้หลีกเลี่ยงการบริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนผสมทำให้เกิดอาการแพ้ต่อร่างกายได้

2. ปัญหาเกี่ยวกับการโฆษณา

ควรจะมีกฎหมายควบคุมกำกับดูแลการโฆษณาเครื่องดื่มที่มีน้ำตาล ไขมัน และโซเดียมสูง เพื่อความปลอดภัยแก่เด็กๆ อีกทั้งหลักเกณฑ์ในการโฆษณาตามความจริง ก็ยังมีให้เห็นปัญหา

ด้านนี้อยู่มาก ทำให้ประเทศไทยน่าจะมีระเบียบหลักเกณฑ์ หรือประกาศ ของเครื่องดื่มบรรจุกระป๋องที่ไม่ใส่อัลลอยด์ ที่มีส่วนผสมจากน้ำผัก-ผลไม้เป็นการเฉพาะจะทำให้ผู้บริโภคได้รับความปลอดภัยมากขึ้น

3. ปัญหาเกี่ยวกับหน่วยงานที่มีอำนาจและหน้าที่ในการควบคุมดูแล

ควรจะมีการจัดตั้งหน่วยงานที่ทำหน้าที่ควบคุมดูแล ตรวจสอบเกี่ยวกับการผลิต การบรรจุ การจำหน่ายการฉลาก การโฆษณา รวมไปถึงกระบวนการต่างๆ ที่เกี่ยวกับเครื่องดื่มบรรจุกระป๋องประเภทไม่ใส่อัลลอยด์เป็นการเฉพาะ โดยให้หน่วยงานนั้นอยู่ภายใต้รัฐธรรมนูญ และภายใต้พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อให้เกิดความเหมาะสม และเป็นธรรม รวมทั้งผู้บริโภคจะได้ปลอดภัยจากสินค้าที่เป็นอันตราย

4. ปัญหาเกี่ยวกับมาตรการในการลงโทษ

มาตรการลงโทษทางแพ่ง ควรจะนำหลัก Strict Liability หลักความรับผิดชอบโดยเคร่งครัด มาใช้กับประเทศไทย กรณีเมื่อมีความเสียหายเกิดขึ้นผู้บริโภคจะต้องได้รับการเยียวยา มีผู้ชดเชยความเสียหายโดยสามารถมีผู้ที่ให้ต้องรับผิดชอบถึงความเสียหายนั้นอย่างสมเหตุสมผล ทำให้ผู้บริโภคได้รับความเป็นธรรมและไม่จำเป็นต้องเสียค่าใช้จ่ายในการพิสูจน์ว่าความเสียหายนั้นเกิดจากกระบวนการใด แต่พิสูจน์ถึงความประมาทเลินเล่อก็พอจะได้ว่าความบกพร่องของสินค้านั้นอยู่ส่วนใด

ส่วนของมาตรการลงโทษในทางอาญา ควรจะมีมาตรการลงโทษที่รุนแรงและเข้มงวดมากขึ้นกว่าที่มีอยู่ในปัจจุบันนี้มาบังคับใช้ เช่น เมื่อผู้ประกอบการกิจการในทำการฝ่าฝืนต่อกฎหมายจึงกำหนดโทษปรับในจำนวนที่สูงหรือมีการกำหนดโทษจำคุกที่ไม่มีการผ่อนผัน เนื่องจากผู้บริโภคมีความสนใจในการรักษาสุขภาพมากขึ้น และเครื่องดื่มดังกล่าวนั้นหาซื้อได้โดยง่าย รวมทั้งเป็นเครื่องดื่มที่ผู้ใหญ่และเด็กนิยมดื่มกันเป็นจำนวนมาก ทำให้เครื่องดื่มชนิดนี้เป็นผลิตภัณฑ์ที่ควรมีการควบคุมดูแล และมีการตรวจสอบอย่างเคร่งครัด

สำหรับมาตรการลงโทษทางปกครอง ควรจะนำแนวทาง ข้อกำหนด หลักเกณฑ์ของ สาธารณรัฐฝรั่งเศสมาใช้กับประเทศไทย เพราะสาธารณรัฐฝรั่งเศสมีความชัดเจน และเด็ดขาดมากกว่า ทำให้ผู้ผลิต ผู้จัดจำหน่าย หรือผู้นำเข้ามีความเกรงกลัวต่อกฎหมาย อีกประการหนึ่งคือการนำเข้าสินค้าเข้ามาในราชอาณาจักร ควรจะนำมาตรการมีการสุ่มตัวอย่างของสินค้ามาตรวจในทุก ๆ ปีจะทำให้ผู้บริโภคมีความปลอดภัย และมั่นใจในการเลือกบริโภคสินค้าดังกล่าวมากขึ้น



บรรณานุกรม

- กรมการค้าต่างประเทศ, *มาตรฐานการติดฉลากสินค้าอาหารของญี่ปุ่นฉบับใหม่* (25 กรกฎาคม 2559)
กรมการค้าต่างประเทศ <http://www.dft.go.th/Portals/0/4266_0_ญี่ปุ่นมาตรฐานการติดฉลากอาหาร@25580420-1024354617.pdf>
- กองเผยแพร่และควบคุมการโฆษณา, *อย่าหลงเชื่อ น้ำลูกหยอ โฆษณาอ้างรักษาโรค* (25 กรกฎาคม 2559)
Asoke <https://www.asoke.info/09Communication/DharmaPublicize/Sanasoke/SA249/sa249_36.html>
- นนุช ใจชื่น, “วิวัฒนาการของกฎหมายและมาตรการที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณาอาหารและเครื่องดื่มที่มีน้ำตาล ไขมัน และโซเดียมสูงของประเทศไทยและต่างประเทศ” (2558) 9:1 *วารสารวิจัยระบบสาธารณสุข*
- นนุช ใจชื่น, *ปลูกเสื่อ : คู่มือโฆษณาอาหารและเครื่องดื่ม 3 กำลังสูง* (นนทบุรี: บริษัท เดอะ กราฟิโก ซิสเต็มส์ จำกัด, พิมพ์ครั้งที่ 2, 2557)
- นฤมล คงทน, *ขั้นตอนการนำเข้าสินค้าอาหารของประเทศญี่ปุ่น (Japan Food Import System)* (25 กรกฎาคม 2559) fic.nfi.or.th <<http://fic.nfi.or.th/japan-desk/upload/file/pdf/ขั้นตอนการนำเข้าสินค้าอาหารของประเทศญี่ปุ่น.pdf>>
- สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร, *แนวทางการดำเนินงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคภาคสภาผู้แทนราษฎร* (25 กรกฎาคม 2559) Parliament <http://www.parliament.go.th/ewtcommittee/ewt/consumerism/download/article/article_20111007095133.pdf>
- สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร, *รายงานของคณะกรรมการวิชาการขับเคลื่อนการปฏิรูปประเทศด้านสาธารณสุขและสิ่งแวดล้อม สภาขับเคลื่อนการปฏิรูปประเทศ “การป้องกันและควบคุมปัจจัยเสี่ยงต่อสุขภาพด้านอาหารและโภชนาการในประเด็นการจัดเก็บภาษีเครื่องดื่มที่มีปริมาณน้ำตาลเกินเกณฑ์มาตรฐานสุขภาพ”* (25 กรกฎาคม 2559) สภาการขับเคลื่อนการปฏิรูปประเทศ (สปท.) 2558 <http://library2.parliament.go.th/giventake/content_nrsa2558/d042659-02.pdf>

สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ,
รายงานการสรุปอบรม โครงการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อการพัฒนา นโยบายและแนวปฏิบัติ
ในการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคม และการศึกษาดูงานในหน่วยงานกำกับดูแล
ต่างประเทศ (25 กรกฎาคม 2559) tcp.nbtc.go.th < [http://tcp.nbtc.go.th/uploads/vdo/
pdfPublication/FranceReport.pdf](http://tcp.nbtc.go.th/uploads/vdo/pdfPublication/FranceReport.pdf)>

Direction gnrale de la concurrence, de la consommation et de la rpression des frauds, Avis de
rappel d'une boisson "Moose Juice" de la marque Muscle Moose (6 สิงหาคม 2560)
DGCCRF <[https://www.economie.gouv.fr/dgccrf/avis-rappel-dune-boisson-moose-juice-
marque-muscle-moose](https://www.economie.gouv.fr/dgccrf/avis-rappel-dune-boisson-moose-juice-marque-muscle-moose)>

