

บทที่ 3

มาตรการทางกฎหมายในปัจจุบันที่รัฐใช้ควบคุม เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศไทยและต่างประเทศ

จากเนื้อหาของบทที่ 2 ซึ่งผู้เขียนได้นำเสนอความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ปัญหาจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ แนวคิด และวิวัฒนาการของกฎหมายที่เกี่ยวกับการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากอดีตจนถึงระยะเวลาก่อนมีการประกาศใช้พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ทำให้มีข้อสงสัยว่าในช่วงอดีตที่ผ่านมาประเทศไทยยังไม่มีกฎหมายหลักเกณฑ์เกี่ยวกับการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไว้เป็นการเฉพาะ แต่มาตรการควบคุมเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จะถูกบัญญัติไว้ในกฎหมายหลายฉบับ จึงทำให้ประเทศไทยไม่มีกฎหมายที่ใช้ควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างจริงจัง

การที่ประเทศไทยไม่มีกฎหมายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างจริงจังกระทบกฎหมายแต่ละฉบับที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่างมีหน่วยงานที่เป็นผู้มีอำนาจบังคับใช้กฎหมายคนละหน่วยงานทำให้ขาดเอกภาพและประสิทธิภาพในการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยอำนาจการบังคับใช้กฎหมายจะเป็นของหน่วยงานใดนั้นขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ในการออกกฎหมายแต่ละฉบับ ยกตัวอย่างเช่น พระราชบัญญัติคุ้มครองเด็ก พ.ศ. 2546 มีหน่วยงานที่รับผิดชอบ คือ กระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ กระทรวงมหาดไทย กระทรวงศึกษาธิการ และกระทรวงยุติธรรม ในขณะที่พระราชบัญญัติสถานบริการ พ.ศ. 2509 มีหน่วยงานที่รับผิดชอบ คือ กระทรวงมหาดไทย และผู้ว่าราชการจังหวัด พระราชบัญญัติการขนส่งทางบก พ.ศ. 2522 มีหน่วยงานที่รับผิดชอบ คือ กระทรวงคมนาคม และกระทรวงมหาดไทย พระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522 มีหน่วยงานที่รับผิดชอบ คือ กระทรวงสาธารณสุข เป็นต้น ดังนั้นเมื่อกฎหมายเกี่ยวกับการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กระจัดกระจายและมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหลายหน่วยงานจึงทำให้การบังคับใช้กฎหมายที่เกี่ยวกับการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ขาดประสิทธิภาพและทำให้การควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไม่มีประสิทธิผลเท่าที่ควร

นอกจากนี้ จากการศึกษาวิจัยของหลายหน่วยงานยังพบว่า การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ก่อให้เกิดปัญหาหลายประการและส่งผลกระทบต่อสังคมและเศรษฐกิจ ผลกระทบต่อสังคมเริ่มจากตัวผู้บริโภคขยายไปสู่หน่วยเล็กๆ ในสังคมที่เรียกว่าครอบครัว และขยายวงกว้างออกไปสู่

สังคมใหญ่ในระดับประเทศ ปัญหาที่เกิดจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ นั้นนับวันยิ่งทวีความรุนแรงมากขึ้น ทั้งในเรื่องภาระโรคที่ผู้บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต้องเผชิญมากกว่า 60 โรค เช่น โรคตับแข็ง โรคหัวใจ โรคความดันโลหิตสูง โรคมะเร็ง โรคเบาหวาน เป็นต้น จำนวนนักดื่มหน้าใหม่ที่เพิ่มปริมาณขึ้นทุกวัน อายุของผู้ดื่มที่ลดน้อยลงจนทำให้เกิดนักดื่มหน้าใหม่ ซึ่งส่วนใหญ่มักเป็นกลุ่มวัยรุ่น ปัญหาการเกิดอุบัติเหตุ ปัญหาสุขภาพจิต ฯลฯ สถานการณ์เหล่านี้จึงทำให้ภาครัฐตระหนักและเล็งเห็นความสำคัญในการมีบทบาทบัญญัติกฎหมายเพื่อควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นการเฉพาะ ทั้งนี้ จากหลักฐานทางวิชาการของธนาคารโลก (World Bank) ได้บทสรุปที่ชัดเจนว่า การควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้ได้ผลสำเร็จนั้นจะต้องดำเนินการร่วมกันหลายมาตรการและต้องกระทำแบบบูรณาการอย่างเป็นระบบและเป็นอันหนึ่งอันเดียวกับการอาศัยเพียงมาตรการรณรงค์ให้ความรู้แก่ประชาชนเพียงอย่างเดียว โดยไม่มีการจำกัดการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เช่น การจำกัดอายุของผู้ซื้อหรือบุคคลที่สามารถซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จำกัดจำนวนหรือความหนาแน่นของแหล่งจำหน่าย จำกัดวัน และเวลาจำหน่าย จำกัดสถานที่บริโภค จำกัดวิธีการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เป็นต้น รัฐย่อมไม่สามารถบรรลุผลสมดังความตั้งใจที่จะลดปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ลงได้ ดังนั้น จากบทสรุปของธนาคารโลกดังกล่าว จึงได้ข้อสรุปที่สำคัญประการหนึ่งว่า การโฆษณาและการส่งเสริมการขายมีผลต่อการตัดสินใจในการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่เพิ่มขึ้นเป็นอย่างมาก เมื่อเป็นเช่นนี้จึงทำให้นานาประเทศต่างมีมาตรการในการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งอาจจะมีลักษณะในการควบคุมที่คล้ายกันหรือแตกต่างกันบ้างตามสังคมและวัฒนธรรม ในลำดับถัดไปนี้ผู้เขียนขอเสนอมาตรการเกี่ยวกับการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศไทยในปัจจุบันและต่างประเทศ เพื่อให้ทราบถึงกฎเกณฑ์และเงื่อนไขในการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเทศไทยและต่างประเทศ

3.1 กฎหมายเกี่ยวกับการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศไทยในปัจจุบัน

ในปัจจุบันประเทศไทยมีกฎหมายที่เกี่ยวกับการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นการเฉพาะคือ พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ซึ่งมีมาตรการต่างๆ ที่ใช้ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ได้แก่ มาตรการควบคุมฉลากและบรรจุภัณฑ์ มาตรการควบคุมการขาย มาตรการควบคุมการบริโภค และมาตรการควบคุมการโฆษณา ซึ่งผู้เขียนได้นำเสนอรายละเอียดของมาตรการแต่ละมาตรการ รวมทั้ง รายละเอียดของบทบัญญัติในกฎหมายฉบับอื่นๆ ที่เกี่ยวกับการ

ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ซึ่งยังมีผลใช้บังคับอยู่ในปัจจุบันควบคู่กับการใช้บังคับพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ดังนี้

3.1.1 ที่มาของพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551

พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ถือเป็นกฎหมายที่มีบทบัญญัติเกี่ยวกับการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นการเฉพาะ โดยเน้นที่การให้ความคุ้มครองผู้บริโภค ซึ่งเจตนารมณ์ของการประกาศใช้กฎหมายฉบับนี้เกิดขึ้นจากการที่ภาครัฐเห็นว่าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีโทษอันตรายคล้ายคลึงกับยาเสพติดทุกชนิด และการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากเกินไปอาจก่อให้เกิดปัญหาด้านสุขภาพ ครอบครัว อุบัติเหตุ และอาชญากรรม ซึ่งมีผลกระทบต่อสังคมและเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ¹ โดยในปี พ.ศ. 2546 รัฐมนตรีว่าการกระทรวงสาธารณสุขได้แต่งตั้งคณะกรรมการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แห่งชาติ (คบอช.) ขึ้น โดยมีรัฐมนตรีว่าการกระทรวงสาธารณสุขทำหน้าที่เป็นประธาน และได้กำหนดนโยบายแห่งชาติไว้ดังนี้ คือ

- 1) สร้างจิตสำนึกใหม่ให้เยาวชนของชาติเพื่อป้องกันการริเริ่มการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเยาวชน (ลดนักดื่มหน้าใหม่)
- 2) ลดปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของคนไทยทั้งชาติ
- 3) คุ้มครองและลดผลกระทบที่เกิดจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทั้งในผู้ที่บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และประชาชน โดยทั่วไป

ในส่วนของมาตรการทางกฎหมายนั้นคณะอนุกรรมการฝ่ายกฎหมายในขณะนั้น เห็นว่ากฎหมายเกี่ยวกับการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ถูกกำหนดไว้ในกฎหมายหลายฉบับ เช่น พระราชบัญญัติสุรา พ.ศ. 2493 พระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522 พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 พระราชบัญญัติจรรยาบรรณ พ.ศ. 2522 พระราชบัญญัติการขนส่งทางบก พ.ศ. 2535 พระราชบัญญัติคุ้มครองเด็ก พ.ศ. 2546 พระราชบัญญัติสถานบริการ พ.ศ. 2509 ฯลฯ ซึ่งกระจัดกระจายและมีหน่วยงานของภาครัฐที่รับผิดชอบหลายหน่วยงาน และกฎหมายแต่ละฉบับนั้นมิได้มีวัตถุประสงค์ที่จะให้มีการลดหรือเลิกการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และไม่มีการบัญญัติว่าด้วยการบำบัดรักษาฟื้นฟูผู้ติดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ รวมทั้ง เห็นว่าถึงเวลาที่ประเทศไทยควรมีกฎหมาย

¹ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หมายความว่า สุราตามกฎหมายว่าด้วยสุรา ทั้งนี้ ไม่รวมถึงยาวัตถุออกฤทธิ์ต่อจิตและประสาท ยาเสพติดให้โทษตามกฎหมายว่าด้วยการนั้น (มาตรา 3 แห่งพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551).

² ประเวศ อรรถสุภผล. (2551). ปัญหาข้อกฎหมายในการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามมาตรา 32 แห่งพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา. หน้า 1.

ควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์อย่างจริงจังเป็นกฎหมายหลักที่มีวัตถุประสงค์ในการควบคุมการบริโภค เครื่องตี้มแอลกอฮอล์เพื่อให้มีการ ลด ละ เลิก การบริโภคเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ โดยมุ่งเน้นไปที่การ ป้องกันการมอมเมาเยาวชนของชาติเป็นการเฉพาะตลอดจนมีบทบัญญัติว่าด้วยการบำบัด รักษา ฟื้นฟู ผู้ติดเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ให้ชัดเจนขึ้นอีก ทั้งนี้ เพื่อลดความสูญเสียทางเศรษฐกิจ สังคม และ ทรัพยากรบุคคลของประเทศ คณะกรรมการอนุกรรมการฝ่ายกฎหมายจึงได้เสนอให้มีการแต่งตั้ง คณะทำงานยกร่างพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ขึ้น เพื่อทำการรวบรวมกฎหมาย ที่เกี่ยวข้องกับเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ที่มีอยู่อย่างกระจัดกระจายและทำการศึกษากฎหมายเครื่องตี้ม แอลกอฮอล์ของต่างประเทศ ตลอดจนเพื่อกำหนดมาตรการในการควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์³ ทั้งนี้ ในการยกร่างพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์นั้น คณะทำงานได้มีการนำ พระราชบัญญัติควบคุมผลิตภัณฑ์ยาสูบ พ.ศ. 2535 มาเป็นต้นแบบในการยกร่าง ตลอดจนได้มีการ แก้ไขในหลายมาตราก่อนที่จะผ่านความเห็นชอบจากสภานิติบัญญัติแห่งชาติในที่สุดท้ายของสมัย ประชุมในเดือนธันวาคม พ.ศ. 2550 และได้มีการประกาศใช้บังคับพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องตี้ม แอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 นับตั้งแต่วันที่ 14 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2551 เป็นต้นมา⁴

3.1.2 มาตรการในการควบคุมตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 และกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้อง

ภายหลังจากการศึกษาบทบัญญัติต่างๆ ที่ระบุนอยู่ในพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องตี้ม แอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 (พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ฯ) แล้วพบว่า พระราชบัญญัติ ควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ฯ ได้กำหนดมาตรการในการควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ที่สำคัญไว้ ดังต่อไปนี้

3.1.2.1 มาตรการควบคุมฉลากของเครื่องตี้มแอลกอฮอล์

มาตรา 26(1) แห่งพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ฯ กำหนดหลักเกณฑ์ ในการควบคุมฉลากของเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ไว้ ดังนี้

“ให้ผู้ผลิตหรือนำเข้าเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ ปฏิบัติดังต่อไปนี้ (1) จัดให้มี บรรจุภัณฑ์ ฉลาก พร้อมทั้งข้อความคำเตือนสำหรับเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ที่ผลิตหรือนำเข้า ทั้งนี้ ให้เป็นไปตาม

³ อำนาง บุญพามาศ. (2549). “พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์: มาตรการใหม่ในการคุ้มครองเยาวชน ของชาติ”. *วารสารนิติศาสตร์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์* ปีที่ 35 ฉบับที่ 3. หน้า 469-470.

⁴ จ्ञาปน สิริวิวัฒนภักดี. (2553). *การพัฒนาการของกระบวนการยุติธรรมต่อสภาพการเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจ และสังคม*. งานเอกสารวิชาการหลักสูตร “ผู้บริหารกระบวนการยุติธรรมระดับสูง (บ.ย.ส.)” รุ่นที่ 14 วิทยาลัยการ ยุติธรรม สำนักงานศาลยุติธรรม. หน้า 33.

หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่คณะกรรมการควบคุม⁵ ประกาศกำหนดโดยความเห็นชอบของคณะกรรมการ⁶ และประกาศในราชกิจจานุเบกษา”

จากบทบัญญัติดังกล่าวจึงทำให้ในปัจจุบันการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทย และการนำเข้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มาจากต่างประเทศ ผู้ผลิตและผู้นำเข้าต้องจัดให้เครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้น มีฉลากและข้อความคำเตือนบนฉลากตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่คณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประกาศกำหนด โดยความเห็นชอบของคณะกรรมการนโยบายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แห่งชาติ แต่เนื่องจากในปัจจุบันคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ยังไม่มี การออกประกาศกำหนดข้อความในการควบคุมฉลากสำหรับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ผลิตหรือนำเข้าแต่อย่างใดจึงทำให้ฉลากของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ผลิตหรือนำเข้านั้น ยังคงอยู่ภายใต้หลักเกณฑ์ตามบทบัญญัติของกฎหมายต่างๆ ดังต่อไปนี้

1) ประกาศกระทรวงการคลังเรื่อง วิธีการบริหารงานสุรา พ.ศ. 2543 ซึ่งออกตามความในพระราชบัญญัติสุรา พ.ศ. 2493 โดยในข้อ 5 ของประกาศดังกล่าวนี้ได้กำหนดหลักเกณฑ์ให้ผู้รับอนุญาตต้องปฏิบัติเกี่ยวกับฉลากไว้ ดังนี้

“ข้อ 5 ผู้รับอนุญาตต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขในการทำสุรากลั่นออกขายทั่วราชอาณาจักร ดังนี้ ...

5.5 ผู้รับอนุญาตต้องส่งตัวอย่างฉลากและเครื่องหมายต่างๆ ที่จะใช้บรรจุสุรา และให้แจ้งชนิดกับขนาดความจุของภาชนะ พร้อมด้วยตัวอย่างภาชนะต่างๆ ที่จะใช้บรรจุสุราให้กรมสรรพสามิตพิจารณาและให้ความเห็นชอบเสียก่อนจึงจะนำไปใช้ได้

ฉลากที่ใช้ขึ้นต้องมีข้อความที่ชัดเจนระบุชนิดสุรา ชื่อสุรา ชื่อ โรงงานสุรา สถานที่ตั้งของโรงงานสุรา ขนาดบรรจุ แร่งแอลกอฮอล์ของสุรา วันเดือนปีที่บรรจุ และคำเตือนตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข ด้วยตัวอักษรภาษาไทย หรือภาษาอังกฤษ หรือภาษาอื่นที่กรมสรรพสามิตเห็นชอบ และไม่เลียนแบบฉลากหรือเครื่องหมายของโรงงานสุราแห่งอื่นที่ได้รับอนุญาตให้ใช้อยู่แล้ว

ในกรณีที่เกิดความเสียหายแก่บุคคลอื่นอันเนื่องมาจากการใช้ฉลากหรือเครื่องหมายต่างๆ ตามความในวรรคก่อน หากกรมสรรพสามิตต้องรับผิดชอบชดใช้ค่าเสียหายด้วยประการใดๆ ผู้รับอนุญาตยินยอมชดใช้ค่าเสียหาย รวมทั้งค่าใช้จ่ายในการนี้แทนกรมสรรพสามิตโดยสิ้นเชิง”

⁵ “คณะกรรมการควบคุม” หมายความว่า คณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์.

⁶ “คณะกรรมการ” หมายความว่า คณะกรรมการนโยบายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แห่งชาติ.

2) มาตรา 6(10)⁷ แห่งพระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522 ซึ่งกำหนดให้รัฐมนตรีว่าการกระทรวงสาธารณสุขมีอำนาจออกประกาศกำหนดข้อความในฉลาก เงื่อนไขและวิธีการแสดงฉลาก ตลอดจนหลักเกณฑ์และวิธีการโฆษณาในฉลาก โดยในปัจจุบันกระทรวงสาธารณสุขได้ออกประกาศกระทรวงสาธารณสุข เรื่องสุรา ลงวันที่ 4 พฤศจิกายน พ.ศ. 2552⁸ ซึ่งออกตามความในพระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522 กำหนดให้การแสดงฉลากของสุราได้รับยกเว้นไม่ต้องปฏิบัติตามประกาศกระทรวงสาธารณสุขว่าด้วยเรื่อง ฉลาก และให้ปฏิบัติตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข เรื่องสุรา โดยประกาศฉบับนี้ได้กำหนดหลักเกณฑ์และรายละเอียดของฉลากสุราไว้ ดังนี้

(1) ข้อความที่ระบุไว้ในฉลาก

(1.1) ห้ามจำหน่ายสุราแก่เด็กอายุต่ำกว่า 20 ปี

⁷ มาตรา 6 บัญญัติว่า เพื่อประโยชน์แก่การควบคุมอาหาร ให้รัฐมนตรีมีอำนาจประกาศในราชกิจจานุเบกษา

(1) กำหนดอาหารควบคุมเฉพาะ

(2) กำหนดคุณภาพหรือมาตรฐานของอาหารควบคุมเฉพาะตามชื่อ ประเภท ชนิด หรือลักษณะของอาหารนั้นๆ ที่ผลิตเพื่อจำหน่าย นำเข้าเพื่อจำหน่าย หรือที่จำหน่าย ตลอดจนหลักเกณฑ์ เงื่อนไข และวิธีการผลิตเพื่อจำหน่าย นำเข้าเพื่อจำหน่าย หรือจำหน่าย

(3) กำหนดคุณภาพหรือมาตรฐานของอาหารที่มีไขมันเป็นอาหารตาม (1) และจะกำหนดหลักเกณฑ์ เงื่อนไข และวิธีการผลิตเพื่อจำหน่าย นำเข้าเพื่อจำหน่าย หรือจำหน่ายด้วยหรือไม่ก็ได้

(4) กำหนดอัตราส่วนของวัตถุที่ใช้เป็นส่วนผสมอาหารตามชื่อ ประเภท ชนิด หรือลักษณะของอาหารที่ผลิตเพื่อจำหน่าย นำเข้าเพื่อจำหน่าย หรือที่จำหน่าย รวมทั้งการใช้สีและเครื่องปรุงแต่งกลิ่นรส

(5) กำหนดหลักเกณฑ์ เงื่อนไข และวิธีการใช้วัตถุเจือปนในอาหาร การใช้วัตถุกันเสีย และวิธีป้องกันการเสีย การเจือสี หรือวัตถุอื่นในอาหารที่ผลิตเพื่อจำหน่าย นำเข้าเพื่อจำหน่าย หรือที่จำหน่าย

(6) กำหนดคุณภาพหรือมาตรฐานของภาชนะบรรจุและการใช้ภาชนะบรรจุ ตลอดจนการห้ามใช้วัตถุใดเป็นภาชนะบรรจุอาหารด้วย

(7) กำหนดวิธีการผลิต เครื่องมือ เครื่องใช้ในการผลิตและการเก็บรักษาอาหารเพื่อป้องกันมิให้อาหารที่ผลิตเพื่อจำหน่าย นำเข้าเพื่อจำหน่าย หรือที่จำหน่ายเป็นอาหารไม่บริสุทธิ์ตามพระราชบัญญัตินี้

(8) กำหนดอาหารที่ห้ามผลิต นำเข้า หรือจำหน่าย

(9) กำหนดหลักเกณฑ์ เงื่อนไข และวิธีการในการตรวจ การเก็บตัวอย่าง การยึด การอายัด และการตรวจวิเคราะห์ทางวิชาการซึ่งอาหาร รวมทั้งเอกสารอ้างอิง

(10) กำหนดประเภทและชนิดอาหารที่ผลิตเพื่อจำหน่าย นำเข้าเพื่อจำหน่าย หรือที่จำหน่าย ซึ่งจะต้องมีฉลาก ข้อความในฉลาก เงื่อนไขและวิธีการแสดงฉลาก ตลอดจนหลักเกณฑ์และวิธีการโฆษณาในฉลาก.

⁸ ประกาศฉบับนี้มีผลเป็นการยกเลิกประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ 272) พ.ศ. 2546 เรื่อง สุราลงวันที่ 8 กรกฎาคม พ.ศ. 2546 และประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ 275) พ.ศ. 2546 เรื่อง สุรา (ฉบับที่ 2) ลงวันที่ 26 พฤศจิกายน พ.ศ. 2546.

(1.2) การดัดสุราทำให้ความสามารถในการขับขี้นานพาหนะลดลง

(1.3) เด็กอายุต่ำกว่า 20 ปี ไม่ควรดัด

(2) ลักษณะและขนาดของตัวอักษร

เป็นภาษาไทย โดยใช้ตัวอักษรเส้นที่ขนาดความสูงไม่น้อยกว่า 5 มิลลิเมตร อยู่ในกรอบที่แยกส่วนจากข้อความอื่น สีของกรอบและข้อความตัดกับสีพื้นของฉลากจนอ่านได้ชัดเจน

ข้อความคำเตือนดังกล่าวนี้มีข้อยกเว้นไม่นำไปใช้บังคับกับสุราที่นำเข้ามาในราชอาณาจักรเพื่อเป็นตัวอย่างสินค้าหรือมิใช่เพื่อการค้า หรือเป็นสุราของผู้ได้รับเอกสิทธิ์ตามข้อผูกพันที่ประเทศไทยมีอยู่ต่อองค์การสหประชาชาติ หรือตามกฎหมายระหว่างประเทศ หรือตามสัญญา หรือตามความตกลงกับต่างประเทศ หรือทางการทูต หรือสุราที่ผลิตหรือนำเข้าเพื่อส่งออก

3.1.2.2 มาตรการควบคุมบรรจุภัณฑ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

นอกจากมาตรา 26 แห่งพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ฯ จะกำหนดหลักเกณฑ์ในการควบคุมฉลากเอาไว้แล้ว มาตรา 26 ยังกำหนดให้เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต้องมีบรรจุภัณฑ์ตามหลักเกณฑ์ วิธีการและเงื่อนไขที่คณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประกาศกำหนด โดยความเห็นชอบของคณะกรรมการนโยบายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แห่งชาติ ซึ่งปัจจุบันคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ยังไม่มีประกาศกำหนดรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ไว้แต่อย่างใด

3.1.2.3 มาตรการควบคุมการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ภาครัฐได้กำหนดมาตรการสำคัญเพื่อใช้ควบคุมการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ฯ ไว้ 4 มาตรการ ดังนี้คือ มาตรการควบคุมสถานที่จำหน่าย มาตรการควบคุมวันและเวลาจำหน่าย มาตรการควบคุมอายุและลักษณะของผู้ซื้อ และ มาตรการควบคุมสถานที่บริโภค อย่างไรก็ตาม นอกจากมาตรการควบคุมการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ฯ แล้ว ยังมีมาตรการควบคุมการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้อง ซึ่งมีรายละเอียดดังจะได้อธิบายต่อไปนี้

1) มาตรการควบคุมสถานที่จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

(1) การควบคุมสถานที่จำหน่ายตามมาตรา 27 แห่งพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ฯ ซึ่งกำหนดห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่หรือบริเวณดังต่อไปนี้

(1.1) วัดหรือสถานที่สำหรับปฏิบัติพิธีกรรมทางศาสนา

(1.2) สถานบริการสาธารณสุขของรัฐ สถานพยาบาลตามกฎหมายว่าด้วยสถานพยาบาลและร้านขายยาตามกฎหมายว่าด้วยยา

(1.3) สถานที่ราชการ ยกเว้นบริเวณที่จัดไว้เป็นร้านค้าหรือสโมสร

(1.4) หอพักตามกฎหมายว่าด้วยหอพัก

(1.5) สถานศึกษาตามกฎหมายว่าด้วยการศึกษาแห่งชาติ

(1.6) สถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงตามกฎหมายว่าด้วยการควบคุมน้ำมันเชื้อเพลิง หรือร้านค้าในบริเวณสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง

(1.7) สวนสาธารณะของทางราชการที่จัดไว้เพื่อการพักผ่อนของประชาชนโดยทั่วไป

(1.8) สถานที่อื่นที่รัฐมนตรีประกาศกำหนด โดยความเห็นชอบของคณะกรรมการ

ทั้งนี้ ในปัจจุบันได้มีการกำหนดสถานที่ห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามมาตรา 27(8) เพิ่มเติมอีก 2 แห่ง คือ

(ก) ในสถานที่หรือบริเวณรัฐวิสาหกิจ และหน่วยงานอื่นของรัฐซึ่งเป็นไปตามประกาศสำนักนายกรัฐมนตรี เรื่อง กำหนดสถานที่หรือบริเวณห้ามขายหรือบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรัฐวิสาหกิจและหน่วยงานอื่นของรัฐ พ.ศ. 2555 ซึ่งบัญญัติห้ามมิให้ผู้ใดขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่หรือบริเวณรัฐวิสาหกิจ และหน่วยงานอื่นของรัฐ ยกเว้นบริเวณที่จัดไว้เป็นร้านค้า หรือสโมสร โดยประกาศฉบับนี้มีผลใช้บังคับในวันที่ 22 สิงหาคม พ.ศ. 2555 เป็นต้นไป

(ข) ในพื้นที่ประกอบกิจการโรงงานซึ่งเป็นไปตามประกาศสำนักนายกรัฐมนตรี เรื่อง ห้ามขายหรือห้ามบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในพื้นที่ประกอบกิจการโรงงาน พ.ศ. 2555 ซึ่งบัญญัติห้ามมิให้ผู้ใดขายหรือบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในพื้นที่ประกอบกิจการโรงงานตามกฎหมายว่าด้วยโรงงาน แต่มีข้อยกเว้นไม่นำไปใช้บังคับกับโรงงานผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในกรณีการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ดำเนินการเป็นปกติธุระในทางการค้าของโรงงานผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่เป็นขั้นตอนของการผลิตหรือรักษามาตรฐานการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยประกาศฉบับนี้มีผลใช้บังคับในวันที่ 5 พฤศจิกายน พ.ศ. 2555 เป็นต้นไป

(2) นอกจากการควบคุมสถานที่จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามมาตรา 27 แห่งพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ฯ แล้ว ภาครัฐยังได้กำหนดมาตรการควบคุมเกี่ยวกับสถานที่จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไว้ในกฎหมายอื่นอีก ดังนี้

(2.1) การควบคุมตามพระราชบัญญัติสุรา พ.ศ. 2493

ตามกฎหมายกระทรวงซึ่งออกตามความในมาตรา 47(4) แห่งพระราชบัญญัติสุราฯ กำหนดหลักเกณฑ์เกี่ยวกับการออกใบอนุญาตขายสุราและการขายสุราสำหรับผู้ได้รับใบอนุญาต

ขายสุราประเภทที่ 3 ถึงประเภทที่ 7 โดยห้ามไม่ให้มีการออกใบอนุญาตจำหน่ายสุราหรือจำหน่ายสุราในบริเวณดังต่อไปนี้⁹

(2.1.1) สถานที่ขายสุราต้องไม่ตั้งอยู่ในบริเวณสถานศึกษาหรือศาสนสถาน รวมทั้งบริเวณต่อเนื่องติดกับสถานศึกษาหรือศาสนสถาน

(2.1.2) สถานที่ขายสุราต้องไม่ตั้งอยู่ในบริเวณสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง รวมทั้งบริเวณต่อเนื่องติดกับสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง

(2.1.3) สถานที่ขายสุราต้องไม่ตั้งอยู่ในบริเวณสถานที่ที่เคยถูกสั่งเพิกถอนใบอนุญาตขายสุราเว้นแต่เวลาได้ล่วงพ้นมาแล้วไม่น้อยกว่า 5 ปี

(2.2) การควบคุมตามพระราชบัญญัติอุทยานแห่งชาติ พ.ศ. 2504 โดยมีการออกประกาศกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่าและพันธุ์พืช¹⁰ กำหนดห้ามมิให้นำเข้าไปหรือจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกประเภทในอุทยานแห่งชาติ โดยผู้ที่ฝ่าฝืนจะมีความผิดระวางโทษจำคุก ไม่เกินหนึ่งเดือน หรือปรับไม่เกินหนึ่งพันบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ โดยมีผลใช้บังคับตั้งแต่วันที่ 29 ธันวาคม พ.ศ. 2553 เป็นต้นไป

2) มาตรการควบคุมวันและเวลาจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

(1) การควบคุมวันจำหน่ายตามมาตรา 28¹¹ แห่งพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ฯ ทั้งนี้ เมื่อมีการบัญญัติ มาตรา 28 ไว้ จึงทำให้บุคคลใดๆ ไม่สามารถจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในวันที่รัฐมนตรีประกาศกำหนดได้ ยกเว้นการขายของผู้ผลิต ผู้นำเข้า หรือตัวแทนของผู้ผลิตหรือผู้นำเข้าให้แก่ผู้ขาย¹² โดยในปัจจุบันได้มีการออกประกาศเพื่อกำหนดวันห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามมาตรา 28 ไว้ดังนี้

(1.1) ประกาศสำนักนายกรัฐมนตรี เรื่องกำหนดวันห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2552 ประกาศ ณ วันที่ 30 มิถุนายน พ.ศ. 2552 มีผลใช้บังคับวันที่ 4 กรกฎาคม

⁹ กฎกระทรวงว่าด้วยข้อกำหนดเกี่ยวกับการออกใบอนุญาตขายสุราและการขายสุราสำหรับผู้ได้รับใบอนุญาตขายสุราประเภทที่ 3 ถึงประเภทที่ 7 พ.ศ. 2548 ลงวันที่ 16 พฤศจิกายน พ.ศ. 2548.

¹⁰ ประกาศกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืชเรื่อง ห้ามมิให้นำเข้าไปหรือจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกประเภทในอุทยานแห่งชาติ (ออกโดยอาศัยอำนาจตามระเบียบกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืชว่าด้วยการเข้าไปในอุทยานแห่งชาติ พ.ศ. 2552 ข้อ 4(9) และข้อ 5).

¹¹ มาตรา 28 บัญญัติว่า ห้ามมิให้ผู้ใดขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในวัน หรือเวลาที่รัฐมนตรีประกาศกำหนดโดยคำแนะนำของคณะกรรมการ ทั้งนี้ ประกาศดังกล่าวจะกำหนดเงื่อนไขหรือข้อยกเว้นใดๆ เท่าที่จำเป็นไว้ด้วยก็ได้ บทบัญญัติในวรรคหนึ่ง มิให้ใช้บังคับกับการขายของผู้ผลิต ผู้นำเข้า หรือตัวแทนของผู้ผลิตหรือผู้นำเข้าไปยังผู้ขายซึ่งได้รับอนุญาตตามกฎหมายว่าด้วยสุรา”.

¹² ซึ่งมีความหมายถึงการขายส่งสุรา (การขายสุราครั้งหนึ่งเป็นจำนวนมากกว่า 10 ลิตรขึ้นไป).

พ.ศ. 2552 โดยกำหนดห้ามมิให้ผู้ใดขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในวันมาฆบูชา วันวิสาขบูชา วันอาสาฬหบูชาและวันเข้าพรรษา

(1.2) ต่อมาคณะกรรมการนโยบายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แห่งชาติได้ออกประกาศสำนักนายกรัฐมนตรี เรื่องกำหนดวันห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2552 ประกาศ ณ วันที่ 4 กรกฎาคม พ.ศ. 2552 มีผลใช้บังคับวันที่ 5 กรกฎาคม พ.ศ. 2552¹³ เพื่อแก้ไขวันห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ใหม่เป็นกำหนดห้ามมิให้ผู้ใดขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในวันมาฆบูชา วันวิสาขบูชา วันอาสาฬหบูชา และวันเข้าพรรษา ยกเว้นการขายในโรงแรมตามกฎหมายว่าด้วยโรงแรมตั้งนั้น ภายหลังจากที่มีการออกประกาศสำนักนายกรัฐมนตรี เรื่องกำหนดวันห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (ฉบับที่ 2) แล้ว จึงทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมตามกฎหมายว่าด้วยโรงแรมสามารถจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในวันมาฆบูชา วันวิสาขบูชา วันอาสาฬหบูชา และวันเข้าพรรษาได้ ส่วนผู้ประกอบการประเภทอื่นที่มีใช้กิจการ โรงแรมตามกฎหมายว่าด้วยโรงแรมไม่สามารถจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในวันมาฆบูชา วันวิสาขบูชา วันอาสาฬหบูชา และวันเข้าพรรษา

(2) นอกจากการควบคุมวันจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามมาตรา 28 แห่งพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ฯ แล้ว ยังมีการควบคุมวันจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามกฎหมายอื่นอีก ดังนี้

(2.1) การควบคุมตามพระราชบัญญัติการเลือกตั้งสมาชิกสภาท้องถิ่นหรือผู้บริหารท้องถิ่น พ.ศ. 2545 โดยมาตรา 130¹⁴ บัญญัติห้ามผู้ใดขาย จำหน่าย จ่ายแจก หรือจัดเลี้ยงสุราทุกชนิดในเขตเลือกตั้งในระหว่างเวลา 18.00 นาฬิกา ของวันก่อนวันเลือกตั้งจนถึงเวลา 24.00 นาฬิกา ของวันเลือกตั้ง หากผู้ใดฝ่าฝืนจะมีโทษจำคุกไม่เกินหกเดือนหรือปรับไม่เกินหนึ่งหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

(2.2) การควบคุมตามพระราชบัญญัติประกอบรัฐธรรมนูญว่าด้วยการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรและการได้มาซึ่งสมาชิกวุฒิสภา พ.ศ. 2550 มาตรา 155 บัญญัติห้ามผู้ใดขาย จำหน่าย จ่ายแจก หรือจัดเลี้ยงสุราทุกชนิด ในเขตเลือกตั้งในระหว่างเวลา 18.00 นาฬิกา ของวันก่อนวันเลือกตั้งจนถึงเวลา 24.00 นาฬิกา ของวันเลือกตั้ง หากผู้ใดฝ่าฝืนต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหกเดือน หรือปรับไม่เกินหนึ่งหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

¹³ ประกาศฉบับนี้มีผลเป็นการยกเลิก ประกาศสำนักนายกรัฐมนตรี เรื่องกำหนดวันห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2552 ประกาศ ณ วันที่ 30 มิถุนายน พ.ศ. 2552.

¹⁴ มาตรา 130 บัญญัติว่า ผู้ใดขาย จำหน่าย จ่ายแจก หรือจัดเลี้ยงสุราทุกชนิดในเขตเลือกตั้งในระหว่างเวลา 18.00 น. ของวันก่อนวันเลือกตั้งหนึ่งวันจนถึงวันเลือกตั้ง ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหกเดือน หรือปรับไม่เกินหนึ่งหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ.

(3) การควบคุมเวลาจำหน่ายตามมาตรา 28 แห่งพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ฯ

เนื่องจากในปัจจุบันยังมีได้มีการกำหนดหลักเกณฑ์เพื่อควบคุมเวลาจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามมาตรา 28 แห่งพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ฯ ไว้ ทำให้ในการควบคุมเวลาจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต้องปฏิบัติตามกฎหมายฉบับอื่นที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

(3.1) ประกาศคณะปฏิวัติฉบับที่ 253 ซึ่งบัญญัติห้ามมิให้ผู้ได้รับใบอนุญาตขายสุราประเภทที่ 3 ถึงประเภทที่ 6 ตามความในกฎหมายว่าด้วยสุรา หรือบุคคลซึ่งกระทำการเพื่อประโยชน์ของผู้ที่ได้รับใบอนุญาตขายสุราดังกล่าวจำหน่ายสุราทุกชนิดในเวลาอื่น นอกจากตั้งแต่เวลา 11.00 นาฬิกา ถึงเวลา 14.00 นาฬิกา และตั้งแต่เวลา 17.00 นาฬิกา ถึงเวลา 24.00 นาฬิกา เว้นแต่ผู้ที่ได้รับใบอนุญาตจากอธิบดีกรมตำรวจสำหรับนครหลวง กรุงเทพมหานคร หรือผู้ว่าราชการจังหวัดสำหรับจังหวัดอื่น ผู้ที่ฝ่าฝืนต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสองปี หรือปรับไม่เกินสี่พันบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

(3.2) พระราชบัญญัติสุรา พ.ศ. 2493 มาตรา 20 กำหนดให้ผู้ได้รับใบอนุญาตขายสุราประเภทที่ 3 หรือ 4 (ขายปลีกสุรา) ขายสุราได้เฉพาะภายในเวลาที่กำหนดในกฎกระทรวง ซึ่งปัจจุบันผู้ได้รับใบอนุญาตขายสุราประเภทที่ 3 หรือ 4 สามารถจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้เฉพาะในช่วงเวลา 11.00 นาฬิกา ถึง 14.00 นาฬิกา และ 17.00 นาฬิกา ถึง 24.00 นาฬิกา

(3.3) พระราชบัญญัติการเลือกตั้งสมาชิกสภาท้องถิ่นหรือผู้บริหารท้องถิ่น พ.ศ. 2545 มาตรา 130 บัญญัติห้ามผู้ใดขาย จำหน่าย แจกจ่าย หรือจัดเลี้ยงสุราทุกชนิดในเขตเลือกตั้ง ในระหว่างเวลา 18.00 นาฬิกา ของวันก่อนวันเลือกตั้งจนถึงเวลา 24.00 นาฬิกา ของวันเลือกตั้ง หากผู้ใดฝ่าฝืนจะมีโทษจำคุกไม่เกินหกเดือนหรือปรับไม่เกินหนึ่งหมื่นบาทหรือทั้งจำทั้งปรับ

(3.4) พระราชบัญญัติประกอบรัฐธรรมนูญว่าด้วยการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรและการได้มาซึ่งสมาชิกวุฒิสภา พ.ศ. 2550 มาตรา 155 บัญญัติห้ามผู้ใดขาย จำหน่าย แจกจ่าย หรือจัดเลี้ยงสุราทุกชนิด ในเขตเลือกตั้งในระหว่างเวลา 18.00 นาฬิกา ของวันก่อนวันเลือกตั้งจนถึงเวลา 24.00 นาฬิกา ของวันเลือกตั้ง หากผู้ใดฝ่าฝืนต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหกเดือน หรือปรับไม่เกินหนึ่งหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

3) มาตรการควบคุมอายุและลักษณะของผู้ซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

มาตรา 29 แห่งพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ฯ กำหนดหลักเกณฑ์ของบุคคลที่สามารถซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้อย่างชัดเจน โดยบัญญัติห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้แก่บุคคลที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ และบุคคลที่มีอาการมึนเมาจนครองสติไม่ได้

4) มาตรการควบคุมวิธีการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

มาตรา 30 แห่งพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ฯ กำหนดให้วิธีการหรือลักษณะการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ดังต่อไปนี้เป็นการต้องห้ามไม่ให้กระทำ

- (1) ใช้เครื่องขายอัตโนมัติ
- (2) การเร่ขาย
- (3) การลดราคาเพื่อประโยชน์ในการส่งเสริมการขาย
- (4) ให้หรือเสนอให้สิทธิในการเข้าชมการแข่งขัน การแสดง การให้บริการ การชิงโชค การชิงรางวัล หรือสิทธิประโยชน์อื่นใดเป็นการตอบแทนแก่ผู้ซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หรือแก่ผู้นำหีบห่อหรือสลากหรือสิ่งอื่นใดเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มาแลกเปลี่ยนหรือแลกซื้อ
- (5) โดยแจก แลก ให้ หรือแลกเปลี่ยนกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หรือกับสินค้าอื่น หรือการให้บริการอย่างอื่นแล้วแต่กรณี หรือแจกจ่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในลักษณะเป็นตัวอย่างของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หรือเป็นการจูงใจสาธารณชนให้บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์รวมถึงการกำหนดเงื่อนไขการขายในลักษณะที่เป็นการบังคับซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยตรงหรือทางอ้อม
- (6) โดยวิธีหรือลักษณะอื่นใดตามที่รัฐมนตรีประกาศกำหนดโดยคำแนะนำของคณะกรรมการนโยบายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แห่งชาติ ซึ่งปัจจุบันยังไม่มีประกาศกำหนดวิธีการอื่นใดตามข้อนี้

3.1.2.4 มาตรการควบคุมสถานที่บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ในปัจจุบันการควบคุมสถานที่บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ถูกควบคุมโดยพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 มาตรา 31 ซึ่งบัญญัติห้ามมิให้ผู้ใดบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่หรือบริเวณดังต่อไปนี้

- 1) วัดหรือสถานที่สำหรับปฏิบัติพิธีกรรมทางศาสนา เว้นแต่เป็นส่วนหนึ่งของพิธีกรรมทางศาสนา
- 2) สถานบริการสาธารณสุขของรัฐ สถานพยาบาลตามกฎหมายว่าด้วยสถานพยาบาล และร้านขายยาตามกฎหมายว่าด้วยยา ยกเว้นบริเวณที่จัดไว้เป็นที่พักส่วนบุคคล
- 3) สถานที่ราชการ ยกเว้นบริเวณที่จัดไว้เป็นที่พักส่วนบุคคล หรือสโมสร หรือการจัดเลี้ยงตามประเพณี
- 4) สถานศึกษาตามกฎหมายว่าด้วยการศึกษาแห่งชาติ ยกเว้นบริเวณที่จัดไว้เป็นที่พักส่วนบุคคลหรือสโมสร หรือการจัดเลี้ยงตามประเพณี หรือสถานศึกษาที่สอนการผสมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และได้รับอนุญาตตามกฎหมายว่าด้วยการศึกษาแห่งชาติ

5) สถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงตามกฎหมายว่าด้วยการควบคุมน้ำมันเชื้อเพลิงหรือร้านค้าในบริเวณสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง

6) สวนสาธารณะของทางราชการที่จัดไว้เพื่อการพักผ่อนของประชาชน โดยทั่วไป

7) สถานที่อื่นที่รัฐมนตรีประกาศกำหนดโดยคำแนะนำของคณะกรรมการ

ทั้งนี้ ในปัจจุบันได้มีการกำหนดสถานที่ห้ามบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามมาตรา 31(7) เพิ่มเติม อีก 2 แห่ง คือ

(1) ในสถานที่หรือบริเวณรัฐวิสาหกิจ และหน่วยงานอื่นของรัฐซึ่งเป็นไปตามประกาศสำนักนายกรัฐมนตรี เรื่อง กำหนดสถานที่หรือบริเวณห้ามขายหรือบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรัฐวิสาหกิจและหน่วยงานอื่นของรัฐ พ.ศ. 2555 ซึ่งบัญญัติห้ามมิให้ผู้ใดบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่หรือบริเวณรัฐวิสาหกิจ และหน่วยงานอื่นของรัฐ ยกเว้นบริเวณที่จัดไว้เป็นที่พักผ่อนบุคคล หรือสโมสร หรือการจัดเลี้ยงตามประเพณี¹⁵ โดยประกาศฉบับนี้มีผลใช้บังคับในวันที่ 22 สิงหาคม พ.ศ. 2555 เป็นต้นไป

(2) ในรถที่อยู่บนทางในขณะขับขี่ซึ่งเป็นไปตามประกาศสำนักนายกรัฐมนตรี เรื่อง กำหนดสถานที่หรือบริเวณห้ามบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์บนทาง พ.ศ. 2555 ซึ่งบัญญัติห้ามผู้ใดบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์บนทางในขณะขับขี่หรือในขณะโดยสารอยู่ในรถ หรือบนรถ โดยคำว่า “ทาง” และ “รถ” ตามประกาศดังกล่าวนี้ หมายถึง ทางและรถตามพระราชบัญญัติจราจรทางบกนั่นเอง ซึ่งมีผลให้บุคคลที่อยู่ในรถไม่ว่าจะเป็นคนขับหรือคนโดยสารไม่สามารถดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ โดยประกาศฉบับนี้มีผลใช้บังคับในวันที่ 8 สิงหาคม พ.ศ. 2555 เป็นต้นไป

3.1.2.5 มาตรการควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ภายหลังจากพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 มีผลใช้บังคับตั้งแต่วันที่ 14 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2551 เป็นต้นมา ผู้ที่ประสงค์จะโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หรือแสดงชื่อหรือเครื่องหมายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีหน้าที่ปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ใน มาตรา 32¹⁶

¹⁵ ประกาศในราชกิจจานุเบกษา เมื่อวันที่ 22 สิงหาคม พ.ศ. 2555.

¹⁶ มาตรา 32 บัญญัติว่า ห้ามมิให้ผู้ใดโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือแสดงชื่อหรือเครื่องหมายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อันเป็นการอวดอ้างสรรพคุณหรือชักจูงใจให้ผู้อื่นดื่มโดยตรงหรือโดยอ้อม

การโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ใดๆ โดยผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกประเภทให้กระทำได้เฉพาะการให้ข้อมูลข่าวสาร และความรู้เชิงสร้างสรรค์สังคม โดยไม่มีการปรากฏภาพของสินค้าหรือบรรจุภัณฑ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้น เว้นแต่เป็นการปรากฏของภาพสัญลักษณ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หรือสัญลักษณ์ของบริษัทผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้นเท่านั้น ทั้งนี้ ตามที่กำหนดในกฎกระทรวง

บทบัญญัติในวรรคหนึ่งและวรรคสอง มิให้ใช้บังคับกับการโฆษณาที่มีต้นกำเนิดนอกราชอาณาจักร.

แห่งพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์ฯ อย่างเคร่งครัดต่อมาในวันที่ 29 มีนาคม พ.ศ. 2553 ภาครัฐได้อาศัยอำนาจตามมาตรา 32 วรรคสอง แห่งพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์ฯ ออกกฎกระทรวงกำหนดหลักเกณฑ์และเงื่อนไขการแสดงผลสัญลักษณ์เพื่อประกอบการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์เครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2553 โดยกำหนดให้ผู้ผลิตเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์สามารถที่จะแสดงผลสัญลักษณ์ของเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์หรือสัญลักษณ์ของบริษัทผู้ผลิตเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์ได้ภายใต้หลักเกณฑ์และเงื่อนไข ดังนี้

1) การให้คำจำกัดความ

ในข้อ 1 ของกฎกระทรวงได้กำหนดคำจำกัดความของคำว่าภาพสัญลักษณ์เพื่อใช้สำหรับการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์เครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์ไว้ ดังนี้

“ภาพสัญลักษณ์ของเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์” หมายความว่า ภาพเครื่องหมายการค้าของเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์ที่ได้จดทะเบียนเครื่องหมายการค้าตามกฎหมายว่าด้วยเครื่องหมายการค้า

“ภาพสัญลักษณ์ของบริษัทผู้ผลิตเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์” หมายความว่า ภาพสัญลักษณ์ของบริษัทผู้ผลิตเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์ที่จดทะเบียนบริษัทตามกฎหมาย และไม่ซ้ำหรือทำให้เข้าใจได้ว่าเป็นเครื่องหมายการค้าของเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์

2) หลักเกณฑ์ในการแสดงผลสัญลักษณ์

ผู้ผลิตสามารถแสดงผลสัญลักษณ์ของเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์หรือภาพสัญลักษณ์ของบริษัทผู้ผลิตเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์ได้ โดย (ก) ต้องมีการให้ข้อมูลข่าวสารและความรู้เชิงสร้างสรรค์สังคมควบคู่ไปด้วย และ (ข) การโฆษณาดังกล่าวนี้ต้องไม่มีลักษณะเป็นการอวดอ้างสรรพคุณ คุณประโยชน์ คุณภาพของเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์ หรือชักจูงใจให้มีการบริโภคเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์ไม่ว่าโดยตรงหรือโดยอ้อม

อย่างไรก็ดี การให้ข้อมูลข่าวสารและความรู้เชิงสร้างสรรค์สังคมนี้ต้องสื่อความหมายโดยมีการนำเสนอข้อมูลหรือข้อเท็จจริงใดๆ ที่เป็นความรู้อย่างชัดเจนในลักษณะส่งเสริมคุณธรรม วัฒนธรรม หรือเป็นวิชาการความรู้ที่สร้างค่านิยมที่ดีของสังคมโดยไม่มีการปรากฏภาพของสินค้าหรือบรรจุภัณฑ์ หรือส่วนหนึ่งส่วนใดของสินค้าหรือบรรจุภัณฑ์ของเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์

3) ลักษณะของภาพสัญลักษณ์

ภาพสัญลักษณ์ของเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์หรือภาพสัญลักษณ์ของบริษัทผู้ผลิตเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์นั้นต้องมีลักษณะดังต่อไปนี้

(1) ไม่เป็นภาพเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์หรือบรรจุภัณฑ์ หรือส่วนหนึ่งส่วนใดของเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์หรือบรรจุภัณฑ์ของเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์

(2) ไม่มีข้อความอันเป็นการอวดอ้างสรรพคุณ คุณประโยชน์ คุณภาพของเครื่องคั้ม แอลกอฮอล์

(3) ไม่เป็นการชักจูงใจให้มีการบริโภคเครื่องคั้มแอลกอฮอล์ ไม่ว่าจะโดยตรงหรือ โดยอ้อม

(4) ไม่แสดงให้เห็นปรากฏในรูปแบบ ลักษณะ หรือภาพใดๆ ที่สามารถสื่อให้เห็น หรือทำให้เข้าใจได้ว่าเป็นภาพของเครื่องคั้มแอลกอฮอล์หรือภาพบรรจุภัณฑ์ของเครื่องคั้มแอลกอฮอล์

4) การแสดงภาพสัญลักษณ์ในสื่อแต่ละประเภท

(1) การแสดงภาพสัญลักษณ์ของเครื่องคั้มแอลกอฮอล์หรือภาพสัญลักษณ์ของ บริษัทผู้ผลิตเครื่องคั้มแอลกอฮอล์ในสื่อแต่ละประเภทนั้น ผู้ผลิตจะต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ ดังต่อไปนี้ คือ

(1.1) กรณีใช้สื่อทางกิจการโทรทัศน์ การฉายภาพ ภาพยนตร์ วีดิทัศน์ การแสดงภาพโดยผ่านทางเครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์ หรือสื่ออื่นใดในการทำงานเดียวกันให้ปฏิบัติ ดังนี้

(1.1.1) ขนาดของภาพสัญลักษณ์ของเครื่องคั้มแอลกอฮอล์หรือภาพ สัญลักษณ์ของบริษัทผู้ผลิตเครื่องคั้มแอลกอฮอล์ต้องมีขนาดไม่เกินร้อยละ 5 ของพื้นที่โฆษณา ทั้งหมด และต้องแสดงภาพดังกล่าวไม่เกิน 2 วินาที

(1.1.2) สามารถโฆษณาได้ตั้งแต่เวลา 22.00 นาฬิกา ถึง 05.00 นาฬิกา โดย ให้แสดงภาพสัญลักษณ์ได้เฉพาะในตอนท้ายของการโฆษณาเท่านั้น

(1.2) กรณีสื่อสิ่งพิมพ์ต้องมีขนาดของภาพสัญลักษณ์ของเครื่องคั้มแอลกอฮอล์ หรือภาพสัญลักษณ์ของบริษัทผู้ผลิตเครื่องคั้มแอลกอฮอล์ต้องมีขนาดไม่เกินร้อยละ 5 ของพื้นที่ โฆษณาทั้งหมด โดยห้ามแสดงที่ปกหน้า ปกหลัง คู่หน้ากลาง หรือสิ่งที่ห่อหุ้มสื่อสิ่งพิมพ์ดังกล่าว

(1.3) กรณีสื่ออื่นใดนอกจาก (1.1) และ (1.2) ขนาดของภาพสัญลักษณ์ของ เครื่องคั้มแอลกอฮอล์หรือภาพสัญลักษณ์ของบริษัทผู้ผลิตเครื่องคั้มแอลกอฮอล์ต้องมีขนาด ไม่เกิน ร้อยละ 3 ของพื้นที่โฆษณาในสื่ออื่น

ทั้งนี้ ตลอดเวลาที่มีการ โฆษณาภาพสัญลักษณ์ของเครื่องคั้มแอลกอฮอล์ หรือภาพสัญลักษณ์ของบริษัทผู้ผลิตเครื่องคั้มแอลกอฮอล์นั้นจะต้องมีการแสดงข้อความคำเตือน ตามรูปแบบที่คณะกรรมการควบคุมเครื่องคั้มแอลกอฮอล์ประกาศกำหนดทุกครั้ง

(2) นอกจากการออกกฎกระทรวงกำหนดหลักเกณฑ์และเงื่อนไขการแสดง ภาพสัญลักษณ์เพื่อประกอบการ โฆษณาหรือประชาสัมพันธ์เครื่องคั้มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2553 แล้ว คณะกรรมการควบคุมเครื่องคั้มแอลกอฮอล์ได้ออกประกาศคณะกรรมการควบคุมเครื่องคั้ม แอลกอฮอล์ว่าด้วยรูปแบบและวิธีการแสดงข้อความคำเตือนประกอบภาพสัญลักษณ์ของ เครื่องคั้ม

แอลกอฮอล์หรือภาพสัญลักษณ์ของบริษัทผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2553 ลงวันที่ 14 เมษายน พ.ศ. 2553 เพื่อกำหนดรูปแบบของข้อความให้ผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ประสงค์โฆษณาชื่อหรือเครื่องหมายการค้าของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ปฏิบัติโดยมีหลักเกณฑ์ ดังนี้

(2.1) การแสดงข้อความคำเตือนประกอบภาพสัญลักษณ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือภาพสัญลักษณ์ของบริษัทผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

(2.1.1) กรณีใช้สื่อทางกิจการโทรทัศน์ การฉายภาพ ภาพยนตร์ วีดิทัศน์ การแสดงภาพโดยผ่านทางเครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์ หรือสื่ออื่นใดในทำนองเดียวกันให้แสดงข้อความคำเตือนแบบเสียงและแบบข้อความอักษรตามหลักเกณฑ์นี้ คือ

(ก) การแสดงข้อความคำเตือนแบบเสียงต้องรับฟังได้ชัดเจน ทุกพยางค์ และสามารถเข้าใจความหมายได้ โดยมีระดับเสียงเท่ากับข้อความหลักของการโฆษณา กล่าวคือ ต้องไม่มีการเน้นเสียงให้เป็นพิเศษแตกต่างไปจากเสียงที่ใช้ในการโฆษณาโดยปกติตนเอง และให้แสดงข้อความคำเตือนเป็นเวลาไม่น้อยกว่า 2 วินาที

(ข) การแสดงข้อความคำเตือนแบบข้อความอักษร ต้องมีลักษณะเป็นตัวอักษรลอย (Super) ใช้อักษรไทยรูปแบบ “อังสะนา นิว” (Angsana New) แบบหนาหรือตัวอักษรอื่นที่มีลักษณะใกล้เคียงกัน ตัวอักษรมีสีขาวอยู่ภายในกรอบคำเตือนที่มีพื้นสีดำเข้ม ตัวอักษรดังกล่าวต้องสามารถอ่านได้ง่ายและมองเห็นได้อย่างชัดเจน มีขนาดความสูงของตัวอักษรไม่น้อยกว่า 1 ใน 3 ของกรอบข้อความคำเตือน เส้นกรอบข้อความคำเตือนต้องมีสีแตกต่างอย่างชัดเจนกับสีพื้นโฆษณา ทั้งนี้ พื้นของกรอบข้อความคำเตือนต้องเป็นสีเหลี่ยมผืนผ้า มีขนาดพื้นที่ไม่น้อยกว่า 1 ใน 4 ของพื้นที่โฆษณา และมีความยาวตลอดตามแนวนอนชิดขอบบนจอภาพ ต้องแสดงข้อความคำเตือนเป็นเวลาไม่น้อยกว่า 2 วินาที

(2.1.2) กรณีแสดงผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ต้องแสดงข้อความคำเตือนแบบข้อความอักษรแสดงเป็นตัวอักษรไทยรูปแบบ “อังสะนา นิว” (Angsana New) แบบหนาหรือตัวอักษรอื่นที่มีลักษณะใกล้เคียงกัน ตัวอักษรมีสีขาวอยู่ภายในกรอบคำเตือนที่มีพื้นสีดำเข้ม สามารถอ่านได้ง่ายและมองเห็นได้อย่างชัดเจน มีขนาดความสูงของตัวอักษรไม่น้อยกว่า 1 ใน 3 ของกรอบข้อความคำเตือน โดยเส้นกรอบข้อความคำเตือนต้องมีสีแตกต่างอย่างชัดเจนกับสีพื้นโฆษณา ทั้งนี้ พื้นของกรอบข้อความคำเตือนต้องเป็นสีเหลี่ยมผืนผ้ามีขนาดพื้นที่ไม่น้อยกว่า 1 ใน 4 ของพื้นที่โฆษณา และมีความยาวตลอดตามแนวนอนชิดขอบบนพื้นที่โฆษณา

(2.1.3) กรณีใช้สื่อสิ่งพิมพ์อื่นใดนอกจาก (2.1.1) และ (2.1.2) ให้แสดงข้อความคำเตือนแบบข้อความอักษรตามแนวนอนอยู่ด้านบนสุดของพื้นที่โฆษณา โดยแสดงเป็นตัวอักษรไทยรูปแบบ “อังสะนา นิว” (Angsana New) แบบหนาหรือตัวอักษรอื่นที่มีลักษณะใกล้เคียงกัน

ตัวอักษรที่มีสีขาวอยู่ในกรอบคำเตือนที่มีพื้นสีดำเข้ม สามารถอ่านได้ง่ายและมองเห็นได้อย่างชัดเจน มีขนาดความสูงของตัวอักษรไม่น้อยกว่า 1 ใน 3 ของกรอบข้อความ คำเตือน และพื้นของกรอบข้อความคำเตือนต้องมีขนาดไม่น้อยกว่า 1 ใน 4 ของพื้นที่โฆษณา

(2.2) ลักษณะของข้อความคำเตือนที่แสดงให้ใช้ข้อความอย่างหนึ่งอย่างใด ดังต่อไปนี้

(2.2.1) สุรา เป็นเหตุก่อมะเร็งได้

(2.2.2) สุรา เป็นเหตุให้เชื้กส์เสื้อมได้

(2.2.3) สุรา เป็นเหตุให้พิการและเสื้ชีวิตได้

(2.2.4) สุรา เป็นเหตุให้ทะเลาะวิวาทและอาชญากรรมได้

(2.2.5) สุรา ทำร้ายครอบครัว ทำลายสังคมได้

ทั้งนี้ หากการแสดงข้อความคำเตือนนั้นใช้กับการ โฆษณาเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ประเภทเบียร์ หรือไวน์ ก็ให้เปลี่ยนคำว่า “สุรา” เป็นคำว่า “เบียร์” หรือ “ไวน์” แทน แต่กรณี แต่หากเป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทอื่นนอกจากที่กล่าวนี้ หรือเป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ผสมสำเร็จรูปให้ใช้คำว่า “สุรา”

3.1.2.6 มาตรการบำบัดรักษาหรือฟื้นฟูสภาพผู้ติดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

มาตรา 33 แห่งพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 ได้กำหนด มาตรการเพื่อการบำบัดรักษาหรือฟื้นฟูสภาพผู้ติดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยกำหนดให้ผู้ติด เครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือญาติ คณะบุคคล หรือองค์กรทั้งภาครัฐหรือเอกชนที่มีวัตถุประสงค์เพื่อ การบำบัดรักษาหรือฟื้นฟูสภาพผู้ติดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อาจขอรับการสนับสนุนเพื่อการ บำบัดรักษาหรือฟื้นฟูสภาพผู้ติดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากสำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ได้ ตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่สำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์กำหนด ซึ่งปัจจุบันสำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ยังไม่มี การออกประกาศกำหนดหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขดังกล่าวแต่อย่างใด

3.2 กฎหมายเกี่ยวกับการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของต่างประเทศ

เนื่องจากปัญหาเกี่ยวกับการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไม่ใช่ปัญหาในระดับประเทศเท่านั้น หากแต่เป็นปัญหาที่นานาประเทศต่างให้ความสำคัญ และหามาตรการในการควบคุม ตัวอย่างเช่น ในที่ประชุมสมัชชาองค์การอนามัยโลก (World Health Organization: WHO) ครั้งที่ 32 ในปี พ.ศ. 2522 ที่ประชุมได้ผ่านมติ WHOA32.40 เรียกร้องให้ประเทศสมาชิกนำมาตรการที่เหมาะสมทุกวิถีทางมาใช้ ในการลดการบริโภคในประชากรทุกหมู่เหล่า และต่อมาในปี พ.ศ. 2526 ที่ประชุมสมัชชาองค์การ

อนามัยโลก ครั้งที่ 36 ได้ผ่านมติ WHOA36.12 เสนอแนะให้ประเทศสมาชิกจัดทำนโยบาย แอลกอฮอล์ระดับชาติที่ชัดเจนและครบถ้วนทุกด้านโดยมุ่งให้ความสำคัญด้านการป้องกันภายใต้ กรอบยุทธศาสตร์สุขภาพดีถ้วนหน้า รวมทั้งพัฒนาวิธีการและกิจกรรมในแผนงานโครงการที่ต่อเนื่อง ระยะยาวเพื่อลดการบริโภคและแก้ไขปัญหที่เกิดขึ้นจากแอลกอฮอล์¹⁷

นอกจากนี้ ยังพบว่าในรายงานประจำปี พ.ศ. 2545 ขององค์การอนามัยโลกระบุข้อมูลไว้ อย่างชัดเจนว่าภาระโลก (Burden of Diseases) ของประชากรโลกทั้งหมดมาจากการตายก่อนวัยอันควร และการสูญเสียจากภาวะพิการทุพพลภาพอันเนื่องมาจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์สูงเป็น อันดับ 5 ของความเสี่ยงทั้งหมด 26 ความเสี่ยง (ร้อยละ 4) รองจากภาวะขาดอาหาร เพศสัมพันธ์ ที่ไม่ปลอดภัย ภาวะความดันโลหิตสูง การบริโภคยาสูบ¹⁸

เมื่อองค์การอนามัยโลกได้เล็งเห็นความสำคัญของการแก้ไขปัญหที่เกิดขึ้นจากการ บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประชากรทั่วโลก จึงทำให้ประเทศสมาชิกขององค์การอนามัยโลก ต่างตระหนักและให้ความสำคัญในการดูแลประชากรในประเทศของตนเพื่อมิให้ประชากรของตนเอง บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างไม่ถูกต้องและขาดความรับผิดชอบทั้งต่อตนเองและผู้อื่น ซึ่งการ บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างไม่ถูกต้องและขาดความรับผิดชอบนี้เป็นสาเหตุของโรคภัยไข้เจ็บ และการบาดเจ็บของตัวผู้ดื่ม หรือบางครั้งอาจรวมถึงบุคคลอื่นด้วย และยังก่อให้เกิดปัญหาเกี่ยวกับการ ทำงาน ปัญหาความรุนแรงในครอบครัว ส่งผลก่อให้เกิดความสูญเสียทางเศรษฐกิจ เช่น ในภาค ธุรกิจโรงงานอาจสูญเสียกำลังการผลิต รัฐมีภาระค่าใช้จ่ายด้านสุขภาพ ใช้จ่ายที่เกิดจากอาชญากรรม และความรุนแรง เป็นต้น

อย่างไรก็ดี เมื่อการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นำมาซึ่งปัญหาหลากหลายประการ ประเทศต่างๆ จึงมีมาตรการเพื่อควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งผู้เขียนขอนำเสนอ มาตรการที่เกี่ยวกับการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของต่างประเทศ ดังนี้

3.2.1 ประเทศอังกฤษ¹⁹

ข้อมูลของสถาบัน Institute of Alcohol Studies ที่แสดงจำนวนกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการจำหน่ายและการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทั้งหมดของประเทศอังกฤษซึ่งมีอยู่มากถึง 23 ฉบับ²⁰

¹⁷ ยงยุทธ ขจรธรรม และคณะ. (2547). *ประสิทธิผลของนโยบายและมาตรการการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์*. กรุงเทพฯ: มูลนิธิสาธารณสุขแห่งชาติ. หน้า 5.

¹⁸ เรื่องเดียวกัน, หน้า 1.

¹⁹ บรรเจิด สิงคนดี และคณะ. (2547). *การทบทวนองค์ความรู้กฎหมายเกี่ยวกับการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์*. สำนักโรคไม่ติดต่อ กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข. หน้า 57.

แสดงให้เห็นทราบว่ากฎหมายของประเทศอังกฤษที่ใช้สำหรับการควบคุมการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้นมียู่อเป็นจำนวนมาก แต่กฎหมายหลักที่มีเนื้อหาในการควบคุมเกี่ยวกับสถานที่ เวลา และตัวบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการจำหน่ายและบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้น คือ The Licensing Act 1964²¹ โดย The Licensing Act 1964 ได้กำหนดความหมายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (Intoxicating Liquor) ไว้หมายความถึง Spirits ไวน์ เบียร์ ไซเดอร์ และเครื่องดื่มที่เกิดจากการหมัก แต่ไม่รวมถึงเครื่องดื่มซึ่งมีความเข้มข้นน้อยกว่า 0.5 เปอร์เซ็นต์ น้ำหอม สารระเหย Spirits²² ไวน์ Made-Wine²³ ที่ผลิตขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์ในทางการแพทย์

ประเทศอังกฤษมีการควบคุมให้ผู้ผลิตและจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต้องเป็นผู้ได้รับอนุญาตจากหน่วยงานราชการและเป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่กฎหมายกำหนดไว้ หากผู้ใดฝ่าฝืนบทบัญญัติดังกล่าวจะถูกลงโทษ เว้นแต่ในกรณีที่มีการกำหนดข้อยกเว้นไว้โดยบทบัญญัติของกฎหมาย โดยมีหลักเกณฑ์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ดังนี้

3.2.1.1 กฎหมายที่ควบคุมการผลิต การจำหน่าย และการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

1) พระราชบัญญัติควบคุมการขาย (Statutory Control of Sale)

กฎหมายฉบับนี้บัญญัติขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อควบคุมการขายปลีกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (The retail trade) โดยผู้ประกอบการที่ต้องการขายปลีกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จะต้องขอรับใบอนุญาตจากหน่วยงานที่เรียกว่า Licencing Justice²⁴ โดยการขายส่งและขายปลีกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จะแตกต่างจากการขายสินค้าทั่วไป การขายส่งเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จะถูกกำหนดโดยปริมาณการขายโดยไม่คำนึงว่าการขายดังกล่าวจะเป็นการขายจากผู้ค้าผู้ค้าหรือจากผู้ค้าผู้ผู้บริโภค ซึ่งปริมาณการขายดังกล่าวจะพิจารณาจากปริมาณการขายขั้นต่ำในแต่ละครั้งซึ่งมีจำนวนไม่น้อยกว่าที่กฎหมายกำหนดไว้ ตามประเภทของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ดังนี้ (1) เครื่องดื่ม

²⁰ กฎหมายที่มีอยู่เป็นกฎหมายที่มีหน้าที่ควบคุมเกี่ยวกับพฤติกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งได้แก่ Licensing Laws, Drinking in public Places, Protection of Children and young people, Abnormal drinking behavior, Drinking and driving, Specific occupational groups และ Sports events ข้อมูลจาก IAS Fact Sheet-Alcohol and the Law. อ้างใน บรรเจิด สิงคนติ และคณะ. อ้างแล้ว. หน้า 57.

²¹ ต่อมาได้มีการแก้ไขบทบัญญัติต่างๆ ของ The Licensing Act 1964 บางประการเพื่อให้การจำหน่ายและการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีความยืดหยุ่นมากขึ้น เช่น การแก้ไขกำหนดระยะเวลาในใบอนุญาตจากเดิมใบอนุญาตให้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภท Justices' licences จะมีระยะเวลาในการอนุญาตเพียง 1 ปี ได้ขยายระยะเวลาออกไปเป็น 3 ปี เป็นต้น.

²² Spirits คือ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทที่มีปริมาณความเข้มข้นของแอลกอฮอล์มากกว่า 1.2 เปอร์เซ็นต์.

²³ Made-Wine เป็นเครื่องดื่มที่เกิดจากการหมักของสสารหรือการผสมของเหลว.

²⁴ คณะกรรมการ (A Committee of Justice) ทำหน้าที่ในการออกใบอนุญาตในแต่ละเมือง.

แอลกอฮอล์ประเภท Spirits ไวน์ หรือ Made-Wine ปริมาณการขายในแต่ละครั้งจะต้องไม่น้อยกว่า 9 ลิตร หรือหนึ่งโหล (2) เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทเบียร์และไซเดอร์²⁵ ปริมาณการขายในแต่ละครั้งจะต้องไม่น้อยกว่า 20 ลิตร หรือสองโหล ส่วนการขายปลีกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หมายถึง การขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยวิธีการอย่างอื่นซึ่งไม่อยู่ในกรณีดังต่อไปนี้ (1) การขายให้แก่ผู้ค้าซึ่งเป็นไปเพื่อการขาย (Trader) (2) การขายในสโมสร หรือสถานบันเทิง (Club) (3) การขายใน Canteen (สถานที่ที่จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ซึ่งอยู่ภายใต้การควบคุมดูแลของ Secretary of State) หรือ Mess (กองทัพทหารในราชนาวิก ทหารบก ทหารอากาศ) (4) การขายให้กับผู้ที่ได้รับใบอนุญาตประเภท An occasional permission (5) การขายเครื่องดื่มประเภท Spirits ไวน์ หรือ Made-wine ซึ่งมีปริมาณการขายในแต่ละครั้งมากกว่า 9 ลิตร หรือหนึ่งโหล หรือเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทเบียร์และไซเดอร์ ซึ่งมีปริมาณการขายในแต่ละครั้งมากกว่า 20 ลิตร หรือสองโหล นอกจากนี้ กฎหมายฉบับนี้ยังมีบทบัญญัติเพื่อควบคุมการจัดเก็บรายได้ในส่วนหนึ่งของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้กับประเทศ ซึ่งอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของคณะกรรมการภาษีศุลกากรและสรรพสามิต (The Commissioner of Customs and Excise)

2) The Alcoholic Liquor Duties Act 1979

กฎหมายฉบับนี้มีบทบัญญัติสำหรับควบคุมเกี่ยวกับการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภท Spirits เบียร์ ไวน์ Made-Wine ไซเดอร์ และ Perry ²⁶ รวมทั้งได้กำหนดหน้าที่ต่างๆ เกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไว้ ดังนี้

(1) การควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

กฎหมายกำหนดให้การออกใบอนุญาตสำหรับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์สามารถทำได้ในลักษณะของ Excise Licences ซึ่งมี 2 ประเภท ได้แก่ ใบอนุญาตเพื่อการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (Manufactures' licences) และใบอนุญาตสำหรับผู้ประกอบการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทขายส่ง (Wholesale dealers' licences) ซึ่งใบอนุญาตทั้งสองประเภทนี้จะกำหนดเงื่อนไขและรายละเอียดที่เกี่ยวกับคุณสมบัติของบุคคลที่จะขอรับใบอนุญาต ระยะเวลาในการได้รับใบอนุญาต การโอนใบอนุญาต และกำหนดให้ผู้ที่กระทำการดังต่อไปนี้จะต้องมีใบอนุญาตประเภท Excise Licences ได้แก่ ใบอนุญาตเพื่อการต้มกลั่นสำหรับผู้ผลิต Spirits (A distillers' licences) ซึ่งหน่วยงานที่มีหน้าที่ออกใบอนุญาต คือ คณะกรรมการภาษีศุลกากรและสรรพสามิต (The

²⁵ ไซเดอร์ คือ เครื่องดื่มประเภทที่มีความเข้มข้นของแอลกอฮอล์มากกว่า 1.2 แต่ไม่น้อยกว่า 8.5 ซึ่งเกิดจากการหมักผลไม้ประเภทแอปเปิ้ลหรือลูกแพร์.

²⁶ Perry คือ เครื่องดื่มประเภทที่มีความเข้มข้นของแอลกอฮอล์มากกว่า 1.2 แต่ไม่น้อยกว่า 8.5 ซึ่งเกิดจากการหมักผลไม้ประเภทลูกแพร์.

Commissioner of Customs and Excise) ใบอนุญาตเพื่อการกลั่น Spirits ให้บริสุทธิ์ ผู้ผลิตเบียร์ ผู้ผลิตไวน์ และ Made-Wine

อย่างไรก็ดี การออกใบอนุญาตประเภท Excise Licences นี้ มีข้อยกเว้นสำหรับ ผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภท Cider และ Perry ซึ่งไม่ต้องมีใบอนุญาตสำหรับการผลิต เว้นแต่เป็นการผลิตเพื่อจำหน่าย ซึ่งผู้ผลิตมีหน้าที่ต้องจดทะเบียนต่อคณะกรรมการภาษีศุลกากร และสรรพสามิต (The Commissioner of Customs and Excise) เว้นแต่จะอยู่ในกรณีที่ได้รับการยกเว้น ไม่ต้องจดทะเบียนและผู้ขายปลีกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก็ไม่ต้องมีใบอนุญาตประเภท Excise Licences แต่จะต้องมีใบอนุญาตประเภท Licencing Justice²⁷ ซึ่งเป็นใบอนุญาตที่อยู่ภายใต้กฎหมาย The Licensing Act 1964 เพื่ออนุญาตให้มีการขายปลีกเครื่องดื่มมีนเมาได้

(2) การกำหนดหน้าที่เกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

กฎหมายกำหนดให้ผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีหน้าที่เสียภาษีสรรพสามิต ตามอัตราที่กฎหมายกำหนดไว้

3) Food Labelling Regulations 1996

กฎหมายฉบับนี้เป็นหนึ่งในมาตรการควบคุมการผลิตและจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งมีข้อกำหนดให้เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต้องมีฉลากที่ระบุรายละเอียดของเครื่องดื่มประเภทนั้นๆ แต่ข้อกำหนดนี้จะไม่นำไปใช้บังคับกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทไวน์ โดยมีหลักเกณฑ์และข้อกำหนด ดังนี้

(1) เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต้องระบุรายละเอียดดังต่อไปนี้ ชื่อหรือชื่อทางการค้า (Business name) ที่อยู่หรือสถานที่จดทะเบียน (Registered office) แหล่งกำเนิด (Place of origin) สำหรับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์มากกว่า 1.2 เปอร์เซ็นต์ ต้องระบุความเข้มข้นของปริมาณแอลกอฮอล์ด้วย

(2) ห้ามนำคำดังต่อไปนี้ไปใช้แสดงกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

(2.1) คำว่า “Alcohol-free” เว้นแต่เครื่องดื่มนั้นมีแอลกอฮอล์ที่น้อยกว่า 0.05 เปอร์เซ็นต์ และในขณะเดียวกันเครื่องดื่มนั้นจะต้องระบุปริมาณแอลกอฮอล์สูงสุดไว้ด้วย

(2.2) คำว่า “Dealcoholised” เว้นแต่เครื่องดื่มนั้นมีแอลกอฮอล์ที่น้อยกว่า 0.05 เปอร์เซ็นต์และในขณะเดียวกันเครื่องดื่มนั้นจะต้องระบุปริมาณแอลกอฮอล์สูงสุดไว้ด้วย

(2.3) คำว่า “Low alcohol” เว้นแต่เครื่องดื่มนั้นมีแอลกอฮอล์ที่น้อยกว่า 1.2 เปอร์เซ็นต์และในขณะเดียวกันเครื่องดื่มนั้นจะต้องระบุปริมาณแอลกอฮอล์สูงสุดไว้ด้วย

²⁷ คณะกรรมการ (A Committee of Justice) ทำหน้าที่ในการออกใบอนุญาตในแต่ละเมือง.

(2.4) คำว่า “Non-alcoholic” จะต้องไม่ถูกนำไปใช้กับคำสามัญที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

(2.5) คำว่า “Liqueur” เว้นแต่เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ได้รับการยกเว้นโดย EC Council Regulation 1576/89 ผู้ที่ฝ่าฝืนบทบัญญัติดังกล่าวจะมีโทษปรับไม่เกินระดับ 5 ของ Standard Scale²⁸

4) The Licensing Act 1964

กฎหมายฉบับนี้เป็นบทบัญญัติหลักที่ใช้สำหรับการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งมีทั้งการควบคุมการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การควบคุมการบริโภค บทลงโทษสำหรับผู้ฝ่าฝืนฯ โดยมีรายละเอียดของมาตรการในการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ดังนี้

(1) ห้ามผู้ใดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยไม่มีใบอนุญาต หรือจำหน่ายโดยฝ่าฝืนใบอนุญาต โดยผู้ฝ่าฝืนบทบัญญัติดังกล่าวจะมีโทษจำคุกไม่เกิน 6 เดือน หรือปรับไม่เกินระดับ 4 ของ Standard Scale หรือทั้งจำทั้งปรับ นอกจากนี้ หากผู้กระทำความผิดเป็นผู้ถือใบอนุญาตประเภท Justices’s Licenses และ Canteen License และการกระทำความผิดนั้นเป็นการกระทำความผิดซ้ำสองหรือมากกว่า ผู้นั้นจะถูกยึดใบอนุญาตด้วย

(2) ผู้ครอบครองสถานที่ที่มีการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยไม่มีใบอนุญาตจะถือว่ามีความผิดเมื่อมีการพิสูจน์แล้วพบว่าผู้นั้นรู้เห็นหรือยินยอมให้มีการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยไม่มีใบอนุญาต

(3) ห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ฝ่าฝืนเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในใบอนุญาต (Licence Conditions) โดยประเทศอังกฤษมีการออกใบอนุญาตให้ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ 2 ประเภท คือ ใบอนุญาตประเภท On-licence และใบอนุญาตประเภท Off-licence

(3.1) ใบอนุญาตประเภท On-licence จะออกให้เพื่อการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพื่อการบริโภคในและนอกสถานที่ที่ได้รับใบอนุญาต ซึ่งได้แก่ สถานบันเทิงที่เป็นคลับและผับ ร้านอาหาร (ในกรณีของร้านอาหารกำหนดให้เสิร์ฟเครื่องดื่มแอลกอฮอล์พร้อมอาหารเท่านั้น) ที่พักประเภทเกสต์เฮาส์และโรงแรม (ซึ่งจำกัดให้จำหน่ายเฉพาะผู้ที่มาพักอาศัยเท่านั้น) โดยมีการอนุญาตให้ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกประเภท หรือให้ขายเฉพาะเบียร์ ไชเดอร์ และไวน์ หรือให้ขายเฉพาะเบียร์ และ ไชเดอร์ หรือให้ขายเฉพาะ ไชเดอร์ หรือให้ขายเฉพาะไวน์ และในการออกใบอนุญาตยกเว้นเฉพาะการขายไวน์นั้น บางครั้งผู้ออกใบอนุญาตอาจกำหนดเงื่อนไขไว้ในใบอนุญาตโดยคำนึงถึงประโยชน์สาธารณะเป็นหลักด้วย ทั้งนี้ หากผู้ถือใบอนุญาตประเภทนี้มีการ

²⁸ The Standard Scale หมายถึง อัตราโทษปรับขั้นสูงสุดสำหรับความผิดอาญาประเภทโทษ (Summary offences) ซึ่งแบ่งอัตราโทษออกเป็น 5 ระดับ.

จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ฝ่าฝืนเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในใบอนุญาตจะมีโทษจำคุกไม่เกิน 6 เดือน หรือปรับไม่เกินระดับ 4 ของ standard scale หรือทั้งจำทั้งปรับ

(3.2) ใบอนุญาตประเภท Off-licensed จะออกให้เพื่อการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพื่อการบริโภคนอกสถานที่เท่านั้น ได้แก่ การจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในซูเปอร์มาร์เก็ต และร้านสะดวกซื้อต่างๆ โดยอนุญาตให้ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกประเภท หรือให้ขายเฉพาะเบียร์ ไชเดอร์ และไวน์ และไม่มีข้อกำหนดเงื่อนไขในการออกใบอนุญาต

(4) ห้ามบุคคลใดช่วยเหลือหรือยุยงส่งเสริมให้ผู้อื่นจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยไม่มีใบอนุญาต (Aiding and Abetting) ผู้ฝ่าฝืนจะมีความผิดในฐานะเป็นผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยไม่มีใบอนุญาต หรือในฐานะเป็นผู้ช่วยเหลือหรือยุยงส่งเสริม การจำหน่ายโดยไม่มีใบอนุญาต

(5) ห้ามดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่หรือบริเวณใกล้เคียงกับสถานที่ที่ได้รับใบอนุญาตประเภท Off-licensed เนื่องจากใบอนุญาตประเภท Off-licensed จะออกให้เฉพาะการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพื่อการบริโภคนอกสถานที่จำหน่ายเท่านั้น ดังนั้น ในกรณีบุคคลใดก็ตามซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และบริโภคในสถานที่ที่ได้รับอนุญาตให้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภท Off-licensed หรือในสถานที่ที่ใกล้กับสถานที่ที่ได้รับอนุญาตให้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภท Off-licensed หรือสถานที่ที่อยู่ภายใต้การดูแลหรือได้รับอนุญาตจากผู้ถือใบอนุญาตประเภท Off-licensed หรือบริโภคเครื่องดื่มมีนเมาบนทางหลวงซึ่งใกล้กับสถานที่ที่ได้รับอนุญาตให้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภท Off-licensed และการบริโภคดังกล่าวได้รับการยุยงส่งเสริมจากผู้ถือใบอนุญาต ผู้ถือใบอนุญาตจะมีโทษปรับไม่เกินระดับ 2 ของ Standard Scale

(6) ห้ามผู้ได้รับใบอนุญาตประเภท Off-licensed จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในลักษณะการเปิดขวดพร้อมดื่มในสถานที่ที่ได้รับอนุญาตให้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภท Off-licensed (Serving from open vessels in the case of off-licensed) ทั้งนี้ ในกรณีของผู้ได้รับใบอนุญาตประเภท Off-licensed จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภท Spirits หรือ Wine ในลักษณะการเปิดขวดพร้อมดื่ม ผู้ถือใบอนุญาตจะถูกปรับไม่เกินระดับ 1 ของ Standard Scale

(7) ห้ามบุคคลใดๆ ทำการขนส่งเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไม่ว่าจะเป็นการขนส่งโดยรถบรรทุก การขนส่งโดยบรรจุลงในถังหรือภาชนะอื่นใดก็ตาม เว้นแต่การขนส่งเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ดังกล่าวจะมีการบันทึกไว้ในสมุดบันทึกซึ่งมีรายละเอียดเกี่ยวกับลักษณะ ปริมาณ และราคาของเครื่องดื่ม ชื่อและที่อยู่ของผู้รับ โดยบันทึกนี้จะถูกเก็บไว้ในสถานที่ที่ได้รับอนุญาต และในระหว่างการขนส่งผู้ขนส่งจะต้องมีใบตราส่ง และใบเรียกเก็บเงินด้วย ผู้ที่ฝ่าฝืนจะมีโทษปรับ

ไม่เกินระดับ 2 ของ Standard Scale²⁹ ทั้งนี้ บทบัญญัตินี้ไม่ใช่บังคับกับการขนส่งเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ระหว่างผู้ค้ากับผู้ค้า (Trader)

(8) ห้ามการจำหน่ายหรือบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในลักษณะขายเชื่อ แต่ไม่ใช่บังคับกับการขายและการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์พร้อมกับอาหาร และการขายให้แก่บุคคลที่เข้าพักอาศัยซึ่งบุคคลนั้นชำระค่าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์พร้อมกับค่าห้องพัก³⁰ (ไม่ได้ชำระด้วยเงินสด)

5) The Licensing Act 2003

ในปี ค.ศ. 2003 รัฐบาลอังกฤษได้ออก The Licensing Act 2003 ฉบับใหม่ซึ่งมีการแก้ไขเพิ่มเติม The Licensing Act 1964 ในเรื่องเกี่ยวกับการออกใบอนุญาต ระยะเวลาที่อนุญาตให้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การยกเลิกการออกใบอนุญาตประเภทชั่วคราว (Temporary Events Notices) การยกเลิกสิทธิพิเศษที่อนุญาตให้ขายไวน์ในมหาวิทยาลัย Cambridge และ The Vinters' Company การอนุญาตให้สถานที่ที่มีเครื่องสล็อตแมชชีนสามารถจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ การควบคุมอายุของผู้บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยเด็กอายุต่ำกว่า 16 ปี สามารถเข้าพบได้ แต่ต้องอยู่ภายใต้การดูแลของบุคคลที่มีอายุมากกว่า 18 ปี และเด็กอายุมากกว่า 18 ปี สามารถซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้

3.2.1.2 การควบคุมการโฆษณาและประชาสัมพันธ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์

นอกจากการควบคุมการจำหน่ายและการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามหลักเกณฑ์ดังที่ได้กล่าวไว้ข้างต้นซึ่งเป็นมาตรการอย่างหนึ่งที่จะช่วยควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แล้ว เนื่องจากการโฆษณาก็เป็นวิธีการอย่างหนึ่งในการทำการตลาดของผู้ประกอบการธุรกิจซึ่งมีผลโดยตรงต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคเช่นเดียวกัน จึงทำให้ประเทศอังกฤษกำหนดมาตรการเกี่ยวกับการควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไว้ โดยมีรายละเอียดของการควบคุมการโฆษณาและประชาสัมพันธ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ดังนี้

1) การควบคุมการโฆษณาที่กระทำโดยการกระจายเสียงทางวิทยุและโทรทัศน์ จะอยู่ภายใต้หลักเกณฑ์ของ The British Code of Advertising Practice (BCAP) โดยมีหน่วยงานที่ทำหน้าที่ควบคุม คือ Advertising Standards Authority (ASA) ทั้งนี้ BCAP ได้กำหนดหลักเกณฑ์ในการควบคุมการโฆษณาและประชาสัมพันธ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไว้ในส่วนที่ 19 ว่าด้วยเรื่องการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งหลักเกณฑ์สำคัญของการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้นจะต้องไม่มุ่งเน้นไปยังกลุ่มบุคคลที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปี และต้องไม่มีการแสดงข้อความกระตุ้นการดื่ม

²⁹ The Licensing Act 1964. section 163(6) แก้ไขโดย The Criminal Justice Act 1982 section 46

³⁰ The Licensing Act 1964. section 166(2) (b)

ในจำนวนที่เกินขนาด หรือการโฆษณาที่เกินขอบเขตขาดความรับผิดชอบ³¹ โดยผู้เขียนขอยกตัวอย่างหลักเกณฑ์เกี่ยวกับการควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตาม BCAP ดังนี้

(1) ผู้กระจายเสียงทางวิทยุต้องมั่นใจว่าประเด็นต่างๆ ที่สำคัญในสื่อโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้นมีความชัดเจน³²

(2) การโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต้องไม่มีลักษณะโดดเด่น หรือบอกเป็นนัยเพื่อให้อภัยหรือส่งเสริมให้มีการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างขาดความรับผิดชอบหรือเกินขอบเขต โดยหลักการนี้นำมาใช้ควบคุมทั้งเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และการแสดงท่าทางการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์³³

(3) การโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต้องไม่บอกเป็นนัยว่าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีส่วนช่วยให้บุคคลนั้นเป็นที่ชื่นชมยอมรับหรือได้รับความไว้วางใจรวมทั้งส่งผลให้บุคลิกภาพดีขึ้น³⁴

(4) การโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต้องไม่กล่าวอ้างว่าการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ประสบความสำเร็จในสังคมหรือได้รับการยอมรับในสังคม³⁵

(5) การโฆษณาจะต้องไม่เชื่อมโยงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กับความกล้าหาญ ความอดทน การไม่อยู่ในกฎเกณฑ์หรือนิสัยที่ต่อต้านสังคม³⁶

(6) การโฆษณาจะต้องไม่เชื่อมโยงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กับกิจกรรมเกี่ยวกับเพศ การเป็นผู้ประสบความสำเร็จในเรื่องเกี่ยวกับเพศ หรือบอกเป็นนัยว่าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ดึงดูดให้เกิดแรงจูงใจ³⁷

(7) ผู้โฆษณาสามารถโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยให้ข้อเท็จจริงเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้³⁸

(8) ห้ามการโฆษณาที่แสดงภาพการดื่มในสถานที่ทำงาน³⁹

³¹ The British Code of Advertising Practice. หน้า 94.

³² The British Code of Advertising Practice. ข้อ 19.1.

³³ The British Code of Advertising Practice. ข้อ 19.2.

³⁴ The British Code of Advertising Practice. ข้อ 19.3.

³⁵ The British Code of Advertising Practice. ข้อ 19.4.

³⁶ The British Code of Advertising Practice. ข้อ 19.5.

³⁷ The British Code of Advertising Practice. ข้อ 19.6.

³⁸ The British Code of Advertising Practice. ข้อ 19.10.

³⁹ The British Code of Advertising Practice. ข้อ 18.

(9) การโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทางโทรทัศน์ต้องไม่ดึงดูดใจกลุ่มบุคคลที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปี โดยเฉพาะอย่างยิ่งการนำเสนอคำนิยามการอยู่รวมเป็นกลุ่มของวัยรุ่นหรือแสดงภาพวัยรุ่นหรือพฤติกรรมของเด็กหนุ่มสาว⁴⁰

2) การควบคุมการโฆษณาที่กระทำโดยสื่ออื่นๆ จะอยู่ภายใต้หลักเกณฑ์ของ The UK Code of Non-broadcast Advertising, Sales Promotion and Direct Marketing (The CAP Code) ซึ่งจะควบคุมการโฆษณาทางหนังสือพิมพ์ นิตยสาร แผ่นพับ ใบปลิว ไปรษณีย์ จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) การส่งข้อความทั้งกรณีการส่งข้อความสั้นๆ ผ่านทางโทรศัพท์มือถือ (Short Message Service: SMS) และการส่งข้อความพร้อมภาพและเสียง (Multimedia Messaging Service: MMS) การส่งโทรสาร แคตตาล็อก และสื่ออิเล็กทรอนิกส์อื่นหรือสื่อสิ่งพิมพ์ เป็นต้น โดยมีหน่วยงานที่ทำหน้าที่ควบคุม คือ Advertising Standards Authority (ASA) ทั้งนี้ The CAP Code จะมีคณะกรรมการที่เรียกว่า The Committee of Advertising Practice (CAP) ซึ่งเป็นกลุ่มบุคคลที่สมาชิกของ CAP (CAP member) เป็นผู้เลือกเข้ามาทำหน้าที่ในการบัญญัติ แก้ไขและบังคับใช้ Code ฉบับนี้ โดยสมาชิก ของ CAP จะประกอบด้วยตัวแทนขององค์กรโฆษณา ส่งเสริมการขาย การตลาดทางตรง และธุรกิจสื่อ และเมื่อสมาชิกได้ส่งตัวแทนเข้ามาเป็นคณะกรรมการแล้วย่อมถือว่าสมาชิกยอมรับที่จะปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ของ The CAP Code แล้ว

โดย The CAP Code ได้กำหนดหลักเกณฑ์ของการควบคุมการโฆษณาและประชาสัมพันธ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไว้ในส่วนที่ 18 ว่าด้วยเรื่องการ โฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งหลักเกณฑ์สำคัญของการ โฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้นจะเป็นเช่นเดียวกับหลักเกณฑ์ของ BCAP กล่าวคือ การ โฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จะต้องไม่มุ่งเน้น ไปยังกลุ่มบุคคลที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปี และต้องไม่มีการแสดงข้อความกระตุ้นการดื่มในจำนวนที่เกินขนาด หรือการ โฆษณาที่เกินขอบเขต ขาดความรับผิดชอบ⁴¹ โดยผู้เขียนขอยกตัวอย่างหลักเกณฑ์เกี่ยวกับการควบคุมการ โฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตาม The CAP Code ดังนี้

(1) การสื่อสารการตลาดต้องมีความรับผิดชอบต่อสังคมและต้องไม่มีเนื้อหาที่ชี้แนะให้ยอมรับวิธีการดื่มที่ไม่เหมาะสม เช่น ไม่สนับสนุนให้ดื่มเกินปริมาณ ไม่สนับสนุนให้บุคคลที่เป็นเด็กหรือผู้ที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะหรือบุคคลที่มีความอ่อนแอทางจิตใจหรือมีความเปราะบางดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์⁴²

⁴⁰ The British Code of Advertising Practice. ข้อ 19.15.1.

⁴¹ The CAP Code. หน้า 84.

⁴² The CAP Code. ข้อ 18.1.

(2) การสื่อสารการตลาดต้องไม่กล่าวอ้างหรือบอกเป็นนัยว่าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นเพื่อนที่ไว้ใจได้หรือเป็นสิ่งที่ได้รับความนิยม⁴³

(3) การสื่อสารการตลาดต้องไม่กล่าวเป็นนัยว่าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นส่วนหนึ่งของความสำเร็จของความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลหรือเหตุการณ์สำคัญในสังคม แสดงให้เห็นว่าการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทำให้เข้ากับคนได้ง่าย⁴⁴

(4) การโฆษณาจะต้องไม่เชื่อมโยงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กับกิจกรรมเกี่ยวกับเพศ การเป็นผู้ประสบความสำเร็จในเรื่องเกี่ยวกับเพศ หรือบอกเป็นนัยว่าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ดึงดูดให้เกิดแรงจูงใจ⁴⁵

(5) การสื่อสารการตลาดต้องไม่เชื่อมโยงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กับยาเสพติดกฎหมาย⁴⁶

(6) การสื่อสารการตลาดรวมถึงการทำรายการส่งเสริมการขายต้องไม่กล่าวเป็นนัยที่มีลักษณะการให้ของขวัญหรือส่งเสริมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จนเกินสมควร⁴⁷

(7) การสื่อสารการตลาดจะต้องไม่มุ่งเน้นไปยังกลุ่มบุคคลที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปี ผ่านทางเลือกของสื่อที่นำมาใช้และไม่ควรใช้สื่อใดๆ ในการประชาสัมพันธ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ถ้าหากกลุ่มผู้ชมมากกว่าร้อยละ 25 ของสื่อชิ้นๆ เป็นกลุ่มบุคคลที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปี⁴⁸

(8) บุคคลที่นำเสนอการดื่มหรือนำเสนอเป็นตัวหลักของเรื่องที่แสดงในสื่อโฆษณาจะต้องมีอายุไม่ต่ำกว่า 25 ปี หรือดูเหมือนว่าจะมีอายุต่ำกว่า 25 ปี บุคคลที่อายุต่ำกว่า 25 ปี จะสามารถทำการสื่อสารการตลาดได้ อาทิเช่น เป็นส่วนหนึ่งของการฉลองในลักษณะของครอบครัวแต่ตัวนักแสดงหลักไม่สามารถแสดงลักษณะของการดื่มอย่างชัดเจน⁴⁹

(9) การสื่อสารการตลาดอาจนำเสนอข้อเท็จจริงเกี่ยวกับสินค้าได้ หรือ แม้แต่การเปรียบเทียบสินค้าก็สามารถนำเสนอได้ แต่จะต้องไม่แสดงสรรพคุณเกี่ยวกับสุขภาพ สมรรถภาพ และข้อควรระวังเกี่ยวกับการควบคุมน้ำหนัก ทั้งนี้ สรรพคุณที่สามารถนำเสนอได้มี

⁴³ The CAP Code. ข้อ 18.2.

⁴⁴ The CAP Code. ข้อ 18.3.

⁴⁵ The CAP Code. ข้อ 18.5.

⁴⁶ The CAP Code. ข้อ 18.8.

⁴⁷ The CAP Code. ข้อ 18.10.

⁴⁸ The CAP Code. ข้อ 18.15.

⁴⁹ The CAP Code. ข้อ 18.16.

เฉพาะเรื่อง “มีปริมาณแอลกอฮอล์ต่ำ” หรือ “ลดปริมาณแอลกอฮอล์” หรือ “ลดการให้พลังงาน” หรือ ข้อवादอ้างสรรพคุณที่มีลักษณะเช่นเดียวกับข้อความดังกล่าว⁵⁰

อย่างไรก็ดี ผู้ที่ประสงค์จะทำการโฆษณาไม่ว่าจะเป็นกรณีการโฆษณาที่กระทำโดยการกระจายเสียงทางวิทยุและโทรทัศน์หรือสื่ออื่นก็ตาม ผู้โฆษณาจะต้องขอรับใบอนุญาตจากหน่วยงานที่เรียกว่า Office of Communications หรือ Ofcom ซึ่งเป็นหน่วยงานอิสระที่ทำหน้าที่ในการกำกับดูแลกิจการสื่อสาร โทรคมนาคมและสื่อในสหราชอาณาจักร มีอำนาจหน้าที่ตามกฎหมาย (Communications Act 2003) โดยมีหน้าที่รับผิดชอบในภาพรวมของอุตสาหกรรมสื่อสารโทรคมนาคมไม่ว่าจะเป็นการกำกับดูแลกิจการในอุตสาหกรรมสื่อสารโทรคมนาคมรวมถึงกระบวนการต่างๆ ในการอนุญาตในการให้สิทธิการประกอบกิจการ ออกนโยบาย กฎ ระเบียบ เพื่อการบริหารจัดการ และควบคุมอุตสาหกรรมสื่อสารโทรคมนาคมของสหราชอาณาจักร และยังมีบทบาทในด้านการสนับสนุนให้เกิดการแข่งขันอย่างเสรีเป็นธรรม โดยปกป้องสิทธิของผู้บริโภคในทุกๆ ด้าน⁵¹

อนึ่ง จากการศึกษาหลักเกณฑ์ในการควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศอังกฤษนั้นพบว่า การควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศอังกฤษเป็นการผสมผสานระหว่างการออกกฎหมายและการควบคุมโดยความสมัครใจ (Self-Regulation) ซึ่งการควบคุมโดยความสมัครใจเป็นเพียงเครื่องมือในการอุดช่องว่างของกฎหมายในบางกรณี ที่กฎหมายยังไม่มีหลักเกณฑ์สำหรับควบคุมในเรื่องนั้นๆ เป็นกรณีเฉพาะเท่านั้น และถึงแม้จะมีหลักเกณฑ์สำหรับการควบคุมการโฆษณาในลักษณะการควบคุมโดยความสมัครใจแล้วก็ตาม แต่ในการจัดทำสื่อโฆษณานั้นผู้ที่จัดทำก็ยังคงต้องปฏิบัติตามที่กฎหมายเฉพาะเรื่องได้บัญญัติไว้ด้วย ทำให้การควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศอังกฤษจึงมีความแตกต่างจากการควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศไทย เนื่องจากประเทศไทยมีบทบัญญัติควบคุมเป็นการเฉพาะตามมาตรา 32 แห่งพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551

3.2.2 ประเทศฝรั่งเศส⁵²

ประเทศฝรั่งเศสเป็นประเทศที่มีวัฒนธรรมในการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ระหว่างมื้ออาหาร ซึ่งวัฒนธรรมดังกล่าวได้ส่งผลให้ประเทศฝรั่งเศสถือเป็นอีกประเทศหนึ่งในทวีปยุโรป

⁵⁰ The CAP Code. ข้อ 18.17.

⁵¹ เศรษฐพงศ์ มะติสุวรรณ. (2556). *องค์กรจัดสรรคลื่นความถี่การศึกษา Ofcom ของสหราชอาณาจักร*. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: <http://www.vcharkarn.com/varticle/41753>. [2556, เมษายน 4].

⁵² บรรเจิด สิงคนติ และคณะ. (2547). *อ้างแล้ว*. หน้า 7.

ตะวันตกที่มีปัญหาเรื่องอัตราการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประชากรอยู่ในลำดับค่อนข้างสูง⁵³ และทำให้ประเทศประสบปัญหาการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เกินสมควรจนกลายเป็นปัญหาทางด้านสาธารณสุขที่สำคัญประการหนึ่งซึ่งเป็นปัญหาเชิงนโยบาย (UN problème politique) ของประเทศอีกด้วย

เมื่อปัญหาการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เกินสมควรกลายเป็นปัญหาสำคัญของประเทศแล้วนั้น ประเทศฝรั่งเศสจึงมีนโยบายในการต่อสู้เกี่ยวกับการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เกินสมควรของประชาชนโดยแบ่งเป็น 2 นโยบาย คือ นโยบายในเชิงป้องกันและนโยบายในเชิงลงโทษ โดยนโยบายในเชิงป้องกันจะเป็นเรื่องเกี่ยวกับหน้าที่โดยทั่วไปของรัฐ และกฎเกณฑ์การควบคุมเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ส่วนนโยบายในเชิงลงโทษจะเป็นเรื่องมาตรการตรากฎหมายหรือระเบียบและมาตรการในการลงโทษ

3.2.2.1 กฎหมายที่ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

1) ประมวลกฎหมายสาธารณสุข (Code de la Santé publique)

บทบัญญัติในบรรพ 3⁵⁴ แห่งประมวลกฎหมายสาธารณสุขเป็นกฎหมายหลักที่ประเทศฝรั่งเศสใช้บังคับเกี่ยวกับการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ซึ่งรวมถึงการควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ด้วย

2) กฎหมายลำดับรองที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

นอกจากบทบัญญัติของบรรพ 3 แห่งประมวลกฎหมายสาธารณสุขแล้วยังมีกฎหมายลำดับรองอื่นอีกหลายฉบับที่ออกโดยอาศัยอำนาจตามบทบัญญัติในเรื่องต่างๆ ในบรรพ 3 แห่งประมวลกฎหมายสาธารณสุข ได้แก่ กฎหมายในลำดับรัฐกฤษฎีกา⁵⁵ (décret) และกฎกระทรวงซึ่งประกาศออกมาเพื่อกำหนดรายละเอียดเกี่ยวกับการปฏิบัติตามบทบัญญัติในเรื่องต่างๆ ตามที่กำหนดไว้ในบรรพ 3 แห่งประมวลกฎหมายสาธารณสุข

⁵³ จุมพล ศรีจงศิริกุล. (น.ป.ป.). การควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศฝรั่งเศส. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา. หน้า 2.

⁵⁴ ประมวลกฎหมายสาธารณสุขประกอบด้วยหมวดต่างๆ ทั้งหมด 5 หมวด ได้แก่ หมวด 1 การป้องกันการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เกินสมควร (Prévention de l'alcoolisme) หมวด 2 เครื่องดื่ม (Boissons) หมวด 3 สถานที่จำหน่ายเครื่องดื่ม (Débits de boissons) หมวด 4 บทบัญญัติเกี่ยวกับโทษของการเมาสุราในที่สาธารณะ (Répression de l'ivresse publique) และการคุ้มครองผู้เยาว์ (Protection des mineurs) หมวด 5 บทกำหนดโทษทางอาญา.

⁵⁵ เทียบได้กับพระราชกฤษฎีกาตามกฎหมายไทย.

3.2.2.2 นโยบายที่รัฐใช้ในการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์⁶⁶

นโยบายที่รัฐบาลของประเทศฝรั่งเศสนำมาใช้เพื่อต่อสู้กับปัญหาการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เกินสมควรนั้นมีทั้งการใช้นโยบายในเชิงป้องกันและนโยบายในเชิงลงโทษ ดังนี้

1) นโยบายในเชิงป้องกัน (Politique de prévention) ซึ่งเป็นกรณีที่รัฐมีหน้าที่ 2 ประการ ดังนี้ คือ หน้าที่โดยทั่วไปของรัฐ (Mission générale de l'Etat) และการออกกฎหมายควบคุมเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

(1) หน้าที่โดยทั่วไปของรัฐ (Mission générale de l'Etat) มีการกำหนดไว้ใน หมวด 1 ของบรรพ 3 แห่งประมวลกฎหมายสาธารณสุข ในมาตรา L.3311-1 โดยระบุให้รัฐต้องพิจารณาและร่วมมือป้องกันการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เกินสมควร ดำเนินการรักษา ผู้ที่บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เกินสมควร และรับผิดชอบภาระค่าใช้จ่ายต่างๆ ที่เกิดขึ้นจากการดำเนินการดังกล่าว โดยถือเป็นภาระความรับผิดชอบของรัฐและต้องไม่กระทบต่อภาระค่าใช้จ่ายด้านอื่นๆ ที่รัฐมีหน้าที่ต้องรับผิดชอบอยู่

(2) การออกกฎหมายควบคุมเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

บทบัญญัติที่ควบคุมเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จะบัญญัติอยู่ในบรรพ 3 แห่งประมวลกฎหมายสาธารณสุขเพื่อควบคุมเรื่องหลักๆ ที่เกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ได้แก่ การควบคุมการผลิตและการค้าเครื่องดื่ม (Fabrication ET commerce des boissons) การควบคุมสถานที่จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และการควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (Publicité des boissons) ทั้งนี้ ประมวลกฎหมายสาธารณสุขได้การแบ่งประเภทของเครื่องดื่มเพื่อประโยชน์ในการกำหนดหลักเกณฑ์เกี่ยวกับการผลิต การนำออกจำหน่าย และการบริโภคเป็น 5 กลุ่มดังนี้ กลุ่มที่ 1 เครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ (Boissons sans alcool) ได้แก่ น้ำแร่หรือน้ำอัดลม (Eux minéraux ou gazéifiées) น้ำผลไม้หรือน้ำผักซึ่งมิได้มาจากการหมักหรือบ่ม (Non fermentés) หรือมีปริมาณแอลกอฮอล์อันเกิดจากการหมักหรือบ่มในช่วงต้นไม่เกิน 1.2 ดีกรี เครื่องดื่มบรรจุก๊าซที่มีรสหวานอมเปรี้ยว (Limonades) หัวน้ำหวานเข้มข้น (Sirops) เครื่องดื่มสมุนไพร (Infusions) นม กาแฟ ชา ช็อกโกแลต กลุ่มที่ 2 เครื่องดื่มที่ได้จากการหมักบ่มแต่มิได้มาจากการกลั่น (Boissons fermentés non distillées) ได้แก่ ไวน์ (Vin) เบียร์ (Bière) ไชเดอร์ (Cidre) ไชเดอร์จากผลไม้ (Poiré) น้ำผึ้ง (Hydromel) ไวน์อ่อนตามธรรมชาติ (Les vin doux naturels) ที่เสียภายในประเภทของไวน์ เครื่องดื่มรสหวานจากผล Cassis (Les crèmes de cassis) และน้ำผลไม้หรือน้ำผักที่ได้จากการหมักหรือบ่มที่มีปริมาณแอลกอฮอล์ในระดับตั้งแต่ 1.2 ถึง 3 ดีกรี กลุ่มที่ 3 ไวน์อ่อนตามธรรมชาติ นอกจากไวน์อ่อนในกลุ่มที่ 2 ไวน์ผสมแอลกอฮอล์ (Vins de liqueur) เครื่องดื่มเรียกน้ำย่อยที่มี

⁶⁶ บรรเจิด สิงคนดิ และคณะ. (2547). อ้างแล้ว. หน้า 8.

ส่วนผสมของไวน์ (Apéritifs à base de vin) เครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์รสหวานจากผล ผลสดของเบอร์รี่ ผลราสเบอร์รี่ ผล Cassis ซึ่งมีปริมาณแอลกอฮอล์บริสุทธิ์ไม่เกินระดับ 18 ดีกรี กลุ่มที่ 4 รัม (Rhums) เครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากการกลั่นไวน์ ไชเดอร์ ไชเดอร์จากผล Poire หรือผลไม้อื่น และมิได้มีการปรุงแต่งใดๆ เครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์ที่ทำให้เจือจาง กลุ่มที่ 5 เครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์ประเภทอื่น

(2.1) การควบคุมการผลิตและการค้าเครื่องดื่ม (Fabrication et commerce des boissons)

กฎหมายกำหนดให้ผู้ที่ จะทำการผลิตหรือนำเข้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในกลุ่มที่ 3 กลุ่มที่ 4 หรือ กลุ่มที่ 5 จะต้องทำการแจ้งต่อหน่วยงานที่รับผิดชอบในการจัดเก็บภาษี ทางอ้อม (l'administraion des contributions indirectes) โดยต้องแสดงชื่อและที่อยู่ของผู้ผลิตหรือ ผู้นำเข้า ชื่อของเครื่องดื่ม ส่วนผสมของเครื่องดื่ม และวัตถุประสงค์ของเครื่องดื่ม (ดื่มเพื่อการ เรือนำย่อยหรือเพื่อการย่อยอาหาร (Aperitif ou digestif)) ไว้บนฉลากของเครื่องดื่มก่อนการวาง จำหน่ายเครื่องดื่มนั้นหรือก่อนการเสนอให้โดยไม่คิดมูลค่า ทั้งนี้ ผู้ผลิตจะแจ้งวัตถุประสงค์ของ เครื่องดื่มชนิดเดียวกันว่าเพื่อการเรือนำย่อยหรือเพื่อการย่อยอาหารในคราวเดียวกันไม่ได้ โดย ประมวลกฎหมายสาธารณสุขได้กำหนดข้อห้ามของการผลิตและการค้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไว้ ดังนี้

(2.1.1) ห้ามมิให้ผู้ผลิตหรือ ผู้นำเข้าขนส่ง ครอบครอง นำออกจำหน่าย จำหน่าย หรือเสนอให้โดยไม่คิดมูลค่าซึ่งเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามมาตรา L.3322-1 (เครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ในกลุ่มที่ 3 กลุ่มที่ 4 และกลุ่มที่ 5) ไม่ว่าในประเทศฝรั่งเศสหรือในอาณานิคมที่อยู่ ภายใต้อำนาจของประเทศฝรั่งเศส หากไม่มีการแสดงชื่อของเครื่องดื่ม ชื่อและที่อยู่ของผู้ผลิต หรือผู้นำเข้า ตลอดจนคุณสมบัติของเครื่องดื่มเพื่อการเรือนำย่อยหรือเพื่อการย่อยอาหารบนฉลาก ของเครื่องดื่มก่อนการวางจำหน่ายเครื่องดื่มนั้น และต้องมีการระบุคุณสมบัติของเครื่องดื่มนั้นไว้ ในใบเสร็จ (Les factures) และเอกสารโฆษณาที่เกี่ยวข้องบนป้ายแสดงราคาเครื่องดื่มที่ติดอยู่ใน สถานที่จำหน่ายเครื่องดื่ม และแผ่นป้าย (L es affiches) ภายในสถานที่แห่งนั้นด้วย โดยห้ามมิให้ เพิ่มเติมข้อความเกี่ยวกับคุณสมบัติหรือความคิดเห็นใดๆ ที่แสดงว่าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้นมีคุณค่า ทางสุขอนามัยหรือทางการแพทย์ (Une valeur hygiénique ou médicale)

(2.1.2) ห้ามมิให้ผลิต ครอบครอง นำออกแสดงเพื่อการจำหน่าย การนำ ออกจำหน่าย การจำหน่าย และการเสนอให้โดยไม่คิดมูลค่าในประเทศฝรั่งเศส เว้นแต่เพื่อการ ส่งออกไปยังต่างประเทศ⁵⁷ สำหรับเครื่องดื่มดังต่อไปนี้ (1) เครื่องดื่มเพื่อการเรือนำย่อยที่มี ส่วนผสมของไวน์ที่มีปริมาณแอลกอฮอล์เกินกว่าระดับ 18 ดีกรี (2) เครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์

⁵⁷ ประมวลกฎหมายสาธารณสุข. มาตรา L.3322-3.

เข้มข้นที่มีปริมาณแอลกอฮอล์เกินกว่าระดับ 45 ดีกรี (3) เครื่องดื่มเพื่อการเรียกน้ำย่อยที่สกัดจากผลไม้ซึ่งมีปริมาณน้ำตาลน้อยกว่า 200 กรัมต่อลิตร และมีปริมาณแอลกอฮอล์เกินกว่าระดับ 30 ดีกรี

(2.1.3) ห้ามมิให้ผู้ผลิตสารสกัดจากพืชเข้มข้น (d'essences) เช่น สารสกัดจาก Anis หรือ Badiane ที่สามารถนำไปใช้ในการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จำหน่ายสารสกัดดังกล่าวหรือเสนอสารสกัดดังกล่าวโดยไม่คิดมูลค่าให้แก่บุคคลใดๆ นอกจากผู้ผลิตเครื่องดื่มที่มีสถานะเป็นเจ้าของโกดังสินค้า ตามที่หน่วยงานที่รับผิดชอบในการจัดเก็บภาษีทางอ้อมกำหนด เกษังกร ผู้ผลิตน้ำหอม หรือผู้ผลิตผลิตภัณฑ์อาหาร⁵⁸

(2.1.4) ห้ามพ่อค้าเร่ (Les marchands ambulants) มิให้ขายปลีกเครื่องดื่มในกลุ่มที่ 4 และกลุ่มที่ 5 ไม่ว่าจะขายในลักษณะที่จัดให้มีสถานที่สำหรับให้ลูกค้าสามารถบริโภคเครื่องดื่มนั้นได้ (à consommer sur place) หรือในลักษณะที่ลูกค้าต้องนำเครื่องดื่มไปบริโภคภายนอก (à emporter)⁵⁹

(2.1.5) ห้ามมิให้สหกรณ์ (Les coopératives) ที่ให้บริการในบริเวณสถานที่ทำงาน จำหน่ายเครื่องดื่มในกลุ่มที่ 3 กลุ่มที่ 4 และกลุ่มที่ 5 ในลักษณะเป็นการขายเชื่อ หรือขายในราคาต่ำกว่าราคาในท้องตลาด หากฝ่าฝืนสหกรณ์นั้นจะถูกเพิกถอนใบอนุญาตให้จำหน่ายเครื่องดื่มในลักษณะที่ลูกค้าต้องนำเครื่องดื่มไปบริโภคภายนอกโดยทันที และห้ามมิให้ออกใบอนุญาตประเภทสถานที่จำหน่ายเครื่องดื่มที่จัดให้มีสถานที่สำหรับให้ลูกค้าสามารถบริโภคเครื่องดื่มในกลุ่มที่ 2 กลุ่มที่ 3 หรือกลุ่มที่ 4 ให้แก่สหกรณ์⁶⁰

(2.1.6) ห้ามมิให้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยตู้จำหน่ายเครื่องดื่มอัตโนมัติ (Les distributeurs automatiques)⁶¹

(2.1.7) ห้ามมิให้ขายปลีกเครื่องดื่มกลุ่มที่ 3 กลุ่มที่ 4 และกลุ่มที่ 5 ในลักษณะของการขายเชื่อ (Vendre au détail à crédit) ทั้งการขายในลักษณะที่จัดให้มีสถานที่สำหรับให้ลูกค้าสามารถบริโภคเครื่องดื่มได้และในลักษณะที่ลูกค้าต้องนำเครื่องดื่มไปบริโภคภายนอก และไม่ว่าจะจำหน่ายเป็นแก้ว (Au verre) หรือเป็นขวด (En bouteilles)⁶² นอกจากนี้ กฎหมายยังห้ามมิให้ขายปลีกเครื่องดื่มในกลุ่มที่ 2 ในลักษณะของการขายเชื่อ โดยจัดให้มีสถานที่สำหรับให้ลูกค้าสามารถบริโภคเครื่องดื่มนั้นได้ไม่ว่าจะจำหน่ายเป็นแก้วหรือเป็นขวดก็ตาม

⁵⁸ ประมวลกฎหมายสาธารณสุข. มาตรา L.3322-5.

⁵⁹ ประมวลกฎหมายสาธารณสุข. มาตรา L.3322-6.

⁶⁰ ประมวลกฎหมายสาธารณสุข. มาตรา L.3322-7 วรรคสอง.

⁶¹ ประมวลกฎหมายสาธารณสุข. มาตรา L.3322-8 วรรคสอง.

⁶² ประมวลกฎหมายสาธารณสุข. มาตรา L.3322-9 วรรคหนึ่ง.

(2.1.8) ห้ามมิให้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในลักษณะที่ลูกค้าต้องนำเครื่องดื่มไปบริโภคภายนอกในบริเวณสถานที่จำหน่ายน้ำมัน (Les points de vente de carburant) ระหว่างเวลา 22.00 นาฬิกา ถึง 06.00 นาฬิกา⁶³ และห้ามมิให้มีการฟ้องร้องให้ชำระราคาค่าเครื่องดื่มที่มีการจำหน่ายฝ่าฝืนบทบัญญัติมาตรา L.3322-9 นี้ด้วย

(2.2) การควบคุมสถานจำหน่ายเครื่องดื่ม (Débits de boissons)

ประมวลกฎหมายสาธารณสุขได้กำหนดบทบัญญัติเพื่อจำกัดจำนวนสถานจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยกำหนดเกี่ยวกับเรื่องการแบ่งประเภทของสถานจำหน่ายเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ การกำหนดหลักเกณฑ์เกี่ยวกับการประกอบกิจการสถานจำหน่ายเครื่องดื่ม การกำหนดหลักเกณฑ์เกี่ยวกับการเปิด การเปลี่ยนแปลง และการย้ายสถานจำหน่ายเครื่องดื่ม เขตพื้นที่ที่ต้องห้ามตั้งสถานจำหน่ายเครื่องดื่ม โดยประเภทของสถานจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่กฎหมายกำหนดไว้ นั้นแบ่งออกเป็นสองลักษณะใหญ่ๆ คือ สถานจำหน่ายเครื่องดื่มที่จัดสถานที่ไว้สำหรับลูกค้าสามารถบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ (Consommer sur place) และสถานจำหน่ายเครื่องดื่มที่ลูกค้าต้องนำเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไปบริโภคภายนอก (Emporter) ซึ่งมีการแบ่งใบอนุญาตของสถานจำหน่ายเครื่องดื่มแต่ละประเภทไว้ ดังนี้

(2.2.1) สถานจำหน่ายเครื่องดื่มที่จัดสถานที่ไว้สำหรับลูกค้าสามารถบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ (Consommer sur place) มีการแบ่งลักษณะของใบอนุญาตออกไว้ 4 ประเภท ตามขอบเขตของใบอนุญาตที่ได้รับ คือ ใบอนุญาตประเภทที่หนึ่ง เรียกว่า “ใบอนุญาตจำหน่ายเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์”⁶⁴ ใบอนุญาตประเภทที่สอง เรียกว่า “ใบอนุญาตเกี่ยวกับเครื่องดื่มหมักบ่ม”⁶⁵ ใบอนุญาตประเภทที่สาม เรียกว่า “ใบอนุญาตแบบเคร่งครัด”⁶⁶ ใบอนุญาตประเภทที่สี่ เรียกว่า “ใบอนุญาตประกอบกิจการได้อย่างเต็มที่”⁶⁷

⁶³ ประมวลกฎหมายสาธารณสุข. มาตรา L.3322-9 วรรคสาม.

⁶⁴ ใบอนุญาตจำหน่ายเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ อนุญาตให้จำหน่ายเครื่องดื่มในลักษณะที่จัดให้มีสถานที่สำหรับให้ลูกค้าสามารถบริโภคเครื่องดื่มได้ สำหรับเครื่องดื่มกลุ่มที่ 1 เท่านั้น.

⁶⁵ ใบอนุญาตเกี่ยวกับเครื่องดื่มหมักบ่ม อนุญาตให้จำหน่ายเครื่องดื่มในลักษณะที่จัดให้มีสถานที่สำหรับให้ลูกค้าสามารถบริโภคเครื่องดื่มได้ สำหรับเครื่องดื่มในสองกลุ่มแรก.

⁶⁶ ใบอนุญาตแบบเคร่งครัด อนุญาตให้จำหน่ายเครื่องดื่มในลักษณะที่จัดให้มีสถานที่สำหรับให้ลูกค้าสามารถบริโภคเครื่องดื่มได้ สำหรับเครื่องดื่มในสามกลุ่มแรก.

⁶⁷ ใบอนุญาตประกอบกิจการได้อย่างเต็มที่ อนุญาตให้จำหน่ายเครื่องดื่มในลักษณะที่จัดให้มีสถานที่สำหรับให้ลูกค้าสามารถบริโภคเครื่องดื่มได้ สำหรับเครื่องดื่มทุกประเภท ซึ่งการบริโภคภายในสถานจำหน่ายเครื่องดื่มที่ได้รับอนุญาตตามกฎหมาย รวมถึงเครื่องดื่มในกลุ่มที่ 4 และกลุ่มที่ 5.

นอกจากนี้ ตามมาตรา L3331-4 แห่งประมวลกฎหมายสาธารณสุข กำหนดให้การจำหน่ายเครื่องดื่มโดยผู้จำหน่ายอัตโนมัติ ซึ่งผู้บริโภครีบสามารถบริโภคเครื่องดื่มได้ทันที ถือเป็นกรจำหน่ายในลักษณะที่จัดให้มีสถานที่สำหรับให้ลูกค้าสามารถบริโภคได้ โดยเทศบาลสามารถจำกัดการเปิดสถานจำหน่ายเครื่องดื่มในลักษณะที่จัดให้มีสถานที่สำหรับให้ลูกค้าสามารถบริโภคได้สำหรับผู้ได้รับใบอนุญาตประเภทที่ 2 และประเภทที่ 3 ในชุมชนที่มีการเปิดสถานจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในลักษณะดังกล่าวไว้แล้ว⁶⁸

(2.2.2) สถานจำหน่ายเครื่องดื่มที่ลูกค้าต้องนำเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไปบริโภคภายนอก (Emporer) ซึ่งแบ่งลักษณะของใบอนุญาตออกเป็น 2 ประเภท ตามขอบเขตของใบอนุญาตที่ได้รับ คือ ใบอนุญาตขนาดเล็ก⁶⁹ และใบอนุญาตให้จำหน่ายเครื่องดื่มโดยลูกค้าต้องนำไปบริโภคภายนอก⁷⁰

ทั้งนี้ ประมวลกฎหมายสาธารณสุข⁷¹ ได้กำหนดเขตพื้นที่ต้องห้ามตั้งสถานจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยกำหนดให้ผู้แทนของรัฐในจังหวัดอาจออกกฎกระทรวงเพื่อกำหนดให้บริเวณภายในสถานที่และโดยรอบสถานที่ดังต่อไปนี้เป็นเขตห้ามตั้งสถานจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ซึ่งได้แก่⁷²

- (1) อาคารที่ใช้ในการประกอบพิธีกรรมทางศาสนา (un culte)
- (2) สุสาน
- (3) หน่วยงานด้านสุขภาพ บ้านพักคนชราและสถานพินิจหรือสถานกักกัน สถานบำบัดรักษาทั้งของภาครัฐและภาคเอกชนที่มีสถานที่เพื่อการพักรักษาตัวตลอดจนศูนย์การแพทย์ประจำจังหวัด
- (4) สถานศึกษาของรัฐ และสถานศึกษาเอกชน ตลอดจนสถานฝึกอบรมหรือเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจของเยาวชน
- (5) สนามกีฬา สระว่ายน้ำ พื้นที่ที่ใช้เล่นกีฬาทั้งของรัฐและเอกชน
- (6) เรือนจำ

⁶⁸ บรรเจิด สิงคนดิ และคณะ. อ้างแล้ว. หน้า 17.

⁶⁹ อนุญาตให้จำหน่ายเครื่องดื่มในสองกลุ่มแรกโดยลูกค้าต้องนำเครื่องดื่มไปบริโภคภายนอก.

⁷⁰ อนุญาตให้จำหน่ายเครื่องดื่มสำหรับเครื่องดื่มทุกประเภทที่จำหน่ายได้ โดยลูกค้าต้องนำเครื่องดื่มไปบริโภคภายนอก.

⁷¹ ประมวลกฎหมายสาธารณสุข. มาตรา L.3335-3.

⁷² บรรเจิด สิงคนดิ และคณะ. อ้างแล้ว. หน้า 21.

(7) ค่ายทหาร แคมป์ คลังเสบียงและสรรพาวุธ และอาคารที่ทำการของเจ้าหน้าที่กองทัพบก กองทัพเรือ กองทัพอากาศ

อย่างไรก็ดี มีข้อยกเว้นในกรณีที่ชุมชนใดมีประชากรต่ำกว่า 2,000 คน และมีเหตุผลความจำเป็นเพื่อการท่องเที่ยว ผู้แทนของรัฐประจำจังหวัดอาจอนุญาตให้ตั้งสถานจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทที่จัดให้มีสถานที่สำหรับให้ลูกค้าสามารถบริโภคเครื่องดื่มในพื้นที่ห้ามตั้งสถานจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้

2) นโยบายในเชิงเหยียวยา (Répression de l'alcoolisme)⁷³ ซึ่งนโยบายดังกล่าวนี้มี 2 มาตรการ คือ มาตรการตรากฎเกณฑ์หรือกฎระเบียบ และมาตรการในการลงโทษ โดยมีรายละเอียดของแต่ละมาตรการ ดังนี้

(1) มาตรการในการตรากฎเกณฑ์หรือกฎระเบียบ

ในมาตรการนี้รัฐจะมีการออกกฎหมายหรือกฎระเบียบห้ามทำกิจกรรมบางอย่างที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เช่น การออกกฎหมายห้ามผลิตและจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่สกัดจากพืช “l'absinthe” เพราะพืชดังกล่าวมีอันตรายร้ายแรงต่อสุขภาพของผู้บริโภคและอาจทำให้ถึงแก่ความตายได้ หรือการยกเลิกสิทธิพิเศษบางประการที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เช่น ยกเลิกสิทธิพิเศษของผู้ที่กลั่นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไว้บริโภค ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรที่ทำการกลั่นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากพืชที่ตนปลูก โดยแต่เดิมบุคคลเหล่านี้จะได้รับการยกเว้นภาษีบางประเภท และสิทธิพิเศษที่ได้รับนี้จะตกทอดหรือโอนไปยังบุตรหลานได้ด้วย ต่อมารัฐพิจารณาเห็นว่าสิทธิพิเศษดังกล่าวเป็นปัจจัยประการหนึ่งที่ทำให้มีการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เกินสมควรในประเทศฝรั่งเศสจึงมีการยกเลิกสิทธิพิเศษดังกล่าว

(2) มาตรการในการลงโทษ

ในมาตรการนี้ รัฐจะมีการออกกฎหมายในที่นี้ คือ บทบัญญัติแห่งบรรพ 3 ของประมวลกฎหมายสาธารณสุข โดยมีการกำหนดบทลงโทษต่างๆ สำหรับผู้ที่ฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามบทบัญญัติแห่งบรรพ 3 ของประมวลกฎหมายสาธารณสุข เพื่อใช้มาตรการของบทลงโทษนี้เป็นเครื่องมือสำหรับต่อสู้กับการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เกินสมควรในประเทศฝรั่งเศส เช่น การกำหนดบทลงโทษสำหรับผู้ที่มาสุราในที่สาธารณะ ได้แก่ ถนน ทางเดิน ร้านกาเฟ่ คาบาเร่ต์ หรือสถานที่สาธารณะต่างๆ โดยบุคคลเหล่านี้จะถูกนำตัวไปควบคุมไว้ ณ สถานีตำรวจ ที่ใกล้ที่สุดหรือในห้องควบคุมตัวจนกว่าบุคคลนั้นจะมีสติกลับคืน ด้วยค่าใช้จ่ายของบุคคลเหล่านั้นเอง⁷⁴ หรือการกำหนดโทษเพื่อคุ้มครองผู้เยาว์ โดยกำหนดห้ามมิให้สถานจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และ

⁷³ บรรเจิด สิงคนดี และคณะ. อ้างแล้ว. หน้า 23.

⁷⁴ ประมวลกฎหมายสาธารณสุข. มาตรา L.3341-1.

สถานประกอบการค้าหรือสถานที่สาธารณะทุกแห่งจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือเสนอเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยไม่คิดมูลค่าให้ผู้เยาว์ที่มีอายุต่ำกว่า 16 ปีบริบูรณ์ ไม่ว่าจะเป็นในลักษณะการบริโภคในสถานที่นั้นหรือนำไปบริโภคภายนอกก็ตาม โดยบุคคลที่ฝ่าฝืนจะต้อง ถูกปรับเป็นเงินจำนวน 3,750 ยูโร⁷⁵ หรือการห้ามมิให้ผู้เยาว์ที่มีอายุต่ำกว่า 16 ปีเข้าไปในสถานจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยไม่มีบิดา มารดา หรือบุคคลอื่นใดที่มีอายุเกินกว่า 18 ปี ที่มีหน้าที่ดูแลรับผิดชอบผู้เยาว์ติดตามผู้เยาว์เข้าไปด้วย⁷⁶ เป็นต้น

3.2.2.3 การควบคุมการ โฆษณาเครื่องดื่ม (Publicité des boissons)

1) การโฆษณาในสถานที่จำหน่ายเครื่องดื่ม

มาตรา L.3323-1 บัญญัติให้สถานที่จำหน่ายเครื่องดื่มทุกแห่ง (Les debits de boissons) ต้องจัดให้มีชั้นวางแสดงเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ที่จำหน่ายอยู่ในสถานที่แห่งนั้นด้วย โดยบนชั้นวางแสดงเครื่องดื่มดังกล่าวจะต้องประกอบด้วยเครื่องดื่มสปีชวอดหรือที่บรรจุในภาชนะอย่างอื่นสปีชชนิดเป็นอย่างน้อย และในกรณีที่สถานที่จำหน่ายนั้นมีการจำหน่ายเครื่องดื่มหลากหลายชนิด บนชั้นวางนั้นจะต้องแสดงตัวอย่างของเครื่องดื่มแต่ละประเภทดังต่อไปนี้หนึ่งอย่างเป็นอย่างน้อย ได้แก่ น้ำผลไม้ น้ำผัก เครื่องดื่มน้ำผลไม้ที่บรรจุก๊าซ โซดา เครื่องดื่มบรรจุก๊าซที่มีรสหวานอมเปรี้ยว หัวน้ำหวานเข้มข้น น้ำดื่มธรรมชาติบรรจุก๊าซ น้ำแร่ทั้งที่บรรจุก๊าซและ ไม่บรรจุก๊าซ

2) การโฆษณาหรือการประชาสัมพันธ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสื่อโฆษณา

มาตรา L.3323-2 บัญญัติห้ามการ โฆษณาหรือการประชาสัมพันธ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไม่ว่าโดยทางตรงหรือทางอ้อม เว้นแต่ เข้าช้อยกเว้นตามที่กฎหมายกำหนดเท่านั้น⁷⁷ โดยการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์จะกระทำได้เฉพาะเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ผลิตและจำหน่ายอย่างถูกกฎหมายเฉพาะสื่อตามประเภทและลักษณะดังต่อไปนี้

(1) สื่อสิ่งพิมพ์ (Presse écrite) ยกเว้นกรณีที่สื่อสิ่งพิมพ์ดังกล่าวมีกลุ่มเป้าหมายเป็นเยาวชนตามที่กำหนดในมาตรา 1 วรรคหนึ่ง แห่งรัฐบัญญัติที่ 49-956 ลงวันที่ 16 กรกฎาคม ค.ศ. 1949 ว่าด้วยสื่อสิ่งพิมพ์ที่มีกลุ่มเป้าหมายเป็นเยาวชน (les publications destinées à la jeunesse)⁷⁸ สื่อสิ่งพิมพ์ในที่นี้หมายความรวมถึงสื่อสิ่งพิมพ์รายวัน เช่น หนังสือพิมพ์ และสื่อสิ่งพิมพ์ที่ออกตามระยะเวลาที่กำหนด เช่น นิตยสารรายสัปดาห์หรือรายเดือน เป็นต้น⁷⁹

⁷⁵ ประมวลกฎหมายสาธารณสุข. มาตรา L.3353-3 วรรคหนึ่ง.

⁷⁶ บรรเจิด สิงคนดี และคณะ. อ้างแล้ว. หน้า 24.

⁷⁷ จุมพล ศรีจงศิริกุล. อ้างแล้ว. หน้า 4.

⁷⁸ บรรเจิด สิงคนดี และคณะ. อ้างแล้ว. หน้า 12.

⁷⁹ จุมพล ศรีจงศิริกุล. อ้างแล้ว. หน้า 4.

(2) สื่อวิทยุกระจายเสียง (Radio-diffusion sonore) เฉพาะประเภทรายการ และช่วงเวลาตามที่กำหนดในรัฐกฤษฎีกาที่ผ่านความเห็นชอบของสภาที่ปรึกษาแห่งรัฐ โดยหลักเกณฑ์เรื่องการกำหนดช่วงเวลาสำหรับสื่อโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ไม่ว่าโดยทางตรงหรือทางอ้อมทางสื่อวิทยุกระจายเสียงสำหรับเครื่องดัดที่มีปริมาณแอลกอฮอล์เกินกว่าระดับ 1.2 ดีกรี นั้น มาตรา R.3323-1 แห่งประมวลกฎหมายสาธารณสุขบัญญัติให้กระทำได้เฉพาะช่วงเวลาตามที่กำหนด ดังนี้ วันพุธ ระหว่างเวลา 00.00 นาฬิกา ถึง 07.00 นาฬิกา⁸⁰ ส่วนวันอื่นๆ ให้โฆษณาได้ระหว่างเวลา 00.00 นาฬิกา ถึง 17.00 นาฬิกา

(3) สื่อในรูปของใบปลิวหรือแผ่นโฆษณา (Affiche) ป้ายโฆษณา (Enseignes) แผ่นพับหรือใบปลิวขนาดเล็ก (Affichette) หรือในรูปวัตถุใดๆ (Objet) ภายในบริเวณสถานที่จำหน่ายที่มีลักษณะพิเศษ (Les lieux de vente à caractère spécialisé)⁸¹ ตามเงื่อนไขที่กำหนดในรัฐกฤษฎีกาที่ผ่านความเห็นชอบของสภาที่ปรึกษาแห่งรัฐ โดยขนาดของแผ่นป้ายโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ในบริเวณสถานที่จำหน่ายที่มีลักษณะพิเศษนั้นจะต้องมีขนาดไม่เกิน 0.35 ตารางเมตร (มาตรา R.3323-3 ประมวลกฎหมายสาธารณสุข)⁸²

(4) การส่งข้อความ (Envoie de messages) ใบแสดงสินค้า (Circularie commerciale) แคตตาล็อกหรือ โบรชัวร์ ซึ่งจัดทำโดยผู้ผลิต ผู้นำเข้า ตัวแทนจำหน่าย หรือผู้เก็บรักษาสินค้า โดยการโฆษณาหรือการประชาสัมพันธ์ดังกล่าวจะต้องแสดงเงื่อนไขในการจำหน่ายและจะระบุเนื้อหา รายละเอียดได้เฉพาะตามรายการที่กำหนดไว้ในมาตรา L3323-4 แห่งประมวลกฎหมายสาธารณสุข ได้แก่ ปริมาณแอลกอฮอล์ แหล่งกำเนิด ชื่อเฉพาะ ส่วนผสม ชื่อและที่อยู่ของผู้ผลิต ผู้นำเข้าหรือ

⁸⁰ เนื่องจากในประเทศฝรั่งเศส ทุกวันพุธ โรงเรียนอนุบาล โรงเรียนประถม และโรงเรียนมัธยมต้นจะมีการเรียนการสอนเฉพาะครึ่งวันเช้า ซึ่งถือเป็นวันที่เด็กและเยาวชนมีเวลาในการพักผ่อนและทำกิจกรรมอย่างอื่น ซึ่งอาจอยู่นอกเหนือจากการดูแลของผู้ปกครองและครู.

⁸¹ ประมวลกฎหมายสาธารณสุข. มาตรา R3323-1 ได้บัญญัติกำหนดประเภทของสถานที่จำหน่ายที่มีลักษณะพิเศษดังนี้

สถานจำหน่ายซึ่งได้รับใบอนุญาตให้ประกอบกิจการให้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ตามเงื่อนไขที่กำหนดในมาตรา L.3331-1 ถึง L.3331-3 แห่งประมวลกฎหมายสาธารณสุข ยกเว้นสถานีบริการต่างๆ (Stations services)

สถานจำหน่ายเครื่องดื่มชั่วคราว (Les debits temporaires) ตามที่กำหนดในมาตรา L.3334-1 ถึง L.3334-2 แห่งประมวลกฎหมายสาธารณสุข

สถานที่ที่เกษตรกรใช้ในการขายตรงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยตรงเป็นการถาวร (Les installations permanents de vente directe)

⁸² จุมพล ศรีจงศิริกุล. อ่างแล้ว. หน้า 5.

ผู้จำหน่าย วิธีการผลิต เงื่อนไขในการจำหน่าย วิธีการบริโภค เครื่องหมายการค้า เป็นต้น นอกจากนี้ยังอาจระบุข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งผลิต แหล่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ หรือลักษณะเฉพาะของผลิตภัณฑ์ เช่น กลิ่นและรส

(5) การโฆษณาบนยานพาหนะที่ใช้ในการขนส่งเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยจะระบุได้เฉพาะชื่อของผลิตภัณฑ์ ชื่อและที่อยู่ของผู้ผลิต ผู้นำเข้าหรือผู้จำหน่าย เท่านั้น โดยห้ามระบุข้อความหรือข้อมูลอื่นๆ ทั้งสิ้น

(6) การโฆษณาหรือการประชาสัมพันธ์ภายในบริเวณสถานที่จัดงานแสดงสินค้าหรืองานประเพณี (Fêtes et foires traditionnelles) เฉพาะสำหรับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของท้องถิ่น⁸³ (Boissons alcooliques locales) และเฉพาะภายในสถานที่นั้นเท่านั้น ทั้งนี้ ภายใต้เงื่อนไขที่กำหนดในรัฐกฤษฎีกา

(7) การประชาสัมพันธ์หรือแนะนำข้อมูลเกี่ยวกับการผลิต การเก็บรักษาและศาสตร์เกี่ยวกับไวน์ภายในบริเวณพิพิธภัณฑที่เก็บรวบรวมประวัติความเป็นมาของเครื่องดื่มไวน์ประจำท้องถิ่น มหาวิทยาลัย สมาคมทางศาสนา (คริสต) หรือสถานศึกษาที่มีหลักสูตรการเรียนการสอนเกี่ยวกับไวน์เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์การชิมไวน์ตามประเพณี ทั้งนี้ ภายใต้เงื่อนไขที่กำหนดในรัฐกฤษฎีกา

(8) การให้วัตถุสิ่งของซึ่งระบุชื่อหรือเครื่องหมายการค้าของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไม่ว่าจะคิดมูลค่าหรือไม่ ที่ผู้ผลิตเสนอให้เมื่อมีการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพื่อวัตถุประสงค์ในการขายตรง (Vente directe) แก่ผู้บริโภคหรือผู้จัดจำหน่าย หรือเมื่อมีการเข้าเยี่ยมชมสถานที่ผลิตเครื่องดื่มนั้น (Visite touristique des lieux de fabrication)

(9) ห้ามมิให้โฆษณาหรือการประชาสัมพันธ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์บนสื่อทางอินเทอร์เน็ต (Communications en ligne) ที่มีกลุ่มเป้าหมายเป็นเยาวชนอย่างเด็ดขาด และรวมถึงกรณีที่สมาคมหรือองค์กรด้านกีฬาเป็นผู้จัดทำสื่ออินเทอร์เน็ตนั้นด้วย

มาตรการควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศฝรั่งเศสนั้นถือว่ามีความเข้มงวดและเคร่งครัดเป็นอย่างมาก โดยกฎหมายห้ามการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไม่ว่าโดยทางตรงหรือทางอ้อม ยกเว้นในกรณีที่มีบทบัญญัติของกฎหมายกำหนดให้ดำเนินการได้เท่านั้น ซึ่งสื่อโฆษณาที่กฎหมายยกเว้นส่วนใหญ่จะเป็นสื่อประเภทและลักษณะที่มีการจำกัดการเข้าถึง นอกจากนี้ การที่ประเทศฝรั่งเศสกำหนดหลักเกณฑ์และเงื่อนไขในการควบคุมการโฆษณา

⁸³ เหตุผลที่มีข้อยกเว้นในกรณีนี้เนื่องจากประเทศฝรั่งเศสมีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เฉพาะของแต่ละท้องถิ่นเป็นจำนวนมาก จึงอนุญาตให้มีการประชาสัมพันธ์เพื่อเป็นการอนุรักษ์และส่งเสริมผลิตภัณฑ์ของท้องถิ่นได้ภายใต้เงื่อนไขที่กฎหมายกำหนด.

เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไว้ก่อนข้างละเอียดและชัดเจน โดยเฉพาะเนื้อหาและรายละเอียดที่กฎหมายอนุญาตให้ใช้เพื่อการโฆษณาและประชาสัมพันธ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้นย่อมส่งผลให้การบังคับใช้กฎหมายของประเทศฝรั่งเศสมีประสิทธิภาพและช่วยลดปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา

3.2.3 ประเทศนอร์เวย์⁸⁴

ประเทศนอร์เวย์มีนโยบายในการลดอันตรายจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยการวางเป้าหมายลดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทั้งประเทศ ลดการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ผิดกฎหมาย เพิ่มอายุเริ่มต้นของผู้บริโภค เพิ่มพื้นที่ปลอดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เช่น สถานที่ทำงาน เป็นต้น รวมทั้ง มีการใช้มาตรการป้องกันและสร้างเสริมสุขภาพเพื่อลดอุปทานและอุปสงค์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์⁸⁵ ดังนั้น จากนโยบายดังกล่าวจึงถือได้ว่า ประเทศนอร์เวย์เป็นประเทศหนึ่งที่มีความเข้มงวดในเรื่องการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เช่นเดียวกับประเทศฝรั่งเศส

3.2.3.1 การควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ประเทศนอร์เวย์มีบทบัญญัติสำหรับควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นการเฉพาะในพระราชบัญญัติเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ค.ศ. 1997 (Act on the Sale of Beverages (Alcoholic Act)) โดยบทบัญญัติใน Alcoholic Act จะกำหนดหลักเกณฑ์เกี่ยวกับการควบคุมการผลิต การนำเข้าและการส่งออก การจำหน่าย รวมถึงการควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ทั้งนี้ ในการทำความเข้าใจบทบัญญัติของกฎหมายฉบับนี้ ผู้เขียนเห็นว่าจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้อ่านควรเข้าใจคำจำกัดความของกฎหมายให้ชัดเจนโดย Chapter 1 ใน Section 1-4 ว่าด้วยคำนิยาม (Definition of Retailing, Serving and Wholesaling) ให้คำจำกัดความของคำดังต่อไปนี้ไว้ ดังนี้

“การขายปลีก” หมายถึง การจัดหาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้แก่ผู้บริโภคเพื่อแลกเปลี่ยนกับเงินที่ผู้บริโภคชำระให้ในร้านค้าปลีก (Of the Premise)

⁸⁴ ประเทศนอร์เวย์เป็นประเทศที่ตั้งอยู่บนคาบสมุทรสแกนดิเนเวียซึ่งอยู่ทางเหนือของทวีปยุโรปมีกรุงออสโลเป็นเมืองหลวงและเมืองที่ใหญ่ที่สุดของประเทศ ซึ่งมีระบบการปกครองในระบอบประชาธิปไตยที่มีพระมหากษัตริย์เป็นประมุขในฐานะ Head of State โดยแบ่งเขตปกครองเป็น 19 Countries และเขตการปกครองพิเศษ Svalbard นอกจากนี้ นอร์เวย์ยังมีรูปแบบการปกครองท้องถิ่นในรูปแบบเทศบาล (Municipality) แต่เรียกว่า Kommune ซึ่งมี 435 Kommune ทั่วประเทศ.

⁸⁵ ธีรวุฒ ทองพลับ. (2553). *มาตรการทางกฎหมายในการคุ้มครองผู้บริโภคด้านการโฆษณา: ศึกษาเฉพาะกรณีการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์*. วิทยานิพนธ์นิติศาสตรมหาบัณฑิต คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. หน้า 102-103.

“การให้บริการ (เสิร์ฟ)” หมายถึง การขายเพื่อการบริโภคในร้านค้า (On the Premise) และให้หมายความรวมถึง การบริโภคในสถานที่ที่เป็นบ้านพักซึ่งผู้รับอนุญาตจัดไว้หรือในร้านอื่น ซึ่งผู้ครอบครองเป็นเจ้าของหรือในบริเวณใกล้เคียงที่สามารถบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ทันที

“การขายส่ง” หมายถึง การจัดหาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพื่อแลกเปลี่ยนกับการชำระราคา ซึ่งมีใช้กรณีการขายปลีก หรือการให้บริการ

ทั้งนี้ หลักเกณฑ์การควบคุมการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามที่กำหนดไว้ใน Alcoholic Act นั้น มีประเด็นดังต่อไปนี้

1) บทบัญญัติที่ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

(1) ห้ามบุคคลใดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยไม่ได้รับใบอนุญาต⁸⁶ ซึ่งใบอนุญาตที่ออกให้ นั้นจะมีทั้งใบอนุญาตขายปลีกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ใบอนุญาตให้บริการ (เสิร์ฟ) เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และใบอนุญาตขายส่งเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยผู้ที่ฝ่าฝืนหลักเกณฑ์ที่กฎหมายกำหนดจะมีความผิดอาจได้รับโทษปรับหรือจำคุกไม่เกิน 6 เดือน⁸⁷ รวมทั้ง เจ้าหน้าที่ตำรวจยังมีอำนาจปิดสถานบริการที่ไม่มีใบอนุญาตขายปลีก (Retail Licence) หรือใบอนุญาตให้บริการ (เสิร์ฟ) (Serve Licence) เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้⁸⁸ โดยหน่วยงานที่ทำหน้าที่ออกใบอนุญาตเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มี ดังนี้

(1.1) ใบอนุญาตที่ออกโดยเทศบาล (Municipal Licence) กฎหมายกำหนดให้เทศบาลมีอำนาจในการออกใบอนุญาตดังต่อไปนี้

(1.1.1) ใบอนุญาตเพื่อขายปลีกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (Licences to Retail Alcoholic Beverages) ซึ่งออกให้แก่การขายปลีกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีปริมาณแอลกอฮอล์มากกว่าร้อยละ 4.75 โดยปริมาณแอลกอฮอล์ โดยใบอนุญาตนี้จะมีระยะเวลาการอนุญาตไว้ 4 ปี และจะหมดอายุไม่เกินวันที่ 30 มิถุนายน ในปีที่สภาเทศบาลชุดใหม่เข้ามาปฏิบัติหน้าที่ เว้นแต่ในบางกรณีอาจมีการออกใบอนุญาตเพื่อการจำหน่ายเป็นครั้งคราวในโอกาสพิเศษได้⁸⁹

(1.1.2) ใบอนุญาตเพื่อให้บริการ (เสิร์ฟ) เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (Licences to Serve Alcoholic Beverages) ซึ่งออกให้แก่การขายปลีกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีปริมาณแอลกอฮอล์มากกว่าร้อยละ 4.75 โดยปริมาณแอลกอฮอล์ จะมีระยะเวลาและหลักเกณฑ์เช่นเดียวกับใบอนุญาตเพื่อขายปลีกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

⁸⁶ Act on the Sale of Beverages (Alcoholic Act). Section 1-4a.

⁸⁷ Act on the Sale of Beverages (Alcoholic Act). Section 10-1.

⁸⁸ Act on the Sale of Beverages (Alcoholic Act). Section 1-8a.

⁸⁹ Act on the Sale of Beverages (Alcoholic Act). Section 1-6.

(1.1.3) ใบอนุญาตเพื่อให้บริการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในลักษณะการเดินขาย (เร่ขาย) (Ambulatory Licences to Serve Alcoholic Beverages) ซึ่งใบอนุญาตประเภทนี้จะออกให้ในโอกาสพิเศษเพื่อให้บริการในงานที่เป็นส่วนตัว⁹⁰

อย่างไรก็ดี ใบอนุญาตเพื่อให้บริการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ซึ่งออกโดยเทศบาลนี้จะไม่รวมไปถึงใบอนุญาตให้บริการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์บนรถไฟหรือบนเรือด้วย โดยใบอนุญาตดังกล่าวนี้จะอยู่ในอำนาจหน้าที่ของรัฐในการพิจารณาออกใบอนุญาต⁹¹ นอกจากนี้ในการพิจารณาออกใบอนุญาตของเทศบาลนั้น เทศบาลมีอำนาจพิจารณากำหนดจำนวนใบอนุญาตขายปลีกและให้บริการ (เสิร์ฟ) เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่สามารถออกให้ในแต่ละพื้นที่ได้⁹² และในสถานที่ที่ได้รับอนุญาตขายปลีกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไว้แล้วจะไม่อนุญาตให้สถานที่นั้นได้รับใบอนุญาตให้บริการ (เสิร์ฟ) เครื่องดื่มแอลกอฮอล์อีกแต่ผู้ที่ได้รับใบอนุญาตทั้งสองประเภทสามารถเป็นบุคคลเดียวกันได้⁹³

(1.2) ใบอนุญาตที่ออกโดยรัฐ (State Licences) รัฐจะออกใบอนุญาตสำหรับการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และใบอนุญาตสำหรับกรณิการให้บริการ (เสิร์ฟ) เครื่องดื่มแอลกอฮอล์บนรถไฟ อากาศยาน และเรือ โดยรัฐมนตรีอาจอนุญาตตามความจำเป็นเพื่อออกใบอนุญาตสำหรับกรณิการให้บริการ ดังนี้⁹⁴

(1.2.1) ใบอนุญาตสำหรับให้บริการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีปริมาณแอลกอฮอล์น้อยกว่าร้อยละ 22 โดยปริมาณ บนรถไฟ ซึ่งรวมถึงการขนส่งสาธารณะด้วย

(1.2.2) ใบอนุญาตสำหรับให้บริการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีปริมาณแอลกอฮอล์น้อยกว่าร้อยละ 22 โดยปริมาณ บนเครื่องบินสำหรับเที่ยวบินภายในประเทศ

(1.2.3) ใบอนุญาตสำหรับให้บริการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์บนเรือซึ่งรวมถึง การขนส่งสาธารณะ และบนเรือนำเที่ยว

(2) ห้ามประมุขขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือใช้เครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นของรางวัล⁹⁵

⁹⁰ Act on the Sale of Beverages (Alcoholic Act). Section 4-5.

⁹¹ Act on the Sale of Beverages (Alcoholic Act). Section 1-7.

⁹² Act on the Sale of Beverages (Alcoholic Act). Section 1-7a.

⁹³ Act on the Sale of Beverages (Alcoholic Act). Section 4-1.

⁹⁴ Act on the Sale of Beverages (Alcoholic Act). Section 5-2.

⁹⁵ Act on the Sale of Beverages (Alcoholic Act). Section 8-6.

(3) ห้ามมิให้มีการแจกจ่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการตลาด⁹⁶

(4) ห้ามการนำเข้าหรือขายปลีกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์บางประเภทที่มีปริมาณแอลกอฮอล์มากกว่าร้อยละ 60 โดยปริมาณ รวมทั้ง ห้ามการนำเข้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ไม่มีใบอนุญาตผลิต แต่อย่างไรก็ดี รัฐมนตรีอาจกำหนดข้อยกเว้นเป็นอย่างอื่นที่นอกเหนือจากกฎหมายกำหนดไว้ได้⁹⁷

2) มาตรการควบคุมอายุของผู้ขายปลีกและให้บริการ (เสิร์ฟ) เครื่องดื่มแอลกอฮอล์⁹⁸

(1) ผู้ขายปลีกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือให้บริการ (เสิร์ฟ) เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีปริมาณแอลกอฮอล์เท่ากับหรือมากกว่าร้อยละ 22 โดยปริมาณต้องมีอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป

(2) ผู้ขายปลีกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หรือให้บริการ (เสิร์ฟ) เครื่องดื่มแอลกอฮอล์นอกจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตาม (1) ต้องมีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป แต่อาจมีข้อยกเว้นสำหรับบุคคลที่ประกอบอาชีพเป็นบริกรชายที่ทำงานกับพ่อครัว หรือบริกรชายที่ได้รับหนังสือรับรองการเป็นบริกรหรือบุคคลที่จำหน่ายปลีกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีปริมาณแอลกอฮอล์ระหว่างร้อยละ 0.7 และ 2.5 โดยปริมาณซึ่งบุคคลเหล่านี้ต้องอยู่ภายใต้การควบคุมของบุคคลที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไป นอกจากนี้ รัฐมนตรีอาจกำหนดหลักเกณฑ์เพื่ออนุญาตให้นักศึกษาฝึกงานปฏิบัติแตกต่างไปจากบทบัญญัติดังกล่าวได้

3) มาตรการควบคุมวันและเวลา

(1) การควบคุมวันและเวลาขายปลีกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในร้านค้าของรัฐบาล⁹⁹ ที่จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีปริมาณแอลกอฮอล์มากกว่าร้อยละ 4.75 โดยปริมาณ¹⁰⁰

(1.1) การควบคุมวันจำหน่าย

ห้ามขายปลีกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในวันดังต่อไปนี้ คือ วันอาทิตย์ วันหยุดนักขัตฤกษ์ วันที่ 1 และวันที่ 17 พฤษภาคม วันคริสต์มาสอีฟ วันปีใหม่ วันอีสเตอร์ วันอาทิตย์ที่เจ็ดหลังวันอีสเตอร์ และวันที่มีการเลือกตั้งรัฐสภา การเลือกตั้งสภาเมือง สภาเทศบาล หรือวันที่มีการออกเสียงลงประชามติ

⁹⁶ Act on the Sale of Beverages (Alcoholic Act). Section 8-6a.

⁹⁷ Act on the Sale of Beverages (Alcoholic Act). Section 8-10.

⁹⁸ Act on the Sale of Beverages (Alcoholic Act). Section 1-5.

⁹⁹ ร้าน AS Vinmonopolet.

¹⁰⁰ Act on the Sale of Beverages (Alcoholic Act). Section 3-4.

(1.2) การควบคุมเวลาจำหน่าย

(1.2.1) ในวันปกติสามารถขายปลีกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้เฉพาะในเวลา 8.30 นาฬิกา ถึง 18.00 นาฬิกา

(1.2.2) ในวันก่อนวันอาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์ให้จำหน่ายได้เฉพาะในเวลา 8.30 นาฬิกา ถึง 15.00 นาฬิกา ยกเว้นการขายปลีกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในวันก่อนวันขึ้นพระชนม์ของพระเยซู (Ascension Day) สามารถจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ในเวลา 8.30 นาฬิกา ถึง 18.00 นาฬิกา

อย่างไรก็ดี แม้กฎหมายจะกำหนดช่วงเวลาที่สามารถขายปลีกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไว้แล้วก็ตาม แต่ชั่วโมงเปิดทำการของร้านค้าของรัฐ (ร้าน AS Vinmonopolet) นั้นจะต้องไม่เกินไปกว่าชั่วโมงเปิดทำการของร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อื่นที่ตั้งอยู่ในเขตเทศบาลเดียวกันด้วย

(2) การควบคุมวันและเวลาขายปลีกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีปริมาณแอลกอฮอล์ไม่เกินร้อยละ 4.7 โดยปริมาณนั้นมีหลักเกณฑ์เป็นเช่นเดียวกับการจำหน่ายของร้านค้าของรัฐตาม 3) (1) ข้างต้น¹⁰¹

(3) การควบคุมวันและเวลาให้บริการ (เสิร์ฟ) เครื่องดื่มแอลกอฮอล์

(3.1) ให้เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีปริมาณแอลกอฮอล์ร้อยละ 22 หรือมากกว่าโดยปริมาณสามารถให้บริการ (เสิร์ฟ) ได้ระหว่างเวลา 13.00 นาฬิกา ถึง 24.00 นาฬิกา สำหรับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีปริมาณแอลกอฮอล์นอกจากตามที่กล่าวไว้สามารถให้บริการ (เสิร์ฟ) ได้ระหว่างเวลา 08.00 นาฬิกา ถึง 01.00 นาฬิกา ทั้งนี้ สภามหาวิทยาลัยอาจพิจารณาจำกัดเวลาหรือขยายเวลาที่แตกต่างไปจากเวลาดังกล่าวได้¹⁰²

(3.2) ห้ามให้บริการ (เสิร์ฟ) เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีปริมาณแอลกอฮอล์ร้อยละ 22 หรือมากกว่าโดยปริมาณในระหว่างเวลา 03.00 นาฬิกา ถึง 13.00 นาฬิกา และห้ามให้บริการ (เสิร์ฟ) เครื่องดื่มแอลกอฮอล์อื่นนอกจากที่กล่าวข้างต้นในระหว่างเวลา 03.00 นาฬิกา ถึง 06.00 นาฬิกา¹⁰³

4) มาตรการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

(1) การควบคุมอายุของผู้บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

¹⁰¹ Act on the Sale of Beverages (Alcoholic Act). Section 3-7.

¹⁰² Act on the Sale of Beverages (Alcoholic Act). Section 4-4.

¹⁰³ Act on the Sale of Beverages (Alcoholic Act). Section 4-4.

(1.1) ห้ามขายปลีกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หรือให้บริการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หรือจัดหาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีปริมาณแอลกอฮอล์เท่ากับหรือมากกว่าร้อยละ 22 ต่อปริมาณแอลกอฮอล์ให้แก่บุคคลที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี¹⁰⁴

(1.2) ห้ามขายปลีกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หรือให้บริการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หรือจัดหาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีปริมาณแอลกอฮอล์ต่ำกว่าร้อยละ 22 ต่อปริมาณแอลกอฮอล์ให้แก่บุคคลที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปี¹⁰⁵

(2) การควบคุมระยะเวลาการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

เมื่อครบกำหนดเวลาการให้บริการ (เสิร์ฟ) เครื่องดื่มแอลกอฮอล์¹⁰⁶ แล้วผู้บริโภคสามารถบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่อไปได้เป็นเวลาอย่างน้อย 30 นาที หลังจากสิ้นสุดระยะเวลาการอนุญาตให้บริการ (เสิร์ฟ) เครื่องดื่มแอลกอฮอล์แล้ว

(3) การควบคุมการซื้อขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

(3.1) ห้ามมิให้มีการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีปริมาณแอลกอฮอล์มากกว่าร้อยละ 22 โดยปริมาณให้แก่บุคคลที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี หรือเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างอื่นให้แก่บุคคลที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปี¹⁰⁷

(3.2) ห้ามขายปลีกหรือให้บริการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลที่อยู่ในอาการมึนเมาด้วยฤทธิ์ของแอลกอฮอล์หรือยา หรือบุคคลที่อยู่ในลักษณะคล้ายหรือดูเหมือนจะมีอาการมึนเมาด้วยฤทธิ์ของแอลกอฮอล์หรือยา¹⁰⁸

(3.3) ห้ามซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ผลิตหรือทำขึ้นโดยผิดกฎหมาย¹⁰⁹

5) มาตรการควบคุมสถานที่ให้บริการ (เสิร์ฟ) และบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์¹¹⁰

(1) ห้ามมิให้มีการดื่มหรือให้บริการ (เสิร์ฟ) เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่ดังต่อไปนี้ แม้สถานที่ดังกล่าวจะเป็นการแจกให้ฟรีโดยไม่ต้องชำระเงินก็ตาม เว้นแต่ สถานที่ห้ามการบริการ (เสิร์ฟ) หรือดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ดังกล่าวเป็นสถานที่ที่มีใบอนุญาตที่ออกโดยถูกต้องตามกฎหมาย

¹⁰⁴ Act on the Sale of Beverages (Alcoholic Act). Section 1-5.

¹⁰⁵ Act on the Sale of Beverages (Alcoholic Act). Section 1-5.

¹⁰⁶ Act on the Sale of Beverages (Alcoholic Act). Section 4-4.

¹⁰⁷ Act on the Sale of Beverages (Alcoholic Act). Section 8-8.

¹⁰⁸ Act on the Sale of Beverages (Alcoholic Act). Section 8-11.

¹⁰⁹ Act on the Sale of Beverages (Alcoholic Act). Section 8-2a.

¹¹⁰ Act on the Sale of Beverages (Alcoholic Act). Section 8-9.

- (1.1) สถานที่ที่มีการให้บริการ (เสิร์ฟ) อาหารและเครื่องดื่ม
 - (1.2) สถานที่ที่เปิดให้บริการเป็นปกติแก่สาธารณชนทั่วไป
 - (1.3) ห้องประชุมใหญ่หรือสถานที่ที่คนในชุมชนใช้ประโยชน์ร่วมกัน
 - (1.4) สถานที่อื่นซึ่งบุคคลทั่วไปใช้เป็นสถานที่พบปะ งานเลี้ยงสังสรรค์ งานแสดงสินค้า หรือสถานที่อื่นที่จะจัดให้มีงานดังกล่าวขึ้น
 - (1.5) ในถนน ตลาด ทางเดิน สวนสาธารณะ หรือสถานที่สาธารณะอื่น
 - (1.6) บนเรือ เครื่องบิน รถไฟ รถเมล์ หรือการขนส่งสาธารณะอื่นภายในประเทศ
- ที่มีความหมายเป็นอย่างเดียวกัน

(2) ห้ามเจ้าของสถานที่หรือบุคคลอื่นที่รับผิดชอบในสถานที่ตาม (1) (1.1) เก็บรักษาให้บริการ (เสิร์ฟ) หรือดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

(3) การห้ามการบริการ (เสิร์ฟ) หรือดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่ตามที่ระบุไว้ในข้อ (1.1) (1.2) และ (1.3) นั้น จะไม่ใช่บังคับในกรณีเจ้าของผู้เช่า หรือผู้ควบคุม หรือลูกจ้างของบุคคลเหล่านั้นใช้ประโยชน์ในสถานที่นั้นเพื่อจัดงานที่มีวัตถุประสงค์เป็นงานเลี้ยงส่วนตัว

อย่างไรก็ดี การห้ามการบริการ (เสิร์ฟ) หรือดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่ตามที่ระบุไว้ในข้อ (1.2) และ (1.3) นั้น จะไม่ใช่บังคับในกรณีสถานที่นั้นมีการให้เช่าเพื่อใช้จัดงานเลี้ยงส่วนตัวที่จัดขึ้นชั่วคราว หรือเป็นงานส่วนตัว หรือเป็นงานที่เจ้าของสถานที่เช่าไม่มีความรู้เห็นหรือเกี่ยวข้องกับงานดังกล่าว

3.2.3.2 การควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ตาม Alcoholic Act ได้กำหนดมาตรการสำหรับควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไว้ในส่วนที่ 9¹¹¹ โดยมีหลักเกณฑ์ที่สำคัญ ดังนี้

1) การควบคุมการโฆษณาสิ่งที่ใช้สำหรับผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์¹¹²

(1) ห้ามมิให้มีการโฆษณาเครื่องมือหรือสิ่งที่ใช้สำหรับการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในหนังสือพิมพ์ นิตยสาร และสิ่งอื่นใดที่มีลักษณะเช่นเดียวกัน ห้ามจัดแสดงสิ่งที่ใช้สำหรับผลิตหรือเครื่องมือสำหรับผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยการจัดแสดงหน้าร้านหรือในลักษณะอื่นที่มีความหมายอย่างเดียวกัน รวมทั้ง ส่วนประกอบและอุปกรณ์ที่มีความมุ่งหมายจะใช้สำหรับการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในภาคอุตสาหกรรม เครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพื่อการบริโภค หรือเพื่อการใช้เป็นส่วนผสมในตัวทำลายของผลิตภัณฑ์อื่น

¹¹¹ Act on the Sale of Beverages (Alcoholic Act). Chapter 9 Prohibition Against Advertising.

¹¹² Act on the Sale of Beverages (Alcoholic Act). Section 9-1.

(2) ห้ามมิให้มีการโฆษณาเพื่อส่งเสริมหรือสนับสนุนเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ผลิตโดยไม่ได้รับอนุญาตหรือผลิตขึ้นโดยฝ่าฝืนกฎหมายที่มีจุดประสงค์เพื่อใช้สำหรับการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในภาคอุตสาหกรรม เครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพื่อการบริโภค หรือเพื่อการใช้เป็นส่วนผสมในตัวทำละลายของผลิตภัณฑ์อื่น ไม่ว่าจะโฆษณาทางหนังสือหรือสิ่งอื่นที่ทำในลักษณะงานเขียน การโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ หรือหรือสิ่งอื่นที่มีความหมายอย่างเดียวกัน โดยมีรูปแบบการโฆษณาที่ปรากฏต่อสาธารณชนทั่วไปในวงกว้าง

(3) ห้ามการโฆษณาที่อธิบายรายละเอียดเกี่ยวกับส่วนผสม หรือสิ่งที่เติมลงในเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ทำให้เครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้นมีความพิเศษ ซึ่งกรณีการห้ามดังกล่าวนี้ยังรวมไปถึงการโฆษณาวัตถุดิบ กำมะถันในการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เครื่องมือและวัสดุอื่นที่ใช้ในการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

อย่างไรก็ดี รัฐมนตรีอาจประกาศหลักเกณฑ์เพื่อให้มีผลเป็นการจำกัด สนับสนุนหรือส่งเสริม การบังคับหลักเกณฑ์ตามข้อ (1) ถึงข้อ (3) ได้ รวมถึงอาจยกเว้นหลักเกณฑ์ดังกล่าวได้ในกรณีที่มีเหตุผลจำเป็นและสมควรกระทำ

2) การควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์¹¹³

(1) ห้ามมิให้โฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

(2) ห้ามมิให้โฆษณาสินค้าอื่นใดที่ใช้เครื่องหมายการค้าเช่นเดียวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

(3) ห้ามมิให้โฆษณาเครื่องหมายที่ทำให้เข้าใจได้ว่าเป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

(4) การโฆษณาสินค้าและบริการจะต้องไม่ปรากฏภาพของผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในการโฆษณาสินค้าและบริการดังกล่าว

อย่างไรก็ดี รัฐมนตรีอาจประกาศหลักเกณฑ์เพื่อให้มีผลเป็นการจำกัด สนับสนุนหรือส่งเสริม และยกเว้นหลักเกณฑ์ดังกล่าวได้ในกรณีที่มีเหตุผลจำเป็นและสมควรกระทำ

มาตรการควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศสวิตเซอร์แลนด์ถือว่ามีความเข้มงวดและเคร่งครัดเช่นเดียวกับมาตรการควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศฝรั่งเศส โดยข้อยกเว้นให้สามารถโฆษณาได้หากเข้าหลักเกณฑ์ที่กฎหมายกำหนดให้ดำเนินการได้เท่านั้น

¹¹³ Act on the Sale of Beverages (Alcoholic Act). Section 9-2.

3.3 เปรียบเทียบกฎหมายเกี่ยวกับการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

จากที่ผู้เขียนได้นำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศไทย และต่างประเทศในหัวข้อที่ 3.1 และ 3.2 แล้วนั้น ผู้เขียนพบว่าการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของทุกประเทศในเบื้องต้นจะควบคุมการผลิตและจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยผู้ที่ประสงค์จะประกอบธุรกิจดังกล่าวจะต้องขอรับใบอนุญาตในการประกอบกิจการและอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของหน่วยงานภาครัฐในเรื่องนั้นๆ เป็นการเฉพาะ และประการถัดมาจะเป็นควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประชาชนมิให้บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เกินสมควรซึ่งการบริโภคเกินปริมาณนั้นจะเป็นสาเหตุของปัญหาหลายประการ นอกจากนี้การควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ยังมุ่งเน้นไปที่เยาวชนมิให้มีการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนถึงวัยอันสมควร ซึ่งผู้เขียนสามารถเปรียบเทียบมาตรการในการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศต่างๆ ได้เป็น 2 มาตรการในรายละเอียด ดังนี้

3.3.1 เปรียบเทียบการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ในการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศไทย ประเทศอังกฤษ ประเทศฝรั่งเศส และประเทศนอร์เวย์นั้น ต่างมีบทบัญญัติควบคุมเป็นการเฉพาะ กล่าวคือ ประเทศไทยจะมีการควบคุมโดยพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ประเทศอังกฤษ มีกฎหมายหลักที่ใช้ควบคุม Licensing Act 1964 และที่แก้ไขเพิ่มเติมในปี 2003 ประเทศฝรั่งเศส มีการรวบรวมไว้ในประมวลกฎหมายสาธารณสุข (Code de la santé publique) สำหรับประเทศนอร์เวย์จะบัญญัติอยู่ในพระราชบัญญัติเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ค.ศ. 1997 (Act on the Sale of Beverages Alcoholic) โดยมีรายละเอียดมาตรการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีความเหมือนและแตกต่างกันของแต่ละประเทศ ดังนี้

3.3.1.1 การควบคุมสถานที่จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ประเทศไทยได้กำหนดสถานที่ห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไว้ใน มาตรา 27 แห่งพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ฯ เช่นเดียวกับประเทศฝรั่งเศส และประเทศนอร์เวย์ที่มีบทบัญญัติกำหนดสถานที่ที่ห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไว้อย่างชัดเจน ได้แก่สถานที่ดังต่อไปนี้ โรงเรียน สวนสาธารณะ สถานที่ราชการ วัด สุสาน เป็นต้น ส่วนประเทศอังกฤษมีการควบคุมสถานที่ห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยระบบการให้ใบอนุญาต

3.3.1.2 การควบคุมวันจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ประเทศไทยได้กำหนดวันที่ห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไว้ใน มาตรา 28 แห่งพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ฯ โดยห้ามขายในวันมาฆบูชา วันวิสาขบูชา

วันอาสาฬหบูชา และวันเข้าพรรษา แต่มีข้อยกเว้นสำหรับการขายในโรงแรมตามกฎหมายว่าด้วยโรงแรม นอกจากนี้ ยังห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในตอนเย็นของวันก่อนวันเลือกตั้งจนถึงวันเลือกตั้งซึ่งมีลักษณะเช่นเดียวกับประเทศนอร์เวย์ และประเทศอังกฤษที่มีการกำหนดวันห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไว้ ดังนี้ ประเทศนอร์เวย์ห้ามจำหน่ายในวันอาทิตย์ วันหยุดนักขัตฤกษ์ วันที่ 1 และวันที่ 17 พฤษภาคม วันคริสต์มาสอีฟ วันปีใหม่ วันอีสเตอร์ วันอาทิตย์ที่เจ็ดหลังวันอีสเตอร์ และวันที่มีการเลือกตั้งรัฐสภาการเลือกตั้งสภาเมืองสภาเทศบาล หรือวันที่มีการออกเสียงลงประชามติ ประเทศอังกฤษมีการห้ามจำหน่ายตามประเภทของใบอนุญาต เช่น ใบอนุญาตประเภท On-licences ซึ่งสามารถบริโภคในสถานที่จำหน่ายได้นั้น ห้ามจำหน่ายในวันคริสต์มาส วันศุกร์ก่อนวันคริสต์มาส (Good Friday) 12.00-23.30 นาฬิกา วันคริสต์มาส 12.00-15.00 นาฬิกา และ 19.00-22.30 นาฬิกา ส่วนประเทศประเทศฝรั่งเศสไม่มีการควบคุมวันห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งกรณีดังกล่าวอาจสืบมาเนื่องจากวัฒนธรรมของประเทศฝรั่งเศสที่ มักนิยมบริโภคไวน์ในระหว่างมื้ออาหารนั่นเอง โดยประเทศฝรั่งเศสจะเน้นการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มของเยาวชนเป็นพิเศษ แต่หากเป็นบุคคลที่บรรลุนิติภาวะแล้วจะเน้นไปที่การรณรงค์ให้บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างมีความรับผิดชอบ

3.3.1.3 การควบคุมเวลาในการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ประเทศไทยได้กำหนดเวลาห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไว้ใน มาตรา 28 แห่งพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ฯ โดยห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ทุกชนิดในเวลาใดๆ นอกจากเวลา 11.00 นาฬิกา ถึง 14.00 นาฬิกา และ เวลา 17.00 นาฬิกา ถึง 24.00 นาฬิกา ยกเว้นการขายของผู้ผลิตหรือผู้นำเข้า หรือตัวแทนของผู้ผลิตหรือผู้นำเข้าไปยังผู้ขายซึ่งได้รับอนุญาตตามกฎหมายว่าด้วยสุรา นอกจากนี้ ยังห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเวลา 18.00 นาฬิกาของวันก่อนวันเลือกตั้ง จนถึงเวลา 24.00 นาฬิกา ของวันเลือกตั้ง ซึ่งประเทศนอร์เวย์ ประเทศฝรั่งเศสและประเทศอังกฤษก็มีการควบคุมเวลาจำหน่ายเช่นเดียวกับประเทศไทยแต่มีการกำหนดช่วงเวลาควบคุมแตกต่างกันออกไปวัฒนธรรมของแต่ละประเทศ เช่น ประเทศนอร์เวย์ในวันปกติสามารถขายปลีกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้เฉพาะในเวลา 8.30 นาฬิกา ถึง 18.00 นาฬิกา ส่วนในวันก่อนวันอาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์ให้จำหน่ายได้เฉพาะในเวลา 8.30 นาฬิกา ถึง 15.00 นาฬิกา ยกเว้นการขายปลีกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในวันก่อนวันขึ้นพระชนม์ของพระเยซู (Ascension Day) สามารถจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ในเวลา 8.30 นาฬิกา ถึง 18.00 นาฬิกา ประเทศฝรั่งเศสจะมีการควบคุมเวลาจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามที่ผู้ว่าราชการจังหวัดประกาศกำหนด โดยกำหนดเวลา เปิด-ปิด ของแต่ละสถานที่จะแตกต่างกันตามลักษณะของสถานที่ เช่น ร้านอาหาร ร้านกาแฟ ผับ บาร์ ดิสโก้เทค นอกจากนี้กำหนดเวลาที่จะแตกต่างกันไปในแต่ละจังหวัดด้วย และ

สำหรับสถานที่จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ไม่มีสถานที่ให้ดื่ม (ชื้อกลับบ้าน) ห้ามขายในเวลา กลางคืน ตั้งแต่เวลา 22.00-8.00 นาฬิกา ส่วนประเทศอังกฤษจะมีระยะเวลาที่ได้รับอนุญาตให้ จำหน่าย (Permitted Hours) ขึ้นอยู่กับประเภทของใบอนุญาตที่ได้รับ โดยใบอนุญาตประเภท On-licences ซึ่งสามารถบริโภคในสถานที่จำหน่ายได้นั้นจะจำหน่ายได้ในวันจันทร์-วันเสาร์ ยกเว้น วันคริสต์มาส วันศุกร์ก่อนวันคริสต์มาส (Good Friday) 11.00-23.00 นาฬิกา วันอาทิตย์ ยกเว้นวัน คริสต์มาส วันศุกร์ก่อนวันคริสต์มาส (Good Friday) 12.00-23.30 นาฬิกา วันคริสต์มาส 12.00- 15.00 นาฬิกา และ 19.00-22.30 นาฬิกา ส่วน ใบอนุญาตประเภท Off-licences ซึ่งไม่สามารถบริโภค ในสถานที่จำหน่ายนั้นจะจำหน่ายได้ในวันจันทร์-วันเสาร์ ยกเว้นวันคริสต์มาส 08.00-23.00 นาฬิกา วันศุกร์ก่อนวันคริสต์มาส (Good Friday) 08.00-22.30 นาฬิกา วันคริสต์มาส 12.00-15.00 นาฬิกา และ 19.00-22.30 นาฬิกา

3.3.1.4 การควบคุมอายุขั้นต่ำของผู้ซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ประเทศไทยกำหนดอายุขั้นต่ำของผู้ซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไว้ใน มาตรา 29 แห่ง พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ฯ โดยห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้แก่บุคคล ที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ ส่วนประเทศนอร์เวย์กำหนดตามระดับความแรงของแอลกอฮอล์ โดยสามารถจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีปริมาณแอลกอฮอล์น้อยกว่าร้อยละ 22 โดยปริมาณ ให้แก่บุคคลที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไป และสามารถจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีปริมาณแอลกอฮอล์ มากกว่าร้อยละ 22 โดยปริมาณให้แก่บุคคลที่มีอายุ 20 ปีขึ้นไป ส่วนประเทศฝรั่งเศสและประเทศอังกฤษ กำหนดอายุขั้นต่ำของผู้ซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไว้เท่ากันคือสามารถจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ให้แก่บุคคลที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไป

3.3.1.5 การควบคุมวิธีการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ประเทศไทยกำหนดวิธีการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไว้ใน มาตรา 30 แห่ง พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ฯ โดยห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในลักษณะที่ กฎหมายกำหนดไว้ เช่น การใช้เครื่องขายอัตโนมัติ การเร่ขาย การลดราคาเพื่อโปรโมชั่นในการ ส่งเสริมการขาย การให้หรือเสนอให้สิทธิในการเข้าชมการแข่งขัน การแสดง การให้บริการ การชิงโชค การชิงรางวัล หรือสิทธิประโยชน์อื่นใดเป็นการตอบแทนแก่ผู้ซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หรือแก่ผู้นำ หีบห่อหรือสลากหรือสิ่งอื่นใดเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มาแลกเปลี่ยนหรือแลกซื้อ การแจก แกรม ให้ หรือแลกเปลี่ยนกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หรือกับสินค้าอื่น หรือการให้บริการอย่างอื่น แล้วแต่กรณี หรือแจกจ่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในลักษณะเป็นตัวอย่างของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หรือเป็นการจูงใจสาธารณชนให้บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์รวมถึงการกำหนดเงื่อนไขการขายใน ลักษณะที่เป็นการบังคับซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยทางตรงหรือทางอ้อม ส่วนประเทศนอร์เวย์จะ

ห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยวิธีการส่งเสริมการขายหรือการลดราคา ซึ่งแตกต่างจากประเทศฝรั่งเศสที่มีการกำหนดวิธีการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เช่นเดียวกับประเทศไทย ส่วนประเทศอังกฤษห้ามการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในลักษณะขายเชื่อ จากมาตรการควบคุมวิธีการจำหน่ายดังกล่าวประเทศไทยจะมีหลักเกณฑ์การควบคุมส่วนใหญ่คล้ายกับประเทศฝรั่งเศส คือ มีความเข้มงวดและเคร่งครัดในการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของผู้บริโภค

3.3.1.6 การควบคุมสถานที่ในการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ประเทศไทยได้กำหนดสถานที่ห้ามบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไว้ใน มาตรา 31 แห่งพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ฯ เช่นเดียวกับประเทศฝรั่งเศสและประเทศนอร์เวย์ที่มีบทบัญญัติกำหนดสถานที่ห้ามบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไว้ซึ่ง สอดคล้องกับสถานที่ห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ด้วย ส่วนประเทศอังกฤษนั้นจะควบคุมสถานที่บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามประเภทของใบอนุญาต เช่น หากเป็นใบอนุญาตประเภท Off-licensed จะออกให้เพื่อการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพื่อการบริโภคนอกสถานที่เท่านั้น ทำให้ในสถานที่จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือสถานที่ใกล้เคียงกับสถานที่ดังกล่าวจึงห้ามมิให้มีการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ด้วย

3.3.2 เปรียบเทียบการควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ในการควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศไทย ประเทศนอร์เวย์ ประเทศฝรั่งเศส และประเทศอังกฤษนั้น จะมีหลักเกณฑ์ที่แตกต่างบางประการ กล่าวคือ ประเทศไทย ประเทศนอร์เวย์ ประเทศฝรั่งเศส จะมีบทบัญญัติสำหรับควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นการเฉพาะ ส่วนประเทศอังกฤษจะใช้หลักการควบคุมผสมผสานกันระหว่างการออกกฎหมายและการควบคุมโดยความสมัครใจ กล่าวคือ ประเทศไทยจะมีการควบคุมโดยมาตรา 32 แห่งพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ประเทศนอร์เวย์จะบัญญัติอยู่ในพระราชบัญญัติเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ค.ศ. 1997 (Act on the Sale of Beverages Alcoholic) ใน Chapter 9 ว่าด้วย Prohibition Against Advertising ประเทศฝรั่งเศสบัญญัติอยู่ในมาตรา L3323-2, L3323-3, L3323-4 แห่งประมวลกฎหมายสาธารณสุข (Code de la santé publique) ส่วนประเทศอังกฤษจะบัญญัติหลักเกณฑ์สำหรับควบคุมการโฆษณาไว้ใน Communications Act 2003 ส่วนการควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยการแพร่ภาพและกระจายเสียงนั้นผู้ที่ประสงค์จะ โฆษณาต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ใน The BCAP Code The UK Code of Broadcast Advertising ข้อ 19 ส่วนการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสื่ออื่นๆ นั้น ผู้ประสงค์จะ โฆษณาต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ใน The CAP Code The UK Code of Non-broadcast Advertising, Sales Promotion and Direct Marketing

ข้อ 18 โดยมีรายละเอียดมาตรการควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีความเหมือนและแตกต่างกันของแต่ละประเทศ ดังนี้

3.3.2.1 การโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือแสดงชื่อหรือเครื่องหมายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ประเทศไทยได้กำหนดหลักเกณฑ์ควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไว้ใน มาตรา 32 แห่งพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ฯ โดยห้ามผู้ใดโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือแสดงชื่อหรือเครื่องหมายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ อันเป็นการอวดอ้างสรรพคุณหรือชักจูงใจให้ผู้อื่นดื่มโดยตรงหรือโดยอ้อม และการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ใดๆ โดยผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกประเภทให้กระทำได้เฉพาะการให้ข้อมูลข่าวสาร และความรู้เชิงสร้างสรรค์สังคม โดยไม่มีการปรากฏภาพของสินค้าหรือบรรจุภัณฑ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้น เว้นแต่เป็นการปรากฏของภาพสัญลักษณ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หรือสัญลักษณ์ของบริษัทผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามที่กำหนดในกฎกระทรวง ดังนั้น ในการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือแสดงชื่อหรือเครื่องหมายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จึงสามารถกระทำได้หากไม่มีการอวดอ้างสรรพคุณหรือชักจูงใจให้ผู้อื่นดื่มโดยตรงหรือโดยอ้อม ส่วนประเทศนอร์เวย์ และประเทศฝรั่งเศส ไม่อนุญาตให้โฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือแสดงชื่อหรือเครื่องหมายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ สำหรับประเทศอังกฤษอนุญาตให้โฆษณาได้ภายใต้เงื่อนไขที่กำหนดไว้ใน The BCAP Code และ The CAP Code

3.3.2.2 การโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ผ่านสื่อโทรทัศน์

ประเทศไทยได้ประกาศกฎกระทรวงออกตามความใน มาตรา 32 วรรค 2 กำหนดหลักเกณฑ์และเงื่อนไขการแสดงภาพสัญลักษณ์เพื่อประกอบการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2553 เพื่อควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ การฉายภาพ ภาพยนตร์ หรือสื่ออื่นๆ ในทำนองเดียวกันที่กระทำโดยผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไว้เป็นการเฉพาะทำให้ผู้ผลิตที่ประสงค์จะโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีหน้าที่ปฏิบัติตามกฎกระทรวงซึ่งออกตามความในมาตรา 32 วรรค 2 สำหรับประเทศนอร์เวย์ และประเทศฝรั่งเศส ไม่อนุญาตให้โฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ผ่านสื่อโทรทัศน์ สำหรับประเทศอังกฤษอนุญาตให้โฆษณาได้ภายใต้เงื่อนไขที่กำหนดไว้ใน The BCAP Code

3.3.2.3 การโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ผ่านสื่อวิทยุ

ประเทศไทยมีการควบคุมของในหลักเกณฑ์เช่นเดียวกับการควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ผ่านสื่อโทรทัศน์ ประเทศนอร์เวย์ไม่อนุญาตให้โฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ผ่านสื่อวิทยุ ประเทศฝรั่งเศสอนุญาตให้โฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ผ่านสื่อวิทยุเฉพาะประเภท

รายการและภายในช่วงเวลาที่ถูกหมายกำหนด เช่น เครื่องดื่มที่มีปริมาณแอลกอฮอล์เกินกว่าระดับ 1.2 ดีกรี ให้โฆษณาผ่านสื่อวิทยุได้เฉพาะวันพุธ ระหว่างเวลา 00.00 นาฬิกา ถึง 07.00 นาฬิกา ส่วนวันอื่นๆ ให้โฆษณาได้ระหว่างเวลา 00.00 นาฬิกา ถึง 17.00 นาฬิกา เป็นต้น สำหรับประเทศอังกฤษ อนุญาตให้โฆษณาได้ภายใต้เงื่อนไขที่กำหนดไว้ใน The BCAP Code

3.3.2.4 การโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทางสื่อสิ่งพิมพ์

ประเทศไทยมีการควบคุมของในหลักเกณฑ์เช่นเดียวกับการควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ผ่านสื่อโทรทัศน์ ประเทศนอร์เวย์ไม่อนุญาตให้โฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ ประเทศฝรั่งเศสอนุญาตให้โฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ได้แต่จำกัดเฉพาะสื่อบางประเภท เช่น ห้ามโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์ที่มีกลุ่มเป้าหมายเป็นเยาวชน โดยเด็ดขาด หรืออนุญาตให้โฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทางสื่อในรูปแบบของใบปลิวหรือแผ่นโฆษณา ป้ายโฆษณา แผ่นพับหรือใบปลิวขนาดเล็ก หรือในรูปวัตถุใดๆ เฉพาะภายในบริเวณสถานที่จำหน่ายที่มีลักษณะพิเศษที่ถูกหมายอนุญาตเท่านั้น สำหรับประเทศอังกฤษอนุญาตให้โฆษณาได้ภายใต้เงื่อนไขที่กำหนดไว้ใน The CAP Code

3.3.2.5 การกำหนดเนื้อหาหรือรายละเอียดในสื่อโฆษณา

ประเทศไทยไม่มีการกำหนดเนื้อหาหรือรายละเอียดในสื่อโฆษณาไว้อย่างชัดเจน เพียงแต่บัญญัติว่าห้ามผู้ใด โฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือแสดงชื่อหรือเครื่องหมายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อันเป็นการอวดอ้างสรรพคุณหรือชักจูงใจให้ผู้อื่นดื่มโดยตรงหรือโดยอ้อม จึงขึ้นอยู่กับ การตีความว่าข้อความในลักษณะใดถือเป็นข้อความที่อวดอ้างสรรพคุณ หรือชักจูงใจ ทำให้ไม่มีหลักเกณฑ์ที่ชัดเจนและขึ้นอยู่กับดุลพินิจของแต่ละบุคคลในการมุ่งหมายตีความ โดยหากเป็นภาคเอกชนหรือประชาชนทั่วไปอาจเข้าใจว่าข้อความประการหนึ่งว่าสามารถโฆษณาได้ไม่มีลักษณะอวดอ้างสรรพคุณหรือชักจูงใจแต่ในทางกลับกันหน่วยงานภาครัฐอาจตีความข้อความดังกล่าวว่ามีลักษณะอวดอ้างสรรพคุณหรือชักจูงใจก็เป็นได้ สำหรับประเทศนอร์เวย์กำหนดเนื้อหาที่ห้ามโฆษณาไว้อย่างชัดเจนใน Act on the Sale of Beverages Alcoholic) ใน Chapter 9 ว่าด้วย Prohibition Against Advertising ส่วนประเทศฝรั่งเศสมีการกำหนดลักษณะของข้อความที่สามารถโฆษณาหรือสื่อประชาสัมพันธ์ไว้อย่างชัดเจน เช่น อนุญาตให้สามารถโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ได้เฉพาะข้อมูลเบื้องต้นที่เกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้นเท่านั้น ซึ่งข้อมูลเบื้องต้นที่เกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ได้แก่ ปริมาณแอลกอฮอล์ แห่่งกำเนิด ส่วนผสม ชื่อเฉพาะ ชื่อและที่อยู่ของผู้ผลิต ผู้นำเข้า หรือผู้จำหน่าย วิธีการผลิต เงื่อนไขในการจำหน่าย วิธีการบริโภค รวมถึงการโฆษณาหรือการประชาสัมพันธ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ยังอาจระบุถึงข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งผลิต แหล่งบ่งชี้ทาง

ภูมิศาสตร์ หรือลักษณะเฉพาะของผลิตภัณฑ์ เป็นต้น สำหรับประเทศอังกฤษอนุญาตให้โฆษณาได้ ภายใต้เงื่อนไขที่กำหนดไว้ใน The BCAP Code และ The CAP Code

3.3.2.6 การกระทำในลักษณะให้การสนับสนุนหรือการอุปถัมภ์ต่างๆ ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อการ โฆษณาหรือประชาสัมพันธ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ประเทศนอร์เวย์และประเทศฝรั่งเศสห้ามมิให้มีการสนับสนุนหรืออุปถัมภ์ที่มี วัตถุประสงค์เพื่อเป็นการ โฆษณาหรือการประชาสัมพันธ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไม่ว่าโดยทางตรง หรือทางอ้อม สำหรับประเทศอังกฤษกระทำได้ภายใต้เงื่อนไขที่กำหนดไว้ใน The BCAP Code และ The CAP Code ส่วนประเทศไทยนั้น พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ไม่มีบทบัญญัติควบคุมการกระทำในลักษณะให้การสนับสนุนหรือการอุปถัมภ์ต่างๆ ที่มี วัตถุประสงค์เพื่อการ โฆษณาหรือประชาสัมพันธ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นการเฉพาะเพียงแต่จะมี บทบัญญัติควบคุมในเรื่องของการโฆษณาใน มาตรา 32 ซึ่งบทนิยามคำว่าโฆษณาใน มาตรา 3 บัญญัติให้การโฆษณาหมายถึงการกระทำไม่ว่าโดยวิธีใดๆ ให้ประชาชนเห็น ได้ยินหรือทราบข้อความ เพื่อประโยชน์ในทางการค้า และให้หมายความรวมถึงการสื่อสารการตลาดซึ่งหมายถึง การกระทำ กิจกรรมในรูปแบบต่างๆ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อขายสินค้า บริการหรือภาพลักษณ์ การประชาสัมพันธ์ การเผยแพร่ข่าวสาร การส่งเสริมการขาย การแสดงสินค้า การจัดหรือสนับสนุนให้มีการจัดกิจกรรม พิเศษ และการตลาดแบบตรง ดังนั้น เมื่อคำนิยามของคำว่าสื่อสารการตลาดมีความหมายกว้าง รวมไปถึงการจัดหรือสนับสนุนให้มีการจัดกิจกรรมพิเศษ หน่วยงานภาครัฐจึงได้นำบทบัญญัติใน มาตรา 32 ซึ่งเป็นบทบัญญัติที่ใช้ควบคุมการโฆษณาเป็นการเฉพาะมาใช้กับการควบคุมในกรณี ให้การสนับสนุนด้วย จึงทำให้มาตรการควบคุมผู้ประกอบการที่ให้การสนับสนุนหรือการอุปถัมภ์ กิจกรรมต่างๆ ของประเทศไทยนั้น ไม่มีความชัดเจนซึ่งแตกต่างจากประเทศนอร์เวย์และประเทศ ฝรั่งเศสที่มีบทบัญญัติห้ามการเป็นผู้สนับสนุนที่เกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไว้อย่างชัดเจน

3.4 ตารางเปรียบเทียบกฎหมายเกี่ยวกับการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ผู้เขียนได้จัดทำตารางเพื่อเปรียบเทียบมาตรการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ของประเทศไทย ประเทศนอร์เวย์ ประเทศฝรั่งเศส และประเทศอังกฤษไว้ในเอกสารภาคผนวก ก. และได้จัดทำตารางเพื่อเปรียบเทียบมาตรการควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศ ไทย ประเทศนอร์เวย์ ประเทศฝรั่งเศส และประเทศอังกฤษไว้ในเอกสารภาคผนวก ข.

จากมาตรการทางกฎหมายในการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศไทย ประเทศนอร์เวย์ ประเทศฝรั่งเศส และประเทศอังกฤษ นั้น สามารถกล่าวโดยสรุปได้ว่าทุกประเทศ ต่างใช้เครื่องมือทางกฎหมายในการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประชาชนในประเทศ

โดยมุ่งหวังให้ลดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศนั้นๆ โดยมาตรการควบคุมของประเทศนอร์เวย์และประเทศฝรั่งเศสบัญญัติไว้ชัดเจนและทำให้บุคคลทั่วไปเข้าใจได้ทันทีว่าการกระทำใดสามารถกระทำได้โดยไม่ถือว่าเป็นผิดกฎหมายและสิ่งใดที่ห้ามมิให้กระทำซึ่งมีความแตกต่างจากบทบัญญัติใน มาตรา 32 แห่งพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ฯ ของประเทศไทยที่มีการกำหนดหลักเกณฑ์ไว้แต่ไม่ชัดเจนถ้อยคำมีความคลุมเครือสามารถตีความได้หลายประการ โดยความไม่ชัดเจนดังกล่าวส่งผลซึ่งปัญหาในการตีความกฎหมายและส่งผลให้เกิดปัญหาในการบังคับใช้กฎหมายเป็นอย่างมาก นอกจากนี้ความไม่ชัดเจนของกฎหมายที่มีโทษทางอาญาย่อมนำผลร้ายมาสู่ภาคประชาชนซึ่งเป็นผู้มีหน้าที่ปฏิบัติให้ถูกต้องตามกฎหมายด้วย โดยผู้เขียนจะได้นำเสนอปัญหากฎหมายเกี่ยวกับพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ฯ ในส่วนที่เกี่ยวกับการควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในบทที่ 4 เป็นลำดับถัดไป