**มาตรการทางกฎหมายในการควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์**

**Legal measures to regulate alcohol advertising**

**บทคัดย่อ(ใช้บทคัดย่อฉบับนี้)**

บทความวิจัยนี้มุ่งศึกษามาตรการทางกฎหมายในการควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยศึกษาจา พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 แนวปฏิบัติทีเกี่ยวข้อง การปฏิบัติของเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องนำมาวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อนำไปสู่ผลการวิจัย พบว่าบทบัญญัติแห่งกฎหมายเรื่องการห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 มีความไม่ชัดเจน ครุมเครือ ไม่ทันต่อสถานการณ์โลกในปัจจุบัน โดยที่บทบัญญัติของกฎหมายเองที่ออกมาบังคับใช้ตั้งแต่ยุคสมัยของสังคมที่เป็นแบบอนาล็อกยังไม่ใช่สังคมยุคดิจิทัล เมื่อรูปแบบการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ และสื่อสารการตลาด มีวิวัฒนาการเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมที่มีเพียงการติดใบประกาศโฆษณา หรือการแจกใบปลิวเท่านั้น จนกระทั่งเทคโนโลยีได้มีการพัฒนามากขึ้น จึงได้มีการโฆษณาสินค้าทางโทรทัศน์และมีการพัฒนาการโฆษณาต่อมาเรื่อย ๆ รวมไปตลอดจนถึงการโฆษณาผ่านสื่ออินเตอร์เน็ตที่นิยมอย่างมากในปัจจุบัน ทำให้บทบัญญัติกฎหมายที่มีอยู่ไม่สามารถครอบคลุมถึงวิธีการโฆษณาในสังคมปัจจุบันได้ รวมถึงยังขาดมาตรการในการตรวจสอบโฆษณาก่อนออกเผยแพร่ให้ผู้บริโภค ตลอดจนมาตรการในการควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตที่ยังไม่มีบทบัญญัติควบคุมไว้เป็นการเฉพาะทำให้ผู้ประกอบธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อาศัยช่องว่างนั้นทำการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ ดังนั้น จึงเสนอแนะให้มีการปรับปรุงกฎหมายให้มีความชัดเจน และทันต่อสถานการณ์โลกในปัจจุบัน เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการบังคับใช้กฎหมายต่อไป อันสอดคล้องกับรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2560