

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	I
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	III
กิตติกรรมประกาศ.....	V
สารบัญ	VI
สารบัญตาราง	IX
สารบัญภาพ	X

บทที่

1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	9
1.3 สมมติฐานของการศึกษา	9
1.4 ขอบเขตของการศึกษา.....	10
1.5 วิธีดำเนินการศึกษา.....	10
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	11
2 ความเป็นมา แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการลงโทษการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แฝง โดยใช้เครื่องหมายการค้าเสมือน	12
2.1 ความเป็นมาและความหมายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	12
2.2 ความเป็นมา ความหมายของเครื่องดื่มมอลต์ไร้แอลกอฮอล์หรือเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ไม่เกิน 0.5 ดีกรี.....	17
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับผลกระทบของการดื่มแอลกอฮอล์ต่อผู้อื่น (Alcohol's Harm to Others; HTO)	18
2.4 แนวคิดและหลักเกณฑ์ในการกำหนดความรับผิดชอบทางอาญา	21
2.4.1 ที่มาของความผิดอาญา	21
2.4.2 ความหมายและลักษณะของกฎหมายอาญา.....	24

บทที่	หน้า
2.4.3 ประเภทความผิดอาญา.....	25
2.4.4 หลักเกณฑ์ว่าด้วยข้อจำกัดในการบังคับใช้กฎหมายอาญา และประสิทธิภาพในการบังคับใช้กฎหมาย	28
2.5 หลักพื้นฐานกฎหมายอาญา.....	30
2.5.1 หลักความชอบด้วยกฎหมาย.....	30
2.5.2 หลักความได้สัดส่วนแห่งการลงโทษ.....	31
2.6 มาตรการลงโทษทางอาญา.....	34
2.6.1 วัตถุประสงค์ในการลงโทษทางอาญา	35
2.6.2 โทษจำคุก	39
2.6.3 โทษปรับ	40
2.7 โทษทางปกครอง.....	45
2.8 ความหมาย แนวคิด และวัตถุประสงค์ของเครื่องหมายการค้า	47
2.8.1 ความหมายของเครื่องหมายการค้า	47
2.8.2 หน้าที่ของเครื่องหมายการค้า	48
2.8.3 บุคลิกภาพของตราสินค้า.....	49
2.9 แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารตราสินค้า.....	49
2.10 แนวคิดการโฆษณาสินค้า (Advertising)	51
2.10.1 แนวคิดเกี่ยวกับแนวคิดโฆษณาแฝง (Product)	52
2.10.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการ โฆษณาผ่านระบบอินเทอร์เน็ต	53
2.10.3 กลยุทธ์การตลาดแบบเพื่อนสู่เพื่อน (peer marketing)	56
2.10.4 แนวความคิดการตลาดเชิงเอาใจใส่สังคม (Cause-Related Marketing) ...	57
2.11 แนวคิดเกี่ยวกับการจำกัดสิทธิเสรีภาพในการประกอบอาชีพ และการรับรู้ข่าวสาร 61	
3 มาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับการลงโทษการโฆษณาเครื่องหมายการค้าที่ผิดกฎหมาย โดย	
ใช้เครื่องหมายการค้าเสมือนตามกฎหมายไทยและกฎหมายต่างประเทศ	67
3.1 มาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับการลงโทษโฆษณาเครื่องหมายการค้าที่ผิดกฎหมายโดย	
ใช้เครื่องหมายการค้าเสมือนในประเทศไทย.....	68
3.1.1 ยุทธศาสตร์นโยบายแอลกอฮอล์ระดับชาติ.....	68
3.1.2 รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทยพุทธศักราช 2560	74

บทที่	หน้า
3.1.3 พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551	84
3.1.4 พระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534	104
3.1.5 กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคอื่น	106
3.1.6 กฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้อง	109
3.2 มาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับการลงโทษโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แฝงโดยใช้เครื่องหมายการค้าเสมือนในต่างประเทศ	111
3.2.1 สาธารณรัฐฝรั่งเศส	111
3.2.2 สหราชอาณาจักร	120
3.2.3 ราชอาณาจักรนอร์เวย์	129
3.3 ตารางเปรียบเทียบกฎหมายไทยและต่างประเทศ	141
4 วิเคราะห์ปัญหาการดำเนินคดีอาญากับทหารกองเกินกรณีกระทำความผิดตามกฎหมายว่าด้วยการรับราชการทหาร	147
4.1 คำจำกัดความคำว่า “เครื่องดื่มแอลกอฮอล์”	147
4.2 ปัญหาเรื่องการโฆษณาแฝงโดยใช้เครื่องหมายการค้าเสมือน	150
4.3 ปัญหาการควบคุมทุนอุปถัมภ์	162
4.4 ปัญหาในการกำหนดบทลงโทษ	165
5 บทสรุปและข้อเสนอแนะ	168
5.1 บทสรุป	168
5.2 ข้อเสนอแนะ	173
บรรณานุกรม	179
ประวัติผู้เขียน	191

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	ตารางเปรียบเทียบกฎหมายไทยและต่างประเทศ	141
2	ตารางเปรียบเทียบมาตรการควบคุมเครื่องหมายความการค้าของไทยและ ต่างประเทศ	159
3	ตารางเปรียบเทียบมาตรการควบคุมการโฆษณาของไทยและต่างประเทศ	161

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	ภาพเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์	152
2	ภาพเครื่องดื่มน้ำประเภทรสผลไม้ (ไร้แอลกอฮอล์)	152
3	ภาพเครื่องดื่มน้ำโซดา (ไร้แอลกอฮอล์)	152
4	ภาพเบียร์ (เครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์)	153
5	ภาพตราสินค้าเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์	153
6	ภาพโลโก้ / รูปปั้นสัญลักษณ์สถานที่ท่องเที่ยวชื่อดังในจังหวัดเชียงราย	154