

มาตรการทางกฎหมายในการควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

Legal measures to regulate alcohol advertising

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มุ่งศึกษามาตรการทางกฎหมายในการควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยศึกษาจากตัวบทกฎหมาย ได้แก่ พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 หนังสือ บทความ วารสาร งานวิจัย ข้อมูลทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์และเอกสารอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง นำมาวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อนำไปสู่ผลการวิจัยและพบว่า บทบัญญัติแห่งกฎหมายเรื่องการห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 มีความไม่ชัดเจน ครม.ครือ ไม่ทันต่อสถานการณ์โลกในปัจจุบัน โดยที่บทบัญญัติของกฎหมายเองที่ออกมาบังคับใช้ตั้งแต่ยุคสมัยของสังคมที่เป็นแบบอนาล็อก (Analog) ยังไม่ใช่สังคมยุคดิจิทัล (Digital Economy) เมื่อรูปแบบการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ และสื่อสารการตลาด มีวิวัฒนาการเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมที่มีเพียงการตีใบประกาศโฆษณา หรือการแจกใบปลิวเท่านั้น จนกระทั่งเทคโนโลยีได้มีการพัฒนาเพิ่มขึ้น จึงได้มีการโฆษณาสินค้าทางโทรทัศน์ และมีการพัฒนาการโฆษณาต่อมาเรื่อย ๆ รวมไปถึงตลอดจนถึงการโฆษณาผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตที่นิยมอย่างมากในปัจจุบัน ทำให้บทบัญญัติกฎหมายที่มีอยู่ไม่สามารถครอบคลุมถึงวิธีการโฆษณาในสังคมปัจจุบันได้ รวมถึงยังขาดมาตรการในการตรวจสอบโฆษณาก่อนออกเผยแพร่ให้ผู้บริโภค ตลอดจนมาตรการในการควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตที่ยังไม่มีบทบัญญัติควบคุมไว้เป็นการเฉพาะทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อาศัยช่องว่างนั้นทำการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ ดังนั้น จึงเสนอแนะให้มีการปรับปรุงกฎหมายให้มีความชัดเจน และทันต่อสถานการณ์โลกในปัจจุบัน เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการบังคับใช้กฎหมายต่อไป อันสอดคล้องกับรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2560