บทที่ 3
มาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคเครื่องดื่มผสมคาเฟอีน ของประเทศไทยเปรียบเทียบของต่างประเทศ

เครื่องดื่มผสมคาเฟอีนหรือเครื่องดื่มชูกำลัง (Energy Drinks) ในปัจจุบันนี้เป็นเครื่องดื่มที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย มีกลุ่มผู้บริโภคในหลายกลุ่มด้วยกัน ทั้งในกลุ่มผู้ใช้แรงงาน กลุ่มวัยทำงาน กลุ่มวัยเรียนหรือวัยที่กำลังศึกษา โดยที่ผู้บริโภคเครื่องดื่มชนิดนี้ มีความเชื่อว่าเครื่องดื่มดังกล่าวเป็นเครื่องดื่มที่ช่วยในการเพิ่มประสิทธิภาพในการเรียน การทำงาน การประกอบกิจกรรมต่างๆ จากการรับฟังโฆษณาของกลุ่มผู้ประกอบการ ทั้งที่ความจริงแล้วยังเป็นที่เคลือบแคลงสงสัยในสรรพคุณต่างๆ ของเครื่องดื่มชนิดนี้ว่ามีประโยชน์หรือโทษอย่างไรบ้าง ดังนั้น จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องมีการศึกษาค้นคว้า หาข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับเครื่องดื่มชนิดนี้ ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของความหมาย ว่าแท้จริงแล้วเครื่องดื่มผสมคาเฟอีนคืออะไรมีส่วนผสมอะไรบ้าง โดยดูจากคำนิยามของเครื่องดื่มชูกำลังที่มีการขึ้นทะเบียนต่อคณะกรรมการอาหารและยา ส่วนประกอบต่างๆ ที่คณะกรรมการอาหารอนุญาตให้มีการใส่ได้ในปริมาณตามที่กำหนด รวมไปถึงทำการศึกษาเกี่ยวกับบุคคลที่มีความเกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มนี้ หน่วยงานที่มีอำนาจและหน้าที่ตามกฎหมายในการควบคุมดูแลเกี่ยวกับเครื่องดื่มผสมคาเฟอีนในปัจจุบันนี้ อยู่ในรูปแบบใดมีความเหมาะสมและสามารถดูแลตรวจสอบเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นี้ เพื่อให้ความคุ้มครองแก่ผู้บริโภคได้เพียงพอหรือไม่ และในต่างประเทศเครื่องดื่มผสมคาเฟอีนนี้ อยู่ภายใต้การควบคุมดูแลของหน่วยงานใด แตกต่างจากประเทศไทยเพียงใด เพื่อค้นหาแนวทางที่เหมาะสมกับการควบคุมและการคุ้มครองผู้บริโภคเครื่องดื่มผสมคาเฟอีน ยิ่งไปกว่านั้น คือการศึกษาถึงมาตรการทางกฎหมายในการควบคุมและการคุ้มครองผู้บริโภคเครื่องดื่มผสมคาเฟอีนในเรื่องต่างๆ อาทิเช่น มาตรการควบคุมเครื่องดื่มผสมคาเฟอีนในด้านการโฆษณา มาตรการควบคุมเครื่องดื่มผสมคาเฟอีนในด้านฉลาก รวมไปถึงมาตรการในการลงโทษ หากมีการฝ่าฝืนกฎหมายเกี่ยวกับเครื่องดื่มผสมคาเฟอีน

3.1 มาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคเครื่องดื่มผสมคาเฟอีนของประเทศไทย

ในปัจจุบันมาตรการทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มผสมคาเฟอีนได้แก่ พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 พระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 และพระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522 ในส่วนที่มีการกำหนดไว้เป็นการเฉพาะนั้น จะปรากฏในรูปแบบของประกาศสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข ที่ใช้บังคับเป็นการเฉพาะเรื่องตามรายละเอียดในประกาศกระทรวงสาธารณสุข ผู้เขียนจึงเห็นควรถึงการศึกษาถึงรายละเอียดต่างๆ เกี่ยวกับเครื่องดื่มผสมคาเฟอีนว่าเป็นอย่างไร รวมถึงกฎหมายที่ใช้บังคับอยู่ในปัจจุบันมีความเหมาะสมเพียงใด และเพียงพอหรือไม่ในการคุ้มครองผู้บริโภคในปัจจุบันนี้

3.1.1 ความหมายของเครื่องดื่มผสมคาเฟอีน

เครื่องดื่มผสมคาเฟอีน[1] คือ เครื่องดื่มที่ผสมคาเฟอีนหรือที่เรียกกันทั่วไปว่า เครื่องดื่มชูกำลังหรือเครื่องดื่มบำรุงกำลัง ซึ่งเครื่องดื่มผสมคาเฟอีนนั้น หมายความถึง เครื่องดื่มในภาชนะบรรจุที่ปิดสนิท ลักษณะขวดแก้วสีชา มีขนาดเล็กกะทัดรัด มีส่วนผสมที่มิได้มาจากพืช ผัก ผลไม้ และเติมสารกาเฟอีนเข้าไป เครื่องดื่มประเภทนี้ส่วนใหญ่จะมีส่วนประกอบดังนี้ น้ำตาลซูโครสในปริมาณขวดละ 18 – 32 กรัม จะได้พลังงานประมาณ 72 – 128 กิโลแคลอรี่/ขวดที่ดื่ม (ปกติร่างกายต้องการพลังงานวันละประมาณ 2,000 กิโลแคลอรี่)

คาเฟอีน ในปริมาณไม่เกิน 50 มิลลิกรัมต่อ 100 มิลลิลิตร

วิตามินต่างๆ เช่น ไนอาซินนาไมด์ แพนโนซินอล ไพริดอกซิน และไซยาโนโคบาลามิน เป็นวิตามินที่มีคุณประโยชน์ต่อร่างกาย แต่ก็สามารถพบได้ในอาหารอื่นๆ ที่บริโภคเป็นประจำ เช่น ผัก ผลไม้ หรือเนื้อสัตว์ต่างๆ อยู่แล้วอย่างเพียงพอ วิตามินเหล่านี้จัดเป็นวิตามินบีที่สลายในน้ำ อาจจะเสื่อมสลายได้ง่ายมากหลังจากที่ผลิตเสร็จ สารพวกทอรีน อินโนซิทอล กลูโคโรโนแลกโตน ซึ่งสารต่างๆ ดังกล่าวนี้มีอยู่ในอาหารทั่วๆ ไปที่บริโภคกันในชีวิตประจำวัน นอกจากนี้ ทอรีนและอินโนซิทอลยังเป็นสารที่ร่างกายสามารถสังเคราะห์ขึ้นเองได้

ศ.น.พ. เทพ หิมะทองคำ ผู้อำนวยการโรงพยาบาลเทพธารินทร์ และประธานมูลนิธิเพื่อพัฒนาการบริบาลผู้ป่วยเบาหวาน อธิบายว่า เครื่องดื่มชูกำลัง หรือเครื่องดื่มบำรุงกำลัง (Energy Drink) คือ “เครื่องดื่มผสมกาเฟอีน”[2]

---

[1] กลุ่มงานพัฒนาระบบ. (2550, 17 กุมภาพันธ์). “เครื่องดื่มผสมคาเฟอีน.” *เอกสารเผยแพร่ กองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข.* หน้า 1.

[2] เจริญชัย จิรชัยรัตนสิน. (2550, 25 มิถุนายน). “เครื่องดื่มชูกำลัง.” *หนังสือพิมพ์ข่าวสด,* 17, 6052.

เครื่องดื่มชูกำลัง คือ เครื่องดื่มที่ให้พลังงาน มีส่วนผสมของคาเฟอีน (Caffeine) ทอรีน (Taurine) อินโนซิทอล (Inositol) และซูโครสหรือน้ำตาลทราย (Sucrose)[3]

เครื่องดื่มชูกำลัง หมายถึง เครื่องดื่มที่ให้พลังงานแก่ร่างกายเพียง 8 แคลอรี่ต่อขวด ส่วนประกอบส่วนใหญ่ของเครื่องดื่มพวกนี้ ได้แก่คาเฟอีน ซึ่งมีผลกระตุ้นระบบประสาทไม่เกิน 50 มิลลิกรัมต่อขวด น้ำตาล วิตามินชนิดต่างๆ สารเคมี Glucuronolactone และ taurine อาจมีวัตถุกันเสีย สารแต่งกลิ่นรส สีต่างๆ[4]

จากการให้คำจำกัดความต่างๆ พบว่า เครื่องดื่มผสมคาเฟอีนหรือที่เรียกกันทั่วไปในกลุ่มผู้บริโภคว่าเครื่องดื่มชูกำลังหรือเครื่องดื่มบำรุงกำลังนั้น ไม่ว่าจะมีการเรียกชื่ออย่างไร เมื่อพิจารณาถึงส่วนประกอบในเครื่องดื่มดังกล่าว จะเห็นได้ว่าแท้จริงแล้วก็คือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมหลักคือ คาเฟอีน น้ำตาล วิตามินและแร่ธาตุต่างๆ รวมไปถึงสารอื่นๆ ในปริมาณตามที่มีการกำหนดไว้โดยกฎหมาย

แต่อย่างไรก็ตาม คำว่า “เครื่องดื่มผสมคาเฟอีน” นี้ แตกต่างจากคำว่า “เครื่องดื่มที่มีคาเฟอีน” โดยเครื่องดื่มผสมคาเฟอีนเป็นเพียงหนึ่งในเครื่องดื่มที่มีคาเฟอีน เนื่องจากเครื่องดื่มที่มีคาเฟอีนได้แก่ กาแฟ ชา โกโก้ ฯลฯ พืชที่มีคาเฟอีนเป็นส่วนประกอบและนำมาเป็นเครื่องดื่มนั้นพบได้ในเกือบทุกส่วนของโลก เพราะเหตุว่าคาเฟอีนมีฤทธิ์กระตุ้นประสาทช่วยบรรเทาความง่วง เพิ่มความสดชื่น จึงได้นิยมนำมาเป็นส่วนประกอบของเครื่องดื่มหรืออาหารสร้างความสดชื่น อาทิ เช่น กาแฟ ชา โคล่า กัวรานา ยาแก้ปวด ชอคโกแลต โกโก้ และเครื่องดื่มผสมคาเฟอีน เป็นต้น[5]

เมื่อพิจารณาถึงสถานะของเครื่องดื่มผสมคาเฟอีนตามพระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522 มาตรา 4 มีการกำหนดไว้ว่า

“อาหาร หมายความว่า ของกินหรือเครื่องดื่มค้ำจุนชีวิต ได้แก่

(1) วัตถุทุกชนิดที่คนกิน ดื่ม อม หรือนำเข้าสู่ร่างกายไม่ว่าด้วยวิธีใดๆหรือในรูปลักษณะใด แต่ไม่รวมถึงยา วัตถุที่ออกฤทธิ์ต่อจิตและประสาทหรือยาเสพติดให้โทษตามกฎหมายว่าด้วยการนั้น แล้วแต่กรณี

(2) วัตถุที่มุ่งหมายสำหรับใช้หรือใช้เป็นส่วนผสมในการผลิตอาหารรวมถึงวัตถุเจือปนอาหาร สี และเครื่องปรุงแต่งกลิ่นรส”

---

[3] มหาวิทยาลัยมหิดล. (2551, 5 กันยายน). *“บทวิเคราะห์เรื่องเครื่องดื่มชูกำลัง.”* หน้า 1.

[4] สุภาทิพย์ คณาศรี. (2546). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อเครื่องดื่มชูกำลังในจังหวัดร้อยเอ็ด.* หน้า 26.

[5] หทัยกาญจน์ กันหา. (2546). *การวิเคราะห์หาปริมาณคาเฟอีนในเครื่องดื่มชูกำลังโดยวิธีโครมาโทกราฟีของเหลวสมรรถนะสูง.* หน้า6-8.

“อาหารควบคุมเฉพาะ หมายความว่า อาหารที่ประกาศในราชกิจจานุเบกษาให้เป็นอาหารที่อยู่ในความควบคุมคุณภาพหรือมาตรฐาน”

ส่วนคำนิยามของคำว่า “ยา” นั้น มีการกำหนดไว้พระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510 แก้ไขเพิ่มเติมพระราชบัญญัติยา (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2522 มาตรา 4 กำหนดนิยาม “คำว่า “ยา” หมายความว่า

(1) วัตถุที่รับรองไว้ในตำรายาที่รัฐมนตรีประกาศ

(2) วัตถุที่มุ่งหมายสำหรับใช้ในการวินิจฉัย บำบัด บรรเทา รักษา หรือป้องกันโรคหรือความเจ็บป่วยของมนุษย์หรือสัตว์

(3) วัตถุที่เป็นเภสัชเคมีภัณฑ์หรือเภสัชเคมีภัณฑ์กึ่งสำเร็จรูปหรือ

(4) วัตถุที่มุ่งหมายสำหรับให้เกิดผลแก่สุขภาพ โครงสร้างหรือการกระทำหน้าที่ใดๆ ของร่างกายมนุษย์หรือสัตว์

วัตถุตาม (1) (2) หรือ (4) ไม่หมายความรวมถึง

(ก) วัตถุที่มุ่งหมายสำหรับใช้ในการเกษตร หรือการอุตสาหกรรมตามที่รัฐมนตรีประกาศ

(ข) วัตถุที่มุ่งหมายสำหรับใช้เป็นอาหารสำหรับมนุษย์ เครื่องกีฬา เครื่องมือ ใช้ในการส่งเสริมสุขภาพ เครื่องสำอางหรือเครื่องมือที่ใช้ในการประกอบโรคศิลปะ หรือวิชาชีพเวชกรรม

(ค) วัตถุที่มุ่งหมายสำหรับใช้ในห้องวิทยาศาสตร์ สำหรับการวิจัยการวิเคราะห์ หรือการชันสูตรโรคซึ่งมิได้กระทำโดยตรงต่อร่างกายของมนุษย์”

ซึ่งเครื่องดื่มผสมกาเฟอีน คือ เครื่องดื่มที่ทุกคนดื่มเข้าสู่ร่างกายและไม่มีลักษณะของยาตามความหมายในพระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510 ดังนั้น เครื่องดื่มผสมคาเฟอีนจัดอยู่ในกลุ่มของอาหารและได้มีประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ 214) พ.ศ. 2543 เรื่อง เครื่องดื่มในภาชนะบรรจุที่ปิดสนิทกำหนดให้เครื่องดื่มในภาชนะบรรจุที่ปิดสนิทเป็นอาหารควบคุมเฉพาะ โดยเครื่องดื่มผสมคาเฟอีนเป็นเครื่องดื่มในภาชนะบรรจุที่ปิดสนิท ตามข้อ 3 (3) ประเภท เครื่องดื่มที่มีหรือทำจากส่วนผสมที่ไม่ใช่ผลไม้ พืชหรือผัก[6]

3.1.2 ผู้ที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มผสมคาเฟอีน

การศึกษากฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมและการคุ้มครองผู้บริโภคเครื่องดื่มผสมคาเฟอีน จำเป็นจะต้องทราบความหมายของคำว่า “ผู้บริโภค” “ผู้ประกอบธุรกิจ” และ “ผู้โฆษณา” เสียก่อนเพื่อให้ทราบถึงคำจำกัดความของคำดังกล่าว ซึ่งจะได้กล่าวไว้ตลอดการศึกษานี้

---

[6] ประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ 214) พ.ศ. 2543.

3.1.2.1 “ผู้บริโภค”

กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคมุ่งที่จะให้ความคุ้มครองผู้บริโภคในการบริโภคเครื่องดื่มผสมคาเฟอีน ดังนั้นจึงต้องทำความเข้าใจถึงความหมายของคำว่า ผู้บริโภค เพื่อความเข้าใจถึงบุคคลที่วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มุ่งให้ความคุ้มครอง

1) ความหมายทั่วไป

ตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 คำว่า “ผู้บริโภค” หมายความว่า (กฎ) น. ผู้ซื้อหรือผู้ได้รับบริการจากผู้ประกอบธุรกิจ และหมายความรวมถึง ผู้ซึ่งได้รับการเสนอหรือชักชวนจากผู้ประกอบธุรกิจเพื่อให้ซื้อสินค้าหรือรับบริการด้วย ผู้เข้าทำสัญญาในฐานะผู้ซื้อ ผู้เช่า ผู้เช่าซื้อ ผู้กู้ ผู้เอาประกันภัย หรือผู้เข้าทำสัญญาอื่นใดเพื่อให้ได้มาซึ่งทรัพย์สิน บริการหรือประโยชน์อื่นใดโดยมีค่าตอบแทน ทั้งนี้ การทำสัญญานั้นต้องเป็นไปโดยมิใช่เพื่อการค้า ทรัพย์สิน บริการ หรือประโยชน์อื่นใดนั้น และหมายความรวมถึงผู้เข้าทำสัญญาในฐานะผู้ค้ำประกันของบุคคลดังกล่าวซึ่งมิได้กระทำเพื่อการค้าด้วย (อ. Consumer)[7]

อดุลย์ จาตุรงคกุล ได้ให้ความหมายของผู้บริโภคว่า ผู้บริโภค หมายถึง บุคคลต่างๆ ที่มีความสามารถในการซื้อ (Ability to Buy)[8]

ชัยวัฒน์ วงศ์วัฒนศานต์ ได้ให้ความหมายของผู้บริโภค ว่า ผู้บริโภค หมายถึง ผู้ซื้อหรือผู้ได้รับบริการจากผู้ประกอบธุรกิจหรือผู้ซึ่งได้รับการเสนอหรือการชักชวนจากผู้ประกอบธุรกิจเพื่อให้ซื้อสินค้าหรือรับบริการ และหมายความรวมถึงผู้ใช้สินค้าหรือผู้ได้รับบริการจากผู้ประกอบธุรกิจโดยชอบ แม้มิได้เป็นผู้เสียค่าตอบแทนก็ตาม[9]

จากความหมายของผู้บริโภคตามพจนานุกรมแห่งราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 จะเห็นว่าตรงกับคำว่า “Consumer” ในภาษาอังกฤษ ซึ่งคำว่า “Consumer” มีการให้ความหมายไว้ใน Oxford Advanced Learner’s Dictionary of Current English โดยอธิบายคำว่า “Consumer” ไว้ว่า “Consumer” A person who buys goods or uses services.[10]

ซึ่งแปลความได้ว่า ผู้บริโภคหมายถึง บุคคลผู้ซื้อสินค้าหรือใช้บริการ

---

[7] ราชบัณฑิตยสถาน *พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542.* หน้า 739.

[8] อดุลย์ จาตุรงคกุล. อ้างถึงใน ปนิธาน ช่อผูก. เล่มเดิม. หน้า 5.

[9] ชัยวัฒน์ วงศ์วัฒนศานต์ ก เล่มเดิม. หน้า 11.

[10] Hornby A S. (2002). *Oxford Advanced Learner’s Dictionary of Current English*. p.265.

และ Black's Law Dictionary ได้ให้ความหมายของคำว่า ผู้บริโภคไว้ว่า "Consumer" A person who buys goods or service for personal, family, or household use, with no intention of resale; a natural person who uses products for personal rather than business purposes.[11]

ซึ่งแปลความได้ว่า ผู้ที่ซื้อสินค้าหรือบริการเพื่อใช้เป็นการส่วนตัวหรือใช้ในครัวเรือน โดยไม่มีเจตนาที่จะนำไปจำหน่ายต่อ และหมายความรวมถึง บุคคลธรรมดาที่ใช้ผลิตภัณฑ์เป็นการส่วนตัวแทนการใช้เพื่อจุดมุ่งหมายทางธุรกิจ

2) ความหมายตามบทบัญญัติของกฎหมาย

กฎหมายของประเทศไทยได้มีการให้ความหมายของคำว่า "ผู้บริโภค" ไว้ในกฎหมายหลายฉบับ เช่น พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 มาตรา 3 ได้ให้ความหมายไว้ว่า

"ผู้บริโภค" หมายความว่า ผู้ซื้อหรือผู้ได้รับบริการจากผู้ประกอบธุรกิจ หรือผู้ซึ่งได้รับการเสนอหรือการชักชวนจากผู้ประกอบธุรกิจเพื่อให้ซื้อสินค้าหรือบริการ และหมายความรวมถึงผู้ใช้สินค้าหรือผู้ได้รับบริการจากผู้ประกอบธุรกิจโดยชอบ แม้มิได้เป็นผู้เสียค่าตอบแทนก็ตาม

พระราชบัญญัติว่าด้วยข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม พ.ศ. 2540 ได้ให้ความหมายของคำว่าผู้บริโภคในมาตรา 3 ไว้ว่า "ผู้บริโภค หมายความว่า ผู้เข้าทำสัญญาในฐานะผู้ซื้อ ผู้เช่า ผู้เช่าซื้อ ผู้กู้ ผู้เอาประกันภัย หรือผู้เข้าทำสัญญาอื่นใดเพื่อให้ได้มา ซึ่งทรัพย์สิน บริการ หรือประโยชน์อื่นใดโดยมีค่าตอบแทน ทั้งนี้การเข้าทำสัญญานั้นต้องเป็นไปโดยมิใช่เพื่อการค้า ทรัพย์สิน บริการ หรือประโยชน์อื่นใดนั้น และให้หมายความรวมถึง ผู้เข้าทำสัญญาในฐานะผู้ค้ำประกันของบุคคลดังกล่าวซึ่งมิได้กระทำเพื่อการค้านั้นด้วย"

เมื่อพิจารณาความหมายของผู้บริโภค ทั้งความหมายธรรมดาและความหมายของบทบัญญัติของกฎหมายแล้ว สามารถสรุปได้ว่า ผู้บริโภค หมายความว่า ผู้ที่ได้มาซึ่งสินค้าหรือบริการไม่ว่าจะเป็นการได้มาโดยนิติกรรมใด จะมีค่าตอบแทนหรือไม่ก็ตาม โดยการได้มาซึ่งสินค้าหรือบริการนั้นเพื่อประโยชน์เป็นการส่วนตัวหรือเพื่อประโยชน์ของบุคคลที่อยู่ในครัวเรือน โดยไม่มีเจตนาที่จะนำสินค้าหรือบริการนั้นไปจำหน่ายต่อไป และหมายความรวมถึงผู้ใช้สินค้าหรือผู้ได้รับบริการจากผู้ประกอบธุรกิจโดยชอบ แม้มิได้เป็นผู้เสียค่าตอบแทนก็ตาม

---

[11] Bryan A Garner. (2004). *Black's Law Dictionary.* p.335.

3.1.2.2 ผู้ประกอบธุรกิจ

ผู้ประกอบธุรกิจ คือบุคคลที่มีบทบาทอย่างสำคัญในการที่จำต้องมีมาตรการทางกฎหมายในการควบคุมและการคุ้มครองดูแลผู้บริโภคเกี่ยวกับการบริโภคเครื่องดื่มผสมคาเฟอีน ดังนั้น จึงต้องศึกษาทำความเข้าใจ ในความหมายของผู้ประกอบธุรกิจให้ถ่องแท้มากขึ้น

1) ความหมายทั่วไป

ตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 คำว่า ผู้ประกอบธุรกิจ หมายความว่า (กฎ) น. ผู้ขาย ผู้ผลิตเพื่อขาย ผู้สั่งหรือนำเข้ามาในราชอาณาจักรเพื่อขายหรือผู้ซื้อเพื่อขายต่อ ซึ่งสินค้าหรือผู้ให้บริการ และหมายความรวมถึงผู้ประกอบกิจการโฆษณาด้วย[12]

ผู้ประกอบธุรกิจหรือนักธุรกิจ (Businessman) คือ บุคคลผู้จัดตั้งธุรกิจและบริหารจัดการธุรกิจให้เกิดความสำเร็จตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ ซึ่งผู้ประกอบธุรกิจจะต้องติดต่อกับบุคคลอื่นตลอดเวลาไม่ว่าจะเป็นลูกค้า พนักงานในองค์การหรือหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน เพื่อผลประโยชน์ต่อธุรกิจตน[13]

2) ความหมายตามบทบัญญัติของกฎหมาย

กฎหมายของประเทศไทยได้มีการให้ความหมายของคำว่า “ผู้ประกอบธุรกิจ” ไว้ในกฎหมายหลายฉบับ เช่น พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 มาตรา 3 ได้ให้ความหมายไว้ว่า

“ผู้ประกอบธุรกิจ หมายความว่า ผู้ขาย ผู้ผลิตเพื่อขาย ผู้สั่งหรือนำเข้ามาในราชอาณาจักรเพื่อขายหรือผู้ซื้อเพื่อขายต่อซึ่งสินค้า หรือผู้ให้บริการ และหมายความรวมถึงผู้ประกอบกิจการโฆษณาด้วย”

พระราชบัญญัติวิธีพิจารณาคดีผู้บริโภค พ.ศ. 2551 ได้ให้ความหมายของคำว่า “ผู้ประกอบธุรกิจ” ในมาตรา 3 ไว้ว่า “ผู้ประกอบธุรกิจ หมายความว่า ผู้ประกอบธุรกิจตามกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองผู้บริโภคและให้หมายความรวมถึงผู้ประกอบการตามกฎหมายเกี่ยวกับความรับผิดต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นจากสินค้าที่ไม่ปลอดภัยด้วย” และในพระราชบัญญัติความรับผิดที่เกิดขึ้นจากสินค้าที่ไม่ปลอดภัย พ.ศ. 2551 ได้ให้ความหมายของคำว่า “ผู้ประกอบการ” ในมาตรา 4 ไว้ว่า “ผู้ประกอบการ หมายความว่า ผู้ผลิต หรือผู้ว่าจ้างให้ผลิต ผู้นำเข้า ผู้ขายสินค้าที่ไม่สามารถระบุตัวผู้ผลิต ผู้ว่าจ้างให้ผลิต หรือผู้นำเข้าได้และผู้ซึ่งใช้ชื่อทางการค้า เครื่องหมายการค้า เครื่องหมาย ข้อความหรือแสดงด้วยวิธีใดๆ อันมีลักษณะที่จะทำให้เกิดความเข้าใจได้ว่าเป็นผู้ผลิต ผู้ว่าจ้างให้ผลิต หรือผู้นำเข้า”

---

[12] ราชบัณฑิตยสถาน. (2542). *พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542.* หน้า 773.

[13] ศูนย์การศึกษานอกโรงเรียนจังหวัดลำพูน. *บทเรียนอิเล็กทรอนิกส์วิชาธุรกิจทั่วไป.* สืบค้นเมื่อ 2 พฤษภาคม 2555, จาก *http: //www.lpn.nfe.go.th/e_learning/index.html.*

เมื่อพิจารณาความหมายของคำว่าผู้ประกอบธุรกิจ ทั้งความหมายธรรมดาและความหมายของบทบัญญัติของกฎหมายแล้ว สามารถสรุปได้ว่าผู้ประกอบธุรกิจ หมายความถึง ผู้ขาย ผู้ผลิตเพื่อขาย ผู้สั่งหรือนำเข้ามาในราชอาณาจักรเพื่อขายหรือผู้ซื้อเพื่อขายต่อซึ่งสินค้า หรือผู้ให้บริการ ซึ่งอาจเป็นผู้ประกอบกิจการโฆษณาก็ได้ และหมายความรวมถึงผู้ขายสินค้าที่ไม่สามารถระบุตัวผู้ผลิต ผู้ว่าจ้างให้ผลิต หรือผู้นำเข้าได้ด้วย

3.1.2.3 ผู้โฆษณา

หากจะพิจารณาถึงผู้โฆษณา นั้น สิ่งแรกที่ต้องคำนึงประกอบกันคือ คำว่า “โฆษณา” เนื่องจากผู้โฆษณา ก็คือบุคคลที่กระทำการโฆษณานั่นเอง ดังนั้น จึงจำเป็นต้องศึกษาทำความเข้าใจเกี่ยวกับความหมายของคำว่า โฆษณา ประกอบกัน

1) ความหมายทั่วไป

ตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 คำว่า ผู้โฆษณา หมายความว่า (กฎ) น. บุคคลซึ่งรับผิดชอบในการผลิตสิ่งพิมพ์และจัดให้สิ่งพิมพ์นั้นแพร่หลายด้วยประการใดๆ ไม่ว่าจะเป็นโดยการขาย เสนอขาย จ่ายแจก หรือเสนอจ่ายแจกและไม่ว่าการนั้นจะเป็นการให้เปล่าหรือไม่[14]

คำว่า “ผู้โฆษณา” นั้น ในภาษาอังกฤษ ตรงกับคำว่า “Advertiser” ซึ่งตาม English-Thai Dictionary ได้ให้ความหมายของคำนี้ไว้ว่า บุคคลที่ป่าวประกาศหรือใช้วิธีการอื่นๆให้ประชาชนเห็นหรือทราบข้อความ

ส่วนคำว่า “โฆษณา” นั้น ตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 ได้ให้ความหมายของคำว่า “โฆษณา” ไว้ว่า “โฆษณา หมายความว่า เผยแพร่ข้อความออกไปยังสาธารณะ ป่าวร้อง ป่าวประกาศ การกระทำไม่ว่าโดยวิธีใดๆ ให้ประชาชนเห็นหรือทราบข้อความเพื่อประโยชน์ในทางการค้า[15]

รองศาสตราจารย์ ดร.เสรี วงศ์มณฑา ได้ให้ความหมายของการโฆษณาไว้ คือ “การโฆษณาหมายถึง การสื่อสารที่มิใช่การสื่อสารระหว่างบุคคล แต่เป็นการสื่อสารระดับมวลชนที่ผู้สื่อจะต้องจ่ายเงินค่าบริการในการสื่อสารข้อความต่างๆ เหล่านั้น ผู้สื่ออาจจะเป็นบริษัทธุรกิจเอกชน องค์กรหรือบุคคลใดๆ ที่เราในฐานะผู้รับสื่อจะรู้ได้จากข้อความโฆษณา และผู้สื่อนี้คือผู้ที่หวังว่าในการสื่อสารดังกล่าวนั้น เขาสามารถชักจูงกลุ่มชนใดกลุ่มชนหนึ่งให้ปฏิบัติตามข้อแนะนำในข้อความโฆษณา”

---

[14] ราชบัณฑิตยสถาน. เล่มเดิม. หน้า 772.

[15] แหล่งเดิม. หน้า 273.

ตาม Black's Law Dictionary ได้ให้ความหมายของคำว่า "โฆษณา" ไว้ว่า "Advertise. To advice, announce, command, give notice of, inform, make known, publish on call to public attention by any means whatsoever. Any oral, written, or graphic statement made by the seller in any manner in connection with solicitation of business and includes, without limitation because of enumeration, statement and representations made in newspaper of other publication or on radio or television or contained in any notice, handbill, sign, catalog or letter, or printed on or contained in any tag or label attached to or accompanying any merchandise."[16]

2) ความหมายตามบทบัญญัติของกฎหมาย

มีการให้คำนิยามคำว่า "โฆษณา" ในกฎหมายของประเทศไทยไว้ในกฎหมายหลายฉบับ เช่น พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 มาตรา 3 ได้ให้ความหมายไว้ว่า "โฆษณา หมายความรวมถึง การกระทำการไม่ว่าโดยวิธีการใดๆ ให้ประชาชนเห็นหรือทราบ ข้อความเพื่อประโยชน์ในทางการค้า"

ตามพระราชบัญญัติควบคุมผลิตภัณฑ์ยาสูบ พ.ศ. 2535 ได้ให้ความหมายของคำว่า "โฆษณา" ไว้ คือ "โฆษณา หมายความว่า การกระทำไม่ว่าโดยวิธีใดๆ ให้ประชาชนเห็น ได้ยิน หรือทราบข้อความเพื่อประโยชน์ในทางการค้า"

เมื่อพิจารณาความหมายของคำว่าผู้ประกอบธุรกิจ ทั้งความหมายธรรมดาและความหมายของบทบัญญัติของกฎหมายแล้ว สามารถสรุปได้ว่าผู้โฆษณา หมายความถึง ผู้ที่กระทำการไม่ว่าโดยวิธีการใดๆ ให้ผู้อื่นเห็นหรือทราบ ข้อความเพื่อประโยชน์ในทางการค้า

3.1.3 หน่วยงานหรือองค์กรที่มีอำนาจหน้าที่ในการควบคุมดูแล

หน่วยงานหรือองค์กรที่มีอำนาจหน้าที่ในการควบคุมดูแลเกี่ยวกับการประกอบกิจการเครื่องดื่มผสมคาเฟอีน ได้แก่ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) คณะกรรมการกิจการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) เป็นผู้ทำหน้าที่ในการควบคุมดูแล โดยอาศัยบทบัญญัติของกฎหมาย ดังต่อไปนี้

3.1.3.1 สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) (Office of the Consumer Protection Board)

สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค เป็นองค์กรของรัฐที่ดำเนินการคุ้มครองผู้บริโภคให้เป็นไปตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 เป็นหน่วยงานสังกัด

---

[16] Henry Campbell Black. (1990). *Black's Law Dictionary.* p.50.

สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี จัดตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 2 กรกฎาคม พ.ศ. 2522 ต่อมาได้ยกฐานะเป็นหน่วยงานระดับกรม เมื่อวันที่ 21 พฤษภาคม พ.ศ. 2542 ตามพระราชกฤษฎีกาให้ใช้บังคับบทบัญญัติมาตรา 8 แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2541[17] โดยจะดำเนินการคุ้มครองผู้บริโภคตามนโยบายของรัฐบาลและคำสั่งของคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

การคุ้มครองผู้บริโภคตามพระราชบัญญัตินี้เป็นการคุ้มครองผู้บริโภคโดยทั่วไป หากมีกฎหมายใดบัญญัติเรื่องใดไว้โดยเฉพาะแล้ว ก็ต้องนำกฎหมายฉบับนั้นมาใช้บังคับเป็นเรื่องๆไป

1) โครงสร้างการบริหารงานและอำนาจหน้าที่

สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ซึ่งมีโครงสร้างองค์กรและอำนาจหน้าที่ดังต่อไปนี้

(1) สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

ในการจัดตั้งหน่วยงานหรือองค์กรในการดำเนินการเพื่อคุ้มครองผู้บริโภค พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 มาตรา 20 บัญญัติให้จัดตั้งสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคขึ้นในสำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี สำนักนายกรัฐมนตรี

ก. รับเรื่องราวร้องทุกข์จากผู้บริโภคที่ได้รับความเดือดร้อนหรือเสียหายจากการกระทำของผู้ประกอบธุรกิจ เพื่อเสนอต่อคณะกรรมการคุ้มครองผู้ริโภคเพื่อพิจารณาดำเนินการ

ข. ติดตามและสอดส่องพฤติการณ์ผู้ประกอบธุรกิจซึ่งกระทำการใดๆ อันมีลักษณะเป็นการละเมิดสิทธิของผู้บริโภค และจัดให้มีการทดสอบหรือพิสูจน์สินค้าหรือบริการใดๆ ตามที่เห็นสมควรและจำเป็นเพื่อคุ้มครองผู้บริโภค

ค. สนับสนุนหรือทำการศึกษาและวิจัยปัญหาเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคร่วมกับสถาบันการศึกษาและหน่วยงานอื่น

ง. ส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการศึกษาแก่ผู้บริโภคเกี่ยวกับความปลอดภัยและอันตรายที่อาจได้รับจากสินค้าหรือบริการ เพื่อจะได้สามารถคุ้มครองตนเองในเบื้องต้นก่อนนอกเหนือจากความช่วยเหลือจากรัฐบาล

จ. ดำเนินการเผยแพร่วิชาการและให้ความรู้และการศึกษาแก่ผู้บริโภค เพื่อสร้างนิสัยในการบริโภคที่เป็นการส่งเสริมพลานามัย ประหยัด และใช้ทรัพยากรของชาติให้เป็นประโยชน์มากที่สุด

---

[17] สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค. (2546). *สคบ.กับการคุ้มครองผู้บริโภค.* หน้า 3.

ฉ. ประสานงานกับส่วนราชการหรือหน่วยงานของรัฐที่มีอำนาจหน้าที่เกี่ยวกับส่งเสริมหรือกำหนดมาตรการของสินค้าหรือบริการ มีสายงานรับผิดชอบคือกองคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณา ฉลาก และด้านสัญญา ทำงานประสานงานกับหน่วยราชการหรือหน่วยงานอื่นให้ผู้บริโภคได้รับความปลอดภัย และเป็นธรรมจากการซื้อสินค้าหรือบริการ

ช. ปฏิบัติการอื่นๆ ตามที่คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคหรือคณะกรรมการเฉพาะเรื่องมอบหมาย รวมทั้งดำเนินคดีแพ่งและคดีอาญาแก่ผู้กระทำการละเมิดสิทธิของผู้บริโภค ตามที่คณะกรรมการมอบหมาย และฟ้องเรียกทรัพย์สินหรือค่าเสียหายให้แก่ผู้บริโภคที่ร้องขอ

(2) คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 มาตรา 9 บัญญัติให้การดำเนินคุ้มครองผู้บริโภคเป็นไปในรูปของคณะกรรมการซึ่งประกอบไปด้วย นายกรัฐมนตรีเป็นประธาน เลขาธิการนายกรัฐมนตรี ปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี ปลัดกระทรวงอุตสาหกรรม ปลัดกระทรวงพาณิชย์ ปลัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เลขาธิการคณะกรรมการอาหารและยา ปลัดกระทรวงคมนาคม ปลัดกระทรวงมหาดไทย และผู้ทรงคุณวุฒิอีกไม่เกิน 8 คน ซึ่งคณะรัฐมนตรีแต่งตั้งเป็นกรรมการและเลขาธิการสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคเป็นกรรมการและเลขานุการ รวมทั้งสิ้น 13 คน โดยมีวาระในการดำรงตำแหน่ง 3 ปี[18]

อำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคนั้น พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ได้บัญญัติถึงอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคไว้ในมาตรา 10 ให้คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค มีอำนาจหน้าที่ดังต่อไปนี้[19]

ก. พิจารณาเรื่องราวร้องทุกข์จากผู้บริโภคที่ได้รับความเดือดร้อนหรือเสียหายอันเนื่องมาจากการกระทำของผู้ประกอบธุรกิจ

ข. ดำเนินการเกี่ยวกับสินค้าที่อาจเป็นอันตรายแก่ผู้บริโภคตามมาตรา 36

ค. แจ้งหรือโฆษณาข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่อาจก่อให้เกิดความเสียหายหรือเสื่อมเสียแก่สิทธิของผู้บริโภค ในการนี้อาจระบุชื่อสินค้าหรือบริการหรือชื่อของผู้ประกอบธุรกิจด้วยก็ได้

ง. ให้คำปรึกษาหรือคำแนะนำแก่คณะกรรมการเฉพาะเรื่อง ตลอดจนพิจารณาวินิจฉัยการอุทธรณ์คำสั่งของคณะกรรมการเฉพาะเรื่อง

---

[18] พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522, มาตรา 12.

[19] สุษม ศุภนิตย์. (2548). *คำอธิบายกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค.* หน้า 166-169.

จ. วางระเบียบเกี่ยวกับการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการเฉพาะเรื่องและคณะอนุกรรมการ

ฉ. สอดส่องเร่งรัดพนักงานเจ้าหน้าที่ ส่วนราชการหรือหน่วยงานอื่นของรัฐให้ปฏิบัติตามอำนาจหน้าที่ที่กฎหมายกำหนด ตลอดจนเร่งรัดพนักงานเจ้าหน้าที่ให้ดำเนินคดีในความผิดเกี่ยวกับการละเมิดสิทธิของผู้บริโภค

ช. ดำเนินคดีเกี่ยวกับการละเมิดสิทธิของผู้บริโภคที่คณะกรรมการเห็นสมควรหรือมีผู้ร้องขอตามมาตรา 39

ซ. รับรองสมาคมตามมาตรา 40

ฌ.เสนอความเห็นต่อคณะรัฐมนตรี เกี่ยวกับนโยบายและมาตรการในการคุ้มครองผู้บริโภคและพิจารณาให้ความเห็นในเรื่องใดๆ ที่เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคตามที่คณะรัฐมนตรีหรือรัฐมนตรีมอบหมาย

ญ.ปฏิบัติการอื่นใดตามที่กฎหมายกำหนดไว้ให้เป็นอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการในการปฏิบัติหน้าที่ที่คณะกรรมการอาจมอบหมายให้สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคเป็นผู้ปฏิบัติการหรือเตรียมข้อเสนอมายังคณะกรรมการเพื่อพิจารณาดำเนินการต่อไปได้

3.1.3.2 คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา

นอกจากคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคแล้ว พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 มาตรา 14 ยังบัญญัติให้มีคณะกรรมการเฉพาะเรื่อง ทั้งนี้เพื่อคุ้มครองผู้บริโภคในด้านต่างๆ โดยเฉพาะได้แก่

พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ได้กำหนดให้คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาเป็นคณะกรรมการเฉพาะเรื่องซึ่งแต่งตั้งขึ้นตามมาตรา 14 แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค โดยประกอบด้วยคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิในเรื่องที่เกี่ยวข้องมีจำนวนไม่น้อยกว่าเจ็ดคนแต่ไม่เกินสิบสามคน ดำรงตำแหน่งคราวละสองปี

อำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณานั้นเป็นไปตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 มาตรา 22 ถึง มาตรา 29 อำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา มีดังต่อไปนี้

1) หน้าที่โดยทั่วไปในการควบคุมดูแลการโฆษณาสินค้าหรือบริการที่ยังไม่ได้ถูกควบคุมโฆษณาโดยกฎหมายอื่น ซึ่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ได้กำหนดลักษณะของข้อความที่จะใช้ในการโฆษณาไว้ในมาตรา 22 และกำหนดวิธีการที่จะใช้ในการโฆษณาไว้ในมาตรา 23

2) ป้องกัน ระงับ ยับยั้งอันตรายอันอาจเกิดขึ้นต่อผู้บริโภคอันเนื่องมาจากการโฆษณาสินค้าหรือบริการบางประการเป็นการล่วงหน้า โดยกำหนดเงื่อนไขเกี่ยวกับการโฆษณาสินค้าหรือบริการนั้น หรือห้ามการโฆษณาหรือจำกัดการใช้สื่อโฆษณาสินค้าหรือบริการซึ่งกำหนดตามมาตรา 24 มาตรา 25 และมาตรา 26

3) ตรวจข้อความโฆษณาที่ผู้ประกอบการขอให้พิจารณาให้ความเห็นก่อนทำการโฆษณาตามมาตรา 29

4) มีอำนาจที่จะออกคำสั่งอย่างหนึ่งอย่างใดหรือหลายอย่างตามมาตรา 24 ในกรณีที่เห็นว่าสินค้าใดอาจเป็นอันตรายแก่ผู้บริโภคและคณะกรรมการว่าด้วยฉลากได้กำหนดให้สินค้านั้นเป็นสินค้าควบคุมฉลากตามมาตรา 30 และตามมาตรา 27 ในกรณีที่เห็นว่าการโฆษณาเป็นการฝ่าฝืนต่อพระราชบัญญัตินี้ในมาตรา 23 มาตรา 24 (1) หรือมาตรา 25

ในการดำเนินการตามอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาดังกล่าว เมื่อคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาได้พิจารณาข้อความโฆษณาใดแล้วสงสัยว่า ข้อความโฆษณาดังกล่าวจะฝ่าฝืนต่อพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาต้องให้โอกาสแก่ผู้กระทำการโฆษณาได้ชี้แจงข้อเท็จจริง หรือนำพิสูจน์แสดงข้อความจริงว่าข้อความโฆษณาของตนมิได้มีลักษณะอันเป็นการฝ่าฝืนต่อกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค

เมื่อคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาพิจารณาแล้วเห็นว่าข้อความโฆษณานั้นมีลักษณะอันเป็นการฝ่าฝืนต่อกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคแล้ว คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณามีอำนาจที่จะออกคำสั่งอย่างหนึ่งอย่างใดตามที่กำหนดไว้ในมาตรา 27 แก่ผู้ประกอบธุรกิจได้ และถ้าผู้ประกอบธุรกิจฝ่าฝืนไม่ปฏิบัติตามคำสั่งของคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา ย่อมต้องรับโทษอาญาตามที่กำหนดไว้ในมาตรา 49

กฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองผู้บริโภค ได้กำหนดเป็นหลักการไว้ในมาตรา 22 และมาตรา 23 ว่าการโฆษณาสินค้าหรือบริการ จะต้องไม่กระทำในลักษณะซึ่ง

ลักษณะ 1 คือ การให้ข้อความที่เป็นการไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคนั้นในกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองผู้บริโภค มาตรา 22 ได้แยกไว้เป็น 2 ประการ คือ

(1) ข้อความโฆษณาที่เป็นเท็จหรือเกินความจริง

(2) ข้อความโฆษณาที่จะก่อให้ผู้บริโภคเกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ ทั้งนี้ โดยไม่ว่าจะกระทำโดยใช้หรืออ้างอิงรายงานทางวิชาการ สถิติ หรือสิ่งใดสิ่งหนึ่งอันไม่เป็นธรรมหรือเกินความจริงหรือไม่ก็ตาม

ลักษณะ 2 คือการใช้ถ้อยคำอันอาจก่อให้เกิดผลเสียหายแก่สังคมเป็นส่วนรวมได้แยกไว้เป็น 2 ลักษณะเช่นกัน คือ

(1) ข้อความที่เป็นการสนับสนุนโดยตรงหรือโดยอ้อมให้มีการกระทำผิดกฎหมายหรือศีลธรรม หรือนำไปสู่ความเสื่อมเสียในวัฒนธรรมของชาติ

(2) ข้อความที่จะทำให้เกิดความแตกแยกหรือเสื่อมเสียความสามัคคีในหมู่ประชาชน

ลักษณะ 3 ซึ่งได้แก่ วิธีการโฆษณาอันอาจเป็นอันตรายต่อสุขภาพ ร่างกาย จิตใจ หรืออาจก่อให้เกิดความรำคาญแก่ผู้บริโภคตามที่กำหนดในกฎกระทรวงนั้น คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาได้ดำเนินการยกร่างเป็นกฎกระทรวงขึ้น โดยมีหลักการกำหนดให้การโฆษณาโดยนำสิ่งอันตรายมาประกอบกับการโฆษณาโดยไม่มีระบบป้องกันอันตรายที่รัดกุม การโฆษณาโดยใช้เสียงดังเกินควร หรือมีกาเปลี่ยนแปลงระดับเสียงให้แตกต่างกันโดยฉับพลัน เป็นวิธีการโฆษณาอันอาจเป็นอันตรายแก่ผู้บริโภค

ลักษณะ 4 ข้อความโฆษณาที่มีกฎกระทรวงกำหนดให้เป็นข้อความโฆษณาอันถือว่าไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคหรือก่อให้เกิดความเสียหายต่อสังคมเป็นส่วนรวมนั้น ปัจจุบันนี้คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาได้ยกร่างเสนอและประกาศใช้บังคับแล้ว คือ กฎกระทรวงฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2526) และกฎกระทรวงฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2528) ออกตามความในพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522

ในกรณีที่เป็นข้อความโฆษณาสินค้าอยู่ในอำนาจของคณะกรรมการฯที่จะพิจารณาได้ คณะกรรมการฯ ต้องให้โอกาสแก่ผู้กระทำการโฆษณาชี้แจงข้อเท็จจริงและแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการกระทำของตนก่อนเสมอ เว้นแต่เป็นเรื่องมีความจำเป็นหรือเร่งด่วน (โดยผลของมาตรา 18 แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค) เช่น การปล่อยให้มีการโฆษณาต่อไปจะก่อให้เกิดความเสียหายแก่ผู้บริโภคได้เช่นนี้ คณะกรรมการฯก็อาจใช้อำนาจออกคำสั่งตามมาตรา 27 สั่งห้ามใช้ข้อความโฆษณานั้น หรือสั่งอย่างหนึ่งอย่างใดตามที่กฎหมายกำหนดให้อำนาจไว้ไปก่อนได้ การควบคุมการโฆษณาตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค เป็นระบบการตรวจติดตามหลังจากมีการโฆษณาผ่านสื่อแล้ว

อำนาจของคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาจึงมีลักษณะที่เรียกว่า กึ่งตุลาการ กล่าวคือมีอำนาจสั่งให้ผู้โฆษณาระงับ แก้ไข ตลอดจนห้ามทำการโฆษณาผ่านสื่อใดๆ อันกระทบถึงพฤติกรรมของผู้โฆษณาโดยตรงและเป็นการสั่งการโดยไม่ต้องผ่านการพิจารณาของศาล เท่ากับเป็นการใช้อำนาจตุลาการโดยฝ่ายบริหาร จึงเรียกว่าเป็นอำนาจกึ่งตุลาการ การที่กฎหมายให้อำนาจคณะกรรมการโฆษณาไว้ในมาตรา 27 เนื่องโฆษณาเป็นกิจการที่มีผลกระทบต่อสังคมรวดเร็วมาก

ดังนั้น หากการควบคุมกำกับโดยภาครัฐซึ่งเป็นฝ่ายบริหารต้องอาศัยกระบวนการทางศาล การสอบสวนและดำเนินคดีที่ยาวนาน ย่อมหวังผลในทางการป้องกันความเสียหายต่อสังคมได้ยากและไม่ทันการ

3.1.3.3 สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) (Food and Drug Administration)[20]

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา เป็นหน่วยงานราชการสังกัดกระทรวงสาธารณสุข มีหน้าที่ในการติดตาม กำกับ และดูแลเกี่ยวกับการปกป้องและคุ้มครองสุขภาพของประชาชนจากการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพ

1) โครงสร้างการบริหารงาน

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) เป็นส่วนราชการที่มีฐานะเป็นกรม สังกัดกระทรวงสาธารณสุข มีภารกิจเกี่ยวกับการปกป้องและคุ้มครองสุขภาพของประชาชนจากการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพ ซึ่งประกอบด้วย อาหาร ยา ยาเสพย์ติดให้โทษ วัตถุที่ออกฤทธิ์ต่อจิตและประสาท สารระเหยบางชนิด เครื่องสำอาง วัตถุอันตรายที่ใช้ในบ้านเรือน และเครื่องมือแพทย์ โดยผลิตภัณฑ์สุขภาพเหล่านี้ต้องมีคุณภาพและปลอดภัย สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) จะดำเนินการตามกฎหมายว่าด้วยผลิตภัณฑ์สุขภาพชนิดและประเภทต่างๆ ดังที่ได้กล่าวมา โดยมีการส่งเสริมพฤติกรรมการบริโภคที่ถูกต้องด้วยข้อมูลวิชาการที่มีหลักฐานเชื่อถือได้และมีความเหมาะสม ทั้งนี้เพื่อให้ประชาชนได้บริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ปลอดภัย สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) ประกอบด้วย 9 กอง 1 สำนัก และ 3 กลุ่ม

2) อำนาจหน้าที่

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา มีอำนาจหน้าที่หลักดังต่อไปนี้

(1) ดำเนินการตามกฎหมายว่าด้วยอาหาร กฎหมายว่าด้วยยา กฎหมายว่าด้วยเครื่องสำอาง กฎหมายว่าด้วยวัตถุอันตราย กฎหมายว่าด้วยวัตถุที่ออกฤทธิ์ต่อจิตและประสาท กฎหมายว่าด้วยยาเสพย์ติดให้โทษ กฎหมายว่าด้วยเครื่องมือแพทย์ กฎหมายว่าด้วยการป้องกันการใช้สารระเหยและกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้อง

(2) พัฒนาระบบและกลไก เพื่อให้มีการดำเนินการบังคับใช้กฎหมายที่อยู่ในความรับผิดชอบ

(3) เฝ้าระวังกำกับและตรวจสอบคุณภาพมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ สถานประกอบการและการโฆษณา รวมทั้งผลอันไม่พึงประสงค์ของผลิตภัณฑ์ตลอดจนมีการติดตามหรือเฝ้าระวังข้อมูลข่าวสารด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพจากภายในประเทศและภายนอกประเทศ

---

[20] สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา. สืบค้นเมื่อ 20 เมษายน 2555, จาก *http: //www.fda.moph.go.th*

3.1.3.4 คณะกรรมการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) [21]

1) โครงสร้างการบริหาร

เป็นองค์กรของรัฐที่เป็นอิสระ ซึ่งจัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 อันเป็นกฎหมายที่ตราขึ้นให้เป็นไปตามมาตรา 47 ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2550 ที่บัญญัติว่า “คลื่นความถี่ที่ใช้ในการส่งวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และโทรคมนาคมเป็นทรัพยากรสื่อสารของชาติเพื่อประโยชน์สาธารณะให้มีองค์กรของรัฐที่เป็นอิสระองค์กรหนึ่งทำหน้าที่จัดสรรคลื่นความถี่ตามวรรคหนึ่ง และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม ทั้งนี้ ตามที่กฎหมายบัญญัติ”

2) อำนาจหน้าที่

คณะกรรมการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ มีอำนาจหน้าที่ดังต่อไปนี้

(1) จัดทำแผนแม่บทการบริหารคลื่นความถี่ ตารางการกำหนดคลื่นความถี่แห่งชาติ แผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ แผนแม่บทกิจการโทรคมนาคม แผนความถี่วิทยุและแผนเลขหมายโทรคมนาคม

(2) กำหนดการจัดสรรคลื่นความถี่ระหว่างคลื่นความถี่ที่ใช้ในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ กิจการวิทยุคมนาคม และกิจการโทรคมนาคม

(3) กำหนดลักษณะและประเภทของกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม

(4) พิจารณาอนุญาตและกำกับดูแลการใช้คลื่นความถี่และเครื่องวิทยุคมนาคมในการประกอบกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม หรือในกิจการวิทยุคมนาคมและกำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการเกี่ยวกับการอนุญาต เงื่อนไข หรือค่าธรรมเนียมการอนุญาตดังกล่าว

(5) กำหนดหลักเกณฑ์การใช้คลื่นความถี่ให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ปราศจากการรบกวนซึ่งกันละกัน ทั้งในกิจการประเภทเดียวกันและระหว่างกิจการแต่ละประเภท

---

[21] คณะกรรมการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ. สืบค้นเมื่อ 1 พฤษภาคม 2555, จาก *http: //www.nbtc.go.th/wps/portal/NTC/OffNTC/History*

(6) พิจารณาอนุญาตและกำกับดูแลการประกอบกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เพื่อให้ผู้ใช้บริการได้รับบริการที่มีคุณภาพ ประสิทธิภาพ รวดเร็ว ถูกต้อง และเป็นธรรมและกำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการเกี่ยวกับการอนุญาต เงื่อนไข หรือค่าธรรมเนียมการอนุญาตดังกล่าว

(7) พิจารณาอนุญาตและกำกับดูแลการใช้เลขหมายโทรคมนาคม และกำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการเกี่ยวกับการอนุญาต เงื่อนไข หรือค่าธรรมเนียมการอนุญาตดังกล่าว

(8) กำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการในการใช้หรือเชื่อมต่อ และหลักเกณฑ์และวิธีการในการกำหนดอัตราค่าใช้หรือค่าเชื่อมต่อโครงข่ายในการประกอบกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม ทั้งในกิจการประเภทเดียวกันและระหว่างกิจการแต่ละประเภท ให้เป็นธรรมต่อผู้ใช้บริการ ผู้ให้บริการและผู้ลงทุน หรือระหว่างผู้ให้บริการโทรคมนาคมโดยคำนึงถึงประโยชน์สาธารณะเป็นสำคัญ

(9) กำหนดโครงสร้างอัตราค่าธรรมเนียมและโครงสร้างอัตราค่าบริการในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม ให้เป็นธรรมต่อผู้ใช้บริการและผู้ให้บริการโดยคำนึงถึงประโยชน์สาธารณะเป็นสำคัญ

(10) กำหนดมาตรฐานและลักษณะพึงประสงค์ทางด้านเทคนิคในการประกอบกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ กิจการโทรคมนาคม และในกิจการวิทยุคมนาคม

(11) กำหนดมาตรการเพื่อป้องกันมิให้มีการกระทำอันเป็นการผูกขาดหรือก่อให้เกิดความไม่เป็นธรรมในการแข่งขันในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม

(12) กำหนดมาตรการให้มีการกระจายบริการด้านโทรคมนาคมให้ทั่วถึงและเท่าเทียมกันตามมาตรา 50

(13) คุ้มครองสิทธิและเสรีภาพของประชาชนมิให้ถูกเอาเปรียบจากผู้ประกอบกิจการและคุ้มครองสิทธิในความเป็นส่วนตัวและเสรีภาพของบุคคลในการสื่อสารถึงกันโดยทางโทรคมนาคมและส่งเสริมสิทธิเสรีภาพและความเสมอภาคของประชาชนในการเข้าถึงและใช้ประโยชน์คลื่นความถี่ที่ใช้ในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม

(14) ประสานงานเกี่ยวกับการบริหารคลื่นความถี่ทั้งในประเทศและระหว่างประเทศ

(15) วินิจฉัยและแก้ไขปัญหาการใช้คลื่นความถี่ที่มีการรบกวนซึ่งกันและกัน

(16) ติดตามตรวจสอบและให้คำปรึกษาแนะนำการประกอบกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม

(17) กำหนดลักษณะการควบรวม การครองสิทธิข้ามสื่อ หรือการครอบงำกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ที่ใช้คลื่นความถี่ ระหว่างสื่อมวลชนด้วยกันเองหรือโดยบุคคล

อื่นใด ซึ่งจะมีผลเป็นการขัดขวางเสรีภาพในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารหรือปิดกั้นการได้รับข้อมูลข่าวสารที่หลากหลายของประชาชน

(18) ส่งเสริมการรวมกลุ่มของผู้รับใบอนุญาต ผู้ผลิตรายการ และผู้ประกอบวิชาชีพสื่อสารมวลชนที่เกี่ยวกับกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์เป็นองค์กรในรูปแบบต่างๆ เพื่อทำหน้าที่จัดทำมาตรฐานทางจริยธรรมของการประกอบอาชีพหรือวิชาชีพและการควบคุมการประกอบอาชีพหรือวิชาชีพกันเองภายใต้มาตรฐานทางจริยธรรม

(19) ออกระเบียบหรือประกาศตามมาตรา 58

(20) อนุมัติงบประมาณรายจ่ายของสำนักงาน กสทช. รวมทั้งเงินที่จะจัดสรรเข้ากองทุนตามมาตรา 52

(21) พิจารณาและให้ความเห็นชอบเกี่ยวกับการจัดสรรเงินกองทุนตามที่คณะกรรมการบริหารกองทุนเสนอตามมาตรา 55

(22) ให้ข้อมูลและร่วมดำเนินการในการเจรจาหรือทำความตกลงระหว่างรัฐบาลแห่งราชอาณาจักรไทยกับรัฐบาลต่างประเทศหรือองค์การระหว่างประเทศ ในเรื่องที่เกี่ยวกับการบริหารคลื่นความถี่ กิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ กิจการโทรคมนาคม หรือกิจการอื่นที่เกี่ยวข้อง

(23) เสนอแนะต่อรัฐมนตรีเพื่อให้มีกฎหมายหรือแก้ไขปรับปรุงหรือยกเลิกกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการจัดสรรคลื่นความถี่และการดำเนินการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับคลื่นความถี่ กิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม

(24) ออกระเบียบ ประกาศ หรือคำสั่งอื่นอันเกี่ยวกับอำนาจหน้าที่ของ กสทช.

(25) ปฏิบัติการอื่นใดตามที่กำหนดไว้ในพระราชบัญญัตินี้หรือกฎหมายอื่น การกำหนดลักษณะการควบรวม การครองสิทธิข้ามสื่อหรือการครอบงำตาม (17) ให้ กสทช.รับฟังความคิดเห็นจากประชาชนและผู้เกี่ยวข้องประกอบด้วย

สรุปแล้วแต่ละหน่วยงานตามที่กล่าวมาข้างต้นนี้ ต่างมีอำนาจและหน้าที่ในการให้ความคุ้มครองผู้บริโภคเกี่ยวกับเครื่องดื่มผสมคาเฟอีน ตามแต่ละเรื่องที่อยู่ภายใต้การควบคุมดูแลของหน่วยงานตนเอง อาทิเช่น สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) มีอำนาจและหน้าที่ในการควบคุมดูแลทั้งในเรื่องของการอนุญาตให้จำหน่าย ส่วนประกอบที่ใส่ลงไปในเครื่องดื่ม การติดฉลากบนเครื่องดื่ม เป็นต้น ส่วนคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณามีอำนาจและหน้าที่ในการควบคุมดูแลเกี่ยวกับการโฆษณาเครื่องดื่มผสมคาเฟอีน ว่าเป็นไปตามที่กฎหมายกำหนดไว้หรือไม่ มีการกระทำฝ่าฝืนกฎหมายเกี่ยวกับการโฆษณาหรือไม่ในทุกรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นการโฆษณาในรูปป้ายโฆษณา การโฆษณาโดยติดอยู่บนตัวผลิตภัณฑ์ การโฆษณาทางโทรทัศน์ ฯลฯ สำหรับ

สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) มีอำนาจและหน้าที่ในการควบคุมดูแลให้ความคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคในทุกๆ เรื่องที่มีลักษณะไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค ส่วนคณะกรรมการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) นั้น มีอำนาจและหน้าที่ในการควบคุมดูแลเกี่ยวกับการโฆษณาเครื่องดื่มผสมคาเฟอีนที่อยู่ภายใต้การควบคุมดูแลของคณะกรรมการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ว่าเป็นไปตามหลักเกณฑ์การโฆษณาเกี่ยวกับเครื่องผสมคาเฟอีนหรือไม่

3.1.4 มาตรการควบคุมเครื่องดื่มผสมคาเฟอีน

มาตรการในการควบคุมเกี่ยวกับเครื่องดื่มผสมคาเฟอีนนั้น ในปัจจุบันมีการกำหนดไว้ในหลายเรื่องด้วยกัน อาทิเช่น กฎหมายที่ควบคุมเกี่ยวกับการโฆษณา กฎหมายควบคุมในด้านฉลาก รวมไปถึงมาตรการในการลงโทษ จึงจำเป็นต้องศึกษาทำความเข้าใจว่ามาตรการในการควบคุมที่มีอยู่ในปัจจุบันมีประสิทธิภาพในการบังคับใช้อย่างเหมาะสมและเป็นธรรมกับผู้บริโภคมากน้อยเพียงใด

3.1.4.1 มาตรการควบคุมเครื่องดื่มผสมคาเฟอีนในด้านการโฆษณา

การดำเนินการในส่วนของการตรวจสอบ ติดตาม กำกับดูแลการโฆษณาผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มผสมคาเฟอีนเป็นภารกิจหนึ่งที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) เร่งรัดให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ โดยเครื่องดื่มผสมคาเฟอีนจัดเป็นอาหารควบคุมเฉพาะตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข) ฉบับที่ 214 พ.ศ. 2543 เรื่อง เครื่องดื่มในภาชนะบรรจุที่ปิดสนิท ซึ่งการโฆษณาที่เกี่ยวกับอาหารควบคุมเฉพาะ จำต้องปฏิบัติตามกฎหมายที่กำหนดไว้ในพระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522 ดังนั้น การโฆษณาเครื่องดื่มผสมคาเฟอีนจึงต้องอยู่ภายใต้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณาอาหาร

กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณาผลิตภัณฑ์อาหารซึ่งใช้ในการดำเนินงานด้านการตรวจสอบ ติดตาม กำกับดูแลให้มีประสิทธิภาพ ได้แก่ พระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522 นอกจากนี้ยังมีกฎหมาย หลักเกณฑ์ เงื่อนไข และระเบียบอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณา ได้แก่[22]

---

[22] ทิพากร มีใจเย็น. (2542). *สภาพการตรวจสอบ ติดตาม กำกับดูแลการโฆษณาผลิตภัณฑ์อาหาร*. หน้า 3.

1) พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522

การคุ้มครองผู้บริโภคในด้านการโฆษณานั้น ในกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค มีการกำหนดให้มีคณะกรรมการเฉพาะเรื่องเป็นผู้มีอำนาจในการควบคุมให้กำกับดูแลการโฆษณาโดย พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 มาตรา 14 ได้กำหนดให้คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาเป็นคณะกรรมการเฉพาะเรื่อง โดยดำเนินการคุ้มครองผู้บริโภคในด้านการโฆษณา โดยอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาเป็นไปตามบทบัญญัติในพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ตั้งแต่มาตรา 22 จนถึงมาตรา 29 โดยคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาและคณะอนุกรรมการมีอำนาจหน้าที่ในการควบคุมดูแลสินค้าหรือบริการให้เป็นไปตามกฎหมายดังต่อไปนี้

(1) การโฆษณาจะต้องไม่ใช้ข้อความที่เป็นการไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค หรือใช้ข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมส่วนรวม ทั้งนี้ไม่ว่าข้อความดังกล่าวนั้น จะเป็นข้อความที่เกี่ยวกับแหล่งกำเนิด สภาพ คุณภาพ หรือลักษณะของสินค้าหรือบริการ ตลอดจนการส่งมอบ การจัดหา หรือการใช้สินค้าหรือบริการ (มาตรา 22)

ลักษณะของข้อความดังต่อไปนี้ ถือว่าเป็นข้อความที่เป็นการไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค หรือเป็นข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวม

ก. ข้อความที่เป็นเท็จหรือเกินความจริง

ข้อความที่จะก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ ไม่ว่าจะกระทำโดยใช้หรืออ้างอิงรายงานทางวิชาการ สถิติ หรือสิ่งใดสิ่งหนึ่งอันไม่เป็นความจริงหรือเกินความจริงหรือไม่ก็ตาม

ข. ข้อความที่เป็นการสนับสนุนโดยตรงหรือโดยอ้อมให้มีการกระทำผิดกฎหมายหรือศีลธรรม หรือนำไปสู่ความเสื่อมเสียในวัฒนธรรมของชาติ

ค. ข้อความที่จะทำให้เกิดความแตกแยกหรือเสื่อมเสียความสามัคคีในหมู่ประชาชน

ง. ข้อความอย่างอื่นตามที่กำหนดในกฎกระทรวง

ทั้งนี้ ข้อความที่ใช้ในการโฆษณาที่บุคคลทั่วไปสามารถรู้ได้ว่าเป็นข้อความที่ไม่อาจเป็นความจริงได้โดยแน่แท้ ไม่เป็นข้อความที่ต้องห้ามในการโฆษณาตาม (1)

(2) วิธีการในการโฆษณานั้น จะต้องไม่กระทำด้วยวิธีการอันอาจเป็นอันตรายต่อสุขภาพ ร่างกายหรือจิตใจ หรืออันอาจก่อให้เกิดความรำคาญแก่ผู้บริโภค ทั้งนี้ ตามที่กำหนดในกฎกระทรวง (มาตรา 23)

(3) อำนาจในการออกคำสั่งของคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาในกรณีที่คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาเห็นว่าสินค้าใดอาจเป็นอันตรายแก่ผู้บริโภคและคณะกรรมการว่าด้วยฉลากได้กำหนดให้สินค้านั้นเป็นสินค้าที่ควบคุมฉลากตามมาตรา 30 ให้คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณามีอำนาจออกคำสั่งดังต่อไปนี้ (มาตรา 24)

ก. กำหนดให้การโฆษณานั้นต้องกระทำไปพร้อมกับคำแนะนำหรือคำเตือนเกี่ยวกับวิธีใช้หรืออันตรายตามเงื่อนไขที่คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณากำหนด ทั้งนี้ โดยคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาจะกำหนดเงื่อนไขให้แตกต่างกันสำหรับการโฆษณาที่ใช้สื่อโฆษณาต่างกันก็ได้

ข. จำกัดการใช้สื่อโฆษณาสำหรับสินค้านั้น

ค. ห้ามการโฆษณาสินค้านั้น

อย่างไรก็ตาม ความในข้อ (1) ข และข้อ (1) ค ให้นำมาใช้บังคับแก่การโฆษณาที่คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาเห็นว่าการใช้หรือประโยชน์ของสินค้านั้นขัดต่อนโยบายทางสังคม ศีลธรรม หรือวัฒนธรรมของชาติด้วย

(4) กรณีที่คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาเห็นว่าสินค้าหรือบริการใด ผู้บริโภคจำเป็นต้องทราบข้อเท็จจริงเกี่ยวกับสภาพ ฐานะ และรายละเอียดอย่างอื่นเกี่ยวกับผู้ประกอบธุรกิจด้วย คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณามีอำนาจกำหนดให้การโฆษณาสินค้าหรือบริการนั้นต้องให้ข้อเท็จจริงดังกล่าวตามที่คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณากำหนดได้ (มาตรา 25)

(5) กรณีที่คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาเห็นว่าข้อความในการโฆษณาโดยทางสื่อโฆษณาใดสมควรแจ้งให้ผู้บริโภคทราบว่าข้อความนั้นเป็นข้อความที่มีความมุ่งหมายเพื่อการโฆษณา คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณามีอำนาจกำหนดให้การโฆษณาโดยทางสื่อโฆษณานั้นต้องมีถ้อยคำชี้แจงกำกับให้ประชาชนทราบด้วยว่าข้อความดังกล่าวเป็นการโฆษณาได้ ทั้งนี้ คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาจะกำหนดเงื่อนไขอย่างใดให้ต้องปฏิบัติด้วยก็ได้ (มาตรา 26)

(6) การโฆษณาใดที่เป็นการฝ่าฝืนมาตรา 22 มาตรา 23 มาตรา 24 (1) หรือมาตรา 25 ให้คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณามีอำนาจออกคำสั่งอย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่าง ดังต่อไปนี้ (มาตรา 27)

ก. ให้แก้ไขข้อความหรือวิธีการในการโฆษณา

ข. ห้ามการใช้ข้อความบางอย่างที่ปรากฏในการโฆษณา

ค. ห้ามการโฆษณาหรือห้ามใช้วิธีการนั้นในการโฆษณา

ง. ให้โฆษณาเพื่อแก้ไขความเข้าใจผิดของผู้บริโภคที่อาจเกิดขึ้นแล้วตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณากำหนด

(7) กรณีคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณามีเหตุอันควรสงสัยว่า ข้อความใดที่ใช้ในการโฆษณาเป็นเท็จหรือเกินความจริงตามมาตรา 22 วรรคสอง (1) ให้คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณามีอำนาจออกคำสั่งให้ผู้กระทำการโฆษณาพิสูจน์เพื่อแสดงความจริงได้ (มาตรา 28)

(8) ในกรณีที่ผู้กระทำการโฆษณาอ้างรายงานทางวิชาการ ผลการวิจัย สถิติ การรับรองของสถาบันหรือบุคคลอื่นใด หรือยืนยันข้อเท็จจริงอันใดอันหนึ่งในการโฆษณา ถ้าผู้กระทำการโฆษณาไม่สามารถพิสูจน์ได้ว่าข้อความที่ใช้ในการโฆษณาเป็นความจริงตามที่กล่าวอ้าง ให้คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณามีอำนาจออกคำสั่งตามมาตรา 27 ได้ และให้ถือว่าผู้กระทำการโฆษณารู้หรือควรได้รู้ว่าข้อความนั้นเป็นความเท็จ

หากกรณีผู้ประกอบธุรกิจผู้ใดสงสัยว่าการโฆษณาของตนจะเป็นการฝ่าฝืนหรือไม่เป็นไปตามพระราชบัญญัตินี้ ผู้ประกอบธุรกิจผู้นั้นอาจขอให้คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาพิจารณาให้ความเห็นในเรื่องนั้นก่อนทำการโฆษณาได้ ในกรณีนี้คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาจะต้องให้ความเห็น และแจ้งให้ผู้ขอทราบภายในสามสิบวันนับแต่วันที่คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาได้รับคำขอ ถ้าไม่แจ้งภายในกำหนดระยะเวลาดังกล่าวให้ถือว่าคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาให้ความเห็นชอบแล้ว (มาตรา 29)

2) พระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551

กำหนดหลักเกณฑ์เกี่ยวกับการควบคุมการโฆษณาและบริการธุรกิจ โดยวางหลักไว้ว่าการโฆษณาและบริการธุรกิจ ต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ และระยะเวลาสำหรับการโฆษณาและบริการธุรกิจ ตามที่กรมประชาสัมพันธ์กำหนด

ในการโฆษณาและบริการธุรกิจ ผู้รับใบอนุญาตจะต้องกระทำในลักษณะ ดังต่อไปนี้[23]

(1) ไม่อ้างชื่อบุคคลหรือสิ่งซึ่งเป็นที่เคารพสักการะของประชาชน เพื่อประโยชน์ในการโฆษณา

(2) ไม่ขัดต่อศีลธรรมและวัฒนธรรมอันดีงามของไทย หรือไม่ก่อให้เกิดภาพพจน์ไปในทางลามกอนาจาร

(3) ไม่ขัดต่อความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดี หรือไม่ก่อให้เกิดการแตกความสามัคคีระหว่างคนในชาติ หรือไม่มีผลกระทบกระเทือนต่อสัมพันธไมตรีระหว่างประเทศไทยกับต่างประเทศ

(4) ไม่เป็นการโฆษณาสินค้า ประเภทอาวุธที่ใช้ในการสงคราม

---

[23] กฎกระทรวง (ฉบับที่ 14) พ.ศ. 2537 ออกตามความในพระราชบัญญัติวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ พ.ศ. 2498.

(5) ไม่เป็นการโฆษณาอวดอ้างสรรพคุณของสินค้า และบริการธุรกิจอันเป็นเท็จหรือเกินความจริง

(6) ถ้อยคำในการพูดและเสียงที่ใช้ประกอบต้องสุภาพ และไม่ผิดหลักภาษาไทย

(7) ไม่หยาบคาย หรือเป็นการดูหมิ่นเหยียดหยาม หรือทับถมบุคคลอื่น หรือสินค้าและบริการธุรกิจอื่น ไม่ว่าจะเป็นสินค้าและบริการธุรกิจชนิดหรือประเภทเดียวกันหรือไม่

(8) ไม่ใช้ข้อความสองแง่สองง่าม ที่มีความหมายหยาบคาย หยาบโลน หรือไม่เป็นภาพ หรือข้อความที่ยั่วยุกามารมณ์และลามกอนาจาร

(9) ไม่ก่อให้เกิดความรู้สึกหวาดเสียว หรือตื่นเต้นตกใจแก่ผู้ฟัง และผู้ชมโดยทั่วไป

3) พระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522

(1) มาตรา 40 บัญญัติไว้ว่า “ห้ามมิให้ผู้ใดโฆษณาคุณประโยชน์ คุณภาพหรือสรรพคุณของอาหารอันเป็นเท็จหรือเป็นการหลอกลวงให้เกิดความหลงเชื่อโดยไม่สมควร”

(2) มาตรา 41 บัญญัติไว้ว่า “ผู้ใดประสงค์จะโฆษณาคุณประโยชน์ คุณภาพ หรือสรรพคุณของอาหาร ทางวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ ทางฉายภาพ ภาพยนตร์หรือทางหนังสือพิมพ์ หรือสิ่งพิมพ์อื่น หรือด้วยวิธีอื่นใดเพื่อประโยชน์ในทางการค้า ต้องนำเสียงภาพภาพยนตร์ หรือข้อความที่จะโฆษณาดังกล่าวนั้นให้ผู้อนุญาตตรวจพิจารณาก่อน เมื่อได้รับอนุญาตแล้วจึงจะโฆษณาได้”

(3) มาตรา 42 บัญญัติไว้ว่า “เพื่อพิทักษ์ประโยชน์และความปลอดภัยของผู้บริโภค ให้ผู้อนุญาตมีอำนาจสั่งเป็นหนังสืออย่างใดอย่างหนึ่ง ดังนี้

1. ให้ผู้ผลิต นำเข้า หรือผู้จำหน่ายอาหาร หรือผู้ทำการโฆษณา ระงับการโฆษณาอาหารที่เห็นว่า เป็นการโฆษณาโดยฝ่าฝืนมาตรา 41

2. ให้ผู้ผลิต นำเข้า หรือผู้จำหน่ายอาหาร หรือผู้ทำการโฆษณาอาหารระงับการผลิต การนำเข้า การจำหน่าย หรือการโฆษณาอาหารที่คณะกรรมการเห็นว่าอาหารดังกล่าวไม่มีคุณประโยชน์ คุณภาพ หรือสรรพคุณตามที่โฆษณา”

หลักเกณฑ์เกี่ยวกับการพิจารณาคำขอโฆษณาอาหาร มีการกำหนดไว้ดังนี้[24]

ก. หลักเกณฑ์ทั่วไป

เป็นหลักเกณฑ์ที่ใช้เป็นแนวทางในการพิจารณาคำขอโฆษณาอาหารที่เกี่ยวกับอาหารทุกชนิด มีดังต่อไปนี้

---

[24] ดารณี หมู่ขจรพันธ์. (2544). *การวิเคราะห์สถานการณ์เครื่องดื่มที่มีกาเฟอีน.* หน้า 92-94.

ก) การโฆษณาอาหาร จะต้องแสดงชื่ออาหารภาษาไทย ตามใบสำคัญขึ้นทะเบียนตำรับอาหารหรือใบสำคัญการใช้สลากอาหาร อย่างน้อย 1 ครั้ง ถ้าเป็นอาหารทั่วไปที่ไม่ต้องขึ้นทะเบียนตำรับอาหาร หรือขออนุญาตใช้สลากอาหาร ให้ใช้ชื่ออาหารตามที่แสดงที่ฉลากนั้นๆ ยกเว้นชื่ออาหารที่แสดงถึงคุณประโยชน์ คุณภาพ หรือสรรพคุณ

การแสดงชื่ออาหารให้ปฏิบัติ ดังนี้

สื่อสิ่งพิมพ์ : แสดงชื่ออาหารในข้อความโฆษณา หรือ

: แสดงภาพผลิตภัณฑ์ที่เห็นชื่ออาหารบนฉลากอย่างชัดเจน

สื่อวิทยุ : แสดงชื่ออาหารในส่วนเสียงโฆษณา

สื่อโทรทัศน์ : แสดงชื่ออาหารในส่วนเสียงโฆษณา หรือแสดงอักษรลอย (Super) ในภาพอย่างใดอย่างหนึ่ง

: แสดงภาพผลิตภัณฑ์ที่เห็นชื่ออาหารบนฉลากอย่างชัดเจน

: แสดงชื่ออาหารเป็นอักษรลอย ประกอบภาพโฆษณา

ในกรณีที่เป็นการโฆษณาอาหารหลายตำรับพร้อมกัน หรือโฆษณาอาหารที่มีชื่อเต็มยาวมากทางสื่อวิทยุและโทรทัศน์ซึ่งมีเวลาจำกัด หากข้อความโฆษณาได้บ่งบอกถึงชนิด และประเภทของอาหารอย่างชัดเจน สอดคล้องกับข้อความอื่นๆ แล้ว ก็อนุโลมไม่ต้องแสดงชื่อเต็มของอาหาร

ข) การโฆษณาคุณประโยชน์ คุณภาพของอาหาร ให้แสดงคุณภาพประโยชน์คุณภาพของอาหารทั้งตำรับ และจะอนุญาตให้โฆษณาโดยการแจกแจงคุณประโยชน์ของสารอาหารแต่ละชนิด ที่เป็นส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์นั้นได้ก็ต่อเมื่อสามารถพิสูจน์ได้ว่ามีคุณประโยชน์เหล่านี้จริง

ค) การแสดงข้อความกล่าวอ้างทางโภชนาการ รวมทั้งการโฆษณาอาหารที่ใช้ข้อมูลทางโภชนาการในการส่งเสริมการขาย ให้ปฏิบัติตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ 182) พ.ศ. 2541 เรื่อง ฉลากโภชนาการ

ง) การโฆษณาจะต้องไม่ทำให้ผู้บริโภคสำคัญผิดในแหล่งผลิตของอาหาร เช่น ถ้าเป็นอาหารที่ผลิตในประเทศไทย แต่ใช้สไตล์ของต่างประเทศ ต้องใช้ข้อความโฆษณาว่า “แบบ...” หรือ “ตำรับ…” ได้แก่ แบบญี่ปุ่น ตำรับอเมริกัน หรือการมีข้อความหรือภาพ เป็นเรื่องคล้ายในต่างประเทศ จะต้องมีข้อความหรือเสียงที่ทำให้เข้าใจชัดเจนว่าอาหารนั้นผลิตในประเทศไทย

จ) ห้ามโฆษณาโดยวิธีเลี่ยงให้เป็นการโฆษณาชื่อสถานประกอบการ ซึ่งมีชื่อพ้องหรือชื่อเดียวกับชื่อของผลิตภัณฑ์

ฉ) การนำเครื่องหมายต่างๆ มาประกอบการโฆษณา เช่น เครื่องหมายมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม เครื่องหมายกรมวิทยาศาสตร์บริการ เครื่องหมายเชลล์ชวนชิม หรือเครื่องหมายฮาลาล จะต้องมีหนังสือรับรองจากองค์กรนั้นๆ ว่าอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายดังกล่าว

ช) แนวการโฆษณาจะต้องไม่เป็นการเปรียบเทียบทับถมกับผลิตภัณฑ์ของผู้อื่น ยกเว้นการเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์ของตัวเอง

ซ) การโฆษณาโดยใช้ข้อความที่ทำให้เข้าใจว่าอาหารนั้นมีจำหน่ายทั่วโลก จะต้องมีหลักฐานว่าอาหารฯ มีจำหน่ายอยู่ไม่น้อยกว่า 20 ประเทศใน 3 ทวีป

ฌ) การนำบทความรู้ทางวิชาการมาประกอบการโฆษณาอาหาร จะต้องแยกส่วนของบทความรู้ทางวิชาการออกจากการโฆษณาอย่างชัดเจน และ

(ก) ไม่นำบทความมาใช้เพื่อส่งเสริมสินค้า แต่ต้องเป็นการแจ้งข้อมูลทางวิชาการให้ประชาชนทราบ

(ข) บทความต้องผ่านการรับรองจากองค์กรทางวิชาการที่เชื่อถือได้ เช่น สถาบันการศึกษา สถาบันการวิจัยฯ เป็นต้น

(ค) บทความทางวิชาการต้องไม่มีชื่อรูปภาพของผลิตภัณฑ์หรือเครื่องหมายการค้าของผลิตภัณฑ์ปรากฏอยู่ในเอกสารนอกจากชื่อบริษัทฯเท่านั้น

ญ) ห้ามนำบุคลากรทางการแพทย์และสาธารณสุข นักวิชาการด้านอาหาร นักโภชนาการและนักศึกษามาแนะนำ รับรองหรือเป็นผู้แสดงแบบในการโฆษณา

ฎ) การใช้ภาษาในการโฆษณา จะต้องถูกต้องตามหลักภาษาไทย การใช้ทับศัพท์ของภาษาต่างประเทศต้องเป็นคำที่ใช้เป็นเวลานานจนเป็นที่ยอมรับ

ฏ) การโฆษณาอาหารจะต้องไม่สื่อความหมายให้ผู้บริโภคเข้าใจว่าอาหารนั้นสามารถบำบัด บรรเทา รักษาหรือป้องกันโรค หรือความเจ็บป่วยได้ เพราะจะทำให้สำคัญผิดว่าผลิตภัณฑ์นั้นเป็นยา

ฐ) การใช้คำว่า “สด” ในการโฆษณาคุณประโยชน์ของอาหาร

(ก) สำหรับอาหารที่เป็นผลิตผลตามธรรมชาติ ได้แก่ พืชผักและผลไม้

(ข) อาหารที่มีระยะเวลาในการจำหน่ายไม่เกิน 3 วัน นับจากวันที่ผลิต เช่น ขนมปัง

ฑ) การใช้คำว่า “ใหม่” อาหารนั้นต้องเป็นสินค้าใหม่ จะอนุญาตให้ใช้เมื่อผลิตภัณฑ์ได้ขึ้นทะเบียนตำรับอาหารหรือได้รับอนุญาตให้ใช้ฉลากอาหารเป็นเวลาไม่เกิน 1 ปี โดยจะอนุญาตให้ใช้คำว่า “ใหม่” ในความหมายนี้เป็นเวลา 1 ปี

ฒ) การโฆษณาอาหาร โดยใช้คำว่า “บำรุงร่างกาย” ให้พิจารณาตามข้อเท็จจริงและเหมาะสมตามแต่กรณี โดยให้ใช้สำหรับอาหารประเภทผลิตภัณฑ์นม เครื่องดื่มบำรุงร่างกาย

ฌ) ให้โฆษณาอาหารโดยใช้คำว่า “ออร์กานิก” ประกอบชื่ออาหารได้สำหรับอาหารที่เพาะปลูกหรือมีการเลี้ยง (พืชและสัตว์) ตามคำแนะนำของกรรมาธิการมาตรฐานอาหารระหว่างประเทศ (Codex) โดยมีกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ออกหนังสือรับรองซึ่งมีการประสานกับองค์กรระหว่างประเทศ คือ IFOAM (The International Federation of Organic Agriculture Movements) ซึ่งเป็นผู้ดูแล

ด) ให้โฆษณาโดยใช้คำว่า “ธรรมชาติ” ได้สำหรับผลิตภัณฑ์อาหารที่มีอยู่ตามธรรมชาติเป็นผลิตภัณฑ์อาหารที่ไม่ผ่านกรรมวิธีการแปรรูปหรือผ่านกรรมวิธีง่ายๆ ที่ไม่มีการเติมวัตถุเจือปน อาหาร สีกลิ่น วิตามินและเกลือแร่

ต) การโฆษณาแถมพก เสี่ยงโชค ชิงรางวัล ต้องตรงตามเงื่อนไขของกรมตำรวจตามพระราชบัญญัติการพนันชิงโชค

4) ประกาศสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา เรื่อง หลักเกณฑ์การโฆษณาเครื่องดื่มที่ผสมคาเฟอีนโดยกำหนดหลักเกณฑ์เกี่ยวกับการโฆษณาเครื่องดื่มชูกำลังไว้เป็นการเฉพาะ ดังต่อไปนี้[25]

ข้อ 1 ให้ยกเลิกประกาศสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา เรื่อง หลักเกณฑ์การโฆษณา เครื่องดื่มที่ผสมคาเฟอีน ลงวันที่ 19 กันยายน พ.ศ. 2546

ข้อ 2 ในประกาศนี้ “การโฆษณาในลักษณะการเสนอภาพลักษณ์ของบริษัทหรือกิจการ หมายความว่า การโฆษณาในลักษณะการส่งเสริมสังคม ศีลธรรมหรือวัฒนธรรมอันดีงาม โดยไม่รวมถึงการโฆษณา สรรพคุณ คุณประโยชน์คุณภาพของผลิตภัณฑ์ ทั้งทางตรงและทางอ้อม โดยอาจแสดงชื่อหรือสัญลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ หรือภาพของผลิตภัณฑ์ ได้

ข้อ 3 การโฆษณาในลักษณะดังต่อไปนี้ ถือว่าเข้าข่ายเชิญชวนให้บริโภคหรืออวดอ้างสรรพคุณของเครื่องดื่มที่ผสมกาเฟอีน โดยทางตรงหรือทางอ้อม

(1) โฆษณาที่ทำให้เกิดทัศนคติว่า การดื่มเครื่องดื่มที่ผสมกาเฟอีนจะทำให้เพิ่มกำลังงานมีพลังทำงานได้มากขึ้นโดยไม่รู้จักเหนื่อย ตื่นทันที ไม่ง่วงนอน ตื่นอยู่ตลอดเวลา หรือทำให้ประสบความสำเร็จทางสังคมและทางเพศ

(2) โฆษณาที่ใช้นักกีฬา ผู้ใช้แรงงาน เป็นผู้แสดงแบบโฆษณา

(3) โฆษณาที่ใช้ดารา นักร้อง นักแสดง ที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปี เป็นผู้แสดงแบบโฆษณาโดยถือสถานภาพการเป็นดารา นักร้อง นักแสดง ณ วันที่ออกอากาศเป็นครั้งแรก

---

[25] ประกาศสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา เรื่อง หลักเกณฑ์การโฆษณาเครื่องดื่มที่ผสมกาเฟอีน. (2555, 29 มีนาคม). *ราชกิจจานุเบกษา เล่ม 129 ตอนพิเศษ 59* ง.

(4) โฆษณาที่ชักจูงหรือโน้มน้าวให้ซื้อหรือบริโภค เพื่อนำรายได้ไปบริจาคเป็นสาธารณกุศล

ข้อ 4 การโฆษณาเครื่องดื่มที่ผสมกาเฟอีนทางสื่อต่างๆ ที่มีการแสดงภาพผลิตภัณฑ์ต้องแสดงคำเตือนตามรายละเอียด ดังต่อไปนี้

(1) คำเตือนว่า “ไม่ควรดื่มเกินวันละ 2 ขวด เด็กและสตรีมีครรภ์ไม่ควรดื่ม”

(2) การแสดงคำเตือน

(2.1) สื่อวิทยุกระจายเสียง ให้แสดงคำเตือนในส่วนเสียงโฆษณาฟังได้ชัดเจนทุกพยางค์และเป็นเวลาไม่น้อยกว่า 3 วินาที

(2.2) สื่อวิทยุโทรทัศน์ ทางฉายภาพ และภาพยนตร์

(ก) แสดงคำเตือนในส่วนเสียงโฆษณาฟังได้ชัดเจนทุกพยางค์ และเป็นเวลาไม่น้อยกว่า 3 วินาที หรือ

(ข) แสดงคำเตือนเป็นอักษรลอย (Super) เป็นเวลาไม่น้อยกว่า 5 วินาทีโดยต้องแสดงด้วยตัวอักษรสีขาว ขนาดความสูงของตัวอักษรไม่น้อยกว่า 1 ส่วนใน 25 ส่วนของขนาดความสูงของจอภาพ ภายในกรอบพื้นสีเข้มตัดกับสีพื้นโฆษณา และมีพื้นที่กรอบขนาด 1 ส่วนใน 100 ส่วนของความสูงจอภาพ โดยมีรูปแบบของตัวอักษรอ่านได้ง่ายและชัดเจน วางไว้ ณ ตำแหน่งด้านบนหรือด้านล่างสุดของพื้นที่โฆษณา

(2.3) สื่อสิ่งพิมพ์และสื่อกลางแจ้ง ให้แสดงคำเตือนด้วยตัวอักษรสีขาวขนาดความสูงของตัวอักษรไม่น้อยกว่า 1 ส่วนใน 25 ส่วนของขนาดความสูงของพื้นที่โฆษณา ภายในกรอบพื้นสีเข้มตัดกับสีพื้นโฆษณา และมีพื้นที่กรอบขนาด 1 ส่วนใน 10 ส่วนของความสูงพื้นที่โฆษณา โดยมีรูปแบบของตัวอักษรอ่านได้ง่ายและชัดเจน วางไว้ ณ ตำแหน่งด้านบนหรือด้านล่างสุดของพื้นที่โฆษณา

3.1.4.2 มาตรการควบคุมเครื่องดื่มผสมคาเฟอีนในด้านฉลาก

การควบคุมเครื่องดื่มผสมคาเฟอีนในด้านฉลาก นั้น ผู้ประกอบธุรกิจต้องปฏิบัติกฎหมายทั้งส่วนที่เป็นกฎหมายทั่วไป คือ ส่วนที่มีการกำหนดไว้ในพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 และในส่วนที่มีการกำหนดเกี่ยวกับการแสดงฉลากของเครื่องดื่มผสมคาเฟอีนที่มีการประกาศสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยากำหนดหลักเกณฑ์ไว้เป็นการเฉพาะโดยมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

1) พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2542

มาตรา 31 บัญญัติว่า “ฉลากของสินค้าที่ควบคุมฉลาก จะต้องมีลักษณะดังต่อไปนี้

(1) ใช้ข้อความที่ตรงต่อความจริงและไม่มีข้อความที่อาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับสินค้า

(2) ต้องระบุข้อความดังต่อไปนี้

(ก) ชื่อหรือเครื่องหมายการค้าของผู้ผลิตหรือของผู้นำเข้าเพื่อขายแล้วแต่กรณี

(ข) สถานที่ผลิตหรือสถานที่ประกอบธุรกิจนำเข้า แล้วแต่กรณี

(ค) ระบุข้อความที่แสดงให้เข้าใจได้ว่าสินค้านั้นคืออะไร ในกรณีที่เป็นสินค้านำเข้าให้ระบุชื่อประเทศที่ผลิตด้วย

(3) ต้องระบุข้อความอันจำเป็น ได้แก่ ราคา ปริมาณ วิธีใช้ ข้อแนะนำ คำเตือน วัน เดือน ปีที่หมดอายุในกรณีเป็นสินค้าที่หมดอายุได้ หรือกรณีอื่น เพื่อคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภค ทั้งนี้ ตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไขที่คณะกรรมการว่าด้วยฉลากกำหนดโดยประกาศในราชกิจจานุเบกษา

ให้ผู้ประกอบธุรกิจซึ่งเป็นผู้ผลิตเพื่อขายหรือผู้สั่งหรือผู้นำเข้ามาในราชอาณาจักรเพื่อขายซึ่งสินค้าที่ควบคุมฉลาก แล้วแต่กรณี เป็นผู้จัดทำฉลากก่อนขายและฉลากนั้นต้องมีข้อความดังกล่าวในวรรคหนึ่ง ในการนี้ ข้อความตามวรรคหนึ่ง (2) และ (3) ต้องจัดทำตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่คณะกรรมการว่าด้วยฉลากกำหนด โดยประกาศในราชกิจจานุเบกษา”

2) ประกาศสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา เรื่อง เครื่องดื่มในภาชนะบรรจุที่ปิดสนิท[26]

ข้อ 2 ของประกาศ กำหนดให้เครื่องดื่มในภาชนะบรรจุที่ปิดสนิทเป็นอาหารควบคุมเฉพาะเครื่องดื่มผสมกาเฟอีนที่จำหน่ายในราชอาณาจักรมีคาเฟอีนเป็นส่วนผสมได้ในปริมาณไม่เกิน 50 มิลลิกรัมต่อหน่วยบรรจุ และแสดงปริมาณกาเฟอีนที่สูตรส่วนประกอบ และการแสดงฉลากก็ควรให้เป็นแนวเดียวกัน คือ จะต้องเป็นภาษาไทยปรากฏให้ชัดเจน และต้องมีข้อความต่อไปนี้

(1) ชื่อของเครื่องดื่ม

(2) เลขสารบบอาหาร

(3) ชื่อและที่ตั้งของสำนักงานหรือโรงงานผู้ผลิต หรือผู้แบ่งบรรจุ

(4) น้ำหนักสุทธิ หรือปริมาตรสุทธิ เป็นระบบเมตริก

---

[26] ประกาศสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (ฉบับที่ 214) พ.ศ. 2543.

(5) ส่วนประกอบสำคัญโดยประมาณต้องมีกาเฟอีนเป็นส่วนผสมต่อหน่วยบรรจุไม่เกิน 50 มิลลิกรัม[27] และถ้ามีการเติมวิตามินให้มีได้ในปริมาณต่อหน่วยบรรจุ ดังนี้[28]

ก. ไนโคทินามัย 10 – 38 มิลลิกรัม

ข. กลูคูโรโนแลคโตน 0.2 – 0.9 กรัม

ค. อินโนซิทอล 25 – 75 มิลลิกรัม

ง. ทอรีน 0.13 – 1.5 กรัม

จ. วิตามิน บี 1 0.5 – 20 มิลลิกรัม

ฉ. วิตามิน บี 2 1.3 – 7.5 มิลลิกรัม

ช. วิตามิน บี 6 1 – 7.5 มิลลิกรัม

ซ. วิตามิน บี 12 2.5 – 20 ไมโครกรัม

(6) ข้อความว่า “ใส่วัตถุกันเสีย” ถ้าใช้วัตถุกันเสีย

(7) ชื่อสี ถ้าเจือสี

(8) เดือนปีที่ผลิต หรือวันเดือนปีที่หมดอายุ

3) ประกาศสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา เรื่อง กำหนดข้อความที่ต้องแสดงในฉลากของเครื่องดื่มที่ผสมคาเฟอีน[29]

โดยประกาศดังกล่าวกำหนดว่า เพื่ออนุวัติตามความในข้อ 3(15) แห่งประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ 194) พ.ศ. 2543 เรื่อง ฉลาก ลงวันที่ 19 กันยายน พ.ศ. 2543 สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาออกประกาศกำหนด การแสดงข้อความในฉลากไว้ว่า “การแสดงฉลากของเครื่องดื่มที่ผสมกาเฟอีนต้องแสดงข้อความว่า “ห้ามดื่มเกินวันละ 2 ขวด เพราะหัวใจจะสั่น นอนไม่หลับ เด็กและสตรีมีครรภ์ไม่ควรดื่ม ผู้ป่วยปรึกษาแพทย์ก่อน” ด้วยตัวอักษรเส้นทึบสีแดง ขนาดความสูงไม่น้อยกว่า 2 มิลลิเมตร ในกรอบสี่เหลี่ยมพื้นขาวสีของกรอบตัดกับสีของพื้นฉลาก”

---

[27] คำสั่งสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาที่ 185/2534 เรื่อง แก้ไขตำรับเครื่องดื่มที่ผสมคาเฟอีน

[28] กลุ่มงานพัฒนาระบบ. (2550, 17 กุมภาพันธ์). “เครื่องดื่มผสมคาเฟอีน.” *เอกสารเผยแพร่ กองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข*. หน้า 2.

[29] ประกาศสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา เรื่อง กำหนดข้อความที่ต้องแสดงในฉลากของเครื่องดื่มที่ผสมคาเฟอีน. (2551, 6 เมษายน). *ราชกิจจานุเบกษา, เล่ม 125 ตอนพิเศษ 669 ง*.

3.1.5 มาตรการในการลงโทษ

ในปัจจุบันนี้ กฎหมายประเทศไทยมีการกำหนดมาตรการในการลงโทษผู้ประกอบการที่ฝ่าฝืนกฎหมายเกี่ยวกับเครื่องดื่มผสมคาเฟอีนไว้ในหลายเรื่อง หลายฉบับด้วยกัน อาทิเช่น พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 พระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522 เป็นต้น

3.1.5.1 กรณีกระทำผิดในเรื่องการโฆษณา

1) พระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522 ได้มีการกำหนดโทษไว้ดังต่อไปนี้

มาตรา 70 บัญญัติไว้ว่า “ผู้ใดโฆษณาอาหารโดยฝ่าฝืนมาตรา 40 ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสามปี หรือปรับไม่เกินสามหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ”

มาตรา 71 บัญญัติไว้ว่า “ผู้ใดฝ่าฝืนมาตรา 41 ต้องระวางโทษปรับไม่เกินห้าพันบาท”

มาตรา 72 บัญญัติไว้ว่า “ผู้ใดฝ่าฝืนคำสั่งของผู้อนุญาตซึ่งสั่งตามมาตรา 42 ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสองปี หรือปรับไม่เกินสองหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ และให้ปรับเป็นรายวันอีกวันละไม่น้อยกว่าห้าร้อยบาทแต่ไม่เกินหนึ่งพันบาท ตลอดเวลาที่ไม่ปฏิบัติตามคำสั่งดังกล่าว”

2) พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522

หากฝ่าฝืนมาตรา 22 แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ผู้กระทำผิดต้องถูกลงโทษตามมาตรา 47 ซึ่งบัญญัติไว้ว่า “ผู้ใดโดยเจตนาก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในแหล่งกำเนิด สภาพ คุณภาพ ปริมาณ หรือสาระสำคัญประการอื่นอันเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการไม่ว่าจะเป็นของตนเองหรือผู้อื่น โฆษณาหรือใช้ฉลากที่มีข้อความอันเป็นเท็จ หรือข้อความที่รู้หรือควรรู้อยู่แล้วว่าอาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิดเช่นว่านั้น ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหกเดือน หรือปรับไม่เกินห้าหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

ถ้าผู้กระทำความผิดตามวรรคหนึ่งกระทำผิดซ้ำอีก ผู้กระทำต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหนึ่งปี หรือปรับไม่เกินหนึ่งแสนบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ”

3) พระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551

การไม่ปฏิบัติตามพระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์นั้น มีการกำหนดโทษไว้ทั้งในส่วนที่เป็นโทษปรับทางปกครองและโทษทางอาญา

4) ประกาศกระทรวงสาธารณสุข เรื่อง หลักเกณฑ์การโฆษณาเครื่องดื่มที่ผสมคาเฟอีน

การโฆษณาเครื่องดื่มที่ผสมกาเฟอีนที่ฝ่าฝืนหลักเกณฑ์ตามประกาศนี้ เลขาธิการคณะกรรมการอาหารและยามีสิทธิสั่งให้แก้ไข หรือยกเลิกการโฆษณานั้นๆ ได้

5) ประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ 214) พ.ศ. 2543 เรื่อง เครื่องดื่มในภาชนะที่บรรจุปิดสนิท

หากผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มที่ผสมคาเฟอีนมีคุณภาพมาตรฐานไม่เป็นตามที่ประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ 214) พ.ศ. 2543 เรื่อง เครื่องดื่มในภาชนะที่บรรจุปิดสนิท กำหนดไว้ จะจัดเป็นการผลิตเพื่อจำหน่ายอาหารผิดมาตรฐาน ตามมาตรา 28 แห่งพระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522 ฝ่าฝืน มาตรา 25 (3) แห่งพระราชบัญญัติดังกล่าว ซึ่งต้องระวางโทษปรับไม่เกินห้าหมื่นบาท ตามมาตรา 60 แห่งพระราชบัญญัติเดียวกันนี้

3.1.5.2 กรณีกระทำผิดในเรื่องฉลาก

ในเรื่องฉลากนั้น พระบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 บัญญัติเกี่ยวกับเรื่องนี้ไว้ดังต่อไปนี้

มาตรา 33 บัญญัติว่า “เมื่อคณะกรรมการว่าด้วยฉลากเห็นว่าฉลากใดไม่เป็นไปตามมาตรา 31 คณะกรรมการว่าด้วยฉลากมีอำนาจสั่งให้ผู้ประกอบธุรกิจเลิกใช้ฉลากดังกล่าวหรือดำเนินการแก้ไขฉลากนั้นให้ถูกต้อง”

มาตรา 53 บัญญัติว่า “ผู้ประกอบธุรกิจผู้ใดไม่ปฏิบัติตามคำสั่งของคณะกรรมการว่าด้วยฉลากซึ่งสั่งตามมาตรา 33 ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหกเดือน หรือปรับไม่เกินห้าหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ”

3.2 มาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคเครื่องดื่มผสมคาเฟอีนของต่างประเทศ

ประเทศสหรัฐอเมริกา สหภาพยุโรป ออสเตรเลียและสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ ถือเป็นประเทศที่มีบทบาทสำคัญในการผลิตและจำหน่ายเครื่องดื่มผสมคาเฟอีน ซึ่งประเทศต่างๆได้มีการดำเนินการ เพื่อควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มชนิดนี้ โดยมีการศึกษาค้นคว้าวิจัยเพื่อหามาตรการในการควบคุมในเรื่องต่างๆ ให้เหมาะสม สอดคล้องกับสภาพสังคม วัฒนธรรม พฤติกรรมการบริโภคของแต่ละประเทศ

3.2.1 ความหมายของเครื่องดื่มผสมคาเฟอีน

เมื่อกล่าวถึงเครื่องดื่มผสมคาเฟอีนนั้น ในแต่ละประเทศได้มีการให้ความหมาย รวมถึงการจัดกลุ่มเครื่องดื่มไว้ไม่แตกต่างกันมากนัก แต่อย่างไรก็ตาม ยังคงมีจุดแตกต่างบ้างในส่วนของสารที่มีการใส่เพิ่มเติมในเครื่องดื่มนอกจากคาเฟอีนหรือในเรื่องของปริมาณที่ได้รับอนุญาตให้ใส่ในเครื่องดื่มดังกล่าวได้ จึงต้องศึกษาถึงรายละเอียดของเครื่องดื่มผสมคาเฟอีนแต่ละประเทศว่ามีการกำหนดไว้อย่างไรบ้าง ดังนี้

3.2.1.1 ประเทศสหรัฐอเมริกา[30]

ในประเทศสหรัฐอเมริกานั้น ความหมายในทางรูปแบบที่พบเห็นกันทั่วไปคือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของคาเฟอีนเป็นหลัก และอาจมีการใส่วิตามินและเกลือแร่เพิ่มเติม แต่ไม่มีการให้คำนิยามไว้โดยเฉพาะเจาะจง โดยเครื่องดื่มชูกำลังถูกจัดอยู่ในกลุ่มของอาหาร มิใช่ยา ซึ่งอาจเป็นอาหารปกติธรรมดาหรืออาหารที่อยู่ในกลุ่มของอาหารเสริม

ตามรัฐบัญญัติกฎหมายเกี่ยวกับอาหาร ยา และเครื่องสำอาง พ.ศ. 2526 (The Federal Food, Drug, and Cosmetic Act of 1983: FDCA) ได้ให้คำจำกัดความของอาหารไว้ว่า “สิ่งที่ใช้เป็นอาหารหรือเครื่องดื่ม รวมถึงส่วนประกอบของสิ่งดังกล่าว”

ส่วน ยา หมายความว่า “สิ่งที่มีไว้สำหรับการรักษา วินิจฉัย บรรเทา หรือป้องกันโรค”

ในการจำแนกว่าเป็นอาหารหรือยานั้น องค์การอาหารและยาของสหรัฐอเมริกาและศาลได้วางหลักเกณฑ์ที่เป็นแนวทางในการแบ่งแยกไว้ โดยกำหนดว่า ต้องพิจารณา ดังนี้

1) พิจารณาถึงผลกระทบต่อโครงสร้างการทำงานของร่างกาย และ

2) เจตนาที่แสดงออกมาของผู้ผลิต จากรายละเอียดฉลากที่อยู่บนผลิตภัณฑ์ และการโฆษณา

การจำแนกประเภทของอาหารและยาเป็นเรื่องที่สำคัญ เนื่องจากคณะกรรมการอาหารและยามีหลักเกณฑ์ความเคร่งครัดในการตรวจสอบข้อเท็จจริงต่างๆ แตกต่างกันโดยระดับการควบคุมผลิตภัณฑ์ที่เป็นยาจะค่อนข้างเข้มงวดมากกว่าอาหาร

ในเรื่องความหมายของ เครื่องดื่มผสมคาเฟอีน นั้นมีการเสนอแนวความคิดต่อรัฐสภาเห็นควรให้มีการแก้ไขรัฐบัญญัติกฎหมายเกี่ยวกับ อาหาร ยา และเครื่องสำอาง พ.ศ. 2526 (The Federal Food, Drug, and Cosmetic Act of 1983: FDCA) ข้อ 21 u.s.c 321 โดยเห็นควรเพิ่มเติมเป็นส่วน 321 (ff) (2) โดยมีการกำหนดคำนิยามของ เครื่องดื่มให้พลังงานว่า “ของเหลวที่มีส่วนผสมของคาเฟอีนเป็นหลักเพื่อใช้เป็นอาหารเสริมของมนุษย์” จากแนวคิดนี้จะสร้างความชัดเจนว่าเครื่องดื่มที่ผสมคาเฟอีนนั้นเป็นอาหารเสริม มิใช่ อาหาร เนื่องจากในปัจจุบันยังคงมีความไม่ชัดเจนว่าเครื่องดื่มที่มีการผสมคาเฟอีนใดเป็นอาหารหรืออาหารเสริม ด้วยเหตุที่ต้องดูเจตนาของผู้ผลิตประกอบด้วย ซึ่งเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมคาเฟอีนระดับที่สูงจะนำเสนอว่าเป็นอาหารเสริม เพื่อหลีกเลี่ยงการระบุถึงส่วนผสมและระดับของคาเฟอีนในผลิตภัณฑ์นั้น อย่างเช่น กระทิงแดง

---

[30] Nausheen Rokerya. (2009). *“Caffeine: The New “Energy” Crisis”.* pp. 5-6.

จนกระทั่ง รัฐบัญญัติกฎหมายเกี่ยวกับอาหารเสริมสุขภาพและการศึกษา พ.ศ. 2537 (The Dietary Supplement Health and Education Act of 1994: DSHEA) ได้นิยาม ภาพกว้างของเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของคาเฟอีนและผลิตภัณฑ์อื่นๆ ว่าเป็นอาหารเสริมโดยรัฐสภาให้คำจำกัดความอาหารเสริมว่า เป็นผลิตภัณฑ์ที่ทีส่วนประกอบอาหารที่ช่วยเสริมอาหารปกติ ได้แก่ วิตามิน เกลือแร่ สมุนไพรและพืช กรดอะมิโน (Amino Acid) และสารอื่นๆ เช่น สารเร่งปฏิกิริยา (Enzyme) เนื้อเยื่ออวัยวะต่อม (Glaudulars) และสารเพิ่มพลัง (Metabolite) ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสามารถมีได้ในหลายรูปแบบ อาทิเช่น แคปซูล ผง และของเหลว[31]

โดยมีการพิจารณาถึงความเป็นไปได้ในการควบคุมเครื่องดื่มให้พลังงานและขีดจำกัดเกี่ยวกับการกระทำขององค์การอาหารและยาของสหรัฐอเมริกา ดังนี้

(1) การแนะนำ

กฎข้อบังคับของอาหารและยาในสหรัฐอเมริกาตกอยู่ภายใต้การแนะนำของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาภายใต้รัฐบัญญัติกฎหมายเกี่ยวกับอาหาร ยา และเครื่องสำอางของรัฐบาลกลาง พ.ศ. 2526 (The Federal Food, Drug, and Cosmetic Act of 1983: FDCA)[32] อาหารอื่นๆ ที่ทำหน้าที่เช่นเดียวกับเครื่องดื่มชูกำลัง อาจอยู่ในรูปของอาหาร ยา อาหารทางการแพทย์หรืออาหารเสริมสำหรับการใช้งานพิเศษ[33] การควบคุมเครื่องดื่มให้พลังงานจะอยู่ในลักษณะสีเทาระหว่างอาหารกับอาหารเสริม[34]

(2) การแบ่งประเภทตามรัฐบัญญัติกฎหมายเกี่ยวกับอาหาร ยา และเครื่องสำอางของรัฐบาลกลาง พ.ศ. 2526 (The Federal Food, Drug, and Cosmetic Act of 1983: FDCA)[35] องค์การอาหารและยามีการออกกฎระเบียบที่แตกต่างกันออกไป ตามแต่ละผลิตภัณฑ์ขึ้นอยู่กับว่าเป็นผลิตภัณฑ์ประเภทใด เช่น อาหาร ยา อาหารทางการแพทย์ อุปกรณ์ทางการแพทย์

---

[31] U.S. Food and Drug Administration. Retrieved 20 May, 2012, from *http://www.cfsan.fda.gov/-dms/dscmps7.html.*

[32] Pub. L. No. 75-717, 52 Stat. 1040 (1938) (codified as amended 21 U.S.C. §§ 301 et seq. (1994)).

[33] See Heller, supra note 26, at 197; see § II A above For general discussion of functional foods

[34] See Morman, supra note 3.

[35] Jenny L. Grus. (2003). *Giving You Wings: Should the Food and Drug Administration Investigate the Safety of Red Bull and So-Called Energy Drinks*. pp. 8-10.

3.2.1.2 ประเทศออสเตรเลีย[36]

เครื่องดื่มผสมคาเฟอีน คือ เครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ โดยประกอบไปด้วยสารที่ให้พลังงาน เครื่องดื่มให้พลังงานมีการใส่คาเฟอีนและสารประกอบที่เป็นคาร์โบไฮเดรต กรดอะมิโน วิตามินและสารอื่นๆ เพื่อเสริมสร้างประสิทธิภาพการทำงานของจิตใจ

เครื่องดื่มประเภทนี้เป็นเครื่องดื่มไม่อัดลม หรือมีการอัดลมในปริมาณที่น้อยมาก และมีการเพิ่มสารคาเฟอีนและกัวรานา สมุนไพร โดยต้องมีคาเฟอีน 14.5-32 มิลลิกรัมต่อ 100 มิลลิลิตร และส่วนใหญ่มีการเติมวิตามินที่ละลายน้ำ เช่น วิตามินบี รวมทั้งไนอาซิน กรดแพนโททินิค และสารอื่นๆ เช่น สารทอรีน กลูโคโรโนแลคโตน สารปรุงแต่งรส มีการใส่สีและสารเติมแต่งอื่นๆ ที่ได้รับอนุญาตให้ใส่ในน้ำอัดลม ก็สามารถใส่ในเครื่องดื่มให้พลังงานนี้ได้

3.2.1.3 สหภาพยุโรป

สหภาพยุโรปได้ให้คำนิยามของเครื่องดื่มผสมคาเฟอีนว่าคือเครื่องดื่มให้พลังงาน (Energy drinks) โดยเป็นเครื่องดื่มที่มีสารคาเฟอีน ทอรีน กลูคูโรโนแลคโตน และสารอื่นในปริมาณสูง[37] นอกจากนี้มีการเรียกว่าเครื่องดื่มบำรุงสมองหรือกระตุ้น[38] ร่างกายให้ตื่นตัว[39]

3.2.1.4 ประเทศสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์

เครื่องดื่มผสมคาเฟอีนหรือเครื่องดื่มชูกำลัง (Energy Drinks) คือเครื่องดื่มที่ประกอบด้วยคาเฟอีนเป็นส่วนผสมหลัก[40]

---

[36] Australian Beverages Council. Retrieved May 23, 2012, from *http://www.australianbeverages.org/scripts/cgiip.exe/Wservice=ASP0002/ccms.r?Pageld=10111.*

[37] Food Standards Agency, United Kingdom**.** Energy Drinks Follow-Up Letter. Retrieved May 21, 2012, from *http: //www.foodstandards.gov.uk/multimedia/webpage/energydrink2.*

[38] See Victor Lambert, Using Smart Drugs and Drinks May Not be Smart, FDA CONSUMER. Retrieved May 21, 2012, from *http: //www.fda.government/bbs/topics/CONSUMER/CON00207.html*

[39] See Ireland Food Safety Promotions Board (Safefood), A Review of the Health Effects of Stimulant Drinks, Final Report , J.J. Strain, chairman, Stimulant Drinks Committee. Retrieved May 21, 2012, from *http: //www.safefoodonline.com/news/n_190302.asp*

[40] สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองดูไบ. มิถุนายน 2555. กรมส่งเสริมการส่งออก.

3.2.2 หน่วยงานหรือองค์กรที่มีอำนาจหน้าที่ในการดูแล

ความปลอดภัยของผู้บริโภคในเรื่องอาหารนั้น เป็นเรื่องสำคัญมาก เนื่องจากมีผลต่อสุขภาพอนามัยที่อาจเป็นอันตรายต่อชีวิตได้ ในทุกประเทศจึงมีการก่อตั้งหน่วยงานต่างๆ ที่มีหน้าที่ในการควบคุมดูแลเกี่ยวกับความปลอดภัยในอาหารที่มีการวางจำหน่ายในท้องตลาด เพื่อเป็นการคุ้มครองสุขอนามัยของผู้บริโภค

3.2.2.1 ประเทศสหรัฐอเมริกา[41]

สหรัฐอเมริกามีการวางระบบรักษาความปลอดภัยของสินค้าอาหาร เพื่อความปลอดภัยของผู้บริโภค และเพื่อให้ผู้บริโภคได้รับข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าอาหารที่ถูกต้อง การคุ้มครองดูแลในเรื่องเครื่องดื่มผสมคาเฟอีนอยู่ในความรับผิดชอบของหน่วยงาน ดังต่อไปนี้

1) สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาของสหรัฐอเมริกา (U.S. The Food and Drug Administration: U.S. FDA) สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาของสหรัฐอเมริกาเป็นหน่วยงานที่อยู่ในความควบคุมดูแลของกระทรวงสาธารณสุข (U.S. Department of Health and Human Service: HHS) เป็นหน่วยงานที่รับผิดชอบด้านความปลอดภัยของเครื่องสำอาง ยา อุปกรณ์การแพทย์ และอาหารทุกชนิด (ยกเว้นเนื้อสัตว์ สัตว์ปีกและผลิตภัณฑ์จากเนื้อสัตว์ ผลิตภัณฑ์จากไข่ ไข่แช่เยือกแข็ง ไข่อบแห้ง และการปิดฉลากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบ)

หน้าที่หลักของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาของสหรัฐอเมริกา (U.S. The Food and Drug Administration: U.S. FDA) ได้แก่ การออกระเบียบเกี่ยวกับการปิดฉลาก (Food Labeling) ออกแนวทางการจัดทำระบบวิเคราะห์อันตรายจากจุดวิกฤตที่ต้องควบคุม (Hazard Analysis and Critical Control Point: HACCP) สำหรับอาหารทะเล (Seafood) และผลิตภัณฑ์น้ำผักผลไม้ และกำหนดระดับดำเนินการของสิ่งบกพร่อง (Food Defect Action Levels) เพื่อป้องกันไม่ให้ผลิตภัณฑ์อาหารมีสิ่งปลอมปนถึงระดับที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพของผู้บริโภค

2) สำนักงานปกป้องสิ่งแวดล้อมสหรัฐอเมริกา (Environmental Protection Agency: EPA)[42]

เป็นหน่วยงานที่มีอำนาจและหน้าที่ในการออกใบอนุญาตให้แก่ผลิตภัณฑ์สินค้ายาฆ่าแมลงที่ยอมให้มีตกค้างในอาหารและอาหารสัตว์ นอกจากนี้ สำนักงานปกป้องสิ่งแวดล้อมสหรัฐอเมริกา (Environmental Protection Agency: EPA) ยังทำหน้าที่บริหารโปรแกรมต่างๆ ที่เป็นเรื่องกฎระเบียบและการวิจัยสารเคมีที่เป็นพิษที่เกิดขึ้นในน้ำและอาหาร

---

[41] (ม.ป.ป.). ระบบรักษาความความปลอดภัยในอาหารของสหรัฐอเมริกา. สืบค้นเมื่อ 21 พฤษภาคม 2555, จาก *http: //moacdc.thaiembdc.org/Reports/Food_ST/Chapter_1.*

[42] สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ นครลอสแองเจลิส, มกราคม 2554, หน้า 1.

3.2.2.2 ประเทศออสเตรเลีย[43]

หน่วยงานที่มีความเกี่ยวข้องในเรื่องนี้ คือ สำนักงานมาตรฐานด้านอาหารร่วมออสเตรเลียและนิวซีแลนด์ (Food Standards Australia New Zealand: FSANZ) เป็นหน่วยงานที่มีหน้าที่พัฒนามาตรฐานอาหารให้ครอบคลุมถึงอุตสาหกรรมอาหารในประเทศออสเตรเลียและประเทศนิวซีแลนด์ รวมถึงการพัฒนาในส่วนกฎหมายเกี่ยวกับมาตรฐานอาหารของออสเตรเลียและนิวซีแลนด์ โดยบัญญัติถึงเรื่องส่วนผสม กระบวนการผลิต การใส่สีผสมอาหาร สารปรุงแต่ง วิตามินและเกลือแร่ ประมวลกฎหมายนี้ครอบคลุมถึงอาหารบางชนิด เช่น ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากนม เนื้อสัตว์และเครื่องดื่ม เช่นเดียวกับมาตรฐานที่พัฒนาโดยเทคโนโลยีใหม่ๆ นอกจากนี้ยังมีอำนาจหน้าที่รับผิดชอบดูแลเรื่องการติดฉลาก ทั้งสำหรับอาหารสำเร็จรูปและอาหารที่ไม่มีผลิตภัณฑ์บรรจุสำเร็จ รวมไปถึงมีอำนาจเฉพาะในการเตือนหรือให้คำแนะนำเกี่ยวกับฉลาก

โดยมีวิสัยทัศน์ในเรื่อง อาหารที่ปลอดภัย ส่งเสริมสุขภาพของประชาชนในประเทศออสเตรเลียและประเทศนิวซีแลนด์ และมีพันธกิจในการพัฒนามาตรการเกี่ยวกับอาหารให้มีประสิทธิภาพในการทำงานร่วมกันของรัฐบาลของประเทศออสเตรเลียและประเทศนิวซีแลนด์

สำนักงานมาตรฐานด้านอาหารร่วมออสเตรเลียและนิวซีแลนด์ (Food Standards Australia New Zealand: FSANZ) มีสำนักงานตั้งอยู่ที่กรุงแคนเบอร่า ประเทศออสเตรเลีย และกรุงเวลลิงตัน ประเทศนิวซีแลนด์ มีคณะกรรมการที่มีความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ในเรื่องเกี่ยวกับอาหาร เป็นผู้บริหารปกครองหน่วยงานและสมาชิก

3.2.2.3 สหภาพยุโรป

หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในเรื่องนี้ คือ หน่วยงานความปลอดภัยด้านอาหารประจำสหภาพยุโรป (The European Food Safety Authority: EFSA) เป็นหน่วยงานที่ทำหน้าที่ให้คำแนะนำด้านข้อมูลทางวิทยาศาสตร์ ข้อคิดเห็น ข้อมูลทางวิชาการ เพื่อออกข้อกำหนดหรือนโยบายของประเทศในกลุ่มสหภาพยุโรป[44]

นอกจากนี้ หน่วยงานความปลอดภัยด้านอาหารประจำสหภาพยุโรป (The European Food Safety Authority: EFSA) ยังมีบทบาทหน้าที่ในการควบคุมดูแลเกี่ยวกับความปลอดภัยของอาหาร ซึ่งหมายความรวมถึงเครื่องดื่ม โดยอุตสาหกรรมเครื่องดื่มของสหภาพยุโรป มีวิสัยทัศน์

---

[43] Australian Beverages Council. Retrieved May 23, 2012, from *http://www.australianbeverages.org/scripts/cgiip.exe/Wservice=ASP0002/ccms.r?Pageld=10111.*

[44] ร.อ. หญิงนิธิมา เคารพครู. *รายงานการฝึกอบรม Quality infrastructure for Food Safety ระหว่างวันที่ 5 กันยายน – 1 ตุลาคม 2553 ณ ราชอาณาจักรสวีเดน.*

ในการพัฒนาและปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายและการให้พลังงานในหนึ่งหน่วยการบริโภคที่ไม่สูงมาก รวมทั้งควบคุมเกี่ยวกับกระบวนการผลิต การจำหน่าย เครื่องดื่มชนิดนี้[45]

หน่วยงานความปลอดภัยด้านอาหารประจำสหภาพยุโรป (The European Food Safety Authority: EFSA) มีเป้าหมายในการปรับปรุงความปลอดภัยด้านอาหาร สร้างความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเรื่องความปลอดภัยด้านอาหารและสร้างความเชื่อมั่นของประเทศคู่ค้าด้านอาหารในสหภาพยุโรป[46]

3.2.2.4 ประเทศสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์

หน่วยงานของรัฐบาลประเทศสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ ชื่อ “Emirates Standardisation and Metrology Authority (ESMA)” มีหน้าที่ในการควบคุมดูแลเกี่ยวกับเครื่องดื่มผสมคาเฟอีนโดยหน่วยงาน Emirates Standardisation and Metrology Authority (ESMA) มีหน้าที่ตรวจสอบมาตรฐานสินค้า เพื่อออกระเบียบในการควบคุมสินค้าทุกชนิดให้มีคุณภาพเป็นไปตามมาตรฐาน เพื่อความปลอดภัยและคุ้มครองผู้บริโภค ส่วนกรณีที่มีการนำเข้าเครื่องดื่มผสมคาเฟอีนมาจำหน่ายในประเทศ ก่อนนำเข้าผู้นำเข้าต้องส่งตัวอย่างให้หน่วยงาน Emirates Standardisation and Metrology Authority (ESMA) ตรวจสอบเพื่อออกใบอนุญาตประกอบการนำเข้าต่อไป นอกจากนี้ หน่วยงาน Emirates Standardisation and Metrology Authority (ESMA) ยังมีหน้าที่ในการจัดส่งเจ้าหน้าที่ออกตรวจสอบสินค้าตามร้านค้าที่วางจำหน่าย เพื่อให้ร้านค้าปฏิบัติตามระเบียบที่กำหนด[47]

3.2.3 มาตรการควบคุมเครื่องดื่มผสมคาเฟอีน

เครื่องดื่มผสมคาเฟอีน นั้น เป็นเครื่องดื่มที่ได้รับความนิยมอย่างมากในต่างประเทศเช่นเดียวกับในประเทศไทย ดังนั้นการกำหนดมาตรการในการควบคุมเกี่ยวกับเครื่องดื่มผสมคาเฟอีน จึงเป็นเรื่องที่ทางหน่วยงานภาครัฐให้ความสำคัญ โดยได้มีการออกกฎหมายควบคุมในเรื่องต่างๆ ที่เกี่ยวกับเครื่องดื่มประเภทนี้ เพื่อเป็นการให้ความคุ้มครองผู้บริโภคให้ได้รับความปลอดภัยในสุขอนามัยจากการบริโภคเครื่องดื่มดังกล่าว

---

[45] Union of European Soft Drinks Associations. Retrieved June 7, 2012, from *http://www.unesda.org/facts figures*

[46] ร.อ. หญิงนิธิมา เคารพครู. *รายงานการฝึกอบรม Quality infrastructure for Food Safety ระหว่างวันที่ 5 กันยายน – 1 ตุลาคม 2553 ณ ราชอาณาจักรสวีเดน.*

[47] สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองดูไบ. มิถุนายน 2555. กรมส่งเสริมการส่งออก.

3.2.3.1 ประเทศสหรัฐอเมริกา

เครื่องดื่มผสมคาเฟอีนหรือเครื่องดื่มที่ผู้ผลิต เรียกว่า เครื่องดื่มให้พลังงานนี้ เป็นเครื่องดื่มเพิ่มพลังงานโดยมีการใส่สารคาเฟอีน น้ำตาล และสารอาหารอื่นเพิ่มเติม ซึ่งทั้งเครื่องดื่มให้พลังงาน เครื่องดื่มอัดลม และเครื่องดื่มสำหรับนักกีฬา กำลังได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้นในตลาดเครื่องดื่มของสหรัฐอเมริกา[48]

ในสหรัฐอเมริกาไม่ได้มีกฎระเบียบที่เฉพาะเจาะจงเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นี้ โดยอาจอยู่ในรูปของผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร[49] เครื่องดื่มให้พลังงานเป็นผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในกลุ่มของอาหาร แต่ยังไม่มีความชัดเจนว่าเป็นอาหารปกติหรืออาหารเสริมแต่เพียงอย่างใดอย่างหนึ่ง[50]

การควบคุมตามรัฐบัญญัติกฎหมายเกี่ยวกับอาหารเสริมสุขภาพและการศึกษา พ.ศ. 2537 (The Dietary Supplement Health and Education Act 1994: DSHEA) มีการควบคุมในลักษณะเดียวกับอาหาร แต่แตกต่างจากยาโดยสิ้นเชิง แต่อย่างไรก็ตามในกรณีของอาหารเสริมนั้น คณะกรรมการอาหารและยาไม่มีการพิจารณาในด้านความปลอดภัย ไม่จำต้องได้รับความเห็นชอบในผลิตภัณฑ์และประสิทธิผลของอาหารเสริมก่อนวางจำหน่ายในท้องตลาด แต่ผู้ผลิตต้องจัดเตรียมข้อมูลก่อนการวางจำหน่ายในตลาด เว้นแต่อาหารเสริมที่ใช้ส่วนประกอบที่เคยมีการใช้กันโดยทั่วไปอยู่แล้ว ผู้ผลิตอาหารเสริมต้องรับผิดชอบในด้านความปลอดภัยของอาหารเสริมของตนตลอดจนโครงสร้างและหน้าที่ กระทั่งสรรพคุณของผลิตภัณฑ์ที่มีการสนับสนุนเพียงพอว่าเป็นความจริงและไม่ก่อให้เกิดความเข้าใจที่คลาดเคลื่อน ที่ผ่านมาสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาของสหรัฐอเมริกา (U.S. The Food and Drug Administration: U.S. FDA) จะเข้ามาดำเนินการเมื่อมีปัญหาเกิดขึ้นหลังจากที่มีการวางจำหน่ายแล้ว ซึ่งนับว่าเป็นปัญหาที่ควรได้รับการแก้ไข[51]

เมื่อเครื่องดื่มให้พลังงานไม่ได้จัดอยู่ในประเภทใดประเภทหนึ่งจะอยู่ภายใต้กฎระเบียบที่สร้างขึ้นโดยรัฐบัญญัติกฎหมายเกี่ยวกับอาหารเสริมสุขภาพและการศึกษา พ.ศ. 2537 (The Dietary Supplement Health and Education Act 1994: DSHEA) ที่มีการวางกฎระเบียบทั่วไปของผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ทอรีนและสารอื่นๆ ที่มีอยู่ในเครื่องดื่มให้พลังงาน เพราะว่าทั้งหลายอยู่

---

[48] Jenny L. Grus. (2003). *Giving You Wings: Should the Food and Drug Administration Investigate the Safety of Red Bull and So-Called Energy Drinks.* p. 2.

[49] See Heller, supra note 26, at 197

[50] See Garret Condon, Energy Drinks, Straight Up or Mixed, Stir Debate, *LOS ANGELES TIMES*, Jan. 21, 2002, at S3.

[51] U.S. Food and Drug Administration. Retrieved 1 June, 2012, from *http: //www.cfsan.fda.gov/-dms/dscmps7.html*

ภายใต้องค์การอาหารและยาในส่วนของรัฐบัญญัติกฎหมายเกี่ยวกับอาหารเสริมสุขภาพและการศึกษา พ.ศ. 2537 (The Dietary Supplement Health and Education Act: DSHEA) โดยจะมีการหารือถึงการออกระเบียบข้อบังคับเกี่ยวกับเครื่องดื่มให้พลังงานโดยเฉพาะ

รัฐบัญญัติกฎหมายเกี่ยวกับอาหารเสริมสุขภาพและการศึกษา พ.ศ. 2537 (The Dietary Supplement Health and Education Act: DSHEA) มีวัตถุประสงค์ในการส่งเสริมสุขภาพของผู้บริโภคเพื่อส่งเสริมให้มาตรการด้านการดูแลสุขภาพและเป็นการลดค่าใช้จ่ายในการดูแลสุขภาพในระดับชาติ[52] และสนับสนุนให้ผู้บริโภคมีการเข้าถึงข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารมากขึ้นเพื่อประโยชน์ในการดูแลรักษาสุขภาพ โดยรัฐบัญญัติกฎหมายเกี่ยวกับอาหารเสริมสุขภาพและการศึกษา พ.ศ. 2537 (The Dietary Supplement Health and Education Act 1994: DSHEA)

รัฐบัญญัติกฎหมายเกี่ยวกับอาหารเสริมสุขภาพและการศึกษา พ.ศ. 2537 (The Dietary Supplement Health and Education Act 1994: DSHEA) มีเจตนารมณ์คือ การควบคุมผลิตภัณฑ์เสริมอาหารให้มีความปลอดภัยและรับรองว่าอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์เสริมอาหารผลิตสินค้าที่ปลอดภัย

จากการมีรัฐบัญญัติกฎหมายเกี่ยวกับอาหารเสริมสุขภาพและการศึกษา พ.ศ. 2537 (The Dietary Supplement Health and Education Act 1994: DSHEA) ส่งผลให้องค์การอาหารและยาของสหรัฐอเมริกาเข้ามามีบทบาทในการควบคุมผลิตภัณฑ์เสริมอาหารได้น้อย โดยองค์การอาหารและยามีบทบาทเพียงการพิสูจน์ความปลอดภัยของอาหารเสริมที่เกี่ยวกับองค์การอาหารและยาเท่านั้น[53] นอกจากนี้ภายใต้บทบัญญัติรัฐบัญญัติกฎหมายเกี่ยวกับอาหารเสริมสุขภาพและการศึกษา พ.ศ. 2537 (The Dietary Supplement Health and Education Act 1994: DSHEA) องค์การอาหารและยาไม่ได้รับอนุญาตในการตรวจสอบก่อนมีการวางจำหน่ายในตลาดของอาหารเสริม[54]

แม้ว่าจะมีหลักฐานทั้งในอดีตและปัจจุบันเกี่ยวกับผลกระทบในวงกว้างต่อทั้งปัจเจกบุคคลและสุขอนามัยของประชากรต่อการบริโภคคาเฟอีน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในบรรดาเด็ก และวัยรุ่น ผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนผสมของคาเฟอีนก็ยังไม่ได้ถูกควบคุม หรือ บังคับโดยรัฐบาลกลาง รวมถึงรัฐบาลท้องถิ่น แรกเริ่มนั้นมีการควบคุมคาเฟอีนในระดับรัฐบาลกลาง โดยสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (U.S. The Food and Drug Administration: U.S. FDA) ภายใต้รัฐบัญญัติกฎหมายเกี่ยวกับอาหาร ยา และเครื่องสำอาง พ.ศ. 2526 (The Food Drug and Cosmetic Act 1983: FDCA)

---

[52] See DSHEA, Pub. L. No. 103-417, 2(15)(A), 108 Stat. 4325, 4326 (1994).

[53] See DSHEA, Pub. L. No. 103-417, sec. 4, 402(f)(1), 108 Sat. 4325, 4328 (1994).

[54] See S. Rep. No. 103-410, at 21 (1994); see generally Colloton, supra note 88, at 528.

แต่ทั้งนี้ทั้งรัฐบาลกลาง และรัฐบาลท้องถิ่นมีความพยายามในการควบคุมการบริโภคคาเฟอีนในเด็กและวัยรุ่นซึ่งรวมไปถึงการควบคุมเครื่องดื่มผสมคาเฟอีนด้วย

สิ่งหนึ่งของข้อบังคับต่อการขายและการบริโภคคาเฟอีน คือ การไม่มีข้อจำกัดในการซื้อขาย หรือ บริโภค และการห้ามที่ไม่มากพอสำหรับการเข้าถึงการบริโภคของเด็ก และเยาวชน ไม่ว่าจะเป็นอาหาร อาหารเสริม หรือ ยา ซึ่งมีขายตามร้านค้า และร้านขายยาทั่วไป อย่างไรก็ตาม ล่าสุดได้มีการเสนอร่างญัตติการห้ามขายเครื่องดื่มให้พลังงาน หรือ เครื่องดื่มผสมของคาเฟอีนในปริมาณที่สูงต่อผู้เยาว์ ไม่ว่าจะเป็นในรัฐเคนตั๊กกี้ หรือรัฐมิชิแกน ในปี ค.ศ. 2008 แต่ทั้ง 2 ร่างถูกตีตกไป

ปี ค.ศ. 2009 สมาชิกสภาแห่งรัฐมิชิแกนมีการนำเสนอรัฐบัญญัติสุขอนามัยเด็ก ซึ่งเกี่ยวข้องโดยตรงกับคาเฟอีนที่มิใช่การห้ามขายเครื่องดื่มให้พลังงาน หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของคาเฟอีน แต่เรียกร้องให้มีการระบุระดับของคาเฟอีนบนฉลากแทน ในขณะที่รัฐเมนได้มีการนำเสนอรัฐบัญญัติเช่นกัน โดยนำการวิจัยมาเป็นแหล่งข้อมูลอ้างอิงถึงอัตราการสูบฉีดโลหิตและการเต้นของหัวใจในเยาวชนที่ถูกกระตุ้นได้ง่ายจากคาเฟอีน อย่างไรก็ตามสมาคมผู้ผลิตเครื่องดื่มได้ออกมาต่อต้านรัฐบัญญัตินี้ ด้วยเหตุผลที่ว่า เยาวชนเพียงต้องการแค่เครื่องดื่มเสริมพลังงานที่สุดแล้วรัฐบัญญัตินี้ก็ตกไป

สำหรับเครื่องดื่มผสมคาเฟอีนนั้น ยังไม่มีหลักฐานที่ชัดเจนถึงอันตรายจากการบริโภค หากพิจารณาในแง่ของส่วนผสม ดังนั้นแนวทางการควบคุมเครื่องดื่มให้พลังงานของสหรัฐอเมริกาจะปรากฏออกมาในลักษณะของการควบคุมความเหมาะสมของการบริโภคเครื่องดื่มนี้ เช่น การตรวจสอบในส่วนของกลุ่มผู้บริโภค อาทิเช่น กลุ่มเด็กและวัยรุ่น ซึ่งเป็นกลุ่มที่ควรอยู่ในความควบคุม อีกทั้งความปลอดภัยเกี่ยวกับการบริโภคเครื่องดื่มให้พลังงานควบคู่ไปกับการเล่นกีฬาหรือการออกกำลังกาย และควบคุมตรวจสอบในเรื่องวิธีการโฆษณา[55]

ในขณะที่รัฐบัญญัติเหล่านี้ถูกตีตกไป ได้มีความพยายามที่จะป้องกันการขายเครื่องดื่มให้พลังงานในสถานศึกษา ท้ายสุดรัฐบัญญัตินี้ก็ตกไป แต่ก็ยังมีบางสถานศึกษาที่ข้อบังคับนี้ใช้ได้ผล อย่างเช่น สถานศึกษาในรัฐเวอจิเนีย รัฐนิวเจอซี่ และเท็กซัส

ขอบเขตและข้อจำกัดของบทบัญญัติในปัจจุบันทั้งในระดับรัฐบาลกลาง และรัฐบาลท้องถิ่นต่อ คาเฟอีนและผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนผสมของคาเฟอีนมีดังนี้

---

[55] Jenny L. Grus. (2003). *Giving You Wings: Should the Food and Drug Administration Investigate the Safety of Red Bull and So-Called Energy Drinks.* p. 16.

ข้อบังคับในระดับรัฐบาลกลางของคาเฟอีนในอาหาร และยา จะต่างกันออกไปขึ้นอยู่กับว่าผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนผสมของคาเฟอีนเหล่านั้น จะถูกตีความให้เป็น อาหาร อาหารเสริม หรือว่ายา ซึ่งก็ขึ้นอยู่กับการตลาดและการบริโภค

ในระดับทั่วไป ระดับความเข้มงวดของการควบคุมคาเฟอีนในยาจะมีมากกว่า คาเฟอีนในอาหาร และอาหารเสริม เนื่องจากยามีความเสี่ยงต่อการเกิดอันตรายต่อผู้บริโภคที่มากกว่า

การแยกประเภทของคาเฟอีนโดยสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ของสหรัฐอเมริกา (U.S. The Food and Drug Administration: U.S. FDA) มี 3 ลักษณะ คือ

1) คาเฟอีนในฐานะของอาหาร

คาเฟอีนในฐานะของอาหาร ณ ที่นี้รวมไปถึงเครื่องดื่มซึ่งมีส่วนผสมของคาเฟอีน เช่น ชา กาแฟ และช็อคโกแลต ภายใต้บทบัญญัติด้านสุขอนามัยอาหารเสริม และ การศึกษา คาเฟอีนจะอยู่ในระดับและปริมาณที่มีความปลอดภัย สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาของสหรัฐอเมริกา (U.S. The Food and Drug Administration: U.S. FDA) ได้กำหนดอัตราของคาเฟอีนอยู่ที่ระดับ 0.02% หรือไม่เกิน 71 มิลลิกรัมต่อเครื่องดื่มปริมาตร 12 ออนส์ ซึ่งการกำหนดนี้มาจากคำตัดสินของศาลที่มีต่อผลิตภัณฑ์โคคา-โคลา ที่มีขายอยู่ทั่วไป แม้ในความเป็นจริงแล้ว สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาของสหรัฐอเมริกา (U.S. The Food and Drug Administration: U.S. FDA) มีจุดมุ่งหมายที่จะกำจัดคาเฟอีนในเครื่องดื่มด้วยเหตุผลทางด้านสุขภาพ

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาของสหรัฐอเมริกา (U.S. The Food and Drug Administration: U.S. FDA) มีความพยายามที่จะให้ผู้ผลิตระบุบนฉลากว่าผลิตภัณฑ์เหล่านั้นมีส่วนประกอบของคาเฟอีน ในขณะที่ผู้ผลิตพยายามที่จะหลีกเลี่ยงการระบุปริมาณของคาเฟอีนที่ผสมอยู่ แต่ก็มีบางผู้ผลิตยินดีที่จะให้ความร่วมมือเพื่อผลประโยชน์ของผู้บริโภค อย่างไรก็ตามบนฉลากจำเป็นต้องระบุคุณค่าทางโภชนาการ แม้ว่าจะยังไม่มีข้อบังคับให้ผู้ผลิตต้องระบุบนฉลากว่าผลิตภัณฑ์เหล่านั้นมีส่วนประกอบของคาเฟอีน แต่ในอนาคตก็อาจจำเป็นต้องมีการเตือนถึงอันตรายต่อสาธารณะ

2) คาเฟอีนในรูปของอาหารเสริม

ส่วนหนึ่งมีความพยายามที่จะหลีกเลี่ยงผลิตภัณฑ์จากการนิยามให้เป็นอาหารมาเป็นอาหารเสริม อย่างเช่น วิตามิน แร่ธาตุ และ สมุนไพร ซึ่งถูกควบคุมโดยบทบัญญัติด้านสุขอนามัยอาหารเสริม และการศึกษาแทน

นอกจากนั้นแล้ว ผลิตภัณฑ์ที่เป็นอาหารเสริมไม่ต้องมีการเปรียบเทียบระดับคาเฟอีนรวมไปถึงการระบุข้อความบนฉลากอย่างในผลิตภัณฑ์ที่เป็นอาหารหรือยา

3) คาเฟอีนในรูปของยา

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาของสหรัฐอเมริกา (U.S. The Food and Drug Administration: U.S. FDA) ได้นิยาม ยา ไว้เพื่อบรรเทา รักษา บำรุง และป้องกันโรค ผลิตภัณฑ์ที่ถูกจัดให้อยู่ในประเภทนี้จะมีข้องบังคับที่ซับซ้อนยิ่งกว่าประเภทอาหาร และอาหารเสริม อย่างเช่น ระดับของคาเฟอีนในยาแก้ปวดจะต้องไม่เกิน 65 มิลลิกรัม ต่อ หนึ่งหน่วย (dose)

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาของสหรัฐอเมริกา (U.S. The Food and Drug administration: U.S. FDA) บังคับให้ผู้ผลิตต้องระบุคำเตือนบนฉลากว่ายานี่มีส่วนผสมของคาเฟอีน ยิ่งไปกว่านั้นผู้ผลิตจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องระบุคำชี้แจง คำแนะนำ คำเตือน และวิธีการใช้อย่างชัดเจน เพื่อเป็นคำแนะนำในขั้นต้น และหลีกเลี่ยงการใช้ในเด็ก

เมื่อพิจารณาอย่างละเอียดถึงอุตสาหกรรมเครื่องดื่มให้พลังงานหรือเครื่องดื่มผสมคาเฟอีนโดยเฉพาะอย่างยิ่งกระทิงแดง จะเห็นประเด็นที่สำคัญอย่างยิ่งในความเป็นจริงขององค์การอาหารและยา ตัวอย่างเช่น การอภิปรายถึงเครื่องดื่มให้พลังงานจะพบปัญหาขององค์การอาหารและยา เนื่องจากข้อจำกัดที่เคร่งครัดของรัฐบัญญัติการศึกษาและอาหารเสริมสุขภาพ นอกจากนี้ การขายเครื่องดื่มให้พลังงานแสดงให้เห็นถึงลักษณะที่ตลาดของกลุ่มผลิตภัณฑ์ลักษณะเดียวกันมีผลถึงกัน อีกทั้ง มีการอภิปรายว่ากระทิงแดงมีการใส่วัตถุเจือปนอาหารที่ซับซ้อนที่ยังคงต้องอาศัยการศึกษาทางวิทยาศาสตร์ที่ยังไม่มีการพิสูจน์และมีการวิพากษ์วิจารณ์ออกไปในหลายแนวทาง

ยิ่งไปกว่านั้น การอภิปรายถึงการกล่าวขานถึงเครื่องดื่มให้พลังงาน มีการถกเถียงกันมาในเรื่องของกฎระเบียบที่ควบคุมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นี้ในประเทศสหรัฐอเมริกา ส่วนใหญ่เห็นควรว่าองค์การอาหารและยาควรมีอำนาจโดยตรงและควบคุมการตลาดของผลิตภัณฑ์นี้หรือ เรียกร้องให้มีการติดคำเตือนบนผลิตภัณฑ์

สรุปแล้ว แม้ว่าจะปรากฏชัดเจนว่าเครื่องดื่มให้พลังงานไม่เหมาะสมสำหรับเด็กหรือกับการผสมกับแอลกอฮอล์หรือการออกกำลังกาย แต่รัฐบัญญัติเกี่ยวกับอาหาร ยา และเครื่องสำอางของรัฐบาลกลาง พ.ศ. 2526 (The Food Drug and Cosmetic Act 1983: FDCA) และรัฐบัญญัติกฎหมายเกี่ยวกับอาหารเสริมสุขภาพและการศึกษา พ.ศ. 2537 (The Dietary Supplement Health and Education Act of 1994: DSHEA) ไม่มีข้อบังคับเกี่ยวกับเครื่องดื่มให้พลังงานในส่วนนี้แต่อย่างใด

ในส่วนที่เกี่ยวกับการพบสารเบนซินในเครื่องดื่มผสมคาเฟอีนนั้น สำนักงานปกป้องสิ่งแวดล้อมสหรัฐอเมริกา (Environmental Protection Agency: EPA) ได้มีความกังวลเกี่ยวกับปนเปื้อนของสารเบนซินในน้ำดื่ม จึงได้มีการเสนอต่อรัฐสภาจนกระทั่งมีการออกรัฐบัญญัติน้ำสะอาด (Clean Water Act 1974) ขึ้นในปี ค.ศ. 1974 เพื่อกำหนดระดับของสารปนเปื้อนในน้ำดื่ม

ที่ไม่มีผลกระทบต่อสุขภาพที่ไม่พึงประสงค์ โดยสำนักงานปกป้องสิ่งแวดล้อมสหรัฐอเมริกา (Environmental Protection Agency: EPA) ได้มีการกำหนดกฎระเบียบบังคับใช้กับสารเบนซินที่เรียกว่าระดับสารปนเปื้อนสูงสุด (MCL) ที่ 5 ppb (part per billion)[56] โดยรัฐบาลของแต่ละรัฐสามารถกำหนดระดับของสารเบนซินให้ต่ำกว่านี้ได้ ตัวอย่างเช่น ในรัฐแคลิฟอร์เนีย คอนเนคติกัล นิวเจอซี และฟลอริดา มีการกำหนดมาตรฐานไว้ที่ 1 ppb (part per billion) [57]

3.2.3.1 ประเทศออสเตรเลีย[58]

การควบคุมเครื่องดื่มให้พลังงานในประเทศออสเตรเลีย ตกอยู่ภายใต้มาตรฐาน 2.6.4 (เครื่องดื่มที่ผสมคาเฟอีน) ของประมวลมาตรฐานอาหารของออสเตรเลียและนิวซีแลนด์ มีการควบคุมในเรื่องของกระบวนการผลิตโดยมีการกำหนดเกี่ยวกับปริมาณคาเฟอีนที่สามารถใส่ลงไปในเครื่องดื่มนี้ได้ รวมไปถึงส่วนผสมทั้งหมดที่ใส่ลงไปในเครื่องดื่มต้องถูกตรวจสอบโดยหน่วยงานที่กำกับดูแลด้านอาหารของออสเตรเลีย ตามที่มีการระบุไว้ในประมวลกฎหมายมาตรฐานอาหาร (Food Standard Code)

โดยส่วนประกอบที่สามารถใส่ในเครื่องดื่มให้พลังงาน มีการกำหนดไว้ในประมวลมาตรฐานอาหารของประเทศออสเตรเลียและประเทศนิวซีแลนด์ ดังต่อไปนี้

Thiamin	40	มิลลิกรัม
Ribioflavin	20	มิลลิกรัม
ไนอะซิน	40	มิลลิกรัม
วิตามิน บี6	10	มิลลิกรัม
วิตามิน บี12	10	มิลลิกรัม
กรดแพนโททินิค	10	มิลลิกรัม
ทอรีน	2000	มิลลิกรัม
กลูโคโรโนแลคโตน	1200	มิลลิกรัม

ในเรื่องการควบคุมด้านฉลากนั้น ประเทศออสเตรเลียได้มีการกำหนดให้มีการติดฉลากบนเครื่องดื่มให้พลังงานไว้โดยเฉพาะโดยระบุว่าต้องมีการระบุปริมาณเฉลี่ยของคาเฟอีนที่ใส่ใน

---

[56] United States Food and Drug Administration: Questions and Answers on the Occurrence of Benzene in Soft Drinks and Other Beverages. Retrieved June 3, 2012, from *http://web.archive.org/web/20080326000127/www.cfsan.fda.gov/~dms/benzqa.html*

[57] Council Directive 98/83/EC.

[58] Benzene in non-algoholic Beverages. Retrieved June 13, 2012, from *http://www.foodprocessing.com.au/news/12790-Benzene-in-non-alcoholic-beverages*

เครื่องดื่มนี้ ต่อหนึ่งหน่วยบริโภคต่อ 100 มิลลิลิตร รวมทั้งสารอื่นๆ ที่มีการใส่เพิ่มลงไปในเครื่องดื่มให้พลังงาน และในกระบวนการโฆษณาผลิตภัณฑ์ต้องมีคำเตือนว่าเครื่องดื่มนี้ไม่เหมาะสำหรับเด็กและสตรีมีครรภ์หรือหญิงให้นมบุตร และคนที่ไวต่อคาเฟอีน

ส่วนในเรื่องของการกำกับดูแลเกี่ยวกับการพบสารเบนซินในเครื่องดื่มนั้น ในประเทศออสเตรเลียมีรายงายเกี่ยวกับเรื่องนี้ว่า สารเบนซินดังกล่าวเกิดขึ้นจากเครื่องดื่มที่มีกรดแอสคอบิก (วิตามินซี) และสารโซเดียมเบนโซเอต คือสารกันบูดที่ได้รับอนุญาตให้ใส่ได้ในอาหาร กรดแอสคอบิกจะทำปฏิกิริยากับสารโซเดียมเบนโซเอต เกิดเป็นสารเบนซินในระดับที่ต่ำ ในเรื่องนี้ สำนักงานมาตรฐานด้านอาหารร่วมออสเตรเลียและนิวซีแลนด์ (Food Standards Australia New Zealand: FSANZ) ร่วมกับกระทรวงสาธารณสุข ที่เป็นหน่วยงานที่กำกับดูแลความปลอดภัยด้านอาหารของออสเตรเลียและนิวซีแลนด์ มีการจัดการทดสอบวิเคราะห์ความเสี่ยง ผลจากการศึกษานี้พบว่าปริมาณสารเบนซินที่พบในเครื่องดื่มดังกล่าวต่อหนึ่งหน่วยบริโภค ไม่ก่อให้เกิดความเสี่ยงต่อสุขภาพ เนื่องจากว่าในประเทศออสเตรเลียมีความเคร่งครัดในเรื่องนี้และได้มีการตรวจสอบผลิตภัณฑ์อยู่เสมอให้อยู่ในระดับที่ปลอดภัย

แต่อย่างไรก็ตาม ในเรื่องปริมาณสารเบนซินที่อาจพบในเครื่องดื่มนี้ ประเทศออสเตรเลียได้มีการกำหนดค่ามาตรฐานของสารเบนซินในน้ำดื่มไว้ โดยเทียบอัตราส่วนหนึ่งต่อพันล้านส่วน ppb (part per billion) โดยมีองค์การสุขภาพแห่งชาติและแพทยสภาของออสเตรเลียทำการวิจัยวางแนวทางว่าให้มีสารเบนซินในน้ำดื่มได้เพียง 1 ไม่เกิน ppb (part per billion) โดยมีสำนักงานมาตรฐานด้านอาหารร่วมออสเตรเลียและนิวซีแลนด์ (Food Standards Australia New Zealand: FSANZ) ทำหน้าที่ในการควบคุมตรวจตราให้เป็นไปตามแนวทางดังกล่าว หากพบผู้ผลิตรายใดยังมีการผลิตเครื่องดื่มที่มีค่าเบนซินมากกว่า 1 ppb (part per billion) ย่อมต้องปฏิบัติตามโดยการลดค่าเบนซินให้เหลือ 1 ppb (part per billion) เท่านั้น

3.2.3.3 สหภาพยุโรป

ในปัจจุบันนี้ในสหภาพยุโรปยังมิได้มีการออกข้อกำหนดเกี่ยวกับเครื่องดื่มคาเฟอีน ไม่ว่าในเรื่องของปริมาณคาเฟอีนที่ใส่ในเครื่องดื่มดังกล่าวหรือการกำหนดข้อความในฉลากหรือเรื่องใดก็ตามเป็นการเฉพาะ ดังนั้น การควบคุมเกี่ยวกับเครื่องดื่มผสมคาเฟอีนจึงเป็นไปตามที่แต่ละประเทศกำหนดขึ้นตามสภาพสังคม วัฒนธรรม เศรษฐกิจ ภายในประเทศของตน ดังต่อไปนี้

1) ประเทศออสเตรีย

ออสเตรียกำหนดให้มีคาเฟอีนได้ไม่เกิน 32 มิลลิกรัม/100 มิลลิลิตร โดยประเทศออสเตรียยังมีการกำหนดเกี่ยวกับข้อความที่ต้องแสดงบนฉลากว่า “Containing Caffeine” (มีส่วนผสมของคาเฟอีน) และกำหนดให้ต้องมีคำเตือนบนผลิตภัณฑ์ ว่า “Not Suitable for Caffeine

Sensitive Person" (ผลิตภัณฑ์นี้ไม่เหมาะสำหรับผู้ที่ไวต่อสารคาเฟอีน)[59] และมีคำเตือนว่าเด็กไม่ควรบริโภค[60] และมีกฎระเบียบห้ามผสมกับเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์[61] และไม่มีการโฆษณาโดยผ่านกลุ่มเด็กอายุต่ำกว่า 12 ปี ทางสื่อออนไลน์หรือทางโทรทัศน์ และไม่มีการจำหน่ายในโรงเรียนประถมศึกษาทั่วยุโรป ส่วนในโรงเรียนมัธยมศึกษาอนุญาตให้มีการขายได้ในเครื่องขายอัตโนมัติโดยไม่มีการเน้นยี่ห้อผลิตภัณฑ์

2) ประเทศสวีเดน

ในประเทศสวีเดนนั้น เนื่องจากได้มีวัยรุ่นชาวสวีเดนเสียชีวิต จำนวน 3 คน โดยแพทย์สันนิษฐานว่าอาจเกิดจากการดื่มเครื่องดื่มที่ผสมคาเฟอีนผสมแอลกอฮอล์ และจากการศึกษาสาเหตุการเสียชีวิตแพทย์ได้มีความเห็นว่า เครื่องดื่มดังกล่าวมีความเข้มข้นมาก เป็นอันตรายต่อไตและทำให้หัวใจเต้นแรง ด้วยเหตุนี้องค์การอาหารแห่งชาติสวีเดน (The Swedish National Food Administration) ซึ่งเป็นหน่วยงานที่ควบคุมกำกับดูแลและมีหน้าที่กำหนดปริมาณคาเฟอีนของเครื่องดื่มชนิดนี้ จึงมีการกำหนดให้มีปริมาณคาเฟอีนได้ในช่วง 20-32 มิลลิกรัม/100 มิลลิลิตร รวมทั้งกำหนดให้มีการระบุข้อความบนฉลากว่า "เด็ก สตรีมีครรภ์ และผู้ที่แพ้คาเฟอีนไม่ควรดื่ม"[62] อีกทั้งยังได้มีการออกคำเตือนให้ประชาชน ไม่ควรบริโภคเครื่องดื่มให้พลังงานร่วมกับเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์หรือหลังจากการออกแรง[63]

3) ประเทศไอร์แลนด์

ในประเทศไอร์แลนด์ จากเหตุการณ์ที่มีนักเรียนเสียชีวิตในขณะแข่งขันบาสเก็ตบอล โดยจากการพิจารณาพยานหลักฐานพบว่า ก่อนการแข่งขันผู้ตายได้บริโภคเครื่องดื่มให้พลังงานถึง 3 กระป๋อง จึงเป็นการกระตุ้นถึงความปลอดภัยจากการบริโภคเครื่องดื่มให้พลังงาน ซึ่งคณะกรรมการความปลอดภัยด้านอาหารของไอร์แลนด์ (Safe food) ได้มีการกำหนดให้มีการระบุบนฉลากเพิ่มเติมว่า เครื่องดื่มนี้ไม่เหมาะสมสำหรับหญิงตั้งครรภ์ นอกจากนี้ไม่ควรใช้ผสมกับ

---

[59] ดารณี หมู่ขจรพันธ์. (2544). *เอกสารทางวิชาการ การวิเคราะห์สถานการณ์เครื่องดื่มที่มีกาเฟอีน*. หน้า 22.

[60] See Dave Newbart, The So-Called Energy Drink, One Ad Boasts, Gives You Wings, *Chicago Sun Times,* Jan. 22, 2002, at 14 [hereinafter Newbart].

[61] See Sweeney, supra note 6.

[62] แหล่งเดิม. หน้า 34-35.

[63] See Red Bull Mystique, supra note 38.

แอลกอฮอล์ ไม่ควรใช้ร่วมกับการกีฬา การออกกำลังกาย ไม่ใช่เครื่องดื่มที่ทดแทนการสูญเสียน้ำของร่างกาย[64]

4) ประเทศอิตาลี

ในประเทศอิตาลี สภาสูงสุดด้านสุขภาพของอิตาลี ได้มีการดำเนินการเกี่ยวกับผลกระทบต่อสุขภาพของปริมาณคาเฟอีนและทอรีน[65] จากผลการศึกษาได้มีการกำหนดเพิ่มเติมเกี่ยวกับข้อความบนฉลาก ปริมาณคาเฟอีนที่ควรให้คำแนะนำแก่เด็ก สตรีมีครรภ์และคนที่ไวต่อคาเฟอีนเกี่ยวกับอันตรายที่อาจเกิดขึ้นได้[66] นอกจากนี้มีการแนะนำว่าควรหลีกเลี่ยงการบริโภคเครื่องดื่มประเภทนี้กับแอลกอฮอล์หรือยาสูบ

แต่อย่างไรก็ตาม เนื่องจากเครื่องดื่มผสมคาเฟอีนหรือเครื่องดื่มให้พลังงาน คือ เครื่องดื่มที่ผสมคาเฟอีน ซึ่งในเรื่องนี้เมื่อวันที่ 18 กรกฎาคม 2002 สหภาพยุโรปมีการตรากฎหมายควบคุมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ผสมคาเฟอีน ได้มีการออกข้อกำหนดเกี่ยวกับฉลากของอาหารที่มีส่วนผสมของสารควินินหรือคาเฟอีน คือข้อกำหนดสหภาพยุโรปที่ 67/2002 (Directive 2002/67 EC)[67] มีรายละเอียดเกี่ยวกับฉลาก การนำเสนอ และการโฆษณาของอาหาร ที่ออกมาแทนที่ Directive 2000/13 EC

เหตุผลในการออกข้อกำหนดของสหภาพยุโรปที่ 2002/67 เนื่องจาก[68]

1) ยาควินินและสารคาเฟอีนถูกนำมาใช้ในกระบวนการผลิต การเตรียมอาหาร ไม่ว่าเป็นเครื่องปรุงหรือในรูปของส่วนผสมสำหรับคาเฟอีน สำหรับผู้บริโภคส่วนใหญ่บริโภคสารเหล่านี้ในปริมาณที่เหมาะสม ไม่น่ามีความเสี่ยงต่อสุขภาพ

---

[64] See Dick Ahlstrom, Stimulant Drinks Report Welcomed, *THE IRISH TIMES*, Mar. 22, 2002, at 2.

[65] See Safefood, supra note 12, at 5; Study on Nutritional, Health and Ethical Claims in European Union (2000), prepared by Hill & Knowlton for European Commission Directorate General for Health and Consumer Protection, p. 292. Retrieved June, 5, 2012, from *http: europa.eu.int/comm./consumers/policy/developments/envi=clai03=en.pdf.*

[66] See Study on Nutritional, Health and Ethical Claims in European Union (2000), prepared by Hill & Knowlton for European Commission Directorate General for Health and Consumer Protection, p. 292. Retrieved June, 5, 2012, from *http: europa.eu.int/comm./consumers/policy/developments/envi=clai03=en.pdf.*

[67] Council Directive 02/67/EC.

[68] Summarys of EU legislation. Retrieved June, 6, 2012, from *http://eurlex.europa.eu/smartapi/cgi/sga.doc?smartapi!celexplus!DocNumber&lg=en&type.doc=Directive & on_doc=2002&nu_doc=67*

2) ข้อสรุปที่กำหนดโดยคณะกรรมการวิทยาศาสตร์ด้านอาหาร (The Scientific Committee for Food) ไม่คัดค้านในเรื่องของพิษวิทยาในอาหาร

3) ในเรื่องของสารคาเฟอีน คณะกรรมการวิทยาศาสตร์ด้านอาหาร (The Scientific Committee for Food) มีความเห็นเกี่ยวกับคาเฟอีนในเครื่องดื่มให้พลังงานว่า สำหรับผู้ใหญ่ทั่วไปสามารถบริโภคคาเฟอีนได้ แต่อย่างไรก็ตาม การบริโภคคาเฟอีนอาจมีกระทบถึงพฤติกรรมที่แสดงออกทางอารมณ์ เช่น ความหงุดหงิด วิตกกังวล แต่หากเป็นสตรีมีครรภ์ การบริโภคคาเฟอีนควรอยู่ในปริมาณที่ได้รับคำแนะนำ

4) จากข้อเท็จจริงที่ค้นพบดังกล่าว ทำให้มีความจำเป็นในการจัดให้มีฉลาก มีการให้ข้อมูลที่ชัดเจนต่อผู้บริโภคเกี่ยวกับการผสมยาควินินหรือคาเฟอีนในอาหาร และในกรณีของคาเฟอีนต้องมีข้อความเตือนและระบุปริมาณคาเฟอีน สำหรับเครื่องดื่มที่มีการใส่สารคาเฟอีนที่มิได้มาจากธรรมชาติ (คาเฟอีนสังเคราะห์)

5) ซึ่งในข้อกำหนดของสหภาพยุโรปที่ 2000/13 ไม่ได้มีการกล่าวถึงภาคเรื่องดังกล่าวว่าต้องมีการระบุชื่อในส่วนผสม และหากมีการระบุว่ามีการผสมของสารคาเฟอีนก็มิได้มีการกำหนดว่าต้องมีข้อความที่บ่งชี้ถึงปริมาณที่ใส่

6) ในแต่ละประเทศสมาชิก มีการกำหนดในเรื่องฉลากบนผลิตภัณฑ์แตกต่างกันออกไป เป็นเหตุให้เกิดปัญหาทางเทคนิคสำหรับการค้า ในส่วนที่เกี่ยวข้อง

โดยมีรายละเอียดในข้อกำหนด กล่าวคือ กรณีเครื่องดื่มที่มีไว้สำหรับการบริโภคโดยไม่ต้องมีการดัดแปลงมีการใส่สารคาเฟอีนไม่ว่าจากแหล่งใดในปริมาณเกินกว่า 150 มิลลิกรัม/1 ลิตร ต้องมีการระบุข้อความว่า “มีคาเฟอีนสูง” ภายใต้ชื่อของผลิตภัณฑ์ และมิใช้บังคับกับกรณีที่เป็นเครื่องดื่มที่อยู่ในกลุ่มผลิตภัณฑ์ “กาแฟ” และ “ชา”

โดยกำหนดให้ประเทศสมาชิกต้องให้กลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ดังกล่าวปฏิบัติตามข้อกำหนดนี้ ตั้งแต่ วันที่ 1 กรกฎาคม ค.ศ. 2003 โดยประเทศสมาชิกต้องนำข้อกำหนดนี้มาปรับใช้กับกฎระเบียบและการบริหารบทบัญญัติที่จำเป็นให้สอดคล้องตามข้อกำหนดไม่ช้ากว่า วันที่ 30 มิถุนายน ค.ศ. 2003 หากผลิตภัณฑ์ใดขัดต่อข้อกำหนดนี้ ห้ามมีการค้าขาย ตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม ค.ศ. 2004 เป็นต้นมา อย่างไรก็ตาม หากผลิตภัณฑ์ใดไม่สามารถทำตามข้อบังคับนี้ก่อนวันที่ 1 กรกฎาคม ค.ศ. 2004 ต้องได้รับอนุญาตและจะจำหน่ายเฉพาะส่วนที่ยังคงตกค้างอยู่เท่านั้น

นอกจากกรณีปัญหาเกี่ยวกับปริมาณสารคาเฟอีนและสารต่างๆ ที่ใส่ในเครื่องดื่มให้พลังงานแล้ว ยังมีอีกหนึ่งปัญหาที่สำคัญ และต้องตระหนักถึงผลกระทบจากการบริโภคเครื่องดื่มดังกล่าว คือ การพบสารเบนซินซึ่งเป็นสารก่อมะเร็งในเครื่องดื่ม ซึ่งในเรื่องนี้นานาประเทศรวมทั้ง

สหภาพยุโรปได้เล็งเห็นปัญหาและความจำเป็นในการหามาตรการในการควบคุมปริมาณคาเฟอีนให้อยู่ในระดับที่ปลอดภัยต่อร่างกายมนุษย์หากมีการบริโภคในระดับปกติ จึงมีการควบคุมระดับสารเบนซินในน้ำดื่มทั้งในระดับนานาชาติและระดับประเทศ (สากล)

ในสหภาพยุโรปได้มีการกำหนดในเรื่องนี้โดยมีการกำหนดค่าเบนซินที่อาจเกิดในน้ำดื่มได้ไม่เกิน 1 หนึ่งต่อหนึ่งพันล้านส่วน (ppb: part per billion)

ต่อมา ทางสหภาพยุโรปได้มีการออกข้อกำหนดเกี่ยวกับคุณภาพของน้ำดื่ม กำหนดมาตรฐานคุณภาพน้ำที่มนุษย์บริโภค คือ ข้อกำหนดที่ 83/1998 (Directive 98/83 EC) เมื่อวันที่ 3 พฤศจิกายน 1998 โดยมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้[69]

ข้อกำหนดนี้มีเจตนารมณ์เพื่อปกป้องคุ้มครองสุขภาพของมนุษย์โดยประกาศเกี่ยวกับมนุษย์บริโภค ยกเว้นน้ำแร่ธรรมชาติ และน้ำที่มีคุณสมบัติเป็นยา

จากข้อกำหนดมีการกำหนดหน้าที่แก่ประเทศสมาชิก กล่าวคือ น้ำดื่มต้องไม่มีความเข้มข้นของจุลชีพ ปรสิต หรือสารอื่นๆ ที่มีความเสี่ยงต่อสุขภาพของมนุษย์ และมีคุณสมบัติตรงตามมาตรฐานขั้นต่ำของข้อกำหนด โดยประเทศสมาชิกต้องมีการตรวจสอบคุณภาพของน้ำที่มีไว้สำหรับการบริโภคของมนุษย์ โดยวิธีการวิเคราะห์ตามที่มีการกำหนดในข้อบังคับหรือวิธีการเทียบเท่า ในกรณีที่ไม่เป็นไปตามมาตรฐานที่ข้อกำหนดระบุไว้ ประเทศสมาชิกต้องแก้ไขโดยเร็วที่สุดเพื่อคืนค่าคุณภาพน้ำ มิฉะนั้น ห้ามประเทศสมาชิกจำหน่ายน้ำดื่มและจำกัดกาใช้น้ำที่ถือว่าอาจก่อให้เกิดอันตรายต่อสุขภาพของมนุษย์ โดยจะมีการตรวจสอบถึงค่ามาตรฐานทุก 5 ปีว่าได้เป็นไปตามข้อกำหนดที่วางไว้หรือไม่

3.2.3.4 ประเทศสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์[70]

หน่วยงาน Emirates Standardisation and Metrology Authority (ESMA) ได้ออกระเบียบเกี่ยวกับเครื่องดื่มผสมคาเฟอีน ซึ่งมีผลเริ่มบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 1 สิงหาคม 2555 โดยมีข้อกำหนดเกี่ยวกับส่วนผสม การวางจำหน่ายและข้อจำกัดต่างๆ ดังต่อไปนี้

1) ข้อกำหนดในเรื่องส่วนผสม

เนื่องจากสารคาเฟอีนมีฤทธิ์ต่อระบบหัวใจและการไหลเวียนของโลหิตอันอาจก่อให้เกิดอันตรายต่อสุขภาพ หากได้รับในปริมาณมากและติดต่อกันเป็นประจำ หน่วยงาน Emirates Standardisation and Metrology Authority (ESMA) ได้กำหนดมาตรการในการควบคุมเครื่องดื่มผสมคาเฟอีนในหน่วยบรรจุ 100 มิลลิกรัม ดังนี้

---

[69] Council Directive 98/83/EC.

[70] สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองดูไบ. มิถุนายน 2555. กรมส่งเสริมการส่งออก.

(1) คาเฟอีน (Caffeine)ไม่เกิน 32 มิลลิกรัม

(2) สารอินโนซิทอล (Inosital) ไม่เกิน 20 มิลลิกรัม

(3) สารทอรีน (Taurine) ไม่เกิน 400 มิลลิกรัม

(4) กลูโคโรโนแลคโตน (Glucuronolactone) ไม่เกิน 240 มิลลิกรัม

2) ข้อกำหนดในเรื่องฉลาก

มีการกำหนดว่า บนฉลากต้องมีการระบุแสดงคำเตือนอันตรายของคาเฟอีนและจำนวนของการดื่มได้ต่อวัน ด้วยขนาดและสีตัวอักษรที่เห็นชัดเจน

3) ข้อกำหนดในเรื่องการจำหน่าย

(1) การวางจำหน่ายในร้านค้าต้องวางเครื่องดื่มผสมคาเฟอีนแยกออกจากเครื่องดื่มทั่วไป

(2) ร้านค้าที่จำหน่ายเครื่องดื่มผสมคาเฟอีน ต้องมีป้ายแสดงคำเตือนอันตรายจากการดื่มเครื่องดื่มชนิดนี้หน้าตู้เย็นบรรจุสินค้า

(3) มีการจำกัดผู้ซื้อ ได้แก่ ผู้ที่อายุต่ำกว่า 16 ปีบริบูรณ์ สตรีมีครรภ์ นักกีฬา และผู้ที่เป็นโรคหัวใจ โรคกระเพาะอาหาร และโรคความดันโลหิตสูง