

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันหากจะกล่าวถึงการสื่อสารในรูปแบบของการโฆษณาแก่ประชาชนได้รับรู้ รับทราบเป็นวงกว้างถึงข้อความที่บุคคลนั้นต้องการสื่อออกไป โดยไม่ว่าจะเป็นการบอกกล่าว แจ้ง ความ ชี้แจง แนะนำ หรือแสดงความคิดเห็น กรณีใดแก่ประชาชนแล้วนั้น ประเทศไทยได้มีการตรา กฎหมายในระดับพระราชบัญญัติขึ้นมาและได้บังคับใช้มาจนถึงปัจจุบัน คือ พระราชบัญญัติควบคุม การโฆษณาโดยใช้เครื่องขยายเสียง พุทธศักราช 2493 โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อควบคุมการ โฆษณาโดยใช้เครื่องขยายเสียงให้เป็นไปด้วยความเรียบร้อยและเหมาะสม ไม่ว่าจะเป็นการ โฆษณาในกิจการที่เป็นทำนองการค้าหรือไม่ใช่กิจการในทำนองการค้าก็ตาม โดยกำหนด มาตรการทางกฎหมายในการป้องกันไม่ให้มีการใช้เครื่องขยายเสียงจนเกินระดับเสียงที่ดั่ง จนเกินไปอันจะก่อให้เกิดความเดือดร้อนรำคาญแก่ประชาชน¹ โดยความหมายของการโฆษณา ตามพระราชบัญญัตินี้ได้กำหนดไว้ในมาตรา 3 ว่า “โฆษณา” หมายความว่า การบอกกล่าว แจ้งความ ชี้แจง แนะนำ หรือแสดงความคิดเห็นแก่ประชาชน² โดยขั้นตอนการโฆษณาโดยใช้เครื่องขยาย เสียงจะต้องโฆษณานั้น ผู้ที่จะทำการโฆษณาโดยใช้เครื่องขยายเสียงด้วยกำลังไฟฟ้าจะต้องขอ อนุญาตต่อพนักงานเจ้าหน้าที่ก่อน เมื่อได้รับอนุญาตแล้วจึงทำการโฆษณาได้³ ซึ่งพนักงาน เจ้าหน้าที่ผู้ออกใบอนุญาตจะมีอำนาจในการกำหนดเงื่อนไขในใบอนุญาต เช่น เวลา สถานที่ และ เครื่องอุปกรณ์ขยายเสียง โดยผู้รับอนุญาตซึ่งหมายความรวมถึง ผู้ใช้เสียงและผู้ควบคุมเครื่อง

¹ กรมการปกครอง. (2561). *สรุปสาระสำคัญของพระราชบัญญัติควบคุมการโฆษณาโดยใช้เครื่องขยายเสียง พ.ศ. 2493*. กรุงเทพฯ: สำนักการสอบสวนและนิติการ. หน้า 1.

² พระราชบัญญัติควบคุมการโฆษณาโดยใช้เครื่องขยายเสียง พุทธศักราช 2493 มาตรา 3 บัญญัติว่า

“โฆษณา หมายความว่า การบอกกล่าว แจ้งความ ชี้แจง แนะนำ หรือแสดงความคิดเห็นแก่ประชาชน”

³ พระราชบัญญัติควบคุมการโฆษณาโดยใช้เครื่องขยายเสียง พุทธศักราช 2493 มาตรา 4 บัญญัติว่า

“ผู้ที่จะทำการโฆษณาโดยใช้เครื่องขยายเสียงด้วยกำลังไฟฟ้า จะต้องขอรับอนุญาตต่อพนักงานเจ้าหน้าที่ ก่อน เมื่อได้รับอนุญาตแล้วจึงทำการโฆษณาได้

ให้พนักงานเจ้าหน้าที่ออกใบอนุญาตให้แก่ผู้ขอรับอนุญาต และให้มีอำนาจกำหนดเงื่อนไขลงใน ใบอนุญาตว่าด้วยเวลา สถานที่และเครื่องอุปกรณ์ขยายเสียงและผู้รับอนุญาตต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขที่กำหนดนั้น”.

ขยายเสียงในการโฆษณาจะต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขดังกล่าว หากมีการฝ่าฝืนการปฏิบัติตามเงื่อนไขในใบอนุญาต พนักงานเจ้าหน้าที่ หรือพนักงานฝ่ายปกครอง หรือตำรวจชั้นผู้ใหญ่ตามประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา มีอำนาจสั่งให้ลดเสียงหรือสั่งให้หยุดโฆษณาได้ หากผู้ใช้เสียงหรือผู้ควบคุมเครื่องขยายเสียงไม่ปฏิบัติตาม หรือทำการโฆษณาโดยใช้เครื่องขยายเสียงด้วยกำลังไฟฟ้าโดยไม่ได้รับอนุญาต มีความผิดต้องระวางโทษ และพนักงานเจ้าหน้าที่อำนาจสั่งเพิกถอนใบอนุญาตได้ด้วย⁴ นอกจากนี้ มาตรการสำคัญที่ทำให้บรรลุวัตถุประสงค์ของกฎหมายฉบับดังกล่าว ยังปรากฏในระเบียบปฏิบัติการยื่นคำร้องและการพิจารณาออกใบอนุญาตตามพระราชบัญญัติควบคุมการโฆษณาโดยใช้เครื่องขยายเสียง พ.ศ. 2493 โดยระเบียบดังกล่าว มีสาระสำคัญคือ ห้ามอนุญาตและห้ามใช้เสียงโฆษณา ในระยะใกล้กว่า 100 เมตร จากโรงพยาบาล วัด หรือสถานที่บำเพ็ญศาสนกิจ ทางแยก ที่มีการสัญจรไปมาคับคั่งอยู่เป็นปกติ และห้ามใช้เสียงโฆษณาในระยะใกล้กว่า 100 เมตร จากโรงเรียนในระหว่างทำการสอน ศาลยุติธรรมในระหว่างเวลาพิจารณา⁵ ซึ่งสถานที่ดังกล่าวเป็นสถานที่ที่ต้องการความสงบหรือความเป็นระเบียบเรียบร้อย จำเป็นต้องมีกฎหมายเฉพาะในการควบคุมการโฆษณาโดยใช้เครื่องขยายเสียง

⁴ ระเบียบปฏิบัติการยื่นคำร้องและการพิจารณาออกใบอนุญาตตามพระราชบัญญัติควบคุมการโฆษณาโดยใช้เครื่องขยายเสียง พุทธศักราช 2495

ข้อ 8 อำนาจสั่งให้หยุดการโฆษณาตามความในมาตรา 6 แห่งพระราชบัญญัติควบคุมการโฆษณา โดยใช้เครื่องขยายเสียง พ.ศ.2493 นั้น ให้พนักงานผู้ออกใบอนุญาต หรือพนักงานฝ่ายปกครองหรือตำรวจชั้นผู้ใหญ่ตามความในประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา สั่งให้หยุดได้ไม่เกิน 15 วัน

ข้อ 9 ให้พนักงานสอบสวนเป็นผู้ดำเนินคดีแก่ผู้กระทำความผิดต่อบทบัญญัติแห่งพระราชบัญญัติควบคุมการโฆษณาโดยใช้เครื่องขยายเสียง พุทธศักราช 2493

ให้พนักงานผู้ออกใบอนุญาตใช้ดุลยพินิจสั่งในการเพิกถอนใบอนุญาต ตามที่เห็นสมควรหากมีความคิดเห็นของตำรวจท้องที่ที่ให้นำความคิดเห็นนั้นมาเป็นหลักประกอบการพิจารณาด้วย.

⁵ ระเบียบปฏิบัติการยื่นคำร้องและการพิจารณาออกใบอนุญาตตามพระราชบัญญัติควบคุมการโฆษณาโดยใช้เครื่องขยายเสียง พุทธศักราช 2495

ข้อ 5. ห้ามอนุญาตและห้ามใช้เสียงโฆษณาในระยะใกล้กว่า 100 เมตรจากบริเวณสถานที่ใดสถานที่หนึ่งดังต่อไปนี้

- (ก) โรงพยาบาล
- (ข) วัดหรือสถานที่บำเพ็ญศาสนกิจ และ
- (ค) ทางแยกที่มีการสัญจรไปมาคับคั่งอยู่เป็นปกติ

ข้อ 6 ห้ามใช้เสียงโฆษณาในระยะใกล้กว่า 100 เมตรจากบริเวณสถานที่ใดสถานที่หนึ่งดังต่อไปนี้

- (ก) โรงเรียนระหว่างทำการสอน
- (ข) ศาลสถิตยุติธรรมในระหว่างเวลาพิจารณา.

เมื่อพิจารณาจากพระราชบัญญัติควบคุมการโฆษณาโดยใช้เครื่องขยายเสียง พุทธศักราช 2493 แล้ว จะพบว่า พระราชบัญญัติฉบับดังกล่าวมีการกำหนดมาตรการหรือขั้นตอนไว้ในกฎหมายเพื่อใช้แก้ไขปัญหาเกี่ยวกับการใช้เครื่องขยายเสียงอันขัดต่อความสงบเรียบร้อยและไม่เหมาะสมของประชาชน โดยมีมาตรการหรือขั้นตอนที่สำคัญคือ การโฆษณาโดยใช้เครื่องขยายเสียงจะต้องโฆษณาเป็นภาษาไทยเท่านั้น และให้หมายความรวมถึงภาษาพื้นเมืองบางแห่งในประเทศไทย เพื่อควบคุมไม่ให้ใช้ภาษาต่างประเทศเพื่อปลุกกระดมหรือก่อความไม่สงบในบ้านเมือง อันมีลักษณะเป็นภัยต่อความมั่นคงของประเทศ

จากสภาพปัญหาที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น จะเห็นได้ว่า พระราชบัญญัติควบคุมการโฆษณาโดยใช้เครื่องขยายเสียง พุทธศักราช 2493 ได้ใช้บังคับมาเป็นเวลานาน โดยไม่เคยมีการแก้ไขปรับปรุงทำให้บทบัญญัติส่วนใหญ่ไม่เหมาะสมกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปของประเทศ และขาดประสิทธิภาพในการบังคับใช้กฎหมาย ซึ่งการที่ประชาชนจะต้องเข้ามาขออนุญาตโฆษณาโดยใช้เครื่องขยายเสียงอาจเป็นการสร้างภาระแก่ประชาชนเกินความจำเป็น รวมถึงสร้างภาระหน้าที่ให้แก่พนักงานเจ้าหน้าที่ที่จะต้องควบคุมดูแลในกรณีที่มีเหตุปรากฏว่าเสียงที่ผู้ได้รับการอนุญาตให้โฆษณานั้นก่อความรำคาญแก่ประชาชน ประกอบกับมีความซ้ำซ้อนกับเหตุเดือดร้อนรำคาญตามประมวลกฎหมายอาญาซึ่งมีบทกำหนดโทษทางอาญาในเหตุเดือดร้อนรำคาญอย่างชัดเจนอยู่แล้ว⁶ การที่กฎหมายมีหลักการควบคุมการโฆษณาโดยใช้เครื่องขยายเสียงเช่นนี้จึงเป็นปัญหาและอุปสรรคต่อทั้งหน่วยงานของรัฐและประชาชน⁷ จึงส่งผลกระทบต่อและก่อให้เกิดปัญหาหลายประการ ดังนี้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ จึงได้กำหนดประเด็นปัญหาดังนี้

1) ปัญหาเกี่ยวกับการขออนุญาตเพื่อโฆษณาโดยใช้เครื่องขยายเสียงตามพระราชบัญญัติควบคุมการโฆษณาโดยใช้เครื่องขยายเสียง พุทธศักราช 2493

ปัจจุบันผู้ที่ทำการโฆษณาโดยใช้เครื่องขยายเสียงด้วยกำลังไฟฟ้านั้น ตามมาตรา 4 แห่งพระราชบัญญัติควบคุมการโฆษณาโดยใช้เครื่องขยายเสียง พุทธศักราช 2493 ได้กำหนดไว้ว่า จะต้องขออนุญาตต่อพนักงานเจ้าหน้าที่ก่อน เมื่อได้รับอนุญาตจากพนักงานเจ้าหน้าที่แล้วจึงทำ

⁶ ประมวลกฎหมายอาญา มาตรา 370 บัญญัติว่า “ผู้ใดส่งเสียงทำให้เกิดเสียงหรือกระทำความอื้ออึง โดยไม่มีเหตุอันสมควรจนทำให้ประชาชนตกใจหรือเดือดร้อน ต้องระวางโทษปรับไม่เกินหนึ่งพันบาท”.

⁷ สำนักข่าวอิสรา. (2564). “Regulatory Guillotine กลไกปลดปล่อย ปชช.จากพันธนาการของกฎหมายล้าหลังเอื้อโกง!”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: www.isranews.org/article/isranews-article/88546-kanoon. [2564, 24 เมษายน]

⁸ ประชาชาติธุรกิจ. (2564). “บวรศักดิ์ ปฏิรูปกฎหมาย 100 ปี ตั้งทีมเฉพาะกิจ คั่นกรู 20 กระทรวง”. เข้าถึงได้จาก: www.prachachat.net/politics/news-140650. [2564, 24 เมษายน]

การโฆษณาได้ ซึ่งพนักงานเจ้าหน้าที่ผู้ออกใบอนุญาต มีอำนาจในการกำหนดเงื่อนไขในใบอนุญาต เช่น เวลา สถานที่ และเครื่องอุปกรณ์ขยายเสียง โดยผู้รับอนุญาตซึ่งหมายความรวมถึงผู้ใช้เสียงและผู้ควบคุมเครื่องขยายเสียงในการโฆษณาจะต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขดังกล่าว หากมีการฝ่าฝืนการปฏิบัติตามเงื่อนไขในใบอนุญาต พนักงานเจ้าหน้าที่ หรือพนักงานฝ่ายปกครอง หรือตำรวจชั้นผู้ใหญ่ตามประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา มีอำนาจสั่งให้ลดเสียงหรือสั่งให้หยุดโฆษณาได้ หากผู้ใช้เสียงหรือผู้ควบคุมเครื่องขยายเสียงไม่ปฏิบัติตาม หรือทำการโฆษณาโดยใช้เครื่องขยายเสียงด้วยกำลังไฟฟ้าโดยไม่ได้รับอนุญาต มีความผิดต้องระวางโทษ และพนักงานเจ้าหน้าที่อำนาจสั่งเพิกถอนใบอนุญาตได้ด้วย

ปัญหาคือ ผู้ที่ประสงค์จะโฆษณาโดยใช้เครื่องขยายเสียงต้องมาขออนุญาตจากพนักงานผู้ออกใบอนุญาตเสมอซึ่งอาจเป็นการสร้างภาระแก่ประชาชนเกินความจำเป็น รวมถึงสร้างภาระหน้าที่ให้แก่พนักงานเจ้าหน้าที่ที่จะต้องควบคุมดูแลในกรณีที่มีเหตุปรากฏว่าเสียงที่ผู้ได้รับการอนุญาตให้โฆษณานั้นก่อความรำคาญแก่ประชาชน ซึ่งมีความซ้ำซ้อนกับเหตุเดือดร้อนรำคาญตามประมวลกฎหมายอาญาที่ได้บังคับใช้และมีบทกำหนดโทษทางอาญาอยู่แล้ว ประกอบกับเป็นกฎหมายเก่าที่มุ่งควบคุมเฉพาะการใช้เครื่องขยายเสียงที่เป็นไปในแนวทางของการก่อให้เกิดความเดือดร้อนรำคาญเท่านั้น และการกำหนดให้ใช้ระบบอนุญาตให้โฆษณาโดยใช้เครื่องขยายเสียงได้ในทุกกรณีนั้น อาจทำให้ไม่สอดคล้องกับสภาพสังคมไทยที่มีความแตกต่างกันรวมทั้งวัฒนธรรมในการใช้ชีวิตโดยทั่วไปของประชาชน

ดังนั้น หลักเกณฑ์ที่ใช้ในการขออนุญาตโฆษณาโดยใช้เครื่องขยายเสียงนั้น ควรมีการเปลี่ยนแปลงหลักการในการขออนุญาตเสียใหม่ จากเดิมที่ขออนุญาตโฆษณาโดยใช้เครื่องขยายเสียงทุกประเภทต้องได้รับอนุญาตจากเจ้าพนักงานเจ้าหน้าที่ผู้ออกใบอนุญาต ยกเว้นกิจการบางประเภทที่อาจจะได้รับยกเว้นไม่ต้องขออนุญาต ไปเป็นการโฆษณาหรือกิจการใดๆ โดยใช้เครื่องขยายเสียงไม่ต้องได้รับอนุญาตจากเจ้าพนักงานผู้ออกใบอนุญาต โดยอาจพิจารณาขกเว้นการโฆษณาหรือกิจการบางประเภทที่รัฐมุ่งหมายจะควบคุมต้องได้รับอนุญาตจากเจ้าพนักงานผู้ออกใบอนุญาตก่อนเท่านั้น เพื่อที่จะได้สอดคล้องกับหลักการทางกฎหมายและไม่เป็นภาระหรืออุปสรรคของประชาชนเกินจนเกินไป โดยประชาชนยังคงมีสิทธิเสรีภาพในการสื่อสารหรือการพูดของตนได้โดยเสรี และรัฐยังคงบรรลุวัตถุประสงค์ในการควบคุมการโฆษณาโดยใช้เครื่องขยายเสียงที่จะควบคุมโดยเฉพาะเพื่อประโยชน์ในการรักษาความสงบเรียบร้อยได้ ซึ่งจะทำให้การดำเนินการเกี่ยวกับการควบคุมการโฆษณาโดยใช้เครื่องขยายเสียงมีความชัดเจนและเป็นไปโดยมีประสิทธิภาพ

2) ปัญหาเกี่ยวกับการกำหนดประเภทของการโฆษณาโดยใช้เครื่องขยายเสียงตามพระราชบัญญัติควบคุมการโฆษณาโดยใช้เครื่องขยายเสียง พุทธศักราช 2493

ตามพระราชบัญญัติควบคุมการโฆษณาโดยใช้เครื่องขยายเสียง พุทธศักราช 2493 มาตรา 4 กำหนดว่า ผู้ที่จะทำการโฆษณาโดยใช้เครื่องขยายเสียงด้วยกำลังไฟฟ้าจะต้องขออนุญาตต่อพนักงานเจ้าหน้าที่ก่อน เมื่อได้รับอนุญาตแล้วจึงทำการโฆษณาได้ ซึ่งพระราชบัญญัตินี้ดังกล่าวระบุไว้เฉพาะการโฆษณาโดยใช้เครื่องขยายเสียงด้วยกำลังไฟฟ้าเท่านั้น

ปัญหาคือ พระราชบัญญัตินี้ดังกล่าวระบุไว้เพียงการโฆษณาโดยใช้เครื่องขยายเสียงด้วยกำลังไฟฟ้า แต่กลับไม่ได้นิยามหรือกำหนดไว้ว่ามีเครื่องมือประเภทอื่นที่รัฐต้องการมุ่งควบคุมการใช้เสียงที่ก่อให้เกิดความรำคาญ ความเสียหาย หรือส่งผลกระทบต่อสุขภาพอนามัยของประชาชนเป็นการทั่วไปด้วยหรือไม่ ซึ่งปัจจุบันหรือในอนาคตก็อาจจะมีเทคโนโลยีอย่างอื่นที่มีลักษณะที่คล้ายคลึงหรือใกล้เคียงกับสื่อประเภทเครื่องขยายเสียงด้วยกำลังไฟฟ้าก็เป็นได้

ดังนั้น เห็นควรให้มีการขยายความหมายของเครื่องขยายเสียงด้วยกำลังไฟฟ้า ให้รวมถึงเครื่องมือที่มีลักษณะคล้ายคลึงอื่นใดเพื่อใช้ในการควบคุมปัญหาการใช้เสียง ทั้งนี้ ไม่ควรควบคุมเฉพาะการใช้อุปกรณ์ขยายเสียงเท่านั้น แต่ควรเป็นกฎหมายที่มุ่งควบคุมการใช้เสียงทุกประเภทไม่ว่าจะใช้อุปกรณ์ขยายเสียงหรือเครื่องมือที่มีลักษณะคล้ายคลึงอื่นใดที่มีระดับการใช้เสียงที่ก่อให้เกิดความรำคาญ หรือกรณีการส่งผลกระทบต่อสุขภาพอนามัยของประชาชนด้วย

3) ปัญหาเกี่ยวกับการกำหนดภาษาที่ใช้เพื่อการโฆษณาตามพระราชบัญญัติควบคุมการโฆษณาโดยใช้เครื่องขยายเสียง พุทธศักราช 2493

เมื่อพิจารณาจากพระราชบัญญัติควบคุมการโฆษณาโดยใช้เครื่องขยายเสียง พุทธศักราช 2493 มาตรา 7 ซึ่งกำหนดว่า การโฆษณาโดยใช้เครื่องขยายเสียงจะต้องโฆษณาเป็นภาษาไทย โดยคำว่า “ภาษาไทย” นั้น ให้หมายความรวมถึงภาษาพื้นเมืองบางแห่งในประเทศไทยด้วย เพื่อควบคุมไม่ให้ใช้ภาษาต่างประเทศเพื่อปลุกกระดมหรือก่อความไม่สงบในบ้านเมือง อันมีลักษณะเป็นภัยต่อความมั่นคงของประเทศ

ปัจจุบันด้วยสภาพเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมของประเทศได้เปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก และไม่อาจปฏิเสธได้เลยว่าภาษาที่หลากหลายที่ใช้ในการสื่อสารนั้นเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งในโลกปัจจุบัน โดยเฉพาะการติดต่อสื่อสารกับต่างชาติ ซึ่งเมื่อพิจารณาถึงพระราชบัญญัติฉบับดังกล่าวแล้ว การใช้ภาษาเพื่อการโฆษณานั้นจึงไม่อาจจำกัดไว้แต่เพียงภาษาไทยหรือภาษาถิ่นในประเทศไทยดังกล่าวได้อีกต่อไป ประกอบกับหากมีการโฆษณาโดยใช้เครื่องขยายเสียงที่เป็นภาษาอื่นๆ ที่ไม่ใช่ภาษาไทย ก็จะมีการบังคับใช้โทษปรับที่เมื่อพิจารณาจากสภาพปัจจุบันแล้วก็อาจจะไม่เพียงพอแก่ผู้ที่ทำการโฆษณาที่มีความจำเป็นต้องใช้ภาษาอื่นๆ ในการโฆษณาสื่อสารให้ประชาชนได้รับรู้ถึงข้อความเหล่านั้น อีกทั้งกรณีนี้อาจเป็นการจำกัดเสรีภาพในการโฆษณา และการสื่อความหมายโดยวิธีอื่น ซึ่งรัฐควรจำกัดเสรีภาพของประชาชนหรือควบคุมได้เพียงเท่าที่จำเป็นเท่านั้น

ดังนั้น จึงเห็นควรแก้ไขเพิ่มเติมการ โฆษณาโดยใช้เครื่องขยายเสียง โดยให้สามารถ โฆษณาเป็นภาษาไทยและภาษาอื่นๆ โดยให้เหมาะสมและสอดคล้องกับสภาพสังคมปัจจุบัน

จากสภาพปัญหาที่กล่าวมาทั้งหมดข้างต้น ดังนั้น ในการศึกษาวิจัยนี้จึงได้ศึกษา เรื่อง ปัญหาการบังคับใช้กฎหมายการควบคุมการ โฆษณาโดยใช้เครื่องขยายเสียง เพื่อยกระดับมาตรฐาน การควบคุมการ โฆษณาโดยใช้เครื่องขยายเสียง และเพื่อให้พระราชบัญญัติฉบับนี้สามารถบังคับใช้ได้ อย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับหลักการทางกฎหมาย และเหมาะสมกับสภาพการณ์ของสังคม ในปัจจุบันต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาแนวคิด หลักการ และทฤษฎีเกี่ยวกับการควบคุมการ โฆษณาโดยใช้เครื่องขยายเสียง
2. เพื่อศึกษามาตรการทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมการ โฆษณาโดยใช้เครื่องขยายเสียงของประเทศไทยและของต่างประเทศ
3. เพื่อศึกษาวิเคราะห์ปัญหาทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมการ โฆษณาโดยใช้เครื่องขยายเสียง
4. เพื่อศึกษาแนวทางในการแก้ไขปัญหาทางกฎหมายเกี่ยวกับการควบคุมการ โฆษณาโดยใช้เครื่องขยายเสียง

1.3 สมมติฐานของการศึกษา

พระราชบัญญัติควบคุมการ โฆษณาโดยใช้เครื่องขยายเสียง พุทธศักราช 2493 เป็นกฎหมายที่ยังคงมีความล้าสมัย ไม่สอดคล้องกับหลักการทางกฎหมายและไม่สอดคล้องกับสภาพการณ์ปัจจุบันอยู่จริง ซึ่งส่งผลให้การบังคับใช้เป็นไปอย่างไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร ดังนั้น ปัญหานี้จึงมีความสำคัญและจำเป็นที่จะต้องศึกษาเพื่อหาแนวทางในการแก้ไขปรับปรุงกฎหมาย เพื่อให้พระราชบัญญัติฉบับนี้สามารถบังคับได้อย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับหลักการทางกฎหมาย และเหมาะสมกับสภาพการณ์ของสังคมในปัจจุบัน

1.4 ขอบเขตของการศึกษา

การศึกษาเกี่ยวกับปัญหาทางกฎหมายพระราชบัญญัติควบคุมการ โฆษณาโดยใช้เครื่องขยายเสียง พุทธศักราช 2493จะดำเนินการศึกษาถึงความเป็นมาแนวคิด และหลักการของกฎหมาย ในการควบคุมการ โฆษณาหรือกิจการใดๆ ที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนศึกษาหลักการพื้นฐานเกี่ยวกับเสรีภาพ ในการแสดงความคิดเห็น การพูด การเขียน การพิมพ์การ โฆษณา และการสื่อความหมายโดยวิธีอื่น รวมไปถึงทำการศึกษากฎหมาย แนวคิด หรือหลักการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งในส่วนของกฎหมาย

ภายในประเทศและในส่วนของกฎหมายต่างประเทศ เพื่อนำข้อมูล แนวคิด และหลักการของแต่ละประเทศมาศึกษาวิเคราะห์และเปรียบเทียบกับกฎหมายไทยเพื่อใช้เป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหา หรือเสนอแนวคิดที่มีประสิทธิภาพและเหมาะสมกับการควบคุมการโฆษณาโดยใช้เครื่องขยายเสียง ในประเทศไทย

1.5 วิธีดำเนินการศึกษา

งานศึกษาวิจัยฉบับนี้จะทำการศึกษาในรูปแบบของการวิจัยเอกสาร (Documentary Research) โดยทำการศึกษาค้นคว้าและรวบรวมข้อมูลจากตำรากฎหมายไทยและต่างประเทศ หนังสือ วิทยานิพนธ์ สารนิพนธ์ งานวิจัย วารสาร บทความ รวมทั้งเอกสารและฐานข้อมูลออนไลน์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาวิเคราะห์หาแนวทางในการแก้ไขปรับปรุง และเสนอแนะแนวทางเพื่อให้การควบคุมการโฆษณาโดยใช้เครื่องขยายเสียงในประเทศไทยมีความเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงแนวคิด หลักการ และทฤษฎีเกี่ยวกับการควบคุมการโฆษณาโดยใช้เครื่องขยายเสียงดังกล่าว
2. ทำให้ทราบถึงมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับการควบคุมการโฆษณาโดยใช้เครื่องขยายเสียง
3. ทำให้ทราบถึงผลการวิเคราะห์ปัญหาทางกฎหมายเกี่ยวกับการควบคุมการโฆษณาโดยใช้เครื่องขยายเสียงในประเทศไทยและต่างประเทศ
4. ทำให้ทราบถึงแนวทางในการแก้ไขปัญหาทางกฎหมายเกี่ยวกับการควบคุมการโฆษณาโดยใช้เครื่องขยายเสียงได้