

วิทยานิพนธ์เรื่อง	ปัญหากฎหมายเกี่ยวกับการควบคุมการ โฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
คำสำคัญ	การควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์/การ โฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
นักศึกษา	ชูศรี ประเสริฐสิน
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์	ดร.รุ่งแสง กฤตยพงษ์
หลักสูตร	นิติศาสตรมหาบัณฑิต กลุ่มวิชากฎหมายธุรกิจ
คณะ	นิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม
พ.ศ.	2556

บทคัดย่อ

เครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นสิ่งที่มนุษย์รู้จักและคุ้นเคยมาอย่างยาวนาน โดยมนุษย์ยอมรับการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในทุกโอกาสและสถานที่ที่สามารถทำได้ และมักมีเหตุผลหลากหลายประการเพื่อสนับสนุนการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้น แต่เนื่องจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในปริมาณที่ไม่เหมาะสมทำให้เกิดปัญหาหลายประการ ทั้งปัญหาเกี่ยวกับสุขภาพของผู้บริโภค ปัญหาครอบครัว อุบัติเหตุ และอาชญากรรม ฯลฯ ซึ่งปัญหาเหล่านี้ล้วนส่งผลกระทบต่อสังคมและเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ ภาครัฐจึงมีแนวคิดให้มีกฎหมายที่ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นการเฉพาะเพื่อควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้ส่งผลร้ายต่อสังคมน้อยที่สุด ซึ่งกฎหมายที่ภาครฐนำมาใช้ควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในปัจจุบันได้แก่ พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 โดยกฎหมายฉบับนี้มีผลใช้บังคับตั้งแต่วันที่ 14 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2551 เป็นต้นมา และมีมาตรการในการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อยู่หลายมาตรการ เช่น มาตรการควบคุมฉลากและบรรจุภัณฑ์ มาตรการควบคุมการขาย มาตรการควบคุมการบริโภค และมาตรการควบคุมการโฆษณา ซึ่งมาตรการควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้น ถือเป็นมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีความสำคัญที่สุด เนื่องจากการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีผลกระทบต่อเพิ่มจำนวนผู้บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จึงจำเป็นที่ภาครัฐต้องมีการควบคุมการโฆษณาและประชาสัมพันธ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพื่อป้องกันและควบคุมอัตราการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มาตรการดังกล่าวจึงส่งผลดีและเป็นประโยชน์ต่อสังคมส่วนรวมเป็นอย่างมาก

อย่างไรก็ดี ภายหลังจากการบังคับใช้กฎหมายเกี่ยวกับการควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มาระยะหนึ่งกลับพบปัญหาในการตีความและการบังคับใช้กฎหมายในหลายกรณี โดยเฉพาะการตีความและการบังคับใช้กฎหมายของหน่วยงานภาครัฐด้วยตนเอง เช่น พนักงานสอบสวน พนักงานอัยการ หรือศาล หรือการใช้กฎหมายของภาคเอกชน ซึ่งหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนมีการตีความและใช้กฎหมายในลักษณะที่แตกต่างกัน และทำให้การบังคับใช้กฎหมายเกี่ยวกับการควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ขึ้นอยู่กับดุลพินิจของแต่ละบุคคลเป็นสำคัญ และเกิดความสับสนเกี่ยวกับการปฏิบัติตามกฎหมายเป็นอย่างมาก กล่าวคือ ประชาชนโดยทั่วไปไม่อาจเข้าใจได้ในทันทีว่าการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในลักษณะใดบ้างสามารถทำได้โดยไม่ถือว่าผิดกฎหมาย และการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ลักษณะใดบ้างที่กระทำแล้วถือว่า มีความผิดตามกฎหมาย อีกทั้ง เมื่อโทษที่จะลงต่อผู้ที่กระทำการอันเป็นการฝ่าฝืนต่อบทบัญญัติเกี่ยวกับการควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้นเป็นโทษทางอาญา การบังคับใช้บทบัญญัติดังกล่าวจึงมีผลกระทบต่อสิทธิเสรีภาพของประชาชน โดยเฉพาะสิทธิและเสรีภาพต่อร่างกายและต่อทรัพย์สินอย่างมิอาจหลีกเลี่ยงได้ ปัญหาดังกล่าวจึงก่อให้เกิดปัญหาเกี่ยวกับการปฏิบัติตามมาตรการควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นวงกว้าง

THESIS TITLE	LEGAL ISSUE ON THE CONTROL OF ALCOHOLIC BEVERAGES ADVERTISING
KEYWORDS	CONTROL OF ALCOHOLIC BEVERAGES/ ALCOHOLIC BEVERAGES ADVERTISING
STUDENT	CHUSRI PRASERTSIN
THESIS ADVISOR	DR.RUNGSANG KITTAYAPONG
LEVEL OF STUDY	MASTER OF LAW BUSINESS LAW
FACULTY	FACULTY OF LAW SRIPATUM UNIVERSITY
YEAR	2013

ABSTRACT

Alcoholic beverage is known and very familiar to human. Human accepts and embraces drinking into every chances and opportunities they get. They even try to find reasons to support their consumption of alcoholic beverages. Nevertheless, excessive drinking causes several major issues such as consumer's health, family problem, accident, crime etc. Those issues all have impacts on the society and economy as a whole in national level. The government is thus seeking to use a law that specifically supervises the consumption of alcoholic beverage in the hope to minimize its impact on the society. Such law used by the government to control the consumption of alcoholic beverage is the Alcohol Control Act B.E. 2551 effective since 14 February 2008. The laws embarks on several measures including label and packaging control measure, distribution control measure, consumption control measure and advertising control measure. The advertising control measure is considered as the most important measure since the advertisement of alcoholic beverages has direct impact on the number of drinker. It is vital that the government must control the advertising and promoting of alcoholic beverage to prevent and control the level of alcoholic beverage consumption. Such measure is significantly inevitably beneficial to the whole society.

Nevertheless, after certain period of time of the enforcement of the law in relation to the control of advertising of alcoholic beverages, the issues of interpretation of the provisions and the enforcement occur especially the interpretation and enforcement of the law among the government entities e.g. the inquiry official, public prosecutor or even the court. When the

interpretation of the law by the government entities and private entities are different, each will have their own discretion on the application of the law and thus create tremendous confusion in terms of compliance. Consequently, people in general do not really understand what can be legally advertised and vice versa. In addition, as an offence stipulated under the Act is a criminal offence, inevitably, the enforcement of the Act hence affects the right and freedom of people especially the right and freedom to the life and property. This issue significantly and widely creates the problem of the compliance of the alcoholic beverage advertising control measures.