

บทที่ 4

กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ในบทที่ 4 เป็นผลการวิจัยในส่วนของ การวิจัยเอกสาร (Documentary Research เพื่ออธิบายปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ก่อนจะกล่าวถึงกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และมาตรการควบคุมโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทางโทรทัศน์ ขอกกล่าวถึงความหมายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยย่อ ดังนี้

แอลกอฮอล์เป็นคำนาม หมายถึง ของเหลวใส มีกลิ่นฉุน ระเหยได้ ติดไฟได้ ได้จากการสังเคราะห์ หรือการหมักจากน้ำตาลและแป้ง นำมาใช้ในรูปของสารบริสุทธิ์หรือเป็นส่วนประกอบเจือจาง เช่น ทำยา ตัวทำละลาย น้ำยาทำความสะอาด เป็นส่วนประกอบในเครื่องดื่มบางชนิด มีฤทธิ์ทำให้มีเมามา มี 2 ชนิดใหญ่ๆ คือ เมทิลแอลกอฮอล์ และเอทิลแอลกอฮอล์ เรียกเครื่องดื่มซึ่งทำให้มีเมมาอย่างกว้างๆ และค่อนข้างเป็นทางการว่า "เครื่องดื่มแอลกอฮอล์" (พจนานุกรม ฉบับมติชน พ.ศ.2547)

จากนิยามคำว่าแอลกอฮอล์ แห่งพระราชบัญญัติสุรา พ.ศ.2493 มาตรา 4 บัญญัติเกี่ยวกับสุราไว้ค่อนข้างกว้างกว่า "สุรา หมายรวมถึงวัตถุทั้งหลายหรือของผสมที่มีแอลกอฮอล์ ซึ่งสามารถใช้ดื่มกินได้ เช่น เกี่ยวกับน้ำสุราหรือซึ่งดื่มกินไม่ได้ แต่เมื่อได้ผสมกับน้ำหรือของเหลวอย่างอื่นแล้วสามารถดื่มกินได้เช่นเดียวกับสุรา" ดังนั้น นิยามนี้จึงหมายถึงตัวสุราเองและรวมถึงวัตถุและของผสมอื่นที่มีแอลกอฮอล์ที่เมื่อผ่านการผสมแล้วอาจดื่มกินได้เช่นเดียวกับสุรา

จากนิยามของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ดังกล่าว มีความหมายครอบคลุมไปถึงเครื่องดื่มที่ทำให้มีเมมาทุกชนิด ได้แก่¹ เบียร์ สุรา เหล้าโรง อุ กะแช่ ไวน์ สาโท วิสกี้ บรันดี รัม ยิน RTD²

¹ เบียร์ (Beer) หมายถึง น้ำเมาอย่างหนึ่งเป็นชนิดเมรัย ซึ่งคำว่าเมรัย ในพจนานุกรมออนไลน์ ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2542 (<http://rirs3.royin.go.th/dictionary.asp>) ได้ให้ความหมายของคำว่าเมรัย หรือเมรัยว่า น้ำเมาที่เกิดจากการหมักหรือแช่, น้ำเมาที่ไม่ได้กลั่น

เหล้าโรง หมายถึง เหล้าที่กลั่นจากโรงงานสุราโดยทั่วไปมักมีความเข้มข้นของเอทิลแอลกอฮอล์ประมาณ 28 ดีกรี หรือ 40 ดีกรี หรือเรียกอีกอย่างว่าเหล้าขาว

เครื่องดื่มแอลกอฮอล์นับได้ว่าเป็นเครื่องดื่มที่ทรงอิทธิพลที่สุดในสังคมไทยชนิดหนึ่ง นอกจากจะเป็นเครื่องดื่มที่ใช้สำหรับสังสรรค์กันในหมู่มิตรสหาย ใช้เป็นเครื่องดื่มประจํางานมงคลต่างๆ ในสังคม เป็นที่นิยมกันอย่างแพร่หลาย ยังใช้ในงานพิธีสำคัญต่างๆ เช่น พระราชพิธีพืชมงคลจรดพระนังคัลแรกนาขวัญในการเสด็จทวย แต่ในมิติหนึ่งก็มีเสียงคัดค้านจากหลายฝ่าย งานวิจัยทางการแพทย์พบว่าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นอันตรายต่อสุขภาพของผู้ดื่ม ซึ่งตัวเลขผู้ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศที่นับวันจะเพิ่มขึ้นและอายุของผู้เริ่มดื่มน้อยลงในทุกๆ ครั้งที่มีการสำรวจ (ยงยุทธ ขจรธรรม และคณะ, 2547) อันตรายนั้นยังตกไปสู่สังคมโดยรอบของผู้ดื่มต่างๆ เช่น อาจเกิดจากการเมาแล้วทะเลาะวิวาท หรือเมาแล้วขับยานพาหนะซึ่งอาจทำให้เกิดอุบัติเหตุได้ง่ายขึ้น การใช้ความรุนแรงในครอบครัว ปัญหาอาชญากรรม ยังคงเป็นข่าวที่ปรากฏให้เห็นในสื่ออยู่เป็นประจำ หรือการวิจัยทางการแพทย์มากมายที่สรุปว่า เครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นต้นเหตุที่ทำให้ร่างกายเจ็บป่วย เป็นสาเหตุของโรคร้ายแรงหลายโรคที่ทำให้ถึงขั้นเสียชีวิต

ด้วยการเป็นเครื่องดื่มที่มีทั้งผู้ที่เห็นประโยชน์และผู้ที่ไม่เห็นโทษในเครื่องดื่มชนิดนี้ ทำให้เกิดการถกเถียงถึงการปรากฏอยู่ในสังคมของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ทั้งในเรื่องด้านการสาธารณสุข ด้านภาษีอากร การจำกัดเวลาการขาย รวมทั้งการโฆษณาในสื่อต่างๆ เพื่อลดปริมาณความต้องการหน่วยงานและบุคลากรทางการแพทย์ สาธารณสุข จึงพยายามที่จะลดปริมาณการดื่ม และความต้องการซื้อเครื่องดื่มประเภทนี้เพื่อลดปัญหาที่จะตามมาจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การประชาสัมพันธ์จากหน่วยงานด้านการแพทย์ สาธารณสุข ฯลฯ เพื่อให้สังคมตระหนักถึงผลเสียที่ตามมาจากการดื่ม

อุ หมายถึง น้ำเมานชนิดหนึ่ง ใช้ปลายข้าวและกลบประสมกับแป้งเชื้อแล้วหมักไว้
 กะแช่ หมายถึง น้ำเมานชนิดหนึ่ง ใช้ข้าวเหนียวหนึ่งหมักแช่กับแป้งเชื้อ แต่ยังมีได้กลั่นเป็นสุรา
 ไวน์ หมายถึง เหล้าองุ่น
 .สาโท หมายถึง น้ำเมาที่ได้จากการหมัก เช่น น้ำข้าว อุ กะแช่
 วิสกี้ (Whisky) หมายถึง ชื่อสุรานชนิดหนึ่งกลั่นจากเมล็ดธัญพืชบางชนิด
 บรันดี (Brandy) หมายถึง ชื่อสุรานชนิดหนึ่งกลั่นจากเหล้าองุ่น
 รัม คือ สุราที่กลั่นจากน้ำตาล กากน้ำตาล
 ยิน (gin) เหล้าชนิดหนึ่งมีสีขาว (<http://th.wikipedia.org/wiki/>)

² เครื่องดื่ม RTD หรือ Ready to Drink คือ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ผสมหรือเจือจางแล้ว ส่วนมากมีแอลกอฮอล์ไม่เกิน 5% ของปริมาตร และมักผสมโซดาหรือน้ำผลไม้รสชาติต่างๆ

ในขณะที่มุมหนึ่งของสังคมกำลังรณรงค์สนับสนุนให้สังคมหลีกเลี่ยงการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ทางบริษัทผู้ผลิตและนำเข้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กลับต้องทำงานในมิติที่ต่างกันอย่างสิ้นเชิง เมื่อรัฐบาลเปิดเสรีการค้าสุราในประเทศเมื่อปี พ.ศ.2543 หลังจากที่เปิดเสรีการค้าเบียร์เมื่อปี พ.ศ.2537 มาแล้ว เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทั้งสุราและเบียร์กลายเป็นสินค้าที่มีมูลค่าปีละหลายหมื่นล้านบาทต่อปี เช่น มูลค่าโดยรวมในปี 2543 มากกว่า 45,000 บาท (บัณฑิต ศรีไพศาล, 2548, หน้า 1) ด้วยสภาวะสังคมและเศรษฐกิจที่มีการแข่งขันสูง การจำหน่ายและการส่งเสริมการขายเครื่องดื่มชนิดนี้จึงต้องใช้กลยุทธ์ต่างๆ ในการเพิ่มยอดขาย การโฆษณาและประชาสัมพันธ์สินค้าจึงต้องมีความหลากหลายและจำเพาะเจาะจงมากยิ่งขึ้น ในการเข้าถึงผู้บริโภค

ในขณะที่ พ.ร.บ. ควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 มีเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มชนิดนี้ หากมีการห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือมีการเพิ่มการควบคุมให้รัดกุมขึ้น วิธีการรูปแบบในการโฆษณาจะถูกกำหนดโดยเนื้อหาของ พ.ร.บ.ฉบับนี้โดยตรง ซึ่งจะส่งผลกระทบต่ออาจทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในกลุ่มผู้เกี่ยวข้องในธุรกิจการโฆษณาอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ จึงเป็นที่น่าสังเกตว่าหากเกิดการควบคุม การดำเนินการของผู้เกี่ยวข้องกับธุรกิจโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จะเป็นไปในลักษณะใด เม็ดเงินมหาศาลที่ใช้ในการโฆษณาเครื่องดื่มชนิดนี้จะถูกใช้ไปในการดำเนินการรูปแบบใด และใครได้รับผลกระทบมากที่สุดกับมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่เป็นที่ถกเถียงกันถึงการจำกัดเวลาในการโฆษณา และการควบคุมจะเป็นบรรทัดฐานในการกำหนดทิศทางการดำเนินงานของผู้เกี่ยวข้องกับธุรกิจโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยตรง คือ

- ผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ยี่ห้อต่างๆ

- สถานีโทรทัศน์ฟรีทีวีทั้ง 6 ช่อง คือ ช่อง 3, 5, 7, 9, 11 และช่อง Titv (ปัจจุบันเปลี่ยนแปลงเป็นช่องทีวีสาธารณะ TPBS)

- รายการโทรทัศน์ที่ได้รับการสนับสนุนจากผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์

- บริษัทตัวแทนโฆษณา (Advertising Agency)

ซึ่งการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เช่น การโฆษณาที่ลดลงจากมาตรการควบคุม การเปลี่ยนแปลงแผนการตลาดและการโฆษณา รวมไปถึงการเปลี่ยนแปลงรูปแบบและประเภทของสื่อโฆษณา โดยการปรับเปลี่ยนดังกล่าวขึ้นอยู่กับรูปแบบขององค์กร การทำงาน และความเกี่ยวข้องกับโฆษณาแตกต่างกันไปในแต่ละกลุ่ม

แผนภาพที่ 1 แสดงสมมติฐานและกระบวนการวิจัย "ผลกระทบของมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในโฆษณาโทรทัศน์"



ต้นเหตุ (หรือตัวแปรต้น) ที่ทำให้เกิดผลกระทบที่จะปรากฏในงานวิจัยครั้งนี้คือ มาตรการหรือกฎหมายมาตราต่างๆ ที่ออกมาควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในด้านต่างๆ รายละเอียดของกฎหมายและการตีความสรุปถึงตัวกฎหมายที่บังคับใช้ปัจจุบัน การลำดับชั้นของกฎหมาย การหักล้างกันทางกฎหมายและวิธีการบังคับใช้ รวมถึงวิธีการและรูปแบบที่สามารถโฆษณาได้ โดยวิเคราะห์จากกฎหมายที่ประกาศใช้กับหลักพื้นฐานของการบังคับใช้กฎหมาย จุดประสงค์ของบทที่ 4 คือการทำความเข้าใจกับกฎหมาย ระเบียบ คำสั่ง ข้อบังคับ ที่บังคับใช้กับผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์และนำไปสู่รูปแบบของการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสื่อโทรทัศน์ในส่วนต่อไป โดยรายละเอียดของบทที่ 4 แบ่งออกเป็นส่วนต่างๆ ดังนี้

- 4.1. กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
- 4.2. กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสื่อโทรทัศน์
- 4.3. พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551

- 4.4. ความสัมพันธ์ของการจำกัดเวลาและการจำกัดเนื้อหาโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
 4.5. สรุปมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์-มาตรการควบคุมผลิตภัณฑ์ยาสูบ

4.1. กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

พระราชบัญญัติสุรา พ.ศ.2493 เป็นกฎหมายหลักเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับสุราที่บังคับใช้อยู่จนถึงปัจจุบัน ครอบคลุมการกำหนดกฎเกณฑ์ข้อบังคับเกี่ยวกับการทำสุราและนำเข้าสุรามาในราชอาณาจักร ภาษีสุรา การใช้และการขนส่งสุรา การขายสุรา เชื้อสุรา และบทกำหนดโทษ โดยที่มีการปรับปรุงรายละเอียดข้อบังคับต่างๆ และอัตราภาษีตามสภาพเศรษฐกิจในแต่ละยุคสมัย

รัฐบาลเริ่มมีการควบคุมการเข้าถึงและหาซื้อสุราครั้งแรก โดยเป็นการจำกัดเวลาขายตามกฎกระทรวงการคลัง พ.ศ.2504 ออกตามความใน พ.ร.บ.สุรา พ.ศ.2493 กำหนดให้ผู้ได้รับอนุญาตจำหน่ายปลีกสุรา (จำหน่ายครั้งละต่ำกว่า 10 ลิตร) ที่ไม่ใช่การจำหน่ายเพื่อดื่ม ณ สถานที่ขายจำหน่ายได้เฉพาะเวลา 11.00 – 14.00 น. และ 17.00 -02.00 น. ของวันถัดไป

ในด้านมาตรการการจำกัดสถานที่ดื่ม ตามพระราชบัญญัติสถานบริการ พ.ศ. 2509 มาตรา 16 (2) กำหนดห้ามมิให้ผู้อนุญาตตั้งสถานบริการยินยอมหรือปล่อยให้ผู้มีอาการมึนเมาจนประพฤตินุญวายหรือครองสติไม่ได้เข้าไปหรืออยู่ในสถานบริการระหว่างเวลาทำการ มาตรา 16 (3) ห้ามมิให้จำหน่ายสุราแก่ผู้มีอาการมึนเมาจนประพฤตินุญวายหรือครองสติไม่ได้ และมาตรา 16/1 ห้ามมิให้ผู้ได้รับอนุญาตตั้งสถานบริการยินยอมหรือปล่อยให้ผู้ที่มีอายุต่ำกว่ายี่สิบปีบริบูรณ์ซึ่งมิได้ทำงานในสถานบริการนั้นเข้าไปในสถานบริการระหว่างทำการ

ในช่วงต่อมา มีมาตรการต่างๆ ตามมาอีกหลายมาตรการ ต่อไปนี้เป็นรายชื่อกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทย มาตรการควบคุมที่ออกมาทั้งหมดเป็นการรวบรวมจากกฎหมาย คำสั่ง และระเบียบข้อบังคับที่ออกโดยหน่วยงานราชการทั้งสิ้น 8 หมวดได้แก่ รัฐธรรมนูญ พระราชกฤษฎีกา กฎกระทรวง กฎหมายองค์การบัญญัติพระราชบัญญัติ ประมวลกฎหมาย พระราชกำหนด และมติคณะรัฐมนตรี

ตารางที่ 15 กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทย

ปี	เหตุการณ์สำคัญ / มาตรการที่ใช้ควบคุม	สาระสำคัญของมาตรการ	ผู้ได้รับผลกระทบโดยตรง
พ.ศ. 2329	กฎหมายเรื่อง น้ำสุรา จ.ศ. 1148	- ห้ามการดื่มกลั่นสุราโดยไม่ได้รับอนุญาต - จัดเก็บภาษีสุรา	ผู้ผลิตสุรา
พ.ศ. 2456	รัฐเก็บภาษีสุราแทนนายอากรเอกชน	-	นายอากรเอกชน, ผู้ผลิต
พ.ศ. 2470	กรมสรรพสามิตเริ่มผลิตสุราเองเป็นครั้งแรก	-	ผู้ผลิต, ผู้นำเข้า, ผู้จำหน่าย, ผู้บริโภค
พ.ศ.2493	พระราชบัญญัติสุรา พ.ศ.2493	-	ผู้ผลิต, ผู้นำเข้า, ผู้จำหน่าย, ผู้บริโภค
พ.ศ.2493	พระราชบัญญัติสุรา พ.ศ.2493 (ฉบับที่ 2)	-	ผู้ผลิต, ผู้นำเข้า, ผู้จำหน่าย, ผู้บริโภค
พ.ศ.2493	พระราชบัญญัติสุรา พ.ศ.2493 (ฉบับที่ 3)	-	ผู้ผลิต, ผู้นำเข้า, ผู้จำหน่าย, ผู้บริโภค
พ.ศ.2504	กฎกระทรวงการคลัง พ.ศ.2504	กำหนดเวลาและสถานที่ขาย	ผู้จำหน่าย, ผู้บริโภค
พ.ศ. 2509	พระราชบัญญัติสถานบริการ พ.ศ. 2509	-	ผู้จำหน่าย, ผู้บริโภค
พ.ศ.2521	พระราชบัญญัติ สุรา พ.ศ. 2493 (ฉบับที่ 4 พ.ศ.2521)	ยกเว้นภาษีสุราแก่ผู้ทำสุราในประเทศ	ผู้ผลิต
พ.ศ.2521	พระราชบัญญัติ สุรา พ.ศ. 2493 (ฉบับที่ 5 พ.ศ.2521)	ขึ้นภาษีและใบอนุญาตขายสุรา	ผู้ผลิต, ผู้นำเข้า, ผู้จำหน่าย, ผู้บริโภค

ปี	เหตุการณ์สำคัญ / มาตรการที่ใช้ควบคุม	สาระสำคัญของมาตรการ	ผู้ได้รับผลกระทบโดยตรง
พ.ศ.2522	พระราชบัญญัติจราจรทางบก พ.ศ.2522	เจ้าพนักงานจราจรหรือพนักงานเจ้าหน้าที่ที่มีอำนาจในการสั่งให้ผู้ขับขี่หยุดรถ และสามารถสั่งให้มีการทดสอบว่าผู้ขับขี่หย่อนความสามารถในการขับ หรือเมาสุราหรือของอย่างอื่นหรือไม่	ผู้บริโภค
10/9/27	พระราชบัญญัติ จัดสรรเงินภาษีสุรา พ.ศ.2527	การจัดสรรเงินภาษีสุราเพื่อการนำไปใช้	ผู้ผลิต, ผู้นำเข้า, ผู้จำหน่าย
21/11/34	พระราชบัญญัติ สุรา พ.ศ. 2493 (ฉบับที่ 6 พ.ศ.2534)	ยกเลิกภาษีการค้า และใช้ระบบภาษีมูลค่าเพิ่มภาษีสุรา	ผู้ผลิต, ผู้นำเข้า, ผู้จำหน่าย
25/12/34	พระราชบัญญัติ สุรา พ.ศ. 2493 (ฉบับที่ 7 พ.ศ.2534)	กำหนดอัตราภาษีสุรา	ผู้ผลิต, ผู้นำเข้า, ผู้จำหน่าย, ผู้บริโภค
พ.ศ. 2537	กฎกระทรวง ฉบับที่ 16 พ.ศ. 2537 (ออกตามความใน พ.ร.บ. จราจรทางบก 2522)	กำหนดไม่ให้ผู้ขับขี่ขับรถขณะเมาสุรา และการกำหนดระดับแอลกอฮอล์ในเลือดที่ผิดกฎหมาย คือ 50 มิลลิกรัมเปอร์เซ็นต์ เพื่อเป็นการสนับสนุนการควบคุมปัญหาอุบัติเหตุจากการเมาสุรา	ผู้บริโภค
พ.ศ. 2540	ประกาศกระทรวงสาธารณสุข ฉบับที่ 177 พ.ศ. 2540	ข้อ 5 กำหนดให้มีฉลากโดยติดฉลากคำเตือน โดยต้องแสดงข้อความ "คำเตือน: การดื่มสุราทำให้ความสามารถในการขับขี่ยานพาหนะลดลง" บนผลิตภัณฑ์สุรา	ผู้ผลิต, ผู้นำเข้า, ผู้จำหน่าย, ผู้บริโภค
8/1/46	ประกาศคณะกรรมการการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เรื่อง การจัดสรรเงินภาษีสุรา พ.ศ.2546	-	ผู้ผลิต

ปี	เหตุการณ์สำคัญ / มาตรการที่ใช้ควบคุม	สาระสำคัญของมาตรการ	ผู้ได้รับผลกระทบโดยตรง
21/1/46	ประกาศกรมสรรพสามิต เรื่อง กำหนดมูลค่าของสุราราชอาณาจักรเพื่อเป็นเกณฑ์ในการกำหนดภาษี	กำหนดมูลค่าของสุราราชอาณาจักรในประเทศ	ผู้ผลิต, ผู้จำหน่าย
22/1/46	ประกาศกรมสรรพสามิต เรื่องหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขการอนุญาตให้ทำและขายสุราราชอาณาจักรผลไม้ สุราแช่พื้นเมือง และสาแช่อื่นนอกจากเบียร์ พ.ศ.2546	กำหนดหลักเกณฑ์การขายสุราพื้นบ้าน	ผู้ผลิต
22/1/46	ประกาศกรมสรรพสามิต เรื่องหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขการอนุญาตให้ทำและขายสุรกลั่นซุ่มชน พ.ศ.2546	กำหนดหลักเกณฑ์มาตรการทางภาษีของสุราพื้นบ้าน	ผู้ผลิต
8/7/46	ประกาศกระทรวงสาธารณสุข เรื่องสุรา พ.ศ.2546	คุ้มครองผู้บริโภคและไม่บริโภคสุรา	ผู้บริโภค
29/7/46	มติคณะรัฐมนตรีวันที่ 29 ก.ค. 2546 เรื่อง การกำหนดโครงการเพื่อยกระดับมาตรฐานความปลอดภัยทางถนน	กรมประชาสัมพันธ์ออกประกาศฉบับใหม่ห้ามการโฆษณาเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ ระหว่างเวลา 05.00 - 22.00 น.	ผู้บริโภค, สื่อมวลชน, ผู้ทำการโฆษณา
19/9/46	ประกาศสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา เรื่องการกำหนดหลักเกณฑ์การโฆษณาเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ พ.ศ.2546 (ออกตามความในมติคณะรัฐมนตรีวันที่ 29 กรกฎาคม 2546 กำหนดหลักเกณฑ์การโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของกาเฟอีนทางสถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์)	ห้ามโฆษณาเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ในระหว่างเวลา 05.00-22.00 น. และอนุญาตให้โฆษณาในลักษณะการเสนอภาพลักษณ์ของบริษัทหรือกิจการ (Corporate Image) เท่านั้น	สื่อมวลชน, ผู้ทำการโฆษณา

ปี	เหตุการณ์สำคัญ / มาตรการที่ใช้ควบคุม	สาระสำคัญของมาตรการ	ผู้ได้รับผลกระทบโดยตรง
25/9/46	<p>ประกาศกรมประชาสัมพันธ์ วันที่ 25 กันยายน 2546 เรื่อง "หลักเกณฑ์การโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของกาเฟอีนทางสถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์"</p> <p>(ออกตามความในมติคณะรัฐมนตรีวันที่ 29 กรกฎาคม 2546 กำหนดหลักเกณฑ์การโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของกาเฟอีนทางสถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์)</p> <p>ประกาศกรมประชาสัมพันธ์ (ต่อ)</p>	<p>ห้ามโฆษณาเครื่องดื่มทุกชนิดที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ไม่ว่าจะเป็นสุรา ไวน์ เบียร์ สาโท หรือเครื่องดื่มอื่นใดซึ่งมีปริมาณแอลกอฮอล์มากกว่าร้อยละ 0.5 ของน้ำหนัก ทางวิทยุกระจายเสียงหรือวิทยุโทรทัศน์ ตั้งแต่เวลา 05.00-22.00 น. ยกเว้นกรณีอย่างใดอย่างหนึ่งดังต่อไปนี้</p> <p>(1) การเผยแพร่เครื่องหมายการค้า ชื่อผลิตภัณฑ์หรือชื่อผู้ผลิตเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ซึ่งติดมากับการถ่ายทอดการแข่งขันกีฬาภายในประเทศ หรือรายการกีฬาจากต่างประเทศ</p> <p>(2) การเผยแพร่ภาพเครื่องหมายการค้า ชื่อผลิตภัณฑ์หรือชื่อผู้ผลิตเครื่องดื่มอันเป็นอย่างเดียวกับเครื่องหมายการค้า ชื่อผลิตภัณฑ์ หรือสินค้าประเภทอื่นที่มีได้ มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ และมีได้มีการกล่าวอ้างหรือพาดพิงถึงผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ดังกล่าว</p> <p>(3) การเผยแพร่ชื่อเฉพาะของรายการวิทยุหรือรายการโทรทัศน์ที่มีชื่อผลิตภัณฑ์ หรือชื่อผู้ผลิตเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์รวมอยู่ด้วย และไม่อาจหลีกเลี่ยงหรือแก้ไขได้ โดยต้องไม่มีภาพผลิตภัณฑ์</p>	สื่อมวลชน, ผู้ทำการโฆษณา

		ประกอบเชิญชวนให้บริโภค หรือกล่าวถึงสรรพคุณ คุณประโยชน์ หรือคุณภาพของผลิตภัณฑ์นั้น (4) การโฆษณาเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์และต้องห้าม ตามข้อ 1 ระหว่างเวลา 22.00-05.00 น. ให้กระทำได้ เฉพาะการเสนอภาพลักษณ์ของบริษัท หรือกิจการ (corporate image) เท่านั้น	
23/10/46	ประกาศกรมสรรพสามิต เรื่องกำหนดด้านศุลกากรอื่นสำหรับการนำสุรา เข้ามาในราชอาณาจักรพ.ศ.2546	กำหนดด้านศุลกากรในการตรวจและภาษีสุรานำเข้า	ผู้ผลิต, ผู้นำเข้า, ผู้จำหน่าย
17/11/46	ประกาศกรมสรรพสามิต เรื่องอนุญาตให้ผู้ได้รับใบอนุญาตขายสุรา ออก หนังสือสำคัญสำหรับการขนสุราออกจากสถานที่ขายสุราของตนเองได้ พ.ศ.2547	อนุญาตให้ผู้ได้รับใบอนุญาตขายสุราประเภทที่ 1 หรือ ประเภทที่ 2 ออกหนังสือสำคัญสำหรับการขนสุราออก จากสถานที่ขายสุราของตนเองได้	ผู้ผลิต, ผู้นำเข้า, ผู้จำหน่าย
26/11/46	ประกาศกระทรวงสาธารณสุข พ.ศ.2546	กำหนดค่าเตือนบนฉลาก	ผู้ผลิต, ผู้นำเข้า, ผู้จำหน่าย
11/12/46	ประกาศกรมสรรพสามิต เรื่องกำหนดหน่วยงานตรวจวิเคราะห์คุณภาพสุรา พ.ศ.2546	กำหนดให้สถาบันค้นคว้าและพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหาร ม.เกษตรศาสตร์ เป็นหน่วยงานตรวจวิเคราะห์คุณภาพ สุรา	ผู้ผลิต, ผู้นำเข้า, ผู้จำหน่าย
31/12/46	ประกาศกรมสรรพสามิต เรื่องกำหนดเครื่องหมายการขีดฆ่าแสดมปีสุราที่ นำไปปิดภาชนะสุราแช่และผลิตภัณฑ์สุรากลั่นชุมชน พ.ศ.2546	-	ผู้ผลิต, ผู้นำเข้า, ผู้จำหน่าย
11/5/47	ระเบียบกรมสรรพสามิต ว่าด้วยเรื่องการขอคืนเงินภาษีสุรา สำหรับสุราที่ แปรสภาพไปเองจนไม่สมควรจะใช้ดื่มต่อไป พ.ศ.2547	การขอคืนเงินภาษีสุรา สำหรับสุราที่แปรสภาพจนดื่ม ไม่ได้	ผู้ผลิต, ผู้นำเข้า, ผู้จำหน่าย
13/5/47	ประกาศกรมสรรพสามิต เรื่องมาตรฐานสุรา พ.ศ.2547	กำหนดมาตรฐานคุณภาพเรื่องสารเคมี วัตถุเจือปน อาหาร และสารปนเปื้อน	ผู้ผลิต, ผู้นำเข้า, ผู้จำหน่าย

ปี	เหตุการณ์สำคัญ / มาตรการที่ใช้ควบคุม	สาระสำคัญของมาตรการ	ผู้ได้รับผลกระทบโดยตรง
13/5/47	ระเบียบกรมสรรพสามิต ว่าด้วยวิธีการ เงื่อนไข และแนวทางปฏิบัติในการงดเว้นไม่เรียกเก็บภาษีสุรา และการลดหย่อนภาษีสุรา พ.ศ.2547	ให้ผู้ผลิตสุรารายอื่นเรื่องต่อผู้ควบคุมโรงงานสุรา (เจ้าหน้าที่สรรพสามิต) พิจารณาลดหย่อนภาษี	ผู้ผลิต, ผู้นำเข้า, ผู้จำหน่าย
10/3/48	ระเบียบกรมสรรพสามิต ว่าด้วยการปฏิบัติเกี่ยวกับการรับชำระเงินค่าธรรมเนียม ใบอนุญาตขายสุรา ยาสูบ และไฟ ผ่านธนาคาร พ.ศ.2548	-	ผู้ผลิต, ผู้นำเข้า, ผู้จำหน่าย
6/6/48	ประกาศสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา เรื่องการกำหนดหลักเกณฑ์การโฆษณาเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ พ.ศ.2548	กำหนดค่าเตือน 6 แบบในการโฆษณา	ผู้ผลิต, ผู้นำเข้า, ผู้จำหน่าย, สื่อมวลชน, ผู้ทำการโฆษณา
30/8/48	กฎกระทรวงการคลัง กำหนดอัตราภาษีสุราในเขตพื้นที่ภัยพิบัติ พ.ศ.2548	กำหนดอัตราภาษีสุราในเขตพื้นที่ภัยพิบัติ	ผู้ผลิต, ผู้นำเข้า, ผู้จำหน่าย
6/9/48	กฎกระทรวงการคลัง กำหนดชนิดและอัตราภาษีสุรา พ.ศ.2548	กำหนดชนิดสุราและอัตราภาษีสุรา	ผู้ผลิต, ผู้นำเข้า, ผู้จำหน่าย, ผู้บริโภค
17/11/48	กฎกระทรวงการคลัง การออกใบอนุญาตขายสุราและก่ำรายสุรา พ.ศ. 2548		รัฐ, ผู้ผลิต, ผู้นำเข้า, ผู้จำหน่าย, ผู้บริโภค
17/10/49	ประกาศสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา เรื่องให้เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์เป็นสินค้าที่ควบคุมฉลาก พ.ศ.2549	ควบคุมฉลากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	รัฐ, ผู้ผลิต, ผู้นำเข้า, ผู้จำหน่าย
18/10/49	คำสั่งสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา เรื่องห้ามการโฆษณาเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ พ.ศ.2549	ห้ามการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	ผู้ผลิต, ผู้นำเข้า, ผู้จำหน่าย, สื่อมวลชน, ผู้ทำการโฆษณา

จากตารางที่ 15 แสดงให้ภาพว่า มีมาตรการที่ออกมาควบคุมและบังคับใช้ในขอบเขตในลักษณะที่แตกต่างกัน ในหลายๆ มาตรการมักเป็นการออกกฎหมาย พระราชบัญญัติออกมาก่อน เพื่อเป็นการกำหนดทิศทางในการบังคับใช้อย่างกว้างๆ และออกกฎระเบียบตามมาเพื่อกำหนดกฎระเบียบให้ชัดเจนเป็นเรื่องๆ ไป จากตารางจะเห็นได้ว่า มาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ประกาศบังคับใช้ตั้งแต่ ปี พ.ศ.2339 – ปัจจุบัน แบ่งได้เป็น 3 หมวดใหญ่ๆ คือ

- มาตรการด้านการควบคุมการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
 - มาตรการด้านการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
 - มาตรการด้านการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และลดผลกระทบ
- ซึ่งประกอบไปด้วยรายละเอียดดังนี้

4.1.1. มาตรการด้านการควบคุมการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

มาตรการด้านการควบคุมการผลิต หมายถึง มาตรการ หรือ คำสั่ง หรือ กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการผลิต การควบคุมคุณภาพ รวมถึงการกำหนดราคาและมาตรการทางภาษีของธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ กฎหมายมาตรการแรกๆ ที่เกี่ยวข้องคือ พระราชบัญญัติสุรา พ.ศ. 2493 และกฎกระทรวงที่ออกตามความในพระราชบัญญัตินี้ซึ่งมีสาระสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการทำสุราและการนำเข้าสุรามาในราชอาณาจักร ภาษีสุรา การใช้และการขนส่งสุรา การขายสุรา เชื้อสุรา และบทกำหนดโทษ มีเนื้อหาในมาตราสำคัญดังต่อไปนี้

ในมาตรา 4 แห่งพระราชบัญญัติสุรา บัญญัติว่า “สุรา หมายความว่ารวมถึงวัตถุทั้งหลายหรือของผสมที่มีแอลกอฮอล์ ซึ่งสามารถใช้ดื่มกินได้ เช่น เกี่ยวกับน้ำสุราหรือซึ่งดื่มกินไม่ได้ แต่เมื่อได้ผสมกับน้ำหรือของเหลวอย่างอื่นแล้ว สามารถดื่มกินได้เช่นเดียวกับสุรา” ดังนั้น นิยามนี้จึงหมายถึงตัวสุราเอง และรวมถึงวัตถุและของผสมอื่นที่มีแอลกอฮอล์ที่เมื่อผ่านการผสมแล้วอาจดื่มกินได้เช่นเดียวกับสุรา พระราชบัญญัตินี้ยังได้กำหนดนิยามคำว่า “สุราแช่” หมายความว่า สุราที่ไม่ได้กลั่น และให้หมายความรวมถึงสุราแช่ที่ได้ผสมกับสุรากลั่นแล้ว แต่ยังมีแรงแอลกอฮอล์ไม่เกินสิบห้าดีกรีด้วย และ “สุรากลั่น” หมายความว่า สุราที่ได้กลั่นแล้ว และให้หมายความรวมถึงสุรากลั่นที่ได้ผสมกับสุราแช่แล้ว แต่ยังมีแรงแอลกอฮอล์ไม่ต่ำกว่าสิบห้าดีกรีด้วย นอกจากนี้ ในมาตรา 47 (1) ได้ให้อำนาจแก่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังออกกฎกระทรวงกำหนดชนิดของสุรา ซึ่งปัจจุบันได้มีกฎกระทรวงฉบับที่ 46 พ.ศ. 2513 กำหนดชนิดของสุรากลั่นไว้ดังต่อไปนี้

- ชนิดของสุรสามทับ¹ คือ สุรากลั่นที่มีแรงแอลกอฮอล์เกินกว่าแปดสิบดีกรีขึ้นไป
 - ชนิดสุรสาม คือ สุราที่ปราศจากเครื่องย้อมหรือสิ่งผสมปรุงแต่ง มีแรงแอลกอฮอล์ต่ำกว่าแปดสิบดีกรี
 - ชนิดสุรามผสม คือ สุรากลั่นที่ใช้สุรสามหรือสุรสามทับมาปรุงแต่ง มีแรงแอลกอฮอล์ต่ำกว่าแปดสิบดีกรี
 - ชนิดสุราปรุงพิเศษ สุรากลั่นที่ใช้สุรสามทับ มาปรุงแต่ง มีแรงแอลกอฮอล์ต่ำกว่าแปดสิบดีกรี
 - ชนิดสุราพิเศษ คือสุราที่ทำขึ้นโดยใช้กรรมวิธีพิเศษ มีแรงแอลกอฮอล์ต่ำกว่าแปดสิบดีกรี
- แบ่งเป็นสองประเภท คือ
- (ก) ประเภทวิสกี้ บรั่นดี รัม ยิน หรือสุราแบบต่างประเทศอย่างอื่น
 - (ข) ประเภทเกาเหลียง เชียงซุน บุนก้วยไล้ว หรือสุราแบบจีนอย่างอื่น

เนื้อหาในพระราชบัญญัติสุรา พ.ศ. 2493 การทำสุราและการนำสุราเข้ามาในราชอาณาจักรใบอนุญาตให้เสียภาษีโดยวิธีอื่น หากรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังเห็นสมควรเพื่อประโยชน์ในการจัดเก็บภาษี เพื่อเป็นการส่งเสริมการผลิตสุราเพื่อส่งออกไปยังนอกราชอาณาจักร มาตรา 7 วรรคสอง กำหนดให้ผู้รับใบอนุญาตทำสุราขอยกเว้นสำหรับสุราที่ตนเองทำในราชอาณาจักรและส่งออกไปยังนอกราชอาณาจักร และยังมีสิทธิในการรับคืนค่าภาษีสุราได้อีกด้วย รายละเอียดสรุปได้ดังนี้

กรณีการขอยกเว้นภาษีสำหรับสุราที่ตนเองทำในราชอาณาจักรและส่งออกป็นนอกราชอาณาจักร ผู้รับใบอนุญาตทำสุราจะต้องปฏิบัติตามวิธีการและเงื่อนไขที่กำหนดในกฎกระทรวงเกี่ยวกับการขอและการยกเว้นภาษีสุรา การเก็บและการขนสุราออกจากโรงงานเพื่อส่งออกไปนอกราชอาณาจักร (กฎกระทรวง ฉบับที่ 67 พ.ศ. 2521) หากผู้ใดฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามกฎกระทรวงที่ออกตามมาตรา 11 ต้องระวางโทษปรับไม่เกินสองหมื่นบาท (มาตรา 35 ทวิ) นอกจากนี้พระราชบัญญัตินี้ได้กำหนดโทษไว้สำหรับผู้ขายและผู้ซื้อสุราที่ได้รับการยกเว้นภาษีตามมาตรา 11 หรือสุราที่มีสิทธิได้รับคืนค่าสุรา และสุรานั้นได้ส่งออกไปนอกราชอาณาจักรแล้ว ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหกเดือน หรือปรับไม่เกินสี่เท่าของภาษีสุราตามที่กำหนดไว้ในกฎกระทรวง

¹ สุรสามทับ หมายถึง เอทิลแอลกอฮอล์ซึ่งผลิตได้โดยองศ์กรสุราเพียงแห่งเดียวเท่านั้น เป็นสุราที่มีแรงแอลกอฮอล์ตั้งแต่ 80 ดีกรีขึ้นไป โดยนำไปใช้ในทางการแพทย์ เภสัชกรรม วิทยาศาสตร์ หรือนำไปผสมกับน้ำมันเชื้อเพลิง นอกจากนี้สามารถนำมาผสมน้ำให้เจือจางเพื่อใช้ดื่มแทนสุราได้ด้วย

และต้องไม่น้อยกว่าลิตรละหนึ่งร้อยบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ เศษของลิตรให้ถือว่าเป็นหนึ่งลิตร (มาตรา 33 ทวิ) สำหรับผู้ซื้อหรือมีไว้ในครอบครองซึ่งสุราดังกล่าว ต้องระวางโทษเฉพาะโทษปรับ โดยปรับไม่เกินสองเท่าของภาษีสุราตามที่กำหนดไว้ในกฎกระทรวง แต่ต้องไม่น้อยกว่าลิตรละห้าสิบบาท เศษของลิตรให้ถือว่าเป็นหนึ่งลิตร (มาตรา 34 ทวิ)

สำหรับผู้นำเข้าสุรามาในราชอาณาจักรจะต้องเสียภาษีสุราโดยปิดแสตมป์สุราที่ภาษนะบรรจสุราตามอัตราที่กำหนดในกฎกระทรวง เว้นแต่สุรานั้นมีปริมาณไม่เกินหนึ่งลิตรและได้เปิดภาษนะที่บรรจนั้นแล้ว การปิดแสตมป์จะต้องปิดก่อนขนถ่ายด้านศุลกากร แต่อธิบดีกรมสรรพสามิตอาจอนุญาตให้นำไปปิด ณ สถานที่อื่นในความควบคุมของพนักงานเจ้าหน้าที่ก็ได้ (มาตรา 8) หากผู้ใดฝ่าฝืน มีความผิดระวางโทษปรับไม่เกินสองพันบาท (มาตรา 36) นอกจากนี้ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังอาจประกาศกำหนดให้กรมศุลกากรเรียกเก็บภาษีเพื่อกรมสรรพสามิตก็ได้ (มาตรา 8 ฉ)

การเสียภาษีสูรานั้น หากพระราชบัญญัตินี้กำหนดให้เสียภาษีสุราในอัตราทั้งตามมูลค่า และตามปริมาณ ให้เสียภาษีในอัตราที่คิดเป็นเงินสูงกว่า (มาตรา 8 ตริ) การเสียภาษีตามมูลค่านั้น ให้ถือมูลค่ารวมภาษีสุราที่ต้องพึงชำระด้วย ในกรณีดังนี้

1) สุราที่ทำในราชอาณาจักร ให้ถือตามราคาขาย ณ โรงงานสุรา

ในกรณีไม่มีราคาขาย ณ โรงงานสุรา หรือราคาขาย ณ โรงงานสุราดังกล่าวมีหลายราคา ให้ถือราคาตามที่อธิบดีประกาศตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่กำหนดไว้ในกฎกระทรวง

เพื่อประโยชน์ในการจัดเก็บภาษี อธิบดีภายใต้อนุมัติรัฐมนตรีมีอำนาจประกาศมูลค่าของสุราที่ทำในราชอาณาจักรเพื่อถือเป็นเกณฑ์ในการคำนวณภาษี โดยกำหนดจากราคาขาย ณ โรงงานสุราในตลาดปกติได้

2) สุราที่นำเข้ามาในราชอาณาจักร ให้ถือราคา ซี.ไอ.เอฟ.ของสุราบวกด้วยอากรขาเข้า ค่าธรรมเนียมพิเศษตามกฎหมายว่าด้วยการส่งเสริมการลงทุน และภาษี และค่าธรรมเนียมอื่น ตามที่จะได้กำหนดโดยพระราชกฤษฎีกา แต่ไม่รวมถึงภาษีมูลค่าเพิ่มตามที่กำหนดในหมวด 4 ลักษณะ 2 แห่งประมวลรัษฎากร

ผู้ได้รับใบอนุญาตทำสุรา ต้องแจ้งราคาขาย ณ โรงงานสุราต่ออธิบดีกรมสรรพสามิตตามแบบและภายในระยะเวลาที่อธิบดีกำหนด (มาตรา 8 เบญจ) หากไม่แจ้งราคาขาย หรือการแจ้งราคาขายดังกล่าวไม่ถูกต้องตามความเป็นจริง ต้องระวางโทษปรับไม่เกินสองหมื่นบาท แต่หากแจ้งราคาเท็จ ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหนึ่งปี หรือปรับไม่เกินห้าหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ (มาตรา 43 ทวิ)

ด้านการใช้และการขนส่ง ในมาตรา 12 กำหนดห้ามใช้สุราทำสิ่งหนึ่งสิ่งใดตามที่กำหนดในกฎกระทรวงเพื่อการค้า ซึ่งก็คือ หัวน้ำหอมต่างๆ หัวน้ำเชื้อต่างๆ และน้ำยารักษาโรคต่างๆ (กฎกระทรวงฉบับที่ 5 พ.ศ.2493) เว้นแต่จะได้รับอนุญาตจากเจ้าพนักงานสรรพสามิต อย่างไรก็ตาม วัตถุประสงค์นี้ไม่ใช่บังคับแก่การใช้สุราในการปรุงยาตามใบสั่งของแพทย์ หากฝ่าฝืนกฎกระทรวงที่ออกตามมาตรา 12 นี้ จะต้องระวางโทษปรับไม่เกินห้าร้อยบาท (มาตรา 38) อนึ่ง ใบอนุญาตประเภทนี้จะใช้ได้เฉพาะสถานที่ที่ระบุไว้ในใบอนุญาตเท่านั้นและผู้รับใบอนุญาตจะต้องแสดงใบอนุญาตนั้นไว้ในที่เปิดเผยภาพได้ง่าย การเปลี่ยนแปลงสถานที่ที่ระบุไว้ในใบอนุญาต จะทำได้ต่อเมื่อได้ปฏิบัติตามเงื่อนไขและวิธีการที่กำหนดไว้ในกฎกระทรวง (มาตรา 26) หากผู้ใดฝ่าฝืน ต้องระวางโทษปรับไม่เกินสองพันบาท (มาตรา 37)

ด้านการขนส่ง มาตรา 13 กำหนดห้ามการขนส่งสุรายังมิได้เสียภาษีโดยถูกต้อง เว้นแต่จะได้รับใบอนุญาตจากอธิบดีกรมสรรพสามิต และการขนส่งราตั้งแต่ลิบลิตรขึ้นไป ต้องได้รับใบอนุญาตขนส่งสุราจากเจ้าพนักงานศุลกากร หรือเป็นสุราที่ได้มีกำหนดยกเว้นให้ทำการขนได้โดยไม่ต้องมีใบอนุญาตขนส่งสุรา (มาตรา 14 วรรคหนึ่ง) หากมีการขนส่งสุราที่ไม่ได้เสียภาษีโดยถูกต้องออกจากโรงงานสุรา และมีได้ขออนุญาตจากอธิบดี ผู้ขนต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหนึ่งปี หรือปรับไม่เกินสี่เท่าของภาษีสุราตามอัตราที่กำหนดไว้ในกฎกระทรวง แต่ต้องไม่น้อยกว่าสองหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ (มาตรา 39) ในการขนส่งสุราดังกล่าว

ภายหลังจากการประกาศใช้ พระราชบัญญัติสุรา พ.ศ.2493 มาตรการควบคุมการผลิต เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่เกี่ยวข้องกับการผลิต การควบคุมคุณภาพ การอนุญาตให้ขาย รวมถึงการกำหนดราคาและมาตรการทางภาษีของธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ อันเป็นผลมาจากพระราชบัญญัติได้ออกตามมาอีกหลายมาตรการด้วยกัน 15 มาตรการดังนี้

- พระราชบัญญัติ สุรา พ.ศ. 2493 (ฉบับที่ 4 พ.ศ.2521) ยกเว้นภาษีสุราแก่ผู้ทำสุราในประเทศ
- พระราชบัญญัติ สุรา พ.ศ. 2493 (ฉบับที่ 5 พ.ศ.2521) ขึ้นภาษีและใบอนุญาตขายสุรา
- พระราชบัญญัติ จัดสรรเงินภาษีสุรา พ.ศ.2527
- พระราชบัญญัติ สุรา พ.ศ. 2493 (ฉบับที่ 6 พ.ศ.2534) ยกเลิกภาษีการค้า และใช้ระบบภาษีมูลค่าเพิ่มในการเก็บภาษีสุรา
- พระราชบัญญัติ สุรา พ.ศ. 2493 (ฉบับที่ 7 พ.ศ.2534) กำหนดอัตราภาษีสุรา
- ประกาศคณะกรรมการการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เรื่อง การจัดสรรเงินภาษีสุรา พ.ศ.2546

- ประกาศกรมสรรพสามิต เรื่อง กำหนดมูลค่าของสุราในราชอาณาจักรเพื่อเป็นเกณฑ์ในการกำหนดภาษี

- ประกาศกรมสรรพสามิต เรื่องกำหนดหน่วยงานตรวจวิเคราะห์คุณภาพสุรา พ.ศ.2546

- ประกาศกรมสรรพสามิต เรื่องกำหนดเครื่องหมายการขีดฆ่าแสดมปีสุรากล้าสำหรับแสดมปีสุราที่นำไปปิดภาชนะบรรจุสุราแช่และผลิตภัณฑ์สุรากลั่นชุมชนพ.ศ.2546

- ระเบียบกรมสรรพสามิต ว่าด้วยเรื่องการขอคืนเงินภาษีสุรา สำหรับสุราที่แปรสภาพไปเองจนไม่สมควรจะใช้ดื่มต่อไป พ.ศ.2547

- ประกาศกรมสรรพสามิต เรื่องมาตรฐานสุรา พ.ศ.2547

- ระเบียบกรมสรรพสามิต ว่าด้วยวิธีการ เงื่อนไข และแนวทางปฏิบัติในการงดเว้นไม่เรียกเก็บภาษีสุรา และการลดหย่อนภาษีสุรา พ.ศ.2547

- ระเบียบกรมสรรพสามิต ว่าด้วยการปฏิบัติเกี่ยวกับการรับชำระเงินค่าธรรมเนียมใบอนุญาตขายสุรา ยาสูบ และไฟ ผ่านธนาคาร พ.ศ.2548

- กฎกระทรวงการคลัง กำหนดชนิดและอัตราภาษีสุรา พ.ศ.2548

- กฎกระทรวงการคลัง กำหนดอัตราภาษีสุราในเขตพื้นที่ภัยพิบัติ พ.ศ.2548

มาตรการในส่วนดังกล่าว เป็นมาตรการที่ส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ทั้งในฐานะของผู้ผลิตและผู้นำเข้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ที่จะต้องทำความเข้าใจ และปฏิบัติตามกฎระเบียบที่ออกมาบังคับใช้

4.1.2. มาตรการด้านการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

มาตรการควบคุมการบริโภคนั้นหมายความรวมถึงการควบคุมการเข้าถึงและการรับรู้ของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ กินความถึงการขาย การอนุญาตให้ขายการแสดงสินค้า ณ จุดขาย โฆษณา การประชาสัมพันธ์ หรือกิจกรรมอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารการตลาดของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

มาตรการด้านการควบคุมการบริโภคนับเป็นมาตรการที่แสดงให้เห็นถึงการพัฒนาทางการแพทย์และสาธารณสุขของประเทศ เป็นยุทธวิธีที่เรียกว่าเข้าสู่ยุคที่ 2 ของการควบคุม ที่ในอดีตรัฐบาลยังมีได้มีบทบาทในการแทรกแซงหรือออกมาตรการควบคุมอย่างในปัจจุบัน มาตรการที่เริ่มประกาศใช้ในช่วงแรกนั้นครอบคลุมมากที่สุดแค่เพียงการกำหนดราคาและภาษีเท่านั้น เนื่องจากในช่วงแรก มาตรฐานด้านการแพทย์และสาธารณสุขยังไม่ก้าวหน้าและไม่มีการวิจัยที่สนับสนุนว่าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นเครื่องดื่มที่อันตรายต่อสุขภาพอย่างเช่นในปัจจุบัน จึงไม่มีการรณรงค์ต่อต้านเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และด้วยเทคโนโลยีของสื่อมวลชนและสื่อโฆษณายังไม่

ทันสมัยรัฐบาลจึงมิได้มีการควบคุมการบริโภคและการโฆษณาอย่างเข้มข้นเท่าปัจจุบัน ประเทศไทยในอดีตจึงสามารถผลิตและบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้อย่างเสรี

พระราชบัญญัติสุรา พ.ศ.2493 เป็นกฎหมายแม่บทการออกกฎระเบียบต่างๆ ที่อยู่ในมาตรการควบคุมการบริโภคทั้งหมด16 มาตรการ ดังนี้

- กฎกระทรวงการคลัง พ.ศ.2504 กำหนดเวลาและสถานที่ขาย
- พระราชบัญญัติสถานบริการ พ.ศ. 2509
- ประกาศกระทรวงสาธารณสุข ฉบับที่ 177 พ.ศ. 2540 กำหนดให้มีฉลากโดยติดฉลากคำเตือน โดยต้องแสดงข้อความ "คำเตือน: การดื่มสุราก็ทำให้ความสามารถในการขับขี่ยานพาหนะลดลง" บนผลิตภัณฑ์สุรา
- ประกาศกรมสรรพสามิต เรื่องหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขการอนุญาตให้ทำและขายสุรากลั่นชุมชน พ.ศ.2546
- ประกาศกรมสรรพสามิต เรื่องหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขการอนุญาตให้ทำและขายสุรานิคมสุราผลไม้ สุราแช่พื้นเมือง และสุราแช่อื่นนอกจากเบียร์ พ.ศ.2546
- มติคณะรัฐมนตรีวันที่ 29 ก.ค. 2546 เรื่อง การกำหนดมาตรการและแผนงาน/โครงการเพื่อยกระดับมาตรฐานความปลอดภัยทางถนนของประเทศไทย
- ประกาศสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา19 กันยายน พ.ศ.2546 เรื่อง หลักเกณฑ์การโฆษณาเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์
- ประกาศกรมประชาสัมพันธ์ วันที่ 25 กันยายน 2546 เรื่อง "หลักเกณฑ์การโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของกาเฟอีนทางสถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์"
- ประกาศกรมสรรพสามิต เรื่องกำหนดเครื่องหมายการขีดฆ่าแสดมปีสุรากลั่นสำหรับแสดมปีสุราที่นำไปปิดภาชนะบรรจุสุราแช่และผลิตภัณฑ์สุรากลั่นชุมชนพ.ศ.2546
- ประกาศกรมสรรพสามิต เรื่องกำหนดด้านศุลกากรอื่นสำหรับการนำสุราเข้ามาในราชอาณาจักรพ.ศ.2546
- ประกาศกรมสรรพสามิต เรื่องอนุญาตให้ผู้ได้รับใบอนุญาตขายสุรา ออกหนังสือสำคัญสำหรับการขนส่งสุราออกจากสถานที่ขายสุราของตนเองได้ พ.ศ.2547
- ประกาศสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา เรื่อง หลักเกณฑ์การโฆษณาเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ (ฉบับที่ 2)
- กฎกระทรวงการคลัง การออกใบอนุญาตขายสุราและการขายสุรา พ.ศ.2548

- คำสั่งสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาที่ 504/2549 เรื่อง ห้ามการโฆษณา เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์

- ประกาศสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา เรื่อง ให้เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของ แอลกอฮอล์เป็นสินค้าที่ควบคุมฉลาก 17 ตุลาคม พ.ศ.2549

4.1.3. มาตรการด้านการลดผลกระทบจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

มาตรการในส่วนนี้ เป็นมาตรการลดผลกระทบจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มาจาก นโยบายด้านการแพทย์และสาธารณสุขโดยตรง การลดผลกระทบนั้นหมายความถึง การทำให้ ประชาชนไม่ต้องประสบปัญหาจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยตรง หรือรับผลกระทบจาก ผู้อื่นที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หรือโดยอ้อม เพื่อป้องกันการสูญเสียจากเหตุร้ายต่างๆ เช่น อุบัติเหตุบนท้องถนนจากการเมาแล้วขับ เป็นต้น โดยมาตรการที่มีพระราชบัญญัติสุรา พ.ศ.2493 เป็นกฎหมายแม่บท คือ

- ประกาศกระทรวงการคลัง เรื่อง วิธีการบริหารงานสุรา พ.ศ.2544 (ฉบับที่ 3) ข้อ 12 กำหนดเกี่ยวกับฉลากที่ใช้ปิดภาชนะบรรจุสุราต้องมีข้อความเกี่ยวกับชนิดสุรา ชื่อสุรา ชื่อผู้ได้รับ อนุญาตที่ตั้งของสถานที่ทำสุรา

- ประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ 272 พ.ศ.2546 เรื่อง สุรา ลงวันที่ 8 กรกฎาคม พ.ศ.2546 การออกประกาศดังกล่าวอาศัยอำนาจตามความในมาตรา 5 และมาตรา 6 (3) (4) (5) และ(10) แห่งพระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ.2522 โดยมีสาระสำคัญคือ เป็นการกำหนดให้ฉลากของ สุราต้องแสดงข้อความในเรื่องการห้ามจำหน่ายสุราให้แก่เด็กอายุต่ำกว่า 18 ปี การดื่มสุราทำให้ ความสามารถในการขับขี่พาหนะลดลง และเด็กอายุต่ำกว่า 18 ปี ด้วยตัวอักษรขนาดความสูงไม่ เกิน 5 มิลลิเมตร

- พระราชบัญญัติจรรยาบรรณ พ.ศ.2522 มาตรา 43 (2) ห้ามมิให้ผู้ใดขับขีรถในขณะที่เมา สุรา และมาตรา 142 ให้อำนาจเจ้าพนักงานจรรยา พนักงนสอบสวนหรือพนักงานเจ้าหน้าที่ กักขัง ตัวผู้ขับขีไว้เพื่อดำเนินการทดสอบว่าเมาสุราหรือไม่ โดยทดสอบให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์และ วิธีการที่กำหนดในกฎกระทรวง ซึ่งได้มีการออกกฎกระทรวง ฉบับที่ 16 (พ.ศ. 2537) กำหนดวิธี ทดสอบว่าผู้ขับขีเมาสุราหรือไม่

- พระราชบัญญัติการขนส่งทางบก พ.ศ.2522 มาตรา 40 ทวิ ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดย พระราชบัญญัติการขนส่งทางบก (ฉบับที่ 8) พ.ศ.2542 บัญญัติห้ามมิให้ผู้ได้รับใบอนุญาต ประกอบการขนส่ง ใช้หรือยินยอมให้ผู้ใดปฏิบัติหน้าที่ขับรถที่ใช้ในการขนส่ง หากปรากฏว่าผู้นั้นมี

อาการเมาสุรา และมาตรา 102 (3) บัญญัติให้ผู้ได้รับใบอนุญาตปฏิบัติหน้าที่เป็นผู้ประจำการรถ ต้องไม่เสพหรือเมาสุราในขณะที่ปฏิบัติหน้าที่

- พระราชบัญญัติรถยนต์ พ.ศ.2522 มาตรา 47 (3) (ข) กำหนดลักษณะต้องห้ามของผู้ขอใบอนุญาตขับขี่รถ ในกรณีต้องคำพิพากษาถึงที่สุดให้ลงโทษหรือถูกเจ้าพนักงานเปรียบเทียบปรับตั้งแต่สองครั้งขึ้นไป สำหรับความผิดเกี่ยวกับการขับรถในขณะที่เมาสุรา

- พระราชบัญญัติกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ พ.ศ.2544 มาตรา 11 วรรคหนึ่ง บัญญัติให้กองทุนมีอำนาจจัดเก็บเงินบำรุงกองทุนจากผู้มีหน้าที่เสียภาษีตามกฎหมายว่าด้วยสุรา ในอัตราร้อยละ 2 ของภาษีที่เก็บจากสุรา

4.2. กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสื่อโทรทัศน์

จากตารางที่ 15 หน้า 86 แสดงให้เห็นว่ามีมาตรการหลายมาตรการที่ออกมาบังคับใช้ โดยมีมาตรการเกี่ยวข้องกับสื่อมวลชนอยู่ 7 มาตรการด้วยกัน ซึ่งในแต่ละมาตรการมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

4.2.1. มติคณะรัฐมนตรีวันที่ 29 กรกฎาคม 2546 เรื่องการกำหนดมาตรการและแผนงาน/โครงการเพื่อยกระดับมาตรฐานความปลอดภัยทางถนนของประเทศไทย

การประชุมคณะรัฐมนตรีเมื่อวันที่ 29 กรกฎาคม 2546 พันตำรวจโท ทักษิณ ชินวัตร นายกรัฐมนตรีเป็นประธานการประชุมคณะรัฐมนตรี เรื่องการกำหนดมาตรการและแผนงาน/โครงการเพื่อยกระดับมาตรฐานความปลอดภัยทางถนนของประเทศไทย คณะรัฐมนตรีภาพขอหลักการมาตรการและแผนงาน/โครงการตามยุทธศาสตร์เพื่อยกระดับมาตรฐานความปลอดภัยทางถนนของประเทศไทย เพื่อให้หน่วยงานที่รับผิดชอบนำไปดำเนินการขยายผลสู่การปฏิบัติให้บังเกิดผลเป็นรูปธรรมชัดเจนโดยเร็ว ตามที่รองนายกรัฐมนตรี (นายจาตุรนต์ ฉายแสง) ผู้อำนวยการศูนย์อำนวยการความปลอดภัยทางถนนเสนอ ทั้งนี้ ในเวลาที่ห้ามการโฆษณาเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ ให้เป็นไปตามที่เสนอ ส่วนนอกเวลาห้ามโฆษณาให้โฆษณาภาพลักษณ์ ห้ามโฆษณาเชิญชวนปลูกไร่ให้ดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ รวมทั้งเครื่องดื่มชูกำลัง กำหนดเวลาที่จะเริ่มใช้มาตรการดังกล่าว มาตรการที่จะดำเนินการก่อน 1 ตุลาคม 2546 ให้เริ่มดำเนินการวันที่ 1 ตุลาคม 2546 ส่วนที่จะดำเนินการหลังเดือนตุลาคม 2546 ให้เริ่มดำเนินการตามที่เสนอ ส่วนเครื่องดื่มชูกำลังให้เริ่มดำเนินการตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2546 ดังนี้

มาตรการและแผนงาน/โครงการเพื่อยกระดับมาตรฐานความปลอดภัยทางถนนและแผนงานโครงการที่ต้องดำเนินการในระยะสั้น

1. การพัฒนาระบบเงินรางวัลจากค่าปรับจรรยาบรรณ เพื่อเป็นแรงจูงใจ/กำลังใจให้เจ้าหน้าที่ระดับผู้ปฏิบัติจรรยาบรรณ โดยเสนอยกเลิกมติคณะรัฐมนตรีเมื่อวันที่ 21 ธันวาคม 2542 ที่กำหนดเพดานไว้เดือนละไม่เกิน 5,000 บาท และแก้ไขระเบียบกระทรวงการคลังให้เจ้าหน้าที่ตำรวจผู้ปฏิบัติงานจรรยาบรรณได้รับเงินรางวัลจากค่าปรับจรรยาบรรณเดือนละไม่เกิน 10,000 บาท/คน และให้ผู้ช่วยเหลือเจ้าหน้าที่ตำรวจในการควบคุมการจรรยาบรรณ ให้ได้รับเดือนละไม่เกิน 2,000 บาท ทั้งนี้ให้สำนักงานตำรวจแห่งชาติดำเนินการให้แล้วเสร็จภายใน 30 วัน

2. การจัดตั้งศาลจรรยาบรรณเพื่อให้เกิดความชัดเจนและความคล่องตัว ในเรื่องนี้ได้มีการประชุมคณะอนุกรรมการดำเนินงานจัดตั้งศาลจรรยาบรรณซึ่งประกอบด้วยผู้แทนจากสำนักงานศาลยุติธรรม กระทรวงยุติธรรม สำนักงานอัยการสูงสุด สำนักงานตำรวจแห่งชาติ กรมคุมประพฤติ กรมการขนส่งทางบก และกรมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย มติที่ประชุมเสนอให้สำนักงานศาลยุติธรรม กระทรวงยุติธรรม ดำเนินการจัดตั้งศาลจรรยาบรรณ โดยประสานกับสำนักงานเลขาธิการศาลยุติธรรม มีวัตถุประสงค์เพื่อแก้ไขปัญหาการขาดวินัยจรรยาบรรณของผู้ใช้รถใช้ถนน โดยออกกฎหมายร่างพระราชบัญญัติวิธีพิจารณาคดีจรรยาบรรณเพื่อให้มีศาลจรรยาบรรณขึ้นมาโดยเฉพาะ แยกออกจากศาลแขวง และนำวิธีการลงโทษอื่นมาใช้แทนการเปรียบเทียบปรับ

3. การเพิ่มโทษกรณีเมาสุราในขณะขับรถ ให้สำนักงานตำรวจแห่งชาติดำเนินการ ดังนี้

- เสนอแก้ไขพระราชบัญญัติจรรยาบรรณ พ.ศ. 2522 เพื่อเพิ่มโทษกรณีเมาสุราในขณะขับรถ
- พิจารณาและจัดทำข้อเสนอถึงความจำเป็นในการตรวจเลือดผู้ขับขี่ที่เกิดอุบัติเหตุ ตลอดจนการแก้ไขปรับปรุงบทบัญญัติแห่งกฎหมาย
- เสนอร่างพระราชบัญญัติศาลจรรยาบรรณ พ.ศ. ให้ผู้กระทำความผิดกฎหมายจรรยาบรรณที่เมาสุราต้องไปทำงานสาธารณะ ทำงานบริการสังคมแทนการเปรียบเทียบปรับ ทั้งนี้ ให้ดำเนินการให้แล้วเสร็จโดยนำเสนอคณะรัฐมนตรีได้ภายใน 60 วัน

4. การจัดระเบียบการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่เด็กที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปี เสนอให้กระทรวงการพัฒนาศังคมและความมั่นคงของมนุษย์เข้มงวดการบังคับใช้กฎหมายตามประกาศคณะปฏิวัติ ฉบับที่ 294 ลงวันที่ 27 พฤศจิกายน 2515 รวมทั้งเมื่อร่างพระราชบัญญัติคุ้มครองเด็ก พ.ศ. ใช้บังคับเมื่อใดก็ให้มีการบังคับใช้อย่างเข้มงวดต่อเนื่อง ทั้งนี้ ให้รายงานให้ศูนย์อำนวยการความปลอดภัยทางถนนทราบทุก 30 วัน และมอบกระทรวงการคลังดำเนินการแก้ไขมาตรา 46 แห่งพระราชบัญญัติสุรา พ.ศ. 2493 เพื่อให้สามารถสั่งพักใช้ใบอนุญาตหรือเพิกถอนใบอนุญาตของผู้ที่กระทำการอันขัดต่อคณะปฏิวัติ ฉบับที่ 294 และออกกฎกระทรวงตามความในพระราชบัญญัติสุรา พ.ศ. 2493 กำหนดเงื่อนไข การออกหรือต่อใบอนุญาตต่อร้านค้าที่จำหน่าย

เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ว่าต้องติดป้าย "งดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่เด็กอายุต่ำกว่า 18 ปี เพราะผิดกฎหมาย"

5. การจัดระเบียบโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทางสถานีวิทยุกระจายเสียงและสถานีวิทยุโทรทัศน์ ดังนี้

5.1 มอบกรมประชาสัมพันธ์ออกประกาศฉบับใหม่ที่กำหนดให้ห้ามการโฆษณาเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ทุกชนิด (ยกเว้นเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ไม่เกินร้อยละ 0.5 ของน้ำหนัก) ทางสถานีวิทยุกระจายเสียง และสถานีวิทยุโทรทัศน์ ระหว่างเวลา 05.00 - 22.00 น. โดยมีรายละเอียด ดังนี้

- 1) ห้ามเผยแพร่ภาพยนตร์โฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือภาพยนตร์โฆษณาของบริษัทผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ตั้งแต่วันที่ 1 กันยายน 2546 เป็นต้นไป
- 2) ห้ามการโฆษณาประชาสัมพันธ์ทุกรูปแบบ รวมถึงการแสดงเครื่องหมายการค้า ชื่อผลิตภัณฑ์ของบริษัทผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ทั้งภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว ตลอดจนการกล่าวถึง ผู้สนับสนุนรายการโดยให้มีผลตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2546
- 3) ห้ามการแพร่ภาพโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรายการถ่ายทอดการแข่งขันกีฬาภายในประเทศ ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2547 ยกเว้นการถ่ายทอดการแข่งขันกีฬาอาชีพภายในประเทศ และการถ่ายทอดกีฬาจากต่างประเทศ

5.2. มอบสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาดำเนินการปรับปรุงหลักเกณฑ์การพิจารณาคำขอโฆษณาเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมแอลกอฮอล์ใหม่ให้เหมาะสม รวมทั้งให้แสดงคำเตือนในสื่อวิทยุกระจายเสียงและสื่อวิทยุโทรทัศน์ เพื่อบังคับใช้กับการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกชนิดในช่วงเวลาที่อนุญาตให้โฆษณาได้ (ช่วงเวลา 22.00 -05.00 น.)

6. การโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทางป้ายกลางแจ้งต้องมีคำเตือน สำหรับขนาดของคำเตือนให้เป็นไปตามที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยากำหนด และสถานที่ตั้งป้ายต้องไม่อยู่ในรัศมี 500 เมตร จากบริเวณที่สถานศึกษาทุกระดับตั้งอยู่

7. การห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถาบันการศึกษา และการแข่งขันกีฬาระดับชาติ โดยให้สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) สนับสนุนเงินทุนให้ไม่น้อยกว่าที่เคยได้รับ

8. การจัดตั้งคณะกรรมการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แห่งชาติ โดยให้กระทรวงสาธารณสุขรับไปดำเนินการพิจารณาแต่งตั้งคณะกรรมการ และกำหนดอำนาจหน้าที่ในการกำกับดูแลด้านนโยบายการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกชั้นตอน และรายงานให้คณะรัฐมนตรีทราบต่อไป

9. การนำมาตรการตัดคะแนนใบอนุญาตซ้ำขึ้นมาแก้ไขปรับปรุงและบังคับใช้ให้เข้มงวด และการจัดให้มีการอบรมในบางฐานความผิด โดยมอบให้กรมการขนส่งทางบก สำนักงานตำรวจแห่งชาติ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ร่วมกันพิจารณาดำเนินการเชื่อมโยงข้อมูล การบันทึกคะแนน การอบรม การทดสอบผู้ขับขี่ที่กระทำผิดตลอดจนการพักใช้ใบอนุญาต ทั้งนี้ ให้บังเกิดผลภายใน 3 เดือน

10. ให้สำนักงานตำรวจแห่งชาติถือเป็นนโยบายสำคัญในการอบรม ทดสอบผู้ขับขี่ ที่กระทำผิดและการพักใช้ใบอนุญาตซ้ำที่ กำหนดสำนักงานตำรวจแห่งชาติเรื่องการดำเนินการ บันทึกคะแนน อบรม ทดสอบผู้ขับขี่ที่กระทำผิดและการพักใช้ใบอนุญาตซ้ำ ลงวันที่ 20 เมษายน 2542 โดยให้รายงานผลให้ศูนย์อำนวยการความปลอดภัยทางถนนทราบทุก 30 วัน

4.2.2. ประกาศสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา เรื่องหลักเกณฑ์การโฆษณา เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ 19 กันยายน 2546

โดยที่มาตรา 41 แห่งพระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522 กำหนดให้ผู้ประสงค์จะโฆษณา คุณประโยชน์ คุณภาพ หรือสรรพคุณของอาหารทางวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ ทางฉายภาพ ภาพยนตร์ หรือทางหนังสือพิมพ์ หรือสิ่งพิมพ์อื่น หรือด้วยวิธีอื่นใด เพื่อประโยชน์ทางการค้า ต้อง นำเสียงภาพ ภาพยนตร์ หรือข้อความที่จะโฆษณาดังกล่าวนั้นให้ผู้อนุญาตตรวจพิจารณาก่อน เมื่อ ได้รับอนุญาตแล้วจึงจะโฆษณาได้ ประกอบกับรัฐบาลมีนโยบายจัดระเบียบโฆษณาเครื่องดื่มที่มี ส่วนผสมของแอลกอฮอล์ทางสถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ เพื่อยกระดับมาตรฐาน ความปลอดภัยทางถนนของประเทศไทย และคณะรัฐมนตรีมีมติเมื่อวันที่ 29 กรกฎาคม 2546 ห้ามโฆษณาเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ในระหว่างเวลา 05.00-22.00 นาฬิกา และห้าม โฆษณาในลักษณะเชิญชวนให้บริโภคหรืออวดอ้างสรรพคุณของเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของ แอลกอฮอล์ ทั้งนี้การโฆษณาในช่วงเวลาที่อนุญาตให้โฆษณาในลักษณะการเสนอภาพลักษณ์ของ บริษัทหรือกิจการ (Corporate Image) เท่านั้น โดยให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องดำเนินการตาม นโยบายดังกล่าว ดังนั้น เพื่อให้การดำเนินการดังกล่าวเป็นไปอย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ ยิ่งขึ้น สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาจึงออกประกาศไว้ ดังต่อไปนี้

ข้อ 1 ในประกาศนี้

(1) "เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์" หมายความว่า เครื่องดื่มที่มีส่วนผสม ของแอลกอฮอล์มากกว่าร้อยละ 0.5 ของน้ำหนัก

(2) "การโฆษณาในลักษณะการเสนอภาพลักษณ์ของบริษัทหรือกิจการ" หมายความว่า การโฆษณาในลักษณะการส่งเสริมสังคม ศีลธรรมหรือวัฒนธรรมอันดีงาม โดยไม่รวมถึงการโฆษณาสรรพคุณ คุณประโยชน์ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ ทั้งทางตรงและ

ทางอ้อม แต่ทั้งนี้อาจแสดงชื่อหรือสัญลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ หรือภาพของผลิตภัณฑ์ ในช่วงท้ายของการโฆษณาได้

ข้อ 2 การโฆษณาในลักษณะดังต่อไปนี้ ถือว่าเข้าข่ายเชิญชวนให้บริโภคหรืออวดอ้างสรรพคุณของเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ โดยทางตรงหรือทางอ้อม

(1) โฆษณาที่ทำให้เกิดทัศนคติว่า การดื่มเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ จะทำให้ประสบความสำเร็จทั้งทางสังคมและทางเพศ หรือทำให้สมรรถนะทางร่างกายดีขึ้น

(2) โฆษณาที่ใช้นักกีฬา ผู้ใช้แรงงาน เป็นผู้แสดงแบบโฆษณา

(3) โฆษณาที่ใช้ดารา นักร้อง นักแสดง เป็นผู้แสดงแบบโฆษณา โดยถือสถานภาพการเป็นดารา นักร้อง นักแสดง ณ วันที่ออกอากาศเป็นครั้งแรก

(4) โฆษณาที่ใช้ภาพการ์ตูน

(5) โฆษณาที่ชักจูงหรือโน้มน้าวให้ซื้อหรือบริโภค เพื่อนำรายได้ไปบริจาคเป็นสาธารณกุศล

ข้อ 3 การโฆษณาเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ทางสื่อต่าง ๆ ต้องแสดงคำเตือนตามรายละเอียด ดังต่อไปนี้

(1) คำเตือน

(1.1) ข้อความว่า "การดื่มสุราแล้วขับขีรถจะเป็นอันตรายและผิดกฎหมาย" หรือ

(1.2) ข้อความว่า "การจำหน่ายสุราแก่บุคคลอายุต่ำกว่า 18 ปี ผิดกฎหมาย"

หรือ(1.3) ข้อความว่า "การดื่มสุราเป็นอันตรายต่อสุขภาพและบ้านทอนสติสัมปชัญญะ"

(2) การแสดงคำเตือน

(2.1) สื่อวิทยุกระจายเสียง ให้แสดงคำเตือนในส่วนเสียงโฆษณาฟังได้ชัดเจนทุกพยางค์ และเป็นเวลาไม่น้อยกว่า 3 วินาที

(2.2) สื่อวิทยุโทรทัศน์ ทางฉายภาพ และภาพยนตร์

(ก) แสดงคำเตือนในส่วนเสียงโฆษณาฟังได้ชัดเจนทุกพยางค์ และเป็นเวลาไม่น้อยกว่า 3 วินาที หรือ

(ข) แสดงคำเตือนเป็นอักษรลอย (Super) เป็นเวลาไม่น้อยกว่า 5 วินาที โดยต้องแสดงด้วยอักษรสีขาว ขนาดความสูงของตัวอักษรไม่น้อยกว่า 1 ส่วนใน 25 ส่วนของขนาดความสูงของจอภาพ ภายในกรอบพื้นที่เข้มติดกับสีพื้นโฆษณา และมีพื้นที่กรอบขนาด 1 ส่วนใน 10 ส่วนของความสูงจอภาพ โดยมีรูปแบบของ

ตัวอักษรอ่านได้ง่ายและชัดเจน วางไว้ ณ ตำแหน่งด้านบนหรือด้านล่างสุดของพื้นที่โฆษณา

(2.3) สื่อสิ่งพิมพ์และสื่อกลางแจ้ง ให้แสดงคำเตือนตามแนวนอนอยู่ด้านบนสุดของพื้นที่โฆษณา ด้วยตัวอักษรสีขาวแถบสีเข้ม มีขนาดของพื้นที่คำเตือนไม่น้อยกว่าร้อยละ 20 ของพื้นที่โฆษณา และขนาดของตัวอักษรไม่น้อยกว่า 1 ใน 3 ของพื้นที่คำเตือน โดยให้สามารถอ่านได้ชัดเจนทั้งนี้สถานที่ตั้งสื่อกลางแจ้งต้องไม่อยู่ภายในรัศมี 500 เมตร จากบริเวณที่ตั้งของสถานศึกษาทุกระดับ

ข้อ 4 การโฆษณาเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ทางสื่อวิทยุโทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียง และสื่อกลางแจ้ง ต้องไม่โฆษณาในลักษณะการแถมพก หรือให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชค หรือมีการให้ของแถม

ข้อ 5 ประกาศฉบับนี้ ให้มีผลใช้บังคับตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2546 เป็นต้นไป เว้นแต่การโฆษณาสื่อกลางแจ้งที่เผยแพร่อยู่ก่อนแล้ว และไม่ปฏิบัติตามประกาศฉบับนี้ ให้โฆษณาต่อไปได้ไม่เกินเก้าสิบวันนับแต่วันที่ประกาศฉบับนี้ใช้บังคับ

4.2.3. ประกาศกรมประชาสัมพันธ์ เรื่องหลักเกณฑ์การโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของกาเฟอีนทางสถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ 25 กันยายน 2546

มติคณะรัฐมนตรีวันที่ 29 กรกฎาคม 2546 กำหนดหลักเกณฑ์การโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของกาเฟอีนทางสถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ เสียใหม่ เพื่อส่งเสริมสุขภาพอนามัย ค่านิยม และความประพฤติที่ดีของเยาวชน ตลอดจนวางมาตรการรักษาความปลอดภัยเพื่อป้องกันอุบัติเหตุทางถนน

ข้อ 1 ห้ามโฆษณาเครื่องดื่มทุกชนิดที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ไม่ว่าจะเป็นสุรา ไวน์ เบียร์ สาโท หรือเครื่องดื่มอื่นใดซึ่งมีปริมาณแอลกอฮอล์มากกว่าร้อยละ 0.5 ของน้ำหนัก ทางวิทยุกระจายเสียงหรือวิทยุโทรทัศน์ ตั้งแต่เวลา 05.00-22.00 น. ยกเว้นกรณีอย่างใดอย่างหนึ่งดังต่อไปนี้

(1) การเผยแพร่เฉพาะภาพเครื่องหมายการค้า ชื่อผลิตภัณฑ์หรือชื่อผู้ผลิตเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ซึ่งติดมากับการถ่ายทอดการแข่งขันกีฬาภายในประเทศ หรือรายการกีฬาจากต่างประเทศ

(2) การเผยแพร่ภาพเครื่องหมายการค้า ชื่อผลิตภัณฑ์หรือชื่อผู้ผลิตเครื่องดื่มอันเป็นอย่างเดียวกับเครื่องหมายการค้า ชื่อผลิตภัณฑ์ หรือสินค้าประเภทอื่นที่มีได้ มี

ส่วนผสมของแอลกอฮอล์ และมีได้มีการกล่าวอ้างหรือพาดพิงถึงผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ดังกล่าว

(3) การเผยแพร่ชื่อเฉพาะของรายการวิทยุหรือรายการโทรทัศน์ที่มีชื่อผลิตภัณฑ์ หรือชื่อผู้ผลิตเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์รวมอยู่ด้วย และไม่อาจหลีกเลี่ยงหรือแก้ไขได้ โดยต้องไม่มีภาพผลิตภัณฑ์ประกอบเชิญชวนให้บริโภค หรือกล่าวถึงสรรพคุณ คุณประโยชน์ หรือคุณภาพของผลิตภัณฑ์นั้น

ข้อ 2 การโฆษณาเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์และต้องห้ามตามข้อ 1 ระหว่างเวลา 22.00-05.00 น. ให้กระทำได้เฉพาะการเสนอภาพลักษณ์ของบริษัท หรือกิจการ (corporate image) เท่านั้น โดยต้องไม่มีลักษณะเชิญชวนให้บริโภคหรืออวดอ้างสรรพคุณของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้น ตามหลักเกณฑ์ที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาหรือสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคกำหนด

การโฆษณาในลักษณะการเสนอภาพลักษณ์ของบริษัทและกิจการ (Corporate image)² หมายความว่า การเผยแพร่ภาพเครื่องหมายการค้า ชื่อผลิตภัณฑ์ หรือชื่อเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ในลักษณะส่งเสริมคุณธรรม วัฒนธรรม หรือค่านิยมที่ดีของสังคม โดยมีได้มีการโฆษณาสรรพคุณ คุณประโยชน์ หรือคุณภาพผลิตภัณฑ์นั้นทั้งทางตรงและทางอ้อม และไม่มีการเชิญชวนหรือยั่วยุให้บริโภคทั้งนี้ ต้องมีอักษรลอย หรือเสียงแสดงคำเตือนในการบริโภคตามหลักเกณฑ์ที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยากำหนด

ข้อ 3 การโฆษณาที่สามารถกระทำได้ตามประกาศนี้ ให้กระทำด้วยความสุจริต สร้างสรรค์ และต้องไม่มีลักษณะแถมพก หรือให้รางวัลด้วยการเสี่ยงโชคหรือมีการให้ของแถม

ข้อ 4 ในกรณีที่ผู้ผลิตหรือผู้เผยแพร่โฆษณาทางวิทยุกระจายเสียงหรือวิทยุโทรทัศน์สงสัยว่า การโฆษณาสามารถกระทำได้ตามประกาศนี้หรือไม่ อาจหาหรือโดยส่งตัวอย่างการโฆษณา ที่จะใช้จริงไปให้คณะทำงานร่วม ซึ่งประกอบด้วย ผู้แทนกรมประชาสัมพันธ์ ผู้แทนสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา. ผู้แทนสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค และผู้แทนสมาคมโฆษณารัฐกิจแห่งประเทศไทยให้ความภาพ คณะทำงานดังกล่าวต้องตอบหรือภายในสามวันนับแต่ได้รับข้อหาหรือเป็นลายลักษณ์อักษร และให้มีอำนาจหน้าที่แนะนำ ติดตาม สอดส่องดูแล และตักเตือนการปฏิบัติที่ไม่เป็นไปตามประกาศนี้ได้

² ภาพลักษณ์บริษัท (Corporate image) คือการแสดงให้เห็นถึงชื่อบริษัท หรือ โลโก้บริษัท หรือการแสดงผลภาพกิจกรรมใดๆ ที่มีชื่อของบริษัท (หรือผลิตภัณฑ์) เป็นเนื้อหา, เป็นอักษรลอย (Super Impose) ปรากฏบนหน้าจอโทรทัศน์

ข้อ 5 ให้ใช้ประกาศนี้กับโฆษณาทางวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์เท่านั้น ส่วนการเสนอภาพ เสียง หรือกล่าวถึงเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ทางรายการประเภทอื่นหรือสื่ออื่น เช่น โรงภาพยนตร์ ละคร บทเพลง รายการสารคดี ทางวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ หรือสิ่งพิมพ์ ป้ายโฆษณา หรือสื่ออื่นใด ให้เป็นไปตามประกาศหรือระเบียบที่เกี่ยวข้อง

ข้อ 6 ในกรณีที่เป็นการโฆษณาเครื่องดื่มที่ผสมกาเฟอีน แม้จะสามารถกระทำได้โดยไม่มีข้อจำกัดเรื่องเวลา แต่ให้นำความในข้อ 2 3 4 5 มาใช้บังคับ โดยอนุโลม

ข้อ 7 ให้ใช้ประกาศนี้ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2546 จนถึงวันที่ 31 มีนาคม 2547 ต่อจากนั้น จะได้มีการประเมินผลและทบทวนความเหมาะสมของประกาศนี้อีกครั้งหนึ่ง

4.2.4. ประกาศสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา เรื่องหลักเกณฑ์การโฆษณาเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ (ฉบับที่ 2) 16 พฤษภาคม 2548

โดยที่เป็นการสมควรปรับปรุงการแสดงคำเตือน สำหรับการโฆษณาเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ทางสื่อต่างๆ

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา 41 แห่งพระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522 อันเป็นพระราชบัญญัติที่มีบทบัญญัติบางประการเกี่ยวกับการจำกัดสิทธิและเสรีภาพของบุคคล ซึ่งมาตรา 29 ประกอบกับมาตรา 36 มาตรา 39 มาตรา 48 และมาตรา 50 ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทยให้กระทำได้ โดยอาศัยอำนาจตามบทบัญญัติแห่งกฎหมาย สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาจึงออกประกาศไว้ ดังต่อไปนี้

ข้อ 1 ให้ยกเลิกความใน (1) ของข้อ 3 แห่งประกาศสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา เรื่องหลักเกณฑ์การโฆษณาเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ลงวันที่ 19 กันยายน พ.ศ. 2546 และให้ใช้ความต่อไปนี้แทน

(1) คำเตือน

- (1.1) ข้อความว่า "การดื่มสุรา ทำให้ความสามารถในการขับขี่ยานพาหนะลดลง"
- (1.2) ข้อความว่า "การดื่มสุรา เป็นอันตรายต่อสุขภาพและบั่นทอนสติสัมปชัญญะ"
- (1.3) ข้อความว่า "ดื่มสุรา ทำให้ตบแต่งและเสื่อมสมรรถภาพทางเพศ"
- (1.4) ข้อความว่า "เมาแล้วขับ อาจพิการและตายได้"
- (1.5) ข้อความว่า "ดื่มสุรา อาจทำให้ขาดสติและเสียชีวิต"
- (1.6) ข้อความว่า "ดื่มสุรา ผิดศีลข้อ 5"

ต้องแสดงคำเตือนตาม (1.1) ถึง (1.8) เวียนไปตามลำดับให้ครบทุกคำเตือนทุกครั้งที่มีการเปลี่ยนแปลงชิ้นงานโฆษณา ทั้งนี้ให้ใช้คำเตือนหนึ่งๆ

ไม่เกินระยะเวลา 1 ปี

ข้อ 2 ประกาศนี้ ให้ใช้บังคับตั้งแต่วันถัดจากวันประกาศในราชกิจจานุเบกษาเป็นต้นไป เว้นแต่การโฆษณาที่เผยแพร่อยู่ก่อนแล้วและไม่เป็นไปตามประกาศนี้ ให้โฆษณาต่อไปได้ไม่เกินเก้าสิบวัน นับแต่วันที่ประกาศนี้ใช้บังคับ

4.2.5. คำสั่งสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา เรื่องห้ามการโฆษณาเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ 17 ตุลาคม 2549

โดยที่เป็นการสมควรควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ให้เหมาะสมและมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น เพื่อเป็นการคุ้มครองผู้บริโภคโดยเฉพาะอย่างยิ่งเด็กและเยาวชน

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา 24 แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522 เลขาธิการคณะกรรมการอาหารและยาโดยความภาพชอบของคณะกรรมการอาหาร ในฐานะผู้รับมอบอำนาจจากคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ตามประกาศคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค เรื่อง การมอบอำนาจในการคุ้มครองผู้บริโภคให้เจ้าหน้าที่ตามพระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ.2522 ลงวันที่ 29 มิถุนายน พ.ศ.2549ออกคำสั่งไว้ดังต่อไปนี้

ข้อ 1 ห้ามมิให้ผู้ใดโฆษณาเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ตามความหมายในประกาศสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา เรื่อง ให้เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์เป็นสินค้าที่ควบคุมฉลาก ลงวันที่ 17 ตุลาคม พ.ศ.2549 ด้วยสื่อโฆษณาทุกชนิดหรือวิธีการอื่นใด ยกเว้นกรณี

1.1 การโฆษณาในสิ่งพิมพ์ซึ่งจัดพิมพ์นอกราชอาณาจักร โดยมีได้มีวัตถุประสงค์ให้นำเข้ามาจำหน่าย จ่าย แจก ในราชอาณาจักรโดยเฉพาะ

1.2 การถ่ายทอดสดเหตุการณ์สดจากต่างประเทศทางวิทยุโทรทัศน์ ซึ่งมีได้มีวัตถุประสงค์ที่จะออกอากาศในราชอาณาจักรไทยโดยเฉพาะ ทั้งนี้ไม่รวมการโฆษณาที่แทรกหรือคั่นระหว่างการถ่ายทอด

ข้อ 2 ให้มีผลบังคับใช้เมื่อพ้นกำหนด 45 วัน นับแต่วันถัดจากวันประกาศในราชกิจจานุเบกษาเป็นต้นไป

4.2.6. ประกาศสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา เรื่องให้เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์เป็นสินค้าที่ควบคุมฉลาก 18 ตุลาคม 2549

โดยที่เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์จัดเป็นอาหาร ตามพระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ.2522 แต่การควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ มีข้อจำกัดควบคุม

4.2.6. คำสั่งสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา เรื่องห้ามการโฆษณาเครื่องดื่มที่มี ส่วนผสมของแอลกอฮอล์ 17 ตุลาคม 2549

โดยที่เป็นการสมควรควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ให้ เหมาะสมและมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น เพื่อเป็นการคุ้มครองผู้บริโภคโดยเฉพาะอย่างยิ่งเด็กและ เยาวชน

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา 24 แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522 เลขานุการคณะกรรมการอาหารและยาโดยความภาพขอของคณะกรรมการอาหาร ในฐานะผู้รับ มอบอำนาจจากคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ตามประกาศคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค เรื่อง การมอบอำนาจในการคุ้มครองผู้บริโภคให้เจ้าหน้าที่ตามพระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ.2522 ลงวันที่ 29 มิถุนายน พ.ศ.2549ออกคำสั่งไว้ดังต่อไปนี้

ข้อ 1 ห้ามมิให้ผู้ใดโฆษณาเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ตามความหมายใน ประกาศสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา เรื่อง ให้เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์เป็น สินค้าที่ควบคุมฉลาก ลงวันที่ 17 ตุลาคม พ.ศ.2549 ด้วยสื่อโฆษณาทุกชนิดหรือวิธีการอื่นใด ยกเว้นกรณี

1.1 การโฆษณาในสิ่งพิมพ์ซึ่งจัดพิมพ์นอกราชอาณาจักร โดยมีได้มีวัตถุประสงค์ ให้นำเข้ามายำหน่าย จำย แจก ในราชอาณาจักรโดยเฉพาะ

1.2 การถ่ายทอดสดเหตุการณ์สดจากต่างประเทศทางวิทยุโทรทัศน์ ซึ่งมีได้มี วัตถุประสงค์ที่จะออกอากาศในราชอาณาจักรไทยโดยเฉพาะ ทั้งนี้ไม่รวมการโฆษณาที่ แทรกหรือคั่นระหว่างการถ่ายทอด

ข้อ 2 ให้มีผลบังคับใช้เมื่อพ้นกำหนด 45 วัน นับแต่วันถัดจากวันประกาศในราชกิจจา นุเบกษาเป็นต้นไป

4.3. พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องตีมแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551

พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องตีมแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 เป็นกฎหมายที่มุ่งหวังให้เกิดการลดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นสำคัญ มีการพิจารณาเนื้อหาของร่างฯ ตั้งแต่ปลายปี พ.ศ. 2549 ประกาศใช้ในราชกิจจานุเบกษาเมื่อวันที่ 13 กุมภาพันธ์ 2551 โดยตลอดการพิจารณาอันยาวนาน ได้มีการเสนอร่างหลายฉบับโดยมีเนื้อหาเข้มข้นต่างกัน ซึ่งในที่สุด เนื้อหาในพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องตีมแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 ที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในโทรทัศน์ที่ผ่านการพิจารณา มีเพียงมาตรา 32 มาตราเดียว ซึ่งเปรียบเทียบกับพระราชบัญญัติ พ.ศ.2493 (ฉบับแก้ไข พ.ศ.2537) เดิมได้ดังนี้

ตารางที่ 16 เปรียบเทียบ พ.ร.บ. สุรา พ.ศ.2493 (ฉบับแก้ไข พ.ศ.2537) กับพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551

พ.ร.บ. สุรา พ.ศ.2493 (ฉบับแก้ไข พ.ศ.2537)	พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551
มาตรา 31 ห้ามมิให้ผู้ใดโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือแสดงชื่อหรือเครื่องหมายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ <ul style="list-style-type: none"> - ในสื่ออิเล็กทรอนิกส์ - ในโรงมหรสพ - ในการแสดง - ในการละเล่น - ในการประกวด - ในการแข่งขัน - ในการให้บริการ - การใช้บุคคล 	มาตรา 32 ห้ามมิให้ผู้ใดโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือแสดงชื่อหรือเครื่องหมายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อันเป็นการอวดอ้างสรรพคุณหรือชักจูงใจให้ผู้อื่นดื่มโดยตรงหรือโดยอ้อม การโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ใดๆ โดยผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกประเภทให้กระทำเฉพาะการให้ข้อมูลข่าวสารและความรู้เชิงสร้างสรรค์สังคม โดยไม่มีการปรากฏภาพของสินค้าหรือบรรจุภัณฑ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้น เว้นแต่เป็นการปรากฏของภาพ สัญลักษณ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หรือสัญลักษณ์ของบริษัทผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เท่านั้น ทั้งนี้ให้เป็นไปตามประกาศในกฎกระทรวง
สื่อวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และสื่อสิ่งพิมพ์ มาตรา 31 ห้ามมิให้ผู้ใดโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือแสดงชื่อหรือเครื่องหมายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทางวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ ยกเว้น การถ่ายทอดสดรายการสดจากต่างประเทศ	บทบัญญัติในมาตรานี้มิให้ใช้บังคับกับการโฆษณาที่มีต้นกำเนิดนอกราชอาณาจักร

<p>ป้ายโฆษณา มาตรา 31 ห้ามมิให้ผู้ใดโฆษณา เครื่องหมายแอลกอฮอล์หรือแสดงชื่อหรือ เครื่องหมายของเครื่องหมายแอลกอฮอล์ - ทางป้ายโฆษณา</p>	
<p>มาตรา 32 ห้ามมิให้ผู้ใดโฆษณาสินค้าที่ ใช้เครื่องหมายของเครื่องหมายแอลกอฮอล์ เป็นเครื่องหมายของสินค้านั้น บทบัญญัติในวรรคหนึ่งให้ใช้บังคับกับ การโฆษณาสินค้าโดยนำชื่อหรือ เครื่องหมายของเครื่องหมายแอลกอฮอล์มา ติดหรือต่อเติมข้อความเครื่องหมาย ของสินค้านั้นโดยประการที่จะทำให้เกิด การเข้าใจว่าเป็นการโฆษณาเครื่องหมาย แอลกอฮอล์นั้นๆ</p>	
<p>มาตรา 33 ห้ามมิให้ผู้ใดโฆษณา หรือนำ เครื่องหมายของเครื่องหมายแอลกอฮอล์ไป แสดงบนผลิตภัณฑ์อื่นใดที่ไม่มีส่วนผสม ของแอลกอฮอล์ หรือผลิตภัณฑ์ที่มีได้ เกี่ยวข้องกับเครื่องหมายแอลกอฮอล์</p>	<p>เป็นมาตรการบำบัดฟื้นฟูผู้ติดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์</p>
<p>มาตรา 34 ห้ามมิให้ผู้ใดโฆษณาชื่อ หรือเครื่องหมายของบริษัทห้างร้าน ผู้ผลิต ผู้นำเข้า หรือผู้ขายเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ ในลักษณะที่อาจทำให้ แพร่หลายซึ่งชื่อหรือเครื่องหมายของ บริษัทห้างร้านผู้ผลิตหรือผู้นำเข้า เครื่องดื่มแอลกอฮอล์</p>	<p>เป็นหมวดवादด้วยพนักงานและเจ้าหน้าที่</p>

เมื่อเปรียบเทียบเนื้อหาของพระราชบัญญัติทั้งสองฉบับแล้ว จะเห็นได้ว่าเนื้อหาของพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 ในส่วนของการจำกัดการโฆษณาในสื่อต่างๆ นั้น กินความหมายอย่างกว้างๆ ว่าให้แสดงชื่อหรือเครื่องหมายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในขณะที่พระราชบัญญัติสุรา พ.ศ.2493 (ฉบับแก้ไข พ.ศ.2537) มีเนื้อหาครอบคลุมตั้งแต่วิธีการโฆษณา การแสดงเครื่องหมาย และการกำหนดช่องทางสื่อที่รัดกุมกว่ามาก ข้อแตกต่างอีกอย่างหนึ่งของพระราชบัญญัติสองฉบับนี้คือ พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 มี

เนื้อหาห้ามแสดงภาพของสินค้าเท่านั้น แต่พระราชบัญญัติสุรา พ.ศ.2493 (ฉบับแก้ไข พ.ศ. 2537) นั้นระบุเพียงการห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือแสดงชื่อหรือเครื่องหมายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เท่านั้น

สิ่งที่น่าสนใจอีกอย่างหนึ่งคือ พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 ไม่ปรากฏการจำกัดเวลาการนำเสนออย่างเนื้อหาประกาศสำนักคณะกรรมการอาหารและยา หรือกรมประชาสัมพันธ์ เคยประกาศไว้แต่อย่างใด

ข้อสังเกตที่น่าสนใจของผู้เขียนคือ ร่างพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. ..ที่ผ่านการพิจารณาจากสภานิติบัญญัติในวาระแรก กลับมีเนื้อหาที่เข้มข้นกว่าพระราชบัญญัติที่ประกาศใช้อย่างมาก โดยเนื้อหาบางส่วนที่มีรายละเอียดปลีกย่อยซับซ้อนถูกตัดออกไป และรายละเอียดบางส่วนถูกยกไปพิจารณาเป็นกฎกระทรวงที่จะออกมาภายหลัง ซึ่งต่อไปนี้เป็นตัวอย่างเนื้อหาของร่างพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีการพิจารณาใน 2 วาระ ดังกล่าว

เนื้อหาจากร่างพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. ..ที่ผ่านการพิจารณาจากสภานิติบัญญัติวันที่ 20 กรกฎาคม 2550

มาตรา 31 การโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือแสดงชื่อหรือเครื่องหมายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทางวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และโรงภาพยนตร์ระหว่างหลังเวลา 0.00-5.00 น และการกำหนดข้อความคำเตือนให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่รัฐมนตรีประกาศกำหนดโดยคำแนะนำของคณะกรรมการ ทั้งนี้การโฆษณาดังกล่าวต้องมีข้อความคำเตือนไม่น้อยกว่าเจ็ดวินาทีและต้องไม่ปรากฏภาพของบุคคล รวมทั้งข้อความที่มีลักษณะเชิญชวนให้บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และต้องไม่ปรากฏภาพของผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เว้นแต่กรณีการโฆษณาระหว่างหลังเวลา 22.00-5.00 น.อาจปรากฏภาพของผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ไม่เกินสามวินาทีในตอนท้ายของการโฆษณา

บทบัญญัติในมาตรานี้ มิให้ใช้บังคับกับการโฆษณาที่ปรากฏใน

(1) การถ่ายทอดสดรายการสดในประเทศทางวิทยุโทรทัศน์ ทั้งนี้ต้องเป็นรายการในระดับนานาชาติ ตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่รัฐมนตรีประกาศกำหนดโดยคำแนะนำของคณะกรรมการ

(2) การถ่ายทอดสดรายการสดจากต่างประเทศทางวิทยุโทรทัศน์

มาตรา 31/2 ห้ามมิให้ผู้ใดโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือแสดงชื่อหรือเครื่องหมายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสิ่งพิมพ์สำหรับเด็กหรือเยาวชน หรือในสิ่งพิมพ์สำหรับการเรียนการสอน

หรือสถานศึกษา เว้นแต่ในสิ่งพิมพ์สำหรับการเรียนการสอนเกี่ยวกับเครื่องตีมแอลกอฮอล์ตามหลักสูตรของสถานศึกษาที่ได้รับอนุญาตจากกระทรวงศึกษาธิการ

การโฆษณาเครื่องตีมแอลกอฮอล์หรือแสดงชื่อหรือเครื่องหมายของเครื่องตีมแอลกอฮอล์ในสิ่งพิมพ์อื่นนอกจากวรรณคดีและการกำหนดข้อความค่าเตือนให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่รัฐมนตรีประกาศกำหนดโดยคำแนะนำของคณะกรรมการ ทั้งนี้การโฆษณาดังกล่าวให้แสดงได้เฉพาะชื่อหรือเครื่องหมายของเครื่องตีมแอลกอฮอล์โดยต้องมีพื้นที่ไม่เกินหนึ่งในสิบ และต้องมีขนาดพื้นที่ค่าเตือนไม่น้อยกว่ากึ่งหนึ่งของพื้นที่โฆษณา ต้องมีขนาดพื้นที่ค่าเตือนไม่น้อยกว่าหนึ่งในสี่ของพื้นที่โฆษณา และอยู่ส่วนบนสุดของพื้นที่โฆษณา โดยต้องไม่อยู่บริเวณปกด้านนอกของสิ่งพิมพ์ และต้องไม่ปรากฏภาพของบุคคล รวมถึงข้อความที่มีลักษณะเชิญชวนให้บริโภคเครื่องตีมแอลกอฮอล์

บทบัญญัติในมาตรานี้มิให้ใช้บังคับกับการโฆษณาเครื่องตีมแอลกอฮอล์ในสิ่งพิมพ์ซึ่งจัดพิมพ์นอกราชอาณาจักรโดยมิได้มีวัตถุประสงค์ให้นำเข้ามาขายในราชอาณาจักรโดยเฉพาะ มาตรา 31/2 ห้ามมิให้ผู้ใดโฆษณาเครื่องตีมแอลกอฮอล์หรือแสดงชื่อหรือเครื่องหมายของเครื่องตีมแอลกอฮอล์ในสิ่งพิมพ์สำหรับเด็กหรือเยาวชน หรือในสิ่งพิมพ์สำหรับการเรียนการสอนหรือสถานศึกษา เว้นแต่ในสิ่งพิมพ์สำหรับการเรียนการสอนเกี่ยวกับเครื่องตีมแอลกอฮอล์ตามหลักสูตรของสถานศึกษาที่ได้รับอนุญาตจากกระทรวงศึกษาธิการ

การโฆษณาเครื่องตีมแอลกอฮอล์หรือแสดงชื่อหรือเครื่องหมายของเครื่องตีมแอลกอฮอล์ในสิ่งพิมพ์อื่นนอกจากวรรณคดีและการกำหนดข้อความค่าเตือนให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่รัฐมนตรีประกาศกำหนดโดยคำแนะนำของคณะกรรมการ ทั้งนี้การโฆษณาดังกล่าวให้แสดงได้เฉพาะชื่อหรือเครื่องหมายของเครื่องตีมแอลกอฮอล์โดยต้องมีพื้นที่ไม่เกินหนึ่งในสิบ และต้องมีขนาดพื้นที่ค่าเตือนไม่น้อยกว่ากึ่งหนึ่งของพื้นที่โฆษณา ต้องมีขนาดพื้นที่ค่าเตือนไม่น้อยกว่าหนึ่งในสี่ของพื้นที่โฆษณา และอยู่ส่วนบนสุดของพื้นที่โฆษณา โดยต้องไม่อยู่บริเวณปกด้านนอกของสิ่งพิมพ์ และต้องไม่ปรากฏภาพของบุคคล รวมถึงข้อความที่มีลักษณะเชิญชวนให้บริโภคเครื่องตีมแอลกอฮอล์

บทบัญญัติในมาตรานี้มิให้ใช้บังคับกับการโฆษณาเครื่องตีมแอลกอฮอล์ในสิ่งพิมพ์ซึ่งจัดพิมพ์นอกราชอาณาจักรโดยมิได้มีวัตถุประสงค์ให้นำเข้ามาขายในราชอาณาจักรโดยเฉพาะ

มาตรา 31/4 ห้ามมิให้ผู้ผลิต ผู้นำเข้า หรือผู้ขายเครื่องตีมแอลกอฮอล์สนับสนุนหรือให้ผลประโยชน์ใดๆ ในการจัดกิจกรรมเกี่ยวกับการศึกษา การแพทย์และสาธารณสุข กิจกรรมเกี่ยวกับเด็กและเยาวชน และกิจกรรมเกี่ยวกับกีฬาสมัครเล่นเว้นแต่ในกิจกรรมการเรียนการสอนเกี่ยวกับเครื่องตีมแอลกอฮอล์ตามหลักสูตรของสถานศึกษาที่ได้รับอนุญาตจากกระทรวงศึกษาธิการ

มาตรา 32 ห้ามมิให้ผู้ใดโฆษณาสินค้าที่ใช้เครื่องหมายของเครื่องหมายการค้าเป็นเครื่องหมายของสินค้านั้น

บทบัญญัติในวรรคหนึ่งให้ใช้บังคับกับการโฆษณาสินค้าโดยนำชื่อหรือเครื่องหมายของเครื่องหมายการค้ามาตัดหรือต่อเติมข้อความที่เป็นเครื่องหมายของสินค้านั้นโดยประการที่จะทำให้เกิดการเข้าใจว่าเป็นการโฆษณาเครื่องหมายการค้านั้นๆ

มาตรา 33 ห้ามมิให้ผู้ใดโฆษณา หรือนำเครื่องหมายของเครื่องหมายการค้าไปแสดงบนผลิตภัณฑ์อื่นใดที่ไม่มีส่วนผสมของเครื่องหมายการค้า หรือผลิตภัณฑ์ที่มีได้เกี่ยวข้องกับเครื่องหมายการค้า

มาตรา 34 ห้ามมิให้ผู้ใดโฆษณาชื่อ หรือเครื่องหมายของบริษัทห้างร้านผู้ผลิต ผู้นำเข้า หรือผู้ขายเครื่องหมายการค้า ในลักษณะที่อาจทำให้แพร่หลายซึ่งชื่อหรือเครื่องหมายของเครื่องหมายการค้า

ร่างพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องหมายการค้า พ.ศ. ... ที่ผ่านการพิจารณาจากสภานิติบัญญัติในวาระที่ 3

มาตรา 31 ห้ามมิให้ผู้ใดโฆษณาเครื่องหมายการค้าหรือแสดงชื่อหรือเครื่องหมายของเครื่องหมายการค้าอันเป็นการอวดอ้างสรรพคุณหรือชักจูงใจให้ผู้อื่นตีความโดยตรงหรือโดยอ้อม

การโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ใดๆ โดยผู้ผลิตเครื่องหมายการค้าทุกประเภทให้กระทำได้เฉพาะการให้ข้อมูลข่าวสารและความรู้เชิงสร้างสรรค์สังคม โดยไม่มีการปรากฏภาพของสินค้าหรือบรรจุภัณฑ์ของเครื่องหมายการค้า เว้นแต่เป็นการปรากฏของภาพ สัญลักษณ์ของเครื่องหมายการค้า หรือสัญลักษณ์ของบริษัทผู้ผลิตเครื่องหมายการค้าเท่านั้น ทั้งนี้ให้เป็นไปตามประกาศในกฎกระทรวง

บทบัญญัติในมาตรานี้มิให้ใช้บังคับกับการโฆษณาที่มีต้นกำเนิดนอกราชอาณาจักร

มาตรา 31/1 ห้ามมิให้ผู้ใดโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ใดๆ ตามมาตรา 31 วรรคสอง ทางวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และโรงภาพยนตร์ ตั้งแต่เวลาห้านาฬิกาถึงยี่สิบสี่นาฬิกา

กรณีสิ่งพิมพ์สำหรับเด็กและเยาวชน

มาตรา 31/2 ห้ามมิให้ผู้ใดโฆษณาเครื่องหมายการค้าหรือแสดงชื่อหรือเครื่องหมายของเครื่องหมายการค้าในสิ่งพิมพ์สำหรับเด็กหรือเยาวชน หรือในสิ่งพิมพ์สำหรับการเรียนการสอนหรือสถานศึกษา เว้นแต่ในสิ่งพิมพ์สำหรับการเรียนการสอนเกี่ยวกับเครื่องหมายการค้าตามหลักสูตรของสถานศึกษาที่ได้รับอนุญาตจากกระทรวงศึกษาธิการ

การโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ใดๆ ตามมาตรา 31 วรรคสองทางวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และโรงภาพยนตร์ ทั้งนี้ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่กำหนดในกฎกระทรวง

กรณีป้ายโฆษณา

มาตรา 31/3 ห้ามมิให้ผู้ใดโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ใดๆ ตามมาตรา 31 วรรคสองต้องมีการกำหนดพื้นที่ป้ายโฆษณา ขนาดพื้นที่ของคำเตือน และองค์ประกอบอื่นๆ ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่กำหนดในกฎกระทรวง

มาตรา 32 การโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ใดๆ ของสินค้าที่ใช้เครื่องหมายของเครื่องหมายแอลกอฮอล์เป็นเครื่องหมายของสินค้านั้น การนำเครื่องหมายของเครื่องหมายแอลกอฮอล์ไปแสดงบนผลิตภัณฑ์อื่นใดที่ไม่มีส่วนผสมของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือผลิตภัณฑ์ที่ไม่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่กำหนดในกฎกระทรวง

คณะอนุกรรมการพิจารณาร่างพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีการแปรญัตติในช่วงเดือน มกราคม – ตุลาคม 2550 พิจารณาให้มีการโฆษณาเหล่าทางโทรทัศน์และวิทยุ โดยแบ่งเป็น 2 ช่วงคือ 1. ช่วง 22.00-24.00 น. ให้โฆษณาได้เฉพาะตราสัญลักษณ์ (โลโก้) ของบริษัทเท่านั้น ห้ามเห็นขวดเหล้าหรือส่วนหนึ่งส่วนใดผลิตภัณฑ์ และมีสาระสำคัญ คือ ต้องมีข้อความคำเตือนไม่น้อยกว่าเจ็ดวินาที, ต้องไม่ปรากฏภาพของบุคคล รวมทั้งข้อความที่มีลักษณะเชิญชวนให้บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และต้องไม่ปรากฏภาพของผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เว้นแต่กรณีการโฆษณาระหว่างหลังเวลา 0.00-5.00 น. อาจปรากฏภาพของผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ไม่เกินสามวินาทีในตอนท้ายของการโฆษณารวมอยู่ในเนื้อหาของร่างพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ทำให้ทางเลือกในการจำกัดการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีมากขึ้น แต่ในขณะเดียวกันก็เป็นช่องทางที่บีบให้การโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีความซับซ้อนมากยิ่งขึ้น

แต่ทว่าร่างพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 ที่ประกาศใช้เมื่อวันที่ 13 กุมภาพันธ์ 2551 กลับมีเนื้อหาที่แตกต่างจากร่างเดิมที่กล่าวข้างต้นค่อนข้างมาก โดยตัดรายละเอียดบางส่วน และบางส่วนถูกยกไปพิจารณาเป็นกฎกระทรวงที่จะออกมาภายหลัง ซึ่งในการควบคุมการโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ โรงภาพยนตร์ กรณีป้ายโฆษณา กรณีสิ่งพิมพ์สำหรับเด็กและเยาวชน ต้องนำไปเริ่มหารือกันใหม่ในเนื้อหาของกฎกระทรวง

เมื่อพิจารณารายชื่อกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทย มาตรการควบคุมที่ออกมาทั้งหมดเป็นการรวบรวมจากกฎหมาย คำสั่ง และระเบียบข้อบังคับที่ออกโดยหน่วยงานราชการทั้งสิ้น 8 หมวดได้แก่ รัฐธรรมนูญ พระราชกฤษฎีกา กฎกระทรวง กฎหมายองค์การบัญญัติ พระราชบัญญัติ ประมวลกฎหมาย พระราชกำหนด และมติคณะรัฐมนตรี ที่หน่วยงานของรัฐประกาศใช้ในชว่งปี พ.ศ.2546-2550 จะภาพได้ว่ามีกรออกมาตรการทั้งสิ้นถึง 6 ฉบับ คือ

1. มติคณะรัฐมนตรี เรื่องการกำหนดมาตรการและแผนงาน/โครงการเพื่อยกระดับมาตรฐานความปลอดภัยทางถนนของประเทศไทย 29 กรกฎาคม 2546
2. ประกาศสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา เรื่องหลักเกณฑ์การโฆษณาเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ 19 กันยายน 2546
3. ประกาศกรมประชาสัมพันธ์ เรื่องหลักเกณฑ์การโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของกาเฟอีนทางสถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ 25 กันยายน 2546
4. ประกาศสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา เรื่องหลักเกณฑ์การโฆษณาเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ (ฉบับที่ 2) 16 พฤษภาคม 2548
5. คำสั่งสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา เรื่องห้ามการโฆษณาเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ 17 ตุลาคม 2549
6. ประกาศสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา เรื่องให้เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์เป็นสินค้าที่ควบคุมฉลาก 18 ตุลาคม 2549

รวมทั้งพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 ที่ประกาศบังคับใช้ในวันที่ 13 กุมภาพันธ์ 2551 โดยทั้ง 7 มาตรการสามารถเปรียบเทียบกฎเกณฑ์ได้ดังตาราง

ตารางที่ 17 การเปรียบเทียบมาตรการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

สาระสำคัญของหลักเกณฑ์การโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทางวิทยุโทรทัศน์							
มาตรากฎหมาย	ประเภทสินค้า	เวลาที่สามารถโฆษณาได้	ภาพลักษณ์บริษัท	โลโก้สินค้า	ภาพสินค้า	การเชิญชวนให้ดื่ม	ข้อยกเว้น
มติคณะรัฐมนตรี* 29 ก.ค.46 (*ไม่มีผลทางกฎหมาย)	สุรา	ห้ามโฆษณา 24 ชม.	ห้าม โฆษณา	ห้าม โฆษณา	ห้าม โฆษณา	ห้าม โฆษณา	ถ่ายทอดสด กีฬาอาชีพใน ประเทศ และ ถ่ายทอดสด กีฬา ต่างประเทศ
	เบียร์	22.00-5.00	โฆษณาได้	โฆษณาได้	โฆษณาได้	ห้าม โฆษณา	
ประกาศ สำนักงาน คณะกรรมการ อาหารและยา 19 ก.ย.46	สุรา	-	-	-	-	-	
	เบียร์	22.00-5.00	โฆษณาได้	โฆษณาได้	โฆษณาได้	ห้าม โฆษณา	
ประกาศกรม ประชาสัมพันธ์ 25 ก.ย.46	ทุกชนิด	22:00-5:00 น.	โฆษณาได้	โฆษณาได้	ห้าม โฆษณา	ห้าม โฆษณา	ถ่ายทอดสด กีฬาในประเทศ และ ต่างประเทศ
ประกาศ สำนักงาน คณะกรรมการ อาหารและยา	ปรับปรุงการแสดงค่าเตือน สำหรับการโฆษณาเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ทางสื่อต่างๆ						
สำนักงาน คณะกรรมการ อาหารและยา (17 ต.ค. 2549)	ทุกชนิด	-	-	-	-	-	
ประกาศ สำนักงาน คณะกรรมการ อาหารและยา (18 พ.ค. 48)	ทุกชนิด	ห้ามโฆษณา 24 ชม.	ห้าม โฆษณา	ห้าม โฆษณา	ห้าม โฆษณา	ห้าม โฆษณา	รายการสดจาก ต่างประเทศที่ ไม่มี วัตถุประสงค์ ออกอากาศใน ไทย
พ.ร.บ.ควบคุม เครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551	ทุกชนิด	-	โฆษณาได้	โฆษณาได้	ห้าม โฆษณา	ห้าม โฆษณา	-

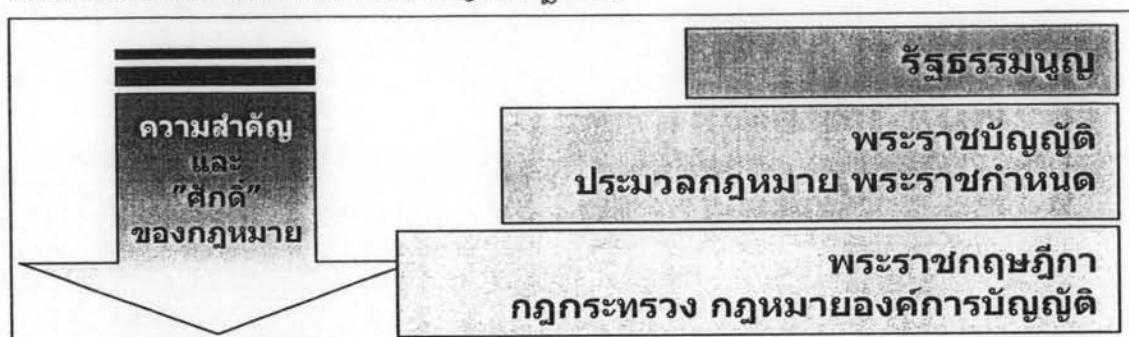
ตารางที่ 17 แสดงให้ภาพถึงข้อบังคับที่ซับซ้อนและมีรายละเอียดค่อนข้างมาก การวินิจฉัย ความผิดจึงไม่สามารถทำได้อย่างชัดเจนแน่นอน และเนื่องด้วยมาตรการทั้งหมดเป็นเพียงแค่ ประกาศจากหน่วยงานราชการ ความสำคัญและการบังคับใช้จึงไม่เข้มงวด และไม่มีหน่วยงานของ ทางภาครัฐที่เฝ้าติดตามการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เป็นไปตามเกณฑ์ ปัญหาการควบคุม การโฆษณาโดยสรุป คือ ช่องโหว่ทางกฎหมายในการโฆษณาภาพลักษณ์องค์กรที่ยังคงอนุญาตให้ มีการแสดงชื่อ/โลโก้/สัญลักษณ์หรือภาพเครื่องดื่มผลิตภัณฑ์แอลกอฮอล์ในช่วงท้ายของโฆษณาได้ นอกจากนี้ในกฎระเบียบที่ใช้บังคับเนื้อหาโฆษณาที่เข้าข่ายเชิญชวนให้บริโภคหรืออวดอ้าง สรรพคุณของเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ โดยทางตรงหรือทางอ้อมก็ยังคงมีการละเมิด ในหลายกรณีจนเป็นข้อถกเถียงกันในเรื่องของการควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ กลุ่มที่ สนับสนุนให้เกิดมาตรการควบคุมการโฆษณาเรียกร้องให้สภานิติบัญญัติแห่งชาติ (สนช.) พิจารณาเรื่องการห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตลอด 24 ชั่วโมง ในร่าง พ.ร.บ. ควบคุม เครื่องดื่มแอลกอฮอล์

เมื่อตีบทกฎหมายมีการประกาศบังคับใช้ซ้อนทับกันหลายมาตรา ดังนั้น การทำความเข้าใจ เรื่องการหักล้างกันในทางกฎหมายและการแบ่งประเภทของกฎหมายจึงเป็นเรื่องที่ต้อง พิจารณาเพื่อให้ทราบว่ากฎหมายฉบับใดยังบังคับใช้อยู่และฉบับใดถูกยกเลิกหรือถูกหักล้าง

ในสารานุกรมออนไลน์วิกิพีเดีย (<http://th.wikipedia.org>) กล่าวถึงลำดับความสำคัญของ กฎหมายไว้อีกว่า กฎหมายมีลำดับศักดิ์สูงต่ำเหมือนสายบันได โดยการกฎหมายที่มีลำดับศักดิ์สูง กว่าย่อมเสมือนเป็นบ่อเกิดของอำนาจในกฎหมายลำดับรองลงมา และที่สำคัญกฎหมายที่ลำดับ ศักดิ์ต่ำกว่าจะขัดหรือแย้ง จะแก้ไขเพิ่มเติม หรือยกเลิกกฎหมายที่มีลำดับศักดิ์สูงกว่าไม่ได้ กฎหมายที่ลำดับศักดิ์เท่ากันสามารถขัดหรือแย้ง แก้ไขเพิ่มเติม หรือยกเลิกกฎหมายที่มีลำดับศักดิ์ เท่ากันได้ ทั้งนี้การขัดหรือแย้งกันของกฎหมายให้ถือเอากฎหมายฉบับล่าสุดมีผลบังคับใช้

กฎหมายที่ลำดับศักดิ์สูงกว่าสามารถยกเลิก แก้ไขเพิ่มเติม หรือขัดแย้งกฎหมายที่มีศักดิ์ ต่ำกว่าได้ โดยกฎหมายที่มีศักดิ์ต่ำกว่ามีอันตกไป ถ้าขัดแย้งกับกฎหมายที่มีศักดิ์สูงกว่า ลำดับศักดิ์ เรียงได้ดังนี้

แผนภาพที่ 2 ศักดิ์และลำดับความสำคัญของกฎหมาย



เมื่อกล่าวถึงลำดับศักดิ์นั้น คำว่า "กฎหมาย" ในทางนิติศาสตร์ หรือบางแห่งเรียก "กฎหมายอันแท้จริง" จะหมายถึงเฉพาะกฎหมายที่เกิดจากอำนาจสูงสุดของรัฐโดยตรงในการตรากฎหมาย ซึ่งมักหมายถึงกฎหมายที่เกิดจากอำนาจนิติบัญญัติ อันได้แก่ กฎหมายรัฐธรรมนูญหรือรัฐธรรมนูญ พระราชบัญญัติประกอบรัฐธรรมนูญ พระราชบัญญัติ (รวมถึงประมวลกฎหมาย) อย่างไรก็ตามในระบอบกฎหมายไทยมีพระราชกำหนดเป็นข้อยกเว้นที่ฝ่ายบริหารเป็นผู้ออกแต่ถือเป็นกฎหมายอันแท้จริง เนื่องจากถือว่าเป็นการให้ฝ่ายบริหารยืมใช้อำนาจนิติบัญญัติในคราวจำเป็น

ส่วนกฎหมายลำดับถัดลงไปนั้น เป็นกฎหมายที่ฝ่ายบริหารเป็นผู้ออกเป็นหลัก โดยอาศัยอำนาจกฎหมายอันแท้จริงในการออก เช่น พระราชกฤษฎีกา กฎกระทรวง และคำสั่งหรือข้อบังคับที่ออกตามกฎอัยการศึก ถือเป็นกฎหมายลำดับรอง (Subordinate Legislation) ที่เรียกว่ากฎหมายบริหารบัญญัติหรือบางแห่งเรียกว่า กฎหมายอนุบัญญัติ หรือ กฎเกณฑ์แห่งกฎหมาย (ภาษาอังกฤษใช้คำว่า By-law, <http://th.wikipedia.org>) โดยมีหลักพื้นฐานของการบังคับใช้กฎหมาย คือ

"กฎหมายหรือกฎเกณฑ์แห่งกฎหมายจะขัดหรือแย้งต่อกฎหมายหรือกฎเกณฑ์แห่งกฎหมายที่มีลำดับศักดิ์สูงกว่ามิได้.."

"กฎหมายแม่ถูกยกเลิก กฎหมายลูกก็เป็นอันถูกยกเลิกตามไปด้วย..."

และ "กฎหมายเรื่องเดียวกัน หากมีซ้ำซ้อนกันและมีได้บัญญัติว่าให้ใช้ฉบับใด ให้ถือว่าต้องใช้ฉบับที่บัญญัติขึ้นภายหลัง..."

คณะกรรมการกฤษฎีกา คณะที่ 10 สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา ได้พิจารณาข้อหารือของ อย. โดยได้ฟังคำชี้แจงข้อเท็จจริงเพิ่มเติมจากผู้แทนกรมสรรพสามิต กรมควบคุมโรค อย. กรมประชาสัมพันธ์ และสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคแล้ว เห็นว่ามีประเด็นปัญหาข้อกฎหมายต้องพิจารณา 2 ประเด็น ดังนี้

1. คำสั่ง อย.ที่ 505/2549 เรื่องห้ามการโฆษณาเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ลงวันที่ 18 ตุลาคม 2549 กฎหมายหรือไม่ และประกาศ อย. เรื่องให้เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์เป็นสินค้าควบคุมฉลาก ลงวันที่ 18 ตุลาคม 2549 เป็นประกาศและคำสั่งที่มีผลใช้บังคับตาม

2. ในกรณีประกาศและคำสั่งตามข้อ 1 เป็นประกาศและคำสั่งที่มีผลใช้บังคับตามกฎหมาย การดำเนินการตามกรณีนี้หรือมาทั้ง 4 ข้อข้างต้นอยู่ในการควบคุม และต้องห้ามการโฆษณาตามคำสั่งดังกล่าวหรือไม่

คณะกรรมการกฤษฎีกามีการตัดสินใจว่า ประกาศของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) เรื่อง ให้เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์เป็นสินค้าควบคุมฉลาก ลงวันที่ 17 ต.ค. 2549 และคำสั่ง อย. เรื่อง ห้ามการโฆษณาเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ลงวันที่ 18 ต.ค. 2549 เป็นประกาศและคำสั่งที่ไม่มีผลบังคับใช้ตามกฎหมาย ซึ่งทำให้คำสั่งที่ให้ผลบังคับใช้ในวันที่ 3 ต.ค. 49 ที่ห้ามมิให้ผู้ใดโฆษณาเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ (เบียร์ ไวน์ สุรา หรือของเหลวที่มีชื่ออื่น ๆ เพื่อการบริโภคที่มีเอทานอลเกินกว่า 5 มิลลิกรัมต่อของเหลว 1 ลิตร หรือเกินกว่า 0.5 ดีกรี) ด้วยสื่อโฆษณาทุกชนิด หรือวิธีการอื่นใดตลอด 24 ชั่วโมง ไม่มีผลตามกฎหมาย (เว็บไซต์มติชน, 24 พฤศจิกายน 2549)

การห้ามการโฆษณาหรือจำกัดการโฆษณาจะห้ามได้เฉพาะเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ไม่ได้ผลิตจากโรงงาน และไม่ได้นำเข้า คือ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ผลิตแบบพื้นบ้านหรือสินค้าโอท็อปเท่านั้น แต่เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ผลิตจากโรงงานหรือนำเข้าจะไปห้ามการโฆษณาไม่ได้ ทั้งที่ตามเจตนารมณ์ของกฎหมายที่แก้ไขเพิ่มเติมเมื่อปี 2541 ต้องการห้ามหรือจำกัดการโฆษณาสินค้าที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ เพื่อคุ้มครองผู้บริโภคที่ตามไม่ทันกลยุทธ์ทางการตลาด ทั้งที่ตามเจตนารมณ์ของกฎหมายที่แก้ไขเพิ่มเติมเมื่อปี 2541 ต้องการห้ามหรือจำกัดการโฆษณาสินค้าที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ เพื่อคุ้มครองผู้บริโภคที่ตามไม่ทันกลยุทธ์ทางการตลาด (คมชัดลึก, 24 พฤศจิกายน 2549)

เมื่อสำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกามีการตัดสินใจว่าประกาศของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) เรื่องห้ามการโฆษณาเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ (17 ตุลาคม 2549) และเรื่องให้เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์เป็นสินค้าควบคุมฉลาก (18 ตุลาคม 2549) เป็นประกาศและคำสั่งที่ไม่มีผลบังคับใช้ตามกฎหมาย และพิจารณาตามหลักพื้นฐานทางกฎหมายว่า กฎหมายเรื่องเดียวกัน หากมีซ้ำซ้อนกันและมีได้บัญญัติว่าให้ใช้ฉบับใด ให้ถือว่าต้อง

ใช้ฉบับที่บัญญัติขึ้นภายหลัง ทำให้มาตรการที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในโทรทัศน์เหลือเพียง 3 มาตรา จาก 6 มาตราที่ประกาศใช้

ตารางที่ 18 สรุปมาตรการควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในโทรทัศน์โดยพิจารณาจากการหักล้างกันตามหลักพื้นฐานกฎหมายและการประกาศยกเลิก

มาตรการ*	ช่วงเวลาที่ยังบังคับใช้				
1. มติ รมต. 46	29 ก.ค.46 ไม่มีผลทางกฎหมาย				
2. ประกาศย.46	19 ก.ย.46 - 13 ก.พ.51				ยกเลิกตาม "ศักดิ์" ของกฎหมาย ด้วยพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 มีผลบังคับใช้
3. ประกาศกรม ปชส. 46		25 ก.ย.46 - 13 ก.พ.51			
4. ประกาศย. 48		16 พ.ค. 48 - 13 ก.พ.51			
5. ประกาศย. 48		17 พ.ค. 48		ยุติการบังคับใช้ 23 พย. 49**	
6. ประกาศย. 49			18 ต.ค. 49		
7. พรบ..2551					13 ก.พ.51
<p>ช่องสี่เหลี่ยม คือช่วงเวลาที่มาตราการนั้นๆ บังคับใช้</p> <p>* ชื่อของมาตรการต่างๆ เขียนแบบย่อซึ่งชื่อเต็ม คือ</p> <ol style="list-style-type: none"> มติคณะรัฐมนตรี 29 ก.ค.46 ประกาศสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา 19 ก.ย.46 ประกาศกรมประชาสัมพันธ์ 25 ก.ย.46 ประกาศสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (เรื่องการปรับปรุงการแสดงค่าเตือน) ประกาศสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ฉบับที่ 2 /16 พ.ค. 48) สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา คำสั่งที่ 504/18 ตค. 2549 พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 <p>**คณะกรรมการกฤษฎีกาตัดสินว่าไม่มีผลบังคับใช้ทางกฎหมาย เมื่อวันที่ 23 พฤศจิกายน พ.ศ.2549</p>					

ก่อนการประกาศใช้พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 มาตรการที่เหลืออยู่ 3 ฉบับ คือ ประกาศสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา 19 ก.ย.46, ประกาศกรมประชาสัมพันธ์ 25 ก.ย.46 และประกาศสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (เรื่องการปรับปรุงการแสดงค่าเตือน)

ภายหลังการประกาศใช้พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 มาตรการที่เหลืออยู่ 3 ฉบับ จะถูกยกเลิกตามหลักพื้นฐานของกฎหมายเพราะ "ศักดิ์" ของพระราชบัญญัตินั้นสูงกว่า มาตรการที่เหลืออยู่ 3 ฉบับ คือ ประกาศสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา 19 ก.ย.46, ประกาศกรมประชาสัมพันธ์ 25 ก.ย.46 และประกาศสำนักงาน

คณะกรรมการอาหารและยา เพราะตามศักดิ์ของกฎหมายทั้ง 3 ฉบับ ถือว่าเป็นกฎหมายประเภทองค์การบัญญัติซึ่งศักดิ์ของกฎหมายต่ำกว่าพระราชบัญญัติ

4.4. ความสัมพันธ์ของการจำกัดเวลาและการจำกัดเนื้อหาโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

จากมาตรการที่กล่าวมาแล้วทั้งหมด “เวลา” และ “สถานที่” ของโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ถูกกำหนดให้โฆษณาได้ตามช่วงเวลาและสถานที่ที่ได้รับอนุญาตเท่านั้น แต่ในมาตรการทั้งหมดสิ่งที่สำคัญที่สุดเมื่อพิจารณาเนื้อหาของกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทางโทรทัศน์คือเรื่องของ “รูปแบบเนื้อหา” และเวลา”

เหตุเพราะ “สถานที่” ของโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หากมีการห้ามให้โฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทางโทรทัศน์ “สถานที่” สามารถเปลี่ยนสื่อโฆษณาจากสล็อตโฆษณาทาง “โทรทัศน์” ไปยังสื่อหรือ “ที่” อื่นๆ ที่ไม่ใช่โทรทัศน์ได้

“เวลา” ของการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้น หากพิจารณาในมิติ “ช่วงเวลาการออกอากาศ” เวลาในการโฆษณานั้นเรียกได้อีกแบบว่าเป็น “พื้นที่” ของสื่อโฆษณาทางโทรทัศน์ ซึ่งการกำหนดเวลาโฆษณา (หรือกำหนด “พื้นที่”) เคยถูกกำหนดให้โฆษณาได้ในช่วงเวลา 22.00 – 5.00 น. ไม่มีการกำหนดในพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551

แต่สิ่งที่สำคัญที่สุดของการควบคุมโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์คือ การจำกัด “เนื้อหา” การโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสื่อโทรทัศน์ ในพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 โดยแบ่งรูปแบบเนื้อหาออกเป็น 4 รูปแบบใหญ่ๆ คือ

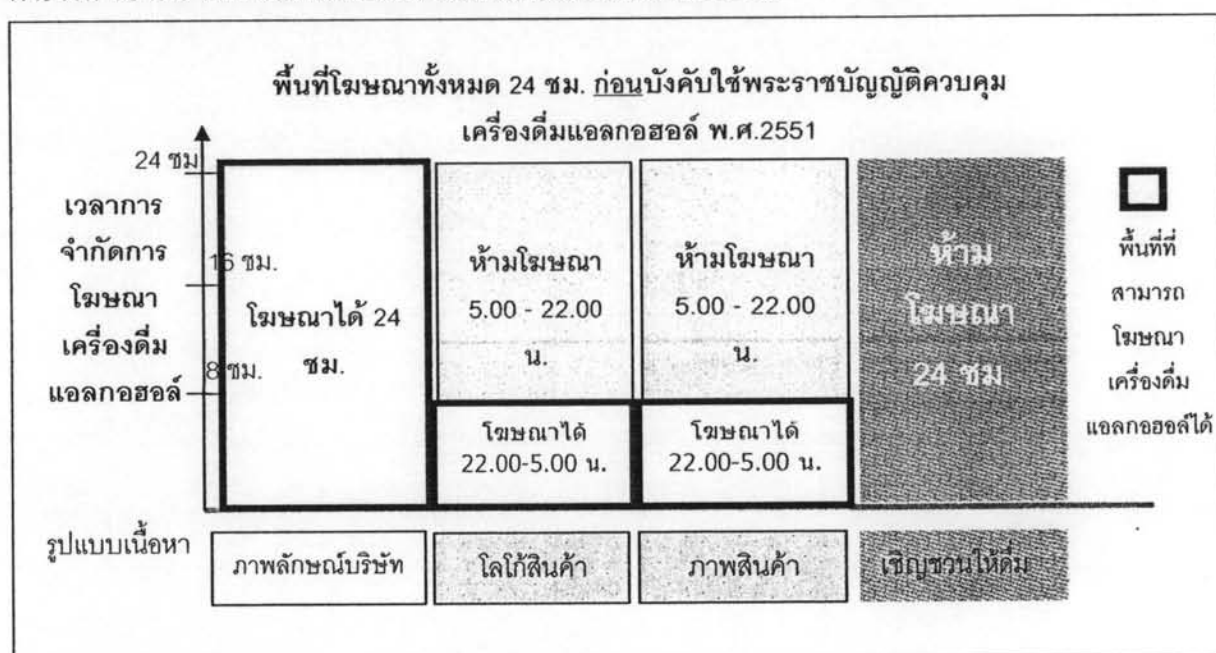
1. การกำหนดให้โฆษณาภาพลักษณ์บริษัท (Corporate image) ในเนื้อหาเชิงสร้างสรรค์สังคม (หรือที่เรียกกันว่าภาพลักษณ์ขององค์กรที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility))
2. การจำกัดการโฆษณาโลโก้สินค้า (Brand image)
3. การห้ามโฆษณารูปภาพสินค้า (Product image)
4. การห้ามมิให้โฆษณาให้ภาพภาพการดื่มหรือการเชิญชวนให้ดื่ม (Drinking image advertising)

การจำกัดการโฆษณาว่าด้วยเรื่องของ “เนื้อหา” และ “เวลา” โดยในเรื่องการจำกัดการโฆษณาเนื้อหานั้น มีจุดประสงค์ในการป้องกันมิให้เกิดนักดื่มหน้าใหม่ หรือป้องกันการเป็นแบบอย่างให้กับเด็กและเยาวชน โฆษณาให้ภาพภาพการดื่มหรือการเชิญชวนให้ดื่มเป็นเรื่องหลักที่โดนจำกัดเวลา ส่วนที่โดนจำกัดรองลงมาคือการโฆษณาให้ภาพภาพของผลิตภัณฑ์และโลโก้สินค้า

กำหนดตายตัว โดยปกติแล้วสามารถโฆษณาได้ตลอด 24 ชม. แต่ส่วนมากโฆษณาเหล่านี้จะปรากฏอยู่ในช่วงดึก หรือรายการที่มีเนื้อหาเหมาะสำหรับผู้ใหญ่เสียเป็นส่วนมาก จึงมีผลทำให้โฆษณานั้นต้องมีเนื้อหาหรือภาพชีวิตไม่เหมาะสำหรับเยาวชน

เมื่อนำรูปแบบเนื้อหาที่ถูกจำกัดในกรณีต่างๆ มากระจายเป็นตารางคู่กับเวลาที่ใช้จำกัดการโฆษณา จะได้ตารางดังรูปโดยในช่องสี่เหลี่ยมคือช่วงเวลากการโฆษณาที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน (อนุญาตให้โฆษณา 22.00-5.00 น.) และช่วงเวลากการโฆษณาในพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดืมแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 (ที่เคยมีการพิจารณาอนุญาตให้โฆษณา 0.00-5.00 น.) จะได้ทางเลือกสำหรับการจำกัดเวลาโฆษณาเครื่องดืมแอลกอฮอล์ทั้งหมด 16 วิธี

ตารางที่ 19 การจำกัดเวลาและเนื้อหาโฆษณาเครื่องดืมแอลกอฮอล์



ในกรณีต่างๆ ทั้ง 16 กรณีนั้น มีทั้งกรณีที่เคยบังคับใช้ไปแล้ว, กรณีที่ยังไม่เคยบังคับใช้, กรณีที่กำลังจะบังคับใช้ และกรณีที่อาจเปลี่ยนแปลงจากการประกาศใช้กฎกระทรวง³ ซึ่งแต่ละกรณีจะมีความรุนแรงต่างกัน รวมทั้งผลกระทบต่อบุคคลในโฆษณาเครื่องดืมแอลกอฮอล์แตกต่างกันด้วย

³ กฎกระทรวง จะประกาศใช้หลังจากการพิจารณาเนื้อหาในกฎกระทรวงว่าด้วยรายละเอียดของการจำกัดเวลาการโฆษณาโลโก้สินค้าเครื่องดืมแอลกอฮอล์ และอื่นๆ ซึ่งรัฐมนตรีผู้รักษาการตามกฎหมายแม่บทเป็นผู้ออกระเบียบ

กรณีจะมีความรุนแรงต่างกัน รวมทั้งผลกระทบต่อบุคคลในโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แตกต่างกันด้วย

ไม่ว่าเนื้อหาโฆษณาจะเป็นอย่างไร ต้องกระทำการโฆษณาตามกฎหมายโดยห้ามมิให้ภาพการ์ตูนเด็กหรือภาพที่เชิญชวนให้ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หรือเนื้อหาในรูปแบบต่างๆ กันไป ดังนั้น “เนื้อหา” “เวลา” และ “สถานที่” ที่ถูกจำกัดของโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จึงเป็นเหตุผลสำคัญของการเสีย “พื้นที่” ของการโฆษณาในสื่อโทรทัศน์ไป ช่วงเวลาที่มีคนดูมากที่สุด (Prime Time) 18.00 -22.00 น. คือช่วงที่โฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีโอกาสเข้าถึงผู้รับชมโทรทัศน์มากที่สุด กลับถูกจำกัดไม่ให้อาณาเขตโฆษณาได้เนื่องจากช่วงเวลาการอนุญาตให้โฆษณาได้ 22.00 – 5.00 น. หมายความว่าโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จะโฆษณาได้ก็ต่อเมื่อหลัง 4 ทุ่มซึ่งเวลานั้นได้ผ่านช่วงเวลา Prime Time ไปแล้ว เมื่อนำรูปแบบต่างๆ ของทั้งสองมาตรการมาคิดเป็นตารางการจำกัดการโฆษณา จะได้ตารางดังรูป โดยใช้ช่วงเวลาการโฆษณาที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน (อนุญาตให้โฆษณา 22.00-5.00 น.) :

ตารางที่ 20 เปรียบเทียบมาตรการจำกัดรูปแบบและจำกัดเวลาการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

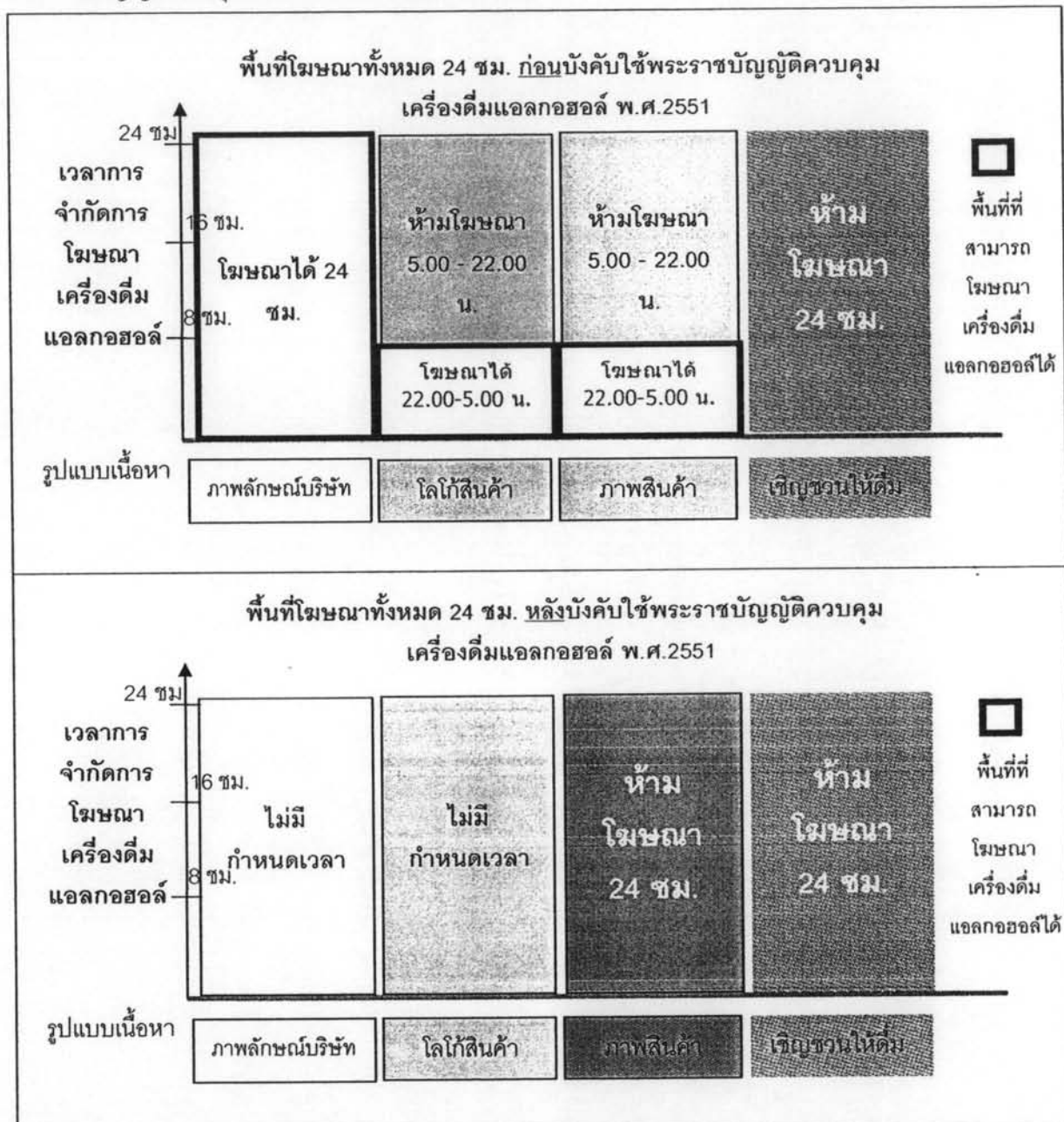
ก่อนบังคับใช้พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551			
ภาพลักษณ์บริษัท	โลโก้สินค้า	ภาพสินค้า	เชิญชวนให้ดื่ม
โฆษณาได้ตลอดทั้งวัน	โฆษณาได้ 22.00-5.00 น.	โฆษณาได้ 22.00-5.00 น.	ห้ามโฆษณา
หลังบังคับใช้พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551			
ภาพลักษณ์บริษัท	โลโก้สินค้า	ภาพสินค้า	เชิญชวนให้ดื่ม
ไม่มีการกำหนดเวลา	ไม่มีการกำหนดเวลา	ห้ามโฆษณา	ห้ามโฆษณา

สำหรับกฎกระทรวงที่จะประกาศใช้หลังพระราชบัญญัติควบคุมฯ มีผลบังคับใช้ จึงต้องหาข้อสรุปในเรื่องต่างๆ รวมแล้ว 2 เรื่องจากที่เป็นผลมาจากการผ่านร่างพระราชบัญญัติควบคุมฯ ที่ยังไม่ได้ลงรายละเอียดดังตารางที่ 13 -1 รวมแล้ว 2 เรื่องคือ

- รายละเอียดในการจำกัดการโฆษณาภาพลักษณ์บริษัท
- รายละเอียดในการจำกัดการโฆษณาโลโก้สินค้า

เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงเนื้อหาการบังคับใช้ทั้งในมิติของเวลาและเนื้อหา ซึ่งการจำกัดช่วงเลาดังกล่าวจะส่งผลกระทบต่อพื้นที่ให้มากหรือน้อยลงอย่างไร สามารถเปรียบเทียบได้จากตาราง 17 ดังนี้

ตารางที่ 21 เปรียบเทียบการจำกัดเวลาและเนื้อหาโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กับพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551



ผลจากเนื้อหาในพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 มีการเปลี่ยนแปลงพื้นที่ในการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยเฉพาะการโฆษณาให้เห็นภาพสินค้าทันทีที่ประกาศใช้ และน่าสังเกตว่า ไม่มีการกำหนดช่วงเวลาการโฆษณาแต่อย่างใด ซึ่งผู้ได้รับผลกระทบกับกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์, บริษัทตัวแทนโฆษณา (Advertising Agency), สถานีโทรทัศน์ระบบเปิดทั้ง 6 ช่อง (ช่อง 3, 5, 7, 9, 11 และ ทีไอทีวี) และรายการโทรทัศน์ที่ได้รับการสนับสนุนจากผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์น่าจะเกิดการการปรับตัวของกลุ่มบุคคลที่ได้รับ

ผลกระทบจากการใช้มาตรการควบคุมแอลกอฮอล์ในโฆษณาทางโทรทัศน์ ส่งผลต่อการปรับแผนการบริหารจัดการ, การวางแผนงาน และการดำเนินการต่างๆ ของผู้ได้รับผลกระทบจากการใช้มาตรการควบคุมการโฆษณาแอลกอฮอล์ในสื่อโทรทัศน์

4.5. สรุปมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กับมาตรการควบคุมผลิตภัณฑ์ยาสูบ

กล่าวได้ว่า การโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสื่อโทรทัศน์ หรือไม่ว่าจะเป็นสื่อใดๆ ก็ตามจะเกี่ยวข้องกับกฎหมายต่างๆ ที่รัฐบาลได้ประกาศใช้ เนื้อหาของกฎหมายนั้นมีอิทธิพลโดยตรงกับการโฆษณาและการส่งเสริมการขายสินค้าประเภทนี้ในสื่อต่างๆ ไปโดยปริยาย ในสื่อโทรทัศน์เองก็เป็นสื่อประเภทหนึ่งที่มีการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ แต่ก็จำเป็นต้องขึ้นอยู่กับประกาศกรมประชาสัมพันธ์ และประกาศสำนักงานอาหารและยาเป็น "เสาหลัก" ที่จะกำหนดทิศทาง เนื้อหาและรูปแบบของการโฆษณาแอลกอฮอล์ในสื่อโทรทัศน์

จากนโยบายและการดำเนินการของประเทศต่างๆ วัตถุประสงค์และเป้าหมายสำคัญของนโยบายการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ รวมทั้งผลกระทบจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่สำคัญคือ 1) ลดนักดื่มหน้าใหม่ 2) การลดปริมาณการดื่ม 3) ลดอันตรายจากการดื่ม เช่น อุบัติเหตุ ความรุนแรง และปัญหาสุขภาพ โดยมีกลุ่มมาตรการสำคัญ 3 มาตรการ คือ

1) กลุ่มมาตรการลดอุปทาน ได้แก่ มาตรการกำหนดราคาและภาษี, มาตรการจำกัดการเข้าถึงและหาซื้อ, มาตรการควบคุมการโฆษณาและส่งเสริมการขาย, มาตรการปรับเปลี่ยนบริบทและสิ่งแวดล้อมในการดื่ม และมาตรการควบคุมอุปทานในบริบทระหว่างประเทศ

2) กลุ่มมาตรการลดอุปสงค์ ได้แก่ มาตรฐานด้านการศึกษาและการณรงค์ และมาตรการทางสังคมในชุมชน

3) มาตรการลดผลกระทบ ได้แก่ มาตรการลดและป้องกันปัญหาสังคมที่เกิดจากการบริโภค และมาตรการรักษาและการให้การช่วยเหลือ

ซึ่งในด้านมาตรการควบคุมการโฆษณาและส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์ยาสูบ เมื่อนำมาเปรียบเทียบกับมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จะเห็นว่ามาตรการควบคุมการโฆษณาและส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์ยาสูบมีความชัดเจนและเข้มงวดกว่า ในขณะที่มาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้นซับซ้อน มีรายละเอียดมาก และเปิดช่องให้โฆษณาได้มากกว่า

ตารางที่ 22 เปรียบเทียบพระราชบัญญัติควบคุมยาสูบ พ.ศ.2535 พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551

มาตรการควบคุม	พระราชบัญญัติควบคุมยาสูบ พ.ศ. 2535 และพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้ไม่สูบบุหรี่ พ.ศ.2535	พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551
หีบห่อและบรรจุภัณฑ์	<p>มาตรา 11 ผลิตรภัณฑ์ยาสูบที่จะขายได้ต้องมีส่วนประกอบตามมาตรฐานที่กำหนดในกฎกระทรวง</p> <p>มาตรา 12 ต้องแสดงฉลากที่หีบห่อผลิตรภัณฑ์ยาสูบก่อนนำจัดจำหน่าย</p> <p>มาตรา 13 ห้ามมิให้ผู้ใดขายผลิตรภัณฑ์ยาสูบที่มีได้แสดงฉลาก</p>	<p>มาตรา 25 ให้ผู้ผลิตหรือผู้นำเข้า</p> <p>1) จัดให้มีบรรจุภัณฑ์เป็นไปตามหลักเกณฑ์วิธีการ และเงื่อนไขตามที่กำหนดในกฎกระทรวง</p> <p>2) จัดให้มีฉลากพร้อมข้อความคำเตือนสำหรับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ผลิตหรือนำเข้า ทั้งนี้ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่คณะกรรมการควบคุมกำหนดโดยประกาศในราชกิจจานุเบกษา</p>
การกำหนดสถานที่จำหน่าย	<p>พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้ไม่สูบบุหรี่ พ.ศ.2535</p> <p>มาตรา 4 ให้รัฐมนตรีมีอำนาจประกาศในราชกิจจานุเบกษา</p> <p>1) กำหนดชื่อ หรือประเภทของสถานที่สาธารณะที่ห้ามการคุ้มครองสุขภาพของผู้ไม่สูบบุหรี่</p> <p>2) กำหนดส่วนใดส่วนหนึ่ง หรือทั้งหมดของสถานที่สาธารณะตาม 1) เป็นเขตสูบบุหรี่หรือเขตปลอดบุหรี่</p> <p>มาตรา 5 ให้ผู้ดำเนินการมีหน้าที่จัดให้ส่วนหนึ่งส่วนใดหรือทั้งหมดของสถานที่สาธารณะตาม 1) เป็นเขตสูบบุหรี่หรือเขตปลอดบุหรี่</p> <p>ประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ 10) พ.ศ.2545 กำหนดให้สถานที่สาธารณะต่อไปนี้เป็นที่สาธารณะที่ห้ามการคุ้มครองสุขภาพของผู้ไม่สูบบุหรี่ รถยนต์โดยสารประจำทาง, รถยนต์โดยสารรับจ้าง, รถตู้โดยสารรับจ้าง, โรงเรียนหรือสถานศึกษา, มหาวิทยาลัย, อาคารแสดงศิลปวัฒนธรรมหรือหอศิลป์,</p>	<p>มาตรา 26 ห้ามจำหน่าย ณ สถานที่ดังต่อไปนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. วัดและสถานที่ปฏิบัติพิธีกรรมทางศาสนา 2. สถานที่บริการสาธารณสุขของรัฐ <p>สถานพยาบาลตามกฎหมายว่าด้วยสถานพยาบาลและร้านขายยาตามกฎหมายว่าด้วยยา</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. สถานที่ราชการ ยกเว้นสถานที่จัดไว้เป็นร้านค้าหรือสโมสร 4. สโมสรเยาวชน 5. หอพักตามกฎหมายว่าด้วยเรื่องหอพัก 6. สถานศึกษาตามกฎหมายว่าด้วยการศึกษาแห่งชาติ 7. ยานพาหนะขนส่งมวลชน 8. สถานที่บริการน้ำมันเชื้อเพลิงหรือร้านค้าในบริเวณนั้น 9. ที่สาธารณะและทางสาธารณะตามกฎหมายว่าด้วยการสาธารณสุข 10. สถานที่อื่นที่รัฐมนตรีประกาศโดยคำแนะนำของคณะกรรมการควบคุม

	<p>สนามกีฬาในร่ม, สถานที่ราชการหรือรัฐวิสาหกิจ, ธนาคารและสถาบันการเงิน, ... สำนักงานที่มีระบบปรับอากาศ, อาคารทำอากาศยาน ... เป็นต้น</p> <p>มาตรา 7 ห้ามมิให้ผู้ใดแจกจ่ายผลิตภัณฑ์ยาสูบในลักษณะเป็นตัวอย่างของผลิตภัณฑ์ยาสูบ หรือเพื่อให้ผลิตภัณฑ์ยาสูบแพร่หลาย หรือเป็นการจูงใจสาธารณชนให้เสพผลิตภัณฑ์ยาสูบนั้น ทั้งนี้ เว้นแต่การให้ตามประเพณีนิยม</p>	
	<p>มาตรา 8 ห้ามมิให้ผู้ใดโฆษณาผลิตภัณฑ์ยาสูบหรือแสดงชื่อหรือเครื่องหมายผลิตภัณฑ์ยาสูบในสิ่งพิมพ์ทางวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์หรือสิ่งอื่นใดที่ใช้เป็นการโฆษณาได้ หรือใช้ชื่อหรือเครื่องหมายผลิตภัณฑ์ยาสูบในการแสดง การแข่งขัน การให้บริการหรือการประกอบกิจกรรมอื่นใดที่มีวัตถุประสงค์ให้เข้ามาจำหน่ายแจกในราชอาณาจักรโดยเฉพาะ</p> <p>บทบัญญัติในวรรคหนึ่ง มิให้ใช้บังคับกับการถ่ายทอดสดรายการจากต่างประเทศทางวิทยุโทรทัศน์ และการโฆษณาผลิตภัณฑ์ยาสูบในสิ่งพิมพ์ซึ่งจัดพิมพ์นอกราชอาณาจักรโดยมิได้มีวัตถุประสงค์ให้เข้ามาจำหน่ายแจกในราชอาณาจักรโดยเฉพาะ</p>	<p>มาตรา 31 ห้ามมิให้ผู้ใดโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือแสดงชื่อหรือเครื่องหมายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อันเป็นการอวดอ้างสรรพคุณหรือชักจูงใจให้ผู้อื่นดื่มโดยตรงหรือโดยอ้อม</p> <p>การโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ใดๆ โดยผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกประเภทให้กระทำได้เฉพาะการให้ข้อมูลข่าวสารและความรู้เชิงสร้างสรรค์สังคม โดยไม่มีการปรากฏภาพของสินค้า หรือบรรจุภัณฑ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้น</p> <p>เว้นแต่เป็นการปรากฏของภาพ สัญลักษณ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หรือสัญลักษณ์ของบริษัทผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เท่านั้น ทั้งนี้ให้เป็นไปตามประกาศในกฎกระทรวง</p> <p>บทบัญญัติในมาตรานี้มิให้ใช้บังคับกับการโฆษณาที่มีต้นกำเนิดนอกราชอาณาจักร</p> <p>มาตรา 31/1 ห้ามมิให้ผู้ใดโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ใดๆ ตามมาตรา 31 วรรคสอง ในสิ่งพิมพ์สำหรับเด็กหรือเยาวชน หรือสิ่งพิมพ์สำหรับการเรียนการสอนในสถานศึกษา เว้นแต่ในสื่อสิ่งพิมพ์สำหรับการเรียนการสอนที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามหลักสูตรของสถานศึกษาที่ได้รับอนุญาตจากกระทรวงศึกษาธิการ</p> <p>มาตรา 31/2 ห้ามมิให้ผู้ใดโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือแสดงชื่อหรือเครื่องหมายของ</p>

		<p>เครื่องดัดแอลกอฮอล์ในสิ่งพิมพ์สำหรับเด็กหรือเยาวชน หรือในสิ่งพิมพ์สำหรับการเรียนการสอนหรือสถานศึกษา เว้นแต่ในสิ่งพิมพ์สำหรับการเรียนการสอนเกี่ยวกับเครื่องดัดแอลกอฮอล์ตามหลักสูตรของสถานศึกษาที่ได้รับอนุญาตจากกระทรวงศึกษาธิการ</p> <p>การโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ใดๆ ตามมาตรา 31 วรรคสองทางวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และโรงภาพยนตร์ ทั้งนี้ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์วิธีการ และเงื่อนไขที่กำหนดในกฎกระทรวง</p> <p>มาตรา 31/3 ห้ามมิให้ผู้ใดโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ใดๆ ตามมาตรา 31 วรรคสองต้องมีการกำหนดพื้นที่ป้ายโฆษณา ขนาดพื้นที่ของคำเตือน และองค์ประกอบอื่นๆ ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่กำหนดในกฎกระทรวง</p> <p>มาตรา 31/4 ห้ามมิให้ผู้ผลิต ผู้นำเข้า หรือผู้ขายเครื่องดัดแอลกอฮอล์สนับสนุนหรือให้ผลประโยชน์ใดๆ ในการจัดกิจกรรมเกี่ยวกับการศึกษา การแพทย์และสาธารณสุข กิจกรรมเกี่ยวกับเด็กและเยาวชน และกิจกรรมเกี่ยวกับกีฬาสมัครเล่น ยกเว้นในกิจกรรมการเรียนการสอนเกี่ยวกับเครื่องดัดแอลกอฮอล์ตามหลักสูตรของสถานศึกษาที่ได้รับอนุญาตจากกระทรวงศึกษาธิการ</p> <p>มาตรา 32 การโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ใดๆ ของสินค้าที่ใช้เครื่องหมายของเครื่องดัดแอลกอฮอล์เป็นเครื่องหมายของสินค้านั้น การนำเครื่องหมายของเครื่องดัดแอลกอฮอล์ไปแสดงบนผลิตภัณฑ์อื่นใดที่ไม่มีส่วนผสมของเครื่องดัดแอลกอฮอล์หรือผลิตภัณฑ์ที่ไม่เกี่ยวข้องกับเครื่องดัดแอลกอฮอล์ ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์วิธีการ และเงื่อนไขที่กำหนดในกฎกระทรวง</p>
--	--	--

ในขณะที่พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จะมีรายละเอียดมากกว่า แต่ในรายละเอียดนั้นยังเปิดช่องให้สามารถโฆษณาได้ในระดับหนึ่ง ในขณะเดียวกัน มาตรา 8 ในพระราชบัญญัติควบคุมผลิตภัณฑ์ยาสูบนั้นระบุนำห้ามโฆษณาในทุกสื่อชัดเจน

องค์การอนามัยโลก (World Health Organization หรือ WHO) เป็นองค์กรหลักเช่นเคยในการลดปริมาณผู้สูบบุหรี่และลดผลกระทบจากการสูบบุหรี่ โดยเป็นหลักในการสนับสนุนการลดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทั่วโลกมาแล้ว องค์การอนามัยโลกจัดประชุมที่เกี่ยวกับบุคลากรการแพทย์และสาธารณสุขจากทั่วโลกเมื่อเดือนมกราคม 2004 รวมทั้งในระดับเอเชียและแปซิฟิก ในเดือนธันวาคม ปีเดียวกัน โดยได้หารือร่วมกันจัดตั้งบุคลากรในด้านสุขภาพในทุกสาขา เช่น แพทย์ พยาบาล ทันตแพทย์ เภสัชกร นักจิตวิทยา และบุคลากรสาธารณสุขอื่นๆ ให้เข้ามามีบทบาทในการควบคุมยาสูบ ด้วยมาตรการควบคุมที่มีประสิทธิภาพหลากหลายทั้งด้านกฎหมาย การกำหนดราคา การให้การศึกษา การสื่อสาร การรณรงค์ให้เกิดความตระหนักเรื่องผลร้ายของบุหรี่ที่มีต่อสุขภาพ ช่วยให้ประชาชนเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของประชาชนที่สูบบุหรี่

จากการประชุมว่าด้วยการควบคุมผลิตภัณฑ์ยาสูบ (WTO Framework Convention on Tobacco Control: FCTC 2003, P 5) องค์การอนามัยโลก มีข้อเรียกร้องให้เกิดการควบคุมในด้านต่างๆ ต่อไปนี้

1. กลไกด้านราคาและลดปริมาณความต้องการยาสูบในแต่ละประเทศ
2. ในด้านอื่นนอกเหนือจากกลไกราคา เช่น
 - ระเบียบว่าด้วยคุ้มครองผู้ที่ไม่สูบบุหรี่จากผู้สูบบุหรี่
 - ข้อบังคับของผลิตภัณฑ์ยาสูบ
 - ข้อกำหนดเกี่ยวกับฉลากและคำเตือนบนซองบุหรี่
 - การให้ความรู้ในด้านการ การสื่อสาร การส่งเสริมการขายของผู้ผลิต และการตระหนักถึงผลเสียของยาสูบของประชาชน
 - ข้อกำหนดเกี่ยวกับการโฆษณา การส่งเสริมการขาย และการสนับสนุนกิจกรรมต่างๆ ของบริษัทผู้ผลิตยาสูบ

ประเทศไทยได้รับการยอมรับจากนานาชาติว่าเป็นผู้นำในการควบคุมการบริโภคยาสูบ โดยการสนับสนุนของประชาชนในวงกว้าง (Stephen Hamann และคณะ, 2548, หน้า 287)

การออกมาตรการในการควบคุมจึงปรากฏให้เห็นเป็นรูปธรรม รวมทั้งอุตสาหกรรมบุหรี่ต่างยอมรับในมาตรการดังกล่าว

การควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ที่ไม่สามารถผ่านการพิจารณาห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ นพ.ณรงค์ สหเมธาพัฒน์ รองอธิบดีกรมควบคุมโรค อธิบดีกรมควบคุมโรค กล่าวว่า การต่อสู้เรื่อง พ.ร.บ.ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ อาจจะมีความยุ่งยาก และอาจจะต้องสู้กับบริษัทผู้ผลิตและนำเข้าที่มีอิทธิพลมาก นอกจากนี้เครือข่ายประชาชนจะต้องช่วยเป็นแรงในการผลักดัน ต้องดูว่าสถานิติบัญญัติ (สนช.) จะว่าอย่างไรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้นจะแตกต่างจากการควบคุมบุหรี่หลายเท่า เพราะบุหรีมีผู้ผลิตของไทยเพียงรายเดียว ขณะที่ผู้ประกอบการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของไทยมีหลายเจ้า (เว็บไซต์มติชน 29 พฤศจิกายน 2549)

การทำโฆษณาบุหรีแม้จะไม่สนับสนุนระบบเศรษฐกิจแบบเสรีโดยอาศัยกลไกการตลาด กำกับดูแลให้มีการแข่งขันอย่างเป็นธรรม แต่รัฐก็ได้ทำการคุ้มครองผู้บริโภคและรักษาผลประโยชน์ส่วนรวมของประชาชนในด้านสุขภาพ ซึ่งผลเสียจากกัญบุหรีนั้นมีค่อนข้างมาก และหากเปรียบถึงการโฆษณาในสื่อที่ผลิตภัณฑ์ยาสูบ แม้จะไม่มีตัวเลขยืนยันว่าผลกระทบจากการควบคุมการน้อยเพียงใด การสื่อสารมวลชนเองยังสามารถดำเนินได้อย่างปกติโดยไม่ต้องพึ่งพาเงินทุนอุดหนุนจากการโฆษณาบุหรี

ในขณะที่มูลค่าในการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่อปีค่อนข้างมาก ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อการทำงานในแวดวงสื่อสารมวลชน โดยเฉพาะวงการโฆษณา ในส่วนนี้เอง จึงเป็นเหตุผลให้สังคมมองว่า การไม่สามารถห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในโทรทัศน์ได้เป็นผลมาจากเม็ดเงินโฆษณาที่มากมาย

กล่าวโดยสรุป กฎหมายที่ออกมาควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในด้านต่างๆ การลำดับชั้นของกฎหมาย การหักล้างกันทางกฎหมายและวิธีการบังคับใช้ ทั้งหมดมี 42 มาตรา เมื่อพิจารณารายชื่อกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทย มาตรการควบคุมที่ออกมาทั้งหมดเป็นการรวบรวมจากกฎหมาย คำสั่ง และระเบียบข้อบังคับที่ออกโดยหน่วยงานราชการทั้งสิ้น 8 หมวดได้แก่ รัฐธรรมนูญ พระราชกฤษฎีกา กฎกระทรวง กฎหมายองค์การบัญญัติ พระราชบัญญัติ ประมวลกฎหมาย พระราชกำหนด และมติคณะรัฐมนตรี ที่หน่วยงานของรัฐประกาศใช้ในชวงปี พ.ศ.2546-4549 จะเห็นว่ามีกรออกมาตรการที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทางโทรทัศน์ทั้งสิ้น 6 ฉบับ คือ

1. มติคณะรัฐมนตรี เรื่องการกำหนดมาตรการและแผนงาน/โครงการเพื่อยกระดับมาตรฐานความปลอดภัยทางถนนของประเทศไทย 29 กรกฎาคม 2546
2. ประกาศสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาเรื่องหลักเกณฑ์การโฆษณาเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ 19 กันยายน 2546

3. ประกาศกรมประชาสัมพันธ์ เรื่องหลักเกณฑ์การโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของกาเฟอีนทางสถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ 25 กันยายน 2546
 4. ประกาศสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา เรื่องหลักเกณฑ์การโฆษณาเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ (ฉบับที่ 2) 16 พฤษภาคม 2548
 5. คำสั่งสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา เรื่องห้ามการโฆษณาเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ 17 ตุลาคม 2549
 6. ประกาศสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา เรื่องให้เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์เป็นสินค้าที่ควบคุมฉลาก 18 ตุลาคม 2549
- รวมทั้งพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 ที่ประกาศบังคับใช้เมื่อ 13 กุมภาพันธ์ 2551 ที่ผ่านมา

พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 ได้ประกาศบังคับใช้ในวันที่ 13 กุมภาพันธ์ 2551 โดยก่อนการประกาศใช้พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา มีการตัดสินใจว่าประกาศของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) เรื่องห้ามการโฆษณาเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ (17 ตุลาคม 2549) และเรื่องให้เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์เป็นสินค้าควบคุมฉลาก (18 ตุลาคม 2549) เป็นประกาศและคำสั่งที่ไม่มีผลบังคับใช้ตามกฎหมาย และพิจารณาตามหลักพื้นฐานทางกฎหมายว่ากฎหมายเรื่องเดียวกัน หากมีซ้ำซ้อนกันและมีได้บัญญัติว่าให้ใช้ฉบับใด ให้ถือว่าต้องใช้ฉบับที่บัญญัติขึ้นภายหลัง ทำให้มาตรการที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในโทรทัศน์เหลือเพียง 3 มาตรา จาก 6 มาตราที่ประกาศใช้

มาตรการที่เหลืออยู่ 3 ฉบับ คือ ประกาศสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา 19 ก.ย. 46, ประกาศกรมประชาสัมพันธ์ 25 ก.ย.46 และประกาศสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (เรื่องการปรับปรุงการแสดงค่าเดือน)

แต่หลังการประกาศใช้พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 มาตรการที่เหลืออยู่ 3 ฉบับ จะถูกยกเลิกตามหลักพื้นฐานของกฎหมายเพราะ"ศักดิ์"ของพระราชบัญญัตินั้นสูงกว่า สำหรับกฎกระทรวงที่จะประกาศใช้หลังพระราชบัญญัติควบคุมฯ

และจากการเปรียบเทียบช่วงเวลาที่สามารถโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ จากมาตรการเดิม 3 มาตรการที่บังคับใช้ กับพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 การเหลือพื้นที่ในการโฆษณาลำหรับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์น้อยลงกว่าเดิม

บทเรียนจากผลิตภัณฑ์ยาสูบ พระราชบัญญัติควบคุมผลิตภัณฑ์ยาสูบ พ.ศ.2535 ซึ่งเป็นกฎหมายที่บังคับใช้อยู่ในปัจจุบัน เฉพาะในส่วนที่กล่าวถึงการควบคุมการบริโภคและการโฆษณา เป็นสำคัญดังนี้มาตรา 8 ห้ามมิให้ผู้ใดโฆษณาผลิตภัณฑ์ยาสูบหรือแสดงชื่อหรือเครื่องหมาย ผลิตภัณฑ์ยาสูบในสิ่งพิมพ์ ทางวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์หรือสิ่งอื่นใดที่ใช้เป็นการโฆษณาได้ หรือใช้ชื่อหรือเครื่องหมายผลิตภัณฑ์ยาสูบในการแสดง การแข่งขัน การให้บริการหรือการประกอบกิจกรรมอื่นใดที่มีวัตถุประสงค์ให้เข้ามาจำหน่ายแจกในราชอาณาจักรโดยเฉพาะ

บทบัญญัติในวรรคหนึ่ง มิให้ใช้บังคับกับการถ่ายทอดสดรายการจากต่างประเทศทางวิทยุโทรทัศน์ และการโฆษณาผลิตภัณฑ์ยาสูบในสิ่งพิมพ์ซึ่งจัดพิมพ์นอกราชอาณาจักรโดยมิได้มีวัตถุประสงค์ให้เข้ามาจำหน่ายแจกในราชอาณาจักรโดยเฉพาะ

ในขณะที่พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีรายละเอียดที่มากกว่า แต่ในรายละเอียดนั้นยังเปิดช่องให้สามารถโฆษณาได้ในระดับหนึ่ง ในขณะที่เดียวกัน มาตรา 8 ในพระราชบัญญัติควบคุมผลิตภัณฑ์ยาสูบนั้นระบุห้ามโฆษณาในทุกสื่อชัดเจน ทำให้ไม่ปรากฏโฆษณาผลิตภัณฑ์ยาสูบในสื่อโทรทัศน์ และการจำหน่ายและส่งเสริมการขาย ออกกฎหมายห้ามโฆษณา การอุปถัมภ์รายการ และการส่งเสริมการขายทุกรูปแบบ ห้ามการจำหน่ายบุหรี่ทางอินเทอร์เน็ต และเครื่องจำหน่ายอัตโนมัติ ควบคุมแม้กระทั่งการโชว์หน้าร้านจะเห็นได้ว่าการควบคุมดังกล่าวมีประสิทธิภาพอย่างมาก และการกำหนดบทลงโทษที่เข้มงวด น่าจะเป็นผลมาจากการพิจารณากฎหมายที่มีความรัดกุมและเข้มแข็ง