

บทที่ 5

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

เมื่อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นสินค้าที่แตกต่างจากสินค้าปกติทั่วไป เนื่องจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นสินค้าที่ก่อให้เกิดปัญหาด้านสุขภาพเป็นต้นเหตุให้เกิดโรคต่างๆ ซึ่งอาจเป็นอันตรายต่อชีวิตและร่างกายของผู้บริโภคและบุคคลอื่นที่ไม่ได้บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ด้วย อีกทั้ง การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อาจเป็นสาเหตุให้เกิดการทะเลาะวิวาท หรือก่ออาชญากรรมได้ และยังเป็นสาเหตุของการเกิดปัญหาครอบครัว อุบัติเหตุจราจร ซึ่งมีผลกระทบต่อสังคมและเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ แต่เนื่องจากในปัจจุบันการประกอบธุรกิจผลิตและจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ยังคงเป็นธุรกิจที่สามารถประกอบได้โดยสุจริตและชอบด้วยกฎหมายหากในการประกอบธุรกิจนั้นผู้ประกอบการได้ปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ที่กฎหมายกำหนดไว้อย่างครบถ้วน

แม้การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของผู้บริโภคนั้นส่วนหนึ่งจะเกิดจากความต้องการบริโภคของตัวเองซึ่งถือเป็นปัจจัยภายในก็ตาม แต่ก็มีอีกส่วนหนึ่งที่พบว่าการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มาจากปัจจัยภายนอกซึ่งเป็นสิ่งเร้าให้เกิดความต้องการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ซึ่งปัจจัยภายนอกตัวผู้บริโภคดีงกล่าว ได้แก่ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่มักจะมีการนำเสนอโดยกลุ่มผู้ประกอบการทั้งกลุ่มผู้ผลิตและผู้ค้า อีกทั้ง แม้การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จะเป็นสิทธิส่วนบุคคลที่ผู้บริโภคสามารถทำได้ แต่เมื่อการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทำให้เกิดปัญหาสังคมหลายประการ ภาครัฐจึงประกาศใช้พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ซึ่งมีบทบัญญัติที่ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อยู่หลายมาตรการทั้งมาตรการควบคุมผลากและบรรจุกัญช์ มาตรการควบคุมการขาย มาตรการควบคุมการบริโภค และมาตรการควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

แต่อย่างไรก็ดี นับแต่มีการประกาศใช้พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ฯ ตั้งแต่วันที่ 14 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2551 เป็นต้นมา จนถึงปัจจุบันเป็นเวลากว่า 5 ปี พบว่ากฎหมายฉบับนี้มีบทบัญญัติบางประการที่ก่อให้เกิดปัญหาและเป็นอุปสรรคที่ทำให้การบังคับใช้กฎหมายฉบับนี้ขาดความชัดเจน โดยบทบัญญัติที่ทำให้เกิดปัญหาความไม่ชัดเจนมากที่สุดคือบทบัญญัติใน มาตรา 32 ผู้เขียนจึงได้ทำการศึกษาเพื่อค้นหาแนวทางที่เหมาะสมในการปรับปรุงแก้ไขบทบัญญัติ ดังกล่าว

เพื่อให้สามารถบังคับใช้กฎหมายได้อย่างชัดเจนและมีประสิทธิภาพกระทั่งมาถึงบทสรุปและข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

5.1 บทสรุป

ในการศึกษาเพื่อให้ทราบถึงสภาพปัญหาของกฎหมายและการบังคับใช้กฎหมายควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศไทยนั้น ผู้เขียนได้ทำการศึกษากฎหมายเกี่ยวกับการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสมัยอดีต ซึ่งเป็นสมัยที่ยังไม่มีกฎหมายควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นการเฉพาะ โดยพบว่าในสมัยอดีตก่อนปีพ.ศ. 2551 นั้น ประเทศไทยมีกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อยู่บ้าง โดยเน้นไปในเรื่องการควบคุมการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และการจัดเก็บรายได้จากการผลิตและจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในส่วนของกฎหมายที่ควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้นยังไม่มีบทบัญญัติสำหรับควบคุมเป็นการเฉพาะในกฎหมายฉบับใดฉบับหนึ่งหากแต่จะบัญญัติแทรกไว้ในกฎหมายหลายฉบับ และผลของการที่ภาครัฐไม่มีมาตรการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างจริงจังเช่นนี้ จึงทำให้จำนวนผู้บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพิ่มสูงขึ้นทุกปี นอกจากนี้ ยังพบว่าจำนวนผู้บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่เพิ่มจำนวนสูงขึ้นนี้เป็นกลุ่มบุคคลที่มีอายุน้อยลงส่งผลให้ประเทศไทยประสบปัญหาจากการเกิดนักดื่มหน้าใหม่อายุน้อยและเกิดปัญหาสังคมหลายประการ ดังนั้น เมื่อการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นสาเหตุประการสำคัญที่ทำให้เกิดปัญหาต่างๆ ในสังคม ภาครัฐจึงมีแนวคิดให้มีกฎหมายที่ควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นการเฉพาะ จึงเป็นที่มาของร่างพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (ร่างพรบ. ควบคุมฯ) และได้กลายมาเป็นพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 (พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ฯ) ฉบับที่ใช้บังคับอยู่ในปัจจุบัน โดยพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ฯ ฉบับนี้มีมาตรการสำคัญในการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อยู่ 4 มาตรการ คือ มาตรการควบคุมฉลากและบรรจุภัณฑ์ มาตรการควบคุมการขาย มาตรการควบคุมการบริโภค และมาตรการควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มาตรการเหล่านี้ล้วนเป็นเครื่องมือที่รัฐมุ่งนำมาใช้เพื่อให้การควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เกิดผลสัมฤทธิ์ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อสังคมและประเทศชาติต่อไป

อย่างไรก็ดี ตั้งแต่มีการบังคับใช้พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ฯ เมื่อวันที่ 14 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2551 เป็นต้นมา พบว่าบทบัญญัติใน มาตรา 32 แห่งพระราชบัญญัติควบคุม

เครื่องคัมแอลกอฮอล์¹ ซึ่งเป็นมาตรการควบคุมการโฆษณาเครื่องคัมแอลกอฮอล์ได้ก่อให้เกิดปัญหาในการบังคับใช้กฎหมายระหว่างหน่วยงานภาครัฐซึ่งเป็นผู้บังคับใช้กฎหมายกับภาคเอกชน ซึ่งมีหน้าที่ปฏิบัติให้ถูกต้องตามกฎหมายเป็นอย่างมาก ทั้งนี้ ปัญหาความไม่ชัดเจนของบทบัญญัติดังกล่าวอาจสืบเนื่องมาจากในขั้นตอนของการยกร่าง พรบ. ควบคุมฯ โดยคณะทำงานยกร่าง พรบ. ควบคุมฯ ได้นำพระราชบัญญัติควบคุมผลิตภัณฑ์ยาสูบ พ.ศ. 2535 (พระราชบัญญัติควบคุมผลิตภัณฑ์ยาสูบฯ) มาเป็นต้นแบบในการยกร่างตลอดจนได้มีการแก้ไขข้อความในร่าง พรบ. ควบคุมฯ หลายมาตราก่อนที่จะผ่านความเห็นชอบจากสภานิติบัญญัติแห่งชาติในวันสุดท้ายของสมัยประชุม ดังนั้น เมื่อร่าง พรบ. ควบคุมฯ มีการนำแนวคิดและหลักเกณฑ์ของพระราชบัญญัติควบคุมผลิตภัณฑ์ยาสูบฯ มาเป็นต้นแบบในการยกร่าง จึงทำให้มาตรการควบคุมเครื่องคัมแอลกอฮอล์ตามที่มีการบัญญัติไว้ในร่าง พรบ. ควบคุมฯ ที่ผ่านความเห็นชอบจากสภานิติบัญญัติแห่งชาติในวาระที่ 1 และตามที่ได้บัญญัติไว้ในพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องคัมแอลกอฮอล์ฯ ฉบับที่ใช้บังคับอยู่ในปัจจุบันในส่วนของมาตรการควบคุมการโฆษณาเครื่องคัมแอลกอฮอล์นั้นมีส่วนคล้ายกับมาตรการควบคุมผลิตภัณฑ์ยาสูบตามที่ได้บัญญัติไว้ในพระราชบัญญัติควบคุมผลิตภัณฑ์ยาสูบฯ เกือบทุกประการ ยกตัวอย่าง เช่น บทบัญญัติในการควบคุมผลิตภัณฑ์ยาสูบตามพระราชบัญญัติควบคุมผลิตภัณฑ์ยาสูบฯ มาตรา 8² ซึ่งเป็นบทบัญญัติที่มีลักษณะเป็นการห้ามโฆษณายาสูบในทุกรูปแบบ ดังนั้น เมื่อมีการประกาศใช้พระราชบัญญัติควบคุมผลิตภัณฑ์ยาสูบฯ แล้วนั้น ผู้ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับยาสูบจึงไม่สามารถโฆษณาผลิตภัณฑ์ยาสูบหรือแสดงชื่อหรือเครื่องหมายของ

¹ มาตรา 32 บัญญัติว่า ห้ามมิให้ผู้ใดโฆษณาเครื่องคัมแอลกอฮอล์หรือแสดงชื่อหรือเครื่องหมายของเครื่องคัมแอลกอฮอล์อันเป็นการอวดอ้างสรรพคุณหรือชักจูงใจให้ผู้อื่นคัมโดยตรงหรือโดยอ้อม

การโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ใด ๆ โดยผู้ผลิตเครื่องคัมแอลกอฮอล์ทุกประเภทให้กระทำได้เฉพาะการให้ข้อมูลข่าวสาร และความรู้เชิงสร้างสรรค์สังคม โดยไม่มีการปรากฏภาพของสินค้าหรือบรรจุภัณฑ์ของเครื่องคัมแอลกอฮอล์นั้น เว้นแต่เป็นการปรากฏของภาพสัญลักษณ์ของเครื่องคัมแอลกอฮอล์ หรือสัญลักษณ์ของบริษัทผู้ผลิตเครื่องคัมแอลกอฮอล์นั้นเท่านั้น ทั้งนี้ ตามที่กำหนดในกฎกระทรวง

บทบัญญัติในวรรคหนึ่งและวรรคสอง มิให้ใช้บังคับกับการโฆษณาที่มีต้นกำเนิดนอกราชอาณาจักร.

² มาตรา 8 บัญญัติว่า ห้ามมิให้ผู้ใดโฆษณาผลิตภัณฑ์ยาสูบหรือแสดงชื่อหรือเครื่องหมายของผลิตภัณฑ์ยาสูบในสิ่งพิมพ์ ทางวิทยุกระจายเสียงวิทยุโทรทัศน์หรือสิ่งอื่นใดที่ใช้เป็นการโฆษณาได้ หรือใช้ชื่อหรือเครื่องหมายของผลิตภัณฑ์ยาสูบในการแสดงการแข่งขัน การให้บริการ หรือการประกอบกิจกรรมอื่นใดที่มีวัตถุประสงค์ให้สาธารณชนเข้าใจว่าเป็นชื่อ หรือเครื่องหมายของผลิตภัณฑ์ยาสูบ

บทบัญญัติในวรรคหนึ่งมิให้ใช้บังคับกับการถ่ายทอดสดรายการจากต่างประเทศทางวิทยุ โทรทัศน์ และการโฆษณาผลิตภัณฑ์ยาสูบในสิ่งพิมพ์ซึ่งจัดพิมพ์นอกราชอาณาจักร โดยมีได้มีวัตถุประสงค์ให้นำเข้ามาจำหน่ายแจกในราชอาณาจักร โดยเฉพาะ.

ผลิตภัณฑ์ยาสูบ หรือใช้ชื่อหรือเครื่องหมายของผลิตภัณฑ์ยาสูบในการแสดงการแข่งขัน การให้บริการ หรือการประกอบกิจกรรมได้ ซึ่งกระทรวงสาธารณสุขมีความประสงค์จะห้ามโฆษณาเครื่องคัมแอลกอฮอล์โดยเด็ดขาดในหลักการเช่นเดียวกับการควบคุมการโฆษณายาสูบ จึงได้นำหลักการของมาตรา 8 ดังกล่าวไปทำการปรับปรุงข้อความและนำไปบัญญัติไว้ในมาตรา 31³ แห่งร่าง พรบ. ควบคุมฯ ที่ผ่านความเห็นชอบจากสภานิติบัญญัติแห่งชาติในวาระที่ 1 แต่เมื่อมีการแปรญัตติและต้องพิจารณาในสมัยประชุมที่เร่งรีบจึงทำให้สภานิติบัญญัติแห่งชาติมิได้ให้ความเห็นชอบกับหลักเกณฑ์ตามที่ได้บัญญัติไว้ในร่าง พรบ. ควบคุมฯ ที่ผ่านความเห็นชอบจากสภานิติบัญญัติแห่งชาติในวาระที่ 1 ทั้งหมดเสียทีเดียว โดยมีการแก้ไขปรับปรุงหลักเกณฑ์ในร่าง พรบ. ควบคุมฯ บางประการจนในที่สุดได้มีการบัญญัติมาตรการควบคุมการโฆษณาเครื่องคัมแอลกอฮอล์ไว้ใน มาตรา 32 แห่งพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องคัมแอลกอฮอล์ฯ เพียงมาตราเดียว โดยบทบัญญัติมาตรา 32 วรรคแรก นั้น มีสาระสำคัญที่แตกต่างกับมาตรา 31 วรรคแรก แห่งร่าง พรบ. ควบคุมฯ ที่ผ่านความเห็นชอบจากสภานิติบัญญัติแห่งชาติในวาระที่ 1 ตรงที่มาตรา 32 วรรคแรก แห่งพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องคัมแอลกอฮอล์ฯ ได้มีการเพิ่มเติมข้อความว่า “อันเป็นการอวดอ้างสรรพคุณหรือชักจูงใจให้ผู้อื่นคัมโดยตรงหรือโดยอ้อม” ต่อท้ายหลักเกณฑ์เกี่ยวกับการห้ามโฆษณาเครื่องคัมแอลกอฮอล์ที่ว่า “ห้ามมิให้ผู้ใดโฆษณาเครื่องคัมแอลกอฮอล์หรือแสดงชื่อหรือเครื่องหมายของเครื่องคัมแอลกอฮอล์” การที่สภานิติบัญญัติแห่งชาติได้เพิ่มเติมข้อความดังกล่าวไว้ จึงเข้าใจได้ว่าภาครัฐ ไม่น่าที่จะมีเจตนารมณ์ห้ามมิให้มีการโฆษณาเครื่องคัมแอลกอฮอล์โดยเด็ดขาดโดยจะห้ามแต่เฉพาะการ โฆษณาเครื่องคัมแอลกอฮอล์อันเป็นการอวดอ้างสรรพคุณหรือชักจูงใจให้ผู้อื่นคัมโดยตรงหรือโดยอ้อมเท่านั้น

ดังนั้น เมื่อเจตนารมณ์ของพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องคัมแอลกอฮอล์ฯ มิได้ห้ามการโฆษณาเครื่องคัมแอลกอฮอล์โดยเด็ดขาด แต่จะห้ามเฉพาะการ โฆษณาเครื่องคัมแอลกอฮอล์หรือแสดงชื่อหรือเครื่องหมายของเครื่องคัมแอลกอฮอล์อันเป็นการอวดอ้างสรรพคุณหรือชักจูงใจ

³ ร่างมาตรา 31 ห้ามมิให้ผู้ใดโฆษณาเครื่องคัมแอลกอฮอล์ หรือแสดงชื่อหรือเครื่องหมายของเครื่องคัมแอลกอฮอล์

(1) ในสิ่งพิมพ์ เทป หรือวัสดุโทรทัศน์ ทางวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ป้ายโฆษณา หรือสิ่งอื่นใดที่ใช้เป็นการ โฆษณาได้ ตามที่รัฐมนตรีประกาศกำหนด โดยคำแนะนำของคณะกรรมการควบคุม

(2) ในโรงมหรสพ หรือในการแสดง การละเล่น การประกวด การแข่งขัน การให้บริการ การใช้บุคคล หรือการประกอบกิจกรรมอื่นใด ทั้งนี้ เพื่อวัตถุประสงค์ให้สาธารณชนเข้าใจว่าเป็นชื่อ หรือเครื่องหมายของเครื่องคัมแอลกอฮอล์

บทบัญญัติในวรรคหนึ่ง มิให้ใช้บังคับกับการ โฆษณาที่ปรากฏในการถ่ายทอดสด รายการสดจากต่างประเทศทางวิทยุโทรทัศน์ หรือทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์ และการ โฆษณาเครื่องคัมแอลกอฮอล์ในสิ่งพิมพ์ ซึ่งจัดพิมพ์นอกราชอาณาจักรโดยมิได้มีวัตถุประสงค์ให้นำเข้ามาขายในราชอาณาจักรโดยเฉพาะ.

ผลิตภัณฑ์ยาสูบ หรือใช้ชื่อหรือเครื่องหมายของผลิตภัณฑ์ยาสูบในการแสดงการแข่งขัน การให้บริการ หรือการประกอบกิจกรรมได้ ซึ่งกระทรวงสาธารณสุขมีความประสงค์จะห้าม โฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยเด็ดขาดในหลักการเช่นเดียวกับการควบคุมการโฆษณายาสูบ จึงได้นำหลักการของมาตรา 8 ดังกล่าวไปทำการปรับปรุงข้อความและนำไปบัญญัติไว้ในมาตรา 31³ แห่งร่าง พรบ. ควบคุมฯ ที่ผ่านความเห็นชอบจากสภานิติบัญญัติแห่งชาติในวาระที่ 1 แต่เมื่อมีการ เปรียญติและต้องพิจารณาในสมัยประชุมที่เร่งรีบจึงทำให้สภานิติบัญญัติแห่งชาติมิได้ให้ความ เห็นชอบกับหลักเกณฑ์ตามที่ได้บัญญัติไว้ในร่าง พรบ. ควบคุมฯ ที่ผ่านความเห็นชอบจากสภา นิติบัญญัติแห่งชาติในวาระที่ 1 ทั้งหมดเสียทีเดียว โดยมีการแก้ไขปรับปรุงหลักเกณฑ์ในร่าง พรบ. ควบคุมฯ บางประการจนในที่สุดได้มีการบัญญัติมาตรการควบคุมการ โฆษณาเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ไว้ใน มาตรา 32 แห่งพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ฯ เพียงมาตราเดียว โดยบทบัญญัติมาตรา 32 วรรคแรก นั้น มีสาระสำคัญที่แตกต่างกับมาตรา 31 วรรคแรก แห่งร่าง พรบ. ควบคุมฯ ที่ผ่านความเห็นชอบจากสภานิติบัญญัติแห่งชาติในวาระที่ 1 ตรงที่มาตรา 32 วรรคแรก แห่งพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ฯ ได้มีการเพิ่มเติมข้อความว่า “อันเป็นการ อวดอ้างสรรพคุณหรือชักจูงใจให้ผู้อื่นดื่มโดยตรงหรือโดยอ้อม” ต่อท้ายหลักเกณฑ์เกี่ยวกับการ ห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ว่า “ห้ามมิให้ผู้ใดโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือแสดงชื่อ หรือเครื่องหมายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์” การที่สภานิติบัญญัติแห่งชาติได้เพิ่มเติมข้อความ ดังกล่าวไว้ จึงเข้าใจได้ว่าภาครัฐไม่น่าที่จะมีเจตนารมณ์ห้ามมิให้มีการ โฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยเด็ดขาดโดยจะห้ามแต่เฉพาะการ โฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อันเป็นการอวดอ้างสรรพคุณ หรือชักจูงใจให้ผู้อื่นดื่มโดยตรงหรือโดยอ้อมเท่านั้น

ดังนั้น เมื่อเจตนารมณ์ของพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ฯ มิได้ห้ามการ โฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยเด็ดขาด แต่จะห้ามเฉพาะการ โฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือ แสดงชื่อหรือเครื่องหมายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อันเป็นการอวดอ้างสรรพคุณหรือชักจูงใจ

³ ร่างมาตรา 31 ห้ามมิให้ผู้ใดโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หรือแสดงชื่อหรือเครื่องหมายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

(1) ในสิ่งพิมพ์ เทป หรือวัสดุโทรทัศน์ ทางวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ป้าย โฆษณา หรือสิ่งอื่นใดที่ใช้เป็นการโฆษณาได้ตามที่รัฐมนตรีประกาศกำหนด โดยคำแนะนำของคณะกรรมการควบคุม

(2) ในโรงมหรสพ หรือในการแสดง การละเล่น การประกวด การแข่งขัน การให้บริการ การใช้บุคคล หรือการประกอบกิจกรรมอื่นใด ทั้งนี้ เพื่อวัตถุประสงค์ให้สาธารณชนเข้าใจว่าเป็นชื่อ หรือเครื่องหมายของ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์

บทบัญญัติในวรรคหนึ่ง มิให้ใช้บังคับกับการ โฆษณาที่ปรากฏในการถ่ายทอดสด รายการสดจาก ต่างประเทศทางวิทยุโทรทัศน์ หรือทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์ และการ โฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสิ่งพิมพ์ ซึ่ง จัดพิมพ์นอกราชอาณาจักรโดยมิได้มีวัตถุประสงค์ให้นำเข้ามาขายในราชอาณาจักรโดยเฉพาะ.

ให้ผู้อื่นตีพิมพ์โดยตรงหรือโดยอ้อมเท่านั้น จึงทำให้การโฆษณาเครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์หรือแสดงชื่อหรือเครื่องหมายของเครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์ของบุคคลใดๆ ที่ไม่เข้าเงื่อนไขของการรอดอ้างสรรพคุณหรือชักจูงใจให้ผู้อื่นตีพิมพ์โดยตรงหรือโดยอ้อมแล้ว บุคคลนั้นย่อมสามารถโฆษณาได้ และหากเป็นการโฆษณาเครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์ที่กระทำโดยผู้ผลิตด้วยแล้ว นอกจากผู้ผลิตมีหน้าที่ต้องปฏิบัติตามมาตรา 32 วรรคแรกแล้ว ผู้ผลิตยังมีหน้าที่ปฏิบัติตามมาตรา 32 วรรคสองเพิ่มเติมด้วย

อย่างไรก็ดี แม้จะมีการประกาศใช้พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์ฯ ในหลักการดังกล่าวแล้วก็ตาม แต่หน่วยงานภาครัฐซึ่งเป็นผู้บังคับใช้กฎหมายโดยเฉพาะสำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์ยังคงบังคับใช้กฎหมายโดยยึดหลักการหรือเจตนารมณ์ตามร่าง พรบ. ควบคุมฯ รวมทั้งยังแสดงออกอย่างชัดเจนว่าบทบัญญัติตามมาตรา 32 ห้ามมิให้บุคคลใดๆ โฆษณาเครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์ยกเว้นผู้ผลิตเท่านั้นที่สามารถโฆษณาเครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์ได้เฉพาะการให้ข้อมูลข่าวสาร และความรู้เชิงสร้างสรรค์สังคมโดยไม่มีการปรากฏภาพของสินค้าหรือบรรจุภัณฑ์ของเครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์ และสามารถโฆษณาภาพของสัญลักษณ์ของเครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์หรือภาพสัญลักษณ์ของบริษัทผู้ผลิตเครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์ได้ตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดไว้ในกฎกระทรวง ส่วนมาตรา 32 วรรคสามนั้น เป็นบทยกเว้นไม่ใช้บังคับกับการโฆษณาที่มีต้นกำเนิดคนออกราชอาณาจักร ทั้งนี้ ผู้ที่ฝ่าฝืน ไม่ปฏิบัติตามให้ถูกต้องตามที่มาตรา 32 กำหนดไว้จะมีโทษจำคุกไม่เกิน 1 ปี หรือปรับไม่เกินห้าแสนบาทหรือทั้งจำทั้งปรับ และหากมีการฝ่าฝืนเรื่อยไปผู้ที่ฝ่าฝืนจะต้องถูกปรับอีกวันละไม่เกินห้าหมื่นบาทตลอดเวลาที่ยังฝ่าฝืนหรือจนกว่าจะได้ปฏิบัติตามให้ถูกต้อง⁴ จึงทำให้พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์ฯ เป็นกฎหมายที่มีโทษทางอาญาด้วย

เมื่อเหตุผลในการประกาศใช้พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์ฯ มีความมุ่งหมายที่จะควบคุมเครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์เพื่อคุ้มครองผู้บริโภคมิให้บริโภคเครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์จนเกินสมควร ซึ่งเป็นสาเหตุของปัญหาหลายประการ และหากสามารถควบคุมการบริโภคเครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์ได้จะช่วยลดปัญหาและผลกระทบทั้งด้านสังคมและเศรษฐกิจ จึงถือได้ว่าหลักการของกฎหมายฉบับนี้เป็นไปเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคและเป็นประโยชน์ต่อสังคมส่วนรวมอย่างมาก แต่ปรากฏว่าในการบังคับใช้กฎหมายของหน่วยงานภาครัฐได้ก่อให้เกิดปัญหาอื่นซึ่งกระทบต่อการประกอบธุรกิจทั้งในภาคของผู้ประกอบการธุรกิจผลิตและจำหน่ายเครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์ ผู้ประกอบการธุรกิจโฆษณา ผู้ประกอบการร้านอาหาร ผู้นำเข้า เป็นต้น ซึ่งปัญหาดังกล่าวเกิดจากความไม่ชัดเจนของบทบัญญัติใน มาตรา 32 ทำให้เกิดการตีความกฎหมายซึ่งเป็นการตีความภายใต้ดุลพินิจที่แตกต่างกันของแต่ละบุคคลทั้งในส่วนของหน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ สำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์ซึ่งเป็นหน่วยงานที่บังคับใช้กฎหมายฉบับนี้โดยตรง หน่วยงานภาครัฐอื่น เช่น ตำรวจ

⁴ พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์ฯ. มาตรา 43.

อัยการ หรือศาล รวมทั้ง ภาคเอกชนซึ่งมีหน้าที่ปฏิบัติตามกฎหมายนั้น เมื่อต่างฝ่ายต่างตีความ บทบัญญัติของกฎหมายไปในแนวทางที่แตกต่างกันและเป็นไปในแนวทางตรงกันข้ามจึงทำให้เกิด ความสับสนในบทบัญญัติของกฎหมาย อีกทั้ง การที่กฎหมายฉบับนี้เป็นกฎหมายที่มีโทษทางอาญา ดังนั้น ในการตีความกฎหมายจึงควรตีความอย่างเคร่งครัด กล่าวคือ ควรตีความทั้งตามตัวอักษรและ เจตนารมณ์ของกฎหมายไปพร้อมๆ กัน โดยไม่ควรเลือกตีความอย่างใดอย่างหนึ่งเพียงอย่างเดียว ก่อนหรือหลังเพราะหากมีการเลือกตีความเพียงทางใดทางหนึ่งแล้ว อาจทำให้การตีความบทบัญญัติ ในกฎหมาย เกิดความคลาดเคลื่อนไม่ตรงตามเจตนารมณ์ของกฎหมาย รวมทั้ง ไม่ควรตีความ กฎหมายเกินกว่าที่บทบัญญัติของกฎหมายบัญญัติไว้

ดังนั้น เมื่อหลักเกณฑ์ในการควบคุมการ โฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามมาตรา 32 แห่ง พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ฯ ซึ่งเป็นกฎหมายที่มีโทษทางอาญามีการบัญญัติ ถ้อยคำไว้ไม่ชัดเจนทำให้เกิดปัญหาการตีความของบุคคลทั่วไปว่าการ โฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ลักษณะใดบ้างที่กฎหมายอนุญาตให้กระทำได้และการ โฆษณาในลักษณะใด ที่ถือเป็นการฝ่าฝืนบทบัญญัติของกฎหมาย ความไม่ชัดเจนของกฎหมายดังกล่าวจึงก่อให้เกิดปัญหา และส่งผลกระทบต่อสิทธิและเสรีภาพในการประกอบอาชีพของประชาชนทั่วไปในวงกว้าง

5.2 ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาปัญหากฎหมายเกี่ยวกับการควบคุมการ โฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตาม มาตรา 32 แห่งพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ฯ และวิเคราะห์ถึงประเด็นปัญหาต่างๆ ในบทที่ 4 แล้วนั้น ผู้เขียนเห็นด้วยกับหลักการในการห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตาม พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ฯ ซึ่งมีความมุ่งหมายที่จะให้ความคุ้มครองแก่บุคคล ที่บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และบุคคลอื่นที่ไม่ได้บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เนื่องจากเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ถือเป็นสินค้าที่นำมาซึ่งปัญหาต่อผู้บริโภค สังคม และเศรษฐกิจ แต่อย่างไรก็ดี เนื่องจาก ในปัจจุบันการประกอบธุรกิจผลิตและจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ยังคงเป็นธุรกิจที่สามารถ ดำเนินกิจการได้ภายใต้การแข่งขันของตลาดเสรีที่ไม่ได้ผูกขาดการผลิตและจำหน่ายเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์โดยภาครัฐเหมือนเช่นในอดีตที่ผ่านมา จึงทำให้ในการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งรวมถึงการควบคุมการ โฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ด้วยนั้น รัฐควรบัญญัติเนื้อหาและ รายละเอียดที่กฎหมายอนุญาตให้ใช้เพื่อการ โฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไว้ให้ชัดเจนเพื่อมิให้เกิด ปัญหาในการตีความบังคับใช้กฎหมาย โดยผู้เขียนเห็นว่าหากการ โฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ สามารถกระทำได้ภายใต้ข้อจำกัดที่ชัดเจนย่อมทำให้หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนสามารถนำ บทบัญญัติที่ชัดเจนดังกล่าวไปปรับใช้อย่างเคร่งครัดและส่งผลให้มีการบังคับใช้กฎหมายอย่างมี

ประสิทธิภาพ ผู้เขียนขอเสนอแนะแนวทางในการแก้ไขบทบัญญัติในพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ฯ ในแนวทางดังต่อไปนี้

1) เนื่องจากคำว่า “โฆษณา” ตามความในมาตรา 3 แห่งพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ฯ นั้น มีความหมายรวมถึงการสื่อสารการตลาด และมาตรา 3 ให้คำนิยามของคำว่า “การสื่อสารการตลาด” หมายถึงการกระทำกิจกรรมในรูปแบบต่างๆ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อขายสินค้า บริการหรือภาพลักษณ์ การประชาสัมพันธ์ การเผยแพร่ข่าวสาร การส่งเสริมการขาย การแสดงสินค้า การจัดหรือสนับสนุนให้มีการจัดกิจกรรมพิเศษ และการตลาดแบบตรง ทำให้คำนิยามของการสื่อสารการตลาดนั้นมีความหมายที่กว้างมากและครอบคลุมวิธีการดำเนินการหรือเครื่องมือที่ผู้ประกอบการนำมาใช้ในการดำเนินธุรกิจในทุกภาพรวมทั้งหมด ซึ่งในข้อเท็จจริงนั้นการโฆษณาเป็นเพียงกระบวนการอย่างหนึ่งของการสื่อสารการตลาด ดังนั้น การบัญญัติคำนิยามของคำว่า โฆษณาให้รวมถึงการสื่อสารการตลาดจึงเป็นการขยายความบทบัญญัติของกฎหมายจนเกินสมควรนำมาซึ่งผลร้ายและส่งผลกระทบต่อบุคคลทั่วไปในวงกว้าง อีกทั้ง การขยายความดังกล่าวยังเป็นการจำกัดสิทธิเสรีภาพในการประกอบอาชีพอีกประการหนึ่งด้วย ทั้งนี้ ผู้เขียนตระหนักดีว่า เครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นต้นเหตุของปัญหาในสังคมหลายประการ และอิทธิพลของการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีผลกระทบโดยตรงต่อพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประชาชนจึงจำเป็นที่รัฐต้องมีการควบคุมการโฆษณาอย่างเข้มงวดโดยผู้เขียนขอสนับสนุนในหลักการของการควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพื่อจำกัดปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ดังกล่าว แต่อย่างไรก็ดี ผู้เขียนมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมว่าการใช้เครื่องมือของรัฐเพื่อจัดการกับปัญหาหนึ่งของสังคมนั้นย่อมเป็นการไม่ถูกต้อง หากเครื่องดื่มดังกล่าวจะก่อปัญหาอื่นซ้อนขึ้นมาในขณะเดียวกัน

ผู้เขียนเห็นว่าหากมีการแก้ไขคำนิยามใน มาตรา 3 แห่งพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ฯ ให้ชัดเจนโดยให้มีความหมายถึงการกระทำไม่ว่าโดยวิธีใดๆ ให้ประชาชนเห็น ได้ยินหรือทราบข้อความเพื่อประโยชน์ในทางการค้าตามที่ได้บัญญัติไว้ใน มาตรา 3 โดยไม่ขยายความรวมถึงการสื่อสารการตลาดด้วยนั้นจะทำให้หลักการของการควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้น ตั้งมั่นอยู่ในหลักการที่ถูกต้องและเป็นธรรม รวมทั้ง ไม่ทำให้เกิดความสับสนในการตีความและบังคับใช้กฎหมาย โดยผู้ที่ประสงค์จะโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์สามารถกระทำได้ภายใต้ขอบเขตที่กฎหมายกำหนดไว้ใน มาตรา 32 แห่งพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ฯ

2) เนื่องจากในปัจจุบันการประกอบธุรกิจเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ยังสามารถทำได้โดยชอบด้วยกฎหมายภายใต้การแข่งขันของตลาดเสรี จึงทำให้แนวทางในการห้ามการโฆษณา

เครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยเด็ดขาดนั้นไม่สามารถกระทำได้เพราะการห้ามโฆษณาโดยเด็ดขาดย่อมกระทบต่อสิทธิเสรีภาพในการประกอบอาชีพของประชาชน อีกทั้ง หากมีการห้ามโฆษณาโดยเด็ดขาดย่อมส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการรายใหม่ทั้งผู้ผลิต ผู้นำเข้า ฯลฯ เนื่องจากไม่สามารถโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ความมีอยู่ของตัวคนนั้นให้ปรากฏต่อสาธารณชนได้เมื่อเป็นเช่นนี้ จึงมีเพียงผู้ประกอบการรายเดิมในตลาดเท่านั้นซึ่งประกอบกิจการอยู่ก่อนการออกหลักเกณฑ์ห้ามโฆษณาและมีโอกาสในการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์สินค้าหรือความมีอยู่ของตัวคนให้ผู้บริโภครับรู้ไว้ก่อนแล้ว ทำให้เกิดความได้เปรียบในการประกอบธุรกิจและทำให้ผู้ประกอบการรายใหม่ไม่สามารถแข่งขันกับผู้ประกอบการเดิมได้

ทั้งนี้ จากการพิจารณาหลักเกณฑ์การควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศฝรั่งเศสหรือประเทศนอร์เวย์ ซึ่งมีกฎหมายควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นการเฉพาะเช่นเดียวกับประเทศไทยนั้น แม้จะมีการกำหนดหลักเกณฑ์ควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไว้อย่างค่อนข้างเข้มงวดและเคร่งครัดก็ตาม แต่ก็มีบทบัญญัติที่ชัดเจนและบุคคลทั่วไปสามารถเข้าใจได้ว่าขอบเขตหรือลักษณะของการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ลักษณะใดสามารถกระทำได้และการโฆษณาในลักษณะใดที่ต้องห้ามมิให้กระทำโดยการกำหนดหลักเกณฑ์และเงื่อนไขในเรื่องการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไว้ละเอียดและชัดเจน โดยเฉพาะเนื้อหาและรายละเอียดที่กฎหมายอนุญาตให้ใช้เพื่อการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์นั้นย่อมทำให้บุคคลทั่วไปเข้าใจถึงขอบเขตที่ชัดเจนของกฎหมายและนำมาตรการที่เข้มงวดนั้นไปปรับใช้ได้ถูกต้องไม่ก่อให้เกิดปัญหาการตีความและบังคับใช้กฎหมายเหมือนเช่นในปัจจุบัน

ผู้เขียนขอเสนอแนะให้แก้ไขข้อความใน มาตรา 32 วรรคแรก เป็นดังนี้ “มาตรา 32 ห้ามมิให้ผู้ใดโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือแสดงชื่อหรือเครื่องหมายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีลักษณะของข้อความเป็นการอวดอ้างสรรพคุณหรือชักจูงใจให้ผู้อื่นดื่ม โดยตรงหรือโดยอ้อมตามที่กำหนดในกฎกระทรวง” โดยเมื่อมีการออกกฎกระทรวงกำหนดหลักเกณฑ์และเงื่อนไขของข้อความที่มีลักษณะอวดอ้างสรรพคุณหรือชักจูงใจไว้อย่างละเอียดและชัดเจน โดยเฉพาะเนื้อหาและรายละเอียดที่กฎหมายอนุญาตให้ใช้เพื่อการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้นั้นย่อมไม่เกิดปัญหาการตีความและบังคับใช้กฎหมายและทำให้ประชาชนทั่วไปสามารถเข้าใจได้ว่าการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หรือแสดงชื่อ หรือเครื่องหมายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ลักษณะใดบ้างที่สามารถกระทำได้

3) นอกจากความไม่ชัดเจนของบทบัญญัติในมาตรา 32 วรรคแรกที่เหมาะสมควรแก้ไขให้ชัดเจนแล้วนั้น บทบัญญัติของมาตรา 32 วรรคสอง ก็มีความไม่ชัดเจนบางประการเช่นเดียวกัน

เนื่องจากมาตรา 32 วรรคสอง กำหนดให้ “การโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ใดๆ โดยผู้ผลิตเครื่องคัม แอลกอฮอล์ทุกประเภทให้กระทำได้เฉพาะการให้ข้อมูลข่าวสารและความรู้เชิงสร้างสรรค์สังคม โดยไม่มีการปรากฏภาพของสินค้าหรือบรรจุภัณฑ์ของเครื่องคัมแอลกอฮอล์นั้น เว้นแต่เป็นการ ปรากฏของภาพสัญลักษณ์ของเครื่องคัมแอลกอฮอล์ หรือสัญลักษณ์ของบริษัทผู้ผลิตเครื่องคัม แอลกอฮอล์นั้นเท่านั้น ทั้งนี้ ตามที่กำหนดในกฎกระทรวง” แต่บทบัญญัติดังกล่าวไม่ได้กำหนด รายละเอียดหลักเกณฑ์หรือลักษณะของข้อมูลข่าวสาร และความรู้เชิงสร้างสรรค์สังคมที่กฎหมาย อนุญาตให้แสดงได้จึงทำให้เกิดความสับสนและการตีความว่าข้อความลักษณะเช่นใดที่จะถือเป็น ข้อมูลข่าวสารและความรู้เชิงสร้างสรรค์สังคมที่กฎหมายอนุญาตให้โฆษณาได้

ผู้เขียนขอเสนอแนะให้แก้ไขข้อความใน มาตรา 32 วรรคสอง เป็นดังนี้ “การโฆษณา หรือประชาสัมพันธ์ใดๆ โดยผู้ผลิตเครื่องคัมแอลกอฮอล์ทุกประเภทให้กระทำได้เฉพาะการให้ ข้อมูลข่าวสาร และความรู้เชิงสร้างสรรค์สังคมที่มีลักษณะข้อความตามที่กำหนดในกฎกระทรวง โดยไม่มีการปรากฏภาพของสินค้าหรือบรรจุภัณฑ์ของเครื่องคัมแอลกอฮอล์นั้น เว้นแต่เป็นการ ปรากฏของภาพสัญลักษณ์ของเครื่องคัมแอลกอฮอล์ หรือสัญลักษณ์ของบริษัทผู้ผลิตเครื่องคัม แอลกอฮอล์นั้นเท่านั้น ทั้งนี้ ตามที่กำหนดในกฎกระทรวง” โดยเมื่อมีการออกกฎกระทรวงกำหนด หลักเกณฑ์และเงื่อนไขไว้อย่างละเอียดและชัดเจน โดยเฉพาะเนื้อหาและรายละเอียดของข้อมูล ข่าวสารและความรู้เชิงสร้างสรรค์สังคมที่กฎหมายอนุญาตให้ใช้เพื่อการ โฆษณาเครื่องคัม แอลกอฮอล์ได้นั้นย่อมไม่เกิดปัญหาการตีความและบังคับใช้กฎหมายและทำให้ประชาชนทั่วไป สามารถเข้าใจหลักเกณฑ์ การควบคุมการโฆษณาใน มาตรา 32 วรรคสอง ได้อย่างชัดเจน รวมทั้ง สามารถเข้าใจได้ว่าการแสดงข้อความเกี่ยวกับการให้ข้อมูลข่าวสาร และความรู้เชิงสร้างสรรค์สังคม ในลักษณะใดบ้างที่สามารถกระทำได้

4) เนื่องจากบทบัญญัติของมาตรา 32 วรรคสาม เป็นบทบัญญัติที่มีผลเป็นการยกเว้น การควบคุมโฆษณาเครื่องคัมแอลกอฮอล์ในมาตรา 32 วรรคแรกและวรรคสอง โดยยกเว้นให้ ผู้ประกอบธุรกิจผลิตและจำหน่ายเครื่องคัมแอลกอฮอล์สามารถ โฆษณาเครื่องคัมแอลกอฮอล์หรือ แสดงชื่อหรือเครื่องหมายของเครื่องคัมแอลกอฮอล์นอกราชอาณาจักรได้โดยไม่ต้องอยู่ภายใต้ หลักเกณฑ์ควบคุมตามมาตรา 32 วรรคแรกและวรรคสอง บทบัญญัตินี้จึงก่อให้เกิดปัญหา เป็นอุปสรรคในการประกอบธุรกิจเป็นการจำกัดการแข่งขันและจำกัดเสรีภาพที่ไม่เท่าเทียมกัน อีกทั้งยังเป็นการจำกัดเสรีภาพของประกอบธุรกิจผลิตและจำหน่ายเครื่องคัมแอลกอฮอล์ที่ไม่มี ศักยภาพเพียงพอในการ โฆษณาเครื่องคัมแอลกอฮอล์ภายนอกประเทศอันเป็นการขัดหรือแย้งต่อ รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550 มาตรา 43 เนื่องจากผู้ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับ

การผลิตและจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไม่สามารถแข่งขันกันได้อย่างเป็นธรรมและไม่มีผลใช้บังคับเป็นการทั่วไป

ผู้เขียนขอเสนอแนะให้ตัดข้อความใน มาตรา 32 วรรคสาม ออก ทั้งนี้ เพื่อให้เกิดความเป็นธรรมต่อผู้ประกอบการเกี่ยวกับการผลิตและจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างเท่าเทียมกัน

อย่างไรก็ดี เมื่อพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 เป็นบทบัญญัติที่มีโทษทางอาญาและมีผลกระทบต่อบุคคลทั่วไปในวงกว้างจึงทำให้บทบัญญัติที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต้องบัญญัติให้ชัดเจนไม่คลุมเครือเพื่อให้ประชาชนทั่วไปสามารถเข้าใจได้ว่าการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในลักษณะเช่นใดที่สามารถกระทำได้ภายใต้หลักเกณฑ์และเงื่อนไขใดเพื่อมิให้เกิดปัญหาในการตีความและการบังคับใช้กฎหมาย โดยหากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องสามารถตีความบทบัญญัติของกฎหมายไปในแนวทางเดียวกันย่อมทำให้การบังคับใช้กฎหมายมีประสิทธิภาพและเกิดความเป็นระเบียบเรียบร้อยในสังคมสืบไป

อนึ่ง จากการที่ผู้เขียนได้ศึกษาปัญหากฎหมายเกี่ยวกับการควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามมาตรา 32 แห่งพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ฯ ข้างต้น รวมทั้ง ได้วิเคราะห์ถึงประเด็นปัญหาในมุมต่างๆ แล้วนั้น ผู้เขียนเห็นว่า หากกฎหมายเกี่ยวกับการควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามมาตรา 32 แห่งพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ฯ ได้รับการแก้ไขโดยการกำหนดหลักเกณฑ์และเงื่อนไขในเรื่องดังกล่าวไว้ให้ละเอียดชัดเจนโดยเฉพาะเนื้อหาและรายละเอียดที่กฎหมายอนุญาตให้ใช้เพื่อการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ย่อมทำให้ปัญหากฎหมายเกี่ยวกับการควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้รับการแก้ไข ส่งผลให้ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็นภาครัฐหรือภาคเอกชน รวมถึงประชาชนทั่วไปสามารถปฏิบัติได้ถูกต้องตามหลักเกณฑ์ที่กฎหมายกำหนดไว้ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อสังคมส่วนรวมรวมถึงเจตนาของการบังคับใช้กฎหมายฉบับนี้ อีกทั้ง การที่กฎหมายที่มีโทษทางอาญามีบทบัญญัติที่ชัดเจนแน่นอนย่อมส่งผลให้ผู้ประกอบการและนักลงทุนต่างชาติที่ประสงค์จะเข้ามาลงทุนภายในประเทศมีความมั่นใจในนโยบายเศรษฐกิจด้านการค้าและการลงทุนของประเทศไทยมากขึ้น ส่งผลให้ระบบเศรษฐกิจของประเทศไทยเป็นไปในทิศทางที่ดีขึ้นและเป็นการเตรียมความพร้อมของประเทศรองรับการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนต่อไป