

บทที่ 4

การวิเคราะห์ปัญหากฎหมายเกี่ยวกับมาตรการทางการตลาดในการจำหน่าย เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานบริการที่อนุญาตให้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ในปัจจุบันอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีจุดมุ่งหมายในการสร้างภาพลักษณ์ให้เป็นที่ยอมรับในสังคม ในขณะที่เดียวกันก็พยายามที่จะใช้กลยุทธ์ในการโฆษณาเพื่อดึงดูดผู้บริโภคหน้าใหม่อันได้แก่กลุ่มเยาวชนและกลุ่มวัยรุ่นให้มาเป็นลูกค้ารายใหม่ โดยเห็นได้ชัดว่าอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุ่มเทงบประมาณในการโฆษณาและทำกิจกรรมต่างๆ เพื่อชักจูงเยาวชนและวัยรุ่นตลอดมา ซึ่งการรับรู้การโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และความสนใจต่อการโฆษณามีเพิ่มขึ้นอยู่ตลอดเวลา เครื่องดื่มแอลกอฮอล์มักจะถูกนำเสนอให้เห็นเป็นสิ่งปกติในสังคมและเป็นสิ่งที่ปรารถนาโดยผู้ที่เห็นการโฆษณาบ่อยก็จะมีความคิดและรู้สึกว่าคุณดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยทั่วไปเป็นผู้ที่มีความสนุกสนาน สดชื่น รักเพื่อน และรู้สึกว่าคุณที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แล้วจะประสบความสำเร็จในการทำงาน แนวความคิดเหล่านี้ทำให้เกิดทัศนคติในทางบวกต่อการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เพราะยี่ห้อหรือชื่อสินค้าของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มักถูกนำมาใช้เป็นสัญลักษณ์ที่เกี่ยวข้องกับสิ่งที่ดีทั้งหลายที่คนเราต้องการในชีวิต ดังนั้นมาตรการควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จึงเป็นส่วนหนึ่งในการลดปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ถึงแม้ว่าจะมีมาตรการในการควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นจำนวนมาก แต่ยังมีช่องโหว่ให้ผู้ประกอบการสามารถโฆษณาประชาสัมพันธ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ โดยเฉพาะการโฆษณาในสถานบริการผ่านพนักงานส่งเสริมการจำหน่าย และป้ายสัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์สินค้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

4.1 ปัญหาการโฆษณาในสถานบริการผ่านพนักงานส่งเสริมการจำหน่าย

โดยทั่วไปแล้วสถานบริการพื้นที่เข้าใจว่า หมายถึง สถานที่ที่ก่อตั้งขึ้นเพื่อสร้างความบันเทิงหรือเป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจแก่ลูกค้า ซึ่งรวมถึงสถานบันเทิงทุกแห่งที่มีลักษณะดังกล่าวแต่ตามกฎหมายที่ใช้ควบคุมสถานบริการ ได้บัญญัติความหมายของสถานบริการไว้ ดังนี้

สถานบริการตาม พระราชบัญญัติสถานบริการ พ.ศ.2509 แก้ไขเพิ่มเติมฉบับที่4 พ.ศ.2546 มาตรา 3(2) คือ สถานที่ที่มีการจำหน่ายสุราหรือจำหน่ายเครื่องดื่มอย่างอื่นและบริการ โดยมีผู้บ้ำเรอสำหรับปรนนิบัติลูกค้า ซึ่งในที่นี้หมายถึงพนักงานที่ให้การส่งเสริมสนับสนุนการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้แก่ พนักงานสาวเชียร์เบียร์ ซึ่งพนักงานเหล่านี้จะมีทั้งการแต่งเครื่องแบบ เสื้อผ้าที่สื่อถึงภาพลักษณ์ของสัญลักษณ์ ของผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ชัดเจน คอยต้อนรับ และให้บริการลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการในสถานบริการ ซึ่งอาจจะมีการพูดเชื้อเชิญ และนำเสนอ เครื่องแอลกอฮอล์ที่ตัวเองส่งเสริมการจำหน่ายอยู่เพื่อให้ลูกค้าซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ สำหรับสถานบริการที่มีพนักงานคอยให้บริการขงเหล่าให้ลูกค้า ตามพระราชบัญญัติสถานบริการ พ.ศ. 2509 มาตรา 3(2) คือ สถานที่ที่มีการจำหน่ายสุรา หรือจำหน่ายเครื่องดื่มอย่างอื่นและบริการ โดยมีผู้บ้ำเรอสำหรับปรนนิบัติลูกค้า พนักงานเหล่านี้จะไม่แต่งกายด้วยเครื่องแต่งกายที่เป็นสื่อสัญลักษณ์ของผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ แต่ก็อาจจะมีการเจรจาพูดคุยนำเสนอและเชื้อเชิญให้ลูกค้าบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามที่สถานบริการจัดไว้ให้บริการ

จากพฤติการณ์ดังกล่าวถือว่าเป็นการกระทำผิดพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 มาตรา 32 หรือไม่ ซึ่งบัญญัติไว้ว่าห้ามมิให้ผู้ใดโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หรือแสดงชื่อ หรือเครื่องหมายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อันเป็นการอวดอ้างสรรพคุณ หรือชักจูงใจให้ผู้อื่นดื่มโดยตรง หรือโดยอ้อม การโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ใดๆ โดยผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกประเภทให้กระทำได้เฉพาะการให้ข้อมูลข่าวสาร และความรู้เชิงสร้างสรรค์สังคมโดยไม่มีการปรากฏภาพของสินค้า หรือบรรจุกณ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้น เว้นแต่เป็นการปรากฏของภาพสัญลักษณ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หรือสัญลักษณ์ของบริษัทผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้นเท่านั้น ทั้งนี้ตามที่กำหนดในกฎกระทรวง บทบัญญัติในวรรคหนึ่งและวรรคสอง ไม่ให้ใช้บังคับกับการโฆษณาที่มีต้นกำเนิดนอกราชอาณาจักร “โฆษณา” หมายความว่า การกระทำไม่ว่าโดยวิธีใดๆ ให้ประชาชนเห็น ได้ยินหรือทราบข้อความเพื่อประโยชน์ในทางการค้า และให้หมายความรวมถึงการสื่อสารการตลาด“การสื่อสารการตลาด” หมายความว่า การกระทำกิจกรรมในรูปแบบต่างๆ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อจำหน่ายสินค้า บริการ หรือภาพลักษณ์ การประชาสัมพันธ์ การเผยแพร่ข่าวสารการส่งเสริมการจำหน่าย การแสดงสินค้าการจัดหรือสนับสนุนให้มีการจัดกิจกรรมพิเศษ และการตลาดแบบตรง แต่ในทางปฏิบัติสถานบริการได้รับอนุญาตให้ดำเนินการจำหน่ายสุรา หรือจำหน่ายเครื่องดื่มอย่างอื่นและบริการ โดยมีผู้บ้ำเรอสำหรับปรนนิบัติลูกค้าได้ พระราชบัญญัติสถานบริการ พ.ศ.2509 แก้ไขเพิ่มเติมฉบับที่ 4 พ.ศ.2546 มาตรา3(2) แต่ในพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 มาตรา32หรือไม่ ซึ่งบัญญัติไว้ว่าห้ามมิให้ผู้ใดโฆษณาเครื่องดื่ม

แอลกอฮอล์หรือแสดงชื่อ หรือเครื่องหมายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อันเป็นการอวดอ้างสรรพคุณ หรือชักจูงใจให้ผู้อื่นดื่ม โดยตรงหรือโดยอ้อมการ โฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ใดๆ

จากประเด็นดังกล่าวชี้ให้เห็นถึงปัญหาของการปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวกับการควบคุมและ ส่งเสริมการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ด้วยการ โฆษณาผ่านพนักงานส่งเสริมการจำหน่าย เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และพนักงานบริการในสถานบริการ เนื่องด้วยพฤติกรรมดังกล่าวเข้าข่ายการ โฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ตามพระราชบัญญัติสถานบริการ พ.ศ.2509 แก้ไขเพิ่มเติมฉบับที่ 4 พ.ศ.2546 มาตรา 3(2) ที่นิยามคำว่า“โฆษณา” หมายถึง การกระทำไม่ว่าโดยวิธีใดๆ ให้ประชาชน เห็น ได้ยิน หรือทราบข้อความเพื่อประโยชน์ในทางการค้า และให้หมายความรวมถึงการสื่อสาร การตลาดและนิยามคำว่า“การสื่อสารการตลาด” หมายถึง การกระทำกิจกรรมในรูปแบบต่างๆ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อจำหน่ายสินค้า บริการหรือภาพลักษณ์ การประชาสัมพันธ์ การเผยแพร่ข่าวสาร การส่งเสริมการจำหน่าย การแสดงสินค้า การจัดหรือสนับสนุนให้มีการจัดกิจกรรมพิเศษและการตลาดแบบตรง ในกรณีที่จะไม่ให้ผิดกฎหมายควรจะปรับปรุงเครื่องแต่งกายของสาวเชียร์เบียร์ ไม่ให้ปรากฏภาพของสินค้า หรือบรรจุภัณฑ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้นให้มีปรากฏได้เฉพาะภาพ สัญลักษณ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หรือสัญลักษณ์ของบริษัทผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้น เท่านั้น ตามข้อยกเว้นในมาตรา 32 แห่งพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ส่วนพนักงานส่งเสริมการจำหน่ายนั้นควรจะต้องให้มีการขึ้นทะเบียนผู้ที่ทำงานเหล่านี้ ถ้าคนที่ไม่มี ทะเบียน ก็ทำงานไม่ได้ เมื่อขึ้นทะเบียนแล้วเราสามารถอบรมได้ และจะต้องควบคุมได้ อีกทั้งจะได้ ประโยชน์ป้องกันปัญหาต่างๆ เช่น ปัญหาสังคม อาชญากรรม หรือ การแพร่กระจายของยาเสพติด

4.2 ปัญหาการโฆษณาในสถานบริการผ่านป้ายสัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์สินค้าเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์

พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 มีมาตรการทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการ โฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ คือมาตรา 32 ได้บัญญัติว่า “ห้ามมิให้ผู้ใด โฆษณาเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ทุกประเภทให้กระทำได้เฉพาะการให้ข้อมูลข่าวสาร และความรู้เชิงสร้างสรรค์สังคม โดยไม่มีการปรากฏภาพของสินค้า หรือบรรจุภัณฑ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้น เว้นแต่เป็นการ ปรากฏของภาพสัญลักษณ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หรือสัญลักษณ์ของบริษัทผู้ผลิตเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์นั้นเท่านั้น ทั้งนี้ตามที่กำหนดในกฎกระทรวง” ดังนั้น การ โฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จะต้องเป็น ไปตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 มาตรา 32 วรรคหนึ่งและ มาตรา 32 วรรคสองด้วย คือ ต้องเป็นการให้ข้อมูลข่าวสารและความรู้เชิงสร้างสรรค์ทางสังคม

เท่านั้น โดยไม่มีปรากฏภาพของสินค้า หรือบรรจุกฎณ์ของเครื่องคีมแอลกอฮอล์ทุกรูปแบบ เช่น ขวด กล่องกระดาษบรรจุ ขวดเครื่องคีมแอลกอฮอล์ กระจา เป้า เป็นต้น¹

ถึงแม้ว่าจะมีมาตรการทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการ โฆษณาเครื่องคีมแอลกอฮอล์ชัดเจน โดยเฉพาะพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องคีมแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 มาตรา 32 แต่ผู้ประกอบการ สถานบริการที่จำหน่ายเครื่องคีมแอลกอฮอล์ ยังมีพฤติการณ์ที่ฝ่าฝืนกฎหมายที่เป็นปัญหา โดยเฉพาะปัญหาการตีป้าย โฆษณาเครื่องคีมแอลกอฮอล์ที่หน้าสถานบริการที่มีการจำหน่าย เครื่องคีมแอลกอฮอล์ อันเป็นการอวดอ้างสรรพคุณ โดยปรากฏภาพสัญลักษณ์ของเครื่องคีมและ ของผู้ผลิตเครื่องคีมแอลกอฮอล์ เพื่อชักจูงใจให้ผู้อื่นคีม โดยตรง หรือ โดยอ้อม และมีใช่เป็นการให้ ข้อมูลข่าวสารและความรู้เชิงสร้างสรรค์ ประเทศฝรั่งเศสมีมาตรการในการควบคุมการ โฆษณา เครื่องคีมแอลกอฮอล์ ตามบทบัญญัติแห่งประมวลกฎหมายสาธารณสุข บรรพ 3 การ โฆษณาหรือ ประชาสัมพันธ์เครื่องคีมแอลกอฮอล์ ในรูปของแผ่นปลิว และป้ายโฆษณาหรือในรูปของใบปลิว ขนาดเล็กและสิ่งของที่จัดแสดงภายในบริเวณสถานจำหน่ายที่มีลักษณะพิเศษ ตามเงื่อนไขที่กำหนด ในรัฐกฤษฎีกาที่ผ่านความเห็นชอบของสภาที่ปรึกษาแห่งรัฐ ส่วนเนื้อหานั้น การ โฆษณาที่ได้รับ อนุญาตสำหรับเครื่องคีมแอลกอฮอล์กระทำได้เฉพาะแต่การแสดงปริมาณระดับแอลกอฮอล์ แหล่ง กำหนด ชื่อของเครื่องคีมแอลกอฮอล์ ส่วนผสมของเครื่องคีม ชื่อและที่อยู่ของผู้ผลิตหรือผู้ทำการค้า ตลอดจนวิธีการผลิต วิธีการจำหน่าย และวิธีการบริโภคเครื่องคีมนั้น ทั้งนี้ การ โฆษณานั้นอาจ อ้างอิง แหล่งผลิตและตราหรือเครื่องหมายรับรองที่ได้รับก็ได้และการ โฆษณาเครื่องคีมแอลกอฮอล์ จะต้องมีข้อความที่ชัดเจนเกี่ยวกับสุขภาพซึ่งระบุว่า “การคีมแอลกอฮอล์เกินสมควรเป็นอันตรายต่อ สุขภาพ” ยกเว้นในใบแสดงสินค้าที่ส่งถึงผู้ประกอบการหรือส่งถึงบุคคลที่ระบุชื่อ ใบปลิวขนาดเล็ก ใบแสดงราคา ใบแสดงรายการอาหาร หรือสิ่งของที่จัดแสดงภายในสถานจำหน่ายเครื่องคีมที่มี ลักษณะพิเศษ ต่อมาในปี 1994 ได้มีการเปลี่ยนแปลงในบางประเด็นของกฎหมายฉบับนี้กล่าวคือ ในกรณีการ โฆษณากลางแจ้ง ซึ่งอนุญาตให้มีการ โฆษณาทางโปสเตอร์ได้ทั่วไป แต่ต้องมีข้อความ เตือนถึงอันตรายของเครื่องมือแอลกอฮอล์และแนะนำให้คีมสุราในปริมาณที่เหมาะสมกำกับไว้ด้วย เสมอ ซึ่งกล่าวได้ว่ากฎหมาย Loi Evin ได้ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการ โฆษณาเครื่องคีม แอลกอฮอล์ในฝรั่งเศส ทั้งในแง่ภาษาและข้อความที่ใช้ในการ โฆษณา ตลอดจนมีผลทำให้เสีย โอกาสในการจูงใจให้ผู้บริโภคมาคีมเครื่องคีมแอลกอฮอล์ และหากมีการละเมิดก็จะมี การลงโทษ ตามที่กฎหมายระบุไว้สำหรับมาตรการในการลงโทษ ได้แก่ บทกำหนดโทษอาญาในกรณีที่มีการ ปฏิบัติฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามบทบัญญัติแห่งบรรพ 3 ของประมวลกฎหมายสาธารณสุข

¹ พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องคีมแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551

สำหรับประเทศไทย มีมาตรการทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการ โฆษณาเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์ คือ พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 มาตรา 32 ได้บัญญัติว่า “ห้ามมิให้ผู้ใด โฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกประเภทให้กระทำได้เฉพาะการให้ข้อมูลข่าวสาร และความรู้เชิงสร้างสรรค์สังคม โดยไม่มีการปรากฏภาพของสินค้า หรือบรรจุภัณฑ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้น เว้นแต่เป็นการปรากฏของภาพสัญลักษณ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หรือสัญลักษณ์ของบริษัทผู้ผลิต เครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้นเท่านั้น ทั้งนี้ตามที่กำหนดในกฎกระทรวง” มีบทลงโทษสำหรับผู้กระทำ อันเป็นการฝ่าฝืนบทบัญญัติมาตรา 32 แห่งพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 นั้นผู้กระทำจะต้องรับผิดชอบตามมาตรา 43 แห่งพระราชบัญญัติดังกล่าวซึ่งมาตรา 43 ได้กำหนดให้การ กระทำผิดตามมาตรา 32 เป็นความผิดอาญาที่มีโทษจำคุกและโทษปรับอีกครั้งได้กำหนดให้ มีโทษปรับรายวันด้วย โดยมาตรา 43 บัญญัติว่า “มาตรา 43 ผู้ใดฝ่าฝืนมาตรา 32 ต้องระวางโทษ จำคุกไม่เกินหนึ่งปีหรือปรับไม่เกินห้าแสนบาทหรือทั้งจำทั้งปรับ นอกจากนี้ต้องระวางโทษตาม วรรคหนึ่งแล้วผู้ฝ่าฝืนยังต้องระวางโทษปรับอีกวันละไม่เกินห้าพันบาทตลอดเวลาที่ยังฝ่าฝืนหรือ จนกว่าจะได้ปฏิบัติให้ถูกต้อง” นอกจากนี้ มาตรา 45 ได้บัญญัติให้ความผิดตามพระราชบัญญัตินี้ซึ่ง รวมถึงความผิดฐาน โฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เป็นความผิดที่คณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์สามารถเปรียบเทียบปรับได้และหากผู้กระทำความผิดได้เสียค่าปรับตามที่เปรียบเทียบ แล้วให้ถือว่าคดีเลิกกันตามประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา โดยปัจจุบันมีระเบียบ คณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ว่าด้วยหลักเกณฑ์การเปรียบเทียบตามพระราชบัญญัติ ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 ซึ่งในบัญชีอัตราการเปรียบเทียบแนบท้ายระเบียบดังกล่าว ได้กำหนดอัตราการเปรียบเทียบในกรณีการกระทำความผิดตามมาตรา 32 ซึ่งมีโทษตามมาตรา 43 (จำคุกไม่เกินหนึ่งปีหรือปรับไม่เกินห้าพันบาทหรือทั้งจำทั้งปรับและโทษปรับอีกวันละไม่เกิน ห้าหมื่นบาทตลอดเวลาที่ยังฝ่าฝืนหรือจนกว่าจะได้ปฏิบัติให้ถูกต้องไว้) ไว้ว่าในกรณีที่เป็นการกระทำ ความผิดครั้งที่ 1 ปรับห้าหมื่นบาทครั้งที่ 2 ปรับสองแสนบาทครั้งที่ 3 ปรับห้าแสนบาทเว้นแต่เป็น การ โฆษณา โดยผู้ผลิต หรือผู้นำเข้าจะมีอัตราในการเปรียบเทียบปรับคือห้าร้อยบาท ซึ่งสอดคล้องตัวอย่าง คดีหมายเลขแดงที่ 180/2553 ตัดสินเมื่อวันที่ 3 กุมภาพันธ์ 2553 เกี่ยวกับ ปัญหาการติดป้าย โฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่หน้าสถานบริการที่มีการจำหน่ายเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ ที่แสดงชื่อเครื่องหมายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ อันเป็นการอวดอ้างสรรพคุณ โดย ปรากฏภาพสัญลักษณ์ของเครื่องดื่มและของผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เพื่อชักจูงใจให้ผู้อื่นดื่มน้ำ โดยตรง หรือโดยอ้อม และมีโทษเป็นการให้ข้อมูลข่าวสารและความรู้เชิงสร้างสรรค์ และสอดคล้อง กับ ตัวอย่าง คดีหมายเลขแดงที่ 1041/2555 เกี่ยวกับปัญหาการติดป้ายโฆษณาในสถานบริการที่

ปรากฏที่ด้านในของรายการแนะนำอาหาร (เมนู) โดยการโฆษณาและแสดงชื่อเครื่องหมายของ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไม่มีการให้ข้อมูลข่าวสารและความรู้เชิงสร้างสรรค์ต่อสังคม

4.3 มาตรการในการลงโทษการฝ่าฝืนกฎหมายเกี่ยวกับมาตรการทางการตลาดในการ จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานบริการที่อนุญาตให้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

การควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นไปตามกฎหมายหลายฉบับ ซึ่งได้มีการ กำหนดถึงหลักเกณฑ์ในการโฆษณาและบทกำหนดโทษในกรณีที่มีผู้ฝ่าฝืนไว้ในกรณีดังต่อไปนี้

ประเทศฝรั่งเศส มีมาตรการในการลงโทษ ได้แก่ บทกำหนดโทษอาญาในกรณีที่มีการปฏิบัติ ฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามบทบัญญัติแห่งบรรพ 3 ของประมวลกฎหมายสาธารณสุข ส่วนประเทศไทย ได้กำหนดบทกำหนดโทษในเรื่องการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไว้ในพระราชบัญญัติ ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มาตรา 43 กล่าวคือ ผู้ใดฝ่าฝืนมาตรา 32 ตามพระราชบัญญัติควบคุม เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 จะต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหนึ่งปี หรือปรับไม่เกิน ห้าแสนบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ นอกจากนี้จะต้องระวางโทษตามวรรคหนึ่งแล้ว ผู้ฝ่าฝืนยังต้องระวางโทษปรับ อีกวันละไม่เกินห้าหมื่นบาทตลอดเวลาที่ฝ่าฝืนหรือจนกว่าจะได้ปฏิบัติตามให้ถูกต้อง

จากการวิเคราะห์ปัญหาในเรื่องมาตรการในการลงโทษพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์พ.ศ.2551 พบว่ามีทั้งโทษจำคุกและโทษปรับที่มีอัตราโทษไม่สูงมากนักเมื่อเปรียบเทียบกับ ความเสียหายที่เกิดขึ้นอันส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจ และสังคมของประเทศโดยรวม สำหรับการ ลงโทษผู้ประกอบการธุรกิจที่ฝ่าฝืนไม่ปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ที่ได้กำหนดไว้ในกฎหมายทั้ง 2 ฉบับ เพราะ หากเปรียบเทียบกับฐานะทางเศรษฐกิจของผู้ประกอบการธุรกิจที่มีความมั่งคั่งเป็นอย่างมากแล้ว อันจะ ทำให้ผู้กระทำความผิดที่เป็นผู้ผลิตหรือผู้ประกอบการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไม่เกรงกลัวและไม่ ปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ที่กฎหมายได้บัญญัติไว้และหากมีการลงโทษจำคุกแก่ผู้ประกอบการซึ่งเป็น นิติบุคคลในรูปแบบต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นบริษัทจำกัด หรือบริษัท มหาชน จำกัดแล้ว หากพิจารณาจาก วัตถุประสงค์ของการลงโทษนิติบุคคลก็เพื่อมิให้นิติบุคคลมีเสรีภาพมากเกินไป และมีให้มีการใช้ นิติบุคคลเป็นช่องทางในการหลีกเลี่ยงความรับผิดชอบทางอาญา ซึ่งโดยสภาพแล้วโทษจำคุกนั้นไม่ อาจใช้กับนิติบุคคลได้ ดังนั้น ควรมีมาตรการอย่างอื่น ที่มีประสิทธิภาพนำมาใช้บังคับแก่ผู้กระทำความผิด ได้แก่ การพักใช้ใบอนุญาต การสั่งให้เลิกสถานบริการ หรือการสั่งให้เลิกหรือเพิกถอนนิติ บุคคล ซึ่งแนวทางหนึ่งที่จะนำมาใช้บังคับได้อย่างมีประสิทธิภาพ คือมาตรการห้ามประกอบอาชีพ อันเป็นวิธีการเพื่อความปลอดภัยที่บัญญัติไว้ในมาตรา 50 แห่งประมวลกฎหมายอาญา ซึ่งกำหนดว่า “เมื่อศาลพิพากษาลงโทษผู้ใด ถ้าศาลเห็นว่าผู้นั้นกระทำความผิดโดยอาศัยโอกาสจากการประกอบ

อาชีพหรือวิชาชีพ หรือเนื่องจากการประกอบอาชีพหรือวิชาชีพ และเห็นว่าหากผู้นั้นประกอบอาชีพหรือวิชาชีพหรือเนื่องจากการประกอบอาชีพหรือวิชาชีพ และเห็นว่าหากผู้นั้นประกอบอาชีพหรือวิชาชีพนั้นต่อไปอาจจะกระทำความผิดเช่นนั้นขึ้นอีก ศาลจะสั่งไว้ในคำพิพากษาห้ามการประกอบอาชีพหรือวิชาชีพนั้นมีกำหนดเวลาไม่เกิดห้าปีนับแต่วันพ้นโทษไปแล้วก็ได้”

จะเห็นได้ว่ามาตรการในการพักใช้ใบอนุญาต การสั่งให้เลิกสถานบริการ หรือมาตรการห้ามประกอบอาชีพ เป็นมาตรการในการป้องกันการกระทำความผิดได้เป็นอย่างดีเพราะการกระทำความผิดที่เกิดจากนิติบุคคลมักจะทำให้เกิดความเสียหายต่อสภาพสังคมและเศรษฐกิจอย่างร้ายแรง ดังนั้น จึงจำเป็นต้องนำมาตรการดังกล่าวมาใช้บังคับแก่ผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพื่อให้มาตรการในการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีประสิทธิภาพมากขึ้น