

บทที่ 3

มาตรการทางกฎหมายไทยและต่างประเทศที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคที่ใช้สินค้าที่มีส่วนประกอบของนาโนเทคโนโลยี

ในบทนี้จะเป็นการศึกษาถึงมาตรการทางกฎหมายของประเทศไทยและต่างประเทศ ได้แก่ ประเทศสหรัฐอเมริกา สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี และญี่ปุ่น ที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคที่ใช้สินค้าที่มีส่วนประกอบของนาโนเทคโนโลยีเพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานในการวิเคราะห์ปัญหาในการคุ้มครองผู้บริโภคต่อไป

3.1 มาตรการทางกฎหมายของประเทศไทยที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคที่ใช้สินค้าที่มีส่วนประกอบของนาโนเทคโนโลยี

3.1.1 พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 เป็นกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคสินค้าที่มีส่วนประกอบของนาโนเทคโนโลยีในด้านการโฆษณา และฉลากสินค้า

3.1.2 พระราชบัญญัติความรับผิดชอบต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นจากสินค้าไม่ปลอดภัย พ.ศ. 2551 เป็นกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคสินค้าที่มีส่วนประกอบของนาโนเทคโนโลยีในด้านการเยียวยาความเสียหายที่เกิดขึ้นจากสินค้าไม่ปลอดภัย

3.1.3 พระราชบัญญัติวิธีพิจารณาคดีผู้บริโภค พ.ศ. 2551 เป็นกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคสินค้าที่มีส่วนประกอบของนาโนเทคโนโลยีในด้านการเยียวยาความเสียหาย เช่นเดียวกับพระราชบัญญัติความรับผิดชอบต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นจากสินค้าไม่ปลอดภัย พ.ศ. 2551

ประเทศไทยมีกฎหมายการคุ้มครองผู้บริโภคขึ้นในปี พ.ศ. 2522 คือ พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 มีวัตถุประสงค์เพื่อให้เป็นกฎหมายกลางในการดำเนินการคุ้มครองสิทธิแก่ผู้บริโภคทั่วไป เนื่องจากการออกกฎหมายเป็นรายประเภทสินค้าไม่อาจแก้ปัญหาหรือคุ้มครองสิทธิแก่ผู้บริโภคได้ทันต่อเหตุการณ์ จึงจำเป็นต้องมีกฎหมายกลางเพื่ออุดช่องว่างกฎหมาย ซึ่งตามพระราชบัญญัตินี้จะมีคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคเป็นองค์กรที่ทำหน้าที่กำกับควบคุมงานคุ้มครองผู้บริโภคให้มีประสิทธิภาพโดยมีบทบัญญัติกลางเกี่ยวกับฉลาก โฆษณา สัญญา สินค้าไม่ปลอดภัย และการช่วยเหลือเยียวยาสิทธิของผู้บริโภค เพื่อให้ความคุ้มครองผู้บริโภคได้อย่างเพียงพอ นอกจากนี้พระราชบัญญัตินี้ยังมีบทบัญญัติยอมรับการมีอยู่ของกฎหมายต่างๆ ซึ่งมีวัตถุประสงค์ในการคุ้มครองผู้บริโภค รวมทั้งอำนาจหน้าที่ของพนักงานเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติตาม

กฎหมายต่างๆ ด้วย¹ และยังมีพัฒนาการทางกฎหมายว่าด้วยสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่ปลอดภัย (Safety Products) ขึ้นหลายฉบับ ได้แก่พระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522 พระราชบัญญัติคณะกรรมการอาหารแห่งชาติ พ.ศ. 2551 จนถึงเป็นการคุ้มครองเกี่ยวกับสถานะของคู่ความที่ไม่เท่าเทียมกันตามพระราชบัญญัติวิธีพิจารณาคดีผู้บริโภค พ.ศ. 2551 และจนกระทั่งมาถึงพระราชบัญญัติความรับผิดต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นจากสินค้าที่ไม่ปลอดภัย พ.ศ. 2551 หรือที่เรียกว่า “กฎหมายความรับผิดในสินค้าที่ไม่ปลอดภัย” (Product Liability Law : PL Law) ซึ่งผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าที่มีส่วนประกอบของนาโนเทคโนโลยีมักถูกเอารัดเอาเปรียบจากผู้ขาย เนื่องจากสินค้านี้จะกล่าวว่ามีราคาถูกกว่าสินค้าปกติโดยทั่วไป แต่เมื่อผู้บริโภคซื้อสินค้านี้ไปแล้ว ปรากฏว่าไม่สรรพคุณหรือคุณสมบัติตามที่ผู้ขายกล่าวอ้างหรือเป็นของปลอม ซึ่งอาจก่อให้เกิดอันตรายแก่ผู้บริโภคได้ ทั้งนี้ยังไม่มีกฎหมายในการควบคุมสินค้าที่มีส่วนประกอบของนาโนเทคโนโลยีโดยตรง คงอาศัยกฎหมายใกล้เคียงตามที่กล่าวข้างต้นในการคุ้มครองผู้บริโภคที่ซื้อสินค้านี้ดังกล่าว

3.1.4 ประเภทสินค้าที่มีส่วนประกอบของนาโนเทคโนโลยี

การพัฒนาทางอุตสาหกรรมอย่างรวดเร็วในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา รวมทั้งภาวะทางเศรษฐกิจและการแข่งขัน ส่งผลให้นาโนเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทมากขึ้น โดยถูกประยุกต์ใช้หรือเกี่ยวข้องในกระบวนการผลิตสินค้าหลายประเภท ดังนี้

- 1) สินค้าประเภทอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์ มีการใช้วัสดุระดับนาโนเป็นองค์ประกอบของสารกึ่งตัวนำในการผลิตชิป แผงวงจร หน่วยความจำขนาดนาโน ทำให้ผลิตภัณฑ์ มีขนาดเล็กลง แต่สามารถบรรจุข้อมูลได้จำนวนมหาศาล ทั้งยังประหยัดไฟมากขึ้นและมีประสิทธิภาพโดยรวมเพิ่มขึ้น
- 2) สินค้าประเภทสิ่งทอ (สิ่งทอนาโน) มีการใช้อนุภาคนาโนเคลือบเส้นใยผ้า ทำให้สวมใส่สบายขึ้นเนื่องจากตัวอนุภาคจะช่วยดูดความชื้น ป้องกันรังสี UV และความร้อนทำลายแบคทีเรีย ระบายกลิ่นเหม็น และยังสามารถเสริมวิตามินอีช่วยบำรุงผิวอีกด้วย
- 3) สินค้าประเภทเครื่องสำอาง เช่น ผลิตภัณฑ์แป้งทาหน้า ซึ่งเป็นอนุภาคนาโนทำให้แป้งมีคุณสมบัติไม่สะท้อนแสง ทำให้ใบหน้าไม่ขาวออกและดูอ่อนเยาว์ขึ้น ผลิตภัณฑ์ครีมบำรุงผิวที่เป็นอนุภาคนาโนจะช่วยให้การดูดซึมเข้าสู่ผิวหนังดีขึ้น ซึ่งเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพของครีม

¹ ศุภฤกษ์ ชลวีระวงศ์. (2550). ความรับผิดต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นจากสินค้าที่ไม่ปลอดภัย: ศึกษากรณีของผู้ให้แฟรนไชส์ที่ไม่ได้ผลิตหรือขายหรือนำเข้าสินค้า. หน้า 150.

4) สินค้าประเภทยา ซึ่งยาที่มีองค์ประกอบเป็นอนุภาคระดับนาโน ทำให้ถูกดูดซึมเข้าสู่ร่างกายได้ดีและออกฤทธิ์ได้เร็วขึ้น นอกจากนี้ ยังมีการศึกษาวิจัยเพื่อพัฒนารักษาโรคมะเร็งและระบบนำส่งยาที่มีขนาดเล็กระดับนาโน เพื่อให้ใช้ปริมาณยาที่มีขนาดน้อยลง และไปถึงเป้าหมายเฉพาะที่ โดยไม่ส่งผลข้างเคียงต่อเซลล์หรือเนื้อเยื่ออื่นที่ไม่ต้องการให้ได้รับผลกระทบจากการออกฤทธิ์ของยา

5) สินค้าประเภทอุตสาหกรรมการแพทย์ โดยการผ่าตัดแบบดั้งเดิม อาจเปลี่ยนไปเป็นการผ่าตัดระดับนาโน(Nanosurgeons) โดยการควบคุมหุ่นยนต์นาโน (Nanorobots) เข้าไปตรวจจับและทำลายเซลล์มะเร็ง หรือไวรัสที่ต้องการโดยไม่เป็นอันตรายต่อเซลล์อื่นๆ นอกจากนี้ ยังมีการผลิตตัวเซนเซอร์ทางการแพทย์ ตรวจจับมะเร็งระยะแรกเริ่มที่มีอนุภาคในระดับ นาโนสำหรับผู้พิการ

6) สินค้าประเภทสารเคลือบผิว นอกเหนือจากการใช้สารเคลือบผิวที่มีส่วนผสมของอนุภาคนาโนกับผลิตภัณฑ์สิ่งทอ ยังมีการใช้กับผลิตภัณฑ์อื่นๆ เช่น เคลือบผิวโลหะภายในเครื่องยนต์ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการหล่อลื่นและป้องกันการสึกหรอ เคลือบผิวฟิล์มติดกระจกรถยนต์หรือแว่นตา เพื่อป้องกันรังสี UV และความร้อน เคลือบผิวภาชนะบรรจุภัณฑ์เพื่อป้องกันความชื้น เป็นต้น

7) สินค้าประเภทอุตสาหกรรมโลหะและวัสดุก่อสร้าง เช่น เหล็ก สามารถนำอนุภาคนาโนไปใช้เสริมทำให้เหล็กมีคุณสมบัติในการยืดหยุ่นตัวสูงขึ้นและมีความเหนียวมากขึ้น คอนกรีตมีการใช้อนุภาคเส้นใยนาโนเข้าไปเป็นส่วนประกอบ ทำให้คอนกรีตมีความละเอียดมากขึ้น ส่งผลให้การยึดเกาะดีขึ้น เพิ่มความแข็งแรง ทนทาน ทั้งเกิดคุณสมบัติในการทำมาสะอาดตัวเองได้

3.1.5 องค์การที่เกี่ยวข้องกับสินค้าที่มีส่วนประกอบของนาโนเทคโนโลยี

นาโนเทคโนโลยีจะเกี่ยวข้องกับกระบวนการจัดการ การสร้างหรือการวิเคราะห์ วัสดุ อุปกรณ์ เครื่องจักรหรือผลิตภัณฑ์ที่มีขนาดเล็กมากๆ รวมถึงการออกแบบหรือการประดิษฐ์เครื่องมือเพื่อใช้สร้างหรือวิเคราะห์วัสดุในระดับที่เล็กมากๆ เช่น การจัดอะตอมและโมเลกุลในตำแหน่งที่ต้องการได้อย่างถูกต้องแม่นยำ ซึ่งสินค้าที่มีส่วนประกอบของนาโนเทคโนโลยี จำเป็นต้องใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยในการตรวจสอบ องค์การที่เกี่ยวข้องกับสินค้านี้ นอกจากสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคซึ่งเป็นองค์กรภาครัฐแล้ว ยังมีองค์กรภาครัฐและองค์กรภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับสินค้านี้ ดังนี้²

² ศูนย์นาโนเทคโนโลยีแห่งชาติ. (ม.ป.ป.). สืบค้นเมื่อ 20 มีนาคม 2556, จาก

3.1.5.1 องค์การภาครัฐ

หน่วยงานต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นภาครัฐ ภาคเอกชน มหาวิทยาลัย และองค์กรธุรกิจทั่วโลก ต่างก็ประชันขันแข่งกันเพื่อเป็นผู้นำด้านนาโนเทคโนโลยี และเซ็นสินค้าอุปโภค บริโภค ทั้งที่มีส่วนผสมของวัสดุนาโนและใช้นาโนเทคโนโลยีในการผลิต ออกสู่ตลาดกันไม่เว้นแต่ละวัน ทั้งนี้ ในขณะเดียวกัน หลักฐานที่อาจบ่งชี้ได้ว่าวัสดุที่เป็นนวัตกรรมใหม่เหล่านี้ มีโอกาสที่จะก่อให้เกิดอันตรายด้านความปลอดภัย ชีวอนามัยและสิ่งแวดล้อมอย่างมีนัยสำคัญ ก็เพิ่มมากขึ้นเป็นเงาตามตัว เหมือนจะท้าทายต่อสังคม เศรษฐกิจ และจริยธรรมของมวลมนุษยชาติด้วย

1) ศูนย์นาโนเทคโนโลยีแห่งชาติ

นาโนเทคโนโลยีเป็นกระแสใหม่ของการพัฒนาเทคโนโลยีในศตวรรษที่ 21 ซึ่งเกี่ยวข้องกับกระบวนการสร้าง สังเคราะห์ ควบคุม และใช้ประโยชน์จากวัสดุหรือโครงสร้างที่มีขนาดเล็กมากในระดับนาโนเมตร นาโนเทคโนโลยีจะทำให้วัสดุมีสมบัติพิเศษที่สามารถนำมาใช้ประโยชน์ เป็นประตูดสู่นวัตกรรมทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีทุกแขนง ซึ่งจะช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตประชาชนไทย ตลอดจนเพิ่มขีดความสามารถของอุตสาหกรรมไทยในเวทีโลกให้ทัดเทียมอารยประเทศ ทั้งนี้ศูนย์นาโนเทคโนโลยีแห่งชาติ (นาโนเทค) เป็นองค์กรในกำกับของรัฐ ภายใต้สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 13 สิงหาคม 2546 มีภารกิจหลักที่ต้องรับผิดชอบในการสร้าง สนับสนุน และส่งเสริม ศักยภาพของนาโนเทคโนโลยี ตลอดจนเผยแพร่ความรู้ให้กับสังคมถ่ายทอด เทคโนโลยีสู่ภาคอุตสาหกรรม และสร้างความตระหนัก ความรู้ ความเข้าใจให้กับประชาชนในประเทศให้มีความพร้อมในการรับข่าวสารข้อมูลนาโน เทคโนโลยีทั้งในปัจจุบันและอนาคต ทั้งนี้ เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายของการพัฒนาประเทศตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับปัจจุบัน

2) อำนาจหน้าที่และพันธกิจ

ดำเนินงานวิจัย พัฒนา ออกแบบและวิศวกรรม และประยุกต์นาโนเทคโนโลยี เพื่อให้เกิดความเป็นเลิศและสามารถถ่ายทอดสู่การใช้ประโยชน์ให้กับภาคการผลิต อันจะนำไปสู่การยกระดับผลิตภัณฑ์ที่เป็นฐานสำคัญของประเทศไทย ส่งผลต่อการเพิ่มศักยภาพการแข่งขันของประเทศและยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน ภายใต้ความตระหนักในการรักษาและดูแลใส่ใจต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมทั้งนี้ก็เพื่อเป็นการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติสิ่งแวดล้อมตามที่กฎหมายบัญญัติไว้เช่นกันนั่นเอง

(1) ความสำคัญของระดับชาติ (National Importance) ทำงานในเรื่องที่มีความสำคัญต่อประเทศ ทั้งในด้านเศรษฐกิจและสังคม เพื่อการมีคุณภาพชีวิตที่ดี เกิดการพัฒนาภาค อุตสาหกรรม

และเกษตรกรรม รวมทั้งเป็นฐานและทรัพยากรสำคัญในการพัฒนาองค์ความรู้เทคโนโลยีและสร้าง นวัตกรรมเทคโนโลยีให้กับประเทศไทยอย่างยั่งยืน

(2) ความเป็นเลิศนานาชาติ (International Excellence) ดำเนินการวิจัย บริการ และ สนับสนุน อย่างมีคุณภาพในระดับสากล โดยมีประสิทธิผลและประสิทธิภาพเทียบกัน ได้กับองค์กร ชั้นเยี่ยมในระดับนานาชาติ

(3) ทักษะวิสัยที่ชัดเจน (Global Visibility) ทำให้ผลงานเป็นที่ประจักษ์ รับรู้ และ ได้รับการยอมรับทั้งในระดับประเทศและระดับนานาชาติ

(4) วิจัยพัฒนาเพื่อสร้างองค์ความรู้ด้านนาโนศาสตร์และนาโนเทคโนโลยีในระดับ นานาชาติควบคู่ไปกับการรักษาและใส่ใจต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

(5) ผลักดันนโยบาย และกลยุทธ์ด้านนาโนศาสตร์และนาโนเทคโนโลยีของประเทศ ให้เกิดผลเป็นรูปธรรมอย่างยั่งยืน

(6) ให้บริการและถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านนาโนศาสตร์และนาโนเทคโนโลยีสู่ภาคการ ผลิตรวมทั้งสร้างความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องกับสาธารณะชน

(7) ผลิตและผลักดันการผลิตกำลังคนที่มีคุณภาพและมีศักยภาพเพื่อพัฒนานาโน ศาสตร์และนาโนเทคโนโลยี

(8) พัฒนาและสนับสนุนให้เกิดการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่เอื้อประโยชน์ในการ พัฒนานาโนศาสตร์และนาโนเทคโนโลยีของประเทศ

3.1.5.2 องค์กรภาคเอกชน

ปัจจุบันนาโนเทคโนโลยี ซึ่งเป็นสหวิทยาการประยุกต์ใช้หรือสังเคราะห์วัสดุ หรือ อนุภาคในระดับนาโน กำลังเป็นที่นิยมอย่างแพร่หลาย ในการนำมาประยุกต์ใช้กับผลิตภัณฑ์ชนิด ต่าง ๆ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ ให้มีคุณลักษณะพิเศษในการใช้งานที่หลากหลายมากขึ้น ซึ่งเป็นการ สร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ได้อีกทางหนึ่ง³

การมุ่งส่งเสริมงานวิจัยและพัฒนานาโนเทคโนโลยีในระดับห้องปฏิบัติการ ตลอดจน การถ่ายทอดเทคโนโลยีเพื่อการประยุกต์ใช้ในระดับอุตสาหกรรม เพื่อการยกระดับขีดความสามารถ ทางด้านนาโนเทคโนโลยีให้เกิดประโยชน์สูงสุดนั้น จำเป็นจะต้องมีศูนย์กลางความเชื่อมโยงและ แลกเปลี่ยนองค์ความรู้ระหว่างภาครัฐ และเอกชน ดังนั้น การจัดตั้งสมาคมนาโนเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นหน่วยงานอิสระที่จะทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางในการเชื่อมโยง

³ สมาคมนานาเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย. (ม.ป.ป.). สืบค้นเมื่อวันที่ 20 มีนาคม 2556, จาก

แลกเปลี่ยนองค์ความรู้ทางวิชาการจากองค์กรภาครัฐ ตลอดจนมหาวิทยาลัยให้ไปสู่ภาคอุตสาหกรรม ทั้งในระดับประเทศและต่างประเทศ รวมถึงจัดกิจกรรมเพื่อถ่ายทอดความรู้และเทคโนโลยีให้สามารถนำไปประยุกต์ใช้งานได้จริง ทั้งยังเป็นศูนย์กลางประสานงานและให้บริการแก้ปัญหาพัฒนาอุตสาหกรรม ซึ่งจะก่อให้เกิดการเชื่อมโยงของภาควิชาการและภาคอุตสาหกรรมในวงกรนาโนเทคโนโลยีของประเทศไทยได้อย่างเป็นรูปธรรม และกว้างขวางยิ่งขึ้น

1) สมาคมนาโนเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย

สมาคมนี้มีชื่อว่า “สมาคมนาโนเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย” ใช้อักษรย่อว่า “สนทท” มีชื่อเป็นภาษาอังกฤษว่า “Nanotechnology Association of Thailand” ใช้อักษรย่อว่า “NAT” เครื่องหมายของสมาคมมีลักษณะเป็นรูป Bucky ball ที่ถูกโอบล้อมด้วยธงชาติไทย โดยมีอักษรภาษาไทยและภาษาอังกฤษข้อความว่า “สมาคมนาโนเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย Nanotechnology Association of Thailand” มีสำนักงานของสมาคม (ชั่วคราว) ตั้งอยู่ ณ สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ เลขที่ 73/1 อาคาร สวทช. ถนนพระรามที่ 6 เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร มีความมุ่งมั่นที่จะมีส่วนในการช่วยผลักดันนาโนเทคโนโลยีในประเทศไทย ให้มีความเจริญก้าวหน้าทัดเทียมนานาชาติ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาและขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทย ให้สามารถแข่งขันในเวทีโลกได้อย่างเต็มภาคภูมิ อันจะนำมาซึ่งความมั่นคงและมั่งคั่ง ความอุดมสมบูรณ์ และการกินดีอยู่ดีของประชาชนชาวไทย ทั้งนี้โดยมีวัตถุประสงค์ของสมาคมนาโนเทคโนโลยีแห่งประเทศไทยคือ

- (1) เพื่อเป็นสมาคมทางวิชาการ ไม่เกี่ยวกับการค้าและการเมือง
- (2) เพื่อพัฒนาการศึกษาทางนาโนเทคโนโลยีทุกสาขา รวมทั้งส่งเสริมสร้างเจตคติที่ดีต่อการศึกษาวิชานี้
- (3) เพื่อสนับสนุนส่งเสริมการวิจัยทางนาโนเทคโนโลยีทุกสาขา
- (4) เพื่อส่งเสริมให้บริการและเผยแพร่ความรู้ทางนาโนเทคโนโลยีแก่ประชาชนเพื่อยกระดับคุณภาพของชีวิต
- (5) เพื่อเป็นศูนย์กลางประสานงานเผยแพร่และแลกเปลี่ยนความรู้ทางนาโนเทคโนโลยีระหว่างสมาชิก และผู้ที่สนใจทางนาโนเทคโนโลยีทั้งภายในและภายนอกประเทศ

2) อำนาจหน้าที่ ในการดำเนินงาน

สมาคมนาโนเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย มีอำนาจหน้าที่ในการส่งเสริมการประกอบกิจการในการผลิตสินค้าที่เกี่ยวข้องกับนาโนเทคโนโลยี โดยมีการดำเนินการ ทั้งนี้สมาคมมีวัตถุประสงค์ที่จะเผยแพร่ความรู้วิชาการและความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับประโยชน์และโทษของนาโนเทคโนโลยีให้แก่สาธารณะ ทั้งนี้จะเริ่มต้นด้วย 2 กิจกรรม คือ การเป็นเจ้าภาพจัดการประชุม

วิชาการนานาชาตินาโนไทยแลนด์ 2010 ณ อุทยานวิทยาศาสตร์ประเทศไทยที่ผ่านมาแล้วนั้น และอีกกิจกรรมที่ดำเนินการอยู่คือการจัดทำฉลากผลิตภัณฑ์นาโนคิว (NanoQ) เพื่อรับรองผลิตภัณฑ์ว่ามีส่วนประกอบของวัสดุนาโนและมีคุณสมบัติตามที่กล่าวอ้างหรือไม่⁴ โดยเฉพาะในปัจจุบันสมาคมมีการจัดทำโครงการมอบสัญลักษณ์ที่เป็น “นาโนคิว” ฉลากรับรองผลิตภัณฑ์นาโน เช่น ผู้ผลิตสารเคลือบรถพยาบาล นับเป็นผู้ผลิตรายแรกที่ได้รับเครื่องหมายรับรอง ซึ่งระยะแรกยังไม่กำหนดเป็นข้อบังคับตามกฎหมายโดยชัดเจนเพื่อให้มีการบังคับใช้ แต่เป็นการรับรองคุณภาพของสินค้าเท่านั้น สมาคมนานาโนเทคโนโลยีแห่งประเทศไทยมอบเครื่องหมายรับรองตราสัญลักษณ์ฉลากนาโน (NanoQ) แก่บริษัทที่มีผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพหลายบริษัท โดยเป็นผู้ผลิตสินค้านาโนรายแรก ๆ ของประเทศไทยที่ได้รับเครื่องหมายรับรองตราสัญลักษณ์ฉลากนาโน (NanoQ) แก่ผลิตภัณฑ์สูตรสารเคลือบรถพยาบาลในกลุ่มผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิว

ทั้งนี้โครงการฉลากนาโน กล่าวว่า การมอบฉลากนาโนแก่ผลิตภัณฑ์นั้นเพื่อเป็นการรับรองว่าผลิตภัณฑ์มีการใช้วัสดุนาโนเป็นส่วนประกอบหรือใช้นาโนเทคโนโลยีในกระบวนการผลิต ซึ่งทำให้ผลิตภัณฑ์มีคุณสมบัติที่เปลี่ยนไปจากเดิม โดยสามารถระบุคุณสมบัติที่เปลี่ยนแปลงไปได้อย่างชัดเจน สมาคมนานาโนเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย ระบุว่า กระบวนการพิจารณาให้การรับรองฉลากนาโนแก่ผลิตภัณฑ์นั้นได้รับความร่วมมือจากหลายหน่วยงาน ทั้งภาครัฐและเอกชน รวมถึงห้องปฏิบัติการวิเคราะห์ทดสอบในมหาวิทยาลัยต่างๆ ในการตรวจวิเคราะห์และศึกษาคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ที่เกิดขึ้นเพื่อกำหนดเป็นมาตรฐานผลิตภัณฑ์นาโนให้เป็นที่ยอมรับและเชื่อถือได้จากผู้บริโภค โดยผลิตภัณฑ์ที่สามารถขอรับการรับรองฉลากนาโนได้นั้นมี 4 กลุ่ม ได้แก่ (1) กลุ่มผลิตภัณฑ์สิ่งทอ ที่รวมถึงเครื่องนุ่งห่ม (2) กลุ่มผลิตภัณฑ์สีและสารเคลือบผิว (3) กลุ่มผลิตภัณฑ์เซรามิก และ (4) กลุ่มผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์พลาสติก สำหรับใช้ในครัวเรือน ซึ่งการรับรองฉลากนาโนนี้จะมีอายุการรับรอง 2 ปี โดยผู้ผลิตสามารถขอต่ออายุการใช้ฉลากได้

ซึ่งในส่วนของฉลากนาโนจะช่วยกำหนดมาตรฐานให้กับผลิตภัณฑ์และสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคทำให้ผู้บริโภครับรู้ถึงข้อมูลและคุณสมบัติพิเศษของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ได้ ซึ่งสมาคมนานาโนเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย กล่าวว่า นาโนเทคโนโลยีได้เข้ามามีบทบาทอย่างมากในชีวิตประจำวันของเรา มีผลิตภัณฑ์หลายประเภทที่นำนาโนเทคโนโลยีไปใช้ในการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ ในขณะที่หน่วยงานภาครัฐก็มีการทุ่มงบประมาณในการศึกษาวิจัยและพัฒนา

⁴ เปิดตัวสมาคมนานาโนประเดิมทำฉลาก “นาโนคิว” รองรับผลิตภัณฑ์นาโน. (2553, 8 ตุลาคม).

ผู้จัดการ. สืบค้นเมื่อ 20 มีนาคม 2556, จาก

<http://www.manager.co.th/science/ViewNews.aspx?NewsID=9530000141426&TabID=3&>

วัสดุนาโนหรือกระบวนการทางนาโนเทคโนโลยี เพื่อให้สามารถเพิ่มมูลค่าหรือสร้างประโยชน์แก่ภาคอุตสาหกรรม ซึ่งสมาคมนาโนเทคโนโลยีแห่งประเทศไทยตระหนักถึงความสำคัญของการสร้างหรือกำหนดมาตรฐานผลิตภัณฑ์นาโน ให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล จึงได้จัดทำโครงการฉลากนาโนขึ้น เพื่อให้การรับรองแก่ผลิตภัณฑ์นาโนที่ได้มาตรฐานตามข้อกำหนดและเงื่อนไขสร้างความมั่นใจผลิตภัณฑ์นาโนต่อผู้บริโภค ป้องกันการแอบอ้างหรือโฆษณาเกินจริง โดยในระยะแรกนี้ยังไม่ได้กำหนดในข้อบังคับ แต่ผู้ผลิตที่สมัครใจสามารถขอรับฉลากนาโนได้

3.1.6 ผู้เกี่ยวข้องกับธุรกิจสินค้าที่มีส่วนประกอบของนาโนเทคโนโลยี

สำหรับผู้เกี่ยวข้องกับธุรกิจสินค้าที่มีส่วนประกอบของนาโนเทคโนโลยีประกอบด้วยบุคคลต่างๆ ดังนี้

3.1.6.1 ผู้ผลิต ได้แก่ ผู้ประกอบการที่เป็นผู้ผลิตสินค้าที่มีส่วนประกอบของนาโนเทคโนโลยี

3.1.6.2 ผู้จำหน่าย ได้แก่ ผู้ประกอบการที่เป็นผู้รับเอาสินค้าจากผู้ผลิตสินค้าที่มีส่วนประกอบของนาโนเทคโนโลยีรวมทั้งผู้ที่นำเข้าสินค้าที่มีส่วนประกอบของนาโนเทคโนโลยีจากต่างประเทศเข้ามาจำหน่าย

3.1.6.3 ผู้บริโภค ได้แก่ ผู้ซื้อสินค้าจากผู้ขายสินค้าที่มีส่วนประกอบของนาโนเทคโนโลยี

3.1.7 การคุ้มครองผู้บริโภคเกี่ยวกับการใช้สินค้าที่มีส่วนประกอบของนาโนเทคโนโลยี

แม้ว่าในปัจจุบันประเทศไทยยังไม่มีกฎหมายในการให้ความคุ้มครองผู้บริโภคเกี่ยวกับสินค้าที่มีส่วนประกอบของนาโนเทคโนโลยี แต่ก็สามารถพิจารณากฎหมายที่ให้ความคุ้มครองผู้บริโภคในการเกี่ยวข้องกับสินค้าที่มีส่วนประกอบของนาโนเทคโนโลยีดังนี้

3.1.7.1 การคุ้มครองในด้านการผลิตสินค้า

เนื่องจากการผลิตสินค้าที่มีส่วนประกอบของนาโนเทคโนโลยีเกี่ยวข้องกับกระบวนการดังต่อไปนี้⁵

1) การเปิดภาชนะบรรจุ รวมทั้งการจัดเก็บวัตถุดิบ ซึ่งถ้าเป็นฝุ่นผง อาจเกิดการฟุ้งกระจายหรือเกิดการสัมผัสโดยตรงกรณีเป็นของเหลว

2) การสังเคราะห์โดยวิธีการต่างๆ รวมทั้งการบด ซึ่งมีโอกาสก่อให้เกิดการฟุ้งกระจายในอากาศ

3) การซั่ง ตวง วัด เพื่อควบคุมคุณภาพการผลิต

⁵ วิสันติ เลาหอุดมโชค. เล่มเดิม. หน้า 4.

4) การผสม การเตรียมการผสม ถือเป็นขั้นตอนสำคัญในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับวัสดุนาโน ที่มักก่อให้เกิดการฟุ้งกระจายและการสัมผัสเข้าสู่ร่างกาย

5) การฉีดพ่น หรือทำให้กระจายตัวลงบนชิ้นงาน ซึ่งผู้ปฏิบัติงานมีโอกาสสูงที่จะสัมผัสหรือได้รับอนุภาคนาโนเข้าสู่ร่างกาย หากกระบวนการดังกล่าวไม่ได้ทำให้ระบบปิดหรือมีมาตรการควบคุมป้องกันที่ดีพอ

6) การขึ้นรูป ตัดแต่งด้วยเครื่องจักร ซึ่งวัสดุนาโนที่ฝังตัวอยู่ในชิ้นงานนั้นๆ อาจหลุดออกมาและฟุ้งกระจายในอากาศได้

7) การบรรจุหีบห่อ อาจเกิดการรั่วไหลของวัสดุนาโน และผู้ปฏิบัติงานมีโอกาสสัมผัสหรือได้รับเข้าสู่ร่างกายได้เช่นกัน

8) การทำความสะอาดเครื่องจักร บริเวณการทำงาน ซึ่งอาจมีการตกค้างของวัสดุนาโนตามส่วนต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งที่เป็นผงฝุ่น ซึ่งสามารถเกิดการฟุ้งกระจายได้

9) การจัดการของเสียที่เป็นวัสดุนาโน อาจเกิดการรั่วไหล การฟุ้งกระจาย หรือสัมผัสผิวหนังได้ เป็นต้น

ทั้งนี้ ในการผลิตสินค้าจะมีอันตรายจากการทำงานที่เกี่ยวข้องกับวัสดุนาโน กล่าวคือ ประการแรก อันตรายต่อสุขภาพ ข้อมูลเกี่ยวกับอันตรายจากอนุภาคนาโนชนิดต่างๆ ต่อร่างกายมนุษย์ยังมีอยู่จำกัด โดยเฉพาะอย่างยิ่งผลกระทบในระยะยาว อย่างไรก็ตาม จากรายงานการศึกษาวิจัย พบว่าการสัมผัสอนุภาคนาโน อาจก่อให้เกิดการอักเสบ ระคายเคือง หรือภูมิแพ้ นอกจากนี้ยังอาจทำให้เกิดมะเร็ง เป็นพิษต่อสารพันธุกรรม เซลล์ อวัยวะต่างๆ ซึ่งมีอันตรายจากการคิดไฟและการระเบิด เนื่องจากอนุภาคนาโนมีพื้นที่ผิวต่อน้ำหนักมาก ทำให้มีความเป็นไปได้ของการระเบิดมากขึ้นเมื่อมีความเข้มข้นในอากาศสูงพอ ซึ่งปัจจุบันยังไม่มีกฎหมายและมาตรฐานที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับความปลอดภัยด้านนาโนเทคโนโลยี ที่มีผลบังคับใช้ในประเทศไทย อย่างไรก็ตาม กฎหมายที่มีอยู่และอาจต้องมีการปรับปรุงแก้ไขเพิ่มเติม ได้แก่⁶

(1) พระราชบัญญัติความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน พ.ศ. 2554 ควรต้องมีการเพิ่มเติมข้อกำหนดเกี่ยวกับความปลอดภัยในการทำงาน ในสถานประกอบกิจการที่มีการใช้วัสดุนาโน

(2) พระราชบัญญัติวัตถุอันตราย พ.ศ. 2535 ควรต้องมีการปรับปรุงโดยเพิ่มวัสดุนาโนเป็นหนึ่งในวัตถุอันตราย

⁶ แหล่งเดิม.

(3) พระราชบัญญัติส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ พ.ศ. 2535 ควรต้องมีการเพิ่มเติมข้อกำหนดเกี่ยวกับมาตรฐานการปลดปล่อยมลพิษนาโน และบทลงโทษ

3.1.7.2 การคุ้มครองในด้านการโฆษณา

ในการควบคุมการโฆษณาของคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาเป็นการใช้อำนาจทางปกครอง เพื่อให้อำนาจในการออกคำสั่งดำเนินการกับโฆษณาที่ใช้ข้อความที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคหรือใช้ข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวม ตามบทบัญญัติในมาตรา 22 ถึงมาตรา 29 และมาตรา 36 แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ที่ได้มีการกำหนดหลักเกณฑ์ทางกฎหมายเพื่อควบคุมการโฆษณาสินค้าและบริการ

วิธีการควบคุมการโฆษณา เมื่อคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา หรือสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคได้รับการร้องเรียนหรือตรวจพบว่าโฆษณาใด อาจเป็นการฝ่าฝืนบทบัญญัติแห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 คณะอนุกรรมการวินิจฉัยการโฆษณาจะเป็นผู้พิจารณาในเบื้องต้น ก่อนนำเสนอคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาเพื่อมีคำสั่งต่อไป ในการวินิจฉัยของคณะอนุกรรมการวินิจฉัยการโฆษณานั้น มีข้อพิจารณาดังนี้

1) คณะอนุกรรมการวินิจฉัยการโฆษณาจะวินิจฉัยเป็นเบื้องต้นว่า การโฆษณานั้นเป็นโฆษณาตามความหมายของพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 หรือไม่ ซึ่งกฎหมายได้บัญญัติคำนิยามคำว่า “โฆษณา” หมายถึง กระทำการไม่ว่าโดยวิธีใดๆ ให้ประชาชนเห็นหรือทราบข้อความเพื่อประโยชน์ทางการค้า⁷ จากคำนิยามดังกล่าว ข้อความที่จะถือว่าเป็นการโฆษณาจึงต้องเป็นข้อความที่ได้เผยแพร่ต่อสาธารณชน โดยมีวัตถุประสงค์ให้สาธารณชนได้ทราบถึงสินค้าหรือบริการ เพื่อเชิญชวนให้สาธารณชนได้เลือกซื้อสินค้าหรือบริการของตนเอง ดังนั้น การโฆษณาจึงมีองค์ประกอบ 2 ส่วน คือ การเผยแพร่ข้อความต่อสาธารณชนและเพื่อประโยชน์ในทางการค้า

2) เมื่อเป็นโฆษณา ตามความหมายของพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 แล้ว คณะอนุกรรมการวินิจฉัยโฆษณาจะพิจารณาต่อไปว่า โฆษณาดังกล่าวเป็นโฆษณาที่ต้องห้ามตามกฎหมายหรือไม่ กล่าวคือ เป็นโฆษณาที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค หรือเป็นข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมโดยส่วนรวม ข้อความในโฆษณาที่มีลักษณะต้องห้ามตามกฎหมายดังกล่าวข้างต้น จะมีลักษณะดังนี้

(1) ข้อความที่เป็นเท็จหรือเกินความจริง บางท่านเรียกว่า โฆษณาหลวง หมายถึง โฆษณาซึ่งแสดงข้อความแตกต่างจากความจริง และผลแห่งการแสดงผลเช่นนั้น ทำให้พฤติกรรมผู้บริโภคหันเหไปในทางที่ข้อความนั้นมุ่งหมาย ข้อความที่แสดงนั้นอาจเป็นเท็จหรือหลวงอยู่ในตัวเอง

⁷ พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522, มาตรา 3.

หรือแม้ไม่มีสิ่งแสดงว่าน่าเชื่อถือ แต่ความหมายที่ผู้รับรู้ข้อความนั้นเข้าใจอาจเป็นเท็จ ก็ถือว่าเป็นการลวงได้

นอกจากการใช้ข้อความที่ไม่เป็นจริงดังกล่าวข้างต้นแล้ว การโฆษณาที่เป็นการอวดอ้างความเป็นยอดในคุณภาพ สรรพคุณ โดยใช้ถ้อยคำที่แสดงถึงระดับแห่งคุณภาพ เช่น ที่สุด ดีกว่า แรกแห่งเดียว หรือการโฆษณาเปรียบเทียบ หากผู้โฆษณาไม่อาจพิสูจน์ได้ว่ามีสรรพคุณหรือคุณสมบัติตามข้อความโฆษณา หรือไม่อาจพิสูจน์ได้ว่าสินค้าตนดีกว่าของผู้อื่น ก็ถือว่าเป็นการใช้ข้อความอันเป็นเท็จด้วย⁸

(2) ข้อความที่จะก่อให้เกิดความเข้าใจผิดสาระสำคัญเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ ไม่ว่าจะกระทำโดยใช้หรืออ้างอิงรายงานทางวิชาการ สถิติ หรือสิ่งใดสิ่งหนึ่งอันไม่เป็นความจริง หรือเกินความจริงหรือไม่ก็ตาม ลักษณะของข้อความที่ต้องห้าม ตามอนุมาตรา (2) หมายถึงข้อความในโฆษณานั้น จะทำให้ผู้บริโภคเข้าใจผิดในสาระสำคัญของสินค้าหรือบริการ การใช้ข้อความโฆษณาในลักษณะเช่นนี้ ผู้โฆษณาอาจใช้วิธีอ้างอิงรายงานทางวิชาการ สถิติ หรือสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่ไม่เป็นความจริง หรือเกินความจริง อย่างไรก็ดี ข้อความที่ต้องห้ามในลักษณะนี้ ยังไม่ถึงขนาดเป็นข้อความอันเป็นเท็จ หากผู้โฆษณาได้ทำการโฆษณาข้อความในลักษณะนี้ กฎหมายกำหนดให้ผู้โฆษณามีโอกาสพิสูจน์ว่า เป็นความจริงให้ปรากฏแก่คณะกรรมการว่าด้วยโฆษณาได้ หากพิสูจน์ไม่ได้คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาอาจใช้อำนาจตามมาตรา 27 ในการดำเนินการกับข้อความดังกล่าว

(3) ข้อความที่เป็นการสนับสนุนโดยตรงหรือโดยอ้อม ให้มีการกระทำผิดกฎหมาย หรือศีลธรรม หรือนำไปสู่ความเสื่อมเสียในวัฒนธรรมของชาติ การวินิจฉัยว่าข้อความใดเป็นข้อความที่ต้องห้ามตามอนุมาตรา (3) นี้ ค่อนข้างจะวินิจฉัยได้ยาก ในส่วนที่เป็นข้อความที่สนับสนุนให้มีการกระทำผิดกฎหมาย อาจเห็นได้ชัดเจน เพราะอยู่ในการรู้เห็นของบุคคลทั่วไป แต่ข้อความที่เป็นการผิดศีลธรรมหรือนำไปสู่ความเสื่อมเสียในวัฒนธรรมนั้น คงต้องพิจารณาถึงระดับความรู้สึกรวมของวิญญูชนทั่วไป ว่าส่อไปในทางเป็นการทำลายศีลธรรมหรือวัฒนธรรมหรือไม่ นอกจากนี้ ข้อความในการโฆษณาที่เป็นการแสดงถึงการขายบริการทางเพศ หรือส่อไปในทางการขายบริการทางเพศ ก็เข้าข่ายต้องห้ามตามอนุมาตรานี้ด้วย

(4) ข้อความที่จะทำให้เกิดความแตกแยกหรือเสื่อมเสียความสามัคคีในหมู่ประชาชน ขณะนี้ยังไม่ปรากฏข้อความโฆษณาที่มีลักษณะเช่นนี้

⁸ สุขุม ศุภนิธย์ ก (2548). คำอธิบายกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค. หน้า 165-167.

(5) ข้อความอย่างอื่น ตามที่กำหนดในกฎกระทรวง ปัจจุบันได้มีกฎกระทรวงที่กำหนดข้อความที่เข้าลักษณะต้องห้ามตามมาตรา 22(5) แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 รวม 3 ฉบับคือ กฎกระทรวง (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2526 ลงวันที่ 19 เมษายน พ.ศ. 2523 กฎกระทรวง (ฉบับที่ 4) พ.ศ. 2528 ลงวันที่ 31 มีนาคม พ.ศ. 2528 และกฎกระทรวง (ฉบับที่ 5) พ.ศ. 2534 ลงวันที่ 29 พฤษภาคม พ.ศ. 2534 ซึ่งกำหนดข้อความที่มีลักษณะต้องห้าม ได้แก่ ข้อความโฆษณาที่รวมอยู่กับข้อความถวายพระพร ข้อความโฆษณาที่ประกาศว่า จะจัดให้มีการเล่นเกมพนหรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชคให้ของแถม ข้อความโฆษณาขายห้องชุดในอาคารชุดทางสื่อต่างๆ ข้อความโฆษณาขายที่ดิน เป็นต้น

3) เมื่อปรากฏว่า ข้อความที่โฆษณามีลักษณะต้องห้ามตามกฎหมายคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาจะอาศัยอำนาจตามมาตรา 27 แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ออกคำสั่งทางปกครองให้ผู้ทำการโฆษณาปฏิบัติตามหรือในกรณีที่มีเหตุอันควรสงสัยก็สามารถให้ผู้กระทำการโฆษณาพิสูจน์แสดงความจริงได้ หลังจากทีคณะกรรมการเฉพาะเรื่องมีคำสั่งเกี่ยวกับโฆษณานั้นอย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่างแล้ว หากผู้ได้รับคำสั่งไม่พอใจคำสั่งนั้น สามารถอุทธรณ์ต่อคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคภายใน 10 วันนับตั้งแต่วันที่ผู้อุทธรณ์ได้รับทราบคำสั่งของคณะกรรมการเฉพาะเรื่อง

ทั้งนี้การที่กฎหมายบัญญัติให้ผู้ได้รับคำสั่งของคณะกรรมการเฉพาะเรื่อง สามารถอุทธรณ์ต่อคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคได้นั้น เป็นการให้มีการตรวจการใช้ดุลพินิจของคณะกรรมการเฉพาะเรื่องอีกครั้งหนึ่งว่าได้ใช้ดุลพินิจในการออกคำสั่งทางปกครองเหมาะสมสมควรแก่กรณีหรือไม่

3.1.7.3 การคุ้มครองในด้านฉลาก⁹

สินค้าที่ผลิตเพื่อขายโดยโรงงานตามกฎหมายว่าด้วยโรงงานและสินค้าที่สั่งหรือนำเข้ามาในราชอาณาจักรเพื่อขายเป็นสินค้าที่ควบคุมฉลาก

ในกรณีที่ปรากฏว่ามีสินค้าที่อาจก่อให้เกิดอันตรายแก่สุขภาพ ร่างกาย หรือจิตใจ เนื่องในการใช้สินค้าหรือโดยสภาพของสินค้านั้น หรือมีสินค้าที่ประชาชนทั่วไปใช้เป็นประจำ ซึ่งการกำหนดฉลากของสินค้านั้นจะเป็นประโยชน์แก่ผู้บริโภคในการที่จะทราบข้อเท็จจริงในสาระสำคัญเกี่ยวกับสินค้านั้น แต่สินค้านั้นไม่เป็นสินค้าที่ควบคุมฉลากให้คณะกรรมการว่าด้วยฉลากมีอำนาจกำหนดให้สินค้านั้นเป็นสินค้าที่ควบคุมฉลากได้โดยประกาศในราชกิจจานุเบกษา

⁹ สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ก. (2546). การจำหน่ายอาหารที่ฉลากไม่แสดงเลขสารบบอาหาร. หน้า 1-2.

ตลาดของสินค้าที่ควบคุมตลาดจะต้องมีลักษณะดังต่อไปนี้

(1) ใช้ข้อความที่ตรงต่อความจริงและไม่มีข้อความที่อาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับสินค้า

(2) ต้องระบุข้อความดังต่อไปนี้

ก. ชื่อหรือเครื่องหมายการค้าของผู้ผลิตหรือของผู้นำเข้าเพื่อขายแล้วแต่กรณี

ข. สถานที่ผลิตหรือสถานที่ประกอบธุรกิจนำเข้า แล้วแต่กรณี

ค. ระบุข้อความที่แสดงให้เห็นได้ว่าสินค้านั้นคืออะไร ในกรณีที่เป็นสินค้านำเข้าให้ระบุชื่อประเทศที่ผลิตด้วย

(3) ต้องระบุข้อความอันจำเป็น ได้แก่ ราคา ปริมาณ วิธีใช้ ข้อแนะนำ คำเตือน วันเดือนปี ที่หมดอายุในกรณีเป็นสินค้าที่หมดอายุได้ หรือกรณีอื่น เพื่อคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภค

(4) ให้ผู้ประกอบการซึ่งเป็นผู้ผลิตเพื่อขายหรือผู้ส่งหรือผู้นำเข้ามาในราชอาณาจักรเพื่อขายซึ่งสินค้าที่ควบคุมตลาด แล้วแต่กรณี เป็นผู้จัดทำฉลากก่อนขายและฉลากนั้นต้องมีข้อความดังกล่าวข้างต้น

(5) การกำหนดข้อความของฉลากต้องไม่เป็นการบังคับให้ผู้ประกอบการต้องเปิดเผยความลับทางการผลิต เว้นแต่ข้อความดังกล่าวจะเป็นสิ่งจำเป็นเกี่ยวกับสุขภาพอนามัยและความปลอดภัยของผู้บริโภค

ในกรณีที่คณะกรรมการว่าด้วยฉลากเห็นว่า ฉลากใดไม่เป็นไปตามที่กำหนด คณะกรรมการว่าด้วยฉลากมีอำนาจสั่งให้ผู้ประกอบการเลิกใช้ฉลากดังกล่าวหรือดำเนินการแก้ไขฉลากนั้นให้ถูกต้อง ขณะเดียวกันหากผู้ประกอบการสงสัยว่าฉลากของตนเป็นการฝ่าฝืนบทบัญญัติของกฎหมาย สามารถร้องขอให้คณะกรรมการว่าด้วยฉลากพิจารณาก่อนได้ ในการนี้ รัฐมนตรีมีอำนาจกำหนดให้ผู้ประกอบการ จัดทำและเก็บรักษาบัญชีเอกสารและหลักฐานเพื่อตรวจสอบในภายหลังได้

3.1.7.4 การคุ้มครองในด้านการเยียวยา

แม้ว่าประเทศไทยยังมิได้มีการตรากฎหมายในการคุ้มครองผู้บริโภคเกี่ยวกับสินค้าที่มีนาโนเทคโนโลยีเป็นส่วนประกอบก็ตาม แต่หากปรากฏว่าผู้บริโภคได้รับความเสียหายจากสินค้าดังกล่าวย่อมมีสิทธิที่จะฟ้องร้องและเรียกค่าเสียหายจากผู้ประกอบการตามกฎหมายต่อไปนี้

1) พระราชบัญญัติความรับผิดความเสียหายที่เกิดจากสินค้าที่ไม่ปลอดภัย พ.ศ. 2551

เหตุผลที่มีการประกาศใช้พระราชบัญญัติความรับผิดความเสียหายที่เกิดจากสินค้าที่ไม่ปลอดภัย พ.ศ. 2551 โดยเริ่มบังคับใช้ในวันที่ 20 กุมภาพันธ์ 2552 เป็นต้นไปนั้น คือ สินค้าในปัจจุบัน ไม่ว่าจะเป็นผลิตภัณฑ์ภายในประเทศหรือนำเข้า ซึ่งมีกระบวนการในการผลิตที่ใช้ความรู้

ทางวิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยีขั้นสูงขึ้น การที่ผู้บริโภคจะตรวจพบว่าสินค้านั้นๆ ไม่ปลอดภัย เป็นเรื่องที่ยากอย่างยิ่ง เมื่อผู้บริโภคนำสินค้าที่ปลอดภัยไปใช้อาจก่อให้เกิดอันตรายต่อชีวิต ร่างกาย สุขภาพ อนามัย จิตใจ หรือทรัพย์สินของผู้บริโภค หรือบุคคลอื่น แต่การฟ้องร้องคดี เรียกค่าเสียหายมีความยุ่งยากอย่างยิ่ง จึงมีกฎหมายว่าด้วยความรับผิดชอบความเสียหายที่เกิดจากสินค้าที่ไม่ปลอดภัย ซึ่งกฎหมายมีสาระสำคัญดังนี้

(1) คำจำกัดความที่สำคัญ¹⁰

“ผลิต” หมายความว่า ทำผสมปรุง แต่ง ประกอบ ประดิษฐ์ แปรสภาพ เปลี่ยนรูป คัดแปลง คัดเลือก แบ่งบรรจุ แซ่เยือกแข็ง หรือขายรังสี รวมถึงการกระทำใดๆ ที่มีลักษณะทำนองเดียวกัน

“ผู้เสียหาย” หมายความว่า ผู้ได้รับความเสียหายอันเกิดจากสินค้าที่ไม่ปลอดภัย

“ความเสียหาย” หมายความว่า ความเสียหายที่เกิดจากสินค้าที่ไม่ปลอดภัย ไม่ว่าจะเป็น ความเสียหายต่อชีวิต ร่างกาย สุขภาพ อนามัย จิตใจ หรือทรัพย์สิน ทั้งนี้ไม่รวมถึงความเสียหายต่อตัวสินค้าที่ไม่ปลอดภัยนั้น

“ความเสียหายต่อจิตใจ” หมายความว่า ความเจ็บปวด ความทุกข์ทรมาน ความหวาดกลัว ความวิตกกังวล ความเศร้า โศกเสียใจ ความอับอาย หรือความเสียหายต่อจิตใจอย่างอื่นที่มีลักษณะทำนองเดียวกัน

“สินค้าที่ไม่ปลอดภัย” หมายความว่า สินค้าที่ก่อให้เกิดความเสียหายขึ้นได้ ไม่ว่าจะเป็นเพราะเหตุจากความบกพร่องในการผลิตหรือการออกแบบ หรือไม่ได้กำหนดวิธีใช้ วิธีเก็บรักษา คำเตือน หรือข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับสินค้า หรือกำหนดไว้แต่ไม่ถูกต้องหรือไม่ชัดเจนตามสมควร ทั้งนี้ โดยคำนึงถึงสภาพของสินค้า รวมทั้งลักษณะการใช้งาน และการเก็บรักษาตามปกติธรรมดาของสินค้าอันพึงคาดหมายได้

“ขาย” หมายความว่า จำหน่าย จ่าย แจก หรือแลกเปลี่ยนเพื่อประโยชน์ทางการค้า และให้ความหมายรวมถึงให้เช่า ให้เช่าซื้อ จัดหา ตลอดจนเสนอ ชักชวน หรือนำออกแสดงเพื่อการดังกล่าว

“นำเข้า” หมายความว่า นำหรือส่งสินค้าเข้ามาในราชอาณาจักรเพื่อขาย

“ผู้ประกอบการ” หมายความว่า

(1) ผู้ผลิต หรือผู้ว่าจ้างให้ผลิต

(2) ผู้นำเข้า

¹⁰ พระราชบัญญัติความรับผิดชอบความเสียหายที่เกิดจากสินค้าที่ไม่ปลอดภัย พ.ศ. 2551, มาตรา 4.

(3) ผู้ขายสินค้าที่ไม่สามารถระบุตัวผู้ผลิต ผู้ว่าจ้างให้ผลิต หรือผู้นำเข้าได้

(4) ผู้ซึ่งใช้ชื่อ ชื่อทางการค้า เครื่องหมายการค้า เครื่องหมาย ข้อความหรือแสดงด้วยวิธีใดๆ อันมีลักษณะที่จะทำให้เกิดความเข้าใจได้ว่าเป็นผู้ผลิต ผู้ว่าจ้างให้ผลิต หรือผู้นำเข้า

(2) หน้าที่และความรับผิดชอบของผู้ประกอบการ

ตามพระราชบัญญัติความรับผิดชอบความเสียหายที่เกิดจากสินค้าที่ไม่ปลอดภัย พ.ศ. 2551 ได้กำหนดหน้าที่และความรับผิดชอบของผู้ประกอบการไว้ดังนี้

ก. ผู้ประกอบการทุกคนต้องร่วมกันรับผิดชอบผู้เสียหายในความเสียหายที่เกิดจากสินค้าที่ไม่ปลอดภัย และสินค้านั้นได้มีการขายให้กับผู้บริโภคแล้ว ไม่ว่าความเสียหายนั้นจะเกิดจากการกระทำโดยจงใจหรือประมาทเลินเล่อของผู้ประกอบการหรือไม่ก็ตาม

ข. ผู้ประกอบการไม่ต้องรับผิดชอบต่อความเสียหายอันเกิดจากสินค้าที่ไม่ปลอดภัย หากพิสูจน์ได้ว่า

ก) สินค้านั้นมิได้เป็นสินค้าที่ไม่ปลอดภัย

ข) ผู้เสียหายได้รู้อยู่แล้วว่า สินค้านั้นเป็นสินค้าที่ไม่ปลอดภัย หรือ

ค) ความเสียหายเกิดขึ้นจากการใช้หรือเก็บรักษาสินค้าไม่ถูกต้องตามวิธีใช้ วิธีเก็บรักษา คำเตือน หรือข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าที่ผู้ประกอบการได้กำหนดไว้อย่างถูกต้อง และชัดเจนตามสมควรแล้ว

ง) ผู้ผลิตตามคำสั่งของผู้ว่าจ้างให้ผลิตไม่ต้องรับผิดชอบ หากพิสูจน์ได้ว่าความปลอดภัยของสินค้าเกิดจากการออกแบบของผู้ว่าจ้างให้ผลิต หรือจากการปฏิบัติตามคำสั่งของผู้ว่าจ้างให้ผลิต ทั้งผู้ผลิตไม่ได้คาดเห็น และไม่ควรจะได้คาดเห็นถึงความปลอดภัย

ผู้ผลิตส่วนประกอบของสินค้าไม่ต้องรับผิดชอบหากพิสูจน์ได้ว่า ความปลอดภัยของสินค้าเกิดจากการออกแบบหรือประกอบหรือการกำหนดวิธีใช้ วิธีเก็บรักษา คำเตือน หรือการให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าของผู้ผลิตสินค้านั้น¹¹

(3) การฟ้องร้องดำเนินคดี

ผู้เสียหายหรือผู้มีสิทธิฟ้องคดีเพื่อให้ผู้ประกอบการต้องรับผิดชอบตามมาตรา 5 จะต้องพิสูจน์ว่าผู้เสียหายได้รับความเสียหายจากสินค้าของผู้ประกอบการและการใช้หรือเก็บรักษาสินค้านั้นเป็นไปตามปกติธรรมดา แต่ไม่ต้องพิสูจน์ว่าความเสียหายเกิดจากการกระทำของผู้ประกอบการ

¹¹ พระราชบัญญัติความรับผิดชอบความเสียหายที่เกิดจากสินค้าที่ไม่ปลอดภัย พ.ศ. 2551, มาตรา 5-7.

ผู้ใด¹² ทั้งนี้ นอกจากค่าสินไหมทดแทนเพื่อละเมิดตามที่กำหนดไว้ในประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ ศาลมีอำนาจกำหนดค่าสินไหมทดแทนเพื่อความเสียหายตามหลักเกณฑ์ดังต่อไปนี้ด้วย¹³

ก. ค่าเสียหายสำหรับความเสียหายต่อจิตใจ อันเป็นผลเนื่องมาจากความเสียหายต่อร่างกาย สุขภาพ หรืออนามัยของผู้เสียหาย และหากผู้เสียหายถึงแก่ความตาย สามี ภริยา บุพการี หรือผู้สืบสันดานของบุคคลนั้น ชอบที่จะได้รับค่าเสียหายสำหรับความเสียหายต่อจิตใจ

ข. หากข้อเท็จจริงปรากฏว่า ผู้ประกอบการได้ผลิต นำเข้า หรือขายสินค้าโดยรู้อยู่แล้วว่า สินค้าชิ้นนั้นเป็นสินค้าที่ไม่ปลอดภัย หรือมิได้รู้เพราะประมาทเลินเล่ออย่างร้ายแรง หรือเมื่อรู้ว่าสินค้าไม่ปลอดภัย ภายหลังจากการผลิต นำเข้า หรือขายสินค้านั้นแล้วไม่ดำเนินการใดๆ ตามสมควรเพื่อมิให้เกิดความเสียหาย ให้ศาลสั่งให้มีการดำเนินการผู้ประกอบการจ่ายค่าสินไหมทดแทนเพื่อการลงโทษเพิ่มขึ้น จากจำนวนค่าสินไหมทดแทนที่แท้จริงที่ศาลกำหนดตามที่ศาลเห็นสมควร แต่ไม่เกินสองเท่าของค่าสินไหมทดแทนที่แท้จริงนั้น

2) พระราชบัญญัติวิธีพิจารณาคดีผู้บริโภค 2551

“คดีผู้บริโภค” ได้กำหนดคำนิยามไว้ในพระราชบัญญัติวิธีพิจารณาคดีผู้บริโภค พ.ศ. 2551 หมายถึงคดีดังต่อไปนี้¹⁴

(1) คดีแพ่งระหว่างผู้บริโภคหรือผู้มีอำนาจฟ้องคดีแทนผู้บริโภคกับผู้ประกอบการธุรกิจ ซึ่งพิพาทเกี่ยวกับสิทธิหรือหน้าที่ตามกฎหมายอันเนื่องมาจากการบริโภคสินค้าหรือบริการ

(2) คดีแพ่งตามกฎหมายเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นจากสินค้าที่ไม่ปลอดภัย (พระราชบัญญัติความรับผิดชอบต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นจากสินค้าที่ไม่ปลอดภัย พ.ศ. 2551)

(3) คดีแพ่งที่เกี่ยวข้องกับคดีตาม 1 หรือ 2

(4) คดีแพ่งที่มีกฎหมายบัญญัติให้ใช้วิธีพิจารณาตามกฎหมายนี้

ตามคำนิยามข้างต้นจะเห็นว่าคดีที่พิพาทระหว่างผู้บริโภคกับผู้ประกอบการไม่ว่าจะเป็นคดีที่ผู้บริโภคฟ้องผู้ประกอบการ หรือผู้ประกอบการฟ้องผู้บริโภค หากเป็นข้อพิพาทที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการใช้สินค้าหรือบริการแล้วถือเป็นคดีผู้บริโภคทั้งสิ้น เช่น ผู้ซื้อบ้าน ซื้อรถยนต์ หรือสินค้าจากผู้ผลิตหรือจำหน่ายในสินค้าที่ไม่ได้คุณภาพหรือเสียหาย หรือผู้ประกอบการฟ้องผู้บริโภค เช่น ธนาคารฟ้องลูกหนี้บัตรเครดิต หรือลูกหนี้เงินกู้ที่ไม่ชำระหนี้ หรือบริษัทผู้ให้เช่าซื้อ

¹² พระราชบัญญัติความรับผิดชอบต่อความเสียหายที่เกิดจากสินค้าที่ไม่ปลอดภัย พ.ศ. 2551, มาตรา 6.

¹³ พระราชบัญญัติความรับผิดชอบต่อความเสียหายที่เกิดจากสินค้าที่ไม่ปลอดภัย พ.ศ. 2551, มาตรา 11.

¹⁴ พระราชบัญญัติวิธีพิจารณาคดีผู้บริโภค พ.ศ. 2551, มาตรา 3.

ฟ้องผู้เช่าซื้อที่ไม่ชำระค่างวด เป็นต้น คดีเหล่านี้ถือเป็นคดีผู้บริโภค ต้องใช้วิธีพิจารณาพิเศษตามพระราชบัญญัติวิธีพิจารณาคดีผู้บริโภค พ.ศ. 2551 ทั้งสิ้น

วิธีพิจารณาพิเศษตามพระราชบัญญัติวิธีพิจารณาคดีผู้บริโภค พ.ศ. 2551 มีหลักเกณฑ์ดังต่อไปนี้

1) การฟ้องคดี

มาตรา 17 บัญญัติว่า “ในกรณีที่ผู้ประกอบธุรกิจจะฟ้องผู้บริโภคเป็นคดีผู้บริโภค และผู้ประกอบธุรกิจมีสิทธิเสนอคำฟ้องต่อศาลที่ผู้บริโภคมีภูมิลำเนาอยู่ในเขตศาลหรือต่อศาลอื่นได้ด้วย ให้ผู้ประกอบธุรกิจเสนอคำฟ้องต่อศาลที่ผู้บริโภคมีภูมิลำเนาอยู่ในเขตศาลได้เพียงแห่งเดียว”

ปกติแล้วคำฟ้องกฎหมายให้เสนอต่อศาลที่จำเลยมีภูมิลำเนาอยู่ในเขตศาล หรือต่อศาลที่มูลคดีเกิดขึ้นในเขตศาลก็ได้ แล้วแต่คู่ความผู้เสนอฟ้องจะสะดวก (ตามประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความแพ่ง มาตรา 4) แต่ถ้าเป็นคดีผู้บริโภค กฎหมายจำกัด ผู้ประกอบการไม่ให้แกล้งฟ้องยังศาลที่อยู่นอกภูมิลำเนาของผู้บริโภค เพราะจะเป็นการเพิ่มภาระค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาต่อสู้อคดีของผู้บริโภค ซึ่งมีฐานะที่ต่ำกว่านั่นเอง

2) คำฟ้องและคำให้การ

มาตรา 20 บัญญัติว่า “การฟ้องคดีผู้บริโภค โจทก์จะฟ้องด้วยวาจาหรือเป็นหนังสือก็ได้ ในกรณีที่โจทก์ประสงค์จะฟ้องด้วยวาจา ให้เจ้าพนักงานคดีจัดให้มีการบันทึกรายละเอียดแห่งคำฟ้อง แล้วให้โจทก์ลงลายมือชื่อไว้เป็นสำคัญ

คำฟ้องต้องมีข้อเท็จจริงที่เป็นเหตุแห่งการฟ้องคดี รวมทั้งคำขอบังคับชดเชยเงินพอที่จะทำให้อำนาจได้ หากศาลเห็นว่าคำฟ้องนั้นไม่ถูกต้องหรือขาดสาระสำคัญบางเรื่อง ศาลอาจมีคำสั่งให้โจทก์แก้ไขคำฟ้องในส่วนนั้นให้ถูกต้องหรือชดเชยเงินขึ้นก็ได้”

มาตรา 26 บัญญัติว่า “ถ้าคู่ความไม่อาจตกลงกันหรือไม่อาจประนีประนอมยอมความกันได้ และจำเลยยังไม่ได้ยื่นคำให้การ ให้ศาลจัดให้มีการสอบถามคำให้การของจำเลย โดยจำเลยจะยื่นคำให้การเป็นหนังสือหรือจะให้การด้วยวาจาก็ได้ ในกรณีที่ยื่นคำให้การเป็นหนังสือ หากศาลเห็นว่าคำให้การดังกล่าวไม่ถูกต้องหรือขาดสาระสำคัญบางเรื่อง ศาลอาจมีคำสั่งให้จำเลยแก้ไขคำให้การในส่วนนั้นให้ถูกต้องหรือชดเชยเงินขึ้นก็ได้ ในกรณีให้การด้วยวาจา ให้ศาลจัดให้มีการบันทึกคำให้การนั้น และให้จำเลยลงลายมือชื่อไว้เป็นสำคัญ

ถ้าจำเลยไม่ให้การตามวรรคหนึ่ง และไม่ได้รับอนุญาตจากศาลให้ขยายระยะเวลายื่นคำให้การ ให้ถือว่าจำเลยขาดนัดยื่นคำให้การ”

3) ผู้บริโภคได้รับยกเว้นค่าธรรมเนียมและค่าใช้จ่ายในการดำเนินกระบวนการพิจารณา

มาตรา 18 บัญญัติว่า “การยื่นคำฟ้องตลอดจนการดำเนินกระบวนการพิจารณาใดๆ ในคดีผู้บริโภค ซึ่งดำเนินการโดยผู้บริโภคหรือผู้มีอำนาจฟ้องคดีแทนผู้บริโภค ให้ได้รับยกเว้นค่าธรรมเนียมทั้งปวง แต่ไม่รวมถึงความรับผิดชอบในค่าฤชาธรรมเนียมในชั้นที่สุด

ถ้าความปรากฏแก่ศาลว่าผู้บริโภคหรือผู้มีอำนาจฟ้องคดีแทนผู้บริโภคนำคดีมาฟ้องโดยไม่มีเหตุผลอันสมควร เรียกร้องค่าเสียหายเกินสมควร ประพฤติตนไม่เรียบร้อย ดำเนินกระบวนการพิจารณาอันมีลักษณะเป็นการประวิงคดีหรือไม่จำเป็น หรือมีพฤติการณ์อื่นที่ศาลเห็นสมควร ศาลอาจมีคำสั่งให้บุคคลนั้นชำระค่าฤชาธรรมเนียมที่ได้รับการยกเว้นทั้งหมด หรือแต่บางส่วนต่อศาลภายในระยะเวลาที่ศาลเห็นสมควรกำหนดก็ได้ หากไม่ปฏิบัติตาม ให้ศาลมีอำนาจสั่งจำนำคดีออกจากสารบบความ”

4) ภาระการพิสูจน์ตกอยู่กับผู้ประกอบการ

มาตรา 29 บัญญัติว่า “ประเด็นข้อพิพาทข้อใดจำเป็นต้องพิสูจน์ถึงข้อเท็จจริงที่เกี่ยวกับการผลิต การประกอบ การออกแบบ หรือส่วนผสมของสินค้า การให้บริการ หรือการดำเนินการใดๆ ซึ่งศาลเห็นว่า ข้อเท็จจริงดังกล่าวอยู่ในความรู้เห็น โดยเฉพาะของกลุ่มความฝ่ายที่เป็นผู้ประกอบการธุรกิจ ให้ภาระการพิสูจน์ในประเด็นดังกล่าวตกอยู่กับกลุ่มความฝ่ายที่เป็นผู้ประกอบการธุรกิจนั้น”

การพิสูจน์ข้อกล่าวอ้างในคดีปกติยึดหลัก “ผู้ใดกล่าวอ้าง ผู้นั้นมีหน้าที่นำสืบ” ซึ่งจะเป็นธรรมชาติหากกลุ่มความอยู่ในฐานะที่เท่าเทียมกัน แต่คดีผู้บริโภค ฐานะของผู้บริโภคและผู้ประกอบการต่างกัน หากให้ผู้บริโภคต้องมีการหาพยานหลักฐานทางเทคนิค ซึ่งไม่ได้อยู่ในความรู้เห็นของตนเพื่อมาสันนิษฐานข้ออ้างที่ว่าสินค้าไม่ได้คุณภาพก็ย่อมเป็นข้อเสียเปรียบในการต่อสู้คดี ดังนั้นกฎหมายพิเศษจึงบัญญัติยกเว้นหลักดังกล่าวไว้ในมาตรานี้

5) ศาลมีอำนาจพิพากษากำหนดค่าเสียหายในเชิงลงโทษ หรือเรียกผู้ถือหุ้นของนิติบุคคลให้ร่วมรับผิดชอบในหนี้ของนิติบุคคลได้

มาตรา 42 บัญญัติว่า “ถ้าการกระทำที่ถูกฟ้องร้องเกิดจากการที่ผู้ประกอบการกระทำโดยเจตนาเอาเปรียบผู้บริโภคโดยไม่เป็นธรรม หรือจงใจให้ผู้บริโภคได้รับความเสียหาย หรือประมาทเลินเล่ออย่างร้ายแรง ไม่นำพาต่อความเสียหายที่จะเกิดแก่ผู้บริโภค หรือกระทำการอันเป็นการฝ่าฝืนต่อความรับผิดชอบในฐานะผู้มีอาชีพหรือธุรกิจอันยอมเป็นที่ไว้วางใจของประชาชน เมื่อศาลมีคำพิพากษาให้ผู้ประกอบการชดเชยค่าเสียหายแก่ผู้บริโภค ให้ศาลมีอำนาจสั่งให้ผู้ประกอบการชดเชยค่าเสียหายเพื่อการลงโทษเพิ่มขึ้นจากจำนวนค่าเสียหายที่แท้จริงที่ศาลกำหนดได้ตามที่เห็นสมควร ฯลฯ โดยกำหนดได้ไม่เกินสองเท่าของค่าเสียหายที่แท้จริงที่ศาลกำหนด แต่ถ้า

ค่าเสียหายที่แท้จริงที่ศาลกำหนดมีจำนวนเงินไม่เกินห้าหมื่นบาท ให้ศาลมีอำนาจกำหนดค่าเสียหายเพื่อการลงโทษได้ไม่เกินห้าเท่าของค่าเสียหายที่แท้จริงที่ศาลกำหนด”

มาตรา 44 บัญญัติว่า “ในคดีที่ผู้ประกอบธุรกิจซึ่งถูกฟ้องเป็นนิติบุคคล หากข้อเท็จจริงปรากฏว่านิติบุคคลดังกล่าวถูกจัดตั้งขึ้นหรือดำเนินการโดยไม่สุจริต หรือมีพฤติการณ์ฉ้อฉล หลอกลวงผู้บริโภค หรือมีการชักย้ายถ่ายเททรัพย์สินของนิติบุคคลไปเป็นประโยชน์ของบุคคลใด บุคคลหนึ่ง และทรัพย์สินของนิติบุคคลมีไม่เพียงพอต่อการชำระหนี้ตามฟ้อง เมื่อคู่ความร้องขอ หรือศาลเห็นสมควร ให้ศาลมีอำนาจเรียกหุ้นส่วน ผู้ถือหุ้นหรือบุคคลที่มีอำนาจควบคุมการดำเนินงานของนิติบุคคล หรือผู้รับมอบทรัพย์สินจากนิติบุคคลดังกล่าวเข้ามาเป็นจำเลยร่วม และให้มีอำนาจพิพากษาให้บุคคลเหล่านั้นร่วมรับผิดชอบในหนี้ที่นิติบุคคลมีต่อผู้บริโภคได้ด้วย เว้นแต่ผู้นั้นจะพิสูจน์ได้ว่าตนมิได้มีส่วนรู้เห็นในการกระทำความผิดดังกล่าว หรือในกรณีของผู้รับมอบทรัพย์สินนั้นจากนิติบุคคลจะต้องพิสูจน์ได้ว่าตนได้รับทรัพย์สินมาโดยสุจริตและเสียค่าตอบแทน”

ดังที่กล่าวข้างต้นจะเห็นว่าเนื้อหาสาระหลักของคดีผู้บริโภคมุ่งเน้นให้ความสำคัญแก่ผู้บริโภคที่ไม่ได้รับความเป็นธรรมจากการใช้สินค้าหรือบริการสามารถเข้าถึงความยุติธรรมได้โดยง่าย ซึ่งมีวิธีพิจารณาที่แตกต่างจากคดีปกติ โดยมุ่งเน้นที่ความง่ายในการดำเนินคดีให้มีความสะดวก รวดเร็ว ประหยัด และเป็นธรรม ตั้งแต่การฟ้องร้องหรือต่อสู้อคดีสามารถทำเป็นหนังสือหรือด้วยวาจาก็ได้ การดำเนินคดีโดยได้รับยกเว้นค่าฤชาธรรมเนียม อีกทั้งยังมีเจ้าพนักงานประจำศาล (เจ้าพนักงานคดี) คอยช่วยเหลือในการร่างจัดทำคำคู่ความโดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายหรือเสียเงินจ้างทนายความ อันเป็นการคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภค และขณะเดียวกันก็เป็นการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการหันมาให้ความสำคัญต่อการพัฒนาคุณภาพของสินค้าและบริการ ซึ่งจะทำให้เกิดผลดีต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศได้อย่างมั่นคง

3.1.8 หน่วยงานที่ควบคุมกำกับดูแลสินค้าที่มีส่วนประกอบของนาโนเทคโนโลยี

เนื่องจากสินค้าที่มีส่วนประกอบของนาโนเทคโนโลยีมีอยู่ในหลายกลุ่มผลิตภัณฑ์ ไม่ว่าจะเป็นอาหาร เครื่องสำอาง เสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่ม ดังนั้นจำเป็นต้องอย่างยิ่งที่จะต้องอาศัยผู้ที่มีความรู้ความชำนาญในแต่ละสาขา เพื่อให้การกำกับดูแลเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

3.1.8.1 ควบคุมในด้านการผลิตสินค้า

เป็นอำนาจของกรมโรงงาน ถ้ามีการผลิตในโรงงาน อยู่ในการควบคุมของกระทรวงอุตสาหกรรมในการกำหนดมาตรฐานการควบคุมกำกับโรงงานอุตสาหกรรม ถ้าเป็นผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางหรือมีส่วนประกอบต้องอยู่ในการควบคุมด้านความปลอดภัยและประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์และการใช้ผลิตภัณฑ์ด้านสาธารณสุข สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) ทั้งนี้มีแนวคิดแนวทางการรับมือด้านความปลอดภัยนาโนเทคโนโลยีของประเทศ ว่าความเข้มงวดในการ

กำกับดูแลจะพิจารณาตามระดับความเสี่ยงของผลิตภัณฑ์ หากมีความเสี่ยงสูงต้องได้รับอนุญาตขึ้นทะเบียนก่อนวางตลาด ปัจจุบันใช้หลักเกณฑ์การพิจารณาประกอบการแจ้งรายละเอียดเครื่องสำอางควบคุม หากสารที่ใช้เป็นส่วนผสมในเครื่องสำอางไม่อยู่ในรายการสารที่ให้อำนาจเป็น ส่วนผสมในเครื่องสำอาง ผู้จัดแจ้งจะต้องยื่น “เอกสารความปลอดภัยการใช้เครื่องสำอาง” โดย ผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ยังไม่มีแนวทางหรือหลักเกณฑ์เฉพาะเจาะจงสำหรับผลิตภัณฑ์นาโน อย่างไรก็ตาม แต่เป็นที่น่าสังเกตว่ายังไม่มีกฎหมายในการควบคุมโรงงานที่ผลิตสินค้านาโนเป็นส่วนประกอบโดยตรง

ทั้งนี้จากรายงานความเป็นพิษของวัสดุนาโนทำให้ต้องมีการกำหนดทิศทางของนาโนเทคโนโลยีให้สอดคล้องกับการพัฒนาประเทศ รวมถึงการจัดการให้เกิดความปลอดภัย ซึ่งไทยเป็นหนึ่งในเพียงไม่กี่ประเทศของโลกที่มีแผนยุทธศาสตร์ด้านความปลอดภัย นาโนเทคโนโลยี ซึ่งแม้จะไม่มีกฎหมายคุ้มครองความปลอดภัยโดยตรง แต่การมีกฎหมายต่างๆ อาทิ พระราชบัญญัติวัตถุอันตราย พ.ศ. 2535 พระราชบัญญัติส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ พ.ศ. 2535 และพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 ก็สามารถให้การคุ้มครองความปลอดภัยได้ในระดับหนึ่ง ปัจจุบันมีการยกประเด็นความปลอดภัยของนาโนเทคโนโลยีเป็นประเด็นนโยบายที่กำหนดไว้ในยุทธศาสตร์การจัดการสารเคมีระหว่างประเทศ ในส่วนของประเทศไทยทางศูนย์นาโนเทคโนโลยีแห่งชาติได้ร่วมกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชนจัดทำแผนยุทธศาสตร์ด้านความปลอดภัยและจริยธรรมนาโนเทคโนโลยี (พ.ศ. 2555-2559) เพื่อให้เกิดความปลอดภัยต่อสุขภาพ สิ่งแวดล้อม และความมั่นคงของประเทศ ซึ่งสอดคล้องกับแผนกลยุทธ์นาโนเทคโนโลยีแห่งชาติ ภายใต้วิสัยทัศน์ “นาโนปลอดภัย พัฒนาไทย ก้าวไกลอย่างยั่งยืน” เพื่อให้เกิดความปลอดภัยต่อสุขภาพ สิ่งแวดล้อม และความมั่นคงของประเทศด้วยกระบวนการวิจัยและพัฒนา ผลิต จำหน่าย และใช้นาโนเทคโนโลยีและผลิตภัณฑ์นาโนอย่างมีจริยธรรมเหมาะสม ยั่งยืนและมีส่วนร่วม รวมทั้งยุทธศาสตร์ภายใต้กรอบนโยบายการพัฒนานาโนเทคโนโลยีของประเทศไทย (พ.ศ. 2555-2564) ซึ่งกำหนดวิสัยทัศน์ในการใช้นาโนเทคโนโลยีสร้างขีดความสามารถทางเศรษฐกิจ คุณภาพชีวิต สังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน¹⁵

3.1.8.2 ควบคุมในด้านการโฆษณา

เป็นอำนาจของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคและสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ซึ่งได้แก่¹⁶

¹⁵ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย. (2555, 1 ธันวาคม). *สกว.แนะศึกษาคุณพิษของนาโนเทคโนโลยีก่อนใช้*. สืบค้นเมื่อ 20 มีนาคม 2555, จาก <http://pr.trf.or.th/index.php?>

¹⁶ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ข (2546). *สคบ.กับการคุ้มครองผู้บริโภค*. หน้า 15.

1) สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

หน้าที่ดำเนินการคุ้มครองผู้บริโภคให้ได้รับความเป็นธรรม ความปลอดภัย ไม่ถูกเอารัดเอาเปรียบ รวมทั้งดำเนินคดีเรียกค่าเสียหายแทนผู้บริโภค การเผยแพร่วิชาการและให้ความรู้แก่ผู้บริโภค

(1) รับเรื่องราวร้องทุกข์จากผู้บริโภคที่ได้รับความเดือดร้อนหรือเสียหาย อันเนื่องมาจากการกระทำของผู้ประกอบธุรกิจ เพื่อเสนอต่อคณะกรรมการ

(2) ติดตามและสอดส่องพฤติกรรมของผู้ประกอบธุรกิจ ซึ่งกระทำการใดๆ อันมีลักษณะเป็นการละเมิดสิทธิของผู้บริโภค และจัดให้มีการทดสอบหรือพิสูจน์สินค้าหรือบริการใดๆ ตามที่เห็นสมควรและจำเป็นเพื่อคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภค

(3) ดำเนินการเผยแพร่วิชาการ และให้ความรู้และการศึกษาแก่ผู้บริโภค เพื่อสร้างนิสัยส่งเสริมพลานามัยประหยัด และใช้ทรัพยากรของชาติให้เป็นประโยชน์มากที่สุด

(4) ประสานงานกับส่วนราชการหรือหน่วยงานของรัฐ ที่มีอำนาจหน้าที่เกี่ยวกับการควบคุม ส่งเสริม หรือกำหนดมาตรฐานของสินค้าหรือบริการ

2) สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ประกอบด้วย

(1) คณะกรรมการอาหาร มีหน้าที่กำหนดคุณภาพหรือมาตรฐานของอาหาร ควบคุมเฉพาะตามชื่อ ประเภทชนิด หรือลักษณะของอาหารนั้น และกำหนดหลักเกณฑ์เงื่อนไขและวิธีการผลิตเพื่อจำหน่าย นำเข้าเพื่อการจำหน่าย หรือการจำหน่าย

(2) คณะกรรมการยา มีอำนาจหน้าที่กำหนดหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขเกี่ยวกับการผลิตยา การขายยาการนำเข้าหรือส่งยาเข้ามาในราชอาณาจักร การนำยามาเป็นตัวอย่างเพื่อการตรวจ การตรวจสอบสถานที่ผลิตยาสถานที่ขายยา และสถานที่เก็บยา

3.1.8.3 ควบคุมในด้านฉลาก

เป็นอำนาจของคณะกรรมการว่าด้วยฉลากในคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค และหากเป็นฉลากของอาหารและยาเป็นอำนาจของคณะกรรมการอาหารและยา ซึ่งผลิตภัณฑ์สุขภาพที่อยู่ในการควบคุมกำกับของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยานั้น จะไม่ใช้ข้อบังคับตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 เนื่องจากมีข้อกำหนดไว้ใน พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2541 มาตรา 21 ไว้ว่า “ในกรณีที่กฎหมายว่าด้วยการใดได้บัญญัติเรื่องใดไว้โดยเฉพาะแล้ว ให้บังคับกฎหมายตามบทบัญญัติแห่งกฎหมายว่าด้วยการนั้น และให้นำบทบัญญัติในหมวดนี้ไปใช้ได้เท่าที่ไม่ซ้ำหรือขัดกับบทบัญญัติดังกล่าว”

3.1.9 มาตรการในการลงโทษผู้ประกอบการสินค้าที่มีนาโนเทคโนโลยีเป็นส่วนประกอบ

3.1.9.1 มาตรการทางอาญา

การกำหนดความผิดซึ่งเป็นโทษทางอาญา ได้แก่ โทษจำคุก ปรับ และริบทรัพย์สิน ตามที่บัญญัติในพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ได้แก่ มาตรา 30 ซึ่งการกำหนดผลลากของสินค้าจะเป็นประโยชน์แก่ผู้บริโภค ในการที่จะทราบข้อเท็จจริงเกี่ยวกับสินค้าที่ชัดเจนขึ้น เช่น ทราบชื่อสินค้า ประเภท ผู้ผลิต วิธีใช้ คำแนะนำ คำเตือน ราคา และวันเดือนปีที่ผลิต เป็นต้น แต่หากสินค้านั้นกล่าวไม่เป็นสินค้าควบคุมผลลากให้คณะกรรมการว่าด้วยผลลากมีอำนาจกำหนดให้สินค้านั้นเป็นสินค้าที่ควบคุมผลลาก ซึ่งได้มีการเร่งรัดให้ออกประกาศให้ผลิตภัณฑ์นาโนเป็นสินค้าควบคุมผลลากในเร็วๆ นี้ ในขณะนี้ยังไม่มีผลบังคับตามกฎหมาย โดยมีแนวคิดในการลงโทษว่า หากยังมีการฝ่าฝืน ผู้ผลิตเพื่อขาย ผู้ส่งหรือนำเข้ามาเพื่อขายในราชอาณาจักร จะมีโทษจำคุกไม่เกิน 1 ปี ปรับไม่เกิน 100,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ ขณะเดียวกัน ผู้จำหน่ายสินค้าที่ควบคุมผลลาก แต่ไม่จัดให้มีผลลากหรือมีผลลากที่ไม่ถูกต้อง มีโทษจำคุกไม่เกิน 6 เดือน ปรับไม่เกิน 50,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ ซึ่งเป็นโทษทางอาญาตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ตามมาตรา 52 อีกทั้งการโฆษณาขายสินค้าทั้งที่ผลลากของผลิตภัณฑ์ไม่ได้ระบุคุณสมบัตินาโนตามที่ผู้จำหน่ายกล่าวอ้าง หลอกให้ผู้บริโภคหลงเชื่อ เข้าข่ายการหลอกลวงผู้บริโภคให้หลงเชื่อในแหล่งกำเนิด สภาพคุณภาพหรือปริมาณแห่งของนั้นอันเป็นเท็จ ถ้าการกระทำนั้นไม่เป็นความผิดฐานฉ้อโกง ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกิน 3 ปี ปรับไม่เกิน 6,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ ตามประมวลกฎหมายอาญา มาตรา 271

3.1.9.2 มาตรการทางแพ่ง

เป็นกรณีที่ผู้บริโภคได้รับความเสียหายจากการบริโภคสินค้าที่มีนาโนเทคโนโลยีเป็นส่วนประกอบ ย่อมสามารถฟ้องร้องเรียกค่าเสียหายได้ตามพระราชบัญญัติวิธีพิจารณาคดีผู้บริโภค พ.ศ. 2551

หลักการของ พระราชบัญญัติวิธีพิจารณาคดีผู้บริโภค พ.ศ. 2551 หลักการที่สำคัญใน ส่วนของการฟ้องคดี กระบวนการพิจารณาคดี และการพิพากษาคดี ต่อไป คือ

1) กำหนดให้คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค หรือสมาคมที่คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภครับรอง มีอำนาจฟ้องและดำเนินคดีแทนผู้บริโภคได้

2) ผู้บริโภคสามารถฟ้องผู้ประกอบการธุรกิจเป็นคดีผู้บริโภค โดยยื่นฟ้องด้วยวาจาหรือเป็นหนังสือก็ได้ และในทางกลับกันหากผู้บริโภคถูกผู้ประกอบการธุรกิจฟ้องเป็นคดีผู้บริโภค ผู้บริโภคสามารถยื่นคำให้การเป็นหนังสือหรือจะให้การด้วยวาจาก็ได้

3) การฟ้องคดีของผู้บริโภค ให้ได้รับยกเว้นค่าฤชาธรรมเนียม

4) เพื่อให้การดำเนินกระบวนการพิจารณาคดีผู้บริโภคเป็นไปด้วยความสะดวก รวดเร็ว และเที่ยงธรรม จึงให้เจ้าพนักงานคดีให้คำแนะนำและให้ความช่วยเหลือแก่ผู้บริโภคตามสมควรในการยื่นคำฟ้อง โดยเฉพาะการตรวจสอบสถานะความเป็นนิติบุคคลและภูมิลำเนาของผู้ประกอบธุรกิจ การตรวจหาข้อมูลและรายละเอียดต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องซึ่งจำเป็นแก่การฟ้องคดี

5) มีวิธีการดำเนินคดีที่รวดเร็ว จะเห็นได้จากที่กำหนดให้ศาลนัดพิจารณาโดยเร็วและออกหมายเรียกผู้ประกอบธุรกิจให้มาศาลเพื่อกำหนดนัดเพื่อการไต่ถามให้การ และสืบพยานในวันเดียวกัน โดยให้พิจารณาคัดต่อกันไม่เลื่อนคดี เว้นแต่จะมีเหตุจำเป็นอันมิอาจก้าวล่วงได้ แต่ให้เลื่อนได้ครั้งละไม่เกิน 15 วัน และสุดท้ายกำหนดให้การพิจารณาคดีผู้บริโภคเป็นที่สุดในชั้นอุทธรณ์

6) กระบวนการดำเนินคดี จะไม่เคร่งครัดมากนัก เช่น จะมุ่งเน้นให้มีการไต่ถามให้การ และศาลมีอำนาจสั่งให้คู่ความทำการแก้ไขข้อพิพาทหรือผลิตผลได้ภายในระยะเวลาและเงื่อนไขที่ศาลเห็นสมควรได้

7) ในกรณีที่ต้องมีการพิสูจน์ข้อเท็จจริงเกี่ยวกับการผลิต การออกแบบ หรือการประกอบสินค้า หรือการให้บริการ ซึ่งศาลเห็นว่าอยู่ในความรู้เห็นของผู้ประกอบธุรกิจแต่เพียงฝ่ายเดียว กำหนดให้การระงับการพิสูจน์ในประเด็นนั้นตกอยู่แก่คู่ความฝ่ายผู้ประกอบธุรกิจนั้น

8) นอกจากนั้น ในการทำคำพิพากษาหรือคำสั่งของศาลในคดีนี้นั้น ศาลจะมีอำนาจดังนี้

(1) ให้ศาลมีอำนาจพิพากษาคดีเกินคำขอของโจทก์ที่เป็นผู้บริโภคได้ หากปรากฏว่าจำนวนค่าเสียหายที่โจทก์เรียกร้องไม่ถูกต้องหรือวิธีการบังคับตามคำขอของโจทก์ไม่เพียงพอต่อการเยียวยาความเสียหาย

(2) สงวนสิทธิในการแก้ไขคำพิพากษาในภายหลังได้ ถ้าเป็นกรณีที่เกี่ยวกับความเสียหายต่อร่างกาย สุขภาพ หรืออนามัย ที่ยากที่ศาลจะทราบจำนวนความเสียหายที่แท้จริงในขณะที่ทำการพิพากษาคดีได้ ภายในระยะเวลาที่ศาลกำหนด

(3) มีอำนาจสั่งให้ผู้ประกอบธุรกิจดำเนินการใดๆ เพื่อประโยชน์แก่ผู้บริโภคได้ เช่น ในกรณีที่ผู้บริโภคฟ้องผู้ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับความชำรุดบกพร่องของสินค้าและศาลเชื่อว่าความชำรุดบกพร่องนั้นปรากฏอยู่ในขณะส่งมอบสินค้านั้น และไม่อาจแก้ไขปัญหานั้น หรืออาจเกิดอันตรายแก่ผู้บริโภคที่นำสินค้านั้นไปใช้ได้ ศาลมีอำนาจสั่งให้ผู้ประกอบธุรกิจเปลี่ยนสินค้าใหม่ให้แก่ผู้บริโภคแทนการซ่อมแซมสินค้านั้นได้

9) และเมื่อศาลได้มีคำพิพากษาถึงที่สุดแล้วในคดีผู้บริโภคคดีหนึ่งแล้ว หากภายหลังมีการฟ้องผู้ประกอบธุรกิจรายเดียวกันเป็นคดีผู้บริโภคอีก โดยมีข้อเท็จจริงที่พิพาทกันเป็นอย่างเดียวกัน

ในคดีก่อนที่ศาลได้วินิจฉัยไว้แล้วในคดีก่อนนั้น ศาลในคดีผู้บริโภคดีหลังอาจมีคำสั่งให้ถือตามข้อเท็จจริงในคดีก่อนนั้น โดยไม่ต้องสืบพยานหลักฐานใดๆ ก็ได้

ดังนั้น จะเห็นได้ว่าปัจจุบันกฎหมายให้ความสำคัญคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภค โดยให้มีการเข้าถึงกระบวนการยุติธรรมได้สะดวก ง่ายและรวดเร็วว่าแต่ก่อนมาก ผู้บริโภคทั้งหลายจึงควรใช้ประโยชน์จากกฎหมายฉบับนี้ให้สมตามเจตนารมณ์ที่ได้วางไว้แต่ต้น รวมทั้งผู้ประกอบการธุรกิจก็ควรให้ความสำคัญแก่ผู้บริโภคมากยิ่งขึ้นด้วย เพื่อหลีกเลี่ยงมิให้มีการนำคดีขึ้นสู่ศาล

3.1.9.3 มาตรการทางปกครอง

“โทษทางปกครอง” หมายถึง โทษที่กฎหมายกำหนดให้ฝ่ายปกครองลงแก่ผู้กระทำการอันเป็นการฝ่าฝืนกฎหมาย กฎ ระเบียบ ข้อบังคับ และคำสั่งทางปกครอง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้บริการสาธารณะสามารถดำเนินการต่อไปได้¹⁷ โทษทางปกครองจึงมีลักษณะสำคัญ 3 ประการ ดังนี้

(1) กฎหมายให้อำนาจแก่ฝ่ายปกครองที่จะมีคำสั่งลงโทษผู้กระทำการอันเป็นการฝ่าฝืนกฎหมาย กฎ ระเบียบ ข้อบังคับ และคำสั่งทางปกครองอย่างชัดแจ้ง ซึ่งฝ่ายปกครองนี้ออกจากหมายถึงหน่วยงานของรัฐแล้ว ยังหมายรวมถึงองค์กรเอกชนที่ได้รับมอบหมายให้ใช้อำนาจมหาชนในการจัดทำบริการสาธารณะด้วย เช่น องค์กรวิชาชีพ เป็นต้น

(2) ฝ่ายปกครองมีอำนาจสั่งลงโทษได้เองโดยไม่ต้องฟ้องศาล

(3) การลงโทษทางปกครองมีวัตถุประสงค์เพื่อให้บริการสาธารณะที่ฝ่ายปกครองดูแลรับผิดชอบสามารถดำเนินการต่อไปได้

โทษทางปกครองมีข้อดีกว่าโทษทางอาญาหลายประการดังนี้

(1) โทษทางปกครองมีกระบวนการขั้นตอนที่เรียบง่าย รวดเร็วกว่ากระบวนการลงโทษทางอาญาที่ต้องใช้เวลาในการพิจารณาพิพากษาคดียาวนาน อีกทั้งโทษทางปกครองยังมีผลใช้บังคับทันที เว้นแต่จะมีการสั่งทุเลาการบังคับตามคำสั่งทางปกครอง

(2) โทษทางปกครองมีความเหมาะสมสำหรับการปราบปรามการกระทำความผิดที่แพร่หลายในวงกว้าง (*délinquance de masse*) เช่น การกระทำความผิดเกี่ยวกับภาษีอากร การกระทำความผิดกฎจราจร เป็นต้น เนื่องจากการฟ้องคดีจำนวนมากจะเป็นภาระต่อศาล ทำให้ศาลต้องใช้เวลาในการพิจารณาพิพากษาลงโทษผู้กระทำความผิดล่าช้าเกินสมควร ซึ่งจะมีผลทำให้การป้องกันและปราบปรามการกระทำความผิดไม่บรรลุวัตถุประสงค์ในที่สุด

¹⁷ Sarot (M.J.), Rapport general. (n.d.). *Colloque des juridictions administratives europeenne de ๑๙๗๒ sur la sanction administrative*. Retrieved December 5, 2012, from

http://๑๙๗.๑๙๑.๒๑๗.๒๑/colloquia/๑๙๗๒/gen_report_๒_fr.pdf

(3) โฆษทางปกครองไม่ก่อผลร้ายทางสังคมแก่ผู้ถูกลงโทษ เนื่องจากโฆษทางปกครองไม่มีลักษณะเป็นการประณามให้เสื่อมเสียชื่อเสียงเกียรติยศ หรือทำให้เสียประวัติ ดังที่เกิดขึ้นกับผู้ถูกลงโทษทางอาญา

(4) เจ้าหน้าที่หรือคณะกรรมการที่มีอำนาจลงโทษทางปกครองจะมีประสบการณ์ ความเชี่ยวชาญ และความรู้เกี่ยวกับสภาพปัญหาในเรื่องที่จะลงโทษอย่างแท้จริง ทำให้สามารถพิจารณาเลือกใช้โฆษทางปกครองให้เหมาะสมได้สอดคล้องกับการกระทำผิดในแต่ละกรณี

ทั้งนี้ จะเห็นว่ามาตรการทางปกครองเกี่ยวกับสินค้าที่มีส่วนประกอบของนาโนเทคโนโลยีนั้น จะเกี่ยวข้องกับการโฆษณาข้อความที่มีลักษณะต้องห้ามตามกฎหมาย ซึ่งคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาจะอาศัยอำนาจตามมาตรา 27 แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ออกคำสั่งทางปกครองให้ผู้ทำการโฆษณาปฏิบัติตาม หรือในกรณีที่มีเหตุอันควรสงสัยก็สามารถให้ผู้กระทำการโฆษณาพิสูจน์แสดงความจริงได้ หลังจากที่คณะกรรมการเฉพาะเรื่องมีคำสั่งเกี่ยวกับโฆษณานั้นอย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่างแล้ว หากผู้ได้รับคำสั่งไม่พอใจคำสั่งนั้น สามารถอุทธรณ์ต่อคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคภายใน 10 วัน นับตั้งแต่วันที่ผู้อุทธรณ์ได้รับทราบคำสั่งของคณะกรรมการเฉพาะเรื่อง

3.2 มาตรการทางกฎหมายของต่างประเทศที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคที่ใช้สินค้าที่มีส่วนประกอบของนาโนเทคโนโลยี

การที่ประเทศสหรัฐอเมริกามีลักษณะการปกครองแบบสหพันธรัฐ ซึ่งจะทำให้มีรัฐบาลที่เป็นรัฐบาลกลางที่มีอำนาจปกครองมลรัฐทุกรัฐ แต่จะไม่เข้าไปแทรกแซงกิจการภายในของแต่ละรัฐ แต่ละรัฐออกกฎหมายเพื่อบังคับใช้ภายในรัฐ ซึ่งกฎหมายดังกล่าวจะต้องไม่ขัดกับกฎหมายของสหพันธรัฐ สหรัฐอเมริกาจึงมีกฎหมายที่ใช้บังคับกับประชาชน 2 ระดับ ระบบการคุ้มครองผู้บริโภคของสหรัฐจึงมีทั้งในระบบที่เป็นภาพรวมของประเทศและระบบของมลรัฐแต่ละรัฐ¹⁸

3.2.1 ประเทศสหรัฐอเมริกา

สหรัฐอเมริกามีกฎหมายและกฎระเบียบคุ้มครองผู้บริโภคในสินค้าหลายๆ ประเภท โดยเฉพาะสินค้าเกษตรและอาหารที่มีปริมาณการนำเข้าและส่งออกสูงมาก ทำให้สหรัฐอเมริกาต้องจัดตั้งองค์กรขนาดใหญ่ที่มีประสิทธิภาพทำหน้าที่กำกับดูแลตั้งแต่การผลิตจนกระทั่งส่งออกไป

¹⁸ มัชฌนา พรณพวงพันธุ์. (2550). ปัญหาการฟ้องคดีให้ผู้ประกอบธุรกิจรับผิดชอบผู้บริโภค. หน้า

จำหน่าย โดยเมื่อกล่าวถึงมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารจะเป็นการควบคุมในเรื่องของความปลอดภัยและการให้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องและไม่หลอกลวงต่อผู้บริโภค

3.2.1.1 มาตรการในการคุ้มครอง

อาจกล่าวได้ว่าในระบบการคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศสหรัฐอเมริกา คณะกรรมการคุ้มครองทางการค้าแห่งสหพันธรัฐ (Federal Trade Commission (FTC)) มีบทบาทสำคัญในระดับชาติในเรื่องการคุ้มครองผู้บริโภคนอกเหนือจากเรื่องความปลอดภัยในเรื่องอาหาร ยา เครื่องสำอาง และสินค้าบริโภคอื่น ซึ่งอยู่ภายใต้ FDA ส่วนในระดับ มลรัฐต้องพิจารณากฎหมายที่ใช้ภายในรัฐนั้นๆ ว่า กำหนดรายละเอียดในเรื่องการคุ้มครองผู้บริโภคไว้อย่างใด เช่น อาจมีหน่วยงานของรัฐดูแลรับเรื่องราวร้องทุกข์หรือฟ้องคดีให้ อาจเป็นอัยการของมลรัฐ (State Attorney General) เป็นต้น

กรณีความปลอดภัยเกี่ยวกับสินค้า มีกฎหมายเฉพาะซึ่งครอบคลุมสินค้าทุกชนิดทุกประเภทเพื่อความปลอดภัย โดยมีคณะกรรมการว่าด้วยความปลอดภัยในผลิตภัณฑ์ คือ The Consumer Product Safety Commission (CPSC) เป็นผู้กำหนดมาตรฐานเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในตลาดทั่วประเทศ เว้นแต่ผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในการกำกับขององค์กรของรัฐที่มีกฎหมายให้อำนาจไว้เป็นการเฉพาะ เช่น FDA หรือ FAA ซึ่งดูแลเรืออากาศยาน

กรรมการว่าด้วยความปลอดภัยในผลิตภัณฑ์ (CPSC) เป็นผู้กำหนดนโยบายมาตรฐานและตรวจติดตามให้มีการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์เกี่ยวกับความปลอดภัย กฎหมายกำหนดอำนาจในการสั่งห้ามจำหน่ายสั่งให้เรียกเก็บจากตลาด และมีโทษทางอาญาเป็นบทบังคับ ผู้บริโภคมีสิทธิฟ้องคดีเรียกว่าเสียหายได้ตามมาตรา 23 แห่งกฎหมายนี้

โดยภาพรวมแล้ว ระบบการคุ้มครองผู้บริโภคในประเทศสหรัฐอเมริกานั้น กฎหมายของสหพันธรัฐ (Federal Law) มีบทบาทมากในการควบคุมสภาวะตลาดให้มีการแข่งขันที่แท้จริงและเป็นธรรม ตลาดของสหรัฐอเมริกาเป็นตลาดมืมา คู่แข่งในตลาดมีมากมายหลายรายการ ซึ่งในการดูแลให้สภาวะตลาดเป็นปกติเป็นไปตามกลไกของตลาดตามธรรมชาติ ทำให้ผู้บริโภคได้รับการคุ้มครองโดยอัตโนมัติ องค์กรของรัฐทำหน้าที่กำกับดูแล ติดตาม และออกกฎหมาย บังคับใช้ และเป็นโจทก์และจำเลยในศาล หากมีการโต้แย้งมติหรือคำวินิจฉัยของคณะกรรมการ ทั้งนี้ เพื่อป้องกันมิให้เกิดการกระทำที่กระทบถึงตลาดการแข่งขัน และผู้บริโภค แต่ระบบการฟ้องร้องคดีเพื่อเรียกค่าเสียหายนั้นเป็นเรื่องของผู้บริโภคจะใช้สิทธิของตนโดยผ่านหน่วยงานภาครัฐโดยอาศัยหลักกฎหมายลักษณะละเมิดตามแนว Common Law หรือระบบกฎหมายที่พัฒนาการขึ้น เช่น กฎหมายความรับผิดในผลิตภัณฑ์ (Product Liability) และการฟ้องคดีเป็นกลุ่มเพื่อประหยัดเวลา ค่าใช้จ่าย

เมื่อความเสียหายเป็นอย่างเดียวกันและเกิดจากเหตุเดียวกันที่เรียกว่า Class Action ซึ่งมีอยู่ในระบบของสหรัฐอเมริกา¹⁹

1) มาตรการในการคุ้มครองในด้านการผลิตสินค้า

ดังได้กล่าวแล้วว่า ระบบการปกครองของสหรัฐอเมริกาเป็นแบบสหพันธรัฐ ดังนั้นระบบการคุ้มครองผู้บริโภคโดยใช้มาตรการทางกฎหมายจึงมีทั้งในระดับสหพันธรัฐและระดับมลรัฐหรือการปกครองท้องถิ่น

กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคระดับมลรัฐย่อมมีรายละเอียดในเรื่องที่เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคในมลรัฐนั้นๆ เป็นการเฉพาะแต่กฎหมายที่เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคที่ใช้เพื่อผู้บริโภคทุกคนในประเทศนั้นจะมีลักษณะกว้างกว่า เราจะไม่พบรัฐบัญญัติระดับสหพันธรัฐที่มีชื่อว่ากฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคของสหรัฐอเมริกา (Federal Consumer Protection Act) แต่จะพบว่ามีกฎหมายที่กำกับดูแลกิจการพาณิชย์ของประเทศเพื่อให้เกิดความเป็นธรรม ชื่อ “The Federal Trade Act” และรัฐบัญญัติเกี่ยวกับความปลอดภัยในผลิตภัณฑ์ ชื่อ The Consumer Product Safety Act รวมทั้งรัฐบัญญัติเกี่ยวกับอาหาร ยา และผลิตภัณฑ์ความงาม (The Federal Food, Drug and Cosmetic Act) เป็นต้น กฎหมายเหล่านี้ล้วนเป็นกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคในด้านอื่นๆ ที่ใช้บังคับทั่วประเทศ เช่น กฎหมายการบรรจุผลิตภัณฑ์ที่เป็นธรรม (The Fair Packaging and Labeling Act) กฎหมายว่าด้วยการเรียกเก็บหนี้สินอย่างยุติธรรม (The Fair Debt Collection Practices Act) กฎหมายลีสซิงของผู้บริโภค (The Consumer Leasing Act) และกฎหมายเปิดเผยความจริงในการให้กู้ยืม (Federal Truth in Lending Law Federal Cool-Off Rule) ซึ่งบังคับใช้กับการทำธุรกิจแบบขายตรง เป็นต้น²⁰

อนึ่ง กฎหมายว่าด้วยการปรับปรุงความปลอดภัยทางด้านอาหาร (Food Safety Modernization Act) มีชื่อเรียกสั้นๆ ว่า “Food Safety Bill” ถูกจัดทำขึ้นเพื่อเป็นการแก้ไขเพิ่มเติมกฎหมาย Federal Food, Drug, and Cosmetic Act ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัยของอุปทานอาหารของสหรัฐอเมริกา

มาตรา 103 ของ Food Safety Bill บังคับให้เจ้าของผู้ดำเนินการ หรือตัวแทนที่รับผิดชอบโรงงานผลิตสินค้า แต่ละคน ให้ (1) ประเมินความเสี่ยงที่อาจจะส่งผลกระทบต่ออาหาร (2) ระบุนและจัดตั้งการควบคุมที่จะเป็นการป้องกัน (3) สอดส่องควบคุมปฏิบัติการของการควบคุมเหล่านี้

¹⁹ สุขุม ศุภนิธย์ ข (2545). เอกสารเพื่อประกอบการพิจารณากฎหมายของสมาชิกรัฐสภา เล่มที่ 7 เรื่อง ร่างพระราชบัญญัติกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ... กรณีศึกษากฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกาและสหราชอาณาจักรอังกฤษ. หน้า 70-72.

²⁰ แหล่งเดิม.

และ (4) เก็บรักษาสถิติของการสอดคล้องควบคุมเหล่านี้ไว้ โรงงานผลิตที่ถูกกำหนดว่าจะต้องปฏิบัติตามมาตรฐานอาหารที่เฉพาะเจาะจงลงไปจะต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบที่ระบุในมาตรฐานนี้ กำหนดให้ FDA ออกประกาศกฎระเบียบต่างๆ ที่เป็นการจัดตั้งมาตรฐานระดับต่ำสุดที่เป็นไปตามหลักการทางวิทยาศาสตร์สำหรับจัดทำกรวิเคราะห์หวั้ภัยความเสี่ยง การจดบันทึกความเสี่ยง การจัดตั้งการควบคุมที่เป็นการป้องกัน และการทำบันทึกการจัดตั้งดังกล่าว ห้ามการดำเนินงานของโรงงานผลิตที่ทำการผลิต จัดการ บรรจุภัณฑ์ หรือเก็บสินค้าสำหรับขายในสหรัฐฯ ถ้าเจ้าของโรงงาน ผู้ดำเนินการ หรือตัวแทนที่มีหน้าที่รับผิดชอบโรงงานนั้นๆ ไม่กระทำตามกฎระเบียบที่ระบุไว้ในมาตรฐานนี้ การจัดทำกฎระเบียบต่างๆ ในตอนนี้สำหรับธุรกิจขนาดเล็กให้ยืดเวลาออกไปก่อน

ทั้งนี้ให้อำนาจ FDA ในการเพิกถอนการลงทะเบียนของโรงงานอาหาร ถ้าหากเชื่อว่าสินค้าของโรงงานจะก่อผลเสียต่อสุขภาพผู้บริโภคในสหรัฐอเมริกา รวมทั้งให้อำนาจ FDA ในการเรียกคืนสินค้าอาหารและการออกระเบียบในเรื่องเอกสารรับรอง (Certificate) สินค้าอาหารนำเข้าที่ผลิตจากโรงงานที่มีความเสี่ยงสูงด้านความปลอดภัย และอำนาจในการห้ามนำเข้าสินค้าหากไม่มีใบรับรองความปลอดภัย

2) มาตรการคุ้มครองในด้านการโฆษณา

สหรัฐอเมริกาเป็นประเทศที่มีกิจการโฆษณาเจริญมากที่สุดในโลกปัจจุบัน การควบคุมกิจการโฆษณาค่อนข้างละเอียด ซับซ้อน เนื่องจากมีการควบคุมกันทุกระดับ ทั้งในระดับเอกชนและรัฐบาล ซึ่งแต่เดิมสหรัฐอเมริกาดำเนินการใช้บังคับขึ้นฉบับหนึ่งเรียกว่า Printer's Ink Statute, 1911 ใช้บังคับในมลรัฐต่างๆ โดยบัญญัติโทษทางอาญาแก่การโฆษณาโดยหลอกลวงหรือเป็นเท็จ หรือชักจูงให้หลงผิด แต่การบังคับให้เป็นไปตามกฎหมายดังกล่าวไม่ประสบผลสำเร็จเนื่องจากขาดมาตรการในทางปฏิบัติที่จะควบคุมการโฆษณาให้เป็นไปตามด้วยท ในปี ค.ศ. 1914 เพื่อให้การคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณาประสบผลสำเร็จกว่าที่เป็นอยู่ รัฐสภาสหรัฐอเมริกาจึงได้ตรากฎหมายขึ้นฉบับหนึ่ง เรียกว่า Federal Trade Commission Act, 1914 โดยเริ่มแรกมีวัตถุประสงค์เพื่อทำหน้าที่พิทักษ์การแข่งขันทางการค้าระหว่างเอกชนให้เกิดความเป็นธรรม มีคณะกรรมการการค้า หรือเรียกว่า FTC ควบคุมดูแล ต่อมาภายหลังได้เริ่มขยายงานเข้ามาควบคุมการโฆษณา อาจกล่าวได้ว่าการควบคุมการโฆษณาในระยะเริ่มแรกเป็นไปในลักษณะที่ถือว่า การโฆษณาเป็นส่วนหนึ่งของการแข่งขันทางการค้า และได้แก้ไขปี ค.ศ. 1938 Wheeler Lea Amendment ให้อำนาจ FTC เพิ่มขึ้น โดยคลุมทั้ง “วิธีการแข่งขันในทางการค้าอันไม่เป็นธรรม หรือการกระทำหรือวิธีปฏิบัติในทางการค้าที่ไม่เป็นธรรม หรือเป็นการหลอกลวง” เป็นการให้อำนาจควบคุมการโฆษณา

เพื่อประโยชน์แก่ผู้บริโภคโดยตรง การควบคุมโฆษณาในสหรัฐอเมริกา แบ่งเป็นสองส่วน ได้แก่ ภาครัฐ และเอกชน ร่วมกันดำเนินการ²¹

(1) การควบคุมโฆษณาโดยรัฐ

ในการควบคุมโฆษณาสินค้าในส่วนของการค้าปลีกโดยรัฐบาลกลางและรัฐบาลท้องถิ่นหรือมลรัฐ โดยในรัฐบาลกลาง หน่วยงานที่สำคัญๆ ที่มีหน้าที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมกิจการโฆษณา ได้แก่ 1) Federal Trade Commission (คณะกรรมการการค้าแห่งสหรัฐ) 2) Federal Communications Commission (คณะกรรมการการคมนาคมแห่งสหรัฐ) 3) Post Office Department (กรมไปรษณีย์โทรเลข) 4) Alcohol Tax Unit (หน่วยภาษีแอลกอฮอล์) 5) Food And Drug Administration (สำนักงานอาหารและยา)

ส่วนการควบคุมโดยรัฐบาลท้องถิ่นในแต่ละมลรัฐต่างก็มีกฎหมาย หลักเกณฑ์ และวิธีการควบคุมการโฆษณา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อคุ้มครองผู้บริโภคจากการโฆษณาหลอกลวงของผู้ผลิตและผู้ค้าสินค้าและบริการต่างๆ ในทำนองเดียวกัน เช่น The Tennessee Consumer Protection Act 1977 The Uniform Consumer Sales Practices Act of 1971 ซึ่งใช้บังคับในหลายมลรัฐ ได้แก่ Kansas, Ohio, Oklahoma, Utah เป็นต้น โดยมีองค์กรรัฐ State Attorney General ซึ่งเป็นผู้บังคับใช้กฎหมาย มีอำนาจดำเนินการกับการละเมิดกฎหมายของมลรัฐ และมีหน้าที่ดูแลรักษาความสงบเรียบร้อยของสังคม ซึ่งศาลถือว่า State Attorney General มีอำนาจตามระบบกฎหมาย Common Law

(2) การควบคุมการโฆษณาโดยองค์กรเอกชน

สหรัฐอเมริกาเป็นประเทศที่ส่งเสริมแนวคิดการกำกับดูแลการโฆษณาให้ผู้ประกอบธุรกิจควบคุมกันเอง (Self-Regulation) โดยมีการจัดตั้งสมาคมหรือองค์กรขึ้นทุกระดับ คือ ผู้ใช้โฆษณา นักโฆษณา สื่อการโฆษณาและผู้บริโภค ทั้ง 4 กลุ่มนี้ต่างก็วางระเบียบ ข้อบังคับ และมารยาทในการโฆษณา (Code of Practices) ของตนไว้

แม้ว่าภาคเอกชนจะมีบทบาทในการควบคุมกันเองในระดับหนึ่ง เช่น ในเรื่องการโฆษณา สมาคมนักโฆษณาและสมาคมธุรกิจโฆษณา หรือ The Association of National Avertisers หรือ The American Association of Advertising Agencies สองสมาคมนี้ร่วมกันจัดตั้งกรรมการตรวจสอบและปรับปรุงเนื้อหาในโฆษณาที่เรียกว่า Committee for The Improvement of Advertising Content ซึ่งการตรวจสอบมีผลให้ผู้โฆษณาปรับแก้หรืองดเว้นการใช้เนื้อหาที่ไม่ถูกต้อง หากผู้

²¹ เคียนเพ็ญ ภิญญานิธิเกษม. (2546). *มาตรการควบคุมกำกับและการบังคับใช้กฎหมายด้านการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพ*. หน้า 59-64

โฆษณาขอรับปฏิบัติ แต่ผลบังคับดังกล่าวไม่ใช่กฎหมาย จึงมีความแตกต่างจากการกำกับของ FTC อย่างไรก็ดี ก็ถือได้ว่าเป็นตัวอย่างของการมีส่วนร่วมคุ้มครองผู้บริโภคโดยภาคเอกชนได้ระดับหนึ่ง²²

3) มาตรการคุ้มครองในด้านฉลาก

หน่วยงานหรือองค์กรที่ควบคุมกำกับดูแลในประเทศสหรัฐอเมริกาที่มีองค์กรอิสระที่เรียกว่า The Federal Trade Commissions หรือ FTC เป็นองค์กรของรัฐซึ่งมีอำนาจหน้าที่ในการคุ้มครองผู้บริโภคดำเนินการเกี่ยวกับการค้าที่ไม่เป็นธรรม มีอำนาจวินิจฉัยสั่งการในทางปกครองทั่วไป โดยจัดตั้งขึ้นตามกฎหมาย Federal Trade Commissions ACT 1914

FTC ประกอบด้วยคณะกรรมการการค้าแห่งสหพันธรัฐ จำนวน 5 คน ซึ่งแต่งตั้งขึ้นโดยประธานาธิบดีโดยคำแนะนำของสภาสูง และคณะกรรมการไม่ต่ำกว่า 3 คน จากสมาชิกพรรคการเมือง โดยคณะกรรมการจะมีวาระในการดำรงตำแหน่งไม่เกิน 7 ปี ทั้งนี้คณะกรรมการอาจเลือกประธานกรรมการจากองค์คณะคนหนึ่งให้เป็นประธาน ซึ่งกรรมการผู้ได้รับการคัดเลือกนั้นจะเป็นผู้ประกอบการ ผู้ประกอบวิชาชีพ หรือลูกจ้างรับจ้างงานใดๆ ไม่ได้

อำนาจหน้าที่หลักๆ ของ FTC คือ การควบคุมและดำเนินการตามกฎหมายเกี่ยวกับการผูกขาดทางการค้า และการปฏิบัติทางการค้าอันไม่เป็นธรรม ซึ่งครอบคลุมถึงการโฆษณาหลอกลวงในกรณีอื่นๆ อันมีผลโดยตรงต่อผู้บริโภคตลอดจนผู้ประกอบการด้วยกัน

คณะกรรมการการค้าแห่งสหพันธรัฐ (The Federal Trade Commission หรือ F.T.C) มีสำนักงานใหญ่อยู่ ณ กรุงวอชิงตัน ดีซี ประเทศสหรัฐอเมริกา และมีอำนาจปฏิบัติตามกฎหมาย The Federal Trade Commissions ACT, 1914

นอกเหนือจากองค์กร F.T.C. ในแต่ละมลรัฐยังมีคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคแห่งมลรัฐ ปฏิบัติหน้าที่ตามกฎหมายของมลรัฐนั้นๆ โดยมีจุดประสงค์มุ่งเน้นในการให้ความรู้ การเจรจาต่อรองในเรื่องการชดเชยค่าเสียหายแก่ผู้บริโภค ตลอดจนควบคุมพฤติกรรมทางการค้าอีกหน่วยงานหนึ่ง ที่ทำหน้าที่ในการกำกับดูแลในด้านสินค้าอาหารของประเทศสหรัฐอเมริกา ได้แก่ สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาของสหรัฐอเมริกา (Food and Drugs Administration: FDA) ซึ่งเป็นหน่วยงานที่ดูแล กำกับ และออกกฎหมายการนำเข้าสินค้าอาหารและยาสู่สหรัฐอเมริกา กฎระเบียบที่ทาง FDA กำหนด ให้ผู้นำเข้าต้องปฏิบัติตาม ได้แก่ การจดทะเบียนสถานประกอบการ

²² สุขุม สุกนิตย์ ข เล่มเดิม. หน้า 70.

การติดฉลากแสดงผลิตภัณฑ์ การติดฉลากแสดงคุณค่าทางโภชนาการ เป็นต้น นอกจากนี้ FDA ยังทำหน้าที่ตรวจสอบสุขภาพอนามัยและการปนเปื้อนในสินค้าอาหาร²³

FDA ได้ปฏิเสธคำร้องขอที่มีขึ้นในปี พ.ศ. 2549 จากกลุ่มผู้สนับสนุนการบริโภคที่ต้องการให้ FDA บังคับให้มีการทดสอบความปลอดภัยและทำการติดฉลากผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องสำอางที่มีวัสดุนาโนเป็นองค์ประกอบก่อนทำการวางขายในท้องตลาด เช่น อาหารบรรจุกล่อง และครีมกันแดด แต่ทาง FDA กลับเลือกใช้แนวทางตามความสมัครใจของทางภาคอุตสาหกรรม²⁴

FDA ได้ออกร่างแนวทางปฏิบัติ ซึ่งเป็นวันเดียวกับที่มีการปฏิเสธคำร้อง แนวทางปฏิบัติดังกล่าวสนับสนุนให้ภาคอุตสาหกรรมทำตามแนวทางที่ FDA กำหนด โดยขอรับคำปรึกษาจาก FDA ก่อนที่จะนำผลิตภัณฑ์ที่มีวัสดุนาโนเป็นส่วนประกอบไปวางขายในท้องตลาด แต่ทางผู้ผลิตไม่ต้องการที่จะทำเช่นนั้น ดังนั้น FDA จึงแนะนำว่าการทดสอบมาตรฐานความปลอดภัยอาจต้องมีการดัดแปลงเพื่อกำหนดปัจจัยต่างๆ ที่ใช้ในการทดสอบปัจจัยต่างๆ ว่าควรทำอย่างไร เช่น ขนาดอนุภาค พื้นที่ผิว การรวมตัวกันและรูปร่างที่มีผลต่อการดูดซับ การแพร่กระจาย การเผาผลาญ และการขับถ่าย สำหรับเครื่องสำอาง ไม่ใช่เพียงแค่การพิจารณาถึงความปลอดภัยจากการสัมผัสทางผิวหนังเท่านั้น ทาง FDA ยังได้แนะนำว่าควรพิจารณาถึงการสูดดม และการนำเข้าสู่ทางปากจากการสัมผัสอีกด้วย

ขณะนี้ได้มีแนวทางปฏิบัติที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้นจากทาง FDA ที่แจ้งต่อภาคอุตสาหกรรมเพื่อให้ผู้ผลิตใช้เป็นแนวทางในการตรวจสอบผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนประกอบของวัสดุนาโนที่มั่นใจได้ว่าผลิตภัณฑ์นั้นมีความปลอดภัยต่อผู้บริโภค แต่สำหรับกลุ่มผู้บริโภคกลับรู้สึกผิดหวังกับการตัดสินใจของ FDA ที่ไม่บังคับให้ภาคอุตสาหกรรมปฏิบัติตามแนวทางที่ได้วางไว้ ทั้งๆ ที่ FDA ก็ออกมายอมรับว่าวัสดุนาโนมีผลกระทบเฉพาะตัว การที่ไม่บังคับให้บริษัทต่างๆ ระบุว่า มีการใช้วัสดุนาโนอยู่ในผลิตภัณฑ์ กำลังจะนำประเทศสหรัฐอเมริกาไปสู่ความขัดแย้งกับประเทศคู่ค้า เช่น ทาง EU ที่ได้บังคับให้มีการติดฉลากเกี่ยวกับวัสดุนาโน เครื่องสำอาง และอาหารทั่วไป

²³ พิษญาภา สันติธรรักษ์. (2552). ปัญหาทางกฎหมายในการคุ้มครองผู้บริโภคที่ได้รับความเสียหายจากการซื้อสินค้าตามคำพรรณนา: ศึกษาเฉพาะกรณีโฆษณาและฉลากตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522. หน้า 94-95.

²⁴ สำนักงานที่ปรึกษาด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ประจำสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงวอชิงตัน ดี.ซี. (2555, มิถุนายน). “วัสดุนาโนในอาหารและเครื่องสำอาง.” รายงานข่าววิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีจากวอชิงตัน ดี.ซี., 2555, 6. หน้า 3.

4) มาตรการคุ้มครองในด้านการเยียวยา

กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคระดับมลรัฐย่อมมีรายละเอียดในเรื่องที่เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคในมลรัฐนั้นๆ เป็นการเฉพาะ รัฐบัญญัติระดับสหพันธรัฐ พบว่ามีกฎหมายที่กำกับดูแลกิจการพาณิชย์ของประเทศเพื่อให้เกิดความเป็นธรรม ชื่อกฎหมายการผูกขาดทางการค้า (The Federal Trade Commission Act) และรัฐบัญญัติเกี่ยวกับความปลอดภัยในผลิตภัณฑ์ ชื่อกฎหมายความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ต่อผู้บริโภค (The Consumer Product Safety Act) รวมทั้งกฎหมายอาหารยาและเครื่องสำอางของรัฐบาลกลาง (The Federal Food, Drug and Cosmetic Act) ซึ่งรัฐบัญญัติที่ประกาศบังคับใช้ในระดับสหพันธรัฐส่วนใหญ่เป็นรัฐบัญญัติที่คณะกรรมการการค้าแห่งสหพันธรัฐหรือ Federal Trade Commission (FTC) เป็นผู้บังคับใช้ โดยมีสำนักคุ้มครองผู้บริโภค (Bureau of Consumer Protection) ซึ่งเป็นหน่วยงานภายใต้ FTC ดูแลรับผิดชอบเรื่องการโฆษณาและการกระทำทางการค้าที่ไม่เป็นธรรม ซึ่งมีรัฐบัญญัติเฉพาะคือกฎหมายความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ต่อผู้บริโภค (The Consumer product Safety Act) ซึ่งมีคณะกรรมการคุ้มครองความปลอดภัยของผู้บริโภค (Consumer Product Safety Commission (SPSC)) เป็นผู้กำกับดูแลและเรื่องอาหารและอยู่ภายใต้การกำกับของ FDA²⁵

คณะกรรมการอาหารและยาของสหรัฐอเมริกาหรือ FDA มีอำนาจตามที่กฎหมายว่าด้วยอาหาร ยา และเครื่องสำอางกำหนดไว้ เช่น การตรวจสอบโรงงานและผลิตภัณฑ์เป็นระยะๆ โดยไม่แจ้งล่วงหน้า วิเคราะห์ตัวอย่าง ให้การศึกษา และดำเนินการตามกฎหมายเมื่อพบการละเมิด เจ้าของกิจการที่ทำการค้าผลิตภัณฑ์อาหารระหว่างรัฐมีหน้าที่รับผิดชอบเพื่อให้เกิดความมั่นใจได้ว่าองค์ประกอบต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการผลิตจะเป็นไปตามกฎหมายว่าด้วยอาหาร ยา และเครื่องสำอาง กฎหมายว่าด้วยการบรรจุหีบห่อ และการแสดงฉลากที่เป็นธรรม รวมถึงกฎระเบียบต่างๆ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผลิตภัณฑ์อาหารมีความปลอดภัย สะอาด และบริสุทธิ์และแสดงข้อมูลที่เพียงพอในฉลากผลิตภัณฑ์

ขอบเขตอำนาจของ FDA มีอยู่เหนือสินค้าที่ถูกส่งไปค้าขายทั่วสหรัฐอเมริกา ส่วนสินค้าที่ถูกผลิต ขนส่งและทำการซื้อขายในมลรัฐ (State) FDA จะไม่เข้าไปเกี่ยวข้องด้วย โดยจะเป็นอำนาจหน้าที่ของรัฐเองที่จะเข้ามาควบคุม โดยแต่ละรัฐจะมีกฎหมายของตน เช่น มลรัฐแคลิฟอร์เนียกำหนดกฎระเบียบประจำรัฐ (California Proposition 6525) ควบคุมการใช้สารเคมีต้องห้ามที่เชื่อว่าเป็นอันตรายอาจก่อให้เกิดโรคมะเร็ง ความผิดปกติในเด็กแรกเกิดและอันตรายอื่นๆ ต่อการเจริญพันธุ์ของมนุษย์ รวมถึงสีสำหรับย้อมผ้า (Dyes) ตัวทำละลาย (Solvents) ยาฆ่า

²⁵ สุขุม สุนิตย์ ข เล่มเดิม. หน้า 68-70.

แมลง (Pesticides) ยา (Drugs) Food Additives สารเคมีอันตรายจากก่อโรคมะเร็ง ยาปฏิชีวนะ ประเภท Chloramphenicol และ By-products ดังนั้นผู้บริโภคที่มีปัญหาหรือข้อร้องเรียนในสินค้าซึ่งไม่เกี่ยวข้องในการค้าขายระหว่างรัฐแล้วจะต้องติดต่อกับหน่วยงานของรัฐนั้นๆ เอง แต่ในหลายกรณี รัฐนั้นๆ จะนำเอากฎระเบียบและแนวปฏิบัติของ FDA มาเป็นแนวทางหรือมาปรับใช้บังคับด้วย

ทั้งนี้ประเทศสหรัฐอเมริกาในเรื่องการเรียกให้ผู้ขายรับผิดชอบเนื่องมาจากการผิดคำรับรอง ผู้ซื้อมีหน้าที่พิสูจน์แต่เพียงว่าทรัพย์สินที่ผู้ขายส่งมอบให้แก่ตนนั้นไม่มีลักษณะหรือคุณภาพตามที่ผู้ขายได้รับรองหรือได้พรรณนา หรือได้โฆษณาไว้ โดยผู้ซื้อไม่จำเป็นต้องพิสูจน์ว่าทรัพย์สินนั้นมีความชำรุดบกพร่องอย่างไรบ้าง แต่หากมีข้อสัญญากำหนดหน้าที่ให้ผู้ซื้อต้องกระทำการอย่างใดอย่างหนึ่งก่อนที่จะเรียกร้องให้ผู้ขายต้องรับผิดชอบจากการผิดคำรับรองโดยชัดแจ้งแล้ว ผู้ซื้อก็ต้องกระทำการดังกล่าวเสียก่อนเช่น ผู้ซื้อจะต้องบอกกล่าวให้ผู้ขายทราบถึงความบกพร่องของสินค้านั้นภายในเวลาที่กำหนด เป็นต้น เนื่องจากในบางกรณีศาลถือว่าเป็นหน้าที่ของผู้ซื้อดังกล่าวเป็นเงื่อนไขในการเรียกร้องให้ผู้ขายต้องรับผิดชอบ อย่างไรก็ตาม หากหน้าที่ที่กำหนดไว้นั้นเป็นการสร้างภาระที่เกินความจำเป็นให้แก่ผู้ซื้อ ศาลก็อาจถือว่าไม่มีข้อกำหนดหรือเงื่อนไขที่ผู้ซื้อจะต้องดำเนินการก่อนการเรียกร้องให้ผู้ขายต้องรับผิดชอบก็ได้ แต่เดิมนั้นการที่ผู้ซื้อจะเรียกร้องให้ผู้ขายรับผิดชอบเนื่องจากการส่งมอบสินค้าไม่ตรงตามสัญญาหรือคำรับรองของผู้ขาย ผู้ซื้อจะต้องพิสูจน์เสียก่อนว่าตนได้เข้าทำสัญญาซื้อขายโดยเชื่อในคำรับรองที่ผู้ขายได้แสดงไว้ แต่อย่างไรก็ตาม เมื่อมีการแก้ไขกฎหมาย UCC ผู้ซื้อก็ไม่จำเป็นต้องพิสูจน์ความเชื่อมั่นดังกล่าวอีก เนื่องจากกฎหมายได้บัญญัติข้อสันนิษฐานให้เป็นคุณแก่ผู้ซื้อว่า หากการรับรองโดยชัดแจ้งเป็นส่วนหนึ่งของการเจรจาต่อรองในการทำสัญญาซื้อขายแล้วก็ให้สันนิษฐานไว้ก่อนว่า ผู้ซื้อได้เข้าทำสัญญาซื้อขายเพราะเชื่อในคำรับรองโดยชัดแจ้งของผู้ขาย เนื่องจากข้อเท็จจริงในกรณีดังกล่าวย่อมแสดงอยู่ในตัวแล้วว่าผู้ซื้อได้เชื่อมั่นในการรับรองคุณภาพสินค้าของผู้ขายแล้ว ดังนั้นหากผู้ขายส่งมอบสินค้าที่ไม่มีคุณภาพตรงคำรับรองของตนแล้ว ผู้ขายต้องรับผิดชอบ แม้ว่าในความเป็นจริงจะปรากฏว่าผู้ซื้อไม่ทราบว่ามีการรับรองโดยชัดแจ้งเกิดขึ้นแล้วก็ตาม ทั้งนี้เนื่องจากกฎหมายให้ความสำคัญกับลักษณะการกระทำที่ก่อให้เกิดการรับรองโดยชัดแจ้งมากกว่าความเชื่อมั่นหรือความรู้ของผู้ซื้อในคำรับรองดังกล่าว อย่างไรก็ตาม หากปรากฏข้อเท็จจริงโดยชัดเจนว่าผู้ซื้อทราบว่าการรับรองของผู้ขายเป็นเท็จ หรือการรับรองดังกล่าวไม่ได้มีผลต่อการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินของผู้ซื้อแล้ว ผู้ขายก็ไม่ต้องรับผิดชอบในกรณีที่สินค้านั้นไม่เป็นไปตามการรับรอง เนื่องจากในกรณีเช่นนี้กฎหมายไม่ถือว่ามีการรับรองโดยชัดแจ้งเกิดขึ้น สำหรับผลของการผิดการรับรองโดยชัดแจ้งจะเกิดขึ้นเมื่อมีการส่งมอบสินค้าที่ซื้อขายจากผู้ขายไปยังผู้ซื้อ เว้นแต่เป็นการรับรองประเภท Warranty of future performance

ซึ่งการค้นพบความบกพร่องของสินค้าจะเกิดขึ้นต่อเมื่อมีการใช้สินค้าแล้วเท่านั้น ดังนั้น การรับรองในกรณีนี้จึงมีผลต่อเมื่อผู้ซื้อค้นพบหรือควรจะค้นพบถึงความบกพร่องที่อยู่ในสินค้า โดยต้องมีการกำหนดการรับรองประเภท Warranty of future performance ไว้ในสัญญาอย่างชัดเจน และควรกำหนดระยะเวลาที่การรับรองดังกล่าวจะมีผลใช้บังคับด้วย²⁶

3.2.1.2 องค์การบังคับใช้กฎหมาย

องค์กรคุ้มครองผู้บริโภคที่มีลักษณะเป็นสมาคมหรือสมาพันธ์ระดับชาติต่างมีส่วนในการคุ้มครองผู้บริโภค และมีอยู่ทั่วประเทศในทุกมลรัฐ แต่ไม่มีวัตถุประสงค์ในการฟ้องคดีเพื่อผู้บริโภค เพราะคดีเหล่านี้หากไม่ฟ้องโดยผู้เสียหายก็อาจให้ Attorney General หรืออัยการของรัฐหรือสหพันธรัฐฟ้องร้องให้ได้ กิจกรรมหลักขององค์กรผู้บริโภคจึงเป็นเรื่องการเผยแพร่ข้อมูลผ่านสื่อชนิดต่างๆ การนำเสนอแนวทางต่อพรรคการเมืองหรือรัฐสภา เพื่อออกกฎหมายและการเป็นศูนย์รวมของผู้บริโภคเพื่อเรียกร้องสิทธิเท่านั้น²⁷

คณะกรรมการอาหารและยาของสหรัฐอเมริกาเป็นหน่วยงานภายใต้กระทรวงสาธารณสุข (Department of Health and Human Service: DHHS) และ The Public Health Service (PHS) โดย FDA เป็นหน่วยงานทำหน้าที่ควบคุมและกำกับดูแลเรื่องอาหารทุกชนิด ไม่ว่าจะเป็นอาหารที่ผลิตในสหรัฐอเมริกาหรืออาหารที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ

สหรัฐอเมริกามีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับสินค้าเกษตรและอาหารหลายหน่วยงาน ซึ่งมีอำนาจหน้าที่ความรับผิดชอบแตกต่างกัน โดย FDA ประกอบไปด้วยหน่วยงานต่างๆ ดังต่อไปนี้

- 1) ศูนย์ความปลอดภัยอาหารและโภชนาการประยุกต์ (Center for Food Safety and Applied Nutrition (CFSAN))
- 2) ศูนย์การพัฒนาอาหารและยาของสหรัฐอเมริกา (Center for Drug Evaluation and Research) (CDER)
- 3) ศูนย์สำหรับอุปกรณ์และรังสีสุขภาพ (Center for Devices and Radiological Health) (CDRH)
- 4) ศูนย์ชีวประสมผลและวิจัย (Center for Biologics Evaluation and Research) (CBER)
- 5) ศูนย์ดำเนินงานด้านสัตวแพทยศาสตร์ (Center for Veterinary Medicine) (CVM)
- 6) สำนักงานการกำกับดูแลกิจการ (Office of Regulatory Affairs)

²⁶ พลอย เจริญสม. (2551). การขายตามคำพรรณนา. หน้า 112-113

²⁷ สุขุม สุภณิศย์ ข เล่มเดิม. หน้า 72

7) ศูนย์แห่งชาติเพื่อการวิจัยทางพิษวิทยา (National Center for Toxicological Research)

ส่วนในระดับมณฑลรัฐต้องพิจารณากฎหมายที่ใช้ภายในรัฐนั้นๆ ว่ากำหนดรายละเอียดในเรื่องการคุ้มครองผู้บริโภคไว้อย่างใด เช่น อาจมีหน่วยงานของรัฐดูแลรับเรื่องราวร้องทุกข์หรือฟ้องคดีให้ อาจเป็นอัยการของมณฑลรัฐ State Attorney General เป็นต้น กรณีความปลอดภัยเกี่ยวกับสินค้ามีกฎหมายเฉพาะซึ่งครอบคลุมสินค้าทุกชนิดทุกประเภทเพื่อความปลอดภัย โดยมีคณะกรรมการว่าด้วยความปลอดภัยในผลิตภัณฑ์ คือ The Consumer Product Safety Commission: (CPSC) เป็นผู้กำหนดนโยบายมาตรฐานและตรวจสอบให้มีการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์เกี่ยวกับความปลอดภัย กฎหมายกำหนดอำนาจในการสั่งห้ามจำหน่ายสั่งให้เรียกเก็บจากตลาด และมีโทษทางอาญา เป็นบทบังคับ ผู้บริโภคมีสิทธิฟ้องคดีเรียกค่าเสียหายได้ตามมาตรา 23 แห่งกฎหมายนี้²⁸

แต่ระบบการฟ้องคดีเพื่อเรียกร้องค่าเสียหายนั้นเป็นเรื่องของผู้บริโภคจะใช้สิทธิของตนโดยผ่านหน่วยงานภาครัฐโดยอาศัยหลักกฎหมายลักษณะละเมิดตามแนว Common Law หรือระบบกฎหมายที่พัฒนามากขึ้น เช่น กฎหมายรับผิดชอบสินค้าไม่ปลอดภัย Product Liability และการฟ้องคดีเป็นกลุ่มเพื่อประหยัดเวลาค่าใช้จ่ายเมื่อความเสียหายเป็นอย่างเดียวกันและเกิดเหตุเดียวกันที่เรียกว่า Class Action ซึ่งมีอยู่ในระบบสหรัฐอเมริกา ส่วนองค์กรคุ้มครองผู้บริโภคที่มีลักษณะเป็นสมาคมหรือสมาพันธ์ระดับชาติ ต่างมีส่วนในการคุ้มครองผู้บริโภค และมีอยู่ทั่วประเทศในทุกมณฑลรัฐ แต่ไม่มีวัตถุประสงค์ฟ้องคดีเพื่อผู้บริโภค เพราะคดีเหล่านี้หากไม่ฟ้องโดยผู้เสียหายก็อาจให้ Attorney General หรืออัยการของรัฐหรือสหพันธรัฐฟ้องร้องให้ได้

องค์กรพิทักษ์สิ่งแวดล้อม (Environmental Protection Agency: EPA) ของสหรัฐอเมริกาได้ออกกฎเกณฑ์ข้อบังคับในปี พ.ศ. 2550 เพื่อควบคุมผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนประกอบของอนุภาคนาโนของเงินโลหะ โดยกำหนดคำนิยามคำว่า “สารกำจัดแมลงและศัตรูพืช” (Pesticide) ตามกฎหมาย Federal Insecticide, Fungicide, Rodenticide Act (FIFRA) ให้ครอบคลุมผลิตภัณฑ์ที่มีการปลดปล่อยไอออน (เช่น เงินหรือทองแดง) เพื่อวัตถุประสงค์ในการป้องกัน กำจัด ขัดไล่หรือลดแบคทีเรียหรือเชื้อรา ส่งผลให้บริษัทผู้ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่อ้างคุณสมบัติในการฆ่าทำลายเชื้อโรคด้วยการปลดปล่อยอนุภาคนาโนของเงินจะต้องขึ้นทะเบียนและเสนอหลักฐาน

²⁸ แหล่งเดิม.

ข้อมูลทางวิทยาศาสตร์ให้ EPA พิจารณาและประเมินผลความเสี่ยงต่อสิ่งแวดล้อมก่อนวางจำหน่ายในท้องตลาด²⁹

3.2.2 ประเทศสหพันธรัฐเยอรมนี

ประเทศสหพันธรัฐเยอรมนีได้เคยนำเอาการคุ้มครองผู้บริโภคทางด้านการโฆษณาและมาตรการเยียวยาแก้ไขความเสียหายซึ่งเกิดจากการโฆษณาที่ไม่ชอบด้วยกฎหมายซึ่งได้กระทำกันอยู่ในประเทศสหรัฐอเมริกาในปี ค.ศ. 1890 มาใช้ในประเทศสหพันธรัฐเยอรมนีแต่ไม่สามารถนำการคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณาที่ใช้ในประเทศสหรัฐอเมริกามาใช้ในประเทศสหพันธรัฐเยอรมนีให้ได้ผล ทั้งนี้เพราะมีอุปสรรคทางด้านระบบกฎหมายที่ใช้กันอยู่ในประเทศทั้งสองซึ่งแตกต่างกันโดยสิ้นเชิง เพราะประเทศสหรัฐอเมริกาใช้ระบบกฎหมายจารีตประเพณี เช่นเดียวกับประเทศอังกฤษ หากได้ใช้ระบบกฎหมายในรูปลายลักษณ์อักษรไม่ แต่ในประเทศสหพันธรัฐเยอรมนีใช้ระบบกฎหมายลายลักษณ์อักษรในรูปของประมวลกฎหมาย ความแตกต่างกันในระบบกฎหมายที่ใช้ในประเทศทั้งสองนี้เองที่ทำให้การคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศสหรัฐอเมริกาไม่อาจนำมาใช้คุ้มครองผู้บริโภคในประเทศสหพันธรัฐเยอรมนีได้ นอกจากสาเหตุดังกล่าวที่เป็นอุปสรรคที่สำคัญแล้วยังมีสาเหตุหนึ่งที่ทำให้การคุ้มครองผู้บริโภคในสหรัฐอเมริกานำมาใช้ในประเทศสหพันธรัฐเยอรมนีไม่ได้ผลมากยิ่งขึ้นก็คือ ศาสนุติธรรมของประเทศสหพันธรัฐเยอรมนีมีความเห็นว่า บุคคลทุกคนมีสิทธิเสรีภาพในการที่จะพูด เขียน คิด นอกจากสิทธิขั้นมูลฐาน บุคคลยังมีสิทธิเสรีภาพในอันที่จะประกอบธุรกิจการค้าอีกด้วย ซึ่งในการประกอบกิจการค้านั้นย่อมต้องมีการโฆษณาเข้ามาเกี่ยวข้องเพื่อให้สินค้าของตนขายได้ ดังนั้นศาลของประเทศสหพันธรัฐเยอรมนีจึงมีความเห็นว่าสถาบันฝ่ายตุลาการจึงไม่ควรเข้าไปสอดแทรกกับเสรีภาพในการประกอบธุรกิจการค้าของเอกชน เป็นความเสรีของสถาบันตุลาการในขณะนั้น ด้วยเหตุนี้จึงทำให้การคุ้มครองผู้บริโภคในประเทศสหพันธรัฐเยอรมนีไม่ประสบผลสำเร็จ

แต่ประเทศสหพันธรัฐเยอรมนีก็ยังคงมีแนวความคิดที่คุ้มครองผู้บริโภคดังนั้นต่อมาในปี ค.ศ. 1896 จึงได้ยอมรับหลักการให้รัฐเข้ามาแทรกแซงการประกอบธุรกิจที่ไม่ชอบด้วยกฎหมายได้ เพราะเยอรมันได้ตรากฎหมายเพื่อป้องกันการแข่งขันอันไม่เป็นธรรมในทางการค้า

²⁹ สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ก (2553). *ความปลอดภัยของวัสดุและผลิตภัณฑ์นาโน*.

ฉบับหนึ่งเรียกว่า “Law Againsts Unfair Competition of 1906 “หรือ“ Gesetz Gegen Den Unlauteren Wettbewerb” เรียกโดยย่อว่า “UWG” ซึ่งมีหลักการทั่วไปดังนี้³⁰

- 1) ควบคุมการแข่งขันทางการค้าอันไม่เป็นธรรมในลักษณะต่างๆ ไป
- 2) ควบคุมการกระทำที่อาจเป็นอันตรายแก่ผู้บริโภค เช่น การโฆษณา อันเป็นเท็จหรือเกินความจริง

3) ควบคุมการเปิดเผยความลับในทางธุรกิจอันเกี่ยวกับการผลิต หรืออาจกล่าวอีกนัยหนึ่งว่า กฎหมาย UWG มีวัตถุประสงค์ที่ต้องการสร้างมาตรฐานทางการผลิตและจำหน่ายสินค้า ตลอดจนมาตรฐานทางการโฆษณาและจรรยาบรรณของผู้ประกอบธุรกิจในการแข่งขันกันประกอบธุรกิจ ต่อมาในภายหลังเนื่องจากความก้าวหน้าในการประกอบธุรกิจการค้า การผลิต และเทคนิคในการโฆษณาได้เจริญขึ้นอย่างรวดเร็ว จนทำให้มีบางกรณีที่ถูกกฎหมาย UWG ไม่สามารถที่จะเข้าไปควบคุมได้ ดังนั้นต่อมาในภายหลังจึงได้มีการแก้ไขเพิ่มเติมกฎหมาย UWG ให้ทันสมัยขึ้น

เนื่องจากประเทศสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนีเป็นประเทศในประชาคมยุโรปซึ่งได้มีการออกแนวทาง หรือที่เรียกว่า Directives ซึ่งเกี่ยวข้องและสัมพันธ์กับผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนประกอบนาโนเทคโนโลยี ได้แก่ Council Directive 67/548 EEC ว่าด้วยเรื่องการจำแนกประเภทความเป็นอันตราย ภาชนะบรรจุ และฉลากสำหรับสารอันตราย Council Directive 76/769 EEC ว่าด้วยเรื่องการจำหน่ายและการใช้สารอันตรายและเคมีภัณฑ์อันตราย Council Directive 88/379 EEC ว่าด้วยเรื่องการจำแนกความเป็นอันตราย ภาชนะบรรจุและฉลากสำหรับเคมีภัณฑ์อันตราย ซึ่งภายหลังได้มีประกาศแก้ไขด้วย Directive 1999/45 EEC และ Council Regulation 93/793 EEC ว่าด้วยเรื่องการประชุมและการควบคุมความเสี่ยงของสารที่มีจำหน่ายในตลาดของสหภาพยุโรปก่อนเดือนกันยายน 2524 (Existing chemicals) ทำให้สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนีต้องนำเอากฎระเบียบเหล่านี้ไปปฏิบัติ

นอกจากนี้ความรับผิดชอบของผู้เสียหาย หรือที่เรียกว่าผู้เสียหายมีส่วนประมาณเป็นข้อแก้ตัวของจำเลยผู้ผลิต ได้ทำให้ผู้ซื้อหรือผู้บริโภคยังคงมีความเสี่ยงในการฟุ้งคดี กรณีความเสียหายอันเกิดจากผลิตภัณฑ์อยู่ อาจจะกล่าวได้ว่า ความรับผิดชอบทางแพ่งของผู้ผลิตและผู้จำหน่ายสินค้าต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นในชีวิต ร่างกาย หรือทรัพย์สินของบุคคลอันเกิดจากสินค้าที่ขาดความปลอดภัยที่ตนผลิตหรือจำหน่ายออกไปในเยอรมัน ยังคงกำหนดให้ผู้เสียหายมีภาระการพิสูจน์ถึงความเสียหายที่เกิดจากผลิตภัณฑ์

³⁰ วิษั จีระแพทย์. (2523). กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคด้านการโฆษณา. หน้า 90-95.

3.2.2.1 มาตรการในการคุ้มครอง

นโยบายหลักของประเทศสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี คือ การประกอบธุรกิจการค้า และการให้บริการที่มีความเป็นอิสระสามารถดำเนินการต่างๆ ได้อย่างเสรี แต่ทั้งนี้ จะต้องไม่ขัดกับ กฎหมาย ระเบียบ หรือข้อบังคับใดๆ และให้ความคุ้มครองผู้บริโภค โดยรัฐบาลสหพันธ์สาธารณรัฐ เยอรมนีมีขอบเขตการคุ้มครองอย่างกว้างขวาง โดยเฉพาะด้านสุขอนามัย การบริโภคและอุปโภค สินค้าที่เป็นอาหารและที่ไม่ใช่อาหาร รัฐบาลสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนีจะสอดส่องดูแล ปกป้อง ให้คำแนะนำ เสริมสร้างความโปร่งใส ความรู้ ความเข้าใจ ตลอดไปจนถึง ความสามารถในการ ตัดสินใจ การมีความรับผิดชอบ เพื่อการพิทักษ์ผลประโยชน์ของตนเองให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ เช่น

1) มาตรการในการคุ้มครองในด้านการผลิตสินค้า

ตามระเบียบของประชาคมยุโรปได้กำหนดให้บุคคลต่อไปนี้ต้องปฏิบัติตาม กล่าวคือ

ผู้ผลิตสารเคมี (Manufacturers) หมายถึง บุคคลหรือนิติบุคคลที่มีถิ่นพำนักอยู่ใน สหภาพยุโรปที่ผลิตสารเคมีในสหภาพยุโรป

ผู้นำเข้า (Importers) หมายถึง บุคคลหรือนิติบุคคลที่มีถิ่นพำนักอยู่ในสหภาพยุโรป ที่ เป็นผู้นำเข้าสินค้าเข้ามาจำหน่ายในสหภาพยุโรป

ผู้ใช้สารเคมีผลิตสินค้า (Downstream Users, DUs) หมายถึง บุคคลหรือนิติบุคคลที่มีถิ่น พำนักอยู่ในสหภาพยุโรป และเป็นผู้ที่ใช้สารเคมีหรือเคมีภัณฑ์ในการประกอบอาชีพหรืออุตสาหกรรม ทั้งนี้ให้นับรวมถึงผู้นำเข้าสินค้าที่ผลิตจากสารเคมีที่ผลิตในสหภาพยุโรป (Re-importers) ด้วย แต่ ไม่รวมผู้บริโภค (Customers)

ผู้จำหน่าย (Distributors) หมายถึง บุคคลหรือนิติบุคคลที่มีถิ่นพำนักอยู่ในสหภาพยุโรป ที่เป็นผู้เก็บรักษาและจำหน่ายสารเคมีและเคมีภัณฑ์ในตลาดสหภาพยุโรป รวมทั้งผู้ค้าปลีก (Retailers)

ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ (Article producers) หมายถึง บุคคลหรือนิติบุคคลที่เป็นผู้ใช้สารเคมี ผลิตสินค้าที่นำเข้าไปจำหน่ายในตลาดของสหภาพยุโรป

โดยกำหนดให้สารที่ต้องขออนุญาตก่อนผลิตหรือใช้ เป็นสารที่ต้องระมัดระวังอันตราย ในการใช้และการสัมผัสเป็นอย่างมาก (High concerned substances) สารกลุ่มนี้มีประมาณ 2,000 รายการ ได้แก่ สารกลุ่ม CMR รวมทั้งสารที่มีพิษตกค้างยาวนาน (Persistent Organic Pollutants, POPs) ผู้ขออนุญาตต้องพิสูจน์ให้คณะกรรมการฯ ซึ่งประกอบด้วยผู้เชี่ยวชาญที่ได้รับการแต่งตั้ง เป็นกรณีๆ ไป เห็นได้ว่าสามารถใช้สารเคมีรายการนั้นๆ เพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะได้อย่างปลอดภัย การอนุญาตนอกจากจะพิจารณาจากผลการประเมินความเสี่ยงและมาตรการในการป้องกันอันตราย

แล้วยังคำนึงถึงผลกระทบทางสังคมและเศรษฐกิจด้วยการอนุญาตจะเป็นการอนุญาตให้ใช้เฉพาะสารนั้นๆ ตามวิธีและเงื่อนไขที่กำหนดเท่านั้น (Authorization for a Specific Use) โดยหน่วยงานของประเทศสมาชิกมีอำนาจในการอนุญาตให้ใช้สารเฉพาะในประเทศของตนเท่านั้น ส่วนองค์กรกลางเป็นผู้พิจารณาการอนุญาตใช้สารเคมีในสหภาพยุโรปทั้งหมด

นอกจากนี้ ในปี พ.ศ. 2552 สหภาพยุโรปได้ออกกฎระเบียบใหม่สำหรับกฎหมายควบคุมเครื่องสำอางโดยกำหนดให้ผู้ผลิตเครื่องสำอางที่วางจำหน่ายในยุโรปจะต้องแสดงคำว่า “นาโน” ในวงเล็บ (Nano) ในฉลากแสดงส่วนประกอบของเครื่องสำอาง และในปี พ.ศ. 2553 สหภาพยุโรปได้มีมติให้ส่วนประกอบของอาหารที่มีวัสดุนาโนจะต้องแสดงคำว่า “นาโน” ในวงเล็บ (Nano) ต่อจากส่วนประกอบนั้นและอาหารที่มีส่วนประกอบของวัสดุนาโนจะถูกห้ามวางจำหน่ายในตลาดจนกว่าจะมีวิธีการทดสอบความปลอดภัย³¹

2) มาตรการคุ้มครองในด้านการโฆษณา

สาระสำคัญในการควบคุมโฆษณาตามกฎหมายป้องกันการแข่งขันอันไม่เป็นธรรมทางการค้า (UWG) ของประเทศสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี มีดังนี้³²

ในส่วนที่ 1 กำหนดหลักการพื้นฐานในการควบคุมการโฆษณาที่ไม่ชอบด้วยกฎหมาย ซึ่งได้แก่การโฆษณาที่เป็นเท็จหรือหลอกลวง หรือเกินความจริง บัญญัติบังคับให้ผู้ประกอบธุรกิจต้องทำการโฆษณาด้วยความสุจริต (Gute Sitten) ซึ่งหลักการกระทำการโดยสุจริตนั้นควรเป็นจรรยาบรรณในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบธุรกิจทุกคน แต่ปัญหาว่าการกระทำอย่างใด และแค่ไหน เพียงใด จึงจะถือว่าเป็นการกระทำโดยสุจริตนั้น ได้กำหนดให้ศาลเท่านั้นเป็นผู้มีอำนาจวินิจฉัยชี้ขาด

ในส่วนที่ 3 กล่าวถึงมาตรการในการเยียวยาแก้ไขความเสียหายที่เกิดขึ้นกับผู้บริโภคอันเนื่องมาจากการโฆษณาในการประกอบธุรกิจการโฆษณาที่ถือว่าไม่ชอบด้วยกฎหมายและมีความผิด ได้แก่ การโฆษณาที่มีลักษณะเป็นการกล่าวยั่วยุอันข้อความอันเป็นเท็จหรือเกินความจริง โดยเฉพาะอย่างยิ่งการกล่าวยั่วยุอันเป็นเท็จที่เกี่ยวกับสถานที่แหล่งกำเนิด ลักษณะ คุณภาพ หรือปริมาณสินค้าหรือบริการ

³¹ สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ค เล่มเดิม, หน้า 45-46.

³² เตือนเพ็ญ ภิญญานิธิเกษม. (2546). มาตรการควบคุมกำกับและการบังคับใช้กฎหมายด้านการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพ. หน้า 72-75.

ในส่วนที่ 4 เป็นบทกำหนดโทษทางอาญาแก่ผู้กระทำการโฆษณาที่ไม่ชอบด้วยกฎหมาย เช่น ความผิดฐานโฆษณาด้วยข้อความอันเป็นเท็จหรือหลอกลวงหรือเกินความจริง ซึ่งโทษจำคุกและปรับตามแต่ศาลจะเห็นสมควร

ในส่วนที่ 13 ได้ปรับปรุงแก้ไขใหม่เมื่อปี ค.ศ. 1965 เพื่อให้การคุ้มครองผู้บริโภคประสบผลสำเร็จและทันทั่วถึง เป็นบทบัญญัติว่าด้วยการปลดเปลื้องความเสียหายที่เกิดขึ้นแก่ผู้บริโภค และการจัดตั้งองค์การเอกชนขึ้นเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคโดยได้กำหนดให้ผู้บริโภคที่ได้รับความเสียหายอันเนื่องมาจากการละเมิดสิทธิผู้บริโภคมีสิทธิที่จะได้รับการเยียวยาแก้ไขความเสียหาย และในกรณีที่เป็นเร่งด่วน และมีเหตุที่น่าเชื่อว่าสินค้าอาจเป็นอันตรายต่อสุขภาพของผู้บริโภค กฎหมาย UWG ให้อำนาจแก่พนักงานเจ้าหน้าที่ในการสั่งห้ามการขายสินค้าเป็นการชั่วคราวจนกว่าจะได้มีการทดสอบหรือพิสูจน์สินค้านั้น

การโฆษณาที่ไม่ชอบด้วยกฎหมายตามกฎหมาย UWG นั้นได้แก่

1) การโฆษณาที่เป็นเท็จ (False Advertising) อันเป็นถ้อยคำกว้างๆ เพื่อให้ศาลได้ใช้ดุลพินิจตีความได้ตามความเหมาะสมของสภาพสังคม และเศรษฐกิจในขณะที่มีการดำเนินคดี

2) การโฆษณาที่ไม่เป็นธรรม (Unfair Advertising) ได้แก่ การโฆษณาเปรียบเทียบสินค้าโดยหลอกลวงและการโฆษณาที่ไม่เปิดเผยข้อเท็จจริงที่ต้องเปิดเผย

นอกจากกฎหมาย UWG ซึ่งเป็นกฎหมายกลางที่ควบคุมการโฆษณาในกิจการทุกประเภทของสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนีแล้ว สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนียังมีกฎหมายอื่นๆ ที่ควบคุมการโฆษณาในกิจการเฉพาะอย่างอีกหลายฉบับ ซึ่งมุ่งที่จะควบคุมการโฆษณาในสินค้าอันสำคัญที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพของผู้บริโภคโดยตรง เช่น กฎหมายว่าด้วยยา กฎหมายว่าด้วยเครื่องสำอาง กฎหมายว่าด้วยอาหาร นอกจากกฎหมายดังกล่าวจะควบคุมการโฆษณาให้โฆษณาข้อความอันเป็นเท็จเกินความจริงแล้ว กฎหมายยังได้ห้ามมิให้ใช้ฉลากที่มีข้อความอันเป็นเท็จหรือเกินความจริงปิดลงที่ภาชนะบรรจุยา เครื่องสำอาง หรืออาหารอีกด้วย และเนื่องจากสินค้าเหล่านี้เป็นสินค้าที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพของผู้บริโภคโดยตรง ดังนั้นกฎหมายเหล่านี้จึงได้กำหนดโทษทางอาญากับผู้ฝ่าฝืนโดยได้กำหนดโทษจำคุกและปรับไว้ด้วย เพื่อให้การคุ้มครองผู้บริโภคได้ผลอย่างจริงจัง นอกจากนี้ยังมีกฎหมายทางหลวง (Federal Highway Law) ซึ่งเป็นกฎหมายกลางประเภทหนึ่งได้ห้ามมิให้ปิดป้ายโฆษณาภายในระยะ 40 เมตร นับจากขอบทางหลวงจะต้องได้รับการตรวจสอบและได้รับอนุญาตจากพนักงานเจ้าหน้าที่ก่อน ทั้งนี้เพื่อป้องกันอุบัติเหตุทางรถยนต์ที่อาจเกิดขึ้นได้เนื่องจากแผ่นป้ายโฆษณานั้นๆ และยังมีกฎหมายในระดับท้องถิ่นที่ควบคุมการโฆษณาที่ได้กระทำในท้องถิ่นนั้นๆ อีกด้วย เช่น การกำหนดแบบอย่างในการโฆษณาทางโทรทัศน์ การกำหนดระยะเวลาในการโฆษณาทางโทรทัศน์ เป็นต้น ซึ่งการกระทำอย่างนี้ก็มีมุ่งหมายที่จะได้ความ

คุ้มครองแก่ผู้บริโภคอย่างเต็มที่ แทนที่จะคิดถึงแต่ประโยชน์ในทางเศรษฐกิจแต่เพียงอย่างเดียว ซึ่งสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนีก็มีฐานะทางเศรษฐกิจที่มั่นคงมากอยู่แล้ว จึงให้ความสำคัญในอันที่จะคุ้มครองผู้บริโภคเป็นหลักสำคัญ

สำหรับหน่วยงานหรือองค์กรของรัฐมีหน้าที่ในการควบคุมการโฆษณาคือ The Federal Cartel Office (Zhbunderkartellamt) ทำหน้าที่แต่เพียงให้คำปรึกษาและควบคุมการโฆษณาให้อยู่ในกรอบระเบียบที่วางไว้เท่านั้น หากมีความเสียหายเกิดขึ้นแก่ผู้บริโภคอันเนื่องมาจากการโฆษณาที่ไม่ชอบด้วยกฎหมายแล้ว The Federal Cartel Office ไม่มีอำนาจที่จะมีคำสั่งให้แก้ไขหรือระงับการโฆษณานั้นได้ ส่วนใหญ่ให้องค์กรเอกชนควบคุมกันเอง โดยที่ The Federal Cartel Office เป็นองค์กรที่แยกต่างหากจากกฎหมาย UWG ซึ่งลักษณะการใช้อำนาจของหน่วยงานรัฐนี้แตกต่างกับ Federal Trade Commission (FTC) ของสหรัฐอเมริกา กล่าวคือ FTC มีอำนาจโดยตรงในอันที่จะดำเนินการแก้ไขเยียวยาความเสียหายที่เกิดจากการละเมิดของผู้บริโภคทางการโฆษณาได้ทันที

3) มาตรการคุ้มครองในด้านฉลาก

ในการคุ้มครองผู้บริโภคผู้ประกอบการต้องติดฉลากสินค้าผลิตภัณฑ์ตรวจสอบสินค้าตามกฎระเบียบด้านมาตรฐานการบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์อาหาร สินค้าจะต้องมีภาษาบรรจุภัณฑ์ที่ทันสมัย สะอาดปลอดภัยแก่ผู้บริโภคโดยการตรวจสอบฉลากสินค้า ให้เป็นไปตามกฎระเบียบเรื่องการบังคับการติดฉลาก ซึ่งจะต้องแจ้งเป็นภาษาเยอรมัน สรุปรายละเอียดตามที่สำนักงานคุ้มครองผู้บริโภคของเยอรมันกำหนด ในการตรวจสอบเรื่องภาษาบรรจุภัณฑ์ การติดฉลากบนสินค้าอาหาร ความสะอาด สุขอนามัย (Food Hygiene) เช่น³³

1) ตรวจสอบสินค้าตามกฎระเบียบด้านมาตรฐานการบรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์อาหาร สินค้าจะต้องมีภาษาบรรจุภัณฑ์ที่ทันสมัย สะอาด ปลอดภัยแก่ผู้บริโภค

2) การตรวจสอบฉลากสินค้า ให้เป็นไปตามกฎระเบียบเรื่องการบังคับการติดฉลาก ซึ่งจะต้องแจ้งเป็นภาษาเยอรมัน สรุปรายละเอียดที่ต้องแจ้งบนฉลากสินค้าอาหารต่างๆ ได้ดังนี้

(1) รายชื่อของส่วนผสม (List of Ingredients) การแจ้งส่วนผสมของอาหาร

(2) จำนวนส่วนผสมหรือประเภทส่วนผสม (Quantity of Ingredients or Categories of Ingredients) การแจ้งปริมาณส่วนผสม และสารอาหารต่าง โดยสามารถแจ้งเป็นอัตราส่วนร้อยละ

(3) ปริมาณสุทธิ (Net Quantity) การแจ้งปริมาณสุทธิของผลิตภัณฑ์

³³ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ. (2555, 23 มิถุนายน). *กฎระเบียบการค้าและภาวะตลาดสินค้าข้าวในประเทศไทย*. สืบค้นเมื่อ 7 ธันวาคม 2555, จาก [http://www.ditp.go.th/// attachments/article/ doc/55/55001832.pdf](http://www.ditp.go.th///attachments/article/doc/55/55001832.pdf)

(4) วันหมดอายุ (Date of Minimum Durability) วันที่สินค้าจะหมดอายุ Special storage conditions or conditions of use การแจ้งวิธีเก็บรักษาสินค้าหรือวิธีการบริโภคสินค้าและผลิตภัณฑ์เหล่านั้น

(5) ชื่อของผู้ประกอบการ (name or business name and address of the manufacturer or packager, or of a seller) การแจ้งรายละเอียดบริษัทผู้ผลิตสินค้า บริษัทบรรจุกินท์ หรือตัวแทนจำหน่ายสินค้า Place of origin การแจ้งแหล่งที่มาหรือแหล่งผลิตสินค้า

ทั้งนี้ การบรรจุหีบห่อด้วยพลาสติกจะต้องไม่ทำให้เกิดอันตรายแก่ผู้บริโภคและมีความสะอาด ถูกสุขอนามัย เป็นไปตามกฎระเบียบ เรื่องการบรรจุภัณฑ์พลาสติกที่สัมผัสกับอาหาร การติดตรารับรองคุณภาพสินค้าต่างๆ เช่น ตรารับรองคุณภาพของสินค้าเกษตรอินทรีย์ Bio ตราสัญลักษณ์ Fair trade สัญลักษณ์การค้าเพื่อความเป็นธรรม ตราสัญลักษณ์ Sustainable Product ก็จะช่วยให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้าได้ง่ายมากขึ้น

4) มาตรการคุ้มครองในด้านการเยียวยา³⁴

การเยียวยาในทางกฎหมายและผลในทางกฎหมายมี 2 ประการ คือ

(1) ผลในการชะลอสภาพเด็ดขาดของกฎหมายการเยียวยาความเสียหาย (Im Suspensiveeffekt) กล่าวคือ การเยียวยาทางกฎหมายที่ยื่นภายในกำหนดกฎรูปแบบและได้รับอนุญาตให้ยื่นได้นั้น จะเป็นการชะลอสภาพเด็ดขาดของกฎหมายในทางรูปแบบ

(2) ผลในการให้กระบวนพิจารณาเข้าสู่การวินิจฉัยของศาลที่สูงกว่า (Im Devolutiveffekt) สำหรับรูปแบบของการเยียวยาทางกฎหมายเยอรมันมี 3 รูปแบบด้วยกันคือการอุทธรณ์ (Berufung) การฎีกา (Revision) การคัดค้านคำสั่งศาล (Beschwerde) อาทิ เช่น

(1) การอุทธรณ์ (Berufung)

การอุทธรณ์ทั้งในคดีแพ่งและคดีอาญาโดยหลักแล้ว จะเป็นการอุทธรณ์คัดค้านคำพิพากษาของศาลชั้นแรก ซึ่งหากเป็นคดีแพ่งจะเป็นไปตามมาตรา 511 แห่งประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความแพ่ง (ZPO) ส่วนคดีอาญาจะเป็นไปตามมาตรา 312 แห่งประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา (StPO) ซึ่งหลักในการอุทธรณ์จะแตกต่างจากการฎีกาในแง่ที่ว่า การอุทธรณ์เป็นการวินิจฉัยเกี่ยวกับข้อเท็จจริงอีกครั้งหนึ่งในคดีแพ่งเพื่อประโยชน์ในการดำเนินคดีอย่างรวดเร็ว

³⁴ สุภัทร แสงประดับ. (2551). ปัญหากฎหมายในการพิจารณาคดีคุ้มครองผู้บริโภคในประเทศไทย. หน้า 73-75.

สำหรับวิธีการอุทธรณ์โดยหลักแล้ว จะอุทธรณ์ได้ต่อเมื่อเป็นไปตามเงื่อนไขที่กฎหมายกำหนด กล่าวคือ เป็นกรณีที่กฎหมายอนุญาตให้อุทธรณ์ได้ ทำตามรูปแบบที่กฎหมายกำหนด (มาตรา 518 ZPO, 312 StPO) และภายในระยะเวลาที่กฎหมายกำหนด รวมทั้งคำพิพากษาดังกล่าวจะต้องเป็นผลร้ายแก่ผู้ยื่นอุทธรณ์ด้วย (Beschwer) ในคดีแพ่งผู้ที่จะได้แย้งหรือไม่พอใจในคำพิพากษาของศาลชั้นต้นจะต้องอุทธรณ์ 1 เดือนนับแต่วันที่ได้ส่งคำพิพากษา (516 ZPO) นอกจากนี้ การอุทธรณ์ในคดีแพ่งได้นั้นต้องมีจำนวนทุนทรัพย์มากกว่า 600 ยูโร ซึ่งถือว่าการกำหนดวิธีการอุทธรณ์ในลักษณะเช่นเดียวกับกฎหมายวิธีพิจารณาความแพ่งของไทยนั่นเอง นอกจากนี้ การอุทธรณ์ในคดีแพ่งต้องมีการให้เหตุผลด้วย ซึ่งถือเป็นเงื่อนไขที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งในการอุทธรณ์ โดยต้องให้เหตุผลเป็นหนังสือ (มาตรา 519 ZPO)

(2) การฎีกา (Revision)

สำหรับในการฎีกา (Revision) ในคดีแพ่ง ตามกฎหมายเยอรมันนั้น จะฎีกาได้เฉพาะแต่ปัญหาข้อกฎหมายเท่านั้น (eine Rechtsverletzung) นอกจากนี้ การฎีกา (Revision) ในคดีแพ่งนั้นถือเป็นการฎีกาคัดค้านคำพิพากษาที่อุทธรณ์มาจากศาลสูงสุดแห่ง มลรัฐ (มาตรา 545 ZPO) และการฎีกาจะทำได้ก็ต่อเมื่อเป็นไปตามเงื่อนไขของการฎีกา กล่าวคือ

ก. จำนวนทุนทรัพย์ต้องมากกว่า 60,000 DM ขึ้นไป (มาตรา 546(1) ZPO) หรือทุนทรัพย์ไม่เกิน 60,000 DM แต่ได้รับอนุญาตจากศาลให้ฎีกา โดยศาลต้องระบุเหตุผลไว้ในคำพิพากษาศาลอุทธรณ์ และต้องปรากฏว่า เมื่อฎีกาแล้ว จะทำให้ผลของคำพิพากษาที่ศาลฎีกาได้วางแนวไว้ต่างไปจากเดิม หรือฎีกาดังกล่าวเป็นข้อกฎหมายที่สำคัญ (มาตรา 546 ZPO)

ข. คำพิพากษาศาลอุทธรณ์เป็นผลร้ายต่อผู้ยื่นฎีกา และการได้ฎีกาภายในระยะเวลาและรูปแบบที่กฎหมายกำหนด รวมทั้งได้ให้เหตุผลในการฎีกาตามกฎหมายกำหนดไว้ กล่าวคือ การให้เหตุผลในการฎีกา จะต้องระบุไว้ในคำฟ้องฎีกา โดยต้องบรรยายให้เห็นว่าคำพิพากษาศาลอุทธรณ์ไม่ชอบอย่างไร และขอให้ยกคำพิพากษาศาลอุทธรณ์ รวมทั้งต้องบรรยายให้เห็นว่าข้อกฎหมายข้อใดที่ศาลอุทธรณ์ตัดสินผิด ซึ่งข้อกฎหมายดังกล่าวศาลอุทธรณ์ได้นำมาใช้ในการตัดสินคดีอย่างไรก็ตาม ศาลฎีกามีหน้าที่ตามกฎหมายที่จะต้องตรวจสอบข้อผิดพลาดของข้อกฎหมายอื่นๆ ด้วยที่อยู่ในขอบเขตของฎีกา

ค. ศาลฎีกาอาจปฏิเสธได้หากเป็นฎีกาในข้อกฎหมายที่ไม่เป็นสาระสำคัญและเป็นฎีกาที่ไม่มีโอกาสที่จะชนะ (มาตรา 554b ZPO)

ง. หากทุนทรัพย์ไม่ถึงต้องได้รับอนุญาตให้ฎีกา เช่น ในคดีแพ่ง คำอนุญาตให้ฎีกา และศาลฎีกาจะต้องถูกผูกมัดตามคำอนุญาตให้ฎีกาดังกล่าว ซึ่งปัจจุบันการฎีกาโดยใช้ทุนทรัพย์เป็นเกณฑ์ในการวินิจฉัยนั้นได้ยกเลิกแล้วตามมาตรา 543 ZPO ที่แก้ไขใหม่ (ธันวาคม 2001)

(3) การคัดค้านคำสั่งของศาล (Beschwerde) การคัดค้านคำสั่งของศาลจะเป็นกรณีที่มีกฎหมายบัญญัติเอาไว้ในทุกๆ สาขาของกฎหมาย ซึ่งโดยหลักแล้ว จะเป็นกรณีที่ศาลในลำดับชั้นที่สูงขึ้นไปจะทำการตรวจสอบคำวินิจฉัยของศาลที่ถูกคัดค้าน โดยมีหลักการที่สำคัญคือ การคัดค้านคำสั่งของศาลจะเป็นกรณีที่เป็นกรคัดค้านคำสั่งของศาล เฉพาะที่เป็นข้อยกเว้นเท่านั้นที่เป็นการคัดค้านคำพิพากษาของศาล (มาตรา 567 (1) ZPO)

3.2.2.2 องค์การบังคับใช้กฎหมาย

ในส่วนของประเทศสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนีเป็นประเทศที่ประกอบด้วยแคว้นต่างๆ รวม 16 แคว้น ซึ่งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีรัฐบาลของประเทศจะเป็นผู้ออกระเบียบ กฎหมาย และข้อบังคับต่างๆ เพื่อให้ทุกแคว้นถือปฏิบัติ ขณะเดียวกันแต่ละแคว้นยังสามารถออกกฎหมายและระเบียบต่างๆ ได้ตามความเหมาะสมเพื่อใช้บังคับในแคว้นของตนเอง แต่ทั้งนี้ จะต้องไม่ขัดกับกฎระเบียบ รัฐธรรมนูญกลางของประเทศ หน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องจึงแบ่งออกเป็นหน่วยงานของประเทศ และหน่วยงานของแต่ละแคว้น คือ³⁵

1) ภาครัฐบาล มีหน้าที่คือ

- (1) กระทรวงคุ้มครองผู้บริโภค โภชนาการและเกษตร จะเป็นผู้กำหนดนโยบายและมาตรการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค
- (2) กระทรวงเศรษฐกิจและเทคโนโลยี เป็นผู้กำหนดนโยบายเศรษฐกิจ และการค้า
- (3) กระทรวงสาธารณสุข เป็นผู้กำหนดนโยบายและยุทธศาสตร์ด้านสุขอนามัยสุขภาพของประเทศ

2) ภาคเอกชน มีองค์กรในการคุ้มครองผู้บริโภคคือ

(1) สำนักงานคุ้มครองผู้บริโภค (Verbraucherzentrale) มีสำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ที่กรุงเบอร์ลินและสำนักงานสาขาในแคว้นต่างๆ ทั้ง 16 แคว้น ให้คำแนะนำ ความช่วยเหลือ แก้ไขปัญหาต่างๆ ในเบื้องต้นให้กับผู้บริโภคทั่วไป ผู้บริโภคที่มีปัญหาสามารถร้องเรียน ขอให้หน่วยงานเหล่านี้ยื่นมือให้ความช่วยเหลือได้

(2) สมาคม เป็นการรวมตัวกันของผู้ประกอบการสาขาเดียวกัน จัดตั้งขึ้นเป็นสมาคมการค้า สมาคมผู้ประกอบการ ตามสาขาของธุรกิจประเภทต่างๆ เพื่อทำหน้าที่เป็นตัวแทนของกิจการของบริษัทต่างๆ ที่เป็นสมาชิกของสมาคม ในการติดต่อประสานงาน ร่วมมือกับ

³⁵ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ. (2555, 19 พฤศจิกายน). ข้อมูลเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคในเยอรมนี. สืบค้นเมื่อ 5 ธันวาคม 2555, จาก http://www.ditp.go.th/attachments/article/71873/web_เว็บไซต์คุ้มครองผู้บริโภค 2555.pdf

หน่วยงานหรือสมาคมอื่นๆ รวมทั้งการเจรจากับหน่วยงานของรัฐ นอกจากนี้ สมาคมเหล่านี้จะรวบรวมข้อมูล กฎ ระเบียบต่างๆ และกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับกิจการของตน นำมาวิเคราะห์ และจัดทำเป็นข้อเสนอแนะ คำแนะนำต่างๆ ให้กับกิจการที่เป็นสมาชิก ปัจจุบันมีสมาคมต่างๆ ที่สำคัญๆ ในเยอรมนีกว่า 15,000 สมาคม ได้แก่ สมาหการค้าและอุตสาหกรรม สมาคมนายจ้าง สมาคมช่างฝีมือ สมาคมผู้ผลิต ผู้ประกอบการสินค้าในแขนงอุตสาหกรรม และธุรกิจต่างๆ เป็นต้น

(3) มูลนิธิทดสอบสินค้า (Stiftung Warentest) ดำเนินกิจการเพื่อปกป้องคุ้มครองผู้บริโภค ก่อตั้งในปี 2505 โดยได้รับเงินสนับสนุนจากกระทรวงคุ้มครองผู้บริโภคกิจการสำคัญของมูลนิธิ คือ การนำสินค้าต่างๆ ที่วางจำหน่ายตามท้องตลาดมาทดสอบคุณภาพ ความเหมาะสม และด้านมาตรฐาน เป็นต้น และทำเป็นบทความ รายงาน ลงพิมพ์ในนิตยสาร test วางจำหน่ายและแจกจ่ายให้สมาชิก นอกจากนี้มีการตรวจสอบการให้บริการต่างๆ ด้วย เช่น การท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยว สถาบันการเงินประกันภัย เป็นต้น นิตยสาร test พิมพ์เป็นรายเดือนจำนวน 700,000 ฉบับ การให้บริการทางอินเทอร์เน็ตปัจจุบันมีผู้เข้าชมประจำโดยเฉลี่ยกว่าเดือนละสองล้านคน

3) หน่วยงานดูแลด้านการประกอบธุรกิจการค้า การประกอบธุรกิจการค้าและบริการต่างๆ ในเยอรมนี จะเป็นไปตามระเบียบ ข้อบังคับ และกฎหมายต่างๆ ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับสินค้าและบริการประเภทนั้นๆ โดยระเบียบและข้อบังคับเหล่านี้จะมีพื้นฐานเป็นไปตามกฎหมายที่สำคัญๆ เช่น กฎหมายรัฐธรรมนูญ กฎหมายแพ่งและพาณิชย์ กฎหมายว่าด้วยระเบียบทั่วไปของผู้ประกอบการ เป็นต้น ผู้ประกอบการและผู้บริโภคสามารถนำข้อกำหนดต่างๆ ในระเบียบกฎหมายมาอ้างอิง เพื่อปกป้องและรักษาผลประโยชน์ของตนเองได้ แต่โดยทั่วไปแล้ว กิจการต่างๆ จะมีการจัดทำระเบียบข้อบังคับต่างๆ ไปเพื่อใช้กับกิจการของตนเองโดยเฉพาะเงื่อนไขทางธุรกิจ หรือ (Allgemeine Geschäftsbedingung) ถึงแม้ว่าระเบียบต่างๆ จะต้องไม่ขัดกับที่ระบุไว้ในระเบียบหรือกฎหมายทางการค้าก็ตาม แต่ส่วนใหญ่แล้วผู้บริโภคมักจะเป็นฝ่ายเสียเปรียบหากไม่ศึกษาพิจารณาข้อกำหนดต่างๆ ในระเบียบบังคับที่ประกาศใช้โดยทั่วๆ ของแต่ละกิจการนั้นๆ

จะเห็นว่าหน่วยงานหลักที่มีหน้าที่ดูแลการปฏิบัติตามร่างกฎหมายต่างๆ ของผู้ประกอบการ คือ Ordnungsamt (Regulatory agency) เป็นหน่วยงานของเมือง หรือเทศบาลของแต่ละท้องที่ในเยอรมนี ก่อตั้งขึ้นตามกฎหมายการพาณิชย์ เพื่อทำหน้าที่สอดส่อง ดูแลการประกอบธุรกิจ การให้บริการของผู้ประกอบการในเยอรมนี ให้ดำเนินไปอย่างถูกต้องตามกฎหมาย ตามระเบียบ และข้อบังคับต่างๆ ที่ระบุไว้สำหรับกิจการประเภทนั้นๆ ในการปฏิบัติหน้าที่อาจจะขอความร่วมมือ ช่วยเหลือจากหน่วยงานอื่นๆ เช่น ตำรวจ กรมแรงงาน หรือกรมเยาวชน เป็นต้น ความผิดต่างๆ จะถือเป็นความแพ่ง ผู้กระทำผิดจะต้องปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้องเรียบร้อย หากฝ่าฝืน

ไม่ดำเนินการใดๆ มิโทษปรับ หรือถูกสั่งให้หยุดพัก หรือปิดกิจการได้ สำหรับความผิดที่ก่อให้เกิดอันตรายกับสุขภาพร่างกายของผู้บริโภค จะมีโทษเป็นความผิดทางอาญาเพิ่มเติม

4) การให้การคุ้มครองผู้บริโภคในปัจจุบัน ได้มีการใช้สื่อทางอินเทอร์เน็ตอย่างแพร่หลาย ระบบป้องกันที่สำคัญระบบหนึ่ง ดำเนินการโดยสหภาพยุโรป ได้แก่ Rapid- alert สำหรับสินค้าอาหาร (http://ec.europa.eu/food/food/rapidalert/index_en.htm) และ Rapex- alert สำหรับสินค้าที่มีโชอาหาร (http://ec.europa.eu/consumers/safety/rapex/index_en.htm) เป็นการตรวจสอบสินค้าที่ค่านำเข้าของแต่ละประเทศที่เป็นสมาชิกสหภาพยุโรป หากพบความไม่ถูกต้องตามกฎหมาย ระเบียบมาตรการต่างๆ ที่กำหนดไว้ จะไม่อนุญาตให้นำสินค้านั้นๆ เข้าสู่ตลาด มีการสั่งให้ส่งคืนประเทศต้นทาง หรือทำลายที่ด่านตรวจทันที เมื่อพบว่าเป็นสินค้าที่อาจก่อให้เกิดอันตรายด้านสุขภาพของผู้บริโภค หรือจะสร้างความเสียหายต่อสิ่งแวดล้อม การตรวจพบความไม่ถูกต้องต่างๆ จะถูกนำขึ้นเว็บไซต์ของสหภาพยุโรปและมีการแจ้งเวียนข้อมูลไปยังประเทศสมาชิกทุกประเทศทันที ข้อมูลสำคัญที่บรรจุในเว็บไซต์ จะประกอบด้วยชื่อสินค้า แหล่งที่มาของสินค้า และสาเหตุของการห้ามนำเข้า แต่ไม่มีรายละเอียดข้อมูลเกี่ยวกับชื่อที่อยู่ของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง สินค้าที่เกี่ยวข้องตามระบบนี้จะเป็นสินค้าที่มีแหล่งการผลิตในต่างประเทศ ประเทศอื่นๆ นอกสหภาพยุโรป

5) สำหรับประเทศสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี สินค้าที่ผลิตภายในประเทศ หรือนำเข้าจากประเทศอื่นที่เป็นสมาชิกของสหภาพยุโรป เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคที่รัดกุมยิ่งขึ้น ทางกรมเยอรมนีได้จัดทำเว็บไซต์ทำงานเองเดียวกันกับระบบ Rapidallert แต่มีความเข้มงวดกว่า กล่าวคือ นอกจากจะมีข้อมูลการทำผิดกฎ ระเบียบ แล้วจะมีการแจ้งชื่อที่อยู่ของผู้กระทำความผิดด้วยเว็บไซต์ www.lebensmittelwarnung.de โดยอาศัยมาตรา 40 กฎหมายอาหารสำหรับมนุษย์และสัตว์เลี้ยง (LFGB) สาธารณชนควรได้ทราบเกี่ยวกับอาหารที่ไม่ปลอดภัย น่ารังเกียจ หรือด้วยเหตุผลอื่นใดที่ไม่อนุญาตให้นำเข้าสู่ตลาด หรือไปถึงมือผู้บริโภค รวมทั้งอาหารต่างๆ ที่มีแนวโน้มทำให้ผู้บริโภคเข้าใจผิด หรือเป็นการหลอกลวงผู้บริโภค ในทำงานเดียวกัน หากมีเหตุอันควรสงสัยว่าเครื่องสำอาง หรือผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องอาจทำให้เกิดอันตรายต่อสุขภาพของมนุษย์

ดังนั้น สำนักงานคุ้มครองผู้บริโภคแห่งสหพันธ์เป็นหน่วยงานกลางที่ทำหน้าที่บังคับใช้กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค ประเทศสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนีมีหน่วยงานคุ้มครองผู้บริโภค (Verbraucherzentrale) และหน่วยงานตรวจสอบคุณภาพสินค้าที่เรียกว่า (Lebensmittelüberwachungsbehörde) ซึ่งคอยทำหน้าที่สุ่มตัวอย่างสินค้าจากชั้นวางขาย และนำไปทดสอบ หากพบสินค้าไม่ได้มาตรฐาน ก็จะดำเนินการตามระเบียบข้อบังคับและกฎหมายต่อไป ซึ่งผู้นำเข้าเยอรมันจะเกรงกลัวต่อหน่วยงานเหล่านี้ เพราะหากพบว่า ในกรณีที่มีการนำเข้าสินค้าที่ปนเปื้อนสารเคมีตกค้าง มีสารพิษและเชื้อโรคผสมอยู่ นอกจากการที่สินค้าเหล่านั้นจะถูกปลดออกจากชั้นวางขาย

แล้ว ผู้นำเข้าอาจจะต้องถูกปรับเงินเป็นค่าความเสียหาย หรือการจำคุก (ระยะเวลาไม่เกิน 2 ปี) หรือ อาจถูกปรับเงินและจำคุก รวมถึงการยึดใบอนุญาตการนำเข้าสินค้าอีกด้วย ทั้งนี้จะพิจารณาจากความผิด ตามความหนักเบาของข้อหา ซึ่งตามปกติแล้วจะมีโทษเป็นการปรับเงินค่าความเสียหาย เป็นส่วนใหญ่ โดยมีค่าปรับตั้งแต่ 500 ยูโร จนถึงเงินค่าปรับจำนวนมากกว่า 1 ล้านยูโร เป็นต้น นอกจากนี้ หากมีข่าวเรื่องโรคระบาดในพืชหรือสัตว์ การตรวจพบสารตกค้าง หรือตรวจพบเชื้อโรค ในผลิตภัณฑ์อาหาร ชาวเยอรมนีจะให้ความสนใจต่อข่าวและจะหยุดซื้อสินค้าดังกล่าวทันที ซึ่งจะต้องใช้ช่วงระยะเวลานานสำหรับการเรียกความเชื่อมั่นให้กลับคืนมาได้³⁶

3.2.3 ประเทศญี่ปุ่น

ประเทศญี่ปุ่นมีแนวคิดเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค ที่เน้นการใช้มาตรการด้านกฎหมายของรัฐเป็นหลัก บังคับใช้กฎหมายเพื่อแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นจากการบริโภคสินค้าและบริการ ของประชาชน ดังจะเห็นได้จากการมีกฎหมายพื้นฐานเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคที่เรียกว่า “The Consumer Protection Fundamental Law” ซึ่งประกาศใช้เมื่อวันที่ 30 พฤษภาคม ค.ศ. 1968 หรือ พ.ศ. 2511 ในกฎหมายฉบับนี้ กำหนดชัดเจนว่ารัฐมีหน้าที่หลักหลายประการในการคุ้มครองผู้บริโภค โดยไม่ระบุว่ามีสิทธิของผู้บริโภคอยู่อย่างไร ก่อนหน้านั้นประเทศญี่ปุ่นก็มีกฎหมายที่ เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคเพื่อแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นในขณะใดขณะหนึ่ง เช่น หลังสงครามโลกมี ปัญหาเรื่องความปลอดภัยในอาหาร รัฐบาลเสนอกฎหมายความปลอดภัยในอาหารหรือ Food Sanitation Law ออกใช้บังคับ การเปลี่ยนแปลงแนวคิดมาสู่ระบบการคุ้มครองผู้บริโภคโดยมี กฎหมายพื้นฐานดังกล่าวข้างต้นเริ่มขึ้นในปี ค.ศ. 1961 เมื่อมีการก่อตั้งสหภาพที่เรียกว่า สภากลยุทธ์ การปรับปรุงนโยบายสังคม (Council for Social Policy Improvement Strategies) เพื่อทำหน้าที่ให้ คำปรึกษาต่อเลขาธิการขององค์กรด้านการวางแผนทางเศรษฐกิจ ที่เรียกว่า “Economic Planning Agency” สภาดังกล่าวนี้ออกมาในปี ค.ศ. 1965 ได้เปลี่ยนชื่อเรียกเป็นสภานโยบายสังคม หรือ Social Policy Council ได้มีบทบาทในการเสนอแนะนโยบายในการคุ้มครองผู้บริโภค³⁷

3.2.3.1 มาตรการในการคุ้มครอง

การคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศญี่ปุ่น กำหนดให้เป็นหน้าที่ของรัฐบาลกลางและรัฐ ท้องถิ่นเป็นผู้ออกกฎหมาย บังคับใช้กฎหมาย เพื่อแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นจากการบริโภคสินค้าและ บริการของประชาชน ดังจะเห็นได้จากการมีกฎหมายพื้นฐานเพื่อคุ้มครองผู้บริโภค เช่น

³⁶ เยอรมันคุมเข้มสินค้าเกษตร. (2555, 20 เมษายน). *อาร์วายทีไนน์ ข่าวออนไลน์*. สืบค้นเมื่อ 10

ธันวาคม 2555, จาก <http://www.ryt9.com/s/expd/1387097>

³⁷ สุขุม สุภนิษฐ์ ข เล่มเดิม. หน้า 10-12

1) มาตรการในการคุ้มครองในด้านการผลิตสินค้า

ปัญหาเกี่ยวกับผู้บริโภคได้เริ่มเป็นประเด็นที่สำคัญในทางเศรษฐกิจและสังคมในช่วงปี ค.ศ. 1950 ถึง 1960 เป็นต้นมา ทั้งนี้ เนื่องจากการเจริญเติบโตอย่างมากในทางเศรษฐกิจ การผลิตสินค้ามีความซับซ้อนมากขึ้น ผู้บริโภคไม่ได้รับข้อมูลเพียงพอในการตัดสินใจ ต้องรับภาระเสี่ยงภัยเองในการที่จะเลือกซื้อสินค้า ความสามารถในการเจรจาหรือทักษะในการตลาดของผู้ประกอบการ รวมทั้งธุรกิจบางรายมีการผูกขาดทำให้ผู้บริโภคขาดอำนาจต่อรอง จึงก่อให้เกิดการตรากฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคขึ้นในปี ค.ศ. 1968 คือ The Consumer Protection Fundamental Act, 1968 ซึ่งมีหลักการและเหตุผลเพื่อสนับสนุนมาตรการต่างๆ ในการคุ้มครองสิทธิและผลประโยชน์ผู้บริโภค โดยได้กำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบของรัฐบาลกลาง รัฐบาลท้องถิ่น ผู้ประกอบธุรกิจ และบทบาทของผู้บริโภค จนกระทั่งใน ปี ค.ศ. 1968 สภา Die ผ่านกฎหมายพื้นฐานเพื่อคุ้มครองผู้บริโภค หรือ The Consumer Protection Fundamental Law กฎหมายฉบับนี้กำหนดให้รัฐบาลกลาง รัฐบาลท้องถิ่น ธุรกิจ และผู้บริโภค มีหน้าที่ในการคุ้มครองผู้บริโภค โดยเน้นการใช้มาตรการทางกฎหมายมหาชนของฝ่ายบริหารเป็นหลัก กล่าวคือ ให้รัฐบาลกลางออกกฎหมายสำคัญๆ เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค จำนวน 9 กรณี ดังต่อไปนี้³⁸

1) การป้องกันอันตรายจากการบริโภค กำหนดไว้ในมาตรา 7 แห่งกฎหมายพื้นฐานด้านการคุ้มครองผู้บริโภค

2) มาตรการด้านความเที่ยงตรงในเรื่องน้ำหนักและการวัดกำหนดไว้ในมาตรา 8

3) การมีมาตรฐานที่เหมาะสม มาตรา 9

4) ฉลากสินค้า มาตรา 10

5) ประกันความเป็นธรรมและการแข่งขันเสรีทางการค้า มาตรา 11

6) ส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพความรู้และการศึกษาของผู้บริโภค มาตรา 12

7) การเปิดโอกาสให้ผู้บริโภคได้แสดงความคิดเห็นต่อสาธารณะ มาตรา 13

8) วางรากฐานเกี่ยวกับเครื่องอำนวยความสะดวกในการทดสอบและตรวจสอบสินค้าและบริการ มาตรา 14

9) ก่อตั้งระบบการร้องเรียนให้ผู้บริโภคได้มีช่องทางในการเรียกร้องเมื่อมีความเสียหายเกิดขึ้น มาตรา 15

ระบบการคุ้มครองผู้บริโภคในประเทศญี่ปุ่นจึงเป็นระบบที่ใช้กฎหมายที่กำหนดขึ้นตามกรอบแม่บทเป็นหลัก และมีกฎหมายที่ออกใช้บังคับตามกรอบที่กำหนดไว้ในกฎหมายพื้นฐาน

³⁸ แหล่งเดิม

(Fundamental Law) ที่กล่าวมาแล้วมากมาย ตัวอย่างเช่น กฎหมายที่เกิดขึ้นเพื่อความปลอดภัย ตามกรอบมาตรา 7 แห่ง Fundamental Law กฎหมายเกี่ยวกับความปลอดภัยในผลิตภัณฑ์ยาและเคมีภัณฑ์ ตลอดจนผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในบ้านเรือน เครื่องใช้ไฟฟ้าแก๊สหุงต้ม รถยนต์บรรทุก มาตรฐานอาคารสิ่งปลูกสร้าง

ในปี ค.ศ. 1973 สภาได้ผ่านกฎหมายเกี่ยวกับมาตรฐานเพื่อความปลอดภัยในการบริโภค ชื่อ “Consumer Product Safety Law” ในปี ค.ศ. 1994 สภาผ่านกฎหมายว่าด้วยความรับผิดชอบในผลิตภัณฑ์ (Product Liability Law) ซึ่งผ่านการถกเถียงทางวิชาการและผ่านการเรียกร้องของผู้บริโภคและองค์กรต่างๆ มายาวนานกว่า 20 ปี กฎหมายฉบับนี้นับได้ว่าเป็นกฎหมายที่กำหนดสิทธิและบทบาทของผู้บริโภคในการคุ้มครองตน เมื่อประสบความเสียหายจากการบริโภคสินค้าหรือบริการ กล่าวคือให้ผู้บริโภคได้มีสิทธิเรียกร้องค่าเสียหายได้โดยไม่ต้องนำสืบถึงความจงใจหรือประมาทเลินเล่อ เพียงแต่นำสืบว่ามีความบกพร่องในผลิตภัณฑ์ และความเสียหายเกิดขึ้นจากความบกพร่องนี้ นับได้ว่าเป็นการเปิดโอกาสให้ผู้เสียหายสามารถฟ้องคดีแพ่งเพื่อขอใช้เยียวยาได้ โดยวิธีการนำสืบแตกต่างจากคดีละเมิดทั่วไป นักกฎหมายญี่ปุ่นบางฝ่ายเห็นว่า การนำสืบประเด็นดังกล่าวไม่จำเป็นต้องชัดเจนจนปราศจากสงสัย ขอเพียงสืบให้เห็นว่าความบกพร่องนั้นเป็นที่ประจักษ์ว่าไม่ควรเกิดขึ้นตามความคาดหมายธรรมดาของผู้บริโภค ก็น่าจะถือได้ว่าสืบถึงความบกพร่องแล้ว ทั้งนี้ระบบการระงับข้อพิพาทนอกศาลจัดให้มีระบบการร้องเรียนที่ทำให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงการเยียวยา ขอใช้ความเสียหาย ปัจจุบันมีองค์กรภาครัฐซึ่งทำหน้าที่ดังกล่าวทั้งในระดับประเทศและในระดับท้องถิ่น ได้แก่ ศูนย์ข้อมูลผู้บริโภคญี่ปุ่น (The Japan Consumer Information Center (JCIC))” ซึ่งต่อมาเรียกชื่อใหม่ว่า ศูนย์แห่งชาติสำหรับกิจการผู้บริโภค (National center for Consumer Affairs (NCCA)) จะทำหน้าที่กระจายข้อมูลในระบบ Net-work ที่เรียกว่า “(Pio-Net)” หรือการกระจายข้อมูลทางเครือข่ายหรือ “Practical Living Information Online Network” อันเป็นข้อมูลที่ประกอบด้วยสาระสำคัญที่ควรรู้และข้อร้องเรียนของผู้บริโภคทั่วประเทศไปยังเครือข่ายเพื่อผู้บริโภคในท้องถิ่นต่างๆ อันช่วยทำให้เป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายของทั้งภาครัฐ ท้องถิ่น และเอกชน ในการแก้ปัญหาเกี่ยวกับผู้บริโภคได้อย่างถูกต้องมากขึ้นนอกเหนือจากระบบระงับข้อพิพาทและการให้ข้อมูลแก่ผู้บริโภคแล้ว ปัจจุบันมีการปรับปรุงแก้ไขกฎหมายวิธีพิจารณาความแพ่ง ซึ่งทำให้ผู้บริโภคที่เป็นผู้เสียหายสามารถอาศัยข้อมูลที่ผู้ประกอบการธุรกิจซึ่งถูกกำหนดให้ต้องจัดการให้มีข้อมูลรายละเอียดต่างๆ เพื่อการดำเนินธุรกิจของตนให้ละเอียดมากขึ้น เพื่อให้ผู้บริโภคมีโอกาสได้เข้าถึงข้อมูลเหล่านั้นและใช้ในการต่อสู้คดีได้ง่ายขึ้นกว่าเดิม นอกจากนี้การแก้ไขให้มีวิธีพิจารณาคดีเล็กน้อย (Small claim court) ด้วย

2) มาตรการคุ้มครองในด้านการโฆษณา³⁹

การคุ้มครองผู้บริโภคในประเทศญี่ปุ่นส่วนใหญ่มีที่มาจากกฎหมาย UWG ของเยอรมัน โดยมีกฎหมายหลักที่ใช้ในการคุ้มครองผู้บริโภคอยู่ด้วยกัน 2 ฉบับ คือ กฎหมายป้องกันการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรม (Unfair Competition Prevention Law 1934) และกฎหมายป้องกันการกระทำที่เป็นการผูกขาดทางการค้าและป้องกันการเอาเปรียบในทางเศรษฐกิจ (Law for Preventing Unjustifiable Iagniappes and Misleading Representation 1972) กฎหมายทั้งสองฉบับนี้เป็นบทบัญญัติที่ใช้ในการคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคควบคู่กันไป

หน่วยงานหรือองค์กรที่ควบคุมกำกับดูแลผู้บริโภคในด้านการโฆษณานั้น ส่วนใหญ่นั้นเป็นการควบคุมโดยทางราชการ หน่วยงานสำคัญในการควบคุมกิจการโฆษณาคือ คณะกรรมการเพื่อความเป็นธรรมทางการค้า (Fair Trade Commission) มีสำนักงานใหญ่ที่กรุงโตเกียว และมีสาขาอยู่ตามเมืองใหญ่ ๆ มีอำนาจหน้าที่หลัก คือ การตรวจสอบและติดตามเกี่ยวกับความผิดทางการค้าและทางโฆษณา โดยมีอำนาจตามกฎหมายในการจัดการกับโฆษณาที่หลอกลวงและโฆษณาที่ผิดกฎหมาย สั่งระงับการโฆษณาได้ทันที โดยจะทำการแจ้งต่อกรมอัยการซึ่งจะทำหน้าที่ในการดำเนินคดีกับผู้โฆษณาที่ละเมิดต่อบทบัญญัติของกฎหมายต่อไป

มาตรการในการควบคุมโฆษณาประเทศญี่ปุ่นนั้น มีกฎหมายที่ใช้ในการคุ้มครองผู้บริโภคอยู่ 2 ฉบับด้วยกัน คือ กฎหมายป้องกันการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรม (Unfair Competition Prevention Law 1934) และกฎหมายป้องกันการกระทำที่เป็นการผูกขาดทางการค้าและป้องกันการเอาเปรียบในทางเศรษฐกิจ (Law for Preventing Unjustifiable Iagniappes and Misleading Representation 1972) สามารถสรุปถึงสาระสำคัญได้ ดังต่อไปนี้

ก. Unfair Competition Prevention Law, 1934 เป็นบทบัญญัติที่ใช้ในการคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภค กำหนดขอบเขตการกระทำที่มีการแข่งขันกันอย่างไม่เป็นธรรมในทางธุรกิจ โดยในส่วนของโฆษณาที่ถือว่าเป็นความผิด ได้แก่

1. การโฆษณาด้วยข้อความที่เป็นเท็จหรือเกินความจริง
2. การโฆษณาด้วยข้อความที่ก่อให้เกิดการเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ ไม่ว่าจะกระทำโดยใช้หรืออ้างอิงรายงานทางวิชาการ สถิติ หรือสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่ไม่เป็นความจริงหรือเกินความจริง
3. โฆษณาโดยก่อให้เกิดการเข้าใจผิดในแหล่งกำเนิด สภาพ คุณภาพ ปริมาณ หรือสาระสำคัญประการอื่นอันเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ ไม่ว่าจะเป็นอย่างของตนเองหรือผู้อื่นโฆษณาหรือ

³⁹ พิชญาภา สันติธรรักษ์. เล่มเดิม. หน้า 92-94.

ใช้ฉลากที่มีข้อความอันเป็นเท็จหรือเกินความจริง หรือข้อความที่รู้อยู่แล้วว่าก่อให้เกิดการเข้าใจผิด เช่นว่านั้น

4. ข้อความที่เป็นการสนับสนุนโดยทางตรงหรือทางอ้อม ให้มีการกระทำผิดกฎหมายหรือศีลธรรม หรือความเสื่อมเสียในวัฒนธรรมของชาติ

5. ข้อความที่ทำให้เกิดความแตกแยกหรือความเสื่อมเสียความสามัคคีในหมู่ประชาชน

6. ข้อความที่ทำให้บุคคลอื่นเข้าใจผิดในฐานะ การเงิน กิจการ เอกสารการบัญชี สิทธิในชื่อเสียงทางธุรกิจโดยเป็นเท็จหรือเกินความจริง

7. ข้อความที่เป็นความเท็จเพื่อให้เสียความเชื่อถือในสถานที่การค้า สินค้าอุตสาหกรรมหรือพาณิชยกรรมของผู้หนึ่งผู้ใด โดยมีมุ่งประโยชน์แก่การค้าของตน

ข. Law for Preventing Unjustifiable Lagniappes and Misleading Representation, 1972 มีวัตถุประสงค์เพื่อปกป้องสิทธิของผู้บริโภคจากการกระทำที่เป็นการผูกขาดทางการค้าและป้องกันการเอาเปรียบในทางเศรษฐกิจ โดยผู้บริโภคต้องเสียประโยชน์ในทางทรัพย์สินที่สามารถคิดคำนวณเป็นเงินได้ ซึ่งมีคณะกรรมการการค้ายุติธรรม (Fair Trade Commission) เป็นผู้ทำหน้าที่ให้ความคุ้มครอง รวมทั้งเป็นองค์กรในการควบคุมการโฆษณา โดยมีมาตรการควบคุม

1. กำหนดราคาขั้นต่ำของสินค้าและบริการที่จำเป็น

2. การโฆษณาต้องไม่ใช่ข้อความอันเป็นเท็จหรือเกินความจริง ข้อความจะก่อให้เกิดการเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการไม่ว่าจะกระทำโดย หรืออ้างถึงรายงานทางวิชาการ หรือสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่ไม่เป็นความจริงหรือเกินความจริง และข้อความอื่นตามที่คณะกรรมการการค้ายุติธรรม (Fair Trade Commission) กำหนด

ในการควบคุมการโฆษณาที่ไม่เป็นไปตามหลักเกณฑ์ของกฎหมายในประเทศญี่ปุ่น ได้กำหนดให้อำนาจหน้าที่คณะกรรมการการค้ายุติธรรม (Fair Trade Commission) ไว้ เพื่อใช้ในการเยียวยาแก้ไขความเสียหายที่เกิดขึ้นต่อผู้บริโภคจากการโฆษณาที่ไม่เป็นไปตามหลักเกณฑ์ โดยให้คณะกรรมการมีอำนาจในการสั่งให้ผู้กระทำการโฆษณาต้องปฏิบัติตามดังต่อไปนี้⁴⁰

- (1) สั่งให้แก้ไขข้อความหรือวิธีการในการโฆษณา
- (2) ห้ามการใช้ข้อความบางอย่างที่ปรากฏในการโฆษณา
- (3) ห้ามการโฆษณาหรือห้ามใช้วิธีการนั้นในการโฆษณา

⁴⁰ Law for preventing Unjustifiable Lagniappes and Misleading Representation. (1972). *EHS Law Bulletin Series 6*. p. 1-9.

(4) ให้โฆษณาเพื่อแก้ไขข้อความเข้าใจผิดของผู้บริโภคที่อาจเกิดขึ้นแล้วตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่คณะกรรมการกำหนดและในการออกคำสั่งให้คณะกรรมการกำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการ โดยคำนึงถึงผลประโยชน์ของผู้บริโภค ประกอบกับความสุจริตในการกระทำการของผู้โฆษณา

บทกำหนดโทษการกระทำที่เป็นการฝ่าฝืนหลักเกณฑ์ดังกล่าว ผู้กระทำการฝ่าฝืนต้องได้รับโทษในทางอาญา ซึ่งมีอัตราโทษสูงสุด คือ จำคุกไม่เกิน 3 ปี หรือปรับไม่เกิน 200,000 บาท โดยไม่กำหนดอัตราขั้นต่ำเอาไว้ ในกรณีที่ผู้กระทำการฝ่าฝืนหลักเกณฑ์ข้างต้นนั้นเป็นนิติบุคคล กรรมการ ผู้จัดการ หรือผู้รับผิดชอบในการดำเนินการของนิติบุคคลนั้น ต้องรับโทษตามที่กฎหมายกำหนดสำหรับความผิดนั้นด้วย เว้นแต่จะพิสูจน์ได้ว่าตนมิได้มีส่วนในการกระทำผิดของนิติบุคคลนั้น

ในปี ค.ศ. 1994 ประเทศญี่ปุ่นมีกฎหมายว่าด้วยความรับผิดชอบในผลิตภัณฑ์ออกใช้บังคับมีเนื้อหาสาระคล้ายกับหลักเกณฑ์ความรับผิดชอบในผลิตภัณฑ์ที่ใช้อยู่ในประเทศสหรัฐอเมริกา เพื่อเยียวยาความเสียหายแก่ผู้เสียหายเฉพาะการบริโภคผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ผู้ผลิตมีความรับผิดชอบต่อความเสียหายต่อชีวิต ร่างกาย ทรัพย์สิน อันเกิดขึ้นเนื่องจากความบกพร่องในผลิตภัณฑ์ และเพื่อให้เกิดความมั่นคงในการดำรงชีวิตของประชาชนและเกิดการพัฒนาเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ

กฎหมายฉบับนี้มีบทกำหนดความหมายของผลิตภัณฑ์ไว้ว่า หมายถึง ทรัพย์สินที่เคลื่อนที่ได้ ซึ่งผ่านกระบวนการผลิต หรือประกอบแล้ว ส่วนความผิดปกติหรือบกพร่องของผลิตภัณฑ์ กำหนดให้หมายถึง ผลิตภัณฑ์นั้นขาดความปลอดภัยตามปกติธรรมดาที่ควรจะเป็น โดยพิจารณาถึงธรรมชาติของผลิตภัณฑ์ การคาดหมายตามธรรมดาในการบริโภคผลิตภัณฑ์ สถานการณ์เมื่อผู้ผลิตส่งมอบผลิตภัณฑ์ และเหตุการณ์อื่นๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นั้นๆ

ทั้งนี้ ได้กำหนดความหมายของผู้ผลิตที่ต้องรับผิดชอบไว้ โดยเน้นที่ผู้ผลิต ผู้ประกอบการ ผู้นำเข้า โดยปกติทางการค้า และให้หมายรวมถึงผู้ซึ่งใช้ชื่อทางการค้า เครื่องหมายการค้า หรือเครื่องหมายอื่นใดบนผลิตภัณฑ์อันมีลักษณะทำให้เข้าใจว่าเป็นผู้ผลิต หรืออาจหมายถึงผู้ซึ่งใช้ชื่อแสดงบนสินค้าหรือผลิตภัณฑ์เพื่อให้เข้าใจว่าเป็นผู้เกี่ยวข้องกับการผลิต ประกอบ นำเข้า หรือกรณีอื่นใดที่แท้จริง

กำหนดให้ผู้ที่เป็นผู้ผลิตหรือบุคคลที่อาจหมายถึงผู้ผลิตตามกฎหมายฉบับนี้ ต้องรับผิดชอบในความเสียหายต่อชีวิต ร่างกาย ทรัพย์สินของผู้ใด ซึ่งความเสียหายดังกล่าวเกิดจากความบกพร่องในผลิตภัณฑ์ที่เขาเป็นผู้ผลิต ประกอบ นำเข้า หรือใช้ชื่อในนามผู้ผลิต แต่ผู้ผลิตไม่ต้องรับผิดชอบต่อความเสียหายที่เกิดกับผลิตภัณฑ์นั่นเอง ทั้งนี้ก็ได้กำหนดข้อยกเว้นความรับผิดชอบของผู้ผลิตในกรณีที่ผู้ผลิตพิสูจน์ได้ว่า

1) ในขณะที่ผลิต ขณะวางจำหน่าย ความรู้และเทคโนโลยีทางวิทยาศาสตร์ยังไม่สามารถค้นพบได้ถึงข้อบกพร่องของผลิตภัณฑ์ หรือ

2) ในกรณีที่ผลิตภัณฑ์ถูกใช้เป็นส่วนประกอบหรือวัตถุดิบของผลิตภัณฑ์อื่นและข้อบกพร่องนั้นเกิดขึ้นเนื่องมาจากข้อกำหนดหรือวิธีการซึ่งกำหนดโดยผู้ผลิตที่อื่นดังกล่าวแล้ว และผู้ผลิตคนแรกมิได้ประมาท หรือเป็นต้นเหตุให้เกิดข้อบกพร่อง ทั้งนี้กำหนดระยะเวลาใช้สิทธิเรียกร้องของผู้เสียหายไว้ 2 กรณี ได้แก่

(1) กำหนด 3 ปี นับแต่เวลาที่ผู้เสียหายรู้ถึงความเสียหายและรู้ตัวผู้ต้องรับผิดชอบหรือ 10 ปีนับแต่มีการส่งมอบผลิตภัณฑ์

(2) ระยะเวลาในข้อ 1 อาจคำนวณได้จากเวลาเมื่อความเสียหายเริ่มปรากฏชัดขึ้นในกรณีที่ความเสียหายเกิดจากวัตถุที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพมนุษย์ หากมีอยู่ในร่างกายหรือสะสมอยู่ในร่างกายเมื่อปรากฏอาการแห่งความเป็นอันตรายหลังจากระยะเวลาหนึ่งเวลาใด ในเรื่องของความเสียหายนั้น พระราชบัญญัติว่าด้วยความรับผิดในผลิตภัณฑ์ ค.ศ. 1994 (The Product Liability Act 1994) ได้กำหนดว่าความเสียหายที่ได้รับการเยียวยาตามความในกฎหมายฉบับนี้คือ ความเสียหายต่อชีวิต ร่างกาย และทรัพย์สินของบุคคล เว้นแต่ความเสียหายที่เกิดขึ้นจากสินค้าที่ซื้อมาใช้เอง แต่ก็ได้กำหนดขอบเขตของค่าสินไหมทดแทนเอาไว้ว่าจำเลยจะต้องรับผิดชอบอย่างน้อยเพียงใด ดังนั้น การเรียกร้องค่าสินไหมทดแทนจึงเป็นไปตามกฎหมายแพ่งในเรื่องค่าสินไหมทดแทนเพื่อการละเมิด

เป็นที่น่าสังเกตว่า กฎหมายฉบับนี้ได้กำหนดแนวทางไว้ชัดเจนมากขึ้น ทั้งในด้านผู้ต้องรับผิดชอบ ข้อยกเว้นความรับผิดชอบ แม้จะบัญญัติไว้เพียงไม่กี่มาตรา แต่แสดงให้เห็นว่าเป็นการแก้ปัญหาหลายประการที่กฎหมายของประเทศสหรัฐอเมริกาเคยประสบมาก่อน ตัวอย่างเช่น การกำหนดผู้ต้องรับผิดชอบ โดยถือว่าผู้ผลิตเป็นตัวขึ้นที่ต้องรับผิดชอบ ในกรณีที่มีบุคคลอื่นแสดงตนจัดเป็นผู้ผลิต บุคคลเหล่านี้ก็ถูกถือเสมือนหนึ่งเป็นผู้ผลิตด้วย ไม่ว่าจะเป็นการแสดงด้วยชื่อทางการค้า หรือเครื่องหมายอื่นใด แต่ไม่ได้กำหนดว่า ผู้ค้าส่ง ผู้ค้าปลีก เป็นผู้ที่ต้องรับผิดชอบในกฎหมายฉบับนี้⁴¹

อย่างไรก็ดี จากข้อเท็จจริงที่เห็นในปัจจุบันหลังจากที่กฎหมายว่าด้วยความรับผิดในผลิตภัณฑ์มีผลบังคับใช้นั้นมีประเด็นที่เกิดขึ้นคือ

⁴¹ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ. (ม.ป.ป.). การคิดลดราคาสินค้าอาหารเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคในญี่ปุ่น. สืบค้นเมื่อ 7 ธันวาคม 2555, จาก <http://www.ditp.go.th/attachments/article/doc/53/53000576.pdf>

1) ยังไม่ประสบความสำเร็จในการช่วยเหลือเยียวยาความเสียหายให้รวดเร็วและเหมาะสมให้แก่ผู้บริโภคที่เสียหายได้จริง

2) รัฐมิได้เห็นความสำคัญในเรื่องความปลอดภัยของผู้บริโภค ไม่มีกำลังอย่างเพียงพอที่จะสามารถหยุดยั้งบริษัทที่เล็งเห็นแต่ผลประโยชน์ของบริษัทตนเป็นหลัก

ดังนั้น สิ่งที่เป็นพื้นฐานการรับรองความปลอดภัยในผลิตภัณฑ์โดยกำหนดให้ฝ่ายผู้ผลิตมีมาตรการรองรับที่เหมาะสม ซึ่งเน้นทางด้านความปลอดภัยในตัวผลิตภัณฑ์เป็นหลักโดยภาครัฐควรจะต้อง

1) เสริมกำลังและเตรียมพร้อมในด้านระบบการชี้แนะและควบคุมดูแลเกี่ยวกับความปลอดภัยของสินค้า

2) นำข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับอุบัติเหตุในผลิตภัณฑ์หรือที่เกี่ยวกับการร้องเรียนในตัวผลิตภัณฑ์ต้องสามารถออกเผยแพร่ในลักษณะที่ชัดเจน ทั้งนี้เพื่อเป็นพื้นฐานให้กฎหมายมีประสิทธิภาพในการบังคับใช้จริง และสามารถป้องกันล่วงหน้ามิให้เกิดหรือการแพร่ขยายความเสียหายอันเนื่องมาจากผลิตภัณฑ์ต่อไป

สำหรับเหตุผลที่กฎหมายว่าด้วยความรับผิดชอบในผลิตภัณฑ์ไม่เป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภคมากนักและไม่สามารถกระตุ้นให้ทางฝ่ายผู้ผลิตมีพฤติกรรมในการรับรองด้านความปลอดภัยในผลิตภัณฑ์นั้นได้แก่

1) ความยากในการนำสืบความสัมพันธ์ระหว่างเหตุผลหรือความชำรุดบกพร่องเนื่องจากองค์ประกอบเงื่อนไขของการเก็บรักษาหลักฐานหรือคำสั่งบังคับให้ส่งเอกสารตามหลักกฎหมายวิธีพิจารณาความแพ่งมีความเข้มงวด ประกอบกับเป็นการยากที่จะให้ผู้บริโภคสามารถค้นหาเอกสารหรือหลักฐานที่สำคัญในการนำสืบเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างเหตุผลหรือความชำรุดบกพร่อง อีกทั้งระบบการพิพากษาคัดลันก็ยังไม่มีความสมบูรณ์เพียงพอ ดังนั้น ภาระในการนำสืบโดยผู้บริโภคซึ่งไม่มีความรู้เฉพาะทางจึงมีมากเป็นพิเศษ

2) มิได้กำหนดในเรื่องการเรียกร้องค่าเสียหายในลักษณะที่เป็นการลงโทษและเงินค่าเรียกร้องค่าเสียหายนั้นอยู่ในระดับต่ำ ดังนั้น จึงไม่มีแรงจูงใจต่อผู้ผลิตในการรับรองด้านความปลอดภัยในผลิตภัณฑ์โดยการใช้จ่ายเงินลงทุนจำนวนมากเพื่อหลีกเลี่ยงในเรื่องการเรียกร้องค่าเสียหาย ซึ่งในประเทศญี่ปุ่นเองก็มีการเสนอแนะให้มีการแก้ไขเพิ่มเติมกฎหมายนี้ต่อไป ซึ่งสำหรับประเด็นที่สมควรได้รับการแก้ไขมีดังนี้

(1) การเพิ่มเติมบทบัญญัติว่าด้วยการสันนิษฐานความสัมพันธ์ระหว่างเหตุและผลหรือความชำรุดบกพร่องตามกฎหมายว่าด้วยความรับผิดชอบในผลิตภัณฑ์และบทบัญญัติว่าด้วยการเรียกร้องค่าเสียหายในเชิงลงโทษ

(2) การนำระบบการดำเนินคดีแบบกลุ่ม (Class Action) มาใช้ในกระบวนการพิจารณาความแพ่ง

(3) แก้ไขและเตรียมความพร้อมในด้านระบบการพิพาทขาดสินเพื่อให้สามารถใช้บริการได้โดยมีค่าใช้จ่ายที่ต่ำ และการพิจารณาเลือกผู้ที่จะทำหน้าที่พิจารณาพิพาทขาดสินที่มีความเหมาะสม

(4) เพิ่มเติมบทบัญญัติว่าด้วยการประกาศเผยแพร่หลักฐาน ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับอุบัติเหตุในผลิตภัณฑ์และข้อมูลข่าวสารในการร้องเรียน โดยบังคับให้ผู้ผลิตมีหน้าที่ในการประกาศเปิดเผยให้กับหน่วยงานภาครัฐที่ดูแลรับผิดชอบ เช่น การแจ้งต่อผู้บริโภคที่ใช้ผลิตภัณฑ์หนึ่งๆ เกี่ยวกับข้อมูลข่าวสารอุบัติเหตุและแนวโน้มของความเสียหาย ซึ่งเกิดขึ้นในผลิตภัณฑ์ดังกล่าว

จะเห็นได้ว่าในส่วนของประเทศของความเสียหายรวมทั้งมาตรการคุ้มครองในการโฆษณาของประเทศญี่ปุ่น ที่จะได้รับการเยียวยาและขอบเขตของความรับผิดชอบ เช่น

1) ความเสียหายแก่ชีวิตร่างกาย และจิตใจ

กฎหมายว่าด้วยความรับผิดในผลิตภัณฑ์ ข้อ 3 (Product Liability Law, Article 3) ของประเทศญี่ปุ่นนั้นบัญญัติว่า ความเสียหายที่จะได้รับการเยียวยาตามความในกฎหมายฉบับนี้ คือ ความเสียหายแก่ชีวิต ร่างกาย และทรัพย์สินของบุคคลยกเว้นความเสียหายที่เกิดขึ้นแก่สินค้าที่ชำรุดบกพร่องนั่นเอง แต่กฎหมายว่าด้วยความรับผิดในผลิตภัณฑ์ (Product Liability Law) ก็ไม่ได้กำหนดขอบเขตของค่าสินไหมทดแทนเอาไว้ว่าจำเลยจะต้องรับผิดชอบมากน้อยเพียงใด ดังนั้นการกำหนดค่าสินไหมทดแทนจึงเป็นไปตามประมวลกฎหมายแพ่งของญี่ปุ่นในเรื่องค่าสินไหมทดแทนเพื่อการทำละเมิด และแม้ประเทศญี่ปุ่นจะนำกฎหมายที่เป็นแนวทาง (EC Directive) มาใช้เป็นแนวทางในการบัญญัติกฎหมายของตน แต่ก็ไม่ได้นำแนวคิดในการกำหนดค่าเสียหายขั้นต่ำและขั้นสูงมาบัญญัติไว้ เพราะเห็นว่าไม่เหมาะสมกับระบบกฎหมายของประเทศญี่ปุ่นในเรื่องของความเสียหายทางจิตใจนั้นกฎหมายญี่ปุ่นจะยอมให้เรียกได้ก็ต่อเมื่อมีความเสียหายทางร่างกายเกิดขึ้นแก่ผู้เสียหายด้วย

2) ความเสียหายแก่ทรัพย์สิน

กฎหมายว่าด้วยความรับผิดในผลิตภัณฑ์ ข้อ 3 (Product Liability Law, Article 3) ของประเทศญี่ปุ่น บัญญัติไว้แต่เพียงว่าความเสียหายที่เกิดขึ้นแก่ตัวสินค้าที่ชำรุดบกพร่องนั่นเอง ไม่อยู่ภายใต้บังคับของกฎหมายฉบับนี้ แต่กฎหมายญี่ปุ่นก็ไม่ได้กำหนดเป็นเงื่อนไขว่าทรัพย์สินใดที่จะได้รับความคุ้มครองภายใต้กฎหมายว่าด้วยความรับผิดในผลิตภัณฑ์ (Product Liability Law) ดังนั้นแม้เป็นทรัพย์สินที่มีไว้เพื่อการค้าก็ได้รับความคุ้มครอง ซึ่งกรณีนี้จะแตกต่างจาก EC Directive นั่นเอง

3) มาตรการในการคุ้มครองทางด้านฉลาก

ประเทศญี่ปุ่นมีการออกกฎหมายเพื่อคุ้มครองความปลอดภัยในการบริโภคอาหาร รวมถึงเพื่อให้ข้อมูลแก่ผู้บริโภคอย่างเหมาะสมเพื่อประกอบการเลือกซื้อสินค้าของชาวญี่ปุ่น ซึ่งผู้ผลิตอาหารในประเทศต่างให้ความร่วมมือในการปฏิบัติตามข้อบังคับเป็นอย่างดี แต่สำหรับสินค้าอาหารที่นำเข้ามาภายใต้กระแสความนิยมอาหารต่างชาติที่เพิ่มขึ้นในปัจจุบัน โดยเฉพาะจากแถบเอเชีย พบว่าสินค้านำเข้าจำนวนมากไม่ได้ติดฉลากที่เหมาะสมตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับมาตรฐานและการติดฉลากที่เหมาะสมของผลิตภัณฑ์เกษตรและป่าไม้ (The Law Concerning Standardization and Proper Labeling of Agricultural and Forestry Products) (JAS Law) และไม่มีคำอธิบายถึงส่วนประกอบของอาหารเป็นภาษาญี่ปุ่น เนื่องจากผู้ประกอบการเห็นว่าเป็นการเพิ่มภาระและต้นทุนการผลิต

จากการตรวจสอบของสำนักกิจการคุ้มครองผู้บริโภค (Consumer Affairs Agency) พบการไม่ติดฉลากที่เหมาะสมตามกฎหมายมาตรฐานเกษตรญี่ปุ่น (Japanese Agricultural Standard) JAS Law และไม่มีคำอธิบายเป็นภาษาญี่ปุ่นในสินค้านำเข้าหลายรายการ โดยตัวอย่างสินค้าจากสาธารณรัฐเกาหลีที่ตรวจพบ เช่น Binchoson (น้ำส้มสายชู เข้มข้นจากสาธารณรัฐเกาหลีที่มี Acetic Acid กวาร์ร้อยละ 99 เป็นส่วนประกอบ ซึ่งเกินสัดส่วนที่กำหนดไว้ตามมาตรฐานของทางการญี่ปุ่น ถึง 20 เท่า) รวมถึงเบหมิกิ่งสำเร็จรูปและสาหร่ายของชนิดต่างๆ นอกจากนี้ ยังพบว่ามีซุปร้อนปรุงรสต้มยำกึ่งจากไทยไม่ติดฉลากภาษาญี่ปุ่นด้วยเช่นกัน ทั้งนี้ ในกรณีของ Binchoson ได้ทำให้ผู้บริโภคญี่ปุ่นซึ่งรู้เท่าไม่ถึงการณ์เกิดการท้องเสียและระคายเคืองในลำคอ เพราะไม่ได้นำผลิตภัณฑ์ไปผสมน้ำให้เจือจางลงก่อนการรับประทาน สำนักกิจการคุ้มครองผู้บริโภคเห็นว่าการศึกษาและปฏิบัติตามข้อบังคับภายใต้ JAS Law จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ผลิตและผู้ส่งออกสินค้าอาหารไทยที่สนใจส่งออกสินค้ามายังตลาดญี่ปุ่น เนื่องจากแม้ว่าญี่ปุ่นจำเป็นต้องนำเข้าผลิตภัณฑ์อาหารต่างๆ เป็นจำนวนมากถึงร้อยละ 60 ของการบริโภคในแต่ละปี เพราะผลผลิตในประเทศไม่เพียงพอต่อการบริโภค แต่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องของญี่ปุ่นก็ได้ละเลาะความปลอดภัยในการบริโภคอาหารของประชาชนแต่อย่างใด ในทางกลับกัน ญี่ปุ่นได้คุ้มครองความปลอดภัยของประชาชนอย่างเข้มงวดจนถึงขนาดสามารถตรวจสอบย้อนกลับ (Tracibility) ไปได้จนถึงแหล่งผลิต วิธีการผลิต และส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ เนื่องจาก JAS Law ซึ่งออกโดยกระทรวงเกษตรป่าไม้และประมง (Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries) ได้กำหนดมาตรการเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคไว้หลายประการ ประกอบด้วย⁴²

⁴² แหล่งเดิม.

1) ให้มีการติดฉลากสินค้าอาหาร (Food Labeling) ในสินค้าทุกรายการอย่างเหมาะสม ดังนี้ อาหารสด เช่น พืชผัก ต้องระบุ ชื่อ แหล่งเพาะปลูก ส่วนประกอบทางอาหาร และผู้จัดจำหน่าย และที่อยู่ สัตว์น้ำ ต้องระบุชื่อ แหล่งเพาะเลี้ยง การผ่านกระบวนการหลังการแช่แข็ง (Thawed) การเพาะเลี้ยง (Cultured) ส่วนประกอบทางอาหาร และผู้จัดจำหน่ายและที่อยู่ สัตว์บก ต้องระบุ ชื่อ แหล่งเพาะเลี้ยง ส่วนประกอบทางอาหาร ผู้จัดจำหน่ายและที่อยู่ ข้าว (ทั้งที่สีแล้วและยังไม่ได้ผ่านการสี) ต้องระบุ ชื่อ แหล่งผลิต ปีที่เพาะปลูก สัดส่วนของข้าวส่วนประกอบทางอาหาร วันที่สีข้าว (เฉพาะข้าวที่สีแล้ว) และผู้จัดจำหน่ายและที่อยู่ อาหารแปรรูปซึ่งทุกชนิด ต้องระบุ ชื่อ วัตถุดิบ แหล่งผลิตวัตถุดิบ ส่วนประกอบทางอาหาร วันหมดอายุ วิธีนอมอาหารประเทศที่ผลิต และผู้จัดจำหน่ายและที่อยู่

2) กำหนดให้มีการตรวจสอบโดย Food Label G-men ที่ได้รับการมอบหมายโดยทางการนับแต่ปี 2008 รวมถึงเปิดโอกาสให้ผู้บริโภคร้องเรียนได้ทางหมายเลขฉุกเฉินฉลากอาหาร โทร 110 (Food Labeling Emergency Call 110) รวมถึงเป็นรหัสสินค้าอาหาร (Food Product Watchers) ได้อีกด้วย

3) จัดทำเครื่องหมายการค้า (Logo Mark) เพื่อสร้างความมั่นใจแก่ผู้บริโภคในความปลอดภัยของอาหาร ดังนี้ อาทิ เช่น JAS Mark สำหรับสินค้าอาหารที่ได้มาตรฐานทั่วไปของ JAS ในด้านคุณภาพ (รวมถึงสี กลิ่น วัตถุดิบ และส่วนประกอบ) Specific JAS Mark สำหรับสินค้าอาหารที่ได้มาตรฐานพิเศษของ JAS เช่น แหล่งผลิตและการแปรรูปอาหารที่พิเศษ รวมถึงคุณภาพที่สูงกว่า สินค้าชนิดเดียวกันทั่วไปรวมทั้งเครื่องหมายการค้าที่เป็นอินทรีย์ (Organic JAS Mark) สำหรับสินค้าอาหารที่ได้มาตรฐาน Organic JAS เช่น การเพาะปลูกโดยไม่ใช้ยาฆ่าแมลงและปุ๋ยเคมีและข้อมูลการผลิตเปิดเผย (Production Information Disclosed JAS Mark) สำหรับสินค้าเนื้อวัว หมู และอื่นๆ ที่ข้อมูลการผลิต เช่น ชื่อและที่อยู่ของผู้เพาะเลี้ยง ที่ตั้งของฟาร์ม อาหารสัตว์ที่ใช้ และการใช้ยากับสัตว์ที่เลี้ยง ได้รับการเปิดเผย

4) มาตรการคุ้มครองในด้านการเยียวยา

วิธีพิจารณาคดีเล็กน้อยหรือการชดใช้เยียวยาค่าเสียหาย หรือ Small Claim Court ของประเทศญี่ปุ่น มีรูปแบบการพิจารณาคดีแบบรวบรัด ซึ่งจะเป็นคดีประเภทการเรียกคืนสินค้า การเรียกคืนเงินประกันจากการเช่าสังหาริมทรัพย์ การไม่จ่ายค่าล่วงเวลา การเรียกร้องค่าเสียหายในการซ่อมรถในกรณีอุบัติเหตุทางรถยนต์ ซึ่งมีระบบการพิจารณาคดีโดยมีกระบวนการที่ไม่มีความยุ่งยาก ช้าช้อน ความรวดเร็ว และเสียค่าใช้จ่ายน้อย และที่สำคัญคือ สามารถดำเนินการให้เสร็จสิ้นภายในวันเดียวได้ โดยมีทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง เช่น โจทก์ จำเลย ทนายความของทั้งสองฝ่ายและพยานหลักฐานต่างๆ มาอยู่พร้อมหน้ากัน จึงทำให้มีการเรียกวิธีการพิจารณาคดีแบบนี้ว่า “ศาลโต๊ะกลม”

(Round Table Court)” ซึ่งอยู่ภายใต้กฎหมายชื่อกฎหมายการเรียกร้องค่าเสียหาย “Japanese Small Claims Procedure” โดยมีการประกาศใช้เมื่อวันที่ 1 มกราคม ค.ศ. 1998 ซึ่งได้นำรูปแบบมาจากวิธีพิจารณาคดีเล็กน้อยของประเทศสหรัฐอเมริกาตนเอง ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมให้ประชาชนที่มีคดีความเล็กน้อยได้มีโอกาสใช้สิทธิทางศาลเพื่อแก้ไขเยียวยา ความเสียหาย โดยการทำให้ประชาชนรู้สึกว่าเป็นศาลของประชาชน” เป็นที่พึ่งของประชาชนเมื่อเกิดคดีความ

วิธีพิจารณาคดีเล็กน้อย หรือ Small Claim Court ของประเทศญี่ปุ่นดังกล่าวมีหลักการ 3 ประการ กล่าวคือ⁴³

1) เจ้าหนี้ที่จะใช้สิทธิผ่านกระบวนการนี้ ต้องมีจำนวนหนี้ไม่เกินกว่า 600,000 เยน⁴⁴ ถึงแม้ศาลพิจารณาคดีรวบรัดตามปกติ จะมีเขตอำนาจในการพิจารณาพิพากษาคดีที่มีมูลค่าสูงถึง 1,400,000 เยน ก็ตาม ทั้งนี้ ตามมาตรา 368(1) ประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความแพ่งของประเทศญี่ปุ่น

2) โจทก์มีหน้าที่ต้องจัดทำคำฟ้องเพื่อขอให้มีการพิจารณาคดี เมื่อได้มีการยื่นคำฟ้องให้พิจารณาคดีแบบเล็กน้อย ทั้งนี้ ตามมาตรา 368(2) แห่งประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความแพ่งของประเทศญี่ปุ่น ซึ่งรายละเอียดของคำฟ้องต้องมีข้อความดังนี้ “ข้าพเจ้าขอให้มีการพิจารณาคดีนี้ โดยการใช้กระบวนการพิจารณาคดีเล็กน้อย ข้าพเจ้าในฐานะโจทก์ได้ขอใช้กระบวนการพิจารณาคดีแบบรวบรัดในปีนี้เป็นจำนวน 2 ครั้งแล้ว” และการนำคดีขึ้นสู่วิธีพิจารณาคดีเล็กน้อยนั้น มีความสะดวกรวดเร็ว หรือมีการพิจารณาคดีแบบรวบรัด (Summary Court) กฎหมายจึงกำหนดจำนวนคดีที่โจทก์จะขอให้ศาลพิจารณาคดีหรือนำคดีขึ้นสู่ศาลได้ ไม่เกินกว่า 10 ครั้งต่อปี ทั้งนี้ เพื่อสร้างความเท่าเทียมให้กับประชาชน

3) โจทก์มีสิทธิยื่นคำฟ้องต่อศาลเพื่อขอให้มีการพิจารณาคดีเล็กน้อยได้ไม่เกินจำนวน 10 ครั้งต่อปี และโจทก์มีหน้าที่ต้องเปิดเผยจำนวนคดีที่ได้ยื่นฟ้องต่อศาลพิจารณาคดีรวบรัด ทั้งนี้ ตามมาตรา 368(3) แห่งประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความแพ่งของประเทศญี่ปุ่นจะเห็นได้ว่าข้อพิพาทหลักของการใช้วิธีพิจารณาคดีเล็กน้อย คือ การจำกัดสิทธิเรียกร้องที่เป็นจำนวนเงินที่เป็นคดีความต้องไม่เกิน 600,000 เยน หรือในกรณีของสิทธิเรียกร้องที่อยู่ในรูปแบบอื่น แต่มีมูลค่าเทียบเท่าเป็นตัวเงินไม่เกินที่กำหนดไว้ ยกเว้นกรณีการส่งมอบสินค้าหรือการเปลี่ยนแปลงกรรมสิทธิ์ ถึงแม้จำนวนมูลค่าสิทธิเรียกร้องจะอยู่ภายใต้จำนวนดังกล่าวก็ไม่สามารถมาดำเนิน

⁴³ สุภัทร แสงประดับ, เล่มเดิม, หน้า 78-80.

⁴⁴ 1 เยน = 0.311340931 บาท เทียบอัตราแลกเปลี่ยนวันที่ 30 มีนาคม 2556 จากธนาคารแห่งประเทศไทย.

กระบวนการพิจารณาแบบคดีเล็กน้อยได้ วิธีพิจารณาคดีเล็กน้อยสามารถดำเนินการได้ทั้งในกรณีของ Objective Joint Claims⁴⁵ หรือ Subjective Claims⁴⁶ ทั้งนี้ตามมาตรา 373(3) (iv) แห่งประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความแพ่งของประเทศญี่ปุ่น ซึ่งนั่นก็เป็นบทบัญญัติของกฎหมายประเทศญี่ปุ่นที่ได้ให้ความคุ้มครองตามกฎหมายดังกล่าวข้างต้นนั่นเอง

นอกจากนี้ จะเห็นได้ว่า การนำคดีขึ้นสู่วิธีพิจารณาคดีเล็กน้อยนั้น มีความสะดวก รวดเร็ว หรือมีการพิจารณาคดีแบบรวบรัด (Summary Court) กฎหมายจึงกำหนดจำนวนคดีที่โจทก์จะขอให้ศาลพิจารณาคดีหรือนำคดีขึ้นสู่ศาลได้ ไม่เกินกว่า 10 ครั้งต่อปี ทั้งนี้ เพื่อสร้างความเท่าเทียมให้กับประชาชน และไม่ให้สถาบันการเงินใช้วิธีพิจารณาคดีแบบนี้ ในการติดตามทวงหนี้ ลูกหนี้ที่มีจำนวนหนี้เล็กน้อยที่สามารถเข้าสู่วิธีพิจารณาคดีแบบนี้ได้ แต่เมื่อศึกษากฎหมายวิธีพิจารณาคดีผู้บริโภคของไทยแล้ว กฎหมายไม่ได้กำหนดไว้อย่างเช่นของประเทศญี่ปุ่นแต่อย่างใด ซึ่งคดีเกี่ยวกับลูกหนี้กู้ยืมเงินจากสถาบันการเงิน แล้วผิดนัดไม่ชำระหนี้ ก็จะมีผลให้ผู้ประกอบธุรกิจอาศัยกฎหมายวิธีพิจารณาคดีผู้บริโภคของไทยเป็นเครื่องมือได้ เพราะกฎหมายฉบับนี้ เมื่อพิจารณาตามพระราชบัญญัติวิธีพิจารณาคดีผู้บริโภค พ.ศ. 2551 แล้ว ถือว่าคดีที่ผู้บริโภคผิดนัดไม่ชำระหนี้ แก่ผู้ประกอบการก็ปฏิบัติตามสัญญากู้ยืมเงินแล้ว ก็ย่อมถือเป็นคดีผู้บริโภคจึงเป็นปัญหาที่กฎหมายฉบับนี้มีผลใช้บังคับในวงกว้างอย่างมาก ซึ่ง Objective Joint Claims หมายถึง การที่โจทก์ยื่นฟ้องจำเลยเรียกร้องหนี้เงินยืมจำนวน 200,000 เยน ในขณะเดียวกันก็ยื่นคำขอให้ลูกหนี้ชำระหนี้เงินอีก 300,000 เยน จะเห็นว่ามูลค่าที่กำหนดไว้ใน การเข้าสู่กระบวนการวิธีพิจารณาคดีเล็กน้อยของคดีนี้มีจำนวนไม่เกิน 600,000 เยน ดังนั้น วิธีพิจารณาคดีเล็กน้อย หรือ Small Claim Court ในประเทศญี่ปุ่นมีลักษณะพิเศษ ดังนี้

1) มีความรวดเร็วในการทำคำพิพากษา กล่าวคือ โดยหลักแล้วจะต้องมีการส่งมอบคำพิพากษาทันทีหลังจากที่ศาลเสร็จกระบวนการแถลงด้วยวาจาต่อศาลแล้ว แต่วิธีพิจารณาคดีประเภทนี้ การส่งมอบคำพิพากษาไม่จำเป็นต้องอยู่ในรูปของเอกสารต้นฉบับที่ผู้พิพากษาได้ทำขึ้นเท่านั้น

⁴⁵ Objective Joint Claims หมายถึง การที่โจทก์ยื่นฟ้องจำเลยเรียกร้องหนี้เงินยืมจำนวน 200,000 เยน ในขณะเดียวกันก็ยื่นคำขอให้ลูกหนี้ชำระหนี้เงินอีก 300,000 เยน จะเห็นว่ามูลค่าที่กำหนดไว้ใน การเข้าสู่กระบวนการวิธีพิจารณาคดีเล็กน้อยของคดีนี้มีจำนวนไม่เกิน 600,000 เยน.

⁴⁶ Subjective หมายถึง การที่โจทก์ยื่นฟ้องจำเลย A ต่อศาลเรียกร้องหนี้เงินยืมจำนวน 100,000 เยน ในขณะเดียวกันเจ้าหนี้คนดังกล่าวก็ยื่นฟ้องจำเลย B ในอีกคดีหนึ่งในฐานะผู้ค้าประกันหนี้เงิน กรณีนี้จะเห็นว่าถึงแม้การฟ้องต่อศาลของทั้งสองกรณีจะเป็นการฟ้องร้องที่เป็นหนี้จำนวนเงินทั้งคู่ แต่กรณีหลังไม่สามารถดำเนินการผ่านวิธีพิจารณาคดีเล็กน้อยได้.

ธุรการศาลอาจส่งมอบเนื้อหาของคำพิพากษาโดยการอัดเทปและส่งเทปเหล่านี้ให้ผู้กรณีก็ได้ หรืออาจมีการนัดเพื่อส่งคำพิพากษาในอีกวันถัดมาก็ได้

2) คำสั่งให้มีการพิทักษ์ทรัพย์ชั่วคราว กล่าวคือ เมื่อผู้พิพากษารับคำฟ้องของโจทก์ไม่ว่าจะรับทั้งหมดหรือเพียงบางส่วน คำพิพากษาที่ออกมาจะต้องมีคำสั่งในเรื่องการพิทักษ์ทรัพย์ชั่วคราว

3) มีแบบฟอร์มคำขอเข้าสู่กระบวนการวิธีพิจารณาคดีเล็กน้อยได้โดยง่าย โดยให้ประชาชนสามารถกรอกข้อมูลตามแบบฟอร์มที่กำหนดให้ไว้จะมีบริการอยู่ที่เคาน์เตอร์บริการด้านหน้าศาลพิจารณาคดีแบบรวบรัด

4) การฟ้องร้องคดีโดยวาจาได้ แทนลายลักษณ์อักษร (ตามมาตรา 271) และต้องมีความชัดแจ้งแห่งข้อหา (ตามมาตรา 272)

5) ค่าธรรมเนียมสำหรับคดีเล็กน้อยมีราคาถูก ซึ่งปกติจะอยู่ระหว่างร้อยละ 1 และร้อยละ 2 ของจำนวนที่จะได้รับการจ่ายชดเชย ถือว่าอยู่ในเกณฑ์ที่สมเหตุสมผล ซึ่งหลักเกณฑ์การคิดค่าธรรมเนียม เป็นดังนี้

- (1) จำนวนเงินที่ขอให้ชดเชย น้อยกว่า 100,000 เยน ค่าธรรมเนียม 1,000 เยน
- (2) จำนวนเงินที่ขอให้ชดเชย น้อยกว่า 100,001-200,000 เยน ค่าธรรมเนียม 2,000 เยน
- (3) จำนวนเงินที่ขอให้ชดเชย น้อยกว่า 200,001-300,000 เยน ค่าธรรมเนียม 3,000 เยน
- (4) จำนวนเงินที่ขอให้ชดเชย น้อยกว่า 300,001-400,000 เยน ค่าธรรมเนียม 4,000 เยน
- (5) จำนวนเงินที่ขอให้ชดเชย น้อยกว่า 400,001-500,000 เยน ค่าธรรมเนียม 5,000 เยน
- (6) จำนวนเงินที่ขอให้ชดเชย น้อยกว่า 500,001-600,000 เยน ค่าธรรมเนียม 6,000 เยน

3.2.3.2 องค์การบังคับใช้กฎหมาย

ในปัจจุบันมีองค์กรภาครัฐซึ่งทำหน้าที่ดังกล่าวทั้งในระดับประเทศและในระดับท้องถิ่น ได้แก่ ศูนย์คุ้มครองผู้บริโภคแห่งประเทศไทยญี่ปุ่น (The Japan Consumer Information Center (JCIC)) ซึ่งต่อมาเรียกชื่อใหม่ว่า “National Center For Consumer Affairs (NCCA)” โดย NCCA จะทำหน้าที่กระจายข้อมูลในระบบ Net-work ที่เรียกว่า “(Pio-Net)” หรือเรียกว่า เครือข่ายสารสนเทศออนไลน์ปฏิบัติ (Practical Living Information Online Network) อันเป็นข้อมูลที่ประกอบด้วย

สาระสำคัญที่ควรรู้และข้อร้องเรียนของผู้บริโภคทั่วประเทศไปยังเครือข่ายเพื่อผู้บริโภคในท้องถิ่นต่างๆ อันช่วยทำให้เป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายของทั้งภาครัฐ ท้องถิ่น และเอกชน นอกเหนือจากระบบรับข้อพิพาทและการให้ข้อมูลแก่ผู้บริโภคแล้ว ปัจจุบันมีการปรับปรุงแก้ไขกฎหมายวิธีพิจารณาความแพ่ง ซึ่งทำให้ผู้บริโภคที่เป็นผู้เสียหายสามารถอาศัยข้อมูลจากผู้ประกอบธุรกิจซึ่งถูกกำหนดให้ต้องจัดการให้มีข้อมูลรายละเอียดต่างๆ เพื่อการดำเนินคดีตามกฎหมาย

นอกจากนั้นพนักงานบังคับคดีมีสถานะเป็นเจ้าหน้าที่ของรัฐ (Public Officer) แต่ไม่มีสถานะเป็นข้าราชการและไม่ได้รับเงินเดือนจากเงินงบประมาณแผ่นดิน แต่ถือว่าเป็นเจ้าพนักงานของศาลแขวงประจำท้องถิ่น สำหรับค่าธรรมเนียมให้เรียกเก็บตามที่กำหนดโดยข้อกำหนดของศาลฎีกา

ทั้งนี้องค์กรต่างๆ ในภาครัฐที่เกี่ยวกับผู้บริโภคได้ก่อตั้งขึ้นในช่วงปี ค.ศ. 1960-1969 ได้แก่ สำนักงานนโยบายสังคม (Social Policy Bureau) แห่งสำนักงานวางแผนเศรษฐกิจ (Economic Planning Agency (EPA)) กรมต่างๆ ในกระทรวงอุตสาหกรรมและการค้าระหว่างประเทศ และกระทรวงเกษตรและป่าไม้ และตามพระราชบัญญัติพื้นฐานในการคุ้มครองผู้บริโภค ค.ศ. 1968 (The Consumer Protection Fundamental Act, 1968) ได้วางนโยบายไว้ให้แก่วิทยาลกลางและรัฐบาลท้องถิ่นเกี่ยวกับการดำเนินงานและการพัฒนาด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ซึ่งองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค มีดังนี้⁴⁷

1) คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (The Consumer Protection Council) และกระทรวง/หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคโดยนายกรัฐมนตรีเป็นประธาน ทำหน้าที่วางแผนและกำหนดทิศทางด้านนโยบายและมาตรการการคุ้มครองผู้บริโภคของรัฐบาล คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประกอบด้วยรัฐมนตรีที่เกี่ยวข้อง 15 คน อนึ่ง จะมีการประชุมร่วมกันระหว่างกระทรวงระดับผู้อำนวยการ (Director) หลายครั้งต่อปี ทั้งนี้โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการประสานงานและติดตามผลเกี่ยวกับมาตรการตามมติที่คณะกรรมการได้พิจารณาแล้ว

2) คณะกรรมการนโยบายเกี่ยวกับคุณภาพชีวิต (Quality of Life Bureau) คณะกรรมการนโยบายเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตจัดเป็นองค์กรด้านการให้คำแนะนำปรึกษาต่อนายกรัฐมนตรี ซึ่งถูกตั้งขึ้นและอยู่ภายใต้ EPA คณะกรรมการประกอบด้วยผู้เชี่ยวชาญต่างๆ ในสาขาการคุ้มครองผู้บริโภค ได้แก่ นักวิชาการ ตัวแทนองค์กรผู้บริโภค และตัวแทนด้านอุตสาหกรรมหลักต่างๆ

⁴⁷ อัครพงษ์ เวชยานนท์. (ม.ป.ป.). การคุ้มครองผู้บริโภคในประเทศไทย. สืบค้นเมื่อ 20 ธันวาคม 2555, จาก <http://www.gotoknow.org/posts/144700>

3) สำนักงานคณะรัฐมนตรี (Cabinet Office) และกระทรวงกับองค์กรต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง กระทรวงต่างๆ จะมีหน้าที่เกี่ยวข้องกับผู้บริโภคในขอบเขตอำนาจหน้าที่ตามกฎหมาย สำหรับสำนักงานคณะรัฐมนตรีนั้น (เดิมคือ EPA) ทำหน้าที่ประสานมาตรการหรือนโยบายที่เกี่ยวข้องกับผู้บริโภคในกระทรวงต่างๆ และทำหน้าที่เป็นสำนักงานเลขานุการให้แก่คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคและคณะกรรมการนโยบายเกี่ยวกับคุณภาพชีวิต

4) รัฐบาลท้องถิ่นตามพระราชบัญญัติพื้นฐานในการคุ้มครองผู้บริโภค (The Consumer Protection Fundamental Act) รัฐบาลท้องถิ่นต้องวางแผนและนำไปปฏิบัติตามนโยบายของตนเอง ทั้งนี้ ต้องสอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาลกลาง นอกจากนี้ รัฐบาลท้องถิ่นจะทำหน้าที่ออกข้อบัญญัติของตนเองในเรื่องที่เกี่ยวกับผู้บริโภคและจะต้องยุติปัญหาระหว่างผู้บริโภคและผู้ประกอบการให้ได้

5) ศูนย์กิจการเกี่ยวกับผู้บริโภคแห่งชาติ (NCAC) และในระดับท้องถิ่น NCAC เป็นองค์กรของรัฐบาลซึ่งก่อตั้งขึ้นตามกฎหมาย หน้าที่สำคัญหลัก คือ เป็นศูนย์รับเรื่องราวร้องทุกข์เพื่อรับทราบสภาพปัญหาของผู้บริโภคเกี่ยวกับสินค้าและบริการแล้วนำข้อมูลจากคำร้องดังกล่าวมารวบรวมเก็บเป็นสถิติเพื่อการวิเคราะห์เป็นข้อมูลในเชิงบริหารให้แก่คณะรัฐมนตรีเกี่ยวกับนโยบายและทิศทางการคุ้มครองผู้บริโภค ให้ข้อมูลข่าวสารแก่ผู้บริโภคด้วยการให้การศึกษา จัดการเกี่ยวกับการร้องทุกข์ของผู้บริโภค ทดสอบผลิตภัณฑ์ เป็นศูนย์เครือข่ายคอมพิวเตอร์ของศูนย์ในระดับท้องถิ่น

ขอบเขตการบริหารงานเกี่ยวกับผู้บริโภคของประเทศญี่ปุ่น เช่น

1) มาตรการหลักในกิจการด้านการคุ้มครองผู้บริโภคผลการประชุมคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคเมื่อวันที่ 8 ธันวาคม ค.ศ. 2000 มีประเด็น ดังนี้

(1.1) การคุ้มครองผู้บริโภคด้านการสนับสนุนการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีสารสนเทศ

(1.2) การพัฒนากฎหมายเพื่อคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

(1.3) สนับสนุนเรื่องสัญญาที่เป็นธรรมระหว่างผู้บริโภคกับผู้ประกอบกิจการ

(1.4) มาตรการความปลอดภัยด้านอาหาร

(1.5) สนับสนุนการแข่งขันที่เป็นธรรม

(1.6) สนับสนุนกระบวนการร้องทุกข์ที่เรียบง่ายในระดับท้องถิ่น

2) ปรับปรุงเรื่องสัญญาต่างๆ ของผู้บริโภค การบังคับใช้พระราชบัญญัติสัญญาผู้บริโภค ค.ศ. 2000 (The Consumer Contract Act, 2000) เมื่อวันที่ 1 เมษายน ค.ศ. 2001 สำนักงานคณะรัฐมนตรี ได้ให้การศึกษาแก่ผู้บริโภคเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวผ่านสื่อต่างๆ ตั้งแต่ปี ค.ศ. 2003

3) สนับสนุนมาตรการความปลอดภัยในผลิตภัณฑ์

การบังคับใช้กฎหมายว่าด้วยความรับผิดในผลิตภัณฑ์ (Product Liability, 1994) เมื่อวันที่ 1 กรกฎาคม ค.ศ. 1995 สำนักงานคณะรัฐมนตรี ได้ปรับปรุงมาตรการอื่นๆ ระบุข้อพิพาทนอกเหนือจากการดำเนินการทางศาล (Alternative Dispute Resolution : ADR) เป็นต้น

4) ให้ข้อมูลข่าวสารและการศึกษาแก่ผู้บริโภค

(4.1) ก่อตั้งสถาบันการให้การศึกษาแก่ผู้บริโภคแห่งชาติภายใต้การดูแลของ EPA และกระทรวงศึกษาธิการ

(4.2) จัดตั้งโครงการต่างๆ ที่เกี่ยวกับผู้บริโภค เช่น มติ คณะรัฐมนตรี ให้ถือว่าเดือนพฤษภาคม ของทุกปี เป็นเดือนแห่งผู้บริโภค เป็นต้น

5) การร่วมมือระหว่างประเทศ

(5.1) สำนักงานคณะรัฐมนตรีได้มีส่วนร่วมในการกำหนดขอบเขตมาตรการด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในมิติของการคุ้มครองผู้บริโภค ให้สอดคล้องกับแนวทางของ OECD

(5.2) ร่วมกิจกรรมกับประเทศต่างๆ ในสาขาที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค

อนึ่ง มีข้อสังเกตว่าคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศไทยนั้น มีนายกรัฐมนตรีเป็นประธานตามพระราชบัญญัติพื้นฐานในการคุ้มครองผู้บริโภค ค.ศ. 1968 (The Consumer Protection Fundamental Act, 1968) เหมือนของประเทศไทย แต่ละกระทรวงที่เกี่ยวข้องจะมีงานคุ้มครองผู้บริโภคในขอบเขตของกฎหมาย งานคุ้มครองผู้บริโภคเชิงนโยบายอยู่ในอำนาจหน้าที่ของสำนักงานคณะรัฐมนตรี และนอกจากนี้พระราชบัญญัติพื้นฐานในการคุ้มครองผู้บริโภค ค.ศ. 1968 มีลักษณะเป็นธรรมนูญแห่งการคุ้มครองผู้บริโภค ดังนั้น การคุ้มครองผู้บริโภคในประเทศไทยไม่อาจเลียนแบบญี่ปุ่นได้ในภาพรวม ทั้งนี้ เนื่องจากมีความเป็นมาทางสังคม เศรษฐกิจ และบรรยากาศการเมืองที่ต่างกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งพฤติกรรมของผู้บริโภคเอง นับตั้งแต่ได้มีการบังคับใช้พระราชบัญญัติพื้นฐานในการคุ้มครองผู้บริโภค ค.ศ. 1968 การร้องทุกข์ส่วนใหญ่จะเป็นเรื่องเกี่ยวกับความปลอดภัยด้านอาหาร อย่างไรก็ตาม ในระยะหลังจนถึงปัจจุบัน สถานการณ์ได้เริ่มเปลี่ยนแปลงไป อัตราส่วนภาคอุตสาหกรรมและบริการมีการขยายตัวเพิ่มมากขึ้น ดังนั้น การร้องทุกข์ด้านบริการก็จะมีเพิ่มมากขึ้น โครงสร้างของพระราชบัญญัติพื้นฐานในการคุ้มครองผู้บริโภค ค.ศ. 1968 เป็นกฎหมายที่ได้วางหลักทั่วไปไว้เท่านั้น ไม่มีรายละเอียดวิธีปฏิบัติ ทั้งนี้ อำนาจหน้าที่ที่จะนำเจตนารมณ์แห่งกฎหมายนี้ไปใช้บังคับอยู่ที่กระทรวงต่างๆ ที่เกี่ยวข้องและท้องถิ่นซึ่งจะไปกำหนดกฎข้อบังคับอีกครั้งหนึ่ง ขณะเดียวกันรัฐบาลได้นำนโยบายหรือเจตนารมณ์แห่งพระราชบัญญัติพื้นฐานในการคุ้มครองผู้บริโภค ค.ศ. 1968 โดยเน้นว่าการคุ้มครองผู้บริโภคมิใช่ให้ภาครัฐดูแลทั้งหมด ซึ่งผู้บริโภคจะต้องคุ้มครองตนเองเป็นสำคัญ โดยภาครัฐจะเป็นผู้ให้ความรู้

ความเข้าใจแก่ประชาชนให้รู้ถึงสิทธิของตนเองเพื่อให้มีความพร้อมในการดูแลตนเองมากที่สุด และรัฐบาลก็ต้องมีหน้าที่เตรียมความพร้อมและกลไกของประเทศในทุกด้านคู่ขนานไปด้วย เพื่อเป็นการสนับสนุนให้ผู้บริโภคได้พึ่งพาตนเองให้มากที่สุดอดนี้ สำหรับอำนาจหน้าที่ของสำนักงาน คณะรัฐมนตรีนั้นมีหน้าที่ประสานดูแล กำกับเรื่องนโยบายเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคเท่านั้น ไม่ได้ควบคุมโดยตรง (รัฐธรรมนูญฉบับนี้ไม่ได้ระบุถึงสิทธิผู้บริโภคไว้)