

## บทที่ 5

### บทสรุปและข้อเสนอแนะ

#### 5.1 บทสรุป

จากการวิเคราะห์ถึงประเด็นกฎหมายเกี่ยวกับการควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ทำให้ทราบถึงปัญหาที่เกิดขึ้น ทั้งในด้านของสิทธิและเสรีภาพในการโฆษณาที่รัฐธรรมนูญได้ให้สิทธิไว้แก่ประชาชนชาวไทย ภายใต้ขอบเขตของอำนาจตามบทบัญญัติแห่งกฎหมายที่ตราขึ้นเฉพาะเพื่อรักษาความมั่นคงของรัฐ เพื่อคุ้มครองสิทธิหรือเสรีภาพของบุคคลอื่น เพื่อรักษาความสงบเรียบร้อย หรือศีลธรรมอันดีของประชาชน หรือเพื่อป้องกันสุขภาพของประชาชน ประเด็นปัญหาดังกล่าวทำให้เกิดความสัมพันธ์กับประเด็นปัญหาทางกฎหมาย ในเรื่องของการควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ที่ในปัจจุบันยังคงเป็นปัญหาที่ยังไม่ได้รับการแก้ไข จึงต้องทำการศึกษาเพื่อหาแนวทาง ซึ่งจะทำให้การบังคับใช้กฎหมายในประเด็นดังกล่าวมีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

ผลการศึกษาพบว่า ตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 มาตรา 25 และมาตรา 34 ได้กำหนดสิทธิและเสรีภาพของประชาชนในการโฆษณาและการเข้าถึงสื่อโฆษณา จึงทำให้ประชาชนทุกคนมีสิทธิโฆษณาและเข้าถึงการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาเนื้อหาของมาตรา 32 พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ที่บัญญัติว่า “ห้ามมิให้ผู้ใด โฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือแสดงชื่อหรือเครื่องหมายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อันเป็นการอวดอ้างสรรพคุณหรือชักจูงใจให้ผู้อื่นดื่ม โดยตรงหรือโดยอ้อม

การโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ใด ๆ โดยผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกประเภท ให้กระทำได้เฉพาะการให้ข้อมูลข่าวสาร และความรู้เชิงสร้างสรรค์สังคม โดยไม่มีการปรากฏภาพของสินค้าหรือบรรจุภัณฑ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้น เว้นแต่เป็นการปรากฏของภาพสัญลักษณ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หรือสัญลักษณ์ของบริษัทผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้นเท่านั้น ทั้งนี้ ตามที่กำหนดในกฎกระทรวง”

จากหลักเกณฑ์ดังกล่าว จะเห็นได้ว่า แม้ว่ารัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 จะให้สิทธิประชาชนทุกคนในการเข้าถึงการโฆษณาทุกประเภท นั้นหมายความว่าถึง

กลุ่มของเครื่องดืมแอลกอฮอล์ด้วยเช่นกัน แต่ด้วยข้อจำกัดของพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดืมแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 มาตรา 32 ทำให้ประชาชนถูกจำกัดสิทธิให้ไม่สามารถเข้าถึงการโฆษณาเครื่องดืมแอลกอฮอล์ได้ ซึ่งส่งผลให้ประชาชนไม่สามารถที่จะเข้าใจถึงข้อมูลเพื่อเปรียบเทียบในการเลือกซื้อสินค้าประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หรือประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการเครื่องดืมแอลกอฮอล์จากสื่อโฆษณา จึงอาจมีประชาชนบางกลุ่มที่ยังไม่รู้ว่าเครื่องดืมแอลกอฮอล์หากดืมในปริมาณที่พอเหมาะจะก่อให้เกิดประโยชน์แก่ร่างกายอย่างไรบ้าง ซึ่งถือว่าเป็นอีกหนึ่งข้อดีของการรับสื่อโฆษณาเครื่องดืมแอลกอฮอล์

ทั้งนี้ จากการศึกษามาตรการควบคุมเครื่องดืมแอลกอฮอล์ของต่างประเทศ ประกอบด้วย เครื่องรัฐออสเตรเลีย สหราชอาณาจักร สาธารณรัฐฝรั่งเศส ที่มีการบัญญัติกฎหมายโดยระบุรายละเอียดอย่างชัดเจนถึงกรณีต่าง ๆ เช่น ประเภทและลักษณะของสื่อที่กฎหมายอนุญาตให้ทำการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ได้ เนื้อหาของสื่อที่สามารถใช้ในการโฆษณาเครื่องดืมแอลกอฮอล์ที่มีสาระสำคัญและความชัดเจนและง่ายต่อการบังคับใช้ อีกทั้งยังเป็นการกำหนดมาตรการที่เป็นประโยชน์ทั้งด้านเศรษฐกิจและการบังคับใช้กฎหมายอย่างเหมาะสม

## 5.2 ข้อเสนอแนะ

จากที่ได้พบทบทวนงานวรรณกรรมในบทที่ 2 และบทที่ 3 และวิเคราะห์ปัญหาที่เกิดขึ้นเกี่ยวกับการควบคุมการโฆษณาเครื่องดืมแอลกอฮอล์ในบทที่ 4 ทำให้ได้มาซึ่งปัญหาและนำมาสู่แนวทางการแก้ไขปัญหาดังนี้

1) ปัญหาเกี่ยวกับสิทธิและเสรีภาพของประชาชนในการรับสื่อการโฆษณา ในประเด็นนี้ เห็นควรแก้ไขเพิ่มเติมเกี่ยวกับการห้ามโฆษณาตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดืมแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 มาตรา 32 ให้มีการยกเว้นให้ผู้ขายเครื่องดืมแอลกอฮอล์ สามารถโฆษณาประชาสัมพันธ์ได้ โดยไม่มีการปรากฏภาพสัญลักษณ์ของเครื่องดืมแอลกอฮอล์ ในลักษณะเช่นเดียวกับ มาตรา 32 วรรคสอง โดยสามารถให้แสดงเพียงข้อมูลชื่อยี่ห้อสินค้า ขนาดและราคาได้เท่านั้น และห้ามมิให้โฆษณาผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตไปยังกลุ่มเด็กและเยาวชนที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปีเพื่อชักจูงใจให้ดืมเครื่องดืมแอลกอฮอล์

2) ปัญหาเกี่ยวกับการควบคุมการโฆษณาเครื่องดืมแอลกอฮอล์ ในประเด็นนี้ เห็นควรเพิ่มเติมพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดืมแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 มาตรา 32 โดยกำหนดรายละเอียดที่เหมาะสมในการควบคุมการโฆษณาเครื่องดืมแอลกอฮอล์ ประกอบด้วย การระบุประเภทและลักษณะของสื่อ รวมถึง สถานที่ วันและเวลาที่กฎหมายอนุญาตให้ทำการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ได้

เพื่อให้เป็นหลักเกณฑ์ที่ชัดเจนและเป็นบรรทัดฐานในการแก้ปัญหาข้อโต้แย้ง ในเรื่องการถูกจำกัดเสรีภาพในการสื่อสารตามรัฐธรรมนูญ

สรุป จากการศึกษาประเด็นปัญหาและข้อเสนอแนะทั้งหมด สารนิพนธ์ฉบับนี้ได้เสนอให้เห็นถึงปัญหาและแนวทางในการควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่เหมาะสมกับประเทศไทย ภายใต้กฎหมายเพื่อไม่ให้กระทบต่อสิทธิและเสรีภาพในการสื่อสารตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 ประกอบกับการบังคับใช้พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ให้มีความชัดเจนในประเด็นเกี่ยวกับการควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ย่อมถือเป็นกลไกสำคัญในการควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ทั้งนี้ย่อมก่อให้เกิดประโยชน์แก่ทั้งภาครัฐ ที่ยังสามารถใช้มาตรการในการนำผู้ประกอบการเข้าสู่การตรวจสอบของภาครัฐ ทั้งด้านการจัดเก็บภาษี ความปลอดภัยของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ขาย ตลอดจนการสอดส่องดูแลการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่เป็นไปตามที่กฎหมายกำหนด และสอดคล้องกับสิทธิและเสรีภาพในการสื่อสารของประชาชนอย่างมีประสิทธิภาพต่อไป