บทที่ 4

วิเคราะห์ปัญหากฎหมายในการควบคุมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ออนไลน์

จากการศึกษาการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ออนไลน์ พบว่า ประเทศไทยไม่มีกฎหมายเฉพาะที่ใช้ในการควบคุมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ออนไลน์ ส่วนพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 พระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2560 ซึ่งเป็นกฎหมายที่เกี่ยวข้องในการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ยังมีปัญหากฎหมายเกี่ยวกับการควบคุมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ออนไลน์ ในด้านการควบคุมสถานที่ วันและเวลาขาย การคัดกรองอายุของผู้ซื้อ การโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ออนไลน์ และใบอนุญาตขายสุรา จึงเกิดประเด็นในการศึกษางานวิจัยนี้ว่ารัฐจะมีมาตรการในการควบคุมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ออนไลน์ที่กำลังขยายตัวประการใดบ้าง

4.1 ปัญหากฎหมายเกี่ยวกับการห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่ วันและเวลาที่กำหนด

ในอดีตลักษณะการซื้อขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จะอยู่ในรูปแบบของการเปิดร้านค้าขายปลีก ร้านค้าขายส่ง ร้านสะดวกซื้อ ห้างสรรพสินค้า ร้านอาหาร ตลอดจนสถานบันเทิงต่าง ๆ ผู้ประกอบธุรกิจขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จึงต้องมีสถานที่ตั้งร้านค้าเป็นสำคัญเพื่อเป็นช่องทางในการขาย แต่ปัจจุบันรูปแบบการค้าเปลี่ยนแปลงไปตามความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยี เช่น การซื้อขายแบบออนไลน์ผ่านทางเว็บไซต์ สื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ และมีบริการจัดส่งถึงบ้าน ธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีการขยายตัวเข้าสู่ตลาดออนไลน์เช่นเดียวกัน ซึ่งมีทั้งผู้ประกอบธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์รายเดิม และรายใหม่เกิดขึ้น กล่าวคือ ผู้ประกอบธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีร้านค้าเป็นของตนเองอยู่แล้วสามารถขยายตลาดเข้าสู่ตลาดออนไลน์เพื่อเพิ่มช่องทางไปสู่ผู้บริโภค ส่วนในกลุ่มของผู้ประกอบธุรกิจรายใหม่ที่ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ออนไลน์มีโอกาสเข้ามาแข่งขันกับรายเดิมได้มากขึ้น

จากการศึกษาพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 มาตรา 27 ได้กำหนดห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่หรือบริเวณที่กำหนดต่าง ๆ และมีประกาศสำนักนายกรัฐมนตรี เรื่อง ห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จำนวนหลายฉบับที่กำหนดสถานที่ห้ามขายเพิ่มเติม ซึ่งสถานที่

ที่ต้องห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามกฎหมาย ยกตัวอย่างเช่น วัด สถานบริการสาธารณสุขของรัฐ สถานที่ราชการ หอพัก สถานศึกษา รัฐวิสาหกิจและหน่วยงานอื่นของรัฐ สถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง หรือร้านค้าในบริเวณสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง สวนสาธารณะของทางราชการ รัฐวิสาหกิจหรือหน่วยงานอื่นของรัฐที่จัดไว้เพื่อการพักผ่อนของประชาชนโดยทั่วไป สถานที่หรือบริเวณรัฐวิสาหกิจและหน่วยงานอื่นของรัฐ บนทาง สถานีรถไฟ บนทางรถไฟ หรือในขบวนที่อยู่บนทางรถไฟ สถานีขนส่ง พื้นที่ประกอบกิจการโรงงาน และรอบสถานศึกษา เป็นต้น

พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 มาตรา 28 กำหนดห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในวัน หรือเวลาที่รัฐมนตรีประกาศกำหนด โดยห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในวันมาฆบูชา วันวิสาขบูชา วันอาสาฬหบูชา วันเข้าพรรษา และวันออกพรรษา กำหนดห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเวลาอื่น นอกจากตั้งแต่เวลา 11.00 น. ถึง 14.00 น. และตั้งแต่เวลา 17.00 น. ถึง 24.00 น.

การกำหนดห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่ วันและเวลาตามบทบัญญัติของกฎหมายดังกล่าวเป็นมาตรการควบคุมการเข้าถึงทางกายภาพของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยส่วนใหญ่สามารถบังคับใช้และตรวจสอบได้กับร้านค้าทั่วไปที่มีสถานที่ตั้งร้านและเวลาเปิด-ปิดที่ชัดเจน ซึ่งใช้ได้กับการค้าในรูปแบบเดิม แต่ในการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ออนไลน์ มีลักษณะแตกต่างจากรูปแบบเดิม กล่าวคือ ผู้ขายมีเพียงเครื่องมือสื่อสารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เช่น คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์มือถือก็สามารถขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ทุกสถานที่ ทุกวันและทุกเวลา

ประเด็นปัญหามีว่า ขณะที่มีการซื้อขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ออนไลน์จะไม่สามารถควบคุมสถานที่ วัน และเวลาขายได้ กล่าวคือ ในกรณีร้านค้าในรูปแบบเดิมหากมีการขายในสถานที่ต้องห้ามขายในวันและเวลาห้ามขาย พนักงานเจ้าหน้าที่ย่อมมีอำนาจดำเนินการตามกฎหมายได้ในขณะนั้น แต่ในกรณีขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ออนไลน์พนักงานเจ้าหน้าที่ไม่สามารถเข้าไปตรวจสอบสถานที่ในการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ออนไลน์ได้ทันทีทันใด เนื่องจาก ผู้ซื้อผู้ขายทำการสั่งซื้อผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ผู้ขายเปิดขายตลอด 24 ชั่วโมง ผู้ซื้อเพียงเลือกสินค้าลงในตะกร้าและชำระเงินในวันเวลาใดก็ได้ สัญญาซื้อขายย่อมเกิดขึ้นแล้ว โดยหลังจากนั้นผู้ขายมีหน้าที่ส่งมอบเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้นให้แก่ผู้ซื้อ หรือกรณีสั่งซื้อผ่านสื่อสังคมออนไลน์ซึ่งต้องมีการสนทนากันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย พนักงานเจ้าหน้าที่ย่อมไม่สามารถจะทราบได้ว่าขณะนั้นมีการซื้อขายที่อาจเข้าข่ายผิดกฎหมายหรือไม่

นอกจากนี้ เกิดประเด็นปัญหาในการตีความเรื่องสถานที่ด้วย เช่น กรณีผู้ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ออนไลน์ซึ่งพักอาศัยที่หอพักได้ตกลงซื้อขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ออนไลน์ขณะตนพักอาศัยอยู่หอพัก เมื่อสัญญาซื้อขายเกิดขึ้นจะถือว่าเป็นการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในหอพัก

อันเป็นความผิดตามมาตรา 27 หรือไม่ ดังนั้น จะเห็นได้ว่า พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 มาตรา 27 และมาตรา 28 รวมถึงอนุบัญญัติที่ห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่ วันและเวลา ที่กำหนด กฎหมายยังไม่ครอบคลุมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ออนไลน์ และมาตรการห้ามขายในสถานที่ วัน และเวลาที่กำหนด ยังไม่สามารถใช้บังคับได้กับการขายออนไลน์

จากการศึกษาพบว่า วัตถุประสงค์ในการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยกำหนดสถานที่ วันและเวลา ห้ามขายเพื่อเป็นการควบคุมการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ชะลอการดื่มแอลกอฮอล์ของผู้ดื่มให้ช้าลงกว่าปกติ ลดการบริโภคและผลกระทบต่อสังคมจากการดื่มซึ่งจากการศึกษามาตรการควบคุมของต่างประเทศเกี่ยวกับการจำกัดสถานที่ วัน และเวลา พบว่า การเปิดสถานที่จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามกฎหมายของเครือรัฐออสเตรเลียต้องขอใบอนุญาตให้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (Liquor Permit) ก่อนจึงจะจำหน่ายได้ เช่นเดียวกับกฎหมายของสหราชอาณาจักรกำหนดให้ผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต้องขอใบอนุญาตสถานที่ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (Premises Licences) ด้วย ส่วนสาธารณรัฐฝรั่งเศสใช้ระบบใบอนุญาตและกำหนดเขตพื้นที่ต้องห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ด้วย เช่น อาคารประกอบพิธีกรรมทางศาสนา สถานศึกษา สนามกีฬา เป็นต้น รวมถึงประเทศนิวซีแลนด์ที่มีข้อห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่ เช่น สถานที่ผลิตและจำหน่ายนม ร้านสะดวกซื้อ สถานีบริการน้ำมัน ซ่อมรถ เป็นต้น

กรณีการจำกัดวันและเวลาขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้น ตามกฎหมายของเครือรัฐออสเตรเลียและประเทศนิวซีแลนด์ห้ามขายในวันสำคัญทางศาสนาคล้ายกัน คือ ในวัน Good Friday และวัน Christmas ส่วนสหราชอาณาจักรได้ยกเลิกระบบชั่วโมงที่จะได้รับอนุญาตขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แล้ว

สำหรับการควบคุมสถานที่ วันและเวลาขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ออนไลน์นั้น พบว่า กฎหมายของเครือรัฐออสเตรเลียและประเทศนิวซีแลนด์กำหนดเรื่องการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ออนไลน์เอาไว้ โดยประเทศนิวซีแลนด์ผู้ขายต้องได้รับใบอนุญาตขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แบบ Off-Licences for remote sellers of alcohol ซึ่งสามารถขายออนไลน์ได้ทุกวันและทุกเวลา แต่ผู้ขายจะต้องไม่จัดส่งเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ระหว่างเวลา 23.00 น. ถึง 06.00 น. หรือ ในวัน Good Friday, วัน Easter Sunday และวัน Christmas หรือก่อนเวลา 13.00 น.ของวัน Anzac ทั้งนี้ ผู้ขายต้องตรวจสอบท้องถิ่นที่ขายด้วยว่ากำหนดเวลาจัดส่งแตกต่างกันหรือไม่ ส่วนเครือรัฐออสเตรเลียนั้นยังไม่ปรากฏว่ามีการจำกัดวันและเวลาขายไว้

เมื่อพิจารณาจากกฎหมายต่างประเทศแล้ว เห็นว่า กรณีของประเทศนิวซีแลนด์ได้เปลี่ยนมาควบคุมวันและเวลาในการส่งมอบสินค้าให้แก่ผู้ซื้อแทนซึ่งในกรณีของประเทศไทย แม้ว่าตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 มาตรา 27 จะให้อำนาจรัฐมนตรีประกาศ

กำหนดสถานที่อื่นที่ห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ตามความเห็นชอบของคณะกรรมการ มาตรา 28 รัฐมนตรีจะกำหนดวัน หรือเวลาห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เพื่อเปิดช่องว่างให้มีการแก้ไขเพิ่มเติมได้หากสภาพสังคมเปลี่ยนแปลงไปในอนาคต แต่ขณะนี้ยังไม่ปรากฏว่ามีประกาศของรัฐมนตรีเข้ามาควบคุมเรื่องสถานที่ วันและเวลาเพื่อกำกับดูแลการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ออนไลน์ แต่อย่างใด ดังนั้น การห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่ วันและเวลาที่กำหนดตามกฎหมาย จึงไม่สามารถใช้บังคับได้กับการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ออนไลน์ บทบัญญัติกฎหมายของประเทศไทยยังไม่ครอบคลุมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ออนไลน์ ผู้ประกอบธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จึงอาศัยช่องว่างทางกฎหมายนี้เข้ามาแสวงหาผลกำไรจากการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ออนไลน์

ดังนั้น ผู้วิจัยเห็นว่า หากนำมาตรการควบคุมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แบบ Off-Licenses for remote sellers of alcohol ของประเทศนิวซีแลนด์มาใช้กับประเทศไทย โดยผู้ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีสิทธิขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ออนไลน์ได้ แต่ต้องอยู่ภายใต้การควบคุมของการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ออนไลน์ตามกฎหมาย โดยอนุญาตขายได้ทุกวันและเวลา แต่ควบคุมการส่งมอบเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยผู้ประกอบธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือผู้ขนส่งสินค้าต้องไม่จัดส่งไปยังสถานที่ห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ตามมาตรา 27 และไม่ส่งมอบในวันและเวลาจัดที่กำหนดไว้ในมาตรา 28 เพื่อเป็นแนวทางในการควบคุมสถานที่ วัน และเวลาเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้

4.2 ปัญหากฎหมายเกี่ยวกับการห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลอายุต่ำกว่า 20 ปี

จากผลการสำรวจของสำนักงานสถิติแห่งชาติ ปี พ.ศ. 2560 พบว่า อายุเฉลี่ยที่คนไทยเริ่มดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ครั้งแรก มีอายุ 15.7 ปี และอายุน้อยที่สุดที่เริ่มดื่มครั้งแรก อายุ 9 ปี จำนวนอายุของผู้ดื่มเป็นสิ่งสะท้อนว่า เด็กและเยาวชนเข้าถึงการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้อย่างง่าย จากการวิจัยหลายเรื่องที่พบว่า การเพิ่มอายุขั้นต่ำที่สามารถซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ จะช่วยชะลอการเริ่มดื่มและลดปัญหาการบริโภคและลดอุบัติเหตุรถยนต์ได้ มาตรการกำหนดอายุขั้นต่ำของผู้ซื้อและดื่ม จึงถือเป็นหนึ่งในมาตรการที่สากลและประเทศต่าง ๆ ได้นำมาใช้บังคับเพื่อป้องกันปัญหาการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเด็กและเยาวชน เพื่อให้เด็กเติบโตและดำรงชีวิตได้อย่างเต็มตามศักยภาพ อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันเด็กและเยาวชนในยุคนี้เติบโตขึ้นโดยแวดล้อมด้วยเทคโนโลยีสื่อทางอินเทอร์เน็ตได้กลายมาเป็นสื่อสำคัญในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของเด็กและเยาวชน โดยภาพ เสียง วิดีโอเกี่ยวกับการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การโฆษณาการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ออนไลน์จึงมีผลต่อการสร้างค่านิยมในการดื่มแอลกอฮอล์ต่อเด็กและเยาวชน

จากการศึกษาบทบัญญัติกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมอายุของผู้ซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่า ตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 มาตรา 29 กำหนดห้ามมิให้ผู้ใดขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์

พระราชบัญญัติสถานบริการ พ.ศ. 2509 มาตรา 16/1 ห้ามผู้ได้รับอนุญาตตั้งสถานบริการยินยอมให้ผู้มีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์เข้าไปในสถานบริการในระหว่างทำการนั้น ซึ่งบทบัญญัติสอดคล้องกับพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ที่กำหนดอายุขั้นต่ำไว้ แต่ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองเด็ก พ.ศ. 2546 มาตรา 26 (10) กำหนดห้ามมิให้ผู้ใดจำหน่ายแลกเปลี่ยนหรือให้สุราแก่เด็กอายุต่ำกว่า 18 ปีบริบูรณ์ แต่ไม่รวมถึงผู้ที่บรรลุนิติภาวะด้วยการสมรส ไม่ว่าเด็กจะยินยอมหรือไม่ก็ตาม เว้นแต่ เป็นการปฏิบัติทางการแพทย์ รวมทั้งตามมาตรา 45 กำหนดห้ามมิให้เด็กซื้อหรือเสพสุรา หรือเข้าไปในสถานที่เฉพาะเพื่อการจำหน่ายหรือเสพสุรา

เมื่อพิจารณากฎหมายทั้งสามฉบับ จะพบว่า พระราชบัญญัติคุ้มครองเด็ก พ.ศ. 2546 ให้ความหมายเด็ก หมายความว่า บุคคลอายุต่ำกว่า 18 ปีบริบูรณ์ ในขณะที่พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 และพระราชบัญญัติสถานบริการ พ.ศ. 2509 กำหนดอายุขั้นต่ำไว้ 20 ปีบริบูรณ์ กฎหมายเกี่ยวกับการกำหนดอายุขั้นต่ำในการห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จึงมีความแตกต่างกัน จึงเกิดปัญหาในการบังคับใช้กฎหมายที่ไม่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน

จากการศึกษากฎหมายต่างประเทศ พบว่า มีการกำหนดอายุขั้นต่ำไว้เช่นกัน กล่าวคือ ในเครือรัฐออสเตรเลีย สหราชอาณาจักร และประเทศนิวซีแลนด์ ห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้แก่ผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปี ส่วนสาธารณรัฐฝรั่งเศสห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่ผู้เยาว์ที่มีอายุต่ำกว่า 16 ปี นอกจากนี้ เครือรัฐออสเตรเลียได้ออกกฎหมายควบคุมให้ผู้ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทางอินเทอร์เน็ตที่มีใบอนุญาตขายต้องให้ผู้ซื้อแสดงวันเดือนปีเกิดเพื่อยืนยันว่าอายุเกินกว่า 18 ปี ในขณะที่มีการซื้อขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และในด้านการจัดส่งนั้นห้ามผู้เยาว์รับมอบเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ซื้อขายสินค้าทางอินเทอร์เน็ตให้แก่ตนเองอีกด้วย เว้นแต่กรณีเข้าข้อยกเว้นของกฎหมาย ส่วนในประเทศนิวซีแลนด์กำหนดให้ผู้ขายต้องสอบถามอายุของผู้ซื้อในครั้งแรกที่เข้าสู่เว็บไซต์และก่อนที่จะทำการขายต้องให้ผู้ซื้อยืนยันว่าอายุ 18 ปีขึ้นไปด้วย

จากการศึกษาพบว่า ในทางปฏิบัติตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 มาตรา 29 ผู้ประกอบธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีเว็บไซต์ของตนเองเพื่อโฆษณาหรือขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ออนไลน์มักจะแสดงข้อความสอบถามอายุของผู้ใช้งานก่อนเข้าถึง หน้าแรก (Home) โดยให้กด (Click) เพื่อยืนยันว่าเป็นบุคคลอายุไม่ต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ แต่ในบางเว็บไซต์ไม่มีการสอบถามอายุแต่อย่างใด ส่วนการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ออนไลน์ผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊ก ไลน์ อินสตาแกรม ผู้ขายไม่มีการสอบถามอายุของผู้ซื้อเช่นกัน นอกจากนี้

การซื้อขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ออนไลน์ ผู้ซื้อผู้ขายไม่ได้เห็นหน้ากัน ผู้ซื้ออาจให้ข้อมูลเท็จได้ว่าเป็นบุคคลอายุไม่ต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ได้ หรือเด็กหรือเยาวชนให้ผู้มีอายุไม่ต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ทำการสั่งซื้อให้แทน ประเด็นปัญหา คือ แม้พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 มาตรา 29 จะกำหนดอายุห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไว้ แต่ในทางปฏิบัติ ไม่สามารถเข้าไปตรวจสอบอายุของผู้ซื้อในขณะทำการซื้อขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เพื่อป้องกันการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเด็กและเยาวชนได้ ดังนั้น ในการกำหนดอายุห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จึงไม่สามารถบังคับใช้และตรวจสอบในกรณีขายออนไลน์ได้อย่างแท้จริง

ดังนั้น ผู้วิจัยเห็นว่า การนำมาตรการควบคุมอายุขั้นต่ำที่เครือรัฐออสเตรเลียและประเทศนิวซีแลนด์มาใช้กับประเทศไทย โดยให้ผู้ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์สอบถามอายุของผู้ซื้อเพื่อยืนยันว่ามีอายุไม่ต่ำกว่า 20 ปี ก่อนเริ่มต้นเข้าสู่เว็บไซต์หรือเริ่มต้นสนทนาและให้ผู้ซื้อยืนยันขณะที่มีการซื้ออีกครั้ง และมุ่งเน้นไปที่การควบคุมการส่งมอบเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ผู้รับสินค้าต้องเป็นบุคคลเดียวกับผู้สั่งซื้อเพื่อเป็นการยืนยันอายุของผู้ซื้ออีกครั้งหนึ่ง จะเป็นแนวทางในการควบคุมไม่ให้เด็กและเยาวชนที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี เข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

4.3 ปัญหากฎหมายเกี่ยวกับการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ออนไลน์

ในปัจจุบันสื่ออินเทอร์เน็ตได้กลายมาเป็นสื่อหลักแทนที่โทรทัศน์ เนื่องจาก ผู้คนสามารถรับรู้ข่าวสารผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ สามารถส่งต่อให้เพื่อนหรือคนรู้จักได้มากมาย การรับรู้ข้อมูลข่าวสารในสังคมจึงเกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว กลุ่มธุรกิจทุกประเภทจึงหันมาที่การโฆษณาประชาสัมพันธ์ ส่งเสริมการขายผ่านสื่อออนไลน์ซึ่งช่วยลดต้นทุนในการผลิตสื่อโทรทัศน์ ทั้งนี้ยังสามารถเจาะจงไปยังกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการได้โดยตรงพร้อมทั้งได้รับการตอบสนองกลับมาอย่างรวดเร็วและแพร่กระจายในวงกว้าง นอกจากนี้ การขายสินค้าและบริการออนไลน์ กำลังเติบโตในตลาดเป็นอย่างมาก จะเห็นได้ว่า แม้กระทั่งห้างสรรพสินค้าชื่อดังหลายแห่งได้มีการขยายตัวทางธุรกิจโดยเปิดขายสินค้าออนไลน์เพื่อเพิ่มลูกค้าในต่างจังหวัดที่ไม่มีห้างสรรพสินค้านั้น กล่าวได้ว่า ไม่ว่าจะภาคธุรกิจรายใหญ่หรือรายเล็กย่อมไม่สามารถหลีกเลี่ยงการตลาดแบบออนไลน์ได้ ธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก็เช่นกัน ปัจจุบันนี้ได้นำประโยชน์สูงสุดจากสื่อนี้ไปใช้ทั้งในการโฆษณาและการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ออนไลน์เป็นจำนวนมาก โดยพบว่า มีการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ออนไลน์โดยแสดงภาพ ชื่อ เครื่องหมาย และราคาของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไว้หน้าเว็บไซต์และสื่อสังคมออนไลน์โดยไม่ปรากฏว่ามีกระบวนการของรัฐเข้าไปควบคุมได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ยังไม่มีบทบัญญัติห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ออนไลน์ไว้ การขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ด้วยวิธีการนี้จึงยังไม่มีกฎหมาย

บัญญัติโดยชัดแจ้งว่าเป็นความผิด อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาในแง่ของการควบคุมการโฆษณาตามแนวคิดทฤษฎีการสื่อสารทางการตลาด การขายสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตหรือขายออนไลน์นั้นเป็นการตลาดทางตรง (Direct Marketing) ซึ่งตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ให้คำนิยามของ “การสื่อสารการตลาด” หมายความว่า การกระทำกิจกรรมในรูปแบบต่าง ๆ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อขายสินค้า บริการหรือภาพลักษณ์ การประชาสัมพันธ์ การเผยแพร่ข่าวสาร การส่งเสริมการขาย การแสดงสินค้า หรือการจัดหรือสนับสนุนให้มีการจัดกิจกรรมพิเศษและการตลาดแบบตรง ส่วนคำว่า “โฆษณา” หมายความว่า การกระทำไม่ว่าโดยวิธีใด ๆ ให้ประชาชน เห็น ได้ยิน ทราบข้อความเพื่อประโยชน์ในทางการค้าและให้หมายความรวมถึงการสื่อสารการตลาด ดังนั้น จากบทบัญญัตินี้การขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ออนไลน์ จึงเป็นการโฆษณาตามความหมายของพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 มาตรา 3

ตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 มาตรา 32 วรรคหนึ่ง กำหนดห้ามมิให้ผู้ใดโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือแสดงชื่อหรือเครื่องหมายแอลกอฮอล์อันเป็นการอวดอ้างสรรพคุณหรือชักจูงให้ผู้อื่นดื่มโดยตรงหรือโดยอ้อมได้ จากการศึกษาคู่มือปฏิบัติงานการดำเนินคดีตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 นั้น แบ่งเป็น 2 กรณี คือ กรณีแรก ห้ามผู้ใดโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งหมายถึงการโฆษณาตามความหมายในบทนิยาม ซึ่งเป็นการโฆษณาโดยทั่วไปที่กระทำเพื่อมุ่งประโยชน์ในทางการค้าย่อมต้องมีการชักจูงใจ กรณีที่ 2 ห้ามผู้ใดแสดงชื่อหรือเครื่องหมายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อันเป็นการอวดอ้างสรรพคุณหรือชักจูงใจให้ผู้อื่นดื่มโดยตรงหรือโดยอ้อม ในส่วนนี้จะไม่ใช่การโฆษณาเช่นกรณีแรก เนื่องจากจะซ้ำซ้อนกันแต่เป็นกรณีผู้กระทำซึ่งมิใช่ผู้ขายหรือผู้ผลิตได้แสดงออกซึ่งการกระทำในลักษณะอวดอ้างสรรพคุณหรือจูงใจผู้อื่นให้ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ดังกล่าว

เมื่อพิจารณาจากข้อเท็จจริงในการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ออนไลน์ จะเห็นได้ว่าการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ออนไลน์ต้องมีการกระทำใด ๆ ที่แสดงให้ผู้บริโภคได้เห็นภาพเครื่องดื่มชื่อ เครื่องหมาย แสดงราคาเพื่อตัดสินใจซื้อ อันเป็นประโยชน์ในทางการค้าจึงเป็นการโฆษณาอยู่ในตัวเอง ผู้ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ออนไลน์จึงเข้าข่ายกระทำความผิดตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 มาตรา 32 วรรคหนึ่งได้ อย่างไรก็ตาม หากสมมติว่าผู้ขายดังกล่าวเป็นผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และมีการขายแบบออนไลน์ด้วย ย่อมสามารถใช้ข้อยกเว้นซึ่งกำหนดไว้ในมาตรา 32 วรรคสอง ที่กำหนดให้ ผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โฆษณาและประชาสัมพันธ์ได้ โดยให้กระทำได้เฉพาะการให้ข้อมูลข่าวสารและความรู้เชิงสร้างสรรค์สังคม โดยไม่มีการปรากฏภาพของสินค้าหรือบรรจุภัณฑ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้น เว้นแต่ เป็นการปรากฏของภาพสัญลักษณ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ซึ่งการแสดงภาพสัญลักษณ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ตามมาตรา 32 วรรคสอง มีกฎกระทรวงกำหนดหลักเกณฑ์และเงื่อนไขการแสดงภาพสัญลักษณ์เพื่อประกอบการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2553 ออกบังคับใช้

จากข้อเท็จจริงที่ปรากฏทางเว็บไซต์ขายสินค้าออนไลน์ของร้านขายปลีกขายส่ง เช่น ห้างบิ๊กซี เทสโก้โลตัส พบว่า มีการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ออนไลน์โดยไม่แสดงภาพเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แต่จะแสดงเพียงชื่อและราคาเท่านั้น ซึ่งหากพิจารณาจากบทบัญญัติตามมาตรา 32 แล้ว เมื่อร้านค้าดังกล่าวมิใช่ผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ย่อมเข้าข่ายห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามมาตรา 32 วรรคหนึ่งด้วย จึงเกิดปัญหาคือ ตามบทบัญญัติของกฎหมาย มาตรา 32 วรรคหนึ่ง ห้ามผู้ใดโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยสิ้นเชิง โดยไม่มีข้อกำหนดกรณียกเว้นใดบ้างที่สามารถโฆษณาประชาสัมพันธ์ได้ดังเช่นผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ตามมาตรา 32 วรรคสอง ประกอบกับกฎหมายยังไม่มีการบัญญัติถึงการควบคุมโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ออนไลน์ไว้โดยเฉพาะ อีกทั้งยังไม่มีกระบวนการตรวจสอบการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ออนไลน์ และภาครัฐยังไม่สามารถนำบทบัญญัติของมาตรานี้ไปควบคุมผู้ฝ่าฝืนกฎหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

เมื่อเปรียบเทียบกับต่างประเทศ เช่น เครือรัฐออสเตรเลียที่มีบทบัญญัติเกี่ยวกับการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ผ่านอินเทอร์เน็ตได้ออกบทบัญญัติประมวลหลักการโฆษณาขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ซึ่งครอบคลุมไปถึงการโฆษณาขายสินค้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ออนไลน์ด้วย โดยจะมุ่งเน้นแนวทางการโฆษณาที่รับผิดชอบต่อการบริโภค ไม่ชักจูงเยาวชนอายุต่ำกว่า 18 ปีบริโภค ไม่ชักจูงให้บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เกินขนาด ในสหราชอาณาจักรมีการควบคุมโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยต้องไม่มุ่งเน้นไปยังบุคคลอายุต่ำกว่า 18 ปี และไม่แสดงข้อความกระตุ้นการดื่มเกินขนาดหรือเกินขอบเขตความรับผิดชอบ ส่วนสาธารณรัฐฝรั่งเศสมีความเข้มงวดและเคร่งครัดในการควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ แต่ก็ได้บัญญัติข้อยกเว้นของกฎหมายให้สามารถดำเนินการโฆษณาได้ แต่สำหรับสื่ออินเทอร์เน็ตห้ามมิให้โฆษณาผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีเยาวชนอย่างเด็ดขาด

ในประเด็นนี้ ผู้วิจัยเห็นว่า แม้ว่าตามเจตนารมณ์ของกฎหมายฉบับนี้เพื่อป้องกันเด็กเยาวชน และประชาชนโดยทั่วไปเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้โดยง่าย และมาตรการควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จะช่วยลดการบริโภค การสร้างค่านิยมในการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก็ตาม แต่ก็ไม่อาจปฏิเสธการสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ตที่รวดเร็ว และการประกอบธุรกิจซื้อขายสินค้าออนไลน์ที่กำลังได้รับความนิยมได้ การใช้มาตรการควบคุมโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยเด็ดขาดตามมาตรา 32 วรรคหนึ่ง ไม่ได้ช่วยแก้ไขปัญหาการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ออนไลน์ได้หมด เพราะภาครัฐไม่อาจจะตรวจสอบร้านค้าเหล่านี้ได้อย่างทั่วถึง ย่อมเกิดการลักลอบขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ออนไลน์ได้เช่นเดิม

ผู้วิจัยจึงเห็นว่า เมื่อการขายสินค้าออนไลน์เป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ในธุรกิจยุคปัจจุบัน จึงควรให้ผู้ประกอบธุรกิจขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ออนไลน์เหล่านี้เข้าสู่ระบบที่ภาครัฐสามารถกำกับดูแลเนื้อหาที่โฆษณาเพื่อห้ามไม่ให้มีการโฆษณาไปยังเด็กและเยาวชนที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี และการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพื่อคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อให้รัฐสามารถตรวจสอบร้านค้าเหล่านั้นได้ โดยแก้ไขเพิ่มเติมกฎหมายเพื่อกำหนดหลักเกณฑ์ในการควบคุมการโฆษณาออนไลน์ให้ชัดเจน คือ กรณีการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ออนไลน์นั้น ควรแก้ไขเพิ่มเติมให้มีการยกเว้นให้ผู้ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ออนไลน์สามารถโฆษณาประชาสัมพันธ์ได้ โดยไม่มีการปรากฏภาพสัญลักษณ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในลักษณะเช่นเดียวกับมาตรา 32 วรรคสอง โดยให้แสดงเพียงข้อมูลชื่อยี่ห้อสินค้า ขนาดและราคาได้เท่านั้น และควรนำมาตรการของเครือรัฐออสเตรเลียมาปรับใช้ในการมุ่งเน้นให้ผู้ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ออนไลน์โฆษณาขายอย่างรับผิดชอบต่อผู้บริโภค โดยห้ามไม่ให้โฆษณาผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตไปยังกลุ่มเด็กและเยาวชนที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี เพื่อชักจูงใจให้ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งผู้วิจัยเห็นว่าจะเป็นแนวทางในการกำกับดูแลการโฆษณาสำหรับการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ออนไลน์ได้มากยิ่งขึ้น

4.4 ปัญหากฎหมายเกี่ยวกับใบอนุญาตขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ออนไลน์

การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีผลต่อสุขภาพของผู้บริโภคและปัญหาอื่นตามมา มาตรการทางภาษีถือเป็นเครื่องมือในการลดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างหนึ่ง รัฐจึงมีการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากกว่าสินค้าทั่วไป การประกอบธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จะต้องได้รับอนุญาตจากรัฐก่อนจึงจะกระทำได้ ตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ยังไม่ได้บัญญัติว่าการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ออนไลน์เป็นการกระทำผิดกฎหมาย แต่ในการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ผู้ขายจะต้องมีใบอนุญาตขายสุราด้วยซึ่งอยู่ภายใต้บังคับพระราชบัญญัติสรรพสามิต พ.ศ. 2560

จากการศึกษาเกี่ยวกับใบอนุญาตขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่า ตามพระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2560 มาตรา 155 กำหนดว่าผู้ใดประสงค์จะขายสุราต้องยื่นคำขออนุญาตต่อเจ้าพนักงานสรรพสามิต ซึ่งผู้ประสงค์จะขายต้องขอใบอนุญาตให้ตรงกับปริมาณสุราที่ประสงค์จะขายในแต่ละครั้ง โดยกำหนดประเภทใบอนุญาตไว้ 2 ประเภท คือ ประเภทที่ 1 สำหรับขายสุราทุกชนิดครั้งหนึ่งจำนวนตั้งแต่สิบลิตรขึ้นไป ประเภทที่ 2 สำหรับการขายสุราทุกชนิด ครั้งหนึ่งจำนวนต่ำกว่าสิบลิตร ทั้งนี้ใบอนุญาตขายสุราที่ได้รับนั้นให้ใช้ได้เฉพาะในสถานที่ที่ระบุไว้ในใบอนุญาตและต้องแสดงใบอนุญาตไว้ในที่เปิดเผย ตามมาตรา 178 ดังนั้น ผู้ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ออนไลน์จะต้องได้รับใบอนุญาตตามปริมาณสุราที่ตนจะขายด้วย

สำหรับกรณีที่มีการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ออนไลน์นั้น พบว่า ไม่มีการแสดงใบอนุญาตขายสุราไว้ที่หน้าเว็บไซต์หรือสื่อสังคมออนไลน์จึงทำให้เจ้าพนักงานสรรพสามิตไม่สามารถเข้าไปตรวจสอบใบอนุญาตขายสุราและการเสียภาษีของผู้ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ออนไลน์ได้ ซึ่งอาจมีการลักลอบนำเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ผิดกฎหมาย เช่น เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ไม่ได้เสียภาษีหรือปลอมมาขายให้แก่ผู้บริโภคด้วยซึ่งบทกำหนดโทษของผู้ฝ่าฝืนขายโดยไม่ได้รับใบอนุญาตนั้นมีโทษปรับไม่เกินห้าพันบาท ตามมาตรา 196 ซึ่งถือว่าน้อยเมื่อเทียบกับผลตอบแทนที่จะได้รับจากการขาย เมื่อพิจารณาระบบใบอนุญาตขายสุราของไทย จะเห็นว่า เดิมจัดแบ่งไว้ 7 ประเภท แต่เปลี่ยนเป็น 2 ประเภท เพื่อลดความซ้ำซ้อนของใบอนุญาต โดยเป็นการกำหนดประเภทใบอนุญาตตามปริมาณการขายสุรา คือ แบ่งแยกเป็นลักษณะขายปลีกและขายส่ง แต่ไม่ได้กำหนดแยกย่อยไปถึงใบอนุญาตขายที่มีสถานที่สำหรับดื่ม กับใบอนุญาตขายที่ไม่มีสถานที่สำหรับดื่ม แตกต่างจากในต่างประเทศที่จะแบ่งตามสถานที่ และวัตถุประสงค์ในการขาย จึงเกิดปัญหาคือ ใบอนุญาตขายสุรากำหนดแบ่งประเภทไว้อย่างกว้าง แต่ไม่สามารถนำมาควบคุมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ออนไลน์ได้ หรือแม้กระทั่งผู้ขายแอลกอฮอล์ออนไลน์จะได้รับใบอนุญาตขายสุรา แต่รัฐยังไม่สามารถเข้าไปตรวจสอบหรือควบคุมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ออนไลน์ เนื่องจากไม่มีกฎหมายบัญญัติไว้ให้ต้องแสดงในหน้าเว็บไซต์หรือสื่อสังคมออนไลน์ทำให้ผู้ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ออนไลน์ใช้ช่องว่างนี้ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ออนไลน์โดยไร้กระบวนการตรวจสอบของรัฐ ในขณะที่ยังไม่มีบทบัญญัติตามพระราชบัญญัติสรรพสามิตที่จะนำระบบใบอนุญาตขายสุรามาใช้เป็นมาตรการควบคุมการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างมีประสิทธิภาพได้

จากการศึกษาระบบใบอนุญาตขายสุราในกฎหมายต่างประเทศ พบว่า สาธารณรัฐฝรั่งเศสและสหราชอาณาจักรให้ความสำคัญในการขอรับใบอนุญาตขายสุรา ซึ่งสามารถนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยกำหนดคุณสมบัติ ลักษณะต้องห้าม และหลักเกณฑ์ในการพิจารณาใบอนุญาต เพื่อควบคุมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เช่น สาธารณรัฐฝรั่งเศส จะให้ความสำคัญกับตัวบุคคลที่ขออนุญาตประกอบกิจการขายสุราซึ่งต้องไม่เคยรับโทษทางอาญาเกี่ยวกับการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทั้งทางตรงและทางอ้อม และจะต้องผ่านการอบรมที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการป้องกันและต่อต้านการบริโภคสุราเพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจ และความรับผิดชอบต่อสังคมที่อาจได้รับผลกระทบจากธุรกิจนี้ก่อน ส่วนในสหราชอาณาจักรจะจัดแบ่งประเภทใบอนุญาตตามลักษณะของผู้ขอรับใบอนุญาตและแบ่งตามสถานที่ โดยผู้ขอรับใบอนุญาตจะต้องทดสอบความรู้เกี่ยวกับกฎหมายว่าด้วยใบอนุญาตขายสุราและความรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมส่วนรวม หรือเรียกว่า Level 2 Award for Personal License Holders (APLH) โดยถือเงื่อนไขสำคัญที่นำมาควบคุมการออกใบอนุญาตส่วนบุคคล สำหรับประเทศนิวซีแลนด์มีการใช้ระบบใบอนุญาตขายสุรา

มาควบคุมการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ผ่านอินเทอร์เน็ตด้วย ทั้งนี้ผู้ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ผ่านช่องทางนี้จะต้องได้รับใบอนุญาตประเภท Off-Licence for Remote sales of alcohol อีกทั้งจะต้องปฏิบัติตามแนวทางที่กำหนดไว้ใน National Guidance on Remote sales of alcohol โดยผู้ขายจะต้องแสดงภาพใบอนุญาตในเว็บไซต์ที่ขายด้วย เมื่อเปรียบเทียบกับระบบใบอนุญาตของไทยนั้นจะกำหนดคุณสมบัติผู้ขอรับใบอนุญาตไว้ในกฎกระทรวงการอนุญาตขายสุรา พ.ศ. 2560 ซึ่งกำหนดคุณสมบัติเพียงเป็นนิติบุคคลหรือบุคคลธรรมดาที่มีอายุไม่ต่ำกว่ายี่สิบปีบริบูรณ์ และกำหนดสถานที่ต้องห้ามไม่ให้ใช้เป็นสถานประกอบการขายสุราเท่านั้น จึงยังไม่มีกฎหมายกำหนดหลักเกณฑ์และเงื่อนไขในการออกใบอนุญาตที่มุ่งคัดคุณภาพของผู้ที่จะประกอบธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างรับผิดชอบต่อสังคม

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเห็นว่า รัฐควรมีการกำหนดเงื่อนไขในการออกใบอนุญาตขายสุราโดยให้ผู้ประกอบธุรกิจขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต้องมีความรู้กฎหมายเกี่ยวกับการขายและการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ รวมถึงตระหนักถึงการขายอย่างรับผิดชอบต่อสังคมส่วนรวมก่อนที่จะได้รับใบอนุญาต ดังเช่นมาตรการควบคุมระบบใบอนุญาตขายสุราของสาธารณรัฐฝรั่งเศสและสหราชอาณาจักรที่ต้องมีการจัดอบรมเรื่องดังกล่าวก่อนได้รับใบอนุญาต ผู้ประกอบธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ถือเป็นต้นทางในการปฏิบัติตามกฎหมาย หากผู้ขายมีการตรวจสอบทั้งอายุของผู้สั่งซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ออนไลน์ ผู้รับมอบเครื่องดื่มอย่างเข้มงวด การส่งมอบตามวันและเวลาที่ไม่ต้องห้ามของกฎหมายและการโฆษณาขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ออนไลน์ ย่อมถือเป็นกลไกสำคัญในการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพื่อป้องกันการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเด็ก เยาวชน และประชาชนอย่างมีประสิทธิภาพ

นอกจากนี้ รัฐควรปรับปรุงระบบใบอนุญาตโดยแบ่งย่อยประเภทใบอนุญาตขายสุราเพิ่มเติมในพระราชบัญญัติสรรพสามิต พ.ศ. 2560 เป็นการขายที่มีสถานที่สำหรับดื่มและสำหรับขายที่ไม่มีสถานที่ดื่ม รวมถึงครอบคลุมไปถึงการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ออนไลน์ ดังเช่นแนวทางการควบคุมของเครือรัฐออสเตรเลียและประเทศนิวซีแลนด์ เพื่อกำหนดให้ผู้ได้รับใบอนุญาตขายสุราแต่ละประเภทมีหน้าที่ปฏิบัติไปตามลักษณะที่ตนขายและมีข้อห้ามที่สอดคล้องกับพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 เพื่อให้เหมาะสมต่อการควบคุมปัญหาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์