

การห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามพระราชบัญญัติ ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551¹

อรอุมา สุขเกษม²

จากการศึกษาเกี่ยวกับมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับการห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงประวัติ ความเป็นมา แนวคิด ทฤษฎี หลักเกณฑ์ ทำให้ทราบถึงแนวคิด ข้อกำหนด หลักเกณฑ์การควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทยและต่างประเทศ เพื่อหาข้อสรุปและศึกษาแนวทางการแก้ไขปัญหามาตรการต่างๆและพัฒนา กฎหมายเกี่ยวกับการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้สามารถบังคับใช้ได้จริงและมีความชัดเจนยิ่งขึ้น เพื่อให้ประชาชนได้เข้าถึงและตัดสินใจการเลือกซื้อสินค้า ความหมายของการโฆษณาคือการเชิญชวน โน้มน้าวจิตใจ เป็นสิ่งสำคัญในการส่งเสริมการตลาดที่ใช้เพื่อชักจูงพฤติกรรม การซื้อ แต่เนื่อง ด้วยเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็น สินค้าที่มีผลกระทบต่อสุขภาพ จึงเป็นที่มาของบทบัญญัติของ กฎหมายเรื่องการควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ไว้โดยเฉพาะ จึงได้ตรา พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ขึ้นเพื่อใช้ในการ ควบคุม แม้ว่าประชาชนทั่วไปจะไม่ได้ทำการโฆษณาอันมีผลประโยชน์ทางการค้าโดยตรงก็ ตามแต่ด้วย บทบัญญัติตามพระราชบัญญัตินี้ได้ให้อำนาจพนักงานเจ้าหน้าที่ผู้บังคับใช้กฎหมาย สามารถใช้ดุลพินิจในการ พิจารณาได้ว่า การที่บุคคลใดแสดงภาพเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หรือทำ ให้ปรากฏไม่ว่าในกรณีใด ๆ ถือว่าเป็นการ ชักจูงให้ผู้อื่นดื่ม และอาจถูกจับดำเนินคดีตาม กฎหมายได้ทั้งสิ้น

จากการศึกษาทำให้ทราบว่ามาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับการห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตาม พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ยังไม่ชัดเจน ไม่ครอบคลุมด้วยกันหลายประการ ซึ่ง สรุปได้ดังต่อไปนี้

จากการศึกษาประเด็นปัญหาการห้ามโฆษณาโดยห้ามมิให้ผู้ใดโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือแสดงชื่อหรือ เครื่องหมายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อันเป็นการอวดอ้างสรรพคุณหรือชักจูงใจให้ผู้อื่นดื่มโดยตรงหรือโดยอ้อม ตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 การถ่ายรูปลงในสื่อโซเชียลมีเดียโดยมีเครื่องดื่ม

¹ บทความนี้เรียบเรียงจากการศึกษาอิสระ เรื่อง ห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 โดยมีอาจารย์ที่ปรึกษา คือ รองศาสตราจารย์ ดร.พันธุ์เทพ วิตดอนันต์

และกรรมการสอบ คือ รองศาสตราจารย์กำธร กำประเสริฐ รองศาสตราจารย์จุฑพร วงศ์ทองสรรค์ และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมชาย ศิริสมบุญเวช

² นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต (ส่วนภูมิภาค) คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

แอลกอฮอล์อยู่ในภาพด้วยถือได้ว่าเป็นการโฆษณาตามพระราชบัญญัติฉบับนี้ หากพิจารณาแล้วอาจเกิดผลเสียมากกว่าผลดีรวมไปถึงกรณีร้านอาหารที่มีรูปเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อยู่ในเมนูอาหารซึ่งหากไม่ใช่ลูกค้าของร้านย่อมไม่สามารถเห็นรูปดังกล่าวได้โดยง่าย แต่การควบคุมตามพระราชบัญญัตินี้ดังกล่าวยังถือได้ว่ารูปเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเมนูอาหารยังเป็นความผิด ในขณะที่เกี่ยวกับการเลี่ยงการใช้ตราสัญลักษณ์ของบริษัทผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ แสดงบนฉลากผลิตภัณฑ์โดยผู้ผลิตนั้นได้ทำการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าใหม่เพื่อใช้กับ ผลิตภัณฑ์อย่างอื่น เช่น น้ำดื่มหรือโซดานั้น โดยสัญลักษณ์ดังกล่าวนี้มีความคล้ายกับ สัญลักษณ์ที่เป็นผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ปัญหาของการโฆษณาที่กระทำได้โดยการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ใดๆ โดยผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกประเภทให้กระทำได้เฉพาะการให้ข้อมูลข่าวสาร และความรู้เชิงสร้างสรรค์สังคม โดยไม่มีการปรากฏภาพของสินค้าหรือบรรจุภัณฑ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เว้นแต่เป็นการปรากฏของภาพสัญลักษณ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือสัญลักษณ์ของบริษัทผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้นเท่านั้น

ประเด็นปัญหาที่สองปัญหาเกี่ยวกับสิทธิและเสรีภาพของประชาชนในการรับสื่อโฆษณา การคุ้มครองสิทธิของประชาชนไว้รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 ได้ให้ความคุ้มครองสิทธิเสรีภาพของประชาชนรวมถึงการโฆษณา จึงทำให้ประชาชนทุกคนมีสิทธิและเสรีภาพในการเข้าถึงสื่อโฆษณาต่าง ๆ

สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ ได้มีการกำหนดหลักในการส่งเสริมการรู้จักสื่อ รู้จักสิทธิ์ให้กับประชาชนนั้น เป็นการส่งเสริมให้ประชาชนให้ได้มีสิทธิเสรีภาพในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารที่หลากหลายเพื่อให้สามารถปกป้องสิทธิของตนเองได้ และส่งเสริมสิทธิเสรีภาพในการสื่อสาร มุ่งเน้นพัฒนาความสามารถของประชาชนในการรู้เท่าทันสื่อ ประเด็นปัญหาในกรณีของการนำสื่อโฆษณามาใช้ในธุรกิจแอลกอฮอล์ นั้น จะเห็นได้ว่า แม้ว่ารัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 จะให้สิทธิเสรีภาพแก่ประชาชน ในการรับสื่อโฆษณา ตลอดจนการโฆษณาต่าง ๆ อย่างไรก็ดี ตาม หากวิเคราะห์เนื้อหาพระราชบัญญัติควบคุม เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มาตรา 32 จะเห็นได้ว่า มีหลักเกณฑ์ที่กำหนดไว้อย่างชัดเจนเกี่ยวกับการควบคุมสื่อ โฆษณาไว้ ส่งผลให้ในปัจจุบันสื่อโฆษณาเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ถูกควบคุม ซึ่งการควบคุมในที่นี้ สามารถตีความได้ว่า การใช้สื่อโฆษณาในการนำเสนอ โดยแสดงภาพ ชื่อเครื่องหมาย และราคาของ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไว้หน้าเว็บไซต์ รวมถึงสื่อสังคมออนไลน์

จากการศึกษาค้นคว้ามาตรการทางกฎหมายการห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ผู้ศึกษาพบว่าไม่มีข้อเสนอแนะ คือ

1. ปัญหาเกี่ยวกับการห้ามโฆษณาโดยห้ามมิให้ผู้ใดโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือแสดงชื่อหรือเครื่องหมายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อันเป็นการอวดอ้างสรรพคุณหรือชักจูงใจให้ผู้อื่นดื่มโดยตรงหรือโดยอ้อม ตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 ผู้ศึกษาพบว่าข้อเสนอแนะคือ

- 1.1 แก้ไขบทบัญญัติในมาตรา 32 วรรคแรก โดยการกำหนดคำว่า “ห้ามมิให้ผู้ใดโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือแสดงชื่อหรือเครื่องหมายของ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์อันเป็นการอวดอ้างสรรพคุณหรือชักจูงใจให้ผู้อื่นดื่มโดยตรงหรือโดยอ้อม ” เป็นการที่ผู้ใดจะกระทำการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ นั้นจะต้องไม่เป็นการอวดอ้างสรรพคุณหรือชักจูงใจให้ผู้อื่นดื่ม

- 1.2 ยกเลิกบทบัญญัติ มาตรา 32 วรรคสอง ที่เป็น เว้นแต่เป็นการปรากฏของภาพสัญลักษณ์ของ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือสัญลักษณ์ของบริษัทผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้นเท่านั้น

- 1.3 กำหนดการห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทางอ้อมให้ชัดเจน เช่น เครื่องหมายการค้า ข้อความ บรรจุภัณฑ์ที่มีความเหมือนหรือคล้ายคลึงกับเครื่องหมายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ อันจะทำให้เข้าใจได้ว่าเป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

2. ปัญหาเกี่ยวกับสิทธิและเสรีภาพของประชาชนในการรับสื่อโฆษณา การคุ้มครองสิทธิของประชาชนไว้รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 ได้ให้ความคุ้มครองสิทธิเสรีภาพของประชาชนรวมถึงการโฆษณา จึงทำ ให้ประชาชนทุกคนมีสิทธิและเสรีภาพในการเข้าถึงสื่อโฆษณาต่าง ๆ

- 2.1 กำหนดบทบัญญัติของกฎหมายให้มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น เพิ่มเติมในประเด็นต่างๆ เช่น กำหนดประเภทของสื่อให้ชัดเจน สื่อทางอินเทอร์เน็ต สื่อที่เป็นป้ายโฆษณา สื่อโทรทัศน์ สื่อยานพาหนะ เป็นต้น รวมถึงกำหนดหลักเกณฑ์สำหรับสื่อแต่ละประเภทให้เหมาะสม

- 2.2 กำหนดประเภทของสื่อที่จะนำมาใช้ในการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ โดยไม่ควรมีการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสื่อที่มีกลุ่มเป้าหมายพุ่งเป้าไปที่เด็กและเยาวชนหรือสื่อต่างๆที่เด็กและเยาวชนนั้นสามารถเข้าถึงได้โดยง่าย เช่น สื่อที่ปรากฏในทางสาธารณะที่สามารถพบเห็นได้ทั่วไป เช่น สื่อนิตยสาร สื่อที่เป็นป้าย สื่อโฆษณาขนาดใหญ่ สื่อยานพาหนะ เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

- กรมควบคุมโรค (2556). หนังสือรวบรวมคำพิพากษาตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551. กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
- จันทิมา ธนาสว่างกุล. (2560). พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 .กฎหมายที่สร้างสังคมแห่ง “สติ” แก่สังคมไทย: จุลสารสมาคมนิติศาสตร์
- ชาญชัย แสวงศักดิ์. (2547). คำอธิบายกฎหมายปกครอง (พิมพ์ครั้งที่ 8) , กรุงเทพฯ : วิญญูชน
- ธีรวิภา ทองทับ (2553). มาตรการทางกฎหมายในการคุ้มครองผู้บริโภคด้านการโฆษณา ศึกษาเฉพาะกรณีการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์, วิทยานิพนธ์นิติศาสตรมหาบัณฑิต
- พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2556). (พิมพ์ครั้งที่ 2), วันที่ค้นคว้าข้อมูล 19 มกราคม พ.ศ. 2566 .เข้าถึงได้จาก <https://dictionary.orst.go.th/>
- เลิศ คาวสุวรรณ(2553). มาตรการทางกฎหมายในการควบคุมการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์, มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- ปรีดี เกษมทรัพย์. (2553). นิติปรัชญา (พิมพ์ครั้งที่ 11), กรุงเทพฯ : เดือนตุลา
- ภูริชญา วัฒนรุ่ง. (2545), ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับกฎหมายมหาชน, กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- บัณฑิต ศรีไพศาล และคณะ. (2548). วิวัฒนาการนโยบายควบคุมปัญหาสุราของประเทศไทย. กรุงเทพฯ : ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2518), การโฆษณา, กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- ปัญจมา ไว้วใจ และพิเชษฐ พิมพ์เจริญ (2545). การโฆษณาเบื้องต้น. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต, อ้างถึงใน ภัทรภา สุขพงษ์ไทย. (2550). มาตรการทางกฎหมายในการห้ามโฆษณา

ผลิตภัณท์ยาสูบ, วิทยานิพนธ์นิติศาสตร์ มหบัณฑิต สาขาวิชากฎหมายธุรกิจ, คณะนิติศาสตร์
มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ

บุญอยู่ ขอพรประเสริฐ,วารสารร่วมพฤษ(2565): ภาวะผู้นำและการสร้างผลิตผลขององค์กร
กรุงเทพฯ มหาวิทยาลัยเกริก.

ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา (ศวส.) . วันที่ค้นคว้าข้อมูล 24 เมษายน พ.ศ.2566.เข้าถึงได้จาก

<https://cas.or.th/?p=7740>

สมคิด เลิศไพฑูรย์ และกล้า สมุทวณิช (2546),รายงานวิจัยการคุ้มครองสิทธิเสรีภาพของประชาชน
โดยศาลรัฐธรรมนูญ.กรุงเทพมหานคร : ศูนย์ศึกษาการพัฒนาประชาธิปไตย
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

หยุด แสงอุทัย(2535), ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับกฎหมายทั่วไป, กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์
ประกายพริ้ง, อ้างถึงใน นันทวัฒน์ บรมานันท์, “รายงานผลการศึกษาวิจัย เรื่อง การให้สิทธิ
ประชาชนฟ้องศาลรัฐธรรมนูญ กรณีการละเมิดสิทธิตามรัฐธรรมนูญ. วันที่ค้นคว้าข้อมูล 22
มกราคม พ.ศ. 2566 เข้าถึงได้จาก www.pub-law.net

คณิน บุญสุวรรณ(2547), คู่มือการใช้สิทธิของประชาชน, กรุงเทพมหานคร

วรพจน์ วิสสุตพิชญ์(2543), สิทธิและเสรีภาพตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช
๒๕๕๐, (พิมพ์ครั้งที่ 2) กรุงเทพมหานคร : วิญญชน

สำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (2557), คู่มือปฏิบัติงานการดำเนินคดีตาม
พระราชบัญญัติ ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2552 (พิมพ์ครั้งที่ 2), กรุงเทพฯ: บางกอกกล๊อค
ฤชราณ์ ไทยวัฒน์. (2561), ระบบใบอนุญาตขายสุรา (ออนไลน์),วันที่ค้นคว้าข้อมูล 27 มีนาคม พ.ศ.
2566 เข้าถึงได้จาก

[https://lawforasean.krisdika.go.th/File/files/1532979296.09960d3fb07ac227e665e4b708e75460.p
df?fbclid=IwAR0x8sLN_fD2VVRXFijeZ8UHBfUroiQKyc4_i0mSW70CZk-YW-GDxLgYu4](https://lawforasean.krisdika.go.th/File/files/1532979296.09960d3fb07ac227e665e4b708e75460.pdf?fbclid=IwAR0x8sLN_fD2VVRXFijeZ8UHBfUroiQKyc4_i0mSW70CZk-YW-GDxLgYu4)

วิวัฒนาการนโยบายควบคุมปัญหาสุราของประเทศไทย.วันที่ค้นคว้าข้อมูล 22 มกราคม พ.ศ. 2566
เข้าถึงได้จาก <https://resourcecenter.thaihealth.or.th/media/4811>

เชษฐ รัชดาพรรณธิดกุล และวรรณ บุญศรีเมือง (2548). การทบทวนองค์ความรู้เกี่ยวกับมาตรการ
ป้องกัน แก้ไขเพื่อลดผลกระทบจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์, รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์
ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา

บัณฑิต ศรีไพศาล (2549):รายงานสถานการณ์สุราประจำปี พ.ศ. 2553. กรุงเทพฯ:ศูนย์วิจัยปัญหา
สุรา

กรมควบคุมโรค. (2556). หนังสือรวบรวมคำพิพากษาตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่ม
แอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551. กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์