

มาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับการควบคุมสินค้าผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร Legal Measures Concerning to the Dietary Supplement Control

ศรัณยา ศิริวัฒนกุล

Saranya Siriwanakul

มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี

Sripatum University at Chonburi

Corresponding Author. Email: maprangsaranya25@gmail.com

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาและวิจัย เรื่อง มาตรการทางกฎหมายในการควบคุมสินค้าผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ในประเด็นปัญหาความหมายของผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ความหมายของภาชนะบรรจุภัณฑ์ตามพระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522 และปัญหาการควบคุมการโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร จากการศึกษาพบว่า พระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522 มิได้ให้คำจำกัดความของผลิตภัณฑ์เสริมอาหารไว้จึงทำให้เกิดความไม่ชัดเจนของคำนิยามว่าควรถูกระบุว่าเป็นยา หรือเป็นอาหารประเภทใหม่ แม้ว่าความหมายของผลิตภัณฑ์เสริมอาหารจะถูกกล่าวไว้ในประกาศกระทรวงสาธารณสุข ฉบับที่ 293 พ.ศ. 2548 ว่าด้วยผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร และพระราชบัญญัติอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องแต่อย่างไรก็มิได้มีการบัญญัติ ความหมายถึงเรื่องผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร เป็นการเฉพาะในส่วนความหมายของภาชนะบรรจุภัณฑ์นั้นตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข ฉบับที่ 92 พ.ศ. 2528 ว่าด้วยเรื่อง ภาชนะบรรจุก็มีได้กำหนดความหมายไว้ เนื่องจากประกาศฉบับดังกล่าวมีการประกาศใช้มาเป็นเวลานาน และการควบคุมการโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารต้องได้รับอนุญาตตามพระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522 จากการศึกษากฎหมายการโฆษณาของสหราชอาณาจักรมีการตรากฎหมายเกี่ยวกับการควบคุมโฆษณาไว้โดยตรง คือ The Sale of Goods Act และมีกฎหมายกลางคือ Trade Descriptions Act of 1968 ซึ่งกฎหมายของประเทศไทยไม่มีการบัญญัติกฎหมายเป็นการเฉพาะเกี่ยวกับการโฆษณา การวิจัยครั้งนี้ได้เสนอแนวทางปรับปรุงแก้ไขประกาศกระทรวงสาธารณสุข ฉบับที่ 293 พ.ศ. 2548 โดยปรับปรุงความหมายผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ภาชนะบรรจุภัณฑ์ เพราะการบังคับใช้กฎหมายเกี่ยวกับการควบคุมผลิตภัณฑ์เสริมอาหารมีลักษณะที่อยู่ในรูปแบบการจัดกระจายในส่วนการควบคุมการโฆษณาควรมีการเพิ่มเติมไว้ในประกาศกระทรวงสาธารณสุข ว่าด้วยเรื่อง ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ในส่วนการควบคุมการโฆษณาควรมีการแก้ไขเพิ่มเติมในพระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522 มาตรา 40 และมาตรา 41 ในเรื่องการโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารไว้โดยเฉพาะ

คำสำคัญ : ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร; โฆษณา; ภาชนะบรรจุ

Abstract

The objective of this research is to study and research on legal measures on dietary supplement product control in terms of the meaning of dietary supplements. The meaning of packaging containers under the Food Act 2522 B.E. and the problem of the control of advertisement of food supplements. From the study found that The Food Act, 2522 B.E. did not define dietary supplements, thus causing the ambiguity of the definition that they should be identified as medicines or is a new type of food. Although the definition of dietary supplements is mentioned in the Notification of the Ministry of Public Health No. 293, 2005 on dietary supplements. And other related laws. However, there is no specific definition of dietary supplements. As for the definition of packaging, according to the Notification of the Ministry of Public Health No. 92 B.E. 2528 B.E. regarding container, it does not specify the meaning. Since the announcement has been announced for a long time. And the regulation of the advertisement of dietary supplements must be licensed under the Food Act of 1979. According to a study of the United Kingdom Advertising Law, the Direct Advertising Regulations have been enacted, The Sale of Goods Act and there are laws. Central is the Trade Descriptions Act of 1968, in which the law of Thailand does not specifically enact advertising. This research proposed guidelines for improvement of the Ministry of Public Health

Notification No. 293, 2005, by updating the definition. Dietary supplements Container Because the enforcement of the laws regarding the control of dietary supplements have sparse forms Advertising controls should be added to the Ministry of Public Health's announcement. On dietary supplements Regarding the control of advertising, there should be amendments to the Food Act 2522, Section 40 and Section 41 regarding the advertisement of dietary supplements.

Keywords : dietary supplements; advertisements; containers

บทนำ

ในอดีตประชากรมีวิถีชีวิตความเป็นอยู่ที่ยเรียบง่ายการใช้ชีวิตเป็นระบบพึ่งพาซึ่งกันและกันอาหารการกินของประชากรในอดีตมีลักษณะที่เรียกว่าพึ่งพาสิ่งแวดล้อมตามธรรมชาติเมื่อเปรียบเทียบกับการใช้ชีวิตของประชากรในปัจจุบันซึ่งเข้าสู่ระบบชีวิตคนเมือง (City Life) มากขึ้นมีการดำเนินชีวิตที่เปลี่ยนไปเนื่องจากสภาพสังคมและสิ่งแวดล้อมแตกต่างไปจากอดีตทั้งการขยายตัวในด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม จากสภาพสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปทำให้ส่งผลต่อการบริโภคจากที่เคยมีมาตั้งแต่อดีต กล่าวคือ ผู้บริโภคนิยมแต่อาหารสำเร็จรูป เพื่อนำมาบริโภคในการดำเนินชีวิตในแต่ละวันโดยไม่คำนึงถึงโภชนาการที่เหมาะสม ทำให้เกิดปัญหาการขาดสารอาหารที่จำเป็นต่อร่างกายหากมนุษย์รับประทานอาหารครบหลัก 5 หมู่รวมถึงมีความพึงพอใจเลือกรับประทานอาหารเลือกแต่สิ่งที่ดีมีประโยชน์ก็ทำให้ร่างกายได้รับสารอาหารครบถ้วน แต่ในยุคปัจจุบันนี้พฤติกรรมการบริโภคของคนส่วนใหญ่ไม่ได้ให้ความสำคัญกับการเลือกรับประทานอาหารที่มีประโยชน์ต่อร่างกายมากนัก จึงนิยมบริโภคอาหารที่มีขายอยู่ทั่วไปตามความสะดวก ดังนั้นปัญหาที่ตามมาคือร่างกายอาจจะได้รับสารอาหารบางอย่างไม่ครบถ้วน หรือในทางตรงกันข้ามทำให้รับสารอาหารบางอย่างมากเกินไปเช่น แป้ง และไขมัน ส่งผลให้เกิดปัญหาสุขภาพตามมาทั้งนี้การบริโภคอาหารของแต่ละบุคคลอาจทำให้ได้รับสารอาหารไม่เพียงพอเพราะพฤติกรรมส่วนตัวของผู้บริโภค เช่น รับประทานอาหารไม่ครบสามมื้อเลือกรับประทานอาหาร เช่น ไม่ทานผักหรือชอบทานแต่เนื้อ รับประทานอาหารไม่หลากหลาย ทำให้ขาดสารอาหารบางจำพวกทำให้เกิดความผิดปกติของร่างกายซึ่งส่งผลต่อสุขภาพได้ เช่น เจ็บป่วย เบื่ออาหาร ในส่วนของสตรีตั้งครรภ์ต้องการอาหารบางชนิดเพิ่มมากขึ้น ผู้หญิงในวัยมีประจำเดือนต้องเสริมธาตุเหล็ก หรือนักกีฬาต้องบำรุงร่างกายเป็นพิเศษ ทำให้การสร้างสุขภาพที่ดีโดยการเลือกกินอาหารที่ดีมีประโยชน์ หรือการออกกำลังกายอย่างเหมาะสมได้ถูกมองข้ามและละเลยไปด้วยเหตุนี้ การสร้างสุขภาพที่ดีโดยไม่ต้องออกกำลังกายหรือรับประทานอาหารให้ครบ 5 หมู่จึงเข้ามามีบทบาทในการบริโภคของสังคมในยุคปัจจุบันคือผลิตภัณฑ์เสริมอาหารที่เป็นทางเลือกหนึ่งของผู้บริโภคที่จะสามารถนำมาช่วยเสริมสร้างให้ผู้บริโภคนั้นมีสุขภาพที่ดีทำให้ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเข้ามามีบทบาทในการบริโภคเป็นอย่างมาก

สาเหตุที่ทำให้ผู้บริโภคมีแนวคิดความเชื่อเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารที่ปัจจุบันได้รับความนิยมอย่างมากอาจเนื่องมาจากกระแสการบริโภคนิยม ในปัจจุบันนี้ที่ส่งเสริมให้คนเกิดความเชื่อว่า “สุขภาพดีซื้อได้ด้วยเงิน” ประกอบกับกลยุทธ์ด้านการตลาดที่มีการโฆษณาเป็นการสื่อสารที่มีอิทธิพลอย่างมากในยุคนี้ เป็นเครื่องมือในการสื่อสารการตลาดเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีวัตถุประสงค์ในการให้ความรู้ เพื่อการจูงใจให้กับกลุ่มเป้าหมายเกิดความต้องการ หรือเกิดความรู้สึกที่ดีต่อสินค้าและส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการซื้อการโฆษณาถือว่าเป็นเครื่องมือการส่งเสริมการขายที่ดี หากผู้ทำการโฆษณามีจรรยาบรรณ โฆษณาโดยใช้ข้อมูลที่เป็นจริง แต่สำหรับธุรกิจผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร มักพบการโฆษณาที่มีลักษณะเกินจริง โฆษณาให้ผู้บริโภคเข้าใจว่าผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเป็นยา สามารถป้องกัน บำบัด บรรเทารักษาโรคได้ ซึ่งเข้าข่ายการโฆษณาผิดกฎหมาย เนื่องจากไม่มีการขออนุญาตจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา อีกทั้งการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารในปัจจุบันนี้สามารถเลือกซื้อได้สะดวกตามร้านค้าสะดวกซื้อแต่พบว่าการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร

ที่สามารถหาซื้อได้ด้วยความเร็วแต่ไม่มีผู้ที่มีความรู้คอยแนะนำในการใช้ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารแต่อย่างไรก็ตาม ผู้บริโภคโดยส่วนใหญ่ยังเลือกการสร้างสุขภาพด้วยวิธีที่ง่าย ๆ ว่าเราสามารถซื้อสุขภาพได้ด้วยเงินทอง จึงสอดคล้องรับกับการส่งเสริมการตลาด ของบรรดาผู้ประกอบการธุรกิจผลิตผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ที่พยายามชี้ชวนชักนำให้หันมาดูแลสุขภาพด้วยการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ระยะแรก ๆ โฆษณาว่าเป็นสินค้าช่วยเสริมอาหาร เมื่อสินค้าดังกล่าวได้รับความนิยมใช้กลยุทธ์ดังกล่าวโฆษณาวอดอ้างว่า สามารถรักษาโรคได้ โดยวิธีการทำตลาดในระบบขายตรงจึงทำให้ผู้บริโภคเกิดแนวคิดและความเชื่อที่มีต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร (นาฏอนงค์ นามบุตตี, 2558)

ประการแรก เพื่อเสริมอาหาร กลุ่มนี้มักเชื่อว่าอาหารที่ตนเองบริโภคทุกวันไม่มีสารอาหารครบถ้วนตามที่ร่างกายต้องการ จึงใช้เพื่อไปเสริมให้ร่างกายได้ครบถ้วนสมบูรณ์

ประการที่สอง เพื่อให้มีสุขภาพดีกลุ่มนี้เชื่อตามข้อมูล ที่ผู้ผลิตกำหนดเงื่อนไขขึ้นคือคิดว่าการกินเพื่อป้องกันตัวเองไว้ก่อนที่จะเป็นโรคจะเป็นการดีกว่ารอให้ป่วยลงไปก่อน จึงพยายามดูแลสุขภาพตนเองด้วยการซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารมาใช้บริโภคแทนโดยเข้าใจว่าร่างกายได้รับสารอาหาร

ประการที่สาม กลัวเจ็บ กลัวตาย โรคภัยแรงอย่าง หัวใจ มะเร็ง ความดันโลหิตสูง เบาหวาน ฯลฯ ต้องอาศัยการรักษาแบบที่ต้องติดตามดูแลอาการอย่างสม่ำเสมอเพราะไม่หายขาด ทำให้ค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาลสูง ระยะเวลาของการรักษานาน และการใช้เทคโนโลยีบางอย่างส่งผลข้างเคียงที่สร้างความไม่สบายให้กับผู้ป่วย ดังนั้น ผู้บริโภคจึงหาทางออกที่ดูง่ายต่อการดำเนินชีวิต ด้วยการซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารมาใช้บริโภคตามคำแนะนำว่าสามารถรักษาโรคได้ทุกชนิด

ประการที่สี่ หลงเชื่อตามคำโฆษณาเพราะมีงานวิจัยรองรับทำให้น่าเชื่อถือ ในต่างประเทศมีงานวิจัยของสำนักต่างๆมากมาย บางงานวิจัยผู้ให้ทุนสนับสนุนก็เป็นบริษัทผู้ผลิต เป็นการสร้างอุปสงค์เทียมให้กับผู้บริโภค

ประการที่ห้าตามกระแสชาวต่างชาติ การบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร เริ่มต้นในสังคมบริโภคขนาดใหญ่ คือ สหรัฐอเมริกา และยุโรป ค่านิยมเรื่องเห่อตามชาวต่างชาติดูเหมือนจะเป็นค่านิยม พื้นฐานของสังคมกลาย ๆ ว่าจะอะไรเป็นของชาวต่างชาติดีมักจะดี

ประการที่หก เชื่อเพราะเทคนิค การโฆษณาขายตรงซึ่งมีกลยุทธ์สร้างความน่าเชื่อถือ ค่าคอมมิชชั่นการขายในหมู่ญาติพี่น้อง เพื่อนฝูง การโฆษณาสรรพคุณมักเกินเลยกว่าที่ขออนุญาตกับทางหน่วยงานรัฐที่ดูแล คือ สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา และมักอ้างสรรพคุณว่ารักษาโรคหายได้ ป้องกันโรคได้ทำให้แข็งแรง ทำให้ฉลาด ทำให้สวยสดใส ทำให้ผอมลง ซึ่งจุดใจผู้บริโภคที่มีเงินพอซื้อได้แต่ไม่ค่อยมีข้อมูลตัดสินใจเพียงพอ

สำหรับผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์เสริมอาหารย่อมมีกลไกในวิธีการทำตลาดและส่งเสริมการขายที่แยบยลเจาะเข้าถึงผู้บริโภค เนื่องจากการโฆษณาที่ได้ก้าวข้ามขีดความสามารถในการดูแลโดยหน่วยงานที่รับผิดชอบไปอีกขั้น คือ สามารถกระจายข้อมูลได้อย่างรวดเร็วยากต่อการควบคุม เช่น เผยแพร่ข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต ผ่านทาง Social Network E-mail จะเห็นได้ว่าการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเข้ามามีบทบาทกับสังคมในปัจจุบันเป็นอย่างมาก และมีหน่วยงานที่คอยกำกับดูแลแต่ยังพบว่าในเรื่องผลิตภัณฑ์เสริมอาหารยังมีปัญหาในการบังคับใช้กฎหมายที่ไม่ชัดเจนและเป็นช่องว่างของกฎหมาย ตามบทบัญญัติกฎหมายในรัฐธรรมนูญ 2540 กล่าวถึงสิทธิของผู้บริโภคว่าผู้บริโภคย่อมได้รับการคุ้มครองและต้องมืองค์การอิสระซึ่งประกอบด้วยตัวแทนผู้บริโภคทำหน้าที่ให้ความเห็นในการออกกฎหมายและมาตรการต่าง ๆ ต่อมาในรัฐธรรมนูญ 2550 ได้เขียนขยายความถึงสิทธิดังกล่าวในมาตรา 61 ว่า สิทธิของผู้บริโภคย่อมได้รับการคุ้มครองในการรับข้อมูลที่เป็นจริงและมี สิทธิร้องเรียนเพื่อให้ได้รับการแก้ไขเยียวยาความเสียหาย รวมทั้งมีสิทธิรวมตัวกันเพื่อพิทักษ์สิทธิผู้บริโภค มาตรา 46 ของรัฐธรรมนูญ 2560 ระบุว่า สิทธิของผู้บริโภคย่อมได้รับความคุ้มครอง โดยบุคคลมีสิทธิในการรวมตัวจัดตั้งองค์กรเพื่อคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคที่มีความเป็นอิสระโดยได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ ซึ่งบทบัญญัติกฎหมายในรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 มาตรา 46 ได้ระบุสิทธิของผู้บริโภคย่อมได้รับการคุ้มครอง เนื่องจากประชาชน

ส่วนใหญ่ในฐานะผู้บริโภคไม่สามารถหลีกเลี่ยงผลกระทบอันเกิดจากการบริโภคได้ เนื่องจากมีฐานะไม่เท่าเทียมกับผู้ผลิต ทำให้ผู้บริโภคตกอยู่ในสถานะเสียเปรียบ และตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ได้บัญญัติสิทธิของผู้บริโภคที่ได้รับการคุ้มครองตามกฎหมายไว้ 5 ประการ ตามความในมาตรา 4 ประกอบกับมาตรา 3 จากการศึกษาพระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522 และพระราชบัญญัติความรับผิดชอบต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นจากสินค้าที่ไม่ปลอดภัย พ.ศ. 2551 ประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ 293) พ.ศ. 2548 ว่าด้วยเรื่องผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ประกาศกระทรวงสาธารณสุข ฉบับที่ 92 (พ.ศ.2528) เรื่อง กำหนดคุณภาพหรือมาตรฐานของภาชนะบรรจุ การใช้ภาชนะบรรจุและการห้ามใช้วัตถุใดเป็นภาชนะบรรจุอาหารที่บังคับใช้ในการควบคุมสินค้าผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร มีประเด็นปัญหาอันสู่แนวทางแก้ไขกฎหมายต่อไป (นภดล จันโหนง, 2560)

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความเป็นมา ความสำคัญ แนวคิด ทฤษฎี ในการควบคุมสินค้าผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร
2. เพื่อศึกษาวิเคราะห์มาตรการทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องในการควบคุมสินค้าผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของต่างประเทศและประเทศไทย
3. เพื่อศึกษาหาแนวทางเพื่อนำมาเป็นข้อเสนอแนะในการปรับปรุงกฎหมาย ในการควบคุมสินค้าผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร

สมมติฐานของการวิจัย

มาตรการทางกฎหมายในการกำหนดค่านิยามของคำว่าผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ 293) พ.ศ. 2548 เรื่อง ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ตามข้อ 2 ยังไม่ชัดเจนเมื่อเปรียบเทียบกับพระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522 ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อผู้บริโภคได้ ส่วนการกำหนดค่านิยามของคำว่าบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์เสริมอาหารก็ไม่ชัดเจนตามประกาศกระทรวงสาธารณสุขฉบับที่ 92 (พ.ศ. 2528) ประกอบกับการโฆษณาซึ่งมีการใช้การส่งเสริมการขายตามหลักวิชาการตลาดเป็นอันมากทำให้ผู้บริโภคบางส่วนหลงเชื่อในการซื้อบริโภค โดยการโฆษณาดังกล่าวนั้นจะต้องอยู่ภายใต้เงื่อนไขพระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522 มาตรา 40 และมาตรา 41 ซึ่งเป็นบทบัญญัติไว้ใช้กับสินค้าทั่ว ๆ ไป มิได้ใช้กับสินค้าผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเป็นการเฉพาะ จึงเห็นควรแก้ไขปรับปรุงกฎหมายดังกล่าว

ขอบเขตของการวิจัย

ศึกษากฎหมายที่สำคัญและเกี่ยวข้องในการควบคุมสินค้าผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร เช่น พระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522 พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 บทบัญญัติกฎหมายในรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 และประกาศกระทรวงสาธารณสุข ฉบับที่ 293 พ.ศ. 2548 รวมถึงประกาศต่างๆ ที่เกี่ยวข้องในการนำมาบังคับใช้ให้เหมาะสมและสอดคล้องกับสภาพปัญหา รวมทั้งศึกษากฎหมายต่างประเทศในเรื่องการควบคุมการโฆษณาเพื่อนำมาปรับใช้กับกฎหมายไทย

วิธีดำเนินการวิจัย

เป็นการค้นคว้าวิจัยเอกสาร (Documentary Research) โดยทำการค้นคว้าจากเอกสารทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศและบทความที่เกี่ยวข้องรวมทั้งข้อมูล ต่าง ๆ อันเกี่ยวกับการผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ตลอดจนตำรา ตำบกฎหมาย ในสาขานิติศาสตร์และสาขาอื่นที่เกี่ยวข้อง และค้นคว้าในห้องสมุดของมหาวิทยาลัย และของสถาบันต่าง ๆ เพื่อนำข้อมูลมาทำการวิเคราะห์เกี่ยวกับการควบคุมสินค้าผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร

ผลการวิจัย

ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเข้ามามีบทบาทในด้านการบริโภคของประชาชนในสังคมไทยเป็นอย่างมาก การควบคุมผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของประเทศไทยนั้นมิกฎหมายที่เกี่ยวข้องคือ พระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522 พระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510 ประกาศกระทรวงสาธารณสุข ฉบับที่ 293 พ.ศ. 2548 เรื่องผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร และกฎหมายอื่นๆที่เกี่ยวข้อง แต่อย่างไรก็ตามแม้จะมีบทบัญญัติกฎหมายที่ควบคุมผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร เพื่อต้องการคุ้มครองผู้บริโภค จากการศึกษาเชิงปัญหาและอุปสรรคประกอบด้วยประเด็นที่ 1 ปัญหาการกำหนด คำจำกัดความของผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร การควบคุมดูแลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารที่ในปัจจุบันนี้ยังมีความคลุมเครือไม่ชัดเจนในตัวของผู้ผลิตเองเนื่องจากสารอาหารที่มีหลากหลาย และปริมาณการใช้สารต่าง ๆ ในผลิตภัณฑ์ทำให้เป็นที่กังขาว่า ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารนั้นควรจะถูกเรียกว่าเป็นยา เป็นอาหารหรือจะระบุว่าเป็นอาหารประเภทใหม่ จึงควรทำความเข้าใจภาพรวมของคำว่าผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร เพื่อที่จะได้สามารถจัดประเภท ให้แก่ผลิตภัณฑ์ให้ชัดเจนมากขึ้น แม้ว่าการควบคุมขั้นตอนการผลิตของผลิตภัณฑ์เสริมอาหารจะอยู่ภายใต้พระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522 แต่จากการศึกษาผู้ศึกษาพบว่าพระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522 มิได้ให้ คำจำกัดความของคำว่าผลิตภัณฑ์เสริมอาหารไว้แต่มีการให้ความหมายของคำว่า ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารไว้ใน ประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ 293) พ.ศ. 2548 เรื่องผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ไว้ในข้อ 2 “ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร” หมายความว่า ผลิตภัณฑ์ที่ใช้รับประทานนอกเหนือจากการรับประทานอาหารตามปกติ ในส่วนพระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522 มาตรา 4 มีเพียงนิยามความหมายที่เกี่ยวข้องเช่น อาหารควบคุมเฉพาะ รวมถึงบทบัญญัติในหมวดต่างๆ ก็ไม่ได้บัญญัติถึงคำว่าผลิตภัณฑ์เสริมอาหารไว้ จึงยังไม่มีคำนิยามเฉพาะที่ออกมาบังคับใช้ไว้ในกฎหมาย จากการศึกษามีพระราชบัญญัติอื่นๆ ที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับที่ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร เช่น พระราชบัญญัติคุ้มครอง ผู้บริโภค พ.ศ.2557, พระราชบัญญัติความรับผิดชอบต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นจากสินค้าที่ไม่ปลอดภัย พ.ศ.2551 แม้ว่าจะมีพระราชบัญญัติเข้ามาเกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร แต่พระราชบัญญัตินี้ดังกล่าวไม่ได้มีการเจาะจง ถึงเรื่องผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเป็นการเฉพาะ เป็นเพียงกฎหมายที่คอยกำกับดูแลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร เห็นได้ว่ากฎหมายที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารที่อยู่ในลักษณะกระจายออกไปในแต่ละพระราชบัญญัติ ยังไม่ครอบคลุมถึงผลิตภัณฑ์เสริมอาหารซึ่งจากการศึกษากฎหมายของสหรัฐอเมริกาซึ่งเป็นประเทศแรกที่ออก กฎหมายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร (The Dietary Supplement Health and Education Act of 1994: DSHEA) เป็นกฎหมายเฉพาะที่ให้ความสำคัญในการควบคุมการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ดังนั้น เพื่อให้การกำหนดคำจำกัดความของผลิตภัณฑ์เสริมอาหารมีความชัดเจน จำเป็นอย่างยิ่งที่จะแก้ไข ประกาศกระทรวงสาธารณสุขเพื่อให้ทันสมัยต่อสถานการณ์ในปัจจุบัน

ประเด็นที่ 2 ปัญหาความหมายของภาชนะบรรจุภัณฑ์ตามพระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522 นั้นมิได้มีการบัญญัติครอบคลุมถึงภาชนะบรรจุผลิตภัณฑ์เสริมอาหารและในประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ 293) พ.ศ. 2548 มีข้อ 1 ถึงข้อ 14 โดยข้อ 8 มีรายละเอียดเกี่ยวกับภาชนะบรรจุผลิตภัณฑ์โดยให้เป็นไปตาม ประกาศกระทรวงสาธารณสุขว่าด้วย เรื่อง ภาชนะบรรจุ โดยประกาศกระทรวงสาธารณสุขที่เกี่ยวกับภาชนะบรรจุ คือ ประกาศกระทรวงสาธารณสุข ฉบับที่ 92 (พ.ศ.2528) เรื่อง กำหนดคุณภาพหรือมาตรฐานของภาชนะที่ทำ จากพลาสติกซึ่งในประกาศกระทรวงสาธารณสุข ฉบับที่ 92 (พ.ศ.2528) มีการให้นิยามความหมายของคำว่า ภาชนะไว้ 3 ประเภท ได้แก่ 1) ภาชนะบรรจุ 2) ภาชนะเสริม 3) ภาชนะโลหะเคลือบจะเห็นได้ว่าในประกาศกระทรวง สาธารณสุขฉบับที่ 92 (พ.ศ.2528) ก็มีได้กำหนดนิยามความหมายของภาชนะบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร หากมีการบัญญัตินิยามความหมายของ คำว่าภาชนะบรรจุให้ครอบคลุมถึงภาชนะบรรจุผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ก็จะทำให้ตรวจสอบถึงมาตรฐานของผลิตภัณฑ์อันเป็นภาชนะที่ใช้ในการบรรจุได้ว่ามีคุณภาพหรือไม่ นอกจากนี้ยังผู้ศึกษาพบถึงปัญหาในเรื่องที่เกี่ยวกับการบรรจุผลิตภัณฑ์ เนื่องจากการบรรจุผลิตภัณฑ์นั้นเป็น

หน้าที่ของผู้จำหน่ายสินค้าซึ่งไม่มีกฎหมายบัญญัติให้ผู้จำหน่ายต้องปฏิบัติในเรื่องการบรรจุผลิตภัณฑ์ในรูปแบบใด กล่าวได้ว่าผู้บริโภคไม่มีสิทธิเลือกหรือระบุให้ผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์บรรจุผลิตภัณฑ์ตามวัตถุประสงค์ที่ตนต้องการ แม้สินค้าที่มีการจำหน่ายจะมีราคาสูงการบรรจุผลิตภัณฑ์ขึ้นอยู่กับความพึงพอใจของผู้จำหน่ายเพราะไม่มีกฎหมายหรือประกาศฉบับใดที่เอาผิดกับผู้จำหน่ายได้หากการบรรจุผลิตภัณฑ์ไม่ได้คุณภาพผู้ศึกษาเห็นควรที่จะให้มีการเพิ่มข้อกำหนดในเรื่องดังกล่าวเพื่อให้เกิดความเป็นธรรมกับผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้าผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร และแก้ไขปรับปรุงประกาศกระทรวงสาธารณสุข

ประเด็นที่ 3 การควบคุมการโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารการโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารในปัจจุบันนี้ แม้จะทำให้ผู้บริโภคเข้าถึงตัวผลิตภัณฑ์ได้ง่ายขึ้นแต่จากการศึกษาพบว่าในเรื่องการโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ที่สื่อให้ผู้บริโภคได้รับรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นั้นจะต้องได้รับอนุญาตตามกฎหมายที่มีการบัญญัติไว้พระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522 แต่อย่างไรก็ตามจากการศึกษาในบทบัญญัติดังกล่าวในมาตรา 40 และมาตรา 41 ไม่ได้มีการบัญญัติครอบคลุมไปถึงผลิตภัณฑ์เสริมอาหารแต่มีการใช้กฎหมายรวมไปถึงการโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารด้วย เนื่องจากผลิตภัณฑ์เสริมอาหารนั้นไม่มีกฎหมายเฉพาะการจะโฆษณาหรืออนุญาตที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารต้องอยู่ภายใต้พระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522 จากการศึกษากฎหมายต่างประเทศเกี่ยวกับการโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารในเรื่องการโฆษณานั้นของสหราชอาณาจักรมีการตรากฎหมายที่เกี่ยวกับการควบคุมโฆษณา คือ กฎหมาย The Sale of Goods Act ในรูปแบบของกฎหมายลายลักษณ์อักษร และกฎหมายของสหราชอาณาจักรกฎหมายกลางที่ใช้ควบคุมโฆษณาคือ Trade Descriptions Act of 1968 และแก้ไขเพิ่มเติมใน ค.ศ. 1972 นอกจากนี้สหราชอาณาจักรมีการควบคุมการโฆษณาโดยองค์กรเอกชนอีกด้วย โดยใช้มาตรการกำกับดูแลกันเองของผู้ประกอบธุรกิจที่เรียกว่า “Selfregulation” มาตรการนี้ได้เข้ามามีบทบาทอย่างมากในการเป็นศูนย์กลางเพื่อการกำกับดูแลและตรวจสอบให้เกิดการโฆษณาที่ถูกต้องและปฏิบัติอย่างเป็นธรรมแก่ทุกฝ่าย และเพื่อคุ้มครองประโยชน์ของผู้บริโภค สังคม หรือผู้ประกอบธุรกิจอื่นๆ เห็นได้ว่าจากการศึกษากฎหมายต่างประเทศจะมีกฎหมายที่ทำหน้าที่คอยควบคุมกำกับดูแลเกี่ยวกับการโฆษณาโดยมีการบัญญัติไว้เป็นการเฉพาะหากศึกษาเปรียบเทียบกับกฎหมายไทยเกี่ยวกับการโฆษณา ในการโฆษณาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของประเทศไทยนั้นอยู่ภายใต้พระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522 ดังนั้น จึงควรแก้ไขเพิ่มเติมเกี่ยวกับกฎหมายการโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารไว้เป็นการเฉพาะเพื่อจะได้คุ้มครองผู้บริโภค

สรุปผลการวิจัย

1. ปัญหาการกำหนดคำจำกัดความของผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร เนื่องด้วยคำจำกัดความของผลิตภัณฑ์เสริมอาหารที่บังคับใช้ในปัจจุบันนี้ตามพระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ.2522 มิได้ให้คำจำกัดความของคำว่าผลิตภัณฑ์เสริมอาหารไว้ มีเพียงคำนิยามอื่นๆ เช่น อาหารควบคุมเฉพาะ ตำรับยา เนื่องจากความไม่ชัดเจนของคำจำกัดความว่าควรที่จะระบุว่าเป็นยาหรืออาหารประเภทใหม่จึงยังไม่มีคำนิยามเฉพาะที่ออกมาบังคับใช้ในกฎหมาย มีเพียงคำนิยามของผลิตภัณฑ์เสริมอาหารที่ถูกกล่าวไว้ในประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ 293) พ.ศ. 2548 ว่าด้วยเรื่องผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร นอกจากนี้แม้ว่าจะพระราชบัญญัติอื่นๆ ที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารแม้ว่าจะมีพระราชบัญญัติเข้ามาเกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารแต่พระราชบัญญัตินี้ดังกล่าวไม่ได้มีการให้นิยามความหมายถึงเรื่องผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเป็นการเฉพาะ เป็นเพียงกฎหมายที่คอยกำกับดูแลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร เห็นได้ว่ากฎหมายที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเป็นกฎหมายที่อยู่ในลักษณะกระจายออกไปในแต่ละพระราชบัญญัติ จึงเห็นควรที่จะมีการนำประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ 293) พ.ศ. 2548 เรื่อง ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร มาแก้ไขปรับปรุงคำจำกัดความของผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร

2. ปัญหาการกำหนดคำจำกัดความของภาชนะบรรจุภัณฑ์ตามพระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522 นั้น มิได้มีการบัญญัติครอบคลุมถึงภาชนะบรรจุผลิตภัณฑ์เสริมอาหารและในประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ 293) พ.ศ. 2548 ข้อ 8 มีรายละเอียดเกี่ยวกับภาชนะบรรจุผลิตภัณฑ์โดยให้เป็นไปตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข ว่าด้วย เรื่อง ภาชนะบรรจุ โดยมีคำนิยามไว้เพียง 3 ประเภท คือ ภาชนะบรรจุ ภาชนะเซรามิก 3) ภาชนะโลหะ จะเห็นได้ว่าก็มิได้กำหนดนิยามความหมายของภาชนะบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร หากมีการบัญญัติ นิยามความหมายของ คำว่าภาชนะบรรจุให้ครอบคลุมถึงภาชนะบรรจุผลิตภัณฑ์เสริมอาหารก็จะทำให้ตรวจสอบถึง มาตรฐานของผลิตภัณฑ์อันเป็นภาชนะที่ใช้ในการบรรจุได้ นอกจากนี้ยังพบถึงปัญหาเกี่ยวกับการบรรจุผลิตภัณฑ์ อันเป็นหน้าที่ของผู้จำหน่ายสินค้าซึ่งไม่มีกฎหมายบัญญัติให้ผู้จำหน่ายต้องปฏิบัติในเรื่องการบรรจุผลิตภัณฑ์ เพราะการบรรจุขึ้นอยู่กับความพึงพอใจของผู้จำหน่าย เนื่องจากไม่มีกฎหมายมาบังคับใช้หรือเอาผิดกับผู้จำหน่าย ในกรณีที่มีการบรรจุผลิตภัณฑ์เสริมอาหารโดยไม่ได้มาตรฐานอันจะส่งผลต่อสินค้าอันเป็นผลิตภัณฑ์เสริมอาหารได้

3. ปัญหาการควบคุมการโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร การโฆษณาเข้ามามีบทบาทในการโฆษณา ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อดึงดูดให้ผู้บริโภคซื้อสินค้าจากการโฆษณา โดยการโฆษณาตามกฎหมายไทยนั้น ต้องได้รับอนุญาตตามกฎหมายที่มีการบัญญัติไว้ในพระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522 ในปัจจุบันกฎหมาย ที่บัญญัติถึงสิทธิของผู้บริโภคและยังคงมีผลบังคับใช้คือ พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2541 โดยได้บัญญัติสิทธิของผู้บริโภคที่จะได้รับความคุ้มครองตาม กฎหมาย 5 ประการ คือ 1. สิทธิที่จะได้รับข่าวสารรวมทั้งคำพรรณนาคุณภาพที่ถูกต้อง และเพียงพอ เกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ หมายถึง สิทธิที่จะได้รับข่าวสาร จากการโฆษณา หรือการแสดงฉลากที่เป็นจริง จากผู้ประกอบการ รวมถึงสิทธิที่จะได้รับข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่เพียงพอ ที่ไม่ทำให้เกิดความเข้าใจผิด ในการซื้อสินค้าหรือบริการ 2. สิทธิที่จะมีอิสระในการเลือกหาสินค้าหรือบริการ หมายถึง การที่ผู้บริโภคสามารถที่จะ เลือกซื้อสินค้าหรือบริการด้วยความสมัครใจ มีอิสระในการ ตัดสินใจโดยปราศจากการชักจูงใจอันไม่เป็นธรรมทั้งปวง 3. สิทธิที่จะได้รับความปลอดภัยจากการใช้สินค้าหรือบริการ หมายถึง การที่ผู้บริโภคใช้สินค้าหรือบริการใดก็ตาม สินค้าหรือบริการนั้นต้องมีสภาพ และคุณภาพที่ได้มาตรฐานเหมาะสมแก่การใช้ไม่ก่อให้เกิดอันตรายต่อชีวิตร่างกาย หรือทรัพย์สินในกรณีใช้ตามคำแนะนำ หรือระมัดระวังตามสภาพของสินค้าหรือบริการนั้นแล้ว 4. สิทธิที่จะได้รับความ เป็นธรรมในการทำสัญญา หมายถึง สิทธิที่จะได้รับข้อสัญญาโดยไม่ถูกเอาเปรียบจากผู้ประกอบการ 5. สิทธิที่จะได้รับ การพิจารณาและชดเชยความเสียหาย หมายถึง กรณีที่ผู้บริโภคถูกผู้ประกอบการละเมิดสิทธิก่อให้เกิดความเสียหาย ผู้บริโภคมีสิทธิในการเรียกร้องให้ผู้ประกอบการชดเชยค่าเสียหายที่เกิดขึ้นจากการกระทำนั้น (ขวัญชัย สันตสว่าง, 2537) กล่าวคือไม่มีกฎหมายที่บังคับใช้โดยตรงในเรื่องการโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารโดยเฉพาะเมื่อเปรียบเทียบกับกฎหมายต่างประเทศเรื่องการโฆษณาของสหราชอาณาจักรมีการตรากฎหมายที่เกี่ยวกับการควบคุมการโฆษณาไว้ คือ กฎหมาย The Sale of Goods Act ในรูปแบบของกฎหมายลายลักษณ์ และมีความหมายกลางในการควบคุมโฆษณา คือ Trade Descriptions Act of 1968 เห็นควรที่จะมีการแก้ไขกฎหมายเกี่ยวกับการโฆษณา

อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษามาตรการทางกฎหมายในการควบคุมสินค้าผลิตภัณฑ์เสริมอาหารถือได้ว่าเป็นเรื่องที่ต้องให้ความสำคัญเพราะผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเรียกได้ว่าเป็นปัจจัยหลักในการบริโภคของสังคมไทย เห็นได้ว่า ในปัจจุบันนี้เราไม่สามารถปฏิเสธได้เลยว่า ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร เป็นสิ่งหนึ่งที่เข้ามา มีบทบาทอย่างมากต่อ วงการสุขภาพจากกระแสที่ ทำให้สังคมไทยสนใจการรับประทานผลิตภัณฑ์เสริมอาหารนั้นมีด้วยหลายปัจจัย เช่น ปัจจัยในการโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารโดยใช้บุคคลที่ประชาชนชื่นชอบเป็นต้นแบบในการโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร และการเข้าถึงในผลิตภัณฑ์สินค้าโดยวิธีขายตรงโดยผ่านตัวแทนเพื่อสะดวกในการเลือกซื้อสินค้าผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร

ที่รวดเร็วและสะดวกมากยิ่งขึ้น ซึ่งจากการศึกษาพบว่าประเทศแรกๆที่ออกกฎหมายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารคือสหรัฐอเมริกาโดยใช้เมื่อปี 1994 โดยให้คำนิยามของคำว่าผลิตภัณฑ์เสริมอาหารว่าผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปในรูปแบบเม็ด แคปซูล หรือของเหลว ที่มีส่วนผสมของสารอาหารอย่างน้อย 1 ชนิด คือ วิตามิน แร่ธาตุ กรดอะมิโน ทั้งนี้อัตราการบริโภคของผลิตภัณฑ์เสริมอาหารที่เพิ่มมากขึ้นทำให้มีรายงานเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารในด้านดีและด้านที่ไม่ดีเกิดขึ้นตามมา

ดังนั้นก่อนที่ผู้บริโภคจะเลือกรับประทานผลิตภัณฑ์เสริมอาหารใด ๆ ก็ตามควรที่จะต้องรู้จักและศึกษาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารชนิดนั้นและควรตระหนักว่าผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเป็นเพียงทางเลือกหนึ่งในการรับประทานมิใช่เป็นการทดแทนอาหารชนิดอื่น ๆ ดังนั้นก่อนที่ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อควรที่จะเลือกดูว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการรับรองความปลอดภัยจากคณะกรรมการอาหารและยาและต้องบริโภคในปริมาณที่เหมาะสมเพื่อป้องกันการตกค้างสะสมในร่างกาย มาตรการทางกฎหมายในการควบคุมสินค้าผลิตภัณฑ์เสริมอาหารถือได้ว่าเป็นเรื่องที่ต้องให้ความสำคัญเพราะผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเรียกได้ว่าเป็นปัจจัยหลักในการบริโภคของสังคมไทยเนื่องจากผู้คนบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารแทนการออกกำลังกายและการรับประทานอาหารให้ครบทั้ง 5 หมู่ อีกทั้งตัวเลือกในการเลือกผลิตภัณฑ์เสริมอาหารนั้นมีจำนวนมากและผู้บริโภคสามารถเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารได้ง่ายซึ่งสภาพการค้าและระบบเศรษฐกิจที่มีการขยายตัวอย่างรวดเร็วในปัจจุบัน ประกอบกับมีการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ในการผลิตและบริการมากขึ้น แต่ในขณะเดียวกัน ผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังขาดความรู้เรื่องคุณภาพของสินค้าและบริการ อีกทั้งยังขาดอำนาจต่อรองในการเข้าทำสัญญาเกี่ยวกับสินค้าและบริการ ทำให้ผู้บริโภคถูกเอารัดเอาเปรียบจากผู้ประกอบการอยู่เสมอ จากการศึกษาเกี่ยวกับการควบคุมสินค้าผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของประเทศไทยนั้นมีกฎหมายที่เกี่ยวข้องคือ บทบัญญัติกฎหมายในรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 พระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522 พระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510 ประกาศกระทรวงสาธารณสุข ฉบับที่ 293 พ.ศ. 2548 เรื่อง ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร และกฎหมายอื่นๆที่เกี่ยวข้อง แต่อย่างไรก็ตามแม้จะมีบทบัญญัติกฎหมายที่ควบคุมผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อต้องการคุ้มครองผู้บริโภคจากการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารตลอดจนบทบัญญัติที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการธุรกิจ แต่อย่างไรก็ตามกฎหมายดังกล่าวยังมีข้อบกพร่องในการบัญญัติกฎหมายซึ่งบัญญัติไว้ใช้กับสินค้าทั่วไป มิได้ใช้กับสินค้าผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเป็นการเฉพาะ จึงควรมีการแก้ไขปรับปรุงกฎหมายดังกล่าว เพื่อควบคุมสินค้าผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเป็นการเฉพาะ ทั้งนี้หากมีการปรับปรุงแก้ไขเพิ่มเติมในประกาศกระทรวงสาธารณสุข เรื่อง ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ในเรื่องคำจำกัดของผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร และปรับปรุงแก้ไขเพิ่มเติมความหมายของคำว่า บรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์เสริมอาหารไว้อย่างชัดเจน รวมทั้งแก้ไขเพิ่มเติมพระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522 ในส่วนของการโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ซึ่งหากมีบทบัญญัติกฎหมายที่ควบคุมสินค้าผลิตภัณฑ์เสริมอาหารได้ครอบคลุมและนำกฎหมายมาปรับใช้ได้เข้าใจโดยง่ายสื่อความหมายที่ชัดเจนก็จะสามารถคุ้มครองผู้บริโภคได้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นและช่วยส่งเสริมผู้ประกอบการด้านผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของไทยให้มีคุณภาพมาตรฐานสามารถแข่งขันในตลาดโลก ทั้งยังเพิ่มความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ อันส่งผลเกี่ยวกับมูลค่าเงินที่จะเข้าเนื่องจากเป็นกฎหมายที่เพิ่มมูลค่าเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ได้

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำไปใช้

1) ผู้วิจัยเห็นว่าเรื่องผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเป็นเรื่องที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในสังคมปัจจุบันนี้ควรมีการออกกฎหมายเฉพาะในเรื่องผลิตภัณฑ์เสริมเช่นเดียวกับกฎหมายของสหรัฐอเมริกาที่มีการออกกฎหมายเกี่ยวกับอาหารเสริมสุขภาพและการศึกษา พ.ศ. 2537 (The Dietary Supplement

Health and Education Act of 1994: DSHEA) ผู้วิจัยเห็นควรที่จะมีการปรับปรุงประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ 293) พ.ศ. 2548 ข้อ 2 ในเรื่องคำจำกัดความของผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ให้เกิดความทันสมัยและชัดเจนมากยิ่งขึ้น

2) ผู้วิจัยเห็นควรที่จะให้มีการมีการปรับปรุงแก้ไขเพิ่มเติมในประกาศกระทรวงสาธารณสุข เรื่อง ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร บัญญัติข้อยูนิยามความหมายของคำว่า ภาชนะบรรจุผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร และข้อยูนิยามความหมายของคำว่า บรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ไว้โดยชัดเจน ทั้งมาตรการทางกฎหมายในการควบคุมในส่วนนี้เพื่อให้ผู้ประกอบการกิสินค้าผลิตภัณฑ์เสริมอาหารนำไปปรับใช้ได้อย่างถูกต้องตามกฎหมาย และไม่ทำให้ผู้บริโภคเกิดความสับสน หากได้รับความเสียหายจากการบริโภคสินค้านั้นผู้บริโภคจะสามารถดำเนินการร้องเรียนและขอความคุ้มครองกับหน่วยงานนั้นได้โดยตรง โดยปรับปรุงแก้ไขเพิ่มเติมในประกาศกระทรวงสาธารณสุข เรื่อง ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ในข้อ 8 โดยบัญญัติเพิ่มเติมนิยามความหมายของคำว่า บรรจุภัณฑ์ ของผลิตภัณฑ์เสริมอาหารไว้โดยเฉพาะ ในประกาศกระทรวงสาธารณสุข เรื่อง ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร

3) การโฆษณาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของประเทศไทยที่ไม่มีกฎหมายเฉพาะเช่นเดียวกับสหราชอาณาจักรที่มีการตรากฎหมายที่เกี่ยวกับการควบคุมการโฆษณาคือกฎหมาย The Sale of Goods Act ในรูปแบบของกฎหมายลายลักษณ์อักษร ในลักษณะที่เป็นประมวลกฎหมาย เนื่องจากผลิตภัณฑ์เสริมอาหารนั้นไม่มีกฎหมายเฉพาะการจะโฆษณาหรืออนุญาตที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารต้องอยู่ภายใต้พระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522 จะเห็นได้ว่า มาตรา 40 และมาตรา 41 นั้นไม่ได้มีการบัญญัติครอบคลุมไปถึงผลิตภัณฑ์เสริมอาหารแต่มีการใช้กฎหมายรวมไปถึงการโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารด้วยเนื่องจากผลิตภัณฑ์เสริมอาหารนั้นไม่มีกฎหมายเฉพาะการจะโฆษณาหรืออนุญาตที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารต้องอยู่ภายใต้พระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522 และมีการใช้พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 โดยมีวัตถุประสงค์ให้เป็นกฎหมายกลางในการกำกับดูแลการโฆษณาสินค้าบริการทุกประเภทที่ยังไม่มีกฎหมายเฉพาะออกมาควบคุมการโฆษณา แม้ว่าจะมีพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภคเป็นกฎหมายกลางในการกำกับดูแลเกี่ยวกับการโฆษณาสินค้าบริการทุกประเภท แต่ก็ไม่ได้มีการบัญญัติครอบคลุมให้ชัดเจนถึงการควบคุมเกี่ยวกับการโฆษณาไว้โดยเฉพาะเจาะจงว่าด้วยผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร จึงจะเห็นได้ว่าตามกฎหมายของประเทศไทยในเรื่องเกี่ยวกับการโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารไม่มีกฎหมายเฉพาะในการควบคุมด้านการโฆษณาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร เหมือนดังกฎหมายต่างประเทศเกี่ยวกับการโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารในเรื่องการโฆษณานั้นของสหราชอาณาจักรมีการตรากฎหมายที่เกี่ยวกับการควบคุมโฆษณาคือ กฎหมาย The Sale of Goods Act ในรูปแบบของกฎหมายลายลักษณ์อักษร ผู้วิจัยเห็นควรให้มีการแก้ไขเพิ่มเติมในพระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522 มาตรา 40 และมาตรา 41 ในเรื่องการโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารไว้โดยเฉพาะ เพื่อทำหน้าที่ในการควบคุมการโฆษณาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารโดยตรง ทั้งนี้เพื่อจะได้คุ้มครองผู้บริโภคและทำให้ผู้ประกอบการกิสินค้าผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเข้าใจและนำไปปรับใช้กฎหมายที่มีการบัญญัติไว้โดยเฉพาะจากการควบคุมการโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารได้โดยตรง

เอกสารอ้างอิง

ขวัญชัย สันตสว่าง. (2537). *เอกสารประกอบการบรรยายกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค*.

คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

นาฏอนงค์ นามบุตดี. (2558). อนาคตของผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร และการปรับกลยุทธ์การตลาด

ในไทย. *วารสารสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ*, 18, หน้า 353-374.

นภดล จันโหนง. (2560). ปัญหาทางกฎหมายของบทบัญญัติรัฐธรรมนูญ: ศึกษาเฉพาะกรณีรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 หมวด 5 ว่าด้วยหน้าที่ของรัฐ. ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
กฎหมายเพื่อการบริหาร. คณะนิติศาสตร์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.