

บทที่ 4

ผลการวิจัย

เนื้อหาในบทนี้แบ่งเป็น สามส่วน ได้แก่ ส่วนว่าด้วยมาตรการควบคุมเครื่องดืมแอลกอฮอล์ ตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดืมแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 ส่วนว่าด้วยการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม และส่วนการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ปัญหาอุปสรรคในการบังคับใช้พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดืมแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 และส่วนข้อเสนอแนะแนวทางแก้ไขปัญหาอุปสรรคการบังคับใช้กฎหมาย มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. มาตรการควบคุมเครื่องดืมแอลกอฮอล์ ตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดืมแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551

1.1 มาตรการต่างๆ ในการควบคุมเครื่องดืมแอลกอฮอล์

มาตรการที่กำหนดไว้ใน พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดืมแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 เพื่อการควบคุมเครื่องดืมแอลกอฮอล์ บัญญัติไว้ในหมวด 4 ที่ว่า “การควบคุมเครื่องดืมแอลกอฮอล์” ตั้งแต่มาตรา 26 ถึง มาตรา 32 เมื่อพิจารณาสาระสำคัญของตัวบทในแง่ของการกระทำแล้ว พบว่า มี 2 มาตรการใหญ่ๆ คือ¹ มาตรการให้ปฏิบัติ และ มาตรการห้ามปฏิบัติ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1.1.1 มาตรการให้ปฏิบัติ

มาตรการควบคุมเครื่องดืมแอลกอฮอล์ในกฎหมายนี้ เริ่มจากการกำหนดให้ผู้ผลิตหรือผู้นำเข้า เครื่องดืมแอลกอฮอล์ ต้องปฏิบัติ ดังนี้ (มาตรา 26)

¹ คีเรก วรรตมาคม , พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดืมแอลกอฮอล์ , วารสารกระบวนการยุติธรรม, เล่มที่ 2 ปีที่ 2 (เมษายน -มิถุนายน) 2552 ,หน้า 39 นอกจากนี้อาจแบ่งมาตรการออกได้เป็น 6 มาตรการ คือ 1.ควบคุมในเรื่องสถานที่ห้ามขายและห้ามบริโภค 2. ควบคุมในเรื่องวันเวลาขาย 3.ควบคุมโดยห้ามแก่บุคคลบางประเภท 4.ควบคุมในเรื่องวิธีการขาย 5.ควบคุมเกี่ยวกับการโฆษณา 6.ควบคุมเกี่ยวกับฉลากและบรรจุภัณฑ์ ,ดู จันทิมา ธนาสว่ากุล ,สารของพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดืมแอลกอฮอล์ , ในนิติเวชและกฎหมายการแพทย์ แสงบุญเฉลิมวิภาส (บรรณาธิการ) ,สำนักพิมพ์วิญญูชน , 2555 ,หน้า 200

(1) จัดให้มีบรรจุภัณฑ์ ฉลาก พร้อมทั้งข้อความคำเตือนสำหรับเครื่องคัมแอลกอฮอล์ที่ผลิตหรือนำเข้า ทั้งนี้ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่คณะกรรมการควบคุมประกาศกำหนดโดยความเห็นชอบของคณะกรรมการและประกาศในราชกิจจานุเบกษา

(2) การอื่นตามที่คณะกรรมการควบคุมกำหนดโดยความเห็นชอบของคณะกรรมการและประกาศในราชกิจจานุเบกษา

กรณีจัดให้มีบรรจุภัณฑ์ ฉลาก พร้อมทั้งข้อความคำเตือน

เป็นมาตรการที่เกี่ยวข้องกับบุคคลสองประเภทคือ ผู้ผลิตหรือผู้นำเข้าเครื่องคัมแอลกอฮอล์ โดย “ผู้ผลิต” อาจเป็นบุคคลธรรมดาทั่วไปจนถึงนิติบุคคลที่ทำการผลิตเครื่องคัมแอลกอฮอล์ขึ้น ส่วน “ผู้นำเข้า” อาจเป็นทั้งบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลเช่นกัน โดยทั่วไปอาจจะมีได้เป็นผู้ผลิตแต่ได้นำเข้าเครื่องคัมแอลกอฮอล์มาในประเทศไทย ทั้งผู้ผลิตและผู้นำเข้าต่างมีหน้าที่ต้องปฏิบัติตามที่คณะกรรมการควบคุมเครื่องคัมแอลกอฮอล์กำหนด² โดยจะต้องจัดให้มี

1. **บรรจุภัณฑ์** หมายความว่า ภาชนะบรรจุหรือหีบห่อที่ใช้บรรจุเครื่องคัมแอลกอฮอล์ เช่น ขวด กระป๋อง ไห ถุง หรือกล่องที่ใช้บรรจุหรือห่อหุ้มภาชนะบรรจุ ไม่รวมลังที่ใช้เพื่อความสะดวกในการขนส่ง โดย จะต้องมี่ปริมาณบรรจุ ดังต่อไปนี้

กรณี ภาชนะบรรจุที่มีลักษณะเป็นขวด จะต้องมี่ปริมาณบรรจุสุทธิไม่น้อยกว่า 250 มิลลิลิตรต่อหนึ่งภาชนะบรรจุ

กรณี ภาชนะบรรจุเป็นกระป๋อง ไห หรือถุง ต้องมี่ปริมาณบรรจุสุทธิไม่น้อยกว่า 300 มิลลิลิตรต่อหนึ่งภาชนะบรรจุ

กรณี ภาชนะบรรจุเป็นอย่างอื่น ต้องมี่ปริมาณบรรจุสุทธิไม่น้อยกว่า 300 มิลลิลิตรต่อหนึ่งภาชนะบรรจุ

2. **ฉลาก บนบรรจุภัณฑ์** (ภาชนะบรรจุหรือหีบห่อ) จะต้องไม่มีคำหรือข้อความซึ่งอาจทำให้ผู้บริโภคเข้าใจว่าเป็นเครื่องคัมแอลกอฮอล์ ที่มีความปลอดภัยหรือส่งผลดีต่อสุขภาพหรือมีระดับสารที่มีอันตรายต่อสุขภาพน้อยกว่าเครื่องคัมแอลกอฮอล์ทั่วไป หรือมีคำหรือข้อความที่มีลักษณะเป็นการโฆษณาเครื่องคัมแอลกอฮอล์ ไม่ว่าโดยตรงหรือโดยอ้อมและบนฉลากต้องมีคำว่า

² ร่าง ประกาศคณะกรรมการควบคุมเครื่องคัมแอลกอฮอล์ว่าด้วย หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ ฉลาก พร้อมทั้งข้อความคำเตือนสำหรับเครื่องคัมแอลกอฮอล์ที่ผลิตหรือนำเข้า พ.ศ.....

“เครื่องคืมแอลกอฮอล์

ห้ามจำหน่ายแก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า ๒๐ ปีบริบูรณ์

ฝ่าฝืนมีโทษจำคุก ๑ ปี ปรับ ๒๐,๐๐๐ บาท”

โดยแสดงตามแนวนอนอยู่บนสุดของสลาก ให้พิมพ์เป็นอักษรไทย “อังสะนา นิว” (Angsana New) หรือตัวอักษรอื่นที่มีลักษณะใกล้เคียงกัน ขนาดไม่น้อยกว่า ๒๐ พอยต์ ตัวหนา โดยแสดงเป็นตัวอักษรสีขาวบนพื้นสีดำเข้ม ซึ่งสามารถอ่านได้ง่ายและมองเห็นชัดเจน

สำหรับสลากบนบรรจุภัณฑ์ต้องแสดงข้อความคำเตือนถึงโทษและพิษภัยของเครื่องคืมแอลกอฮอล์ โดยจัดทำเป็นรูป ๔ สี ๖ แบบ สลับเปลี่ยนกันไปตามลำดับในอัตรา ๑ แบบต่อ ๑,๐๐๐ บรรจุภัณฑ์ ข้อความคำเตือนถึงโทษและพิษภัยของเครื่องคืมแอลกอฮอล์ทั้ง ๖ แบบ เป็นไปตามต้นแบบ ดังต่อไปนี้

แบบที่ ๑ “คืมสุราทำให้เป็นโรคตับแข็ง”

แบบที่ ๒ “คืมสุราแล้วขับชี่ ทำให้พิการและตายได้”

แบบที่ ๓ “คืมสุรา ทำให้ขาดสติและเสียชีวิตได้”

แบบที่ ๔ “คืมสุรา ทำให้เสื่อมสมรรถภาพทางเพศ”

แบบที่ ๕ “คืมสุรา ทำร้ายตัวเอง ทำลายลูกและครอบครัว”

แบบที่ ๖ “คืมสุรา เป็นแบบอย่างที่ไม่ดีต่อเด็กและเยาวชน”

ทั้งนี้ข้อความคำเตือนถึงโทษและพิษภัยดังกล่าว ต้องมีขนาดพื้นที่ไม่น้อยกว่าร้อยละ 50 ของแต่ละด้านซึ่งมีพื้นที่มากที่สุดหรือด้านที่โดยสภาพเป็นด้านหน้าและด้านหลัง (กรณีบรรจุภัณฑ์เป็นทรงสี่เหลี่ยม) หรือมีขนาดพื้นที่ไม่น้อยกว่าร้อยละ 30 ของแต่ละด้านซึ่งมีพื้นที่ผิวทั้งหมดของบรรจุภัณฑ์นั้น (กรณีบรรจุภัณฑ์เป็นทรงกลมหรือทรงกระบอกหรือกรณีบรรจุภัณฑ์มีลักษณะรูปทรงอย่างอื่น) โดยต้องจัดทำต้นแบบจากสำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องคืมแอลกอฮอล์จัดให้เท่านั้น การแสดงข้อความคำเตือนให้แสดงในลักษณะติดอยู่อย่างถาวรและไม่สามารถทำให้หลุดลอกหรือทำลายได้โดยง่าย

สำหรับมาตรการบังคับกรณีผู้ผลิตหรือผู้นำเข้าไม่ปฏิบัติตาม มีบทลงโทษคือ ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหนึ่งปีหรือปรับไม่เกินหนึ่งแสนบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ (มาตรา 38)

1.1.2 มาตรการห้ามปฏิบัติ

มาตรการห้ามปฏิบัติ ในกฎหมายนี้มีลักษณะเป็นทั้งข้อห้ามที่มีทั้งการห้ามโดยเด็ดขาดกับการห้ามที่ไม่เด็ดขาด กล่าวคือ ในมาตรการขาย ในมาตรการด้านการบริโภค และในมาตรการด้านการโฆษณา แยกพิจารณาได้ดังนี้

1) มาตรการด้านจำกัดการขาย³ โดยในกฎหมายฉบับนี้ ได้กำหนดมาตรการเกี่ยวกับการห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ไว้สี่ด้าน ดังนี้ การจำกัดการขายเกี่ยวกับสถานที่ การจำกัดการขายด้านวันเวลาขาย การจำกัดการขายด้านบุคคล และการจำกัดการขายด้านวิธีการขาย

(1.1) การจำกัดการขาย เกี่ยวกับสถานที่

กฎหมายได้กำหนดมาตรการ “ห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่หรือบริเวณดังต่อไปนี้ (มาตรา 27)

- (1) วัดหรือสถานที่สำหรับปฏิบัติพิธีกรรมทางศาสนา
- (2) สถานบริการสาธารณสุขของรัฐ สถานพยาบาลตามกฎหมายว่าด้วยสถานพยาบาลและร้านขายยาตามกฎหมายว่าด้วยยา
- (3) สถานที่ราชการ ยกเว้นบริเวณที่จัดไว้เป็นร้านค้าหรือสโมสร
- (4) หอพักตามกฎหมายว่าด้วยหอพัก
- (5) สถานศึกษาตามกฎหมายว่าด้วยการศึกษาแห่งชาติ
- (6) สถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงตามกฎหมายว่าด้วยการควบคุมน้ำมันเชื้อเพลิง หรือร้านค้าในบริเวณสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง
- (7) สวนสาธารณะของทางราชการที่จัดไว้เพื่อการพักผ่อนของประชาชนโดยทั่วไป
- (8) สถานที่อื่นที่รัฐมนตรีประกาศกำหนดโดยความเห็นชอบของคณะกรรมการ”

มาตรการห้ามขายเกี่ยวกับสถานที่ตามที่กฎหมายกำหนดเหล่านี้ เห็นได้ว่า สถานที่เหล่านี้เป็นสถานที่สำคัญด้านต่างๆ อาทิ ด้านศาสนา การศึกษา สุขภาพ การสัญจรเดินทาง เป็นต้น ซึ่งจะมีประชาชนใช้บริการจำนวนมาก จึงควรได้รับการคุ้มครองมิให้มีการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยมีข้ออธิบายเกี่ยวกับสถานที่ต่างๆ ดังนี้

³ คำว่า “ขาย” ในพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 มิได้หมายความว่าตามความเข้าใจแบบชาวบ้านทั่วไป คือ การนำเงินไปซื้อขายกัน แต่คำว่า ขาย ในกฎหมายนี้ หมายความว่ารวมถึง จำหน่าย แจก แลกเปลี่ยน ให้ เพื่อประโยชน์ในทางการค้า



(1) วัดหรือสถานที่สำหรับปฏิบัติพิธีกรรมทางศาสนา โดยคำว่า วัด นี้สำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มนอกแอลกอฮอล์ได้ออกประกาศฉบับที่ 1 /2552 มีมติว่า “วัด” หมายถึง สถานที่ทางศาสนาของทุกศาสนา โดยปกติมีโบสถ์ วิหาร ที่อยู่ของสงฆ์ หรือนักบวช สำหรับในทางพุทธศาสนา วัดมีอยู่ 2 ประเภท คือ 1.วัดที่ได้รับพระราชทานวิสุงคามสีมา 2.สำนักสงฆ์ ตามมาตรา 31 และ “ที่วัด” หมายถึง ที่ซึ่งตั้งวัดตลอดจนเขตของวัดนั้น ตามมาตรา 33 (1) แห่งพระราชบัญญัติคณะสงฆ์ พ.ศ. 2505

-สถานที่สำหรับปฏิบัติพิธีกรรมทางศาสนา คณะกรรมการเห็นว่า ศาสนา หมายถึงลัทธิความเชื่อของมนุษย์อันมีหลัก คือแสดงแหล่งกำเนิดและความสิ้นสุดของโลก เป็นต้น อันเป็นไปในฝ่ายปรมาตม์ประการหนึ่ง แสดงหลักธรรมเกี่ยวกับบาปบุญอันเป็นไปในฝ่ายศีลธรรมประการหนึ่ง พร้อมทั้งพิธีที่กระทำตามความเห็นหรือตามคำสั่งสอนในความเชื่อนั้นๆ ส่วนคำว่า พิธีกรรม หมายถึง การบูชา , แบบอย่างหรือแบบแผนต่างๆที่ปฏิบัติในทางศาสนา

ดังนั้น สถานที่สำหรับปฏิบัติพิธีกรรมทางศาสนา จึงหมายถึง สถานที่ที่ใช้เป็นที่ประกอบพิธีบูชาทางศาสนา ทั้งที่เป็นพิธีกรรมที่เนื่องด้วยงานมงคลและอวมงคล

สำหรับในประเด็นนี้ผู้วิจัย เห็นว่า วัด หมายถึง วัดในพุทธศาสนาเท่านั้น เพราะในศาสนาอื่นที่มีใช้พุทธศาสนา ไม่มีการใช้คำว่า วัด มีแต่เฉพาะในพระราชบัญญัติคณะสงฆ์ พ.ศ. 2505 ที่มีบทบัญญัติเกี่ยวกับวัดไว้ในหมวด 5 มาตรา 31-39 โดยในศาสนาคริสต์ใช้เรียกว่า โบสถ์ และในศาสนาอิสลามใช้ว่า มัสยิด เป็นต้น ดังนั้นคำว่า วัด จึงควรหมายถึงเฉพาะวัดในพุทธศาสนา ส่วนในศาสนาอื่นนั้น ก็อยู่ในความหมายที่กฎหมายจำกัดนี้ได้เช่นกัน แม้ไม่ใช่วัดก็ตาม เพราะมัสยิดหรือโบสถ์ ก็อยู่ในความหมายของคำว่า สถานที่สำหรับปฏิบัติพิธีกรรมทางศาสนา

นอกจากนี้ในส่วนของ “บริเวณของสถานที่” เช่น ในบริเวณวัด นั้นจะต้องพิจารณาด้านกายภาพด้วย กล่าวคือ ความต่อเนื่องกับสถานที่ด้วย กรณีเช่นนี้ “บริเวณวัด” ย่อมหมายถึง บริเวณลานวัด ลานจอดรถหรืออาคารที่เป็นส่วนต่อเนื่องเชื่อมกับอาคาร โบสถ์หรือวิหารหรือศาลาปฏิบัติธรรมด้วย ดังนั้น วัดหรือบริเวณวัด จึงมิได้จำกัดเฉพาะตัวอาคาร โบสถ์ วิหาร กุฏิ เท่านั้น

อีกประเด็นหนึ่งคือ ที่ธรณีสงฆ์ อันหมายถึง ที่ซึ่งเป็นสมบัติของวัด และไม่มีโบสถ์ วิหาร หรือกุฏิตั้งอยู่ หากเป็นที่ธรณีสงฆ์ติดกับวัด ย่อมอยู่ในข้อห้ามนี้เช่นกัน แต่หากเป็นที่ธรณีสงฆ์ซึ่งอยู่ห่างออกไปก็ไม่อยู่ในข้อห้ามนี้ เช่น ที่เศษศพที่ตั้งอยู่ห่างไกลออกไปนอกวัดโดยไม่ติดกับวัดอย่างไรก็ตาม ในการพิจารณาถึงสถานที่วัดหรือบริเวณวัด ดังกล่าวจะต้องพิจารณาเป็นกรณีๆไป โดยการคำนึงถึงกรรมสิทธิ์ สิทธิครอบครอง ตลอดจนการกำกับดูแลพื้นที่ใช้สอยประกอบด้วย

(2) สถานบริการสาธารณสุขของรัฐ สถานพยาบาลตามกฎหมายว่าด้วยสถานพยาบาลและร้านขายยาตามกฎหมายว่าด้วยยา : การห้ามขายเครื่องคัมแอลกอฮอล์ในสถานที่เหล่านี้ ตามมติของคณะกรรมการฯ (2/2552) อธิบายว่า

-สถานบริการสาธารณสุขของรัฐ คือ สถานบริการสาธารณสุข (ให้บริการส่งเสริมสุขภาพ ป้องกันควบคุมโรค รักษาพยาบาล และฟื้นฟูสภาพ) ที่อยู่ในความควบคุมดูแลของรัฐ เช่น โรงพยาบาลหรือสถานอนามัยของรัฐ สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด สำนักงานป้องกันควบคุมโรค

-สถานพยาบาลตามกฎหมายว่าด้วยสถานพยาบาล : ตามพระราชบัญญัติสถานพยาบาล พ.ศ.2541 มาตรา4 ให้นิยามคำว่า “สถานพยาบาล” หมายความว่า สถานที่รวมตลอดถึงยานพาหนะ ซึ่งจัดไว้เพื่อการประกอบโรคศิลปะตามกฎหมายว่าด้วยการประกอบโรคศิลปะ การประกอบวิชาชีพเวชกรรมตามกฎหมายว่าด้วยวิชาชีพเวชกรรม การประกอบวิชาชีพการพยาบาลและการผดุงครรภ์ตามกฎหมายว่าด้วยวิชาชีพการพยาบาลและการผดุงครรภ์ การประกอบวิชาชีพทันตกรรมตามกฎหมายว่าด้วยวิชาชีพทันตกรรม การประกอบวิชาชีพกายภาพบำบัดตามกฎหมายว่าด้วยวิชาชีพกายภาพบำบัด หรือการประกอบวิชาชีพเทคนิคการแพทย์ตามกฎหมาย ว่าด้วยวิชาชีพเทคนิคการแพทย์ ทั้งนี้ โดยกระทำเป็นปกติธุระไม่ว่าจะ ได้รับประโยชน์ตอบแทนหรือไม่ แต่ไม่รวมถึงสถานที่ขายยาตามกฎหมายว่าด้วยยา ซึ่งประกอบธุรกิจการขายยาโดยเฉพาะ

สถานพยาบาลในกรณีนี้ ได้แก่ คลินิกแพทย์ในสาขาต่างๆทั้งของรัฐและเอกชน

(1.2) การจำกัดการขาย เกี่ยวกับวันเวลา

กำหนดห้ามมิให้ผู้ใดขายเครื่องคัมแอลกอฮอล์ในวัน หรือเวลาที่รัฐมนตรีประกาศกำหนด โดยคำแนะนำของคณะกรรมการ ทั้งนี้ ประกาศดังกล่าวจะกำหนดเงื่อนไขหรือข้อยกเว้นใดๆ เท่าที่จำเป็นไว้ด้วยก็ได้ (มาตรา 28)

มาตรการห้ามขายด้านวันเวลานี้ หมายถึง การกำหนดห้ามขายเครื่องคัมแอลกอฮอล์ในวัน หรือเวลาที่จะกำหนด ซึ่งจะกว้างกว่ากฎหมายอื่นที่มีการกำหนดมาตรการห้ามขายในบางช่วงเวลา ทั้งนี้เห็นได้ว่า ในช่วงวันเวลาของไทยมีวันหยุดและเทศกาลวันสำคัญต่างๆมาก จึงมีความจำเป็นที่ควรกำหนดห้ามขายในวันเวลาที่ประเทศไทยมีวันสำคัญต่างๆ เหล่านั้น โดยคำนึงถึงความปลอดภัยและอันตรายที่จะเกิดขึ้นจากการคัมเครื่องคัมแอลกอฮอล์

อย่างไรก็ตาม หากเป็นการขายของผู้ผลิตผู้นำเข้าหรือตัวแทนของผู้ผลิตหรือผู้นำเข้าไปยังผู้ขายซึ่งได้รับอนุญาตตามกฎหมายว่าด้วยสุรา จะได้รับการยกเว้นไม่อยู่ในข้อห้ามนี้ (มาตรา 28

วรรคสอง) ที่ผ่านมาพบว่า ได้มีการประกาศสำนักนายกรัฐมนตรี (ฉบับที่ 2) เรื่อง กำหนดวันห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์⁴ ความว่า

“ห้ามมิให้ผู้ใดขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในวันมาฆบูชา วันวิสาขบูชา วันอาสาฬหบูชา และวันเข้าพรรษา ยกเว้นการขายในโรงแรมตามกฎหมายว่าด้วยโรงแรม”

มาตรการเกี่ยวกับการห้ามขาย ด้านวันเวลานี้ หากพิจารณากฎหมายอื่นจะพบว่า มีมาตรการดังกล่าวเช่นกัน ได้แก่

-ประกาศคณะปฏิวัติฉบับที่ 253 ห้ามขายสุราประเภทที่ 3 ถึง 6 ในเวลาอื่นนอกจาก ตั้งแต่เวลา 11.00 นาฬิกาถึงเวลา 14.00 นาฬิกา และตั้งแต่เวลา 17.00 นาฬิกาถึงเวลา 24.00 นาฬิกา เว้นแต่ได้รับใบอนุญาตจากอธิบดีกรมตำรวจสำหรับนครหลวงกรุงเทพมหานครบุรี หรือผู้ว่าราชการจังหวัดสำหรับจังหวัด

-พระราชบัญญัติการเลือกตั้งฯ ในระดับต่างๆ ห้ามผู้ใดขาย จำหน่าย แจกแจก หรือจัดเลี้ยงสุราทุกชนิดในเขตเลือกตั้งในระหว่างเวลา 18.00 นาฬิกา ของวันก่อนวันเลือกตั้งหนึ่งวันจนถึงวันเลือกตั้ง

-กฎกระทรวง ตามพระราชบัญญัติสุรา พ.ศ. 2493 กำหนดเวลาขายสุราสำหรับผู้ได้รับใบอนุญาตขายสุราประเภทที่ 3 และประเภทที่ 4 ขายสุราได้เฉพาะในเวลาตั้งแต่ 11.00 น. ถึง 14.00 นาฬิกา และตั้งแต่เวลา 17.00 นาฬิกา ถึง 24.00 นาฬิกา

เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบกันเรื่องวันห้ามขาย ระหว่างประกาศสำนักนายกรัฐมนตรีที่ออกตามความในพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 กับกฎหมายสามฉบับข้างต้นพบว่า วันห้ามขายตามทีออกตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ครอบคลุมกว่ากฎหมายสามฉบับที่มีอยู่ หรือเป็นการห้ามที่ปิดช่องว่างที่มีอยู่ในกฎหมายอื่นที่มีอยู่

(1.3) การจำกัดการขาย เกี่ยวกับบุคคล

มาตรการในส่วนนี้ คือ ห้ามมิให้ผู้ใดขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคล ดังต่อไปนี้ (มาตรา 29)

- (1) บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่ายี่สิบปีบริบูรณ์
- (2) บุคคลที่มีอาการมึนเมาจนครองสติไม่ได้

⁴ ราชกิจจานุเบกษา เล่ม 126 / ตอนพิเศษ 96 ง / หน้า 77 / วันที่ 4 กรกฎาคม 2552

มาตรการนี้ในส่วนแรก นับได้ว่าเป็นการป้องกันเพื่อคุ้มครองเด็กและเยาวชนให้ห่างไกลจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ตามเจตนารมณ์ส่วนหนึ่งของการออกกฎหมาย จึงต้องกำหนดห้ามโดยเด็ดขาดไม่มีข้อยกเว้นเหมือนมาตรการอื่น เช่น ห้ามด้านสถานที่หรือด้านวันเวลา ซึ่งอาจมีข้อยกเว้นได้

สำหรับการห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลที่มีอาการมีนเมาจนครองสติไม่ได้ ในแง่นี้ก็เป็นการคุ้มครองบุคคลที่อยู่ในสภาพมีนเมาจนครองสติไม่ได้ เพื่อป้องกันตัวบุคคลผู้นั้นมิให้ตกอยู่ในภาวะเสี่ยงเพิ่มมากขึ้น และอาจขยายไปถึงการพยายามคุ้มครองบุคคลอื่นไม่ให้เสี่ยงกับสภาวะความมีนเมาจนครองสติไม่ได้ของบุคคลที่มีอาการดังกล่าว แต่อย่างไรก็ตาม การห้ามขายแก่บุคคลที่มีลักษณะอาการมีนเมาจนครองสติไม่ได้ อาจมีปัญหาในทางปฏิบัติเนื่องจากเจ้าหน้าที่ไม่สามารถตรวจสอบหรือตรวจจับได้อย่างจริงจัง

(1.4) การจำกัดการขาย เกี่ยวกับวิธีการขาย

มาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในลักษณะนี้ เกี่ยวกับวิธีการขาย โดยห้ามมิให้ผู้ใดขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยวิธีการหรือในลักษณะ ดังต่อไปนี้ (มาตรา 30)

- (1) ใช้เครื่องขายอัตโนมัติ
- (2) การเร่ขาย
- (3) การลดราคาเพื่อประโยชน์ในการส่งเสริมการขาย
- (4) ให้หรือเสนอให้สิทธิในการเข้าชมการแข่งขัน การแสดง การให้บริการการชิงโชคการชิงรางวัล หรือสิทธิประโยชน์อื่นใดเป็นการตอบแทนแก่ผู้ซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หรือแก่ผู้นำหีบห่อหรือสลากหรือสิ่งอื่นใดเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มาแลกเปลี่ยนหรือแลกซื้อ
- (5) โดยแจก แถม ให้ หรือแลกเปลี่ยนกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หรือกับสินค้าอื่น หรือการให้บริการอย่างอื่นแล้วแต่กรณี หรือแจกจ่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในลักษณะเป็นตัวอย่างของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หรือเป็นการจูงใจสาธารณชนให้บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ รวมถึงการกำหนดเงื่อนไขการขายในลักษณะที่เป็นการบังคับซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยทางตรงหรือทางอ้อม
- (6) โดยวิธีหรือลักษณะอื่นใดตามที่รัฐมนตรีประกาศกำหนดโดยคำแนะนำของคณะกรรมการ

จะเห็นได้ว่า มาตรการห้ามขายโดยวิธีหรือโดยลักษณะดังกล่าว เป็นมาตรการป้องกันมิให้คนทั่วไปถูกชักจูงใจให้ซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เหมือนกับสินค้าอื่นๆทั่วไปในท้องตลาด ซึ่งมักจะมีกลยุทธ์ในการเผยแพร่สินค้าให้ขายได้มากๆ โดยรูปแบบการขายที่จูงใจให้คนซื้อหรือ

กระตุ้นให้ซื้อ เนื่องจากหวังที่จะได้ประโยชน์เพิ่มเติมจากการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือเพิ่มยอดขายมากขึ้นแก่ผู้ผลิตหรือผู้ขาย แต่ในแง่ผู้บริโภคจะมีสุขภาพแย่ลง ย่อมส่งผลต่อการเกิดปัญหาอื่นๆตามมา เช่น เศรษฐกิจ ครอบครัวยุทธศาสตร์ อุบัติเหตุ เป็นต้น จึงต้องกำหนดมาตรการ เพื่อห้ามการขายโดยวิธีการหรือโดยลักษณะดังกล่าว อย่างไรก็ตามในมาตรการห้ามวิธีการขายดังกล่าวนี้ ไม่ใช่การห้ามขายโดยเด็ดขาด เพราะผู้ผลิตหรือผู้ขายก็สามารถขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้อยู่ตามปกติ เพียงแต่มีมาตรการในข้อนี้มาจำกัดวิธีการขายไว้บ้าง เพื่อเป็นการปกป้องสังคมโดยรวมได้ในอีกระดับหนึ่ง

ข้อสังเกตบางประการเกี่ยวกับประเด็นการจำหน่ายโดยการเร่ขาย ซึ่งการเร่ขายหมายความว่า การเที่ยวขายไปโดยไม่ประจำเป็นตำแหน่งแห่งที่ และหมายถึงการขายในลักษณะเป็นสถานที่ที่ไม่มีลักษณะถาวรด้วยถือเป็นเร่ขายเช่นเดียวกัน ดังนั้นโดยทั่วไปการเร่ขาย จึงได้แก่ การหาบเร่ เทร่เดิน ไป พ่อค้าเร่ เร่ขายของ ขายบนรถเข็นที่เคลื่อนที่ไปได้แม้จะขายอยู่กับที่จุดใดจุดหนึ่ง ประจำก็ยังคงเป็นการเร่ขาย ดังนั้นการขายโดยการจัดร้านชั่วคราวตามตลาดนัดหรืองานแสดงสินค้า โดยมีการจัดเป็น โต๊ะซุ้มหรือบูธ ถือว่าเป็นการเร่ขาย เช่นกัน

2) มาตรการห้ามบริโภค (ด้านสถานที่)

โดยทั่วไปแล้ว การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในพุทธศาสนาถือว่าผิดศีล แต่ไม่เป็นการคิดต่อกฎหมาย ในพระราชบัญญัตินี้ได้กำหนดสถานที่ห้ามบริโภค(ดื่ม) ซึ่งเป็นการคุ้มครองสถานที่อันเป็นการจำกัดการดื่มลง จึงกำหนดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นความผิดเนื่องจากเกี่ยวข้องกับสถานที่ที่ดื่ม ดังนี้ (มาตรา 31)

ห้ามมิให้ผู้ใดบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่หรือบริเวณ ดังต่อไปนี้

- (1) วัดหรือสถานที่สำหรับปฏิบัติพิธีกรรมทางศาสนา เว้นแต่เป็นส่วนหนึ่งของพิธีกรรมทางศาสนา
- (2) สถานบริการสาธารณสุขของรัฐ สถานพยาบาลตามกฎหมายว่าด้วยสถานพยาบาลและร้านขายยาตามกฎหมายว่าด้วยยา ยกเว้นบริเวณที่จัดไว้เป็นที่พักผ่อนบุคคล
- (3) สถานที่ราชการ ยกเว้นบริเวณที่จัดไว้เป็นที่พักผ่อนบุคคล หรือสโมสร หรือการจัดเลี้ยงตามประเพณี
- (4) สถานศึกษาตามกฎหมายว่าด้วยการศึกษาแห่งชาติ ยกเว้นบริเวณที่จัดไว้เป็นที่พักผ่อนบุคคลหรือสโมสร หรือการจัดเลี้ยงตามประเพณี หรือสถานศึกษาที่สอนการผสมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และได้รับอนุญาตตามกฎหมายว่าด้วยการศึกษาแห่งชาติ

(5) สถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงตามกฎหมายว่าด้วยการควบคุมน้ำมันเชื้อเพลิงหรือร้านค้า
ในบริเวณสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง

(6) สวนสาธารณะของทางราชการที่จัดไว้เพื่อการพักผ่อนของประชาชนโดยทั่วไป

(7) สถานที่อื่นที่รัฐมนตรีประกาศกำหนดโดยคำแนะนำของคณะกรรมการ

จะเห็นได้ว่า การห้ามบริโภคเครื่องดื่มในกฎหมายนี้ เกี่ยวข้องกับสถานที่ซึ่งเป็นหลักการ
เดียวกันกับการห้ามขายในสถานที่ตามมาตรา 27 (ซึ่งรวมทั้งบริเวณของสถานที่เหล่านี้ด้วย) แต่ใน
เรื่องนี้มีข้อยกเว้นมากกว่า กล่าวคือ หากเป็นการบริโภคที่เป็นส่วนหนึ่งของพิธีกรรมทางศาสนา
ซึ่งบางศาสนาอาจใช้ประกอบกรทำพิธี เช่น ในพิธีมิสซาของศาสนาคริสต์ที่เป็นการรับศีลมหา
สนิท (Eucharistic Rite) จะมีการดื่มเหล้าในพิธีดังกล่าว ส่วนศาสนาพุทธกับพิธีกรรมต่างๆ เช่น
การประกอบพิธีบวชหรือหากมีการจัดงานศพในวัดแล้วมีการดื่ม ก็เป็นสิ่งผิดกฎหมายนี้

สำหรับประเด็นที่จะเป็นปัญหามาก คือ ข้อยกเว้นที่สามารถบริโภค ได้แก่ บริเวณที่จัดไว้
เป็นที่พักผ่อนบุคคลตาม (2) ซึ่งถือเป็นเรื่องของความเป็นสิทธิส่วนบุคคลที่พักอาศัยในที่พักของ
บุคคลนั่นเอง และบริเวณที่จัดไว้เป็นที่พักผ่อนบุคคล หรือสโมสร หรือการจัดเลี้ยงตามประเพณี
ตาม (3) โดยเฉพาะในเรื่องการจัดเลี้ยงตามประเพณี ซึ่งปัญหาเกี่ยวกับการจัดเลี้ยงตามประเพณีนั้น
อาจมีปัญหาว่าเป็นประเพณีอย่างไร

ในเรื่องนี้ผู้เขียนมีความเห็นว่า ต้องพิจารณาเป็นกรณีๆ ไป ทั้งนี้เนื่องจากคำที่ใช้แต่เพียงว่า
.....การจัดเลี้ยงตามประเพณี ควรมีความหมายว่า เป็นการจัดเลี้ยงต้องมีผู้จัดหรือเจ้าภาพในงาน
เลี้ยงนั้น โดยไม่มีการซื้อขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในงาน นอกจากนี้ ในกฎหมายมิได้ใช้คำเพียง
ว่า “ตามประเพณี” คงไม่ถึงกับเป็นว่า “จารีตประเพณี” อันเป็นสิ่งที่ผู้คนยึดถือปฏิบัติกันมา
ยาวนาน ตัวอย่างที่เป็นไปได้ตามข้อยกเว้น เช่น

-การจัดงานแต่งงานตามชุมชนท้องถิ่น มักมีการใช้สถานที่ของราชการหรือองค์กร
ปกครองท้องถิ่น เช่น หอประชุม ห้องประชุมเป็นที่จัดงานแต่งงานและเจ้าภาพมักมีการเลี้ยง
เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เช่นนี้เห็นว่า สามารถกระทำได้ ตามข้อยกเว้นในมาตรา 31 (3)

อย่างไรก็ตาม อาจมีปัญหาว่า การจัดเลี้ยงตามประเพณีกรณีอื่นที่มีใช้การจัดงานแต่งงาน
เช่น หากมีการจัดเลี้ยงในสถานที่ราชการเนื่องจากการได้ตำแหน่งหรือการอำนวยการตำแหน่ง เป็นต้น
กรณีนี้ต้องพิจารณาให้ได้ว่า การเลี้ยงฉลองตำแหน่งหรือการอำนวยการตำแหน่ง โดยทั่วไปเขาปฏิบัติ
กันถึงขนาด มีการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือไม่ ถ้าได้ความว่า ไม่เป็นเช่นนั้น การบริโภค
ดังกล่าวก็มีความผิด แต่ในบางกรณี เช่น ส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ที่มีการจัดเลี้ยงในสถานที่
ราชการ คงมีปัญหาว่าประเพณีแบบนี้ สามารถบริโภคได้หรือไม่ เช่นเดียวกับประเพณีสงกรานต์ที่

จัดเลี้ยงในสถานที่ราชการ หากมีการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ขึ้นจะผิดหรือไม่ จึงเห็นว่าคงต้องพิจารณาถึงตัวประเพณีบางประเพณีเท่านั้น ที่มีการจัดเลี้ยง (ข้าวปลาอาหาร) และมีการดื่มประกอบกับประเพณีนั้นๆ เช่น ประเพณีแต่งงาน ประเพณีปีใหม่ เป็นต้น

ส่วนใน (4) มีข้อความทำนองเดียวกันกับ (3) กล่าวคือ ห้ามดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในโรงเรียนหรือมหาวิทยาลัยของรัฐและเอกชน แต่มีข้อยกเว้นให้ดื่มได้บริเวณที่จัดไว้เป็นที่พักส่วนบุคคล (บ้านพักในโรงเรียนหรือมหาวิทยาลัย) หรือดื่มในสโมสรของโรงเรียน มหาวิทยาลัย สำหรับที่จะขอพิจารณาว่า “ตามประเพณี” กรณีการจัดงานแต่งงานในโรงเรียนหรือมหาวิทยาลัย และมีการการจัดเลี้ยงและดื่มได้หรือไม่นั้น มีข้อหารือและแนวทางปฏิบัติของสำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ว่า แม้การจัดเลี้ยงงานแต่งงานในโรงเรียนหรือมหาวิทยาลัยถือว่าเป็นการจัดเลี้ยงตามประเพณีก็ตาม แต่สำนักงานฯ เห็นว่า สถานที่ดังกล่าวเป็นแหล่งเพิ่มพูนสติปัญญา จึงไม่สมควรที่จะให้มีการบริโภคหรือดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในงานแต่งงานที่จัดในโรงเรียนหรือมหาวิทยาลัย

สำหรับการดื่มในโรงเรียนหรือมหาวิทยาลัย กรณีจัดงานเลี้ยงสังสรรค์ศิษย์เก่าในสถานศึกษานั้น หากถือตามแนวทางตามข้อหารือของสำนักงานฯ แม้เป็นการจัดเลี้ยงประเพณีอย่างหนึ่งก็ตาม ก็ต้องถือว่าไม่สามารถดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ ซึ่งอาจขัดกับความเป็นจริงซึ่งมักมีการจัดเลี้ยงศิษย์เก่าแล้วมีการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ผู้วิจัยเห็นว่า งานเลี้ยงสังสรรค์ศิษย์เก่าที่จัดในสถานศึกษาเป็นประเพณีอย่างหนึ่ง ที่ผ่านมามีการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ดังนั้นประเด็นจึงอยู่ที่ว่าเป็นการจัดเลี้ยงตามประเพณีหรือไม่ โดยหากถือว่าเป็นประเพณีและประเพณีดังกล่าวย่อมมีการดื่มอยู่บ้างเป็นการทั่วไป (โดยมิใช่การจำหน่าย) ก็ย่อมเป็นไปตามข้อยกเว้นที่กำหนดให้ดื่มในสถานศึกษาได้เนื่องจากการจัดเลี้ยงตามประเพณี แต่หากเป็นประเพณีอื่นๆ เช่น ประเพณีรับน้องใหม่ ประเพณีแข่งกีฬาระหว่างสถาบันหรือคณะ คงไม่อยู่ในข้อยกเว้นนี้ เพราะไม่ใช่การจัดเลี้ยงตามประเพณีที่ปฏิบัติกัน

ใน (5) ห้ามดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในสถานบริการน้ำมันเชื้อเพลิง หมายความว่า การดื่มในปั้มน้ำมันต่างๆ ถือว่าผิดกฎหมายนี้ ไม่มีข้อยกเว้น รวมทั้งปั้มน้ำมันขนาดเล็กในชนบท(ปั้มหลอด) เป็นหลักการเดียวกันกับการห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในปั้มน้ำมันต่างๆ ตามมาตรา 27 (6) นอกจากนี้หากในปั้มน้ำมันที่มีพักอาศัยของพนักงานตั้งอยู่ ก็ไม่สามารถดื่มได้เช่นกัน เนื่องจากกฎหมายไม่เขียนข้อยกเว้นไว้เช่นเดียวกันกับสถานที่พักอาศัยของราชการหรือสถานพยาบาล จึงข้อมติเป็นการห้ามดื่มโดยเด็ดขาด

สถานที่ห้ามบริโภคเครื่องดื่มฯ ใน (6) สวนสาธารณะของทางราชการที่จัดไว้เพื่อการพักผ่อนของประชาชนโดยทั่วไป เนื่องจากกฎหมายต้องการคุ้มครองด้านสุขภาพของบุคคลใน

การใช้สถานที่สวนสาธารณะของทางราชการเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ อันเป็นพื้นที่สาธารณะเพื่อเสริมสร้างสุขภาพของบุคคลทั่วไป จึงควรห้ามบริโภคในสวนสาธารณะและบริเวณของสวนสาธารณะของทางราชการ แต่ในส่วนของสวนสาธารณะของเอกชน อาจมีปัญหว่า ไม่อยู่ในข้อห้ามนี้ เนื่องจากกฎหมายมิได้บัญญัติครอบคลุมไปถึง

3) มาตรการห้ามโฆษณา

มาตรการด้านการห้ามโฆษณาในกฎหมายนี้ นับว่าเป็นเรื่องสำคัญมาก เพราะถือเป็นความมุ่งหมายหรือเจตนารมณ์สำคัญประการหนึ่งของการบัญญัติกฎหมายนี้ขึ้น เห็นได้จากโทษที่กำหนดไว้ค่อนข้างสูง คือ ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหนึ่งปี หรือปรับไม่เกินห้าแสนบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

นอกจากต้องระวางโทษตามวรรคหนึ่งแล้ว ผู้ฝ่าฝืนยังต้องระวางโทษปรับอีกวันละไม่เกินห้าหมื่นบาทตลอดเวลาที่ยังฝ่าฝืนหรือจนกว่าจะได้ปฏิบัติให้ถูกต้อง (Day Fine) (มาตรา 43)

ทั้งนี้ มาตรา 32 บัญญัติว่า “ห้ามมิให้ผู้ใดโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือแสดงชื่อหรือเครื่องหมายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อันเป็นการอวดอ้างสรรพคุณหรือชักจูงใจให้ผู้อื่นดื่มโดยตรงหรือโดยอ้อม

การโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ใดๆ โดยผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกประเภทให้กระทำได้เฉพาะการให้ข้อมูลข่าวสารและความรู้เชิงสร้างสรรค์สังคม โดยไม่มีการปรากฏภาพของสินค้าหรือบรรจุภัณฑ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้น เว้นแต่เป็นการปรากฏของภาพสัญลักษณ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หรือสัญลักษณ์ของบริษัทผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้นเท่านั้น ทั้งนี้ตามที่กำหนดในกฎกระทรวง

บทบัญญัติในวรรคหนึ่งและวรรคสอง มิให้ใช้บังคับกับการโฆษณาที่มีต้นกำเนิดคนกราชอาณาจักร”

มาตรการห้ามโฆษณานี้ มีลักษณะเป็นข้อห้ามไม่เด็ดขาด กล่าวคือ มีข้อยกเว้นให้ผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทำได้ (ในวรรคสอง) ภายใต้หลักเกณฑ์ที่กำหนด

มาตรการห้ามโฆษณา แยกพิจารณา ดังนี้

1. การห้ามโฆษณาโดย

1.1 ห้ามมิให้ผู้ใดโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

1.2 ห้ามมิให้ผู้ใดแสดงชื่อหรือเครื่องหมายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อันเป็นการอวดอ้างสรรพคุณหรือชักจูงใจให้ผู้อื่นดื่มโดยตรงหรือโดยอ้อม

2. การโฆษณาที่กระทำได้

การโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ใดๆ โดยผู้ผลิตเครื่องคั้มแอลกอฮอล์ทุกประเภทให้กระทำได้เฉพาะการให้ข้อมูลข่าวสาร และความรู้เชิงสร้างสรรค์สังคม โดยไม่มีการปรากฏภาพของสินค้าหรือบรรจุภัณฑ์ของเครื่องคั้มแอลกอฮอล์นั้น เว้นแต่เป็นการปรากฏของภาพสัญลักษณ์ของเครื่องคั้มแอลกอฮอล์ หรือสัญลักษณ์ของบริษัทผู้ผลิตเครื่องคั้มแอลกอฮอล์นั้นเท่านั้น ทั้งนี้ตามที่กำหนดในกฎกระทรวง

ในการวิจัยครั้งนี้ เห็นว่าปัญหาหนึ่งที่สำคัญของกฎหมายนี้คือ การโฆษณาประชาสัมพันธ์เครื่องคั้มแอลกอฮอล์ หรือชื่อกฎหมายตามมาตรา 32 ซึ่งพบว่ามีปัญหาในแง่การปฏิบัติอยู่พอสมควร ทั้งในส่วนเจ้าหน้าที่ตามกฎหมายโดยเฉพาะอย่างยิ่ง ตำรวจ อัยการและศาล ตลอดจนผู้เกี่ยวข้องว่ามีความเห็นต่อมาตรการด้านการบังคับใช้กฎหมายอย่างไรบ้าง

2. การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม เกี่ยวกับมาตรการและการบังคับใช้พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มน้ำอัดลม พ.ศ. 2551 ในอำเภอเมืองเชียงใหม่

การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามเกี่ยวกับมาตรการและการบังคับใช้พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มน้ำอัดลม พ.ศ. 2551 กรณีศึกษาในอำเภอเมืองเชียงใหม่ แบ่งกลุ่มประชากรเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่หนึ่ง คือ ประชาชน นักเรียน นักศึกษา และกลุ่มที่สอง คือ ร้านค้าและสถานบริการ แสดงเป็นลำดับดังนี้

2.1 กลุ่มที่หนึ่ง : ประชาชน นักเรียน นักศึกษา

คำถามในแบบสอบถามแบ่งเป็น 3 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 มาตรการในพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มน้ำอัดลม พ.ศ.2551 ส่วนที่ 3 การบังคับใช้พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มน้ำอัดลม พ.ศ. 2551 ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยมีรายละเอียดผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

ส่วนที่ 1 สถานภาพผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับ เพศ อายุ การศึกษา มีรายละเอียด จากตารางที่ 2.1.1

ตารางที่ 2.1.1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ เพศ อายุ การศึกษา ประสบการณ์การดื่มน้ำอัดลม แรงจูงใจให้ดื่มน้ำอัดลม เครื่องดื่มที่ดื่มน้อยๆเป็นประจำ

1. สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
ประชาชนทั่วไป	138	36.2
นักเรียน นักศึกษา	243	63.8
รวม	381	100

2. เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	182	47.8
หญิง	199	52.2
รวม	381	100

ตารางที่ 2.1.1 (ต่อ)

3. อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	86	22.6
20-30 ปี	211	55.4
31-40 ปี	50	13.1
41-50 ปี	22	5.8
มากกว่า 50 ปี	12	3.1
รวม	381	100

4. การศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ประถมศึกษา	11	2.9
มัธยมศึกษา	28	7.3
ประกาศนียบัตร (ปวช/ปวส)	31	8.1
ปริญญาตรี	274	71.4
ปริญญาโท	37	8.9
ปริญญาเอก	5	1.3
รวม	381	100

5. ประสบการณ์เกี่ยวกับการขี่เครื่องขี่แอลกอฮอล์	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เคยขี่	40	10.6
เคยขี่	337	89.4
รวม	381	100

6. สาเหตุหรือเป็นแรงจูงใจ ให้ขี่เครื่องขี่แอลกอฮอล์ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อน	291	76.38
หาซื้อง่าย	97	25.46
รสชาติ	66	17.32
ราคา	65	17.06
การโฆษณา ประชาสัมพันธ์	46	12.07

ตราสัญลักษณ์ เครื่องหมาย (แบรนค์)	37	9.71
อื่นๆ ระบุ... บรรยากาศ, เข้าสังคม, อยากรู้ อยากลอง, อารมณ์จิตใจ, เสียใจ, หน้าที่การงาน, อยากรู้อยากเห็น, ช่วยให้ออนไลน์ง่าย	34	8.92

7. เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ที่ท่านดื่มอยู่บ่อยๆ หรือเป็นประจำ (ตอบได้ มากกว่า 1 ข้อ)	จำนวน	ร้อยละ
เบียร์	243	63.78
สุราต่างประเทศ	151	39.63
เหล้าแดง	124	32.54
เหล้าปั่น	96	25.19
ไวน์	92	24.15
เหล้าขาว	46	12.07
อื่นๆ ระบุ... เหล้าตอง, ไม่ระบุ, เชียงขุน	18	4.72

การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 52.2 เพศชายร้อยละ 47.8 มีอายุอยู่ระหว่าง 20-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 55.4 การศึกษาส่วนใหญ่จบระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 71.4 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีประสบการณ์เกี่ยวกับการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เคยดื่มถึงร้อยละ 89.4 โดยมีสาเหตุหรือเป็นแรงจูงใจให้ดื่มมากที่สุดคือ เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 76.38 รองลงมาคือหาซื้อง่าย ร้อยละ 25.46 สำหรับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ที่ดื่มอยู่บ่อยๆ หรือเป็นประจำ คือ เบียร์คิดเป็นร้อยละ 63.78 รองลงมาคือ สุราต่างประเทศ ร้อยละ 39.63

ส่วนที่ 2 มาตรการในพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ 2551

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับมาตรการในพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ 2551 มีรายละเอียด จากตารางที่ 2.1.2 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 2.1.2 จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับ การรับรู้ถึงกฎหมายช่องทางสื่อที่รับรู้ มาตรการที่พบเห็นมากที่สุด และมาตรการใดที่ส่งผลต่อการดื่มมากที่สุด ความคิดเห็นเกี่ยวกับมาตรการด้านการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ป้ายโฆษณาที่พบ และความเข้าใจเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ของกฎหมายนี้ (ในอำเภอเมือง เชียงใหม่)

8. ท่านรู้จัก /ทราบ ถึงกฎหมายที่มีชื่อว่า พระราชบัญญัติควบคุม เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ 2551	จำนวน	ร้อยละ
รู้ / ทราบเป็นอย่างดี	67	17.4
รู้ / ทราบมาบ้าง	229	59.3
ไม่รู้ / ไม่เคยทราบ	26	6.7
ไม่แน่ใจ	64	16.6

9. ท่านรู้จัก /ทราบ ถึง พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ 2551 จากช่องทาง/สื่อใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	จำนวน	ร้อยละ
จากสื่อโทรทัศน์ วิทยุ	260	68.24
จากสื่ออินเทอร์เน็ต ทางเว็บไซต์	152	39.89
จากสติ๊กเกอร์ /ป้าย รณรงค์ ที่ติดไว้ตามสถานที่ต่างๆ	138	36.22
จากสื่อหนังสือพิมพ์ นิตยสาร	81	21.25
จากการลงพื้นที่ เพื่อทำความเข้าใจ / ตรวจสอบตรา ของเจ้าหน้าที่ตำรวจ , สาธารณสุข	43	11.29
อื่นๆ.....ระบุ, จากการศึกษา,จากเพื่อน คนรู้จัก, จากแบบสอบถามนี้	25	6.56

10. มาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ตามพระราชบัญญัติควบคุม เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ในข้อใดที่ทราบ / พบเห็น มากที่สุด	จำนวน	ร้อยละ
ห้ามขาย	232	60.89
ห้ามโฆษณา	115	30.18
ห้ามดื่ม	57	14.96

11. ท่านทราบ / พบ / เห็น ถึงมาตรการห้ามขาย ห้ามดื่ม ห้ามโฆษณา จากช่องทาง / สื่อใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	จำนวน	ร้อยละ
จากสื่อโทรทัศน์ วิทยุ	245	64.30
จากสติ๊กเกอร์ รณรงค์ตามสถานที่ต่างๆ	194	50.92
จากป้ายของราชการ จังหวัดคิดประกาศ	102	26.77
จากสื่ออินเทอร์เน็ต / เว็บไซต์	93	24.41

ตารางที่ 2.1.2 (ต่อ)

จากสื่ออินเทอร์เน็ต / เว็บไซต์	93	24.41
จากการรณรงค์ของจังหวัดร่วมกับองค์กรเครือข่ายเอกชน	76	19.95
อื่นๆ.....ระบุ คนรู้จัก , การเรียนในชั้นเรียน, หนังสือพิมพ์, สถาบัน บันเทิง, วันสำคัญทางศาสนา, วันเลือกตั้ง	7	1.84

12. ท่านหาซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จากที่ใด บ่อยที่สุด	จำนวน	ร้อยละ
ร้านของชำ / โชว์ห่วย	224	58.79
ร้านสะดวกซื้อที่เปิดตลอด 24 ชั่วโมง	134	35.17
ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์สโตร์ ขนาดใหญ่	23	6.04
รวม	381	100

13. ท่านทราบสถานที่ที่มีกฎหมายห้ามดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในวัด โรงพยาบาล สถานที่ราชการ ปิมน้ำมัน โรงเรียน มหาวิทยาลัย สวนสาธารณะ หรือไม่	จำนวน	ร้อยละ
ทราบ	348	91.34
ไม่ทราบ	33	8.66
รวม	381	100

14. มาตรการห้ามดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในวัด โรงพยาบาล สถานที่ ราชการ ปิมน้ำมัน โรงเรียน มหาวิทยาลัย สวนสาธารณะ ส่งผลต่อ สังคม อย่างไรบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	จำนวน	ร้อยละ
ทำให้อุบัติเหตุลดลง	245	66.67
ทำให้การทะเลาะวิวาทลดลง	242	63.52
ทำให้อาชญากรรมลดลง	152	39.89
ทำให้คนดื่มเหล้าลดลง	114	29.92
ทำให้ปัญหาครอบครัวลดลง	107	28.08
อื่นๆ ระบุ.... ไม่ส่งผล, รักษาวัฒนธรรมและสถานที่ราชการ, ทำให้ สถานที่ดื่มมีความเป็นสัดส่วนมากขึ้น, ไม่สามารถดื่มทั่วไปได้	23	6.04

ตารางที่ 2.1.2 (ต่อ)

15. มาตรการ ตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดัดมัลแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 มาตรการใดที่มีผลทำให้คนดัดมัลเครื่องดัดมัลแอลกอฮอล์ ลดลง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	จำนวน	ร้อยละ
มาตรการห้ามขายในวันสำคัญทางศาสนา เช่น วันเข้าพรรษา วิสาขบูชา	222	58.27
มาตรการห้ามขายในสถานที่ เช่น วัด สถานศึกษา หอพัก ปิมน้ำมัน	153	40.16
มาตรการห้ามดัดมัลในสถานที่ เช่น วัด สถานศึกษา หอพัก ปิมน้ำมัน	163	42.78
มาตรการห้ามโฆษณา ชักชวนให้อยากดัดมัล	159	41.73
มาตรการห้ามขายโดยการลดแลกแจกแถม ชิงรางวัล	131	34.38

16. ท่านเห็นด้วยกับพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดัดมัลแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ที่ห้ามโฆษณาหรือแสดงชื่อ / เครื่องหมาย ของเครื่องดัดมัลแอลกอฮอล์ มากน้อยเพียงใด	จำนวน	ร้อยละ
เห็นด้วย	306	80.31
ไม่เห็นด้วย	75	19.69
รวม	381	100

เหตุผลที่เห็นด้วยกับกฎหมายนี้ ได้แก่

ไม่เป็นเหตุชักจูงใจในการดัดมัล, ทำให้คนดัดมัลน้อยลง, ทำให้ปัญหาอุบัติเหตุและการทะเลาะวิวาทลดลง, ทำให้เด็กไม่บรรลุนิติภาวะ ไม่ลอง, ไม่เป็นการโฆษณาอย่างชัดเจนจนเกินเหตุ, เป็นกฎหมายที่ดี, ทำให้ปัญหาต่างๆ ลดลง, เป็นการจรรยาบรรณสังคม, มีกฎหมายบังคับโทษ, มีผลกระทบหลายด้าน, เป็นการเตือนสติและสร้างจิตสำนึก, หาซื้อยากขึ้น, ป้องกันนักดัดมัลหน้าใหม่

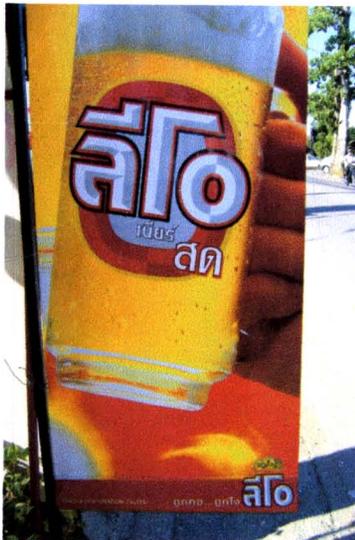
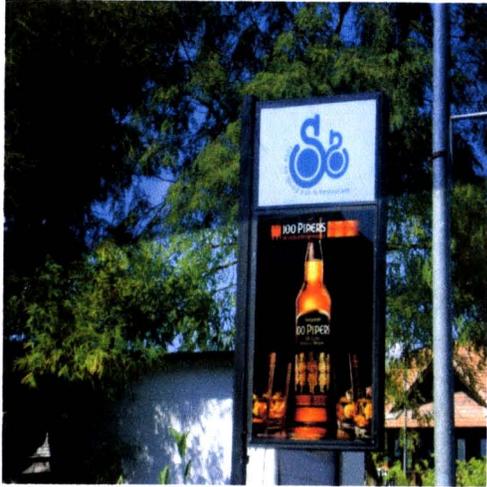
เหตุผลที่ไม่เห็นด้วยกับกฎหมายนี้ ได้แก่

ไม่ทำให้คนดัดมัลน้อยลง, ไม่มีผลให้อยากดัดมัล, ยังมีสื่อที่แสดงให้เห็น, ควรจัดโซนนิ่ง, เครื่องดัดมัลแอลกอฮอล์เป็นรายได้หลักของประเทศ, เป็นการกีดกันการค้าของบริษัทเอกชน, การดัดมัลหรือไม่ขึ้นอยู่กับตัวบุคคล, เป็นการแก้ไขปัญหาที่ปลายเหตุ, ลักษณะของป้ายโฆษณายังสื่อความหมายอยู่



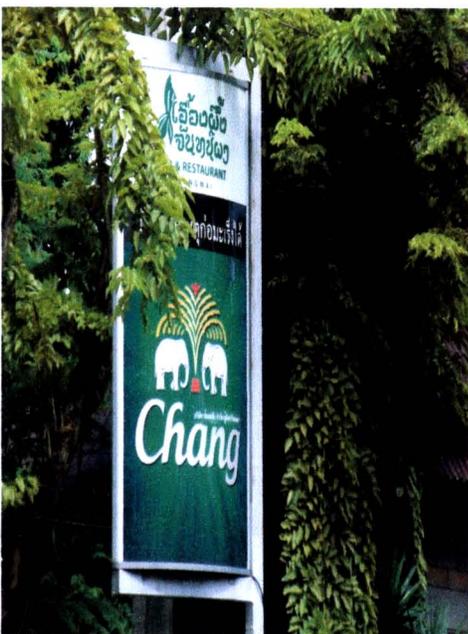
ภาพที่ 1 :

ป้ายโฆษณา ก่อนมี พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ใช้บังคับ



ภาพที่ 2 :

ป้ายโฆษณา ภายหลังมี พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ใช้บังคับแล้ว



ตารางที่ 2.1.2 (ต่อ)

17. ท่านเคยพบหรือเห็นป้ายที่แสดงถึงชื่อ / เครื่องหมายของเครื่องคั้มแอลกอฮอล์ ตามถนน หน้าร้านค้าสถานบริการ หรือไม่	จำนวน	ร้อยละ
เคยพบ / เห็น	302	79.3
ไม่เคยพบ / เห็น	18	4.7
ไม่แน่ใจ	61	16.0
รวม	381	100

18. ป้ายในข้อ 17. เมื่อท่านพบ / เห็นแล้ว อยากทราบว่า ท่านนึกถึงป้ายเหล่านั้น ท่านคิดว่า เป็นป้ายอะไร	จำนวน	ร้อยละ
เป็นป้ายโฆษณาหื้อหรือเครื่องคั้มแอลกอฮอล์โดยตรง ชัดเจนมาก	172	45.14
เป็นป้ายโฆษณาหื้อหรือเครื่องคั้มแอลกอฮอล์โดยอ้อม	126	33.07
ไม่แน่ใจ	72	18.90
ไม่ใช่ป้ายโฆษณาหื้อหรือเครื่องคั้มแอลกอฮอล์	11	2.89

19. ป้ายในข้อ 17. เมื่อท่านพบ / เห็นแล้ว ท่านเห็นว่า เป็นการชักจูงใจให้ท่านเกิดความรู้สึก อยากคั้มเครื่องคั้มแอลกอฮอล์หรือไม่ เพียงใด	จำนวน	ร้อยละ
เป็นการชักจูงใจให้คั้ม อีกรูปแบบหนึ่ง เพราะเห็นแล้ว จำคถึงชื่อ / เครื่องหมายได้	157	41.21
เป็นการแสดงแต่เพียงว่า สถานที่นั้นๆ มีเครื่องคั้มแอลกอฮอล์ ยี่ห้อนั้นๆ จำหน่าย	122	32.02
ไม่เป็นการชักจูงใจให้คั้มโดยตรง / โดยอ้อม แม้ได้เห็นป้ายโฆษณาเหล่านั้น	102	26.77
รวม	381	100

20. วัตถุประสงค์ ของกฎหมายพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องคั้มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 มีข้อใดบ้าง (ตอบ ได้มากกว่า 1 ข้อ)	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อลดปัญหาด้านอุบัติเหตุจากการคั้ม	278	72.96
เพื่อลดปัญหาด้านอาชญากรรม	214	56.17

ตารางที่ 2.1.2 (ต่อ)

เพื่อลดการคืบเครื่องคืบแอลกอฮอล์ โดยเฉพาะนักคืบหน้าใหม่	195	51.18
เพื่อลดปัญหาด้านสุขภาพ โรคภัยที่เกิดจากเครื่องคืบแอลกอฮอล์	146	38.32
เพื่อลดอิทธิพล การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ เครื่องคืบแอลกอฮอล์	139	36.48
เพื่อจำกัดพื้นที่การเข้าถึงเครื่องคืบแอลกอฮอล์ได้โดยง่าย	122	32.02
เพื่อตรวจจับนักคืบ นักเที่ยว ร้านค้า สถานบริการ	109	28.61

การวิเคราะห์ข้อมูล เกี่ยวกับมาตรการต่างๆ ในกฎหมายนี้ ของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า กลุ่มตัวอย่างรู้จัก /ทราบถึงชื่อกฎหมายนี้ในระดับปานกลาง (รู้/ทราบมาบ้าง) คิดเป็นร้อยละ 59.3 โดยรู้จากช่องทางสื่อโทรทัศน์ วิทยุมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 68.24 รองลงมาคือจากสื่ออินเทอร์เน็ต ทางเว็บไซต์ ร้อยละ 39.89

สำหรับมาตรการตามกฎหมายนี้ที่ทราบ/พบเห็นมากที่สุดคือ มาตรการห้ามขาย คิดเป็นร้อยละ 60.89 ด้านช่องทาง/สื่อที่ทำให้ทราบ/พบ มาตรการห้ามขาย ห้ามคืบ ห้ามโฆษณา คือทราบจากสื่อโทรทัศน์ วิทยุมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 64.30 รองลงมาคือทราบจากสื่อสติกเกอร์ณรงค์ตามสถานที่ต่างๆ ร้อยละ 50.92 การซื้อหาเครื่องคืบแอลกอฮอล์สามารถหาซื้อได้จากร้านของชำ/โชว์ห่วย มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 58.79 รองลงมาคือ ร้านสะดวกซื้อที่เปิดตลอดวันร้อยละ 35.17 มาตรการห้ามคืบ ด้านสถานที่ห้ามคืบเครื่องคืบแอลกอฮอล์นั้น กลุ่มตัวอย่างทราบถึงมาตรการดังกล่าวคิดเป็นร้อยละ 91.34 โดยมีความเห็นต่อ มาตรการห้ามคืบว่า ส่งผลต่อสังคมคือทำให้อุบัติเหตุลดลงมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 66.67 รองลงมาคือ ทำให้การทะเลาะวิวาทลดลง ร้อยละ 63.52

มาตรการในกฎหมายนี้ที่มีผลทำให้คนคืบเครื่องคืบแอลกอฮอล์ลดลง คือ มาตรการห้ามขายในวันสำคัญทางศาสนา เช่น วันเข้าพรรษา วันวิสาขบูชา คิดเป็นร้อยละ 58.27 รองลงมาคือ มาตรการห้ามคืบในสถานที่ที่กำหนดคิดเป็นร้อยละ 42.78 และมาตรการห้ามโฆษณา ร้อยละ 41.73

ด้านมาตรการห้ามโฆษณาหรือ แสดงชื่อ / เครื่องหมาย ของเครื่องคืบแอลกอฮอล์ กลุ่มตัวอย่างถึงร้อยละ 80.31 เห็นด้วยกับการห้ามโฆษณา โดยมีจำนวนร้อยละ 79.30 เคยพบเห็นป้ายที่แสดงถึงชื่อ เครื่องหมายของเครื่องคืบแอลกอฮอล์ตามถนน หน้าร้านค้า สถานบริการ และป้ายที่พบเห็นดังกล่าวนี้กลุ่มตัวอย่าง เห็นว่า เป็นป้ายโฆษณาห้อยหรือเครื่องคืบแอลกอฮอล์โดยตรงชัดเจนมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 45.14 และเห็นว่าเป็นป้ายโฆษณาห้อยหรือเครื่องคืบแอลกอฮอล์โดยอ้อม ร้อยละ 33.07 ป้ายเหล่านี้เมื่อพบหรือเห็นแล้ว คิดว่าเป็นการชักจูงใจให้อยากคืบหรือไม่

พบว่าร้อยละ 41.21 เห็นว่าเป็นการชักจูงใจให้ดื่มอีกรูปแบบหนึ่ง เพราะเห็นแล้วจำจนถึงชื่อ/เครื่องหมายได้ และร้อยละ 32.02 เห็นว่าเป็นการแสดงให้เห็นว่าสถานที่นั้นๆมีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จำหน่าย สำหรับวัตถุประสงค์ของกฎหมายนี้ กลุ่มตัวอย่างเห็นว่า มีจุดประสงค์เพื่อลดปัญหาด้านอุบัติเหตุจากการดื่ม มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 72.96 รองลงมาคือ เพื่อลดปัญหาด้านอาชญากรรม คิดเป็นร้อยละ 56.17 เพื่อลดการดื่ม โดยเฉพาะนักดื่มหน้าใหม่คิดเป็นร้อยละ 51.18 เพื่อลดปัญหาด้านสุขภาพ โรคร้ายที่เกิดจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์คิดเป็นร้อยละ 38.32 เพื่อลดอิทธิพล การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ คิดเป็นร้อยละ 36.48 เพื่อจำกัดพื้นที่การเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้โดยง่าย คิดเป็นร้อยละ 32.02 เพื่อตรวจจับนักดื่ม นักเที่ยวร้านค้า สถานบริการ คิดเป็นร้อยละ 28.61

ส่วนที่ 3 การบังคับใช้ พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามเกี่ยวกับการบังคับใช้ พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 ในอำเภอเมือง เชียงใหม่ มีรายละเอียดจากตารางที่ 2.1.3 ดังนี้

ตารางที่ 2.1.3 ร้อยละข้อมูลเกี่ยวกับการบังคับใช้พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

21. การบังคับใช้กฎหมายนี้ ในอำเภอเมืองเชียงใหม่	จำนวน	ร้อยละ
มีการบังคับใช้เป็นบางครั้ง จะเน้นเฉพาะช่วงเทศกาลวันหยุดสำคัญ ๆ	189	49.61
มีการบังคับใช้เป็นประจำ เสมอ	82	21.52
ไม่ค่อยบังคับใช้จริงจัง	82	21.52
ตอบไม่ได้ ไม่มีข้อมูล	28	7.35
รวม	381	100

22. เจ้าหน้าที่ ที่มีบทบาทสำคัญมากที่สุดในการบังคับใช้กฎหมาย	จำนวน	ร้อยละ
ตำรวจ	278	72.97
เจ้าหน้าที่สรรพสามิต	33	8.66
เจ้าหน้าที่สาธารณสุข	29	7.61
ผู้ว่าราชการจังหวัด	24	6.30
ศาล	11	2.89
อัยการ	6	1.57
รวม	381	100

ตารางที่ 2.1.3 (ต่อ)

23. การบังคับใช้กฎหมายนี้ เจ้าหน้าที่ควรปฏิบัติอย่างไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	จำนวน	ร้อยละ
เน้นมาตรการตรวจและจับกุมผู้กระทำความผิดอย่างจริงจัง	214	56.17
เน้นตรวจพวกละเมิดแล้วจับขังยานพาหนะ	179	46.98
เน้นด้านการห้ามขายในวันหยุดสำคัญ เช่น วันสำคัญทางศาสนา	156	40.94
เน้นณรงค์ให้ความรู้ด้านกฎหมายแก่ประชาชน ร้านค้า สถานบริการ	148	38.84
เน้นห้ามการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	119	31.23
อื่นๆ ได้แก่.. ควรให้ความรู้,ไม่ควรจำหน่าย,ยังมีการจำหน่ายแก่เด็กและเยาวชน,ควรเข้มงวดอย่างจริงจัง,เจ้าหน้าที่ควรปฏิบัติเป็นแบบอย่าง	8	2.09

24. ความพึงพอใจ ในการบังคับใช้กฎหมายของเจ้าหน้าที่	จำนวน	ร้อยละ
พึงพอใจ	167	43.83
ไม่พึงพอใจ	119	31.23
ไม่แน่ใจ	95	24.93
รวม	381	100

25. เหตุผลของกลุ่มตัวอย่างที่ระบุถึงความไม่พึงพอใจในการบังคับใช้กฎหมายของเจ้าหน้าที่ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	จำนวน	ร้อยละ
อาจมีการเรียก / รับผลประโยชน์ / สนิบสนน	159	41.73
ไม่มีความยุติธรรม ชอบเลือกปฏิบัติ	129	33.68
มักใช้อำนาจมากเกินไปเกินกว่าเหตุ	104	27.29
พุดจาไม่ดีกับประชาชน	95	24.93
ไม่รักษากฎหมายให้เป็นกฎหมาย ไม่ค่อยสนใจติดตามคดี	85	22.31
ทำงานล่าช้า ไม่มีประสิทธิภาพ	71	18.63
ทำให้บรรยากาศในการดื่มเสียไป	52	13.65
อื่นๆ ได้แก่... เจ้าหน้าที่ละเลยหน้าที่, ควรกวาดล้างอย่างสม่ำเสมอ , ควบคุมไม่ทั่วถึง	5	1.31

ตารางที่ 2.1.3 (ต่อ)

26. ข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงการบังคับใช้กฎหมายของเจ้าหน้าที่ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	จำนวน	ร้อยละ
ให้มีความซื่อสัตย์สุจริตมากยิ่งขึ้น	235	61.68
ให้ความยุติธรรมแก่ประชาชน	226	59.32
เร่งรัดการดำเนินคดีให้รวดเร็วและเป็นธรรม	166	43.57
เพิ่มการตรวจตราในพื้นที่มากขึ้น	119	31.23
ปรับปรุงการให้บริการแก่ประชาชน เช่น กริยา มารยาท	112	29.39
ควรสร้างความสัมพันธ์กับชุมชนอย่างสม่ำเสมอ	99	25.98
อื่นๆ ได้แก่... ดำรวจควรเป็นแบบอย่าง,ปรับปรุงทุกๆด้าน	4	1.05

27. ความเหมาะสมของโทษ ในความผิดฐานขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในสถานที่ห้ามขาย (จำคุกไม่เกิน 6 เดือน หรือปรับไม่เกิน 10,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ)	จำนวน	ร้อยละ
1. เหมาะสมดีแล้ว	323	84.78
2. ไม่เหมาะสม	58	15.22
รวม	381	100

28. ความเหมาะสมของโทษ ในความผิดฐานโฆษณาเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ (จำคุกไม่เกิน 1ปีหรือปรับไม่เกินห้าแสนบาทหรือทั้งจำทั้ง ปรับ หากฝ่าฝืนยังต้องระวางโทษปรับอีก วันละไม่เกินห้าหมื่นบาท)	จำนวน	ร้อยละ
1. เหมาะสมดีแล้ว	304	79.79
2. ไม่เหมาะสม	77	20.21
รวม	381	100

29. ความเหมาะสมของพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 อยู่ในระดับ	จำนวน	ร้อยละ
ดีมาก (ระดับ 5)	60	15.75

ตารางที่ 2.1.3 (ต่อ)			
พอใช้	(ระดับ 3)	99	25.98
ควรปรับปรุง	(ระดับ 2)	10	2.62
ล้มเหลว	(ระดับ 1)	5	1.31
รวม		381	100

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการบังคับใช้กฎหมายนี้ ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ พบว่า มีการบังคับใช้เป็นบางครั้ง จะเน้นเฉพาะช่วงเทศกาลวันหยุดสำคัญๆมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 49.61 ส่วนการบังคับใช้เป็นประจำสม่ำเสมอกับไม่ค่อยบังคับใช้ ได้ผลเท่ากันคือ ร้อยละ 21.52 เจ้าหน้าที่ที่มีบทบาทสำคัญที่สุดในการบังคับใช้กฎหมายคือ ตำรวจ คิดเป็นร้อยละ 72.97 ส่วนเจ้าหน้าที่สรรพสามิตและสาธารณสุขมีบทบาทใกล้เคียงกันคือคิดเป็นร้อยละ 8.66 และ 7.61 ตามลำดับ สำหรับวิธีการในการบังคับใช้กฎหมายนี้ควรปฏิบัติโดยเน้น มาตรการตรวจและจับกุมผู้กระทำความผิดอย่างจริงจังมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 56.17 รองลงมาได้แก่ เน้นตรวจพวกรอแล้วขับชี้ยานพาหนะ ร้อยละ 46.98 เน้นด้านการห้ามขายในวันหยุดสำคัญๆ เช่น วันสำคัญทางศาสนา ร้อยละ 40.94 เน้นรณรงค์ให้ความรู้ด้านกฎหมายร้อยละ 38.84 ส่วนการเน้นห้ามโฆษณาร้อยละ 31.23

ความพึงพอใจในการบังคับใช้กฎหมายของเจ้าหน้าที่นั้น พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจร้อยละ 43.83 ไม่พึงพอใจร้อยละ 31.23 โดยมีเหตุผลแสดงถึงความไม่พึงพอใจ คือ อาจมีการเรียก/รับผลประโยชน์/สินบน ร้อยละ 41.73 ไม่มีความยุติธรรม ชอบเลือกปฏิบัติร้อยละ 33.68 มักใช้อำนาจมากเกินไปกว่าเหตุร้อยละ 27.29 พูดยาไม่ดีกับประชาชน ร้อยละ 24.93ไม่รักษากฎหมายให้เป็นกฎหมาย ไม่ค่อยสนใจติดตามคดี ร้อยละ 22.31 ทำงานล่าช้า ไม่มีประสิทธิภาพ ร้อยละ 18.63

ข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงการบังคับใช้กฎหมาย มีดังนี้ เสนอให้มีความซื่อสัตย์สุจริตมากยิ่งขึ้นคิดเป็นร้อยละ 61.68 ให้ความยุติธรรมแก่ประชาชนร้อยละ 59.32 เร่งรัดการดำเนินคดีให้รวดเร็วและเป็นธรรมร้อยละ 43.57 เพิ่มการตรวจตราในพื้นที่มากขึ้นร้อยละ 31.23 ปรับปรุงการให้บริการ ร้อยละ 29.39 ควรสร้างความสัมพันธ์กับชุมชนอย่างสม่ำเสมอ ร้อยละ 25.98

สำหรับความเหมาะสมของโทษในความผิดต่างๆในกฎหมายนี้ ได้แก่ ความผิดฐานขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่ห้ามขาย พบว่ากลุ่มตัวอย่างเห็นว่า เหมาะสมดีแล้ว คิดเป็นร้อยละ 84.78 ส่วนความผิดฐานโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เห็นว่าเหมาะสมดีแล้ว ร้อยละ 79.79

ความเหมาะสมของพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 อยู่ในระดับดี คิดเป็นร้อยละ 54.33 ระดับพอใช้ร้อยละ 25.98 ระดับดีมากร้อยละ 15.75

2.2 กลุ่มที่สอง : ร้านค้าและสถานบริการ

คำถามในแบบสอบถามแบ่งเป็น 3 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐาน ส่วนที่ 2 มาตรการในพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องคั้มแอลกอฮอล์ ส่วนที่ 3 การบังคับใช้พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องคั้มแอลกอฮอล์ ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ มีรายละเอียดผลการวิเคราะห์ ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 2.1.4 ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม เพศ อายุ การศึกษา ประเภทของกิจการ

1. เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	178	50.86
หญิง	164	46.86
ไม่ตอบ	8	2.28
รวม	350	100

2. อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	10	2.86
20-30 ปี	125	35.71
31-40 ปี	133	38.00
41-50 ปี	59	16.86
มากกว่า 50 ปี	20	5.71
ไม่ตอบ	3	0.86
รวม	350	100

3. การศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ประถมศึกษา	21	6.00
มัธยมศึกษา	69	19.71
ประกาศนียบัตร (ปวช./ปวส.)	73	20.86
ปริญญาตรี	172	49.14
ปริญญาโท	7	2.00
ปริญญาเอก	1	0.26

ตารางที่ 2.1.4 (ต่อ)

ไม่ตอบ	7	2.00
รวม	350	100

4. ประเภทของกิจการ : เป็นสถานบริการ (มีใบอนุญาต)	จำนวน	ร้อยละ
ประเภทที่ 1 มีฟลอร์เต้นรำ คือ ไนต์คลับ , ดิสโก้เทค	3	0.86
ประเภทที่ 2 คือ คอกเทลเลาจน์ โนแฮนด์บาร์ คาราโอเกะ	29	8.28
ประเภทที่ 3 สถานอาบอบ นวด	9	2.57
ประเภทที่ 4 คือ สวนอาหาร คาเฟ่	29	8.28
ประเภทที่ 5 มีอาหาร สุรา จำหน่าย ปิดเวลา 24.00 น	116	33.14
ประเภทของกิจการ : ไม่เป็นสถานบริการ (เป็นร้านค้า)		
ร้านขายส่ง / ตัวแทนจำหน่ายเครื่องคั้มแอลกอฮอล์	29	8.28
ร้านขายของชำ (โชว์ห่วย) + มีเครื่องคั้มแอลกอฮอล์ จำหน่าย	93	26.57
ร้านขายเครื่องคั้มแอลกอฮอล์ (ขั้วคราว) ริมถนนหนทาง (ร้านเหล้าตอง)	26	7.43
ร้านขายอาหาร + มีเครื่องคั้มแอลกอฮอล์จำหน่าย + มีการเปิดเพลง ไม่มี การแสดงดนตรี	61	17.43
ร้านขายอาหาร + มีเครื่องคั้มแอลกอฮอล์จำหน่าย + มีการเปิดเพลง + มี การแสดงดนตรี	59	16.86

การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชายร้อยละ 50.86 เพศหญิงร้อยละ 46.86 มีอายุอยู่ระหว่าง 31-40 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 38.00 การศึกษาส่วนใหญ่จบระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 49.14 โดยมีประเภทของสถานบริการเป็นสถานบริการ (มีใบอนุญาต) ประเภทที่ 5 มากที่สุดคือ ร้อยละ 33.14 เป็น ประเภทที่ 4 (สวนอาหาร คาเฟ่) และประเภทที่ 2 (บาร์ คาราโอเกะ) เท่ากันคือร้อยละ 8.28 นอกจากนั้นเป็นประเภทที่ 3 (สถานอาบอบนวด) และประเภทที่ 1 (ไนต์คลับ , ดิสโก้เทค) น้อยที่สุด ส่วนประเภทของกิจการที่ไม่เป็นสถานบริการ พบว่าเป็นร้านขายของชำ (โชว์ห่วย) และมีเครื่องคั้มแอลกอฮอล์จำหน่ายมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 26.57 รองลงมาเป็นร้านขายอาหารมีเครื่องคั้มแอลกอฮอล์ มีการเปิดเพลง ไม่มีการแสดงดนตรีร้อยละ 17.43 และเป็นร้านค้ามีเครื่องคั้มแอลกอฮอล์ มีการเปิดเพลง และมีการแสดงดนตรีร้อยละ 16.68 นอกจากนั้นเป็นร้านขายส่งตัวแทนจำหน่ายร้อยละ 8.28 ส่วนร้านขายเครื่องคั้มแอลกอฮอล์ข้างถนน (ร้านเหล้าตอง) ร้อยละ 7.43

ส่วนที่ 2 มาตรการในพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับมาตรการในพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 มีรายละเอียด จากตารางที่ 2.1.5 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 2.1.5 จำนวนและร้อยละเกี่ยวกับ การรับรู้ถึงกฎหมาย ช่องทางรับรู้ มาตรการควบคุมในกฎหมายที่ทราบ/พบมากที่สุด ผลของมาตรการ ข้อห้ามตามที่กฎหมายบัญญัติ ความคิดเห็นเกี่ยวกับมาตรการห้ามขาย ห้ามโฆษณา ป้ายแสดงชื่อเครื่องหมายในร้านหรือในสถานบริการ ความรู้เกี่ยวกับรายละเอียดข้อห้ามของกฎหมายเกี่ยวกับการห้ามโฆษณา และวัตถุประสงค์ของกฎหมาย

5. ท่านรู้จัก หรือทราบ หรือเคยได้ยินถึง กฎหมายที่มีชื่อว่า “พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551” หรือไม่ ?	จำนวน	ร้อยละ
รู้ / ทราบเป็นอย่างดี	91	26.00
รู้ / ทราบมาบ้าง	200	57.14
ไม่รู้ / ไม่เคยทราบ	26	7.43
ไม่แน่ใจ	33	9.43
รวม	350	100

6. ท่านรู้จัก หรือทราบถึง กฎหมายที่มีชื่อว่า “พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551” มาจากช่องทาง / สื่อใดบ้าง	จำนวน	ร้อยละ
จากสื่อโทรทัศน์ วิทยุ	194	55.43
จากสื่ออินเทอร์เน็ต ทางเว็บไซต์	121	34.57
จากสติ๊กเกอร์ / ป้าย รมรงค์ ที่ติดไว้ตามสถานที่ต่างๆ	127	36.28
จากสื่อหนังสือพิมพ์ นิตยสาร	168	48.00
จากการลงพื้นที่ เพื่อทำความเข้าใจ / ตรวจสอบตรา ของเจ้าหน้าที่ตำรวจ , สาธารณสุข	114	32.57
จากการอธิบายให้ความรู้ของบริษัท / ตัวแทนบริษัทจำหน่ายสุรา	102	29.14
อื่นๆ ระบุ	1	0.29



ตารางที่ 2.1.5 (ต่อ)

7. มาตรการควบคุมเครื่องดัดมัลแอลกอฮอล์ที่ทราบ / พบเห็น มลพิษที่สุด	จำนวน	ร้อยละ
ห้ามขาย	190	54.28
ห้ามโฆษณา	115	32.86
ห้ามดื่ม	45	12.86
รวม	350	100
8. มาตรการควบคุมเครื่องดัดมัลแอลกอฮอล์ ตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดัดมัลแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 (ห้ามขาย ห้ามดื่ม ห้ามโฆษณา) มีผลต่อการจำหน่ายเครื่องดัดมัลแอลกอฮอล์ของท่านหรือไม่ ?	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีผลกระทบต่อยอดขาย	188	53.71
มีผลทำให้ยอดขายลดลงปานกลาง	103	29.43
มีผลทำให้ยอดขายลดลงอย่างมาก	59	16.86
รวม	350	100
9. ทราบหรือไม่ว่า “กฎหมายห้ามขายให้แก่บุคคลอายุต่ำกว่า 20 ปี บริบูรณ์ (เด็ก เยาวชน) และห้ามขายกับบุคคลที่มีอาการเมินเมาจนครองสติไม่ได้ (คนเมา)”	จำนวน	ร้อยละ
ทราบ	325	92.86
ไม่ทราบ	25	7.14
รวม	350	100
10. ท่านเคยขายเครื่องดัดมัลแอลกอฮอล์ให้กับ เด็ก เยาวชน คนเมา บ้างหรือไม่	จำนวน	ร้อยละ
เคย	135	38.57
ไม่เคย	215	61.43
รวม	350	100

ตารางที่ 2.1.5 (ต่อ)		
11. ท่านเห็นด้วยหรือไม่ กับมาตรการห้ามส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดย การลดราคา การแจกแถม ให้รางวัล ชิงโชค	จำนวน	ร้อยละ
เห็นด้วย	200	57.14
ไม่เห็นด้วย	150	42.86
รวม	350	100
12. ท่านเห็นด้วยหรือไม่ กับพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 ที่ห้ามโฆษณาหรือแสดงชื่อ / เครื่องหมาย ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	จำนวน	ร้อยละ
เห็นด้วย	175	50.00
ไม่เห็นด้วย	161	46.00
ไม่ตอบ	14	4.00
รวม	350	100

เหตุผลที่เห็นด้วย

ในส่วนที่เกี่ยวกับเด็กและเยาวชน ได้แก่ เหตุผลที่เกี่ยวกับเด็กและเยาวชนเพื่อเป็นการป้องกันมิให้เด็กเยาวชนดื่มเพิ่มมากขึ้น เพื่อลดการอยากรู้อยากลองดื่มหากเห็นหรือรับรู้สื่อมากเกินไป ไม่ต้องการให้เยาวชนเห็นสื่อโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เต็มบ้านเต็มเมือง ลดช่องทางจำหน่ายหรือการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเด็กเยาวชนได้ ช่วยส่งเสริมให้เยาวชน ใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์มากกว่าที่จะดื่มสุราหรือของมีเมา

ในส่วนที่เกี่ยวกับปัญหาด้านอื่นๆ ได้แก่ ช่วยลดอุบัติเหตุ ทำให้ปัญหาสังคมลดลง ลดอาชญากรรมได้บ้าง ช่วยลดปัญหาการทะเลาะวิวาท ช่วยลดปริมาณผู้ดื่มลง เพราะการโฆษณาเป็นการชักจูงให้ผู้คนสนใจหรือมาบริโภคตามสื่อโฆษณา แม้ให้โฆษณาได้ แต่ต้องระบุถึงพิษภัยที่อาจเกิดจากการดื่มสุรา

เหตุผลที่ไม่เห็นด้วย

ส่วนใหญ่ตอบว่า การห้ามดังกล่าว ไม่มีผลต่อยอดขาย ไม่มีผลต่อจำนวนผู้ดื่มหรือเห็นว่าไม่ทำให้ปริมาณนักดื่มลดลง ถึงห้ามก็มีคนดื่มอยู่ดีแม้ไม่โฆษณาก็ตาม , เป็นเรื่องยุ่งยากสำหรับร้านค้า ทำให้ยอดขายตกเพราะคนซื้อลดลง โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวต่างชาติ อยู่ที่คนผลิตไม่น่าจะเกี่ยวกับร้านค้า มาลงโทษผู้ขายน่าจะไม่ต้อง , เป็นการแก้ที่ปลายเหตุ ควรไปแก้ไขที่ครอบครัวหรือจิตสำนึกบุคคลมากกว่า , เป็นสิทธิส่วนบุคคล

ตารางที่ 2.1.5 (ต่อ)

13. ในร้าน / สถานบริการของท่าน มีป้ายโฆษณา / ป้ายแสดงชื่อ / เครื่องหมายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือไม่ และท่านจัดทำขึ้นเอง หรือ มีผู้อื่นจัดทำให้ ?	จำนวน	ร้อยละ
มีโดยมีผู้อื่นจัดทำมา ให้ติด / แสดง	155	44.29
มีโดยจัดทำขึ้นเอง	41	11.71
ไม่มี	154	44.00
รวม	350	100

14. ถ้ามีป้ายโฆษณา / ป้ายแสดงชื่อ / เครื่องหมาย ในร้าน/สถานบริการ ของท่าน เป็นป้ายแบบใด (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)	จำนวน	ร้อยละ
ป้ายกล่องไฟ	116	33.14
ป้ายคัดเอาท์ / ไวเนว	77	22.00
ป้ายชื่อร้าน	124	35.43
ป้ายอื่นๆ....ระบุ... ที่ตั้งเสียบเมนู	2	0.57
รวม	350	100

15. ท่านมีความรู้ เรื่องข้อกำหนดที่กฎหมายอนุญาตเกี่ยวกับป้ายหรือ การโฆษณา / แสดงชื่อ / เครื่องหมายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หรือไม่	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ทราบ เพราะเป็นเรื่องของบริษัทจำหน่ายสุราจัดทำมาให้	92	26.29
พอทราบ จากการชี้แจงของบริษัทจำหน่ายสุรา	155	44.28
พอทราบ จากการชี้แจงของเจ้าหน้าที่ตำรวจ	102	29.15
อื่น...ทราบจากการ โฆษณา	1	0.28
รวม	350	100

16. ท่านทราบถึงวัตถุประสงค์ ของพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 ว่ามีข้อใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อลดปัญหาด้านอุบัติเหตุจากการดื่ม	284	81.14
เพื่อลดปัญหาด้านอาชญากรรม	257	73.43

ตารางที่ 2.1.5 (ต่อ)

เพื่อลดผู้ตีเครื่องตีแอลกอฮอล์ โดยเฉพาะนักดื่มหน้าใหม่-เช่น เด็ก และเยาวชน	187	53.43
เพื่อตรวจจับนักดื่ม นักเที่ยว ร้านค้า สถานบริการ	154	44.00
เพื่อลดปัญหาด้านสุขภาพ โรคร้ายที่เกิดจากเครื่องตีแอลกอฮอล์	121	34.57
เพื่อลดอิทธิพล การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ เครื่องตีแอลกอฮอล์	99	28.28
เพื่อจำกัดพื้นที่การเข้าถึงเครื่องตีแอลกอฮอล์ได้โดยง่าย	68	19.43

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับมาตรการต่างๆในพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องตีแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า กลุ่มตัวอย่าง (ร้านค้า สถานบริการ) รู้จัก /ทราบถึงชื่อ กฎหมายนี้ในระดับปานกลาง (รู้/ทราบมาบ้าง) คิดเป็นร้อยละ 57.14 โดยรู้จากช่องทางสื่อโทรทัศน์ วิทยุมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 55.43 รองลงมาคือจากสื่อหนังสือ นิตยสาร ร้อยละ 48.00 และจากสื่อ สดกเกอร์/ป้ายรณรงค์ที่ติดไว้ตามสถานที่ต่างๆร้อยละ 36.28 ที่เหลือ ได้แก่ สื่ออินเทอร์เน็ต ทางเว็บไซต์ร้อยละ 34.57 และจากการอธิบายของบริษัทจำหน่ายสุราร้อยละ 29.14

สำหรับมาตรการตามกฎหมายนี้ที่ท่านทราบ / พบเห็น มากที่สุดคือ มาตรการห้ามขาย คิดเป็นร้อยละ 54.28 รองลงมาคือ มาตรการห้ามโฆษณาร้อยละ 32.86 มาตรการห้ามขาย ห้ามดื่มห้ามโฆษณามีผลต่อยอดขายหรือไม่ พบว่า ไม่มีผลต่อยอดขายคิดเป็นร้อยละ 53.71 และกลุ่มตัวอย่าง ทราบว่ามีกฎหมายห้ามขายแก่เด็ก เยาวชนและคนเมา ถึงร้อยละ 92.86 และไม่เคยขายให้แก่เด็ก เยาวชน คิดเป็นร้อยละ 61.43 ส่วนความคิดเห็นเกี่ยวกับมาตรการห้ามส่งเสริมการขายโดยการลด แลก แจกแถม ให้รางวัล ชิงโชค กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วย คิดเป็นร้อยละ 57.14 ไม่เห็นด้วยคิดเป็นร้อยละ 42.86 นอกจากนี้ยังมีความเห็นด้วย กับการที่กฎหมายห้ามโฆษณาหรือแสดงชื่อ เครื่องหมาย ของเครื่องตีแอลกอฮอล์คิดเป็นร้อยละ 50.00 ไม่เห็นด้วยกับการห้ามโฆษณาร้อยละ 46.00

คำถามเกี่ยวกับป้าย โฆษณาว่า ในร้านหรือสถานบริการมีป้ายโฆษณา/แสดงชื่อ เครื่องหมายหรือไม่ และใครจัดทำนั้น พบว่า ในร้านหรือสถานบริการมีป้ายดังกล่าวโดยมีผู้อื่น จัดทำมาให้คิด/แสดง คิดเป็นร้อยละ 44.29 ส่วนอีกร้อยละ 44.00 ตอบว่าไม่มีป้ายดังกล่าว และร้อยละ 11.71 ตอบว่า มีโดยจัดทำป้ายเหล่านั้นเอง สำหรับประเภทของป้าย พบว่าเป็นป้ายชื่อร้านคิด เป็นร้อยละ 35.43 เป็นป้ายกล่องไฟ ร้อยละ 33.14 และเป็นป้ายคัดเอาท์ /ไวเนลร้อยละ 22.00 ส่วน ความรู้เกี่ยวกับรายละเอียดเรื่องข้อกำหนดที่กฎหมายอนุญาตเกี่ยวกับป้ายหรือการ โฆษณา / แสดงชื่อ / เครื่องหมายของเครื่องตีแอลกอฮอล์นั้น กลุ่มตัวอย่างทราบจากการชี้แจงของบริษัท จำหน่ายสุรา คิดเป็นร้อยละ 44.28 และทราบจากการชี้แจงของตำรวจร้อยละ 29.15 ส่วนร้อยละ

26.29 ไม่ทราบถึงรายละเอียดข้อกำหนดอนุญาตเกี่ยวกับป้ายโฆษณา ด้านคำถามเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ของกฎหมายนี้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างเห็นว่า กฎหมายนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อลดปัญหาด้านอุบัติเหตุ มากที่สุดร้อยละ 81.14 รองลงมาคือ ลดปัญหาด้านอาชญากรรมร้อยละ 73.43 ส่วนเหตุผลเพื่อลดผู้ดื่ม โดยเฉพาะนักดื่มหน้าใหม่ เช่น เด็กและเยาวชน ร้อยละ 53.43 นอกจากนั้นเห็นว่าเพื่อตรวจจับนักดื่ม นักเที่ยว ร้านค้า สถานบริการร้อยละ 44.00 ส่วนเหตุผลว่าเพื่อลดอิทธิพลการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ร้อยละ 28.28 และเพื่อจำกัดพื้นที่การเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้โดยง่ายร้อยละ 19.43

ส่วนที่ 3 : การบังคับใช้ พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม (ร้านค้า สถานบริการ) เกี่ยวกับการบังคับใช้ พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 มีรายละเอียด แสดง ดังนี้

ตารางที่ 2.1.6 ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการบังคับใช้พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551

17. การบังคับใช้กฎหมายนี้ ในอำเภอเมืองเชียงใหม่	จำนวน	ร้อยละ
มีการบังคับใช้เป็นประจำ สม่ำเสมอ	71	20.28
มีการบังคับใช้เป็นบางครั้ง จะเน้นเฉพาะช่วงเทศกาลวันหยุดสำคัญ ๆ	150	42.86
ไม่ค่อยบังคับใช้จริงจัง	80	22.86
ตอบไม่ได้ ไม่มีข้อมูล	49	14.00
รวม	350	100

18. เจ้าหน้าที่ ที่มีบทบาทสำคัญมากที่สุดใน การบังคับใช้กฎหมาย	จำนวน	ร้อยละ
ตำรวจ	284	81.14
อัยการ	5	1.43
ศาล	3	0.86
ผู้ว่าราชการจังหวัด	14	4.00
เจ้าหน้าที่สาธารณสุข	14	4.00
เจ้าหน้าที่สรรพสามิต	27	7.71
ไม่ตอบ	3	0.86
รวม	350	100

ตารางที่ 2.1.6 (ต่อ)

19. การบังคับใช้กฎหมายนี้ เจ้าหน้าที่ควรปฏิบัติอย่างไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	จำนวน	ร้อยละ
เน้นณรงค์ให้ความรู้ด้านกฎหมายแก่ประชาชน ร้านค้า สถานบริการ	217	62.00
เน้นตรวจพิกัดแล้วจับขี้นยานพาหนะ	206	58.86
เน้นด้านการห้ามขายในวันหยุดสำคัญ เช่น วันสำคัญทางศาสนา	189	54.00
เน้นมาตรการตรวจและจับกุมผู้กระทำผิดอย่างจริงจัง	147	42.00
เน้นห้ามการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	85	24.28
อื่นๆ ได้แก่....	5	1.43

20. ท่านเคยถูกตรวจ ตักเตือน ถูกจับกุม จากมาตรการตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 บ้างหรือไม่ ?	จำนวน	ร้อยละ
เคย	94	26.86
ไม่เคย	256	73.14
รวม	350	100

21. ความพึงพอใจการปฏิบัติหน้าที่ของเจ้าพนักงานในการบังคับใช้กฎหมายนี้ ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ เช่น การรณรงค์งดเหล้า การสั่งงดจำหน่ายสุรา การกำหนดเขตห้ามดื่มสุรา ตรวจจับ ร้านค้า สถานบริการ ที่ฝ่าฝืนกระทำผิดหรือไม่ เพียงใด	จำนวน	ร้อยละ
พึงพอใจ	174	49.71
ไม่พึงพอใจ	74	21.14
ไม่แน่ใจ	102	29.14
รวม	350	100

22. เหตุผลของกลุ่มตัวอย่างที่ระบุถึงความไม่พึงพอใจในการบังคับใช้กฎหมายของเจ้าหน้าที่ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	จำนวน	ร้อยละ
อาจมีการเรียก / รับผลประโยชน์ / สนิบสนน	133	38.00
ไม่มีความยุติธรรม ชอบเลือกปฏิบัติ	102	29.14

ตารางที่ 2.1.6 (ต่อ)

มักใช้อำนาจมากเกินไปเหตุ	101	28.86
ทำงานล่าช้า ไม่มีประสิทธิภาพ	100	28.57
ทำให้บรรยากาศในการดื่มเสียไป	86	24.57
พูดจาไม่ดีกับประชาชน	81	23.14
ไม่รักษากฎหมายให้เป็นกฎหมาย ไม่ค่อยสนใจติดตามคดี	38	10.86
อื่นๆ ได้แก่.....	4	1.14

23. ข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงการบังคับใช้กฎหมายของเจ้าหน้าที่	จำนวน	ร้อยละ
ให้มีความซื่อสัตย์สุจริตมากยิ่งขึ้น	242	69.14
ให้ความยุติธรรมแก่ประชาชน	231	66.00
ปรับปรุงการให้บริการแก่ประชาชน เช่น กริยา มารยาท	162	46.28
ควรสร้างความสัมพันธ์กับชุมชนอย่างสม่ำเสมอ	108	30.86
เพิ่มการตรวจตราในพื้นที่มากขึ้น	78	22.28
เร่งรัดการดำเนินคดีให้รวดเร็วและเป็นธรรม	65	18.57
อื่นๆ ได้แก่.....ใช้อำนาจของเจ้าหน้าที่มากเกินไป	4	1.14

24. ความเหมาะสมของโทษ ในความผิดฐานขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในสถานที่ห้ามขาย (จำคุกไม่เกิน 6 เดือน หรือปรับไม่เกิน 10,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ)	จำนวน	ร้อยละ
1. เหมาะสมดีแล้ว	311	88.86
2. ไม่เหมาะสม	39	11.14
รวม	350	100

25. ความเหมาะสมของโทษ ในความผิดฐานโฆษณาเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ (จำคุกไม่เกิน 1 ปีหรือปรับไม่เกินห้าแสนบาท หรือทั้งจำ ทั้งปรับ หากฝ่าฝืนยังต้องระวางโทษปรับอีก วันละไม่เกินห้าหมื่นบาท)	จำนวน	ร้อยละ
1. เหมาะสมดีแล้ว	222	63.43
2. ไม่เหมาะสม	128	36.57

ตารางที่ 2.1.6 (ต่อ)

รวม		350	100
26. ความเหมาะสมของพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 อยู่ในระดับ			
ดีมาก	(ระดับ 5)	42	12.00
ดี	(ระดับ 4)	156	44.57
พอใช้	(ระดับ 3)	120	34.29
ควรปรับปรุง	(ระดับ 2)	27	7.71
ล้มเหลว	(ระดับ 1)	5	1.43
รวม		350	100

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการบังคับใช้กฎหมายนี้ โดยกลุ่มร้านค้าและสถานบริการพบว่า มีการบังคับใช้เป็นบางครั้ง จะเน้นเฉพาะช่วงเทศกาลวันหยุดสำคัญๆ มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 42.86 ส่วนที่เห็นว่าไม่ค่อยบังคับใช้จริงจัง มีร้อยละ 22.86 การบังคับใช้กฎหมายเป็นประจำสม่ำเสมอมีร้อยละ 20.28 เจ้าหน้าที่ที่มีบทบาทสำคัญมากที่สุด คือ ตำรวจ คิดเป็นร้อยละ 72.97 ส่วนเจ้าหน้าที่สรรพสามิตและสาธารณสุขมีบทบาทใกล้เคียงกัน คือร้อยละ 8.66 และ 7.61 ตามลำดับ สำหรับวิธีการบังคับใช้กฎหมายนี้ ควรปฏิบัติโดยเน้นการรณรงค์ ให้ความรู้แก่ประชาชน ร้านค้าสถานบริการมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 62.00 ควรเน้นตรวจพวกเขาแล้วจับขียนพาหนะร้อยละ 58.86 เน้นการห้ามขายในวันหยุดสำคัญเช่น วันสำคัญทางศาสนาร้อยละ 54.00 เน้นมาตรการตรวจและจับกุมผู้กระทำผิดอย่างจริงจังร้อยละ 42.00 ส่วนการเน้นห้ามโฆษณาร้อยละ 24.28 ประเด็นการถูกตรวจ ดักเตือน จับกุม จากมาตรการในกฎหมายนี้โดยเจ้าหน้าที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างตอบว่า ไม่เคยถูกตรวจ ดักเตือนคิดเป็นร้อยละ 73.14 ส่วนที่เคยถูกตรวจคิดเป็นร้อยละ 26.86 ความพึงพอใจในการบังคับใช้กฎหมายของเจ้าหน้าที่นั้น พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจร้อยละ 49.71 พึงพอใจร้อยละ 21.14 โดยมีเหตุผลแสดงถึงความไม่พึงพอใจดังนี้คือ อาจมีการเรียก/รับผลประโยชน์ ร้อยละ 38.00 ไม่มีความยุติธรรม ชอบเลือกปฏิบัติ ร้อยละ 29.14 มักใช้อำนาจมากเกินไปเกินกว่าเหตุร้อยละ 28.86 ทำงานล่าช้าไม่มีประสิทธิภาพ ร้อยละ 28.57 ทำให้เสียบรรยากาศในการดื่มเสียไปร้อยละ 24.57 ไม่รักษากฎหมายให้เป็นกฎหมาย ไม่ค่อยสนใจติดตามคดีร้อยละ 10.86

สำหรับข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงการบังคับใช้กฎหมายของเจ้าหน้าที่ มีดังนี้ เสนอให้มีความซื่อสัตย์สุจริตมากยิ่งขึ้นคิดเป็นร้อยละ 69.14 ให้มีความยุติธรรมแก่ประชาชนร้อยละ 66.00 ปรับปรุงการทำงานให้บริการแก่ประชาชนเช่นกรียา มารยาท ร้อยละ 46.28 ควรสร้างความสัมพันธ์กับชุมชนอย่างสม่ำเสมอร้อยละ 30.86 เพิ่มการตรวจตราในพื้นที่มากขึ้นร้อยละ 22.28 เร่งรัดการดำเนินคดีให้รวดเร็วและเป็นธรรมร้อยละ 18.57

สำหรับความเหมาะสมของโทษในความผิดต่างๆของกฎหมายนี้ ได้แก่ ความผิดฐานขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่ห้ามขาย พบว่า กลุ่มตัวอย่างเห็นว่า เหมาะสมดีแล้วคิดเป็นร้อยละ 88.86 ส่วนในความผิดฐานโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เห็นว่า เหมาะสมดีแล้ว คิดเป็นร้อยละ 63.43

ความเหมาะสมของพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 อยู่ในระดับดี คิดเป็นร้อยละ 44.57 ระดับพอใช้ร้อยละ 34.29 ระดับดีมากร้อยละ 12.00 ควรปรับปรุงร้อยละ 7.71

3. ผลการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิเกี่ยวกับสภาพปัญหาการบังคับใช้พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

การสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิเกี่ยวกับสภาพปัญหาต่างๆของการบังคับใช้พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 และแนวทางแก้ไขปัญหาที่เหมาะสม ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยการสัมภาษณ์บุคคลอันประกอบไปด้วยรองผู้อำนวยการสำนักงานควบคุมและป้องกันโรคที่10 เลขานุการคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จังหวัดเชียงใหม่ รองผู้บังคับการตำรวจภูธรจังหวัดเชียงใหม่ สารวัตรป้องกันและปราบปรามสถานีตำรวจภูธรอำเภอเมืองเชียงใหม่ สารวัตรป้องกันและปราบปรามสถานีตำรวจภูธรแม่ปิง นักวิชาการสาธารณสุข (ชำนาญการ)สำนักงานควบคุมและป้องกันโรคเชียงใหม่ ประธานคณะกรรมการกร่างพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ นอกจากนี้ได้ใช้แบบสอบถามแบบมีโครงสร้างเพื่อเก็บข้อมูลจากผู้ทรงคุณวุฒิ ได้แก่ ผู้อำนวยการสำนักงานควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ สำนักงานอัยการจังหวัดเชียงใหม่ นายอำเภอเมืองเชียงใหม่ จ่าจังหวัดเชียงใหม่ ชมรมสถานบริการเชียงใหม่ ตามรายละเอียดดังนี้

3.1 การบังคับใช้พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551

สภาพทั่วไปของการบังคับใช้กฎหมายนี้ ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ นั้น ด้านบริบทของพื้นที่ พบว่า เขตอำเภอเมือง มีพื้นที่ 152.4 ตารางกิโลเมตร มีประชากร 369,460 คน (ปี 2553) ความหนาแน่นของประชากร 1,768.11 คน/ตารางกิโลเมตร มีอาณาเขตติดต่อกับอำเภอใกล้เคียง ดังนี้ ทิศเหนือ ติดต่อกับอำเภอแม่ริม ทิศตะวันออก ติดต่อกับอำเภอสันทรายและอำเภอสันกำแพง ทิศใต้ ติดต่อกับอำเภอสารภีและอำเภอหางดง ทิศตะวันตก ติดต่อกับอำเภอหางดง

ท้องที่อำเภอเมืองเชียงใหม่ ประกอบด้วย องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น 11 แห่ง ได้แก่

1. เทศบาลนครเชียงใหม่ ครอบคลุมพื้นที่ตำบลศรีภูมิ พระสิงห์ หายยา ช้างม่วย ช้างคลาน วัดเกต และป่าตันทั้งตำบล และยังครอบคลุมพื้นที่บางส่วนของตำบลช้างเผือก สุเทพ ป่าแดด หนองหอย ท่าศาลา หนองป่าครั่ง และฟ้าฮ่าม
2. เทศบาลตำบลช้างเผือก ครอบคลุมพื้นที่บางส่วนของตำบลช้างเผือก (เฉพาะนอกเขตเทศบาลนครเชียงใหม่และองค์การบริหารส่วนตำบลช้างเผือก)
3. เทศบาลตำบลหนองป่าครั่ง ครอบคลุมพื้นที่ตำบลหนองป่าครั่ง (เฉพาะนอกเขตเทศบาลนครเชียงใหม่)
4. เทศบาลตำบลแม่เหียะ ครอบคลุมพื้นที่ตำบลแม่เหียะทั้งตำบล
5. เทศบาลตำบลท่าศาลา ครอบคลุมพื้นที่ตำบลท่าศาลาทั้งตำบล

6. เทศบาลตำบลสุเทพ ครอบคลุมพื้นที่ตำบลสุเทพ
7. เทศบาลตำบลป่าแดด ครอบคลุมพื้นที่ตำบลป่าแดด
8. เทศบาลตำบลหนองหอย ครอบคลุมพื้นที่ตำบลหนองหอย
9. เทศบาลตำบลฟ้าฮ่าม ครอบคลุมพื้นที่ตำบลฟ้าฮ่าม
10. องค์การบริหารส่วนตำบลช้างเผือก ครอบคลุมพื้นที่ตำบลช้างเผือก
11. องค์การบริหารส่วนตำบลสันผีเสื้อ ครอบคลุมพื้นที่ตำบลสันผีเสื้อทั้งตำบล

ทั้งนี้ผู้ว่าราชการจังหวัดเชียงใหม่ (หม่อมหลวงปนัดดา ดิศกุล) ในฐานะประธานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จังหวัด ได้มีนโยบายการบริหารราชการของผู้ว่าราชการจังหวัด 4 ด้าน ที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ คือ⁵

ข้อ 2 การจัดระเบียบสังคม

2.1 เข้มงวดกวัดขันการประกอบกิจการของสถานบริการและสถานประกอบการ คล้ายสถานบริการ

- 1) ไม่ส่งเสียงดังจนสร้างความเดือดร้อนรำคาญแก่ประชาชนที่อาศัยอยู่ใกล้เคียง
- 2) ห้ามมิให้เด็กและเยาวชนอายุต่ำกว่า 20 ปี เข้าไปใช้บริการโดยเด็ดขาด
- 3) ห้ามมิให้มีการกระทำผิดเกี่ยวกับยาเสพติด
- 4) ห้ามมิให้มีการแสดงลามกอนาจาร
- 5) เข้มงวดกวัดขันเวลาเปิด - ปิด ตามที่กฎหมายกำหนด
- 6) ห้ามมิให้มีการพกด้าวหรือเข้าไปในสถานบริการและสถานประกอบการ

2.2 ควบคุมการดำเนินกิจการของหอพัก อพาร์ทเมนท์ ร้านเกม/อินเทอร์เน็ต ให้ปฏิบัติตามกฎหมาย

ข้อ 3 การควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบ เพื่อลดผลกระทบทั้งในด้านสุขภาพ เศรษฐกิจ และสังคม

3.1 ตาม พ.ร.บ. คุ้มครองสุขภาพของผู้ไม่สูบบุหรี่ พ.ศ. 2535 (ประกาศกระทรวงสาธารณสุข ฉบับที่ 19 ซึ่งมีผลบังคับใช้เมื่อวันที่ 28 มิ.ย. 53) เพื่อให้สถานที่สาธารณะเป็นเขตปลอดบุหรี่ ห้ามโฆษณาผลิตภัณฑ์ยาสูบหรือแสดงชื่อ/เครื่องหมายในสิ่งพิมพ์

⁵ นโยบายและข้อสั่งการผู้ว่าราชการจังหวัดเชียงใหม่ วันที่ 29 พฤศจิกายน 2553 และวันที่ 29 ธันวาคม 2553 และเมื่อ 28 มกราคม 2554 ณ ห้องประชุมเนกประสงค์ อาคารเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา

วิทยุ โทรทัศน์ สิ่งอื่นใดหรือใช้ชื่อ/เครื่องหมายในการแสดง การแข่งขัน การให้บริการ ซึ่งทำให้เข้าใจว่าเป็นชื่อ/เครื่องหมายของผลิตภัณฑ์ยาสูบ

3.2 ตาม พ.ร.บ. ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551

1) ให้สถานที่ราชการ สวนสาธารณะในกำกับดูแลของทางราชการเป็นเขตปลอดการขายและการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

2) ให้พนักงานเจ้าหน้าที่เร่งประชาสัมพันธ์ให้ร้านค้าทราบถึง พ.ร.บ.ฯ และเฝ้าระวังให้ปฏิบัติตามกฎหมายอย่างเคร่งครัด โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ตามมาตรา 32 การดำเนินการกับป้ายโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ผิดกฎหมาย

ต่อมาเมื่อวันที่ 29 ธันวาคม 2553 ได้มีนโยบายและการสั่งการของผู้ว่าราชการจังหวัดเชียงใหม่ ข้อ 3 การป้องกันและลดอุบัติเหตุทางถนนในช่วงเทศกาลปีใหม่ 2554 ดังนี้

ในช่วงเทศกาลปีใหม่ 2554 (7 วันอันตราย ระหว่างวันที่ 29 ธ.ค. 2553 - 4 ม.ค. 2554) จังหวัดเชียงใหม่/ศูนย์อำนวยการความปลอดภัยทางถนน จ.เชียงใหม่ เตรียมการป้องกันและลดอุบัติเหตุทางถนนในช่วงดังกล่าวตลอด 24 ชม. ดังนี้

3.1 จัดตั้งศูนย์ปฏิบัติการร่วมป้องกันและลดอุบัติเหตุทางถนนช่วงเทศกาลปีใหม่ ณ สำนักงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยจังหวัด และให้ทุกอำเภอจัดตั้งศูนย์ฯ ในระดับอำเภอ ปฏิบัติการระหว่างห้วง 7 วันอันตราย

3.2 การบังคับใช้กฎหมาย

1) ตั้งจุดตรวจบูรณาการ 50 จุด จุดตรวจวัดความเร็ว 9 จุด กวดขันการปฏิบัติตามกฎจราจร การปฏิบัติตามมาตรการ 3 ม. (เมาไม่ขับ,สวมหมวกนิรภัย, มอเตอร์ไซค์มีอุปกรณ์ครบได้มาตรฐาน), 2 ข. (มีใบอนุญาตขับขี่ถูกต้อง,คาดเข็มขัดนิรภัย), 1 ร. (ควบคุมความเร็วให้อยู่ในระดับที่ปลอดภัย) และมาตรการเสริม 4 ประการ (ไม่ใช้โทรศัพท์ขณะขับขี่, ไม่ขับรถย้อนศร, ไม่แข่งรถในที่ลับขั้ว, ไม่ฝ่าฝืนสัญญาณไฟจราจร)

2) ตั้งจุดบริการในหมู่บ้าน ตำบล โดยอำเภอร่วมกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น 549 จุด

3) จัดกำลังเจ้าหน้าที่ตำรวจจราจร 150 นาย กวดขันวินัยจราจรเข้าเมืองรวม 7 จุด เช่น ถนนสายแม่ใจ ฯลฯ

4) ขนส่งจังหวัดเชียงใหม่ เน้นมาตรการควบคุมรถโดยสารสาธารณะ ต้องมีระดับแอลกอฮอล์เป็น “ศูนย์”

5) ประกาศห้ามรถบัสโดยสาร 2 ชั้นขึ้นคอยสุเทพ คอยอินทนนท์ และคอยอ่างขาง โดยสำนักงานขนส่งจังหวัดได้จัดรถรับจ้างไว้บริการ

ที่ผ่านมาในระดับปฏิบัติ จังหวัดเชียงใหม่ โดยผู้ว่าราชการจังหวัดได้ดำเนินการตามกฎหมายนี้ ในสองระดับ คือ ระดับนโยบาย และระดับปฏิบัติ

3.1.1 มาตรการในระดับนโยบาย

มาตรการนี้ ได้แก่ การจัดตั้งคณะกรรมการควบคุมเครื่องคัมแอลกอฮอล์จังหวัด และการประชุมคณะกรรมการระดับจังหวัด มีผู้ว่าราชการจังหวัดในฐานะประธานคณะกรรมการระดับจังหวัด เป็นผู้กำกับดูแลและกำหนดมาตรการต่างๆ ที่เหมาะสมต่อการควบคุมเครื่องคัมแอลกอฮอล์ในจังหวัดเชียงใหม่ ทั้งนี้ผู้ว่าราชการจังหวัดฯ ได้แต่งตั้งอนุกรรมการภาคประชาชนเป็นคณะทำงาน ด้านการมีส่วนร่วมของประชาชนเป็นกลไกส่วนเสริมช่วยผลักดันการทำงานของสาธารณสุขจังหวัด (สสจ.) อีกด้วย

ในส่วนมาตรการที่ดำเนินการในระดับจังหวัด พบว่า มีภารกิจ 3 ประการ คือ

1. การบำบัดรักษา : โดยมีโรงพยาบาลสวนปรุง และเครือข่ายโรงพยาบาลชุมชน ดูแลรักษาผู้ป่วยที่มีอาการติดเครื่องคัมแอลกอฮอล์
2. การรณรงค์ป้องกัน : โดยมีสำนักงานป้องกันควบคุมโรคที่10 เชียงใหม่ (สคร.10) เป็นหน่วยงานหลักในการผลักดันและพัฒนาระบบกลไกในการดำเนินการบังคับใช้กฎหมาย
3. การเฝ้าระวังและบังคับใช้กฎหมาย : โดยมีสำนักงานสาธารณสุขจังหวัด (สสจ.) และเจ้าหน้าที่ตำรวจและองค์กรเครือข่ายงดเหล้าร่วมกันตรวจเตือนและจับกุมในพื้นที่

3.1.2 มาตรการในระดับปฏิบัติ

มาตรการในระดับปฏิบัติ หมายถึง การนำนโยบายและผลักดันการบังคับใช้กฎหมายโดยเจ้าหน้าที่ของรัฐ ซึ่งเป็นเจ้าพนักงานตามกฎหมายนี้⁶ ได้แก่ การกำหนดมาตรการต่างๆ ในการควบคุมเครื่องคัมแอลกอฮอล์ของจังหวัด โดยมีการประชุมร่วมกันระหว่างเจ้าหน้าที่ภาครัฐ ภาคเอกชน และประชาชน รวมทั้งหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง นำโดยคณะกรรมการควบคุมเครื่องคัมแอลกอฮอล์ จังหวัดเชียงใหม่ และคณะกรรมการความปลอดภัยทางถนนจังหวัดเชียงใหม่ ตลอดจนตัวแทนจากเทศบาลนครเชียงใหม่ ตำรวจ สรรพสามิต สำนักวัฒนธรรม สำนักงานคุมประพฤติจังหวัดเชียงใหม่ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริม สุขภาพ (สสส.) สำนักงานองค์กรงดเหล้า (สคล.) สื่อมวลชน เครือข่ายคนตรีสร้างสุข เครือข่ายเยาวชนเฝ้าระวังภัยแอลกอฮอล์

⁶ ดู ประกาศสำนักนายกรัฐมนตรีเรื่องแต่งตั้งพนักงานเจ้าหน้าที่ เพื่อปฏิบัติการตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องคัมแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ,ลงวันที่ 14 พฤศจิกายน 2551

7 สถาบัน และสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่ ในนาม “เครือข่ายความร่วมมือแก้ไขปัญหา แอลกอฮอล์ บุหรี่ และอุบัติเหตุ จังหวัดเชียงใหม่”

ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์พบว่า ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยเฉพาะเขตอำเภอเมืองนั้น เมื่อพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ได้ประกาศและมีผลบังคับใช้เมื่อวันที่ 14 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2551 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้มีการบังคับใช้กฎหมายเป็นลำดับดังต่อไปนี้

“รณรงค์ - ตรวจเตือนเฝ้าระวัง - การตรวจตราและจับกุม-การดำเนินคดี”

1) การรณรงค์

การรณรงค์เป็นมาตรการเริ่มต้น ภายหลังจากกฎหมายได้เริ่มใช้บังคับใหม่ๆ ทั้งนี้หากย้อนไปก่อนที่กฎหมายจะใช้บังคับ ก็มีมาตรการรณรงค์ในเรื่องเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มาอยู่เป็นระยะๆ โดยกฎหมายอื่น อาทิ เช่น พระราชบัญญัติจราจรทางบก พระราชบัญญัติสถานบริการ ประกาศคณะปฏิวัติฉบับ 253 เป็นต้น แต่การรณรงค์ตามกฎหมายดังกล่าว ก็ไม่สามารถแก้ไขหรือลดปัญหาจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้อย่างเป็นรูปธรรม กล่าวคือ การรณรงค์ลดละการบริโภค หรือการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามกฎหมายที่มีอยู่เหล่านั้น ไม่มีผลต่อการลดปัญหาโดยเฉพาะปัญหาอุบัติเหตุจากการจราจรได้ โดยกรณีดังกล่าวเห็นว่าเป็นเพียงส่วนหนึ่งของความพยายามแก้ไขภายหลังการดื่ม เช่น การรณรงค์ไม่ดื่มเมื่อขับรถหรือดื่มไม่ขับนั้น หากยังมีการขายหรือสามารถซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ การรณรงค์ตามกฎหมายที่มีอยู่เดิม ก็มักไม่ได้ผล

เมื่อพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ บังคับใช้และมีมาตรการทางกฎหมายในการกำหนดมาตรการห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงวันเวลาตามที่กฎหมายกำหนด เท่ากับเป็นการป้องปรามก่อนเกิดปัญหา จึงเห็นได้ว่า มาตรการรณรงค์เพื่อลดปัญหาจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยเฉพาะในช่วงเทศกาลสำคัญๆ นั้น จำนวนอุบัติเหตุมีแนวโน้มลดลง ซึ่งหมายความว่า การที่กฎหมายได้มีมาตรการดังกล่าวย่อมส่งผลเป็นการลดปัญหาที่ต้นเหตุ ไม่ใช่การคอยรับปัญหาที่ปลายเหตุดังเดิมที่ปล่อยให้ขายให้ดื่มได้ แล้วมาควบคุมขั้นตอนการลดอุบัติเหตุซึ่งมักจะไม่ได้ผล ในส่วนของการรณรงค์ภายหลังกฎหมายนี้บังคับใช้ระยะแรกหน่วยงานและเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะในเชียงใหม่ จะมีการรณรงค์ในแง่การประชาสัมพันธ์ให้ความรู้เกี่ยวกับข้อกฎหมายตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ แก่ร้านค้าและสถานประกอบการต่างๆ โดยเริ่มตั้งแต่ก่อนกฎหมายจะบังคับใช้ โดยมีการประชาสัมพันธ์รับฟังความคิดเห็นจากผู้มีส่วนได้เสีย และภายหลังจากกฎหมายมีผลบังคับใช้แล้ว จึงมีการประชาสัมพันธ์ทำความเข้าใจหรือการสื่อสาร ไปยังกลุ่มร้านค้าและผู้ประกอบการสถานบริการที่มีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จำหน่ายอยู่ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่และอำเภอรอบนอก เพื่อให้เข้าใจกับเนื้อหากฎหมายที่เกี่ยวกับการ

จำหน่าย และการโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่กฎหมายห้าม นอกจากนี้ยังมีการจัดสัมมนาตลอดจนอบรมให้ความรู้แก่ผู้เกี่ยวข้องไม่ว่าจะเป็นร้านค้า ผู้ประกอบการสถานบริการ ในระยะแรกภายหลังกฎหมายเริ่มบังคับใช้แล้ว นอกจากนี้ในแง่ของเจ้าหน้าที่ตามกฎหมายนี้ได้มีการจัดอบรมให้ความรู้ด้านกฎหมายนี้โดยสำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องสำอางค์และเครื่องสำอางค์ ได้แก่ การฝึกอบรมหลักสูตรพัฒนาศักยภาพพนักงานเจ้าหน้าที่ตำรวจ 9 ภาคและกรุงเทพมหานครในการเฝ้าระวังและการบังคับใช้ตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องสำอางค์ พ.ศ.2551 รุ่นที่ 1-10 ระหว่างวันที่ 28 เมษายน 2554 – 21 กรกฎาคม 2554

ดังนั้นการรณรงค์ประชาสัมพันธ์จึงเป็นมาตรการเริ่มต้น เพื่อสร้างกระแสการรับรู้ร่วมกันในกลุ่มร้านค้า สถานบริการและประชาชนโดยทั่วไปในพื้นที่ให้ตระหนักรู้และเข้าใจร่วมกัน ถึงสภาพการณ์ทางข้อกฎหมายต่างๆ

2) การตรวจเตือน

การตรวจเตือนนับเป็นมาตรการอีกขั้นหนึ่งของเจ้าหน้าที่ ในขั้นก่อนบังคับใช้กฎหมายอย่างจริงจัง กล่าวคือ ในการบังคับใช้กฎหมายฉบับนี้ เจ้าพนักงานตามกฎหมายนี้ซึ่งประกอบไปด้วยหลายฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ เจ้าหน้าที่สาธารณสุขจังหวัด ปลัดจังหวัด นายอำเภอ เจ้าหน้าที่สรรพสามิต เจ้าหน้าที่ตำรวจ เป็นต้น ได้ร่วมกันลงพื้นที่ในอำเภอเมือง เพื่อตรวจเตือนร้านค้าและสถานบริการที่มีเครื่องสำอางค์ โดยภายหลังจากการรณรงค์ประชาสัมพันธ์ให้ทราบข้อกฎหมายต่างๆดังกล่าวในข้อก่อนหน้าแล้ว ในระยะต่อมาก่อนจะมีช่วงเทศกาลงานสำคัญหรือวันหยุดสำคัญต่างๆ เจ้าหน้าที่ที่มีการเข้าตรวจเยี่ยมร้านค้าและสถานบริการเพื่อตรวจสอบถึงการปฏิบัติตามข้อกฎหมายที่ได้ประชาสัมพันธ์ไปแล้ว โดยมีแบบบันทึกการตรวจสถานที่ตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องสำอางค์ 2551 (บง.๒) ของสำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องสำอางค์

นอกจากนี้ในด้านการตรวจเตือน การกระทำความผิดตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องสำอางค์ ได้มีการจัดตั้งช่องทางในการร้องเรียนเสนอปัญหาต่างๆ ได้ที่

-สำนักงานควบคุมและป้องกันโรคที่ 10 เชียงใหม่ โทร 053140774-6 ต่อ 130 โทรสาร

053140773 ทาง e-mail rongriandpc10@gmail.com

ทางจดหมาย ศูนย์รับเรื่องร้องเรียน สำนักงานป้องกันควบคุมโรคที่ 10

447 ถนนถ้ำพูน ตำบลวัดเกต อำเภอเมือง

จังหวัดเชียงใหม่ 50000

-สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่

-สำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โทร. 0- 2590-3342

-ศูนย์รับเรื่องร้องเรียน สำนักงานตำรวจแห่งชาติ โทร. 1194

-ศูนย์รับเรื่องร้องเรียนบุหรี่และสุรา กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข

(<http://complain.thaiantialcohol.com/>) โทร 0-2590-3342 โทรสาร 0-2590-3016

นอกจากนี้เจ้าหน้าที่ตำรวจได้ดำเนินการตามนโยบายจัดระเบียบสังคมตามที่ผู้ว่าราชการจังหวัดเชียงใหม่ได้ให้ไว้ โดยรองผู้บังคับการตำรวจภูธรจังหวัดเชียงใหม่ให้ข้อมูลว่า ตำรวจจะร่วมกันลงพื้นที่เพื่อตรวจตราสถานบริการร้านค้าต่างๆ ในเขตเมืองเชียงใหม่ ทุกคืนวันศุกร์ ทั้งนี้ได้มีการร่วมกับหน่วยงานอื่นอีกด้วยได้แก่ สาธารณสุข และเจ้าหน้าที่ฝ่ายปกครอง เพื่อบังคับใช้กฎหมายร่วมกันหลายฉบับได้แก่ กฎหมายสถานบริการ กฎหมายสุรา กฎหมายจราจร เพื่อป้องกันและป้องปรามปัญหาที่เกี่ยวข้องเนื่องจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ แบบบูรณาการ อาจเรียกสั้นๆว่า “เด็ก ยา เวลา โป้” ซึ่งจะเน้นการเปิดปิดสถานบริการ การตรวจบัตรประชาชนมิให้เด็กเยาวชนเข้าไปใช้บริการ การตรวจระดับแอลกอฮอล์ การมั่วสุมเสพยาเสพติด ตลอดจนการแสดงลามกอนาจาร นอกจากนี้ในระดับปฏิบัติการสายตรวจของตำรวจ พบว่า สามารถลดปัญหาทะเลาะวิวาทหรือการมั่วสุมได้ในระดับหนึ่ง เนื่องจากเมื่อกำหนดสถานที่สวนสาธารณะให้เป็นที่ห้ามดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ประชาชนทราบก็เท่ากับลดพื้นที่ในการดื่มลง การตรวจตราพื้นที่จึงทำให้เจ้าหน้าที่ทำงานได้สะดวกมากขึ้น และเห็นว่าลดปัญหาการก่ออาชญากรรมที่เกิดจากการดื่มได้พอสมควร

3) การตรวจตราและจับกุม

เป็นมาตรการบังคับตามกฎหมายอย่างเป็นทางการ (Law Enforcement) ภายหลังจากเจ้าพนักงานตามกฎหมายได้ดำเนินการตรวจและตรวจเตือนแล้ว ขั้นตอนสำคัญต่อไป คือ การเริ่มบังคับใช้กฎหมายหรือการดำเนินการตรวจตราและจับกุมผู้กระทำการฝ่าฝืนต่อกฎหมายนี้ ทั้งนี้พบว่า การบังคับใช้กฎหมายฉบับนี้มีลักษณะน่าสนใจประการหนึ่งว่า มีการดำเนินงานบังคับใช้กฎหมายแบบร่วมกันของเจ้าพนักงานตามกฎหมายนี้หลายฝ่าย (Integration) โดยผ่านกลไกระดับจังหวัด เมื่อมีการประชุมคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จังหวัดแล้ว ในห้วงระยะเวลา ก่อนมีวันหยุดสำคัญหรือช่วงเทศกาลต่างๆ อาทิ วันหยุดสำคัญทางศาสนา วันหยุดสิ้นปีและขึ้นปีใหม่ หรือช่วงเทศกาลสงกรานต์ เจ้าหน้าที่ซึ่งประกอบไปด้วย ตำรวจ เจ้าหน้าที่สรรพสามิต เจ้าหน้าที่สาธารณสุขจังหวัด นายอำเภอ เจ้าหน้าที่เทศบาล นิติกรสำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ตลอดจนองค์กรเอกชนได้แก่ เครือข่ายเยาวชนเฝ้าระวังภัยแอลกอฮอล์ 7 สถาบัน เครือข่ายงดเหล้า ร่วมกันเป็นคณะทำงานเพื่อเข้าตรวจตราและดำเนินคดี

กับผู้ฝ่าฝืนกฎหมายนี้ โดยมีการบันทึกการตรวจสอบตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ 2551 (บง.๓) และดำเนินคดีโดยเจ้าหน้าที่ตำรวจต่อไป

สำหรับข้อมูล จากแบบสอบถามกลุ่มประชาชน พบว่า มีการบังคับใช้กฎหมายโดยการตรวจจับร้านค้าและสถานบริการอยู่ในระดับ “ใช้เป็นบางครั้ง จะเน้นเฉพาะช่วงเทศกาลและวันหยุดสำคัญๆ” มากที่สุด (ร้อยละ 49.61) สอดคล้องกับแบบสอบถามกลุ่มร้านค้าและสถานบริการ ที่ตอบในระดับเดียวกัน (ร้อยละ 42.86)

4) การดำเนินคดี

การดำเนินคดีในความผิดตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ในอำเภอเมือง เชียงใหม่ ตั้งแต่มีการใช้บังคับกฎหมายนี้พบว่า ข้อมูลคดีความผิดตามกฎหมายนี้ยังไม่มีการรวบรวมอย่างเป็นระบบ กล่าวคือ ในด้านพนักงานสอบสวน (ตำรวจ) ในพื้นที่อำเภอเมืองประกอบไปด้วย สถานีตำรวจภูธรเมือง สถานีตำรวจภูธรแม่ปิง สถานีตำรวจภูธรช้างเผือก สถานีตำรวจภูธรภูพิงค์นั้น โดยปกติจะเน้นมาตรการด้านการตรวจเตือนพื้นที่รับผิดชอบ การจับกุมและดำเนินคดีนั้น มักจะเกิดขึ้นในช่วงเทศกาลสำคัญๆ ของเมืองเชียงใหม่ ได้แก่ เทศกาลลอยกระทง เทศกาลปีใหม่ และเทศกาลสงกรานต์ ทั้งนี้มีตัวเลขการดำเนินคดี⁷ ในปี พ.ศ. 2553 จาก

-สถานีตำรวจภูธรเมืองเชียงใหม่ เฉพาะช่วงเทศกาลสงกรานต์ (บริเวณรอบคูเมือง) มีดังนี้
วันที่ 12 เมษายน 2553 ดำเนินคดีกับผู้ดื่มแอลกอฮอล์ จำนวน 7 ราย

วันที่ 13 เมษายน 2553 ดำเนินคดีกับผู้ดื่มแอลกอฮอล์ จำนวน 13 ราย

วันที่ 14 เมษายน 2553 ดำเนินคดีกับผู้ดื่มแอลกอฮอล์ จำนวน 18 ราย ,ผู้ขายจำนวน 2 ราย

-สถานีตำรวจภูธรพิงค์ มีดังนี้

วันที่ 14 เมษายน 2553 ดำเนินคดีกับผู้ขาย จำนวน 18 ราย

ส่วนในปี พ.ศ. 2554 เฉพาะช่วงเทศกาลสงกรานต์ (บริเวณรอบคูเมือง) สถานีตำรวจภูธรเมืองเชียงใหม่ วันที่ 11-12 เมษายน 2554 ดำเนินคดีกับผู้ขาย 1 ราย ในลักษณะการขายให้เยาวชนที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริเวณคูเมืองเชียงใหม่

วันที่ 13 เมษายน 2554 ดำเนินคดีกับร้านค้า 2 ราย ในลักษณะละเมิดการห้ามขาย

สถานีตำรวจภูธรพิงค์ จับกุมแผงเบียร์ที่ขายนอกเวลาจำนวน 2 ร้าน

สถานีตำรวจภูธรช้างเผือก จับกุมแผงเหล้าขายนอกเวลา 2 ร้าน

⁷ เครือข่ายงดเหล้า <http://songkran.stopdrink.com/upper-north/2011/04/13/124/> , เข้าถึงเมื่อ 20

จากการสัมภาษณ์ สारวัตรป้องกันและปราบปรามสถานีตำรวจภูธรเมืองเชียงใหม่ ได้ให้ข้อมูลการดำเนินคดีกับผู้ขี่มอเตอร์ไซด์แอลกอฮอล์ในพื้นที่คูเมือง ซึ่งมีประกาศจังหวัดเชียงใหม่ กำหนดเป็นสวนสาธารณะว่า จับกุมผู้กระทำความผิดในช่วงวันที่ 13-15 เมษายน 2554 ได้ 82 ราย

การสัมภาษณ์ สारวัตรป้องกันและปราบปรามสถานีตำรวจแม่ปิง พบว่าในทางปฏิบัติ เจ้าหน้าที่ตำรวจมักใช้กฎหมายอื่น ๆ ร่วมอยู่ด้วยเสมอ ได้แก่ พระราชบัญญัติสุรา พระราชบัญญัติสถานบริการ พระราชบัญญัติคุ้มครองเด็ก พระราชบัญญัติจราจรทางบก และประกาศคณะปฏิวัติ ฉบับ 253 ส่วนพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 นั้นเห็นว่าช่วยลดช่องว่างทางกฎหมายในการดำเนินการบังคับใช้กฎหมายที่มีอยู่เดิมได้เป็นอย่างดี โดยเฉพาะมาตรการห้ามขายบุคคลอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ โดยให้ความเห็นว่า

“ตามกฎหมายสถานบริการกำหนดอายุบุคคลที่เข้าไปใช้บริการว่าต้องมีอายุ 20 ปีบริบูรณ์ หากต่ำกว่านี้จะเข้าไปใช้บริการไม่ได้ ดังนั้นในร้านค้าบางแห่ง ซึ่งมีได้จดทะเบียนเป็นสถานบริการ หากบุคคลอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ เข้าไปก็ไม่ผิดกฎหมายเพราะไม่ใช่สถานบริการ เมื่อพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ใช้บังคับมีมาตรการห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ จึงถือว่าครอบคลุมทุกร้านค้าไม่ว่าจะเป็นร้านของชำ ร้านสะดวกซื้อ และร้านอาหารที่มีสุราร้านจำหน่ายและมีได้จดทะเบียนเป็นสถานบริการ กล่าวคือมาตรการห้ามขายเครื่องดื่มแก่บุคคลอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ มีความชัดเจนกว่ากฎหมายสถานบริการ”

นอกจากนี้ ข้อมูลจากการสำรวจของของกลุ่มเครือข่ายเยาวชนเฝ้าระวังภัยแอลกอฮอล์ 7 สถาบัน ในช่วงเทศกาลสงกรานต์ ปี 2554 พบว่า บริเวณคูเมืองด้านนอกและถนนห้วยแก้วซึ่งอยู่นอกเขตประกาศพื้นที่ปลอดแอลกอฮอล์ มีแผงลอยที่ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อยู่ 9 ร้าน และ 35 ร้านแผงลอยตามลำดับ ส่วนกลุ่มคนที่ตั้งวงดื่มเหล้า รอบคูเมืองเชียงใหม่ และถนนห้วยแก้วมีจำนวน 64 กลุ่ม ในส่วนการดำเนินคดีกับสถานบริการ พบว่า ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ มีการจับกุมสถานบริการแห่งหนึ่ง เมื่อวันที่ 20 สิงหาคม 2553 และฟ้องคดีความผิดฐานโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามมาตรา 32 ฟ้องต่อศาลจังหวัดเชียงใหม่ คดีหมายเลขแดงที่ อ.๑๘๐/๒๕๕๓ คัดสินว่าจำเลย (สถานบริการ) มีความผิดตามมาตราดังกล่าว

ดังนั้น เกี่ยวกับมาตรการทางกฎหมาย ของการดำเนินคดีตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 สรุปได้ว่า มีการดำเนินการอยู่บ้าง โดยเจ้าหน้าที่ตำรวจจะร่วมกับ

เจ้าหน้าที่อื่นๆที่เกี่ยวข้องในการบังคับใช้กฎหมายโดยการร่วมกันหลายฝ่ายเข้าตรวจและจับกุม ผู้กระทำผิดตามกฎหมายนี้ในช่วงที่เป็นเทศกาลสำคัญๆ โดยเฉพาะเทศกาลสงกรานต์ หากเป็นช่วงปกติทั่วไป ไม่พบว่ามี การบังคับใช้กฎหมายในชั้นตรวจจับและดำเนินคดี แต่จะใช้มาตรการตามกฎหมายอื่นที่มีอยู่ ได้แก่ กฎหมายจราจร กฎหมายสุรา กฎหมายสถานบริการในการควบคุม เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มากกว่าการใช้มาตรการตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ซึ่งต้องอาศัยการทำงานร่วมกันจากหลายภาคส่วนในการลงพื้นที่ และประเมินได้ว่าการร่วมทำงานเป็นทีมดังกล่าวเป็นจุดเด่นของการบังคับใช้กฎหมายนี้

3.2 สภาพปัญหาและอุปสรรคของการบังคับใช้พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

การนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคการบังคับใช้พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ในอำเภอเมือง เชียงใหม่ ที่ได้จากการเก็บข้อมูล สามารถแยกพิจารณาได้ ดังต่อไปนี้

3.2.1 ปัญหาการบังคับใช้กฎหมายที่ยังขาดความต่อเนื่องจริงจังและไม่มีความสม่ำเสมอ

พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ที่มีการบังคับใช้อยู่นั้น หากพิจารณาในแง่การบังคับใช้กฎหมาย (Application) กล่าวได้ว่า กฎหมายเมื่อมีการประกาศใช้แล้ว หากไม่มีการยกเลิก กฎหมายนั้นยังมีผลบังคับใช้อยู่ตลอดเวลา (Continuity) แต่ในข้อเท็จจริงพบว่า กฎหมายนี้ยังมีได้มีการบังคับใช้อย่างจริงจังและสม่ำเสมอ กล่าวคือ มักจะมีการบังคับใช้อย่างจริงจังในช่วงเทศกาลที่มีวันหยุดสำคัญหรือวันหยุดยาวเท่านั้น เช่น ในช่วงสงกรานต์ที่ผ่านมา จังหวัดร่วมกับเทศบาลและเจ้าหน้าที่ตำรวจ สาธารณสุข ร่วมกันรณรงค์และดำเนินมาตรการสงกรานต์ปลอดเหล้าในเขตรอบคูเมือง โดยกำหนดเป็นเขตปลอดการดื่มและขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในปี 2554 ภายใต้นโยบาย “ปีใหม่เมืองเชียงใหม่ สุขกายเย็นใจ ไร้แอลกอฮอล์” นอกจากนี้พบว่า ในช่วงเทศกาลลอยกระทง ได้มีมาตรการกำหนดพื้นที่ปลอดแอลกอฮอล์ในเขตริมแม่น้ำปิง ทำให้ปัญหาต่างๆที่เกี่ยวข้องเนื่องลดลงได้ เช่น การทะเลาะวิวาท อุบัติเหตุ เหล่านี้เป็นตัวอย่างที่เกิดขึ้นจากการบังคับใช้กฎหมายนี้ ซึ่งมีความเห็นว่าเป็นมาตรการที่ดีในการจัดการปัญหาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในจังหวัดเชียงใหม่ แต่ขณะเดียวกันเมื่อผ่านช่วงเทศกาลดังกล่าวไปแล้ว การบังคับใช้กฎหมายก็จะชะลอลงไป

สภาพปัญหาดังกล่าว ส่วนหนึ่งมาจาก การที่กฎหมายกำหนดให้มีเจ้าหน้าที่ข้าราชการจากหลายหน่วยงานเป็นพนักงานเจ้าหน้าที่เพื่อปฏิบัติการตามกฎหมาย ได้แก่ ข้าราชการกระทรวง

สาธารณสุข ข้าราชการกระทรวงศึกษาธิการ ข้าราชการกระทรวงมหาดไทย ข้าราชการสังกัดเทศบาล องค์การบริหารส่วนจังหวัด องค์การบริหารส่วนตำบล ข้าราชการสรรพสามิต สุลดการ และตำรวจชั้นสัญญาบัตรเป็นพนักงานเจ้าหน้าที่ตามกฎหมายนี้ ในส่วนพนักงานเจ้าหน้าที่ โดยเฉพาะตำรวจมีภาระหน้าที่ในการบังคับใช้ตามกฎหมายอื่นๆค่อนข้างมากและมองว่า กฎหมายนี้มีใช้กฎหมายที่จัดการกับอาชญากรรมโดยตรง แต่เป็นกฎหมายที่ช่วยลดการเกิดอาชญากรรม เมื่อกฎหมายนี้ใช้บังคับจึงต้องรอการประสานความร่วมมือจากเจ้าหน้าที่ฝ่ายต่างๆในการบังคับใช้ (ตรวจจับดำเนินคดี) ทำให้เกิดปัญหาขึ้นตอนต้นว่า ไม่มีหน่วยงานใดเป็นผู้นำในการปฏิบัติหรือ อาจเรียกว่า “ขาดเจ้าภาพ” แต่เมื่อมีการประสานความร่วมมือของหน่วยงานต่างๆแล้วการขาดเจ้าภาพก็ลดลง แต่ในแง่การปฏิบัติยังต้องถือว่าขาดการบังคับใช้อย่างจริงจังสม่ำเสมอ สอดคล้องกับผลการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามประชาชนนักเรียนนักศึกษาและร้านค้าสถานบริการที่ตอบว่า “มีการบังคับใช้กฎหมายนี้เป็นบางครั้ง จะเน้นเฉพาะช่วงเทศกาลวันหยุดสำคัญๆ” มากที่สุดร้อยละ 49.61 และร้อยละ 42.86 ตามลำดับ

ทั้งนี้ในด้าน พนักงานเจ้าหน้าที่ ได้ให้ความเห็นสอดคล้องกันว่า

“การบังคับใช้กฎหมายโดยเจ้าหน้าที่ เนื่องจากปริมาณงานของเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติมีมาก จึงสามารถบังคับอย่างเคร่งครัดได้ในช่วงเทศกาลที่สำคัญเท่านั้น ส่วนในช่วงเวลาอื่นอาจจะทำได้เพียงสุ่มตรวจเป็นบางครั้ง”

“เจ้าหน้าที่ไม่ได้กังวล เนื่องจากเจ้าหน้าที่ตำรวจมีงานหลายด้าน ดังนั้นการจะบังคับเกี่ยวกับกฎหมายฉบับนี้จึงต้องให้มีเจ้าภาพหลักตามกฎหมาย”

“ในจังหวัดเชียงใหม่ ในส่วนของอำเภออื่นๆ รอบนอกก็ยังมี การปฏิบัติบังคับใช้กฎหมายน้อย แต่ส่วนใหญ่จะเป็นการเตือนซะมากกว่า เนื่องจากได้รับเรื่องร้องเรียน โดยตำรวจจะไปกับเจ้าหน้าที่ ซึ่งทางสำนักงานป้องกันและควบคุมโรคที่ 10 จะเป็นผู้อธิบายว่ากระทำผิดเรื่องไหน”

ปัญหาการบังคับใช้กฎหมายที่ยังขาดความต่อเนื่องจริงจังและไม่มีควมสม่ำเสมอ นั้นนับว่าเป็นปัญหาคลาสสิกอย่างหนึ่งในระบบกฎหมายไทย แม้ว่าในพระราชบัญญัตินี้จะกำหนดโทษไว้ค่อนข้างสูงพอสมควร ในลักษณะกฎหมายเทคนิค (Technical law) หรือกฎหมายสมัยใหม่ที่บัญญัติขึ้นด้วยเหตุผลพิเศษบางประการ ไม่ได้เกิดจากศีลธรรมเป็นฐานรองรับ ทำให้คนที่เกี่ยวข้องไม่รู้สึกรู้ว่าการกระทำผิดนี้เป็นสิ่งผิด หรือรู้ด้วยตนเองว่าเป็นความผิด (*Mala in se*)

การตัดสินใจกระทำผิดหรือฝ่าฝืนกฎหมายนี้ จึงพบเห็นอยู่เสมอ และยิ่งไปกว่านั้นผู้บังคับใช้กฎหมายโดยตรง ได้แก่ ตำรวจ อัยการ ศาล ยังเห็นว่ากฎหมายนี้ไม่ใช่กฎหมายอาชญากรรมโดยตรง ประกอบกับค่านิยมของสังคมไทยที่มีแนวโน้มว่า ใครทำผิดหรือฝ่าฝืนกฎหมายแล้วไม่ถูกจับดำเนินคดีหรือถูกดำเนินคดีแต่สามารถใช้อิทธิพลความสัมพันธ์ส่วนตัวตลอดจนผลประโยชน์เพื่อให้ตนและพวกพ้องพ้นผิดได้ และที่สำคัญคือผลประโยชน์ทางธุรกิจเครื่องดืมแอลกอฮอล์นั้นมีจำนวนรายได้ผลกำไรมหาศาล นอกจากนี้หากนักการเมืองที่กำลังกับคูแลเปลี่ยนท่าทีนโยบายเรื่องแอลกอฮอล์ ก็จะส่งผลให้การบังคับใช้กฎหมายขาดความจริงจังและสม่ำเสมอ ดังนั้นในประเด็นนี้ปัญหาจึงมิได้อยู่ที่ตัวบทหรือข้อกฎหมาย แต่ปัญหาอุปสรรคเรื่องการบังคับใช้กฎหมายอยู่ที่ตัวบุคคลและกลไกบังคับใช้กฎหมายมากกว่า จึงเสนอแนวทางแก้ไขโดยให้พนักงานเจ้าหน้าที่บังคับใช้กฎหมายโดยการยึดถือหลักนิติรัฐ นิติธรรม (The Rule of law) อย่างตรงไปตรงมาเคร่งครัด ทั้งนี้หลักดังกล่าว ที่ถือกฎหมายเป็นใหญ่ในสังคมไทย พบว่ามีความคลาดเคลื่อนอยู่ เนื่องจากสังคมไทยมักให้ความช่วยเหลือเกื้อกูลกันโดยไม่คำนึงว่า จะไปละเมิดหลักการหรือละเมิดกรรมการใช้หลักเมตตามากเกินไป โดยขาดปัญญาที่ควรจะหยุดการช่วยเหลือกันเมื่อละเมิดหลักการหรือกฎหมาย หรือการวางเฉยด้วยปัญญา (อุเบกขาที่แท้) จะช่วยให้หลักนิติรัฐ นิติธรรมเป็นจริงขึ้น จะช่วยให้การบังคับใช้กฎหมายได้ถูกต้องและชอบธรรม

นอกจากนี้อาจต้องมีการตั้งเป็นคณะทำงานเฉพาะกิจในการบังคับใช้กฎหมาย โดยข้อเสนอว่า ให้มีการจัดตั้งชุดเฉพาะกิจเพื่อควบคุมปัญหาเครื่องดืมแอลกอฮอล์ อุบัติเหตุและการใช้รถใช้ถนนของจังหวัดเชียงใหม่ ประกอบไปด้วย เจ้าหน้าที่ตำรวจ สาธารณสุข ป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย นายอำเภอ สำนักงานป้องกันและควบคุมโรค เจ้าหน้าที่ขนส่งจังหวัดและภาคประชาชน องค์กรเอกชน ร่วมกันเป็นคณะทำงานในการบังคับใช้กฎหมายอย่างจริงจัง

3.2.2 ปัญหาการทำสำนวนคดีของพนักงานสอบสวน (ตำรวจ)

ในระยะแรกที่กฎหมายเริ่มบังคับใช้ เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องโดยเฉพาะอย่างยิ่งเจ้าหน้าที่ตำรวจ ยังไม่มีความชำนาญเนื่องจากเป็นกฎหมายใหม่ แม้มีการอบรมให้ความรู้บ้างแต่ในทางปฏิบัติพบว่า ยังมีไม่แนวทางการทำสำนวนคดีหรือคู่มือการทำสำนวน ตลอดจนไม่มีบรรทัดฐานคำพิพากษาของศาลจึงทำให้เจ้าหน้าที่ตำรวจยังไม่มี ความมั่นใจในการทำคดีตามกฎหมายนี้ ข้อมูลที่ได้จากเจ้าหน้าที่ตำรวจในการบังคับใช้กฎหมายระยะแรก มักใช้บังคับตามกฎหมายควบคุมสุราอื่นๆ เช่น พระราชบัญญัติสุรา พ.ศ.2494 โดยการจับและส่งฟ้องต่อศาลแขวงในความผิดเกี่ยวกับการจำหน่ายสุราเกินเวลากำหนด การดืมสุราเกินเวลากำหนด เป็นต้น



ส่วนความเห็นผู้ทรงคุณวุฒิเกี่ยวกับการทำคดีตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องคิดม
แอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 เห็นว่า

“ในช่วงแรกที่ผ่านมา เจ้าหน้าที่ตำรวจจะทำงานในคดีไม่ได้ เนื่องจากกฎหมาย
เป็นกฎหมายใหม่ จึงทำให้การทำสำนวนไม่มีบรรทัดฐาน ไม่มีฎีกาหรือสิ่งใดที่
จะวางหลักไว้ว่า ถ้าเขียนแบบนี้ัยการจะสั่งฟ้องหรือไม่ เพราะถ้าไม่สั่งฟ้องมี
สิทธิอุทธรณ์กลับได้”

“แม้มีการจัดการอบรมเรื่องเกี่ยวกับกฎหมายฉบับใหม่แล้ว แต่ไม่มีการอบรม
เรื่องของการเขียนสำนวน จึงเป็นเหตุให้ตำรวจมีปัญหาในเรื่องการทำสำนวน
โดยไม่มีคู่มือในการทำสำนวน จึงทำให้มีปัญหาในการทำสำนวน แล้วถ้าเกิดเรื่อง
ไม่สามารถดำเนินการได้ ผู้ต้องหาทำการร้องเรียนหาว่าเป็นการกลั่นแกล้งเดียว
ก็จะเกิดปัญหาขึ้นมาอีก”

ปัจจุบันปัญหาดังกล่าวคลี่คลายลงบ้างแล้ว โดยสำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องคิดม
แอลกอฮอล์ได้จัดอบรมความรู้เกี่ยวกับการทำสำนวนคดีให้แก่ตำรวจทั่วประเทศ และจากการ
สัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ตำรวจ พบว่า การทำสำนวนพนักงานสอบสวนที่ทำงานด้านนี้มาบ้างแล้วนั้น
ไม่มีปัญหาหนักใจด้านการทำสำนวน เพียงแต่เกรงประเด็นปัญหาความเห็นข้อกฎหมาย จะเขียน
อย่างไร ให้ผู้บังคับใช้กฎหมายมีความเห็นสอดคล้องกัน

“เรื่องสำนวนไม่ยาก เขียนให้เข้าข้อกฎหมาย ให้มีความผิดตามกฎหมาย ไม่ใช่
เรื่องยาก แต่ปัญหา คือความเห็นและการตีความข้อกฎหมายที่ต่างกัน เช่น การ
โฆษณา มาตรา 32 ตำรวจเห็นอย่างหนึ่ง ัยการเห็นอย่างหนึ่ง ยังแตกต่างกัน”

“ตำรวจเป็น ด้านแรกที่ต้องเจอแน่นอน ถ้าตำรวจจับไปแล้วสั่งไม่ฟ้อง ตำรวจ
โดนฟ้อง ัยการไม่ได้โดนด้วย ศาลก็ไม่ได้โดนด้วย เพราะฉะนั้นตำรวจจะทำ
อะไรต้องคิดแล้วคดีอีก”

ประเด็นเรื่องการทำสำนวนคดีของพนักงานสอบสวน ตามพระราชบัญญัติควบคุม
เครื่องคิดมแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 นี้ เห็นว่า เป็นส่วนสำคัญอีกด้านหนึ่งในการบังคับใช้กฎหมายนี้
ดังนั้นจึงควรปรับปรุงแก้ไข โดย 1) จัดการฝึกอบรมเจ้าหน้าที่เกี่ยวข้องให้มากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะ
พนักงานสอบสวน นอกจากนี้อาจเชิญผู้พิพากษาและัยการมาร่วมให้ความรู้ ความเห็นเกี่ยวกับ

ทัศนคติด้านการตีความข้อกฎหมาย 2) เสนอว่าสำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องสำอางค์ แอลกอฮอล์ควรจัดทำคู่มือปฏิบัติหรือคู่มือการทำสำนวนคดี ความเห็นข้อกฎหมาย คำอธิบายกฎหมายนี้ ตลอดจนบทความที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นองค์ความรู้ด้านนี้ เพื่อให้พนักงานสอบสวนได้มีแนวทางหรือคู่มือดำเนินการได้อย่างมั่นใจ นอกจากนี้เห็นว่า เพื่อให้ผู้เกี่ยวข้องทราบควรจัดทำคู่มือหรือคำอธิบายข้อกฎหมายง่ายๆ ให้แก่ร้านค้า สถานบริการที่มีการจำหน่ายเครื่องสำอางค์ แอลกอฮอล์ ได้ทราบข้อกฎหมายเพิ่มเติมอีกด้วย นอกเหนือจากการรณรงค์ที่พบในสื่อสติกเกอร์ แผ่นป้ายต่างๆเกี่ยวกับมาตรการห้ามจำหน่าย ห้ามดื่ม ห้ามโฆษณาประชาสัมพันธ์ ก็จะทำให้การบังคับใช้กฎหมายได้อย่างกว้างขวางมากยิ่งขึ้น

3.2.3 ปัญหาการประสานงานระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

เนื่องจากพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องสำอางค์ แอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ได้กำหนดให้มีพนักงานเจ้าหน้าที่ตามกฎหมายนี้อยู่ในหลายหน่วยงาน กล่าวคือ มีหน่วยงานตั้งแต่ระดับนโยบาย จนถึงระดับปฏิบัติ ดังนี้ ระดับนโยบาย ได้แก่ นายกรัฐมนตรี กระทรวงสาธารณสุข กระทรวงมหาดไทย กระทรวงการคลัง กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงศึกษาธิการ กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ ปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี ส่วนระดับปฏิบัติ ได้แก่ กระทรวงสาธารณสุข กรมควบคุมโรค กรมสรรพสามิต สำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องสำอางค์ แอลกอฮอล์

ส่วนในระดับจังหวัด พบว่า ผู้ว่าราชการจังหวัดเป็นประธานกรรมการควบคุมเครื่องสำอางค์ แอลกอฮอล์ สาธารณสุขจังหวัด ผู้บังคับการตำรวจภูธรจังหวัด สรรพสามิตพื้นที่ หัวหน้าสำนักงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยจังหวัด ผู้อำนวยการสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประชาสัมพันธ์จังหวัด พัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์จังหวัด ผู้อำนวยการสำนักงานป้องกันควบคุมโรค ผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เหล่านี้เป็นคณะกรรมการควบคุมเครื่องสำอางค์ แอลกอฮอล์จังหวัด

ในระดับปฏิบัติการ หรือพนักงานเจ้าหน้าที่ตามกฎหมายนี้ (ในระดับจังหวัด) ได้แก่⁸ 1. ข้าราชการสังกัดกระทรวงสาธารณสุขส่วนภูมิภาค ซึ่งดำรงตำแหน่งที่กำหนดจำนวน 14 ตำแหน่ง 2. ข้าราชการสังกัดกระทรวงศึกษาธิการซึ่งดำรงตำแหน่งที่กำหนดจำนวน 23 ตำแหน่ง 3. ข้าราชการสังกัดกระทรวงมหาดไทยซึ่งดำรงตำแหน่งที่กำหนดจำนวน 8 ตำแหน่ง 4. คณะกรรมการ

⁸ ประกาศสำนักนายกรัฐมนตรี เรื่อง แต่งตั้งพนักงานเจ้าหน้าที่ เพื่อปฏิบัติการตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องสำอางค์ แอลกอฮอล์ พ.ศ.2551

ควบคุมเครื่องคัมแอลกอฮอล์จังหวัด 5.ข้าราชการสังกัดเทศบาล องค์การบริหารส่วนจังหวัด และ องค์การบริหารส่วนตำบล ซึ่งดำรงตำแหน่งที่กำหนดจำนวน 31 ตำแหน่ง 6.ข้าราชการสังกัดกรมสรรพสามิตซึ่งดำรงตำแหน่งที่กำหนดจำนวน 20 ตำแหน่ง 7.ข้าราชการสังกัดกรมศุลกากรซึ่งดำรงตำแหน่งที่กำหนดจำนวน 13ตำแหน่ง 8.ข้าราชการสังกัดสำนักงานตำรวจแห่งชาติ ซึ่งเป็นข้าราชการตำรวจชั้นสัญญาบัตรผู้มียศตั้งแต่ร้อยตำรวจตรีหรือผู้ดำรงตำแหน่งรองสารวัตรขึ้นไป เป็นพนักงานเจ้าหน้าที่ ซึ่งจะมีอำนาจหน้าที่สำคัญ คือ

1. อำนาจเข้าไป ดังต่อไปนี้ (มาตรา 34(1))

(1.1) เข้าไปในสถานที่ที่กำหนดไว้ (ในเวลาทำการของสถานที่เหล่านี้) ได้แก่

- สถานที่ทำการของผู้ผลิต ผู้นำเข้า ผู้ขาย ได้แก่ สำนักงาน ออฟฟิศ เป็นต้น
- สถานที่ผลิต นำเข้า ขาย เครื่องคัมฯ ได้แก่ โรงงาน ห้องผลิต เป็นต้น
- สถานที่เก็บ เครื่องคัมฯ ได้แก่ โกดัง ห้องเก็บ บ้าน เป็นต้น

(1.2) เข้าตรวจสอบยานพาหนะ เพื่อตรวจสอบการปฏิบัติตามพระราชบัญญัตินี้ เช่น ตรวจรถที่จำหน่ายเครื่องคัมแอลกอฮอล์ รถโฆษณาเครื่องคัมแอลกอฮอล์ เป็นต้น

2. อำนาจยึดหรืออายัด ให้อำนาจในการยึดหรืออายัดได้เฉพาะเครื่องคัมแอลกอฮอล์ ของผู้ผลิต ผู้นำเข้า ผู้ขายเท่านั้น ซึ่งได้กระทำความผิดตามมาตรา ต่อไปนี้

มาตรา 26 กรณีผู้ผลิต/ผู้นำเข้า ไม่จัดให้มีบรรจุภัณฑ์ ฉลาก พร้อมทั้งข้อความคำเตือน

มาตรา 27 กรณี มีผู้ขายในสถานที่ที่กฎหมายกำหนดห้าม ได้แก่ การขายเครื่องคัมแอลกอฮอล์ใน/บริเวณ วัด สถานพยาบาล ร้านขายยา สถานที่ราชการ หอพัก โรงเรียน มหาวิทยาลัย ปิมน้ำมัน สวนสาธารณะของราชการ

มาตรา 28 กรณี มีการขายเครื่องคัมแอลกอฮอล์ในวัน เวลาที่ประกาศห้ามขาย

มาตรา 30 กรณี มีวิธี/ลักษณะการขายที่กฎหมายห้ามไว้

3. อำนาจเรียกบุคคลใดมา (มาตรา 34 (3)) ได้แก่ อำนาจพนักงานเจ้าหน้าที่สามารถมีหนังสือเรียกบุคคลใดมาให้ถ้อยคำหรือให้ส่งเอกสารหรือวัตถุใดมาเพื่อประกอบการพิจารณา จากการเข้าไปตรวจค้นหรือยึดอายัดเครื่องคัมแอลกอฮอล์

ข้อมูลจากแบบสอบถามและการสัมภาษณ์ ทำให้ทราบความเหมาะสมต่อกฎหมายนี้ โดยเห็นว่า พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องคัมแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 เป็นกฎหมายที่ดี เพียงแต่ยังขาดการประสานงานและการติดตามงานของเจ้าหน้าที่อยู่บ้าง โดยมีความเห็นดังนี้

“ การบังคับใช้กฎหมาย การทำงานควรทำเป็นทีม มีสรรพสามิต พัฒนาสังคมฯ ต้องมาร่วมกันทำงานทุกกลุ่ม มาร่วมกันบูรณาการในการทำงานทุกกลุ่มและต้องทำเป็นชุดเฉพาะกิจจริงๆ จัดงบประมาณลงไปจึงจะสัมฤทธิ์ผล ปัจจุบัน สสจ. (สาธารณสุขจังหวัด) เป็นตัวตั้งตัวตี จัดอบรม ลงพื้นที่แล้วค่อยโทรเรียก ดำรงแล้วดำรงกว่าจะมา ก็หมดเวลากันพอดี แล้วเวลาจับจริงๆ ดำเนินคดี และทำสำนวนที่โรงพักก็ใช้เวลาถึง 3-4 ชั่วโมง”

“ขั้นตอนการลงพื้นที่ที่จะมีการประชุม โดยจะมีตำรวจ สรรพสามิต สาธารณสุข จังหวัด สำนักงานป้องกันและควบคุมโรค (สคร) บางครั้งจะมีเทศบาลทำร่วมด้วย เทศบาลจะเข้าร่วมในเรื่องกฎหมายเหล่า ซึ่งเทศบาลจะทำในเรื่องของการรณรงค์ เช่น สัปดาห์ปลอดเหล้า เทศบาลถึงลงมาร่วมมือ แต่ถ้าเป็นเรื่องที่ลงตรวจสอบเมื่อมีการร้องเรียนเทศบาลจะไม่เข้ามาเกี่ยวข้อง ซึ่งทีมงานที่ลงพื้นที่จะมี 4 หน่วยงานคือ สรรพสามิต สคร. สสจ. และตำรวจ และบางครั้งจะมีสำนักงานจังหวัดเข้าร่วมด้วย”

สำหรับปัญหาเกี่ยวกับการประสานงานระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องดังกล่าว แม้ว่าในกฎหมายจะกำหนดเจ้าหน้าที่จากหลายหน่วยงานในการปฏิบัติการตามกฎหมายนี้ก็ตาม แต่ในระดับการปฏิบัติบังคับใช้กฎหมาย พบว่า มีเจ้าหน้าที่สำคัญ ได้แก่ ตำรวจ สรรพสามิต สาธารณสุข และผู้ว่าราชการจังหวัด ตามลำดับ เห็นได้ว่า บทบาทของเจ้าหน้าที่ตำรวจได้รับการคาดหวังในการบังคับใช้กฎหมายนี้สูง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะอำนาจการสืบสวนสอบสวนจับกุมและดำเนินคดีอาญาที่คนส่วนใหญ่รับทราบคือ ตำรวจ ดังนั้น ตำรวจจึงเป็นเจ้าหน้าที่ผู้บังคับใช้กฎหมายแทบทุกฉบับ แต่ในกฎหมายนี้มีพนักงานเจ้าหน้าที่จากหลายหน่วยงานร่วมกันเป็นพนักงานเจ้าหน้าที่เพื่อปฏิบัติตามกฎหมายนี้ ซึ่งในขั้นดำเนินการลงพื้นที่เพื่อตรวจตราหรือจับกุมนั้น จำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือและประสานงานกันจากหลายฝ่าย ย่อมเป็นธรรมดาที่อาจมีปัญหากับการประสานงานกัน เช่น อาจมีปัญหาเรื่องการออกใบอนุญาตขายสุราที่กำหนดให้สรรพสามิตเป็นผู้ออกใบอนุญาตขายรายย่อยนั้น มีความเห็นว่า⁹ สามารถออกใบอนุญาตได้โดยง่าย เมื่อได้ใบอนุญาตไปจำหน่ายสุราแล้วการกำกับดูแลอาจไม่ทั่วถึง โดยเฉพาะในการจับกุมเกี่ยวกับการขายผิดใบอนุญาตหรือผิดประเภทไปจากใบอนุญาตที่ได้นั้น ควรให้หน่วยงานที่ออกใบอนุญาต (สรรพสามิต) เป็นหลักใน

⁹ สัมภาษณ์ รองผู้บังคับการตำรวจภูธร จังหวัดเชียงใหม่ , กันยายน 2554

การดำเนินการแม้ว่าตำรวจจะเป็นเจ้าพนักงานด้วยก็ตาม แต่ด้วยภารกิจของตำรวจซึ่งมีมากมายทำให้ไม่สามารถบังคับใช้กฎหมายเกี่ยวกับการผิดใบอนุญาตดังกล่าวได้อย่างทั่วถึง โดยเฉพาะผู้ค้ารายย่อยหรือร้านเหล้าตอง

อย่างไรก็ตาม ประเด็นการประสานงานระหว่างหน่วยงานผู้ปฏิบัตินี้ ในพื้นที่อำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ในช่วงที่มีเทศกาลหรือวันหยุดสำคัญต่างๆ ปัญหาดังกล่าวกลับได้ข้อมูลว่า มีการทำงานเป็นทีมงานร่วมกันเป็นอย่างดี โดยภายหลังจากมีการประชุมระดับจังหวัด ผู้ว่าราชการจังหวัดเชียงใหม่ได้มีนโยบายและสั่งการในเรื่องการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้น การทำงานประสานกันในการลงพื้นที่ในอำเภอเมือง เชียงใหม่ อยู่ในระดับน่าพอใจ เนื่องจากมีการประสานผู้ปฏิบัติงานเป็นทีมงาน ได้แก่ เทศบาล ตำรวจ สรรพสามิต สาธารณสุขจังหวัด สำนักงานป้องกันและควบคุมโรคที่ 10 สำนักงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยจังหวัด และองค์กรเอกชนภาคประชาชน ได้แก่ เครือข่ายองค์กรงดเหล้า องค์กรเครือข่ายความร่วมมือเพื่อแก้ไขปัญหาเหล้า บุหรี่ และอุบัติเหตุจังหวัดเชียงใหม่ เครือข่ายเยาวชนนักศึกษา 7 สถาบัน ได้ร่วมกันทำงานอย่างเข้มแข็งในการร่วมกันบังคับใช้กฎหมายนี้ช่วงเทศกาลสำคัญที่ผ่านมา¹⁰

ดังนั้น ปัญหาการประสานงานระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อบังคับใช้กฎหมาย จึงอยู่ที่ว่าในช่วงเวลาปกติทั่วไปมิใช่ช่วงเทศกาลงานสำคัญของเชียงใหม่ เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องทำงานในแบบตั้งรับ กล่าวคือ เน้นการรับแจ้ง เฝ้าระวังและตรวจตราแบบป้องกัน มากกว่าเชิงรุกที่เน้นตรวจจับ ทั้งนี้เนื่องจากการบังคับใช้กฎหมายนี้ได้ออกแบบให้มีการทำงานร่วมกันในหลายฝ่าย เพราะเห็นว่าปัญหาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ไม่สามารถทำให้หมดไปได้ แต่จะอย่างไรให้ลดปัญหาที่เกี่ยวข้องได้มากที่สุด การร่วมกันบังคับใช้กฎหมายจึงเป็นจุดเด่นของมาตรการบังคับใช้พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งความร่วมมือจากภาคส่วนต่างๆ ที่สำคัญมาก ได้แก่ บทบาทขององค์กรเอกชน ภาคีเครือข่ายงดเหล้า เป็นส่วนที่ทำให้การขับเคลื่อนบังคับใช้กฎหมายนี้ได้ผลดีพอสมควร เพราะองค์กรเหล่านี้ เป็นผู้ชี้จุดหรือเฝ้าระวังปัญหาการละเมิดกฎหมาย โดยการรวบรวมข้อมูลและประเด็นที่เกิดขึ้นเพื่อในพื้นที่นำเสนอให้แก่พนักงานเจ้าหน้าที่ในการลงพื้นที่บังคับใช้กฎหมาย

แนวทางเพื่อแก้ไขปัญหาการประสานงานระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องนี้ จึงจำเป็นต้องปรับวิธีการทำงานร่วมกัน ด้วยการประเมินผลการทำงานของคณะทำงาน และแลกเปลี่ยนข้อมูล

¹⁰ สัมภาษณ์ ได้แก่ รองผู้อำนวยการสำนักงานป้องกันและควบคุมโรคที่ 10 , สารวัตรป้องกันและปราบปรามสถานีตำรวจภูธรกองเมืองเชียงใหม่ , ผู้ประสานงานเครือข่ายความร่วมมือแก้ไขปัญหาเหล้า บุหรี่ และอุบัติเหตุเชียงใหม่ , ประธานอนุกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จังหวัดเชียงใหม่

ตลอดจนเสนอให้มีการรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติ เช่น สถิติการจับกุมผู้กระทำความผิด จำนวนคดี ลักษณะการกระทำความผิด เหตุจูงใจที่บุคคลกระทำความผิด (ถ้ามี) จุดหรือสถานที่พบเหตุกระทำความผิด เพื่อให้การทำงานด้านนี้ได้มีฐานข้อมูลเกี่ยวกับสถิติต่างๆ เหล่านี้เป็นเรื่องที่ยังไม่มีหน่วยงานใดรวบรวมเก็บข้อมูลอย่างเป็นระบบ ซึ่งจะทำให้การประสานงานเพื่อบังคับใช้กฎหมายนี้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

นอกจากนี้ในส่วนเพิ่มเติมได้แก่ ประเด็นนักท่องเที่ยวต่างชาติโดยเฉพาะฝรั่งเศสตะวันตกที่เดินทางเข้ามาในเชียงใหม่ มีข้อมูลจากเจ้าหน้าที่ตำรวจว่ามีการกระทำความผิดพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยอาจเป็นเพราะความไม่รู้ข้อกำหนดและการเข้าใจผิดในเรื่องเกี่ยวกับภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ว่า เมื่อมีการประกาศวันห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เช่นวันที่ 5 ธันวาคม นักท่องเที่ยวเหล่านี้ไม่ทราบ จึงไปหาซื้อจากร้านค้าประจำในวันหยุดที่ประกาศห้ามขายร้านค้าประจำที่เขาซื้อก็ปฏิเสธไม่ขายให้ ทำให้ฝรั่งเศสนักท่องเที่ยวเกิดความไม่พอใจ เพราะไม่เข้าใจและการสื่อสารผิดพลาด กลายเป็นให้นักท่องเที่ยวผู้นั้นไม่พอใจและเกิดโทสะนำไปพ่นพระบรมฉายาลักษณ์ ถูกจับและดำเนินคดีเป็นความผิดตามประมวลกฎหมายอาญาเกี่ยวกับพระมหากษัตริย์ ในประเด็นนี้จึงเสนอแนะเพิ่มเติมว่า ควรมีการประสานงานกับหน่วยงานท่องเที่ยวภาคธุรกิจให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทย ให้ทราบข้อกำหนดตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่เกี่ยวกับการซื้อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องด้วย เป็นการป้องกันปัญหาในอนาคตที่อาจเกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ

3.2.4 ปัญหาความเข้าใจและการตีความข้อกำหนดเรื่องการโฆษณา ในมาตรา 32

พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 กำหนดมาตรการทางกฎหมายสำคัญด้านห้ามปฏิบัติอยู่ 3 ประการ คือ มาตรการห้ามขาย (ด้านสถานที่ ด้านวันเวลา ด้านบุคคล) มาตรการห้ามบริโภค (ด้านสถานที่) และมาตรการห้ามการโฆษณา

ข้อมูลที่ได้รับจากการสัมภาษณ์และแบบสอบถาม พบว่า มีประเด็นที่เป็นปัญหา ข้อกำหนดเกี่ยวกับการโฆษณา โดยใน มาตรา 32 ที่ว่า

“ห้ามมิให้ผู้ใด โฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือแสดงชื่อหรือเครื่องหมายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อันเป็นการอวดอ้างสรรพคุณหรือชักจูงใจให้ผู้อื่นดื่มโดยตรงหรือโดยอ้อม

การโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ใดๆ โดยผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกประเภทให้กระทำได้เฉพาะการให้ข้อมูลข่าวสาร และความรู้เชิงสร้างสรรค์สังคม โดยไม่มี

การปรากฏภาพของสินค้าหรือบรรจุภัณฑ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้น เว้นแต่เป็นการปรากฏของภาพสัญลักษณ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หรือสัญลักษณ์ของบริษัทผู้ผลิต เครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้นเท่านั้น ทั้งนี้ตามที่กำหนดในกฎกระทรวง

บทบัญญัติในวรรคหนึ่งและวรรคสอง มิให้ใช้บังคับกับการ โฆษณาที่มีต้นกำเนิดนอกราชอาณาจักร”

ประเด็นข้อกฎหมายอยู่ที่ วรรคแรก ของมาตราดังกล่าว กล่าวคือ ข้อความที่บัญญัติว่า

“ห้ามมิให้ผู้ใดโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือแสดงชื่อหรือเครื่องหมายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อันเป็นการอวดอ้างสรรพคุณหรือชักจูงใจให้ผู้อื่นดื่ม โดยตรงหรือโดยอ้อม.....”

โดยเจ้าหน้าที่ที่บังคับใช้กฎหมายโดยเฉพาะ ตั้งแต่ เจ้าหน้าที่ตำรวจ อัยการและศาล นักวิชาการ มีความเห็นว่า ข้อความดังกล่าวมีความหมายอย่างไรกันแน่ แยกพิจารณาได้ดังนี้

ฝ่ายที่หนึ่ง เห็นว่า คำว่า “โฆษณา” เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ต้องประกอบด้วยการอวดอ้างสรรพคุณหรือชักจูงใจให้ผู้อื่นดื่ม โดยตรงหรือโดยอ้อม

ฝ่ายที่สอง เห็นว่า “โฆษณา” เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ไม่จำเป็นต้องประกอบด้วยการอวดอ้างสรรพคุณหรือชักจูงใจให้ผู้อื่นดื่ม โดยตรงหรือโดยอ้อม

ความเห็นฝ่ายที่หนึ่ง

การโฆษณา + อันเป็นการอวดอ้างสรรพคุณหรือชักจูงใจให้ดื่ม
โดยตรงหรือ โดยอ้อม

แสดงชื่อหรือเครื่องหมาย + อันเป็นการอวดอ้างสรรพคุณหรือชัก
จูงใจให้ดื่ม โดยตรงหรือ โดยอ้อม

ความเห็นที่แตกต่างกันดังกล่าว นับเป็นปัญหาในทางปฏิบัติของเจ้าหน้าที่ในระดับต่างๆ ทั้งนี้ผู้ทรงคุณวุฒิฝ่ายที่หนึ่ง แสดงความคิดเห็นว่า

“ปัญหาเกี่ยวกับการตีความกฎหมาย ซึ่งอ่านแล้ว พบว่าจำเป็นต้องมีการตีความ โดยเฉพาะ มาตรา 32 การห้ามโฆษณา.. คืออะไร ซึ่งเหตุใดไม่บัญญัติโดยตรงว่าห้ามโฆษณา แต่กลับ มีข้อความอีกว่า “ห้ามจูงใจโดยอ้อมหรือโดยตรง” หรือ “การอวดอ้างสรรพคุณ” ซึ่งคำเหล่านี้ จำเป็นต้องตีความทั้งหมด”

“ความคิดเห็นในแง่ของผู้บังคับใช้กฎหมายตาม ม.32 ซึ่งมีสองส่วนด้วยกัน คือ 1.) ห้ามผู้ใดโฆษณา 2.) ห้ามผู้ใดแสดงชื่อหรือเครื่องหมาย ตามตัวบทนั้นมีปัญหาประเด็นเดียว คือ คำหลังที่ว่าอันเป็นการอวดอ้างสรรพคุณหรืออันเป็นการชักจูงใจนั้น เป็นการขยายทั้งประโยคหรือ ขยายเฉพาะการแสดงชื่อหรือเครื่องหมาย

ในความคิดเห็นนั้น ขยายทั้งหมด เพราะไม่มีการวรรคเลย จึงมาขยายทั้งหมด”

ข้อความที่ว่า ... “อันเป็นการอวดอ้างสรรพคุณหรือชักจูงใจให้ผู้อื่นคิ่มโดยตรงหรือโดยอ้อม”...เห็นว่า ขยายข้อความทั้งหมด ตั้งแต่คำว่า โฆษณา เครื่องคิ่มแอลกอฮอล์หรือแสดงชื่อหรือเครื่องหมายของเครื่องคิ่มแอลกอฮอล์

นอกจากนี้เมื่อได้สอบถามโดยมีรูปภาพป้ายกล่องไฟหน้าร้านค้าต่างๆในตัวเมืองเชียงใหม่และป้ายไวเน็ต ตลอดจนป้ายข้างถนน ซึ่งมักจะมีชื่อร้าน มีและไม่มีข้อความเตือน และมีรูปโลโก้ของผลิตภัณฑ์ หรือรูปตัวอักษรที่สื่อว่าเป็นเครื่องคิ่มแอลกอฮอล์ ประกอบหรือมีคำย่อหรือข้อความประคิษฐ์ ตลอดจนอาจมีตัวเลขแสดงราคาไว้ในป้ายดังกล่าว ผู้ทรงคุณวุฒิมีความเห็นว่า

“มีการโฆษณารูปเครื่องหมายการค้าของเครื่องคิ่มแอลกอฮอล์ แต่ไม่มีการแสดงข้อความที่อวดอ้างสรรพคุณหรือชักจูงใจให้คิ่มโดยตรงหรือโดยอ้อม.....จึงเห็นว่า ไม่ผิดมาตรา 32”

“มีข้อความที่เป็นคำเตือน ถือได้ว่าเป็นการให้ข้อมูลข่าวสารและความรู้เชิงสร้างสรรค์ ไม่มีการอวดอ้างสรรพคุณหรือชักจูงใจให้คิ่มแอลกอฮอล์.....จึงเห็นว่า ไม่ผิดมาตรา 32”

ดังนั้นฝ่ายแรกนี้เห็นว่า มาตรา 32 วรรคแรก แห่งพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องคิ่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 อาจมองได้ว่ามีลักษณะเป็นมาตรการกำหนด/จำกัดเนื้อหาของการโฆษณา เครื่องคิ่มแอลกอฮอล์มิได้จำกัดประเภทของสื่อโฆษณาไว้แต่อย่างใด¹¹ กล่าวคือ การโฆษณาหรือ

¹¹ วรณรี สิงห์โต, การควบคุมเครื่องคิ่มแอลกอฮอล์ ตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องคิ่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 , บทความทางกฎหมาย สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา, หน้า 6

ประชาสัมพันธ์ใดๆ โดยผู้ผลิตสามารถกระทำได้ในลักษณะที่เป็นการให้ข้อมูลข่าวสาร และความรู้เชิงสร้างสรรค์สังคม โดยไม่มีการปรากฏภาพของสินค้าหรือบรรจุภัณฑ์ของเครื่องคั้มแอลกอฮอล์นั้นเว้นแต่เป็นการปรากฏของภาพสัญลักษณ์ของเครื่องคั้มแอลกอฮอล์ หรือสัญลักษณ์ของบริษัทผู้ผลิตเครื่องคั้มแอลกอฮอล์นั้นเท่านั้น ทั้งนี้ตามที่กำหนดในกฎกระทรวง

ผู้ทรงคุณวุฒิฝ่ายที่สอง แสดงความคิดเห็นว่า

มาตรา 32 นับเป็นมาตรการสำคัญในกฎหมายฉบับนี้ โดยหากพิจารณาเหตุผลประการหนึ่งที่ต้องออกกฎหมาย คือ “เพื่อช่วยคลี่คลายและผลกระทบทั้งด้านสังคมและเศรษฐกิจ ช่วยเสริมสร้างสุขภาพของประชาชนโดยให้ตระหนักถึงพิษภัยของเครื่องคั้มแอลกอฮอล์ ตลอดจนปกป้องกันเด็กและเยาวชนมิให้เข้าถึงเครื่องคั้มแอลกอฮอล์ได้โดยง่าย จึงจำเป็นต้องตราพระราชบัญญัตินี้” นั่นคือ กฎหมายต้องให้ความสำคัญกับการควบคุมการโฆษณาเครื่องคั้มแอลกอฮอล์ เนื่องด้วย จากงานศึกษาวิจัยพบตรงกันว่า การจดจำโฆษณาได้มีความสัมพันธ์กับความอยากลองที่เพิ่มขึ้นเป็น 4 เท่าในกลุ่มที่ไม่เคยคั้ม และ 2.5 เท่าในกลุ่มที่เคยคั้ม นอกจากนี้พบว่า เด็กและเยาวชนทั่วประเทศจดจำโฆษณาสุราได้น้อยกว่า 1 ยี่สิบ ถึงร้อยละ 92 ของกลุ่มตัวอย่าง 2,943 คน รวมทั้งพบว่า การโฆษณาทำให้เกิดความจงรักภักดี (Loyalty) และจดจำได้หมายรู้ตราสินค้า (Brand Recall)

ความเห็นฝ่ายที่สอง

โฆษณา เครื่องคั้มแอลกอฮอล์

แสดงชื่อหรือเครื่องหมาย + อันเป็นการอวดอ้างสรรพคุณหรือชักจูงใจให้คั้มโดยตรงหรือโดยอ้อม

การทำความเข้าใจมาตรา 32 วรรคแรก จะต้องโยงไปดูคำนิยามของคำว่า “โฆษณา” ตามที่กฎหมายกำหนดไว้ (มาตรา 3) เพื่อจะนำไปสู่ปัญหาการตีความได้อย่างถูกต้องสอดคล้องกับเจตนารมณ์ของการออกกฎหมายฉบับนี้โดย โฆษณามีความมุ่งหมายหลักก็คือทำขึ้นเพื่อประโยชน์

ทางการค้า จากคำนิยามและเจตนารมณ์ของกฎหมาย ทำให้สามารถพิจารณาข้อกฎหมายในมาตรา 32 วรรคแรกได้ ดังนี้¹²

1. ห้ามมิให้ผู้ใดโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ สามารถอธิบายได้ว่า “โฆษณา” ได้แก่ การกระทำไม่ว่าโดยวิธีใดๆ ให้ประชาชนเห็น ได้ยินหรือทราบข้อความ โดย “ข้อความ” หมายรวมถึงการกระทำที่ปรากฏด้วยตัวอักษร ภาพ ภาพยนตร์ แสง เสียง เครื่องหมายหรือการกระทำอย่างใด ๆ ที่ทำให้นุคคลทั่วไปสามารถเข้าใจความหมายได้ การโฆษณาในมาตรานี้ หมายรวมถึงการสื่อสารการตลาดด้วย เช่น การจัดกิจกรรมต่างๆอย่างเป็นกระบวนการในลักษณะให้ผู้บริโภคได้เห็น ได้ยิน ทราบข้อความนั้น หรือจดจำตราสินค้าได้ หรือการสร้างภาพลักษณ์ตราสินค้าให้มีการบริโภคมากขึ้นๆนั่นเอง

การโฆษณาที่พบเห็นโดยทั่วไป ทั้งที่เป็นป้าย รูป ข้อความ เหล่านั้น ต้องถือว่า ทำไปเพื่อประโยชน์ในทางการค้าเป็นเป้าหมายของการกระทำอยู่แล้ว ซึ่งมีความหมายอยู่ในตัวว่า ผู้โฆษณาต้องการเพียงเพิ่มยอดขาย การที่ยอดขายเพิ่มขึ้นก็คือมีคนดื่มมากขึ้น การโฆษณาจึงเป็นการจูงใจให้ดื่ม จึงไม่จำเป็นต้องมีถ้อยคำ “ชักจูงใจให้ดื่ม” มาต่อท้ายอีก เพราะจะเป็นการซ้ำซ้อนโดยไม่จำเป็น

2. ห้ามมิให้ผู้ใด แสดงชื่อหรือเครื่องหมายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อันเป็นการอวดอ้างสรรพคุณหรือชักจูงใจให้ผู้อื่นดื่มโดยตรงหรือโดยอ้อม สามารถอธิบายได้ว่า ในส่วนข้อความนี้ ต้องเข้าใจก่อนว่า ข้อความนี้ไม่ใช่การโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มิฉะนั้นจะไปซ้ำซ้อนกับกับส่วนแรกที่เป็นการโฆษณาโดยตรง

การแสดงชื่อหรือเครื่องหมาย ในส่วนนี้ แม้กริยาอาการจะคล้ายเป็นการโฆษณา แต่ต้องไม่ใช่โฆษณาตามความหมายของกฎหมายนี้ นั่นก็คือ มิใช่เพื่อประโยชน์ทางการค้า ตัวอย่างเช่น หากมีการกล่าวอวดอ้างสรรพคุณหรือชักจูงใจให้ผู้อื่นดื่ม โดยกล่าวถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ชื่อนั้น หรือ เครื่องหมายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ชนิดนั้น โดยผู้กระทำมิใช่ผู้ผลิตหรือผู้ขาย จึงย่อมมิได้กระทำไปเพื่อประโยชน์ทางการค้า ตัวอย่าง เช่น¹³

“นาย ก ได้กล่าวต่อที่ประชุมในบริษัทแห่งหนึ่งต่อหน้าพนักงานว่า “คืนนี้ผมจะจัดเลี้ยงฉลองงานครบรอบบริษัท และจะเลี้ยงสุรายี่ห้อ A แก่ทุกคน ขอเชิญมาร่วมงานได้”

¹² แสง บุญเฉลิมวิภาส , การโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ปัญหาการตีความกฎหมาย , จุลสารสำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ , หน้า 9 -11

¹³ สัมภาษณ์ ประธานคณะกรรมการกร่าง พ.ร.บ. ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551, วันที่ 31 ตุลาคม 2554

วิเคราะห์ได้ ดังนี้

ประเด็น “โฆษณา” : กรณีนี้ ถือว่า นาย ก ไม่ผิดมาตรา 32 ส่วนแรก เพราะโฆษณา ต้องทำเพื่อประโยชน์ทางการค้า การที่นาย ก พุด แม้ว่าจะเป็น การโฆษณา แต่เนื่องจากไม่เป็นเพื่อประโยชน์ทางการค้า เช่นนี้ ไม่ผิดส่วนแรก

ประเด็น “การแสดงชื่อหรือเครื่องหมาย” ชักงูใจให้ผู้อื่นดื่ม เช่นนี้ นาย ก มีความผิดในมาตรา 32 ส่วนที่สอง เพราะการพุดถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ดังกล่าว พร้อมกับการเชิญชวนในลักษณะนี้เป็นการชักงูใจให้ดื่ม

หรือตัวอย่างเช่น กรณีมีการแสดงชื่อหรือเครื่องหมายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในการเรียนการสอนนักศึกษาสาขาการ โรงแรม เห็นได้ว่า กรณีนี้ทำไปเพื่อการเรียนการสอน จึงไม่ถือว่า มีวัตถุประสงค์เพื่อประโยชน์ในทางการค้า จึงไม่เป็นความผิด หรือในเมนูรายการอาหารในร้านค้า แม้มีชื่อหรือเครื่องหมายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์พร้อมกับราคาแต่ละยี่ห้อต่างๆ ไป เช่นนี้ถึงถือว่า เพื่อให้ผู้บริโภคทราบราคาเท่านั้นเป็นการคุ้มครองผู้บริโภค ยังไม่ผิดในมาตรานี้ แต่ถ้าหากเป็นการแสดงชื่อหรือเครื่องหมายเกินกว่าที่แสดงราคาไว้ในเมนู เช่น มีรูปโลโก้ตราสินค้าและขวดหรือภาพแก้วเบียร์เพิ่มเติมประกอบเข้ามาอีก เช่นนี้ถือว่าเป็นความผิดได้¹⁴

กรณีเช่นนี้ไม่ต้องด้วยข้อความในตอนแรกของมาตรา 32 วรรคแรก เพราะคำนิยาม การโฆษณาจะต้องทำไปเพื่อประโยชน์ทางการค้า แต่ผู้กระทำในกรณีนี้มีใช่ผู้ขายหรือผู้ผลิต แต่ก็แสดงออกซึ่งการกระทำในลักษณะที่เป็นการอวดอ้างสรรพคุณหรือชักงูใจให้ผู้อื่นเห็นดีเห็นงามกับการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ยี่ห้อต่างๆ ซึ่งจะพบเห็นเทคนิคแบบนี้จากสื่ออิเล็กทรอนิกส์สมัยใหม่ ที่บุคคลทั้งหลายโดยเฉพาะกลุ่มเยาวชนเข้าถึงได้ง่าย จึงต้องควบคุมถึงกรณีดังกล่าวด้วย

หากพิจารณากฎหมาย โดยแยกเป็น 2 กรณี ดังกล่าว ย่อมทำให้เกิดความชัดเจนในการบังคับใช้กฎหมาย และมีความสอดคล้องกับสิ่งที่กฎหมายประสงค์จะคุ้มครองหรือเจตนารมณ์ของกฎหมายด้วย และสามารถอธิบายได้อย่างมีเหตุผล แต่หากโยงคำว่า โฆษณา ให้ไปเชื่อมความตอนท้ายว่า การโฆษณาจะต้องอวดอ้างสรรพคุณหรือชักงูใจด้วย ก็จะทำให้เกิดความสับสนในถ้อยคำของตัวบทกับนิยามว่า เมื่อความหมายของโฆษณา รวมถึงการแสดงข้อความและรวมถึงการสื่อสารการตลาด ก็มีความหมายอยู่ในตัวแล้วว่าเป็นการชักงูใจ ทำไมเขียนขยายความในมาตรา 32 อีก ข้อความในมาตรา 32 วรรคแรกจึงต้องแยกพิจารณาเป็น 2 กรณีดังกล่าว

¹⁴ จันทิมา ธนาสว่างกุล, *อ้าวแล้ว เจริญรกรที่ 1*, หน้า 213



แนวคำวินิจฉัยของศาล

การบังคับใช้กฎหมาย ชั้นฟ้องคดี ที่ศาลได้ตัดสินไว้ ในประเด็นความผิดตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องคัมแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 มีดังต่อไปนี้

คำพิพากษาศาลจังหวัดเชียงใหม่ คดีหมายเลขแดงที่ 180/2553 ตัดสินเมื่อวันที่ 3 กุมภาพันธ์ 2553 ว่าข้อเท็จจริงได้ความว่า ผู้จัดการร้านได้นำป้ายโฆษณาเครื่องคัมแอลกอฮอล์ยี่ห้อไฮเนเก้น โดยระบุข้อความว่า “ซื้อ 1 แกรม 1 ก่อน 2 ทุ่มครึ่ง 20 AUGUST 2009” นำป้ายประเภทกล่องไฟโฆษณาเครื่องคัมแอลกอฮอล์ยี่ห้อ 100 เปเปอร์ PIPERS ระบุข้อความว่า “Giverfriends 100%” พิมพ์สิ่งพิมพ์โฆษณาบนแผ่นกระดาษที่มีรูปหมี่แพนด้าถือป้าย และป้ายมีข้อความว่า “ไปเวอร์มได้อีกเปิด 100 เปเปอร์ Piper Lite รับฟรี 10 อย่าง (เฉพาะอาทิตย์-พฤหัสบดี ก่อน 2 ทุ่มครึ่ง ยกเว้นวันหยุดนักขัตฤกษ์) เปิด CHIVAS AS/100 Piper 8 ปี รับฟรี Mixer 1 ชุด (เฉพาะอาทิตย์-พฤหัสบดี ก่อน 2 ทุ่มครึ่ง ยกเว้นวันหยุดพิเศษและวันก่อนวันหยุดนักขัตฤกษ์) ฉลองวันเกิดเปิด Ballantines 1 ขวด รับฟรี 100 Piper 70 CL. 1 ขวด (ใช้สิทธิได้ทุกวันแสดงบัตรประจำตัวประชาชนตรงตามวันเกิดก่อน 2 ทุ่มครึ่ง) โดยโฆษณาไว้ที่หน้าร้านดังกล่าว ซึ่งประชาชนทั่วไปสามารถมองเห็นได้ และโฆษณาพิมพ์ชื่อสุราต่างๆบนเว็บไซต์ เพื่อให้ประชาชนทั่วไปที่เข้าเว็บไซต์ได้อ่านข้อความต่างๆ เกี่ยวกับการโฆษณาสุราเพื่อประโยชน์ทางการค้าของจำเลย อันเป็นการโฆษณาแสดงชื่อ เครื่องหมายของเครื่องคัมแอลกอฮอล์ อันเป็นการอวดอ้างสรรพคุณ โดยปรากฏภาพสัญลักษณ์ของเครื่องคัมและของผู้ผลิตเครื่องคัมแอลกอฮอล์นั้น ทั้งนี้เพื่อชักจูงใจให้ผู้อื่นคัมโดยตรงหรือโดยอ้อม และมีใช่เป็นการให้ข้อมูลข่าวสารและความรู้เชิงสร้างสรรค์ อันเป็นการผิดกฎหมายพิพากษาว่า จำเลยมีความผิดตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องคัมแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 มาตรา 32 วรรคหนึ่ง , 43 วรรคหนึ่ง ให้ลงโทษปรับ 200,000 บาท

คำพิพากษาศาลจังหวัดราชบุรี คดีหมายเลขแดงที่ 1147 / 2554 ตัดสินเมื่อวันที่ 27 เมษายน 2554 โดยมีข้อเท็จจริงว่า ร้านค้าของจำเลยเป็นร้านขายส่งสุราชนิดต่างๆพบว่ามีการค้าคัมแผ่นป้ายและสื่อประเภทต่างๆภายในและหน้าร้าน โดยก่อนถึงร้าน 50 เมตร สามารถมองเห็นป้ายชื่อร้านและป้ายโฆษณาเครื่องคัมแอลกอฮอล์ 2 ชนิด คือ 100 PIPERS และ Johnnie walker ซึ่งภายในร้านยังพบป้ายโฆษณาของสินค้าเครื่องคัมแอลกอฮอล์จำนวนมาก รวมทั้งป้ายไว้นิลสำหรับบังแดดหน้าร้าน ศาลเห็นว่า แม้ป้ายโฆษณาเหล่านั้นจำเลยที่ 2 (เจ้าของร้าน) ไม่ได้ทำขึ้นเอง แต่ได้รับจากบริษัทผู้จำหน่ายและนำเข้าเครื่องคัมแอลกอฮอล์ และเป็นผู้มาดำเนินการติดตั้งให้ แต่การติดตั้งต้องได้รับความยินยอมจากจำเลยที่ 2 ก่อน ซึ่งประโยชน์จากการโฆษณาไม่ว่าจะเพื่อให้ประชาชนทราบว่าจำเลยจำหน่ายสินค้าประเภทใด หรือเพื่อเหตุผลอื่น ก็ไม่อาจปฏิเสธได้ว่าจำเลยได้รับประโยชน์จากการโฆษณาที่ติดที่ร้านจำเลย สำหรับประเด็นว่าเป็นการโฆษณาเป็นการ

อวดอ้างสรรพคุณหรือชักจูงใจให้ดื่มไม่ว่าโดยตรงหรือโดยอ้อมนั้น เห็นว่า แม้ไม่อาจถือว่าเป็น การโฆษณาของจำเลยที่เป็นการอวดอ้างสรรพคุณ แต่จะอ้างว่าการโฆษณาเพื่อประชาสัมพันธ์ให้ ลูกค้าทราบว่ามีสินค้าประเภทใดบ้าง หากเป็นเช่นนั้นการทำเพียงคิดป้ายเครื่องหมายการค้าหรือ ชื่อของสินค้าน่าจะเป็นการเพียงพอ ไม่จำเป็นต้องมีภาพสวยงามสีสันสะดุดตาหรือถ้อยคำที่อ่าน แล้วเกิดความสนใจ สะดุดใจในสินค้าและมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจจะซื้อสินค้านั้นหรือเลือกที่จะ ซื้อสินค้านั้นแทนที่จะเลือกสินค้าอื่น เช่น เอกสารที่มีข้อความ PARTNERSHIP OF CHAMPIONS และมีเครื่องหมายการค้าของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และชื่อทีมฟุตบอลดังของ อังกฤษ ก็ถือได้ว่าการชักจูงใจหรือชักนำให้ดื่มโดยทางอ้อมตามที่กฎหมายบัญญัติแล้ว เพราะ ตามปกติผู้โฆษณาจะเลี่ยงไม่ใช้คำพูดที่เป็นการชักชวนโดยตรง กฎหมายจึงต้องมีการบัญญัติให้ ครอบคลุมเพื่อป้องกันการเลี่ยงกฎหมาย ส่วนการที่จำเลยนำสืบถึงถ้อยคำที่ปรากฏในโฆษณาตาม ภาพถ่ายเอกสาร ได้แก่ คำว่า ใส่ใจขึ้นอีกนิดชีวิตดีขึ้นอีกเยอะ , คุณค่าแห่งบุรุษตอบได้ด้วยสิ่งที่ทำ , แมนๆ ใจๆ ให้เพื่อนหมดเลย ,สร้างแรงบันดาลใจในทุกโอกาส ,เหนือกว่าได้ด้วยทุกรายละเอียด ศาลเห็นว่าข้อความเหล่านั้น หากเป็นการให้ความหมายโดยทั่วไปก็จะไม่แตกต่างจากที่จำเลยนำ สืบ แต่เมื่อข้อเท็จจริงปรากฏว่าข้อความเหล่านั้นปรากฏอยู่บนโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และ ดิจอยู่ในร้านขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การให้ความหมายเพียงตัวอักษรคงไม่เพียงพอในกรณี ดังกล่าว เมื่อเห็นข้อความและแวดล้อมอื่นแล้วก็ถือได้ว่าเป็นการชักจูงใจหรือชักนำให้ดื่มโดย ทางอ้อมตามที่กฎหมายบัญญัติแล้ว ป้ายโฆษณาแสดงข้อความข้อความศูนย์บริการหมายเลข โทรศัพท์และเครื่องหมายการค้า สื่อให้เห็นถึงการชักชวนให้มาใช้บริการคือชื่อเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์นั่นเองพร้อมหมายเลขโทรศัพท์ จึงเป็นการชักจูงใจหรือชักนำให้ดื่มโดยทางอ้อม ตามที่กฎหมายบัญญัติแล้ว พิพากษาว่า มีความผิดตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 มาตรา 32...

คำพิพากษาศาลจังหวัดราชบุรี ตัดสินเมื่อวันที่ 20 กันยายน 2554พิเคราะห์แล้ว ข้อเท็จจริงรับฟังได้ในเบื้องต้นว่า ในวันและเวลาดังกล่าวที่เกิดเหตุตามฟ้อง จำเลยกระทำการ โฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ยี่ห้อ ไฮเนเก้น, เฟดเดอร์บอย, เซียร์ - เอ็กซ์ตร้า, ซ้าง, ไทเกอร์ และ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ประเภทไวน์ ยี่ห้อ SPY ตามภาพถ่าย 15 ภาพ มีปัญหาต้องวินิจฉัยว่า การ โฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ของจำเลย มีลักษณะอวดอ้างสรรพคุณหรือ ชักจูงใจให้ดื่มโดยตรง หรือโดยอ้อม ตามที่โจทก์ฟ้องหรือไม่ เห็นว่าเมื่อพิจารณาตามภาพถ่ายหมาย จ.1 แผ่นที่ 5 เป็นภาพ ผ่าเบียร์ไฮเนเก้น โดยมีภาพภูเขาน้ำแข็งเป็นฉากหลัง พร้อมกับมีข้อความ “สัมผัสประสบการณ์เย็น สุดขั้วต่ำกว่า 0 องศา ที่นี้เย็นลง....อะไรก็ดีขึ้น” โดยคุณภาพประกอบข้อความแล้ว มีลักษณะเป็นการ ชักจูงใจให้บุคคลอื่น อยากดื่มเบียร์ไฮเนเก้น โดยตรง เพราะเมื่อประชาชนโดยทั่วไปเห็นภาพใน

ลักษณะเช่นนี้ก็จะเกิดความสนใจหรือสะดุดใจจนมีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้าชนิดนี้มากกว่าซื้อสินค้าของกลุ่มที่ไม่มีสภาพในลักษณะเดียวกัน การกระทำของจำเลยจึงเป็นความผิดตามที่โจทก์ฟ้องแล้ว กรณีไม่จำเป็นต้องวินิจฉัยว่า การโฆษณาเบียร์หรือไวน์ ยี่ห้ออื่นอีก

พิพากษาว่า จำเลยมีความผิดตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 มาตรา 32...

สำหรับข้อมูลที่ได้จากการสอบถามกลุ่มประชากรที่เป็นประชาชน นักเรียน นักศึกษา เกี่ยวกับภาพป้ายโฆษณาประชาสัมพันธ์ในพื้นที่อำเภอเมืองเชียงใหม่ พบว่า ร้อยละ 79.3 เคยพบเห็นป้ายที่แสดงถึงชื่อ เครื่องหมายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และร้อยละ 78.21 ตอบว่า เป็นป้ายโฆษณาชื่อหรือเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยร้อยละ 45.14 ตอบว่า เป็นป้ายโฆษณาชื่อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยตรง ส่วนอีกร้อยละ 33.07 ตอบว่า เป็นป้ายโฆษณาชื่อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยอ้อม และเมื่อถามว่าป้ายดังกล่าวเป็นการชักจูงใจให้อยากดื่มหรือไม่ กลุ่มตัวอย่างดังกล่าวร้อยละ 41.21 ตอบว่า เป็นการชักจูงใจอีกแบบหนึ่งเพราะจำชื่อหรือเครื่องหมายได้ ส่วนร้อยละ 32.02 ตอบว่า เป็นเพียงการแสดงว่าสถานที่นั้นมีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จำหน่าย และร้อยละ 26.77 ตอบว่า ไม่เป็นการชักจูงใจให้ดื่มแต่อย่างใด ดังนั้นประเด็นความเข้าใจในเรื่องของป้ายโฆษณาต่างๆ ในความเห็นของประชาชนทั่วไป จึงสามารถสรุปได้ว่า คนทั่วไปในแบบวิญญูชน เห็นว่า ป้ายต่างๆ เหล่านั้น “เป็นการแสดงถึงการโฆษณาชื่อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์” และยังเห็นว่า เป็นการชักจูงใจอีกแบบหนึ่ง เพราะเมื่อเห็นแล้วจำชื่อหรือเครื่องหมายได้

ประเด็นข้อกฎหมายในต้วบทมาตรา 32 วรรคแรก ที่บัญญัติว่า “ห้ามมิให้ผู้ใดโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือแสดงชื่อหรือเครื่องหมายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อันเป็นการอวดอ้างสรรพคุณหรือชักจูงใจให้ผู้อื่นดื่มโดยตรงหรือโดยอ้อม....” ผู้วิจัยเห็นว่า หากพิจารณาและอ่านข้อความทั้งวรรคนี้ มีลักษณะของการกระทำอยู่สองลักษณะ คือ

หนึ่ง ข้อความประโยคแรก “ห้ามโฆษณา”

สอง ข้อความประโยคที่สอง “ห้ามแสดงชื่อหรือเครื่องหมาย”

ข้อความส่วนหลัง ที่ว่า “อันเป็นการอวดอ้างสรรพคุณหรือชักจูงใจให้ผู้อื่นดื่มโดยตรงหรือโดยอ้อม” เป็นส่วนขยายทั้งหมดของประโยคหรือขยายเฉพาะประโยคที่สองนั้น หากอ่านข้อความทั้งวรรค โดยมีได้คำนึงถึงคำนิยามของโฆษณา (ตามมาตรา 3) จะทำให้เข้าใจไปว่า การโฆษณาจะต้องประกอบไปด้วยอันเป็นการอวดอ้างสรรพคุณหรือชักจูงใจให้ผู้อื่นดื่มโดยตรงหรือโดยอ้อม ทั้งนี้เพราะต้วบทที่บัญญัติในลักษณะไม่มีการวรรคต่อคำทั้งวรรค จึงทำให้อ่านแล้ว

เข้าใจไปว่า การโฆษณาจะต้องประกอบไปด้วย อันเป็นการอวดอ้างสรรพคุณหรือชักจูงใจให้ผู้อื่น คิ้มโดยตรงหรือโดยอ้อม ดังนั้นจึงทำให้นักกฎหมายส่วนหนึ่งมีความเห็นว่า¹⁵ การโฆษณาที่จะผิด ในวรรคแรกของมาตรา 32 จะต้องเข้าองค์ประกอบของการอวดอ้างสรรพคุณหรือชักจูงใจให้ผู้อื่น คิ้มโดยตรงหรือโดยอ้อม มิใช่เป็นเพียงการแสดงชื่อหรือเครื่องหมายของเครื่องคิ้มแอลกอฮอล์

ผู้วิจัยขอยกตัวอย่าง เช่น หากมีป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ตั้งอยู่ริมสี่แยกแห่งหนึ่ง มีเพียงชื่อ ของเครื่องคิ้มแอลกอฮอล์ แต่ไม่มีภาพของสินค้าหรือบรรจุภัณฑ์เครื่องคิ้มแอลกอฮอล์ จะเป็น ความผิดตามมาตรา 32 วรรคแรกหรือไม่? กรณีนี้หากพิจารณาตามความเห็นของนักกฎหมาย ดังกล่าวข้างต้นก็จะมีผลไปว่ากรณีเช่นนี้ไม่เป็นความผิดตามมาตรา 32 วรรคแรก เพราะไม่เข้า องค์ประกอบทั้งหมดตามที่บัญญัติไว้ทั้งวรรคแรกในมาตรา 32 โดยมีเหตุผลว่ากฎหมายนี้เป็น กฎหมายที่มีโทษอาญา การตีความจึงต้องตีความ โดยเคร่งครัด จะตีความโดยขยายความเพื่อลงโทษ ไม่ได้

อย่างไรก็ตาม หากทำความเข้าใจถึงการบัญญัติกฎหมายและการตีความกฎหมายในมาตรา 32 วรรคแรกนี้ โดยคำนึงถึงเจตนารมณ์ของกฎหมายและโยงกับความหมายที่กฎหมายได้นิยามไว้ ของคำว่า “โฆษณา” ก็จะทำให้ความคลุมเครือเกี่ยวกับการใช้การตีความข้อกฎหมายในมาตรา ดังกล่าว ชัดเจนขึ้น กล่าวคือ¹⁶ นักวิชาการด้านนิติศาสตร์เห็นตรงกันว่า การตีความในระบบ กฎหมายไทย ยังมีความลึกลับและคลาดเคลื่อนอยู่ โดยมักจะตีความแบบระบบอังกฤษที่ยึด ความหมายตามตัวอักษรเป็นสำคัญ ไม่คำนึงถึงเจตนารมณ์ของกฎหมายตั้งแต่เริ่มแรก ทำให้ ความหมายที่ได้แคบเกินไป กล่าวอีกนัยหนึ่งคือ ในการพิจารณาเบื้องต้นจะต้องพิจารณาทั้ง ความหมายตามตัวอักษรและความหมายตามเจตนารมณ์ของกฎหมายควบคู่กันไป หากผลออกมา เหมือนกัน ผู้ตีความจะอ้างหลักใดก็ได้ (ตามตัวอักษร /ตามเจตนารมณ์) แต่หากผลที่ได้ต่างกัน ผู้ ตีความจะต้องคำนึงถึงผลที่ได้จากการตีความนั้นว่า ชัดต่อสามัญสำนึกและเกิดผลประหลาด หรือไม่ ความสัมพันธ์ระหว่างการตีความและการใช้กฎหมายอาจสร้างความยุ่งยากหรือพันกัน ไปหมด เช่น ในประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์มาตรา 4 ที่ว่า “การใช้กฎหมายนั้นต้องใช้ใน บรรดากรณีซึ่งต้องด้วยบทบัญญัติใดๆ แห่งกฎหมายตามตัวอักษรหรือตามความมุ่งหมายของ

¹⁵ ประเวศ อรรถศุภผล , ปัญหาข้อกฎหมายในการควบคุมการ โฆษณาเครื่องคิ้มแอลกอฮอล์ ตาม มาตรา 32 แห่งพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องคิ้มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 หน้า 6 ,ใน <http://www.krisdika.go.th/wps/portal/general>

¹⁶ ธานินทร์ กรีวิเชียร, ความสำคัญของการตีความในวิชาชีพกฎหมาย : การใช้การตีความกฎหมาย กองทุนศาสตราจารย์ จิตติ ดิงศภัทย์, พิมพ์ครั้งที่ 3 กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์วิญญูชน , 2552, หน้า 6-7

บทบัญญัตินั้น” คำว่า “หรือ” ดังกล่าวในทางตรรกวิทยาคืออย่างใดอย่างหนึ่ง อะไรก็ได้ระหว่างสองสิ่ง แต่ในการตีความนี้หมายถึงว่า เวลาใช้ตัวบทปรับแก้กรณีนั้น สำคัญอยู่ที่ว่ากฎหมายต้องด้วยกรณีหรือไม่ ถ้าต้องด้วยกรณีแล้ว ไม่ว่าจะต้องด้วยกรณีตามถ้อยคำหรือตามความมุ่งหมายก็ปรับใช้ได้ ขอให้ต้องด้วยกรณีก็แล้วกัน ดังนั้น “หรือ” ในที่นี้หมายถึง การที่เรารู้ว่าบทบัญญัตินั้นๆ ต้องด้วยกรณีหรือไม่ ต้องพิจารณาความมุ่งหมายเสมอ¹⁷ หรือกล่าวได้ว่า ไม่มีถ้อยคำตามตัวอักษรที่ไม่ถูกกำกับด้วยความมุ่งหมาย ในขณะที่เดียวกันก็ไม่มีความมุ่งหมายที่แตกต่างหากจากตัวอักษร จึงต้องมองเห็นความมุ่งหมายของบทบัญญัติกฎหมายที่อยู่ในตัวอักษร และมองให้เห็นว่าตัวอักษรเป็นเครื่องสะท้อนความมุ่งหมายได้อย่างไร ต้องมีความรู้ ต้องเป็นผู้รู้

ในเรื่องการใช้การตีความกฎหมายนั้น โดยทั่วไปหมายความว่า¹⁸ การตีถ้อยคำของกฎหมายให้ได้เป็นข้อความที่จะนำไปวินิจฉัยชี้ขาดข้อพิพาท หรือ การขบคิดค้นหาข้อความหรือความหมายจากบทบัญญัติของกฎหมายโดยวิธีใช้เหตุผล ตามหลักตรรกวิทยาและสามัญสำนึกเพื่อจะนำไปใช้ตัดสินคดีข้อพิพาทได้อย่างถูกต้อง คือ เหมาะเจาะเหมาะสมและเป็นธรรม การตีความเป็นศาสตร์และศิลป์ ทั้งนี้ต้องเข้าใจระบบกฎหมายและบริบทสังคมด้วย หลักการตีความในระบบซีวิลลอว์นั้น แตกต่างอยู่บ้างกับระบบคอมมอนลอว์ กล่าวคือ ในหลักการแล้ว การตีความกฎหมายต้องอ่านข้อความแวดล้อมและอ่านข้อความทั้งหมด ทั้งสองประการนี้คือ การค้นหาเหตุผลของกฎหมาย (*Ratio Legis*) หรือค้นหาความมุ่งหมาย ซึ่งก็คือ เจตนารมณ์หรือจิตวิญญาณของกฎหมายนั่นเอง (*Spirit of the Law*) นอกจากนี้หากพิจารณาหลักเกณฑ์การตีความกฎหมายอาญา จะเห็นได้ว่ามีหลักคือ¹⁹ ต้องยึดหลักการตีความตามตัวอักษรกับการตีความตามความมุ่งหมายควบคู่กันไป ส่วนจะตีความแคบหรือกว้าง หรือตีความโดยขยายความต้องพิจารณาความมุ่งหมายหรือเจตนารมณ์แห่งบทบัญญัตินั้นๆ มิใช่ว่ากฎหมายอาญาต้องตีความ โดยเคร่งครัดหรือตีความแคบ

¹⁷ กิตติศักดิ์ ปรกติ, *หลักทั่วไปเกี่ยวกับการใช้การตีความกฎหมาย: การใช้การตีความกฎหมายกองทุนศาสตราจารย์ จิตติ ดิงศภักดิ์*, พิมพ์ครั้งที่ 3 กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์วิญญูชน , 2552 , หน้า 71

¹⁸ สมยศ เชื้อไทย, *คำอธิบายวิชากฎหมายแพ่ง : หลักทั่วไป ความรู้กฎหมายทั่วไป*, พิมพ์ครั้งที่ 17 กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์วิญญูชน, 2554 , หน้า 159-160

¹⁹ แสง บุญเฉลิมวิภาส, *หลักกฎหมายอาญา*, กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ , 2539 , หน้า 31

เสมอไป การตีความกว้างหรือขยายความก็อาจทำได้หากไม่เปลี่ยนแปลงความมุ่งหมายหรือเจตนารมณ์แห่งบทบัญญัตินั้น

ดังนั้นประเด็นปัญหาความเข้าใจและการตีความข้อกฎหมายเรื่องการโฆษณาในมาตรา 32 วรรคแรก จึงสรุปได้ว่า ข้อความที่บัญญัติว่า “ห้ามมิให้ผู้ใดโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือแสดงชื่อหรือเครื่องหมายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อันเป็นการอวดอ้างสรรพคุณหรือชักจูงใจให้ผู้อื่นดื่มโดยตรงหรือโดยอ้อม” การทำความเข้าใจในตวับทดังกล่าว โดยผู้ใช้บังคับกฎหมายในระดับปฏิบัติ ได้แก่ ตำรวจ อัยการและศาล ยังเข้าใจไปว่า การโฆษณาต้องประกอบไปด้วย..อันเป็นการอวดอ้างสรรพคุณหรือชักจูงใจให้ผู้อื่นดื่มโดยตรงหรือโดยอ้อม ขณะที่นักวิชาการและผู้บัญญัติกฎหมายได้ให้ความเข้าใจและแสดงถึงนิติวิธีหรือการใช้การตีความกฎหมายดังกล่าวว่า ผู้ใช้กฎหมายต้องคำนึงถึงเจตนารมณ์ตลอดจนนิยามความหมายและโยงไปตวับท ก็จะทำให้การใช้กฎหมายมาตรานี้ ถูกต้องตามความมุ่งหมายที่แท้จริง อย่างไรก็ตามปัญหาตวับทมาตรา 32 วรรคแรกนี้ ที่นักกฎหมายและผู้ใช้กฎหมายส่วนใหญ่เมื่ออ่านตวับทดังกล่าว จะให้ความเห็นไปในทำนองว่า ตวับทมิได้บัญญัติให้มีการเว้นวรรคตั้งแต่คำว่า “หรือ” จึงทำให้เข้าใจว่าต้องแปลความติดกันทั้งประโยค ผู้วิจัยเห็นว่า ประเด็นนี้หากผู้ใช้กฎหมายตีความแบบยึดตามตัวอักษรเท่านั้นก็อาจจะทำให้เกิดปัญหาขึ้นได้ ในอนาคตอาจปรับแก้ไข โดยให้มีการวรรคข้อความหลังคำว่า เครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือปรับเป็นอีกรวรรคหนึ่ง ดังนี้

(เดิม)

“ห้ามมิให้ผู้ใดโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือแสดงชื่อหรือเครื่องหมายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อันเป็นการอวดอ้างสรรพคุณหรือชักจูงใจให้ผู้อื่นดื่มโดยตรงหรือโดยอ้อม”

(ปรับแก้เป็น 1)

“ห้ามมิให้ผู้ใดโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หรือแสดงชื่อหรือเครื่องหมายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อันเป็นการอวดอ้างสรรพคุณหรือชักจูงใจให้ผู้อื่นดื่มโดยตรงหรือโดยอ้อม”

(ปรับแก้เป็น 2)

“ห้ามมิให้ผู้ใดโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์”

“ห้ามมิให้ผู้ใดแสดงชื่อหรือเครื่องหมายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อันเป็นการอวดอ้างสรรพคุณหรือชักจูงใจให้ผู้อื่นดื่มโดยตรงหรือโดยอ้อม”

นอกจากนี้ปัญหาการตีความเกี่ยวกับการโฆษณาในด้านตวับทดังกล่าวนี้ ผู้วิจัยพบว่าในบริเวณตัวเมืองเชียงใหม่ ถนนต่างๆมักจะมีป้ายโฆษณาต่างๆมากพอสมควร รวมทั้งป้ายเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ติดตั้งโดยมีรูปเครื่องหมายการค้าหรือมีชื่อชื่อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ประกอบ

รูปและถ้อยคำเตือนบ้าง ถ้อยคำอื่นบ้าง ในประเด็นนี้พบว่า ผู้บังคับใช้กฎหมายโดยเฉพาะตำรวจ และเจ้าหน้าที่สาธารณสุขมีความเห็นว่าเป็นป้ายโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ แต่ก็ไม่แน่ใจว่าจะผิดตามมาตรา 32 หรือไม่ ทั้งนี้ยังพบว่า มีหน่วยงานรับผิดชอบหลายฝ่าย ได้แก่ การติดตั้งป้ายต้องได้รับอนุญาตจากเทศบาลเพื่อเสียภาษีป้าย ขณะเดียวกันป้ายดังกล่าวเนื้อหาในป้ายอาจมีลักษณะคาบเกี่ยวกับข้อกฎหมายตามมาตรา 32 แห่งพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ดังนั้นการมีป้ายเหล่านี้ไม่มีการตรวจสอบเนื้อหาจากหน่วยงานสาธารณสุขจังหวัด หรืออาจกล่าวได้ว่าสาธารณสุขจังหวัดไม่มีอำนาจในการตรวจสอบเนื้อหาของป้ายก่อนที่เทศบาลอนุญาตติดตั้ง จึงมีข้อเสนอว่า กรณีป้ายต่างๆที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หากจะอนุญาตให้ติดตั้งโดยเทศบาล ควรให้มีการตรวจสอบเนื้อหาโดยคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จังหวัดก่อน หรืออาจให้สำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีความเห็นว่าเป็นไปตามที่กฎหมายกำหนดหรือไม่

3.2.5 ปัญหาการเปรียบเทียบคดีและการใช้มาตรการด้านเงินสินบน

ประเด็นนี้พบว่า การปฏิบัติงานของพนักงานเจ้าหน้าที่ในกฎหมายนี้ประกอบไปด้วยหลายฝ่าย ไม่เฉพาะแต่เจ้าหน้าที่ตำรวจเท่านั้น และเมื่อมีการบังคับใช้ดำเนินคดีตามกฎหมาย เช่น การจับกุมและดำเนินคดีในความผิดฐานต่างๆ นอกจากจะต้องทำสวนคดีและส่งฟ้องต่ออัยการเพื่อตั้งคดีต่อศาลแล้ว ในความผิดตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 มาตรา 45 ได้กำหนดให้มีมาตรการเปรียบเทียบ (ปรับ) ดังนี้

“บรรดาความผิดตามพระราชบัญญัตินี้ให้คณะกรรมการควบคุมมีอำนาจเปรียบเทียบได้ และในการนี้ให้คณะกรรมการควบคุมมีอำนาจมอบหมายให้คณะอนุกรรมการ พนักงานสอบสวน หรือพนักงานเจ้าหน้าที่ดำเนินการเปรียบเทียบได้ โดยจะกำหนดหลักเกณฑ์ในการเปรียบเทียบหรือเงื่อนไขประการใดๆ ให้แก่ผู้ได้รับมอบหมายตามที่เห็นสมควรก็ได้

ในการสอบสวน ถ้าพนักงานสอบสวนพบว่าบุคคลใดกระทำความผิดตามพระราชบัญญัตินี้และบุคคลนั้นยินยอมให้เปรียบเทียบให้พนักงานสอบสวนส่งเรื่องมายังคณะกรรมการควบคุม หรือผู้ซึ่งคณะกรรมการควบคุมมอบหมายให้มีอำนาจเปรียบเทียบตามวรรคหนึ่งภายในเจ็ดวัน นับแต่วันที่ผู้นั้นแสดงความยินยอมให้เปรียบเทียบ

เมื่อผู้กระทำความผิดได้เสียค่าปรับตามที่เปรียบเทียบแล้วให้ถือว่าคดีเลิกกันตามประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา”

ในเรื่องการดำเนินคดี เห็นได้ว่า มีการกำหนดให้ความผิดที่มีโทษตามพระราชบัญญัตินี้ สามารถดำเนินการเปรียบเทียบคดีได้ โดยกำหนดให้บรรดาความผิดตามพระราชบัญญัตินี้ ถ้าเห็นว่า ผู้กระทำไม่ควรถูกฟ้องร้องดำเนินคดีให้ได้รับโทษถึงจำคุก กฎหมายจึงกำหนดให้มีอำนาจเปรียบเทียบได้ และเมื่อเสียค่าปรับแล้ว ให้ถือว่าคดีเลิกกัน แต่ถ้าผู้ต้องหาไม่ยอมเสียค่าปรับตามกำหนด ให้ดำเนินคดีต่อไป

คณะกรรมการควบคุมเครื่องคัมแอลกอฮอล์ได้ออกระเบียบคณะกรรมการควบคุมเครื่องคัมแอลกอฮอล์ว่าด้วยหลักเกณฑ์การเปรียบเทียบคดี ตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องคัมแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551²⁰ โดยกำหนดให้เจ้าหน้าที่ต่อไปนี้ เป็นผู้ที่มีอำนาจเปรียบเทียบ คือ

(1) คณะกรรมการควบคุม

(2) คณะอนุกรรมการ พนักงานสอบสวน หรือพนักงานเจ้าหน้าที่ ที่คณะกรรมการควบคุมมอบหมายให้มีอำนาจดำเนินการเปรียบเทียบ

สำหรับเขตอำนาจการเปรียบเทียบ กำหนดให้

-คณะกรรมการควบคุม มีอำนาจเปรียบเทียบได้ทั่วประเทศ

-คณะอนุกรรมการ ที่คณะกรรมการควบคุมมอบหมายให้มีอำนาจดำเนินการเปรียบเทียบ มีอำนาจเปรียบเทียบได้ เฉพาะท้องที่ที่มีเขตอำนาจ ตามที่ระบุในคำสั่งคณะกรรมการควบคุมเครื่องคัมแอลกอฮอล์ เรื่อง การมอบหมายให้ดำเนินการเปรียบเทียบตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องคัมแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551

-พนักงานเจ้าหน้าที่ ตามที่คณะกรรมการควบคุมมอบหมายให้มีอำนาจเปรียบเทียบได้ เฉพาะในเขตท้องที่ ที่มีอำนาจหน้าที่ดูแลและรับผิดชอบในการปฏิบัติราชการตามประกาศสำนักนายกรัฐมนตรี เรื่อง แต่งตั้งพนักงานเจ้าหน้าที่เพื่อปฏิบัติการตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่อง คัมแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551

-พนักงานสอบสวน ตามที่คณะกรรมการควบคุมมอบหมายให้มีอำนาจเปรียบเทียบได้

เมื่อเปรียบเทียบคดีแล้ว ให้ผู้มีอำนาจเปรียบเทียบ จัดทำรายงานการเปรียบเทียบ ดังนี้

-ในกรุงเทพมหานคร ให้จัดทำรายงานการเปรียบเทียบที่เกิดขึ้นในแต่ละเดือนเสนอสำนักงานภายในวันที่ 7 ของเดือนถัดไป

²⁰ ราชกิจจานุเบกษา เล่ม 127 ตอนพิเศษ 74 ง ,วันที่ 14 มิถุนายน 2553 หน้า 15

-ในเขตจังหวัดอื่น ให้จัดทำรายงานการเปรียบเทียบที่เกิดขึ้นในแต่ละเดือนเสนอสำนักงาน ภายในวันที่ 10 ของเดือนถัดไป

ให้สำนักงานรวบรวมรายงานผลการเปรียบเทียบเพื่อจัดทำสถิติเกี่ยวกับผู้ต้องหาหรือ ผู้กระทำความผิด จำนวนคดีในแต่ละข้อหาความผิด จำนวนเงินค่าปรับ จำนวนเงินส่งคลังพร้อม รายละเอียดอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งปัญหาและอุปสรรคหรือข้อเสนอแนะ (ถ้ามี) เพื่อเสนอต่อ คณะกรรมการควบคุมทราบต่อไป

ปัจจุบัน คณะกรรมการควบคุมเครื่องคัมแอลกอฮอล์ ได้มีคำสั่ง²¹ ให้ผู้ดำรงตำแหน่ง ต่อไปนี้เป็นคณะกรรมการว่าด้วยการเปรียบเทียบกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย

- ปลัดกรุงเทพมหานครหรือผู้แทน
- ผู้บัญชาการตำรวจนครบาลหรือผู้แทน
- ผู้อำนวยการสำนักอนามัยหรือผู้แทน

สำหรับคณะกรรมการว่าด้วยการเปรียบเทียบในต่างจังหวัด ประกอบด้วย

- อัยการจังหวัดหรือผู้แทน
- ผู้บัญชาการตำรวจภูธรจังหวัดหรือผู้แทน
- นายแพทย์สาธารณสุขจังหวัดหรือผู้แทน

สำหรับพนักงานเจ้าหน้าที่ ได้แก่

- อธิบดีกรมควบคุมโรค
- รองอธิบดีกรมควบคุมโรค
- ผู้อำนวยการสำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องคัมแอลกอฮอล์
- ข้าราชการสำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องคัมแอลกอฮอล์ สังกัดกรมควบคุมโรค

ระดับชำนาญการขึ้นไป

นอกจากนี้ ได้มีคำสั่งเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) เมื่อวันที่ 20 เมษายน 2554 กำหนดให้ข้าราชการ ตำรวจซึ่งเป็นพนักงานสอบสวน มีอำนาจดำเนินการเปรียบเทียบตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่อง

²¹ คำสั่งคณะกรรมการควบคุมเครื่องคัมแอลกอฮอล์ เรื่อง การมอบหมายให้ดำเนินการเปรียบเทียบตาม พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องคัมแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ,ลงวันที่ 22 พฤษภาคม 2553

คัมแอลกอซอต์ พ.ศ. 2551 เฉพาะบรรดาความคิดที่มีอัตราโทษอยู่ในเขตอำนาจศาลแขวง สามารถดำเนินการภายใต้หลักเกณฑ์และเงื่อนไขตามที่ได้อำนาจไว้ระเบียบคณะกรรมการควบคุมเครื่องคัมแอลกอซอต์ ว่าด้วยหลักเกณฑ์การเปรียบเทียบตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่อง คัมแอลกอซอต์ พ.ศ. 2551 ในประเด็นนี้หมายความว่า ดำรงสามารถเปรียบเทียบคดี (ปรับ) เพื่อให้คดีอาญาเลิกคดีได้ โดย ความคิดที่มีอัตราโทษอยู่ในเขตอำนาจศาลแขวง²² ที่ว่า

“พิจารณาพิพากษาคดีอาญา ซึ่งกฎหมายกำหนดอัตราโทษ อย่างสูงไว้ให้จำคุกไม่เกินสามปีหรือปรับไม่เกินหกหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ แต่จะลงโทษจำคุกเกินหกเดือน หรือปรับไม่เกินหนึ่งหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ ซึ่งโทษจำคุกหรือปรับอย่างใด อย่างหนึ่งหรือทั้งสองอย่างเกินอัตราที่กล่าวแล้วไม่ได้”

ดังนั้นในปัจจุบัน ดำรงซึ่งเป็นพนักงานสอบสวน สามารถเปรียบเทียบปรับได้ ทำให้มีความคล่องตัวในการบังคับการตามกฎหมายและทำให้คดีสามารถยุติลงได้อีกทางหนึ่ง นอกจากนี้เห็นว่าสอดคล้องกับหลักการทางกฎหมายเทคนิค (Technical law) ที่ต้องมีการกำหนดโทษปรับค่อนข้างสูง เพื่อยับยั้งการกระทำความผิดให้ได้ผล ทั้งนี้เป็นไปตามบัญญัติหลักการเปรียบเทียบแนบท้ายระเบียบคณะกรรมการควบคุมเครื่องคัมแอลกอซอต์ว่าด้วยหลักเกณฑ์การเปรียบเทียบตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องคัมแอลกอซอต์ พ.ศ. 2551 (แบบ ปท.๑)

จากการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิในประเด็นนี้ มีความเห็นว่า การบังคับใช้กฎหมายเพื่อควบคุมเครื่องคัมแอลกอซอต์ เจ้าหน้าที่เห็นด้วยว่า ควรมีการเปรียบเทียบคดีทั้งนี้เป็นไปตามแนวทางที่ปฏิบัติอยู่ตามกฎหมายอื่น เช่น พระราชบัญญัติสาธารณสุข พ.ศ.2535 โดยมีความเห็นเพิ่มเติมด้วยว่า ควรมีการนำเงินค่าปรับ มาใช้ให้เกิดประโยชน์ทั้งต่อเจ้าหน้าที่ ได้แก่ ควรมีการนำเงินค่าปรับบางส่วนหลังจากส่งเข้ากระทรวงแล้ว มาเป็นเงินรางวัลสนับสนุนนำจับ หรืออาจนำมาเป็นเงินกองทุนสนับสนุนการปฏิบัติงานของพนักงานเจ้าหน้าที่ ตลอดจนเสนอว่า ในความผิดบางมาตรา เช่น การห้ามขายแก่เด็กหรือคนเมา ตามมาตรา 29 ซึ่งในทางปฏิบัติ เจ้าหน้าที่ไม่สามารถตรวจจับได้เลย อาจเป็นไปได้ว่าเนื่องจากจำนวนเจ้าหน้าที่ไม่เพียงพอ ในการตรวจหรือจับดังกล่าวได้ ดังนั้น ในประเด็นนี้ อาจแก้ไข โดย การกำหนดให้มีรางวัลสนับสนุนนำจับหรือชี้ช่องให้จับ ซึ่งจะทำให้การบังคับใช้กฎหมายมีประสิทธิภาพมากขึ้น

²² พระราชบัญญัติให้ใช้พระธรรมนูญศาลยุติธรรม พ.ศ. 2543 มาตรา 25 (5)

3.2.6 ปัญหาทัศนคติของประชาชนกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ในประเด็นนี้พบว่า ปัญหาต่างๆที่เกิดขึ้นในสังคม ไม่ว่าจะเป็น อุบัติเหตุ อาชญากรรม ความรุนแรงในครอบครัว ปัญหาสุขภาพ โรคภัยไข้เจ็บ ฯลฯ ปัจจัยส่วนหนึ่งมีสาเหตุจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หรือเริ่มมาจากปัญหาการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ต่างๆ ดังนั้นจึงควรให้ความสำคัญกับการลดหรือลดการบริโภคให้มากที่สุด จะทำอย่างไรนั้นนอกจากมาตรการทางกฎหมายที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะในพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ที่แม้จะมีมาตรการเพื่อป้องกันมิให้เกิดนักดื่มหน้าใหม่ ได้แก่ มาตรการห้ามขายแก่เด็กเยาวชนหรือบุคคลอายุต่ำกว่า 20 ปี มาตรการลดอิทธิพลจากสื่อหรือการโฆษณาประชาสัมพันธ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และมาตรการอื่นๆ ก็ตาม แต่กฎหมายก็เป็นเพียงมาตรการภายนอกอย่างหนึ่งในแบบยับยั้ง ป้องกันได้เพียงระดับหนึ่งเท่านั้น เมื่อสืบค้นลงไปเราจะพบว่า สาเหตุประการหนึ่งที่เป็นแรงจูงใจให้ดื่มหรือบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้น จากแบบสอบถามพบว่า คือ เพื่อน และการที่สามารถหาซื้อได้ง่าย โดยแรงจูงใจจากเพื่อน มีมากถึงร้อยละ 76.38 ส่วนร้อยละ 25.46 ตอบว่าหาซื้อได้ง่าย ซึ่งข้อมูลด้านสถานที่ในการหาซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากที่สุด กลุ่มตัวอย่างตอบว่าเป็นร้านขายของชำ ร้อยละ 58.79 และร้านสะดวกซื้อที่เปิดตลอดวัน ร้อยละ 35.17 นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างกลับเห็นว่ามาตรการห้ามดื่มตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ส่งผลอย่างไร ส่วนใหญ่ตอบตรงกันว่า ทำให้อุบัติเหตุลดลงหรือเพื่อลดปัญหาด้านอุบัติเหตุ มากที่สุด

จากข้อมูลที่แสดงมาดังกล่าว ทำให้เห็นได้ว่า ปัญหาสำคัญเกี่ยวกับทัศนคติของประชาชนกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้น ไม่ตรงกับวัตถุประสงค์ที่เป็นเจตนารมณ์ของกฎหมายนี้ต้องการมุ่งไปสู่จุดหมาย กล่าวคือ จุดมุ่งหมายในกฎหมายนี้คือการลดอิทธิพลของการโฆษณาประชาสัมพันธ์ จึงไม่ต้องการให้การดื่มหรือบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้น เป็นสิ่งที่ยอมรับได้หรือเป็นค่านิยมของสังคมไทย กล่าวคือ ต้องการลดนักดื่มทั้งหน้าเก่าและหน้าใหม่ลง โดยเฉพาะเด็กและเยาวชน ดังนั้นการเปลี่ยนค่านิยมของคนในสังคมไทย ให้เห็นว่า การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไม่ใช่สิ่งที่ดีหรือเป็นสิ่งก่อปัญหา จึงเป็นเรื่องที่แก้ไขได้ตรงจุดมากที่สุด

ผู้ทรงคุณวุฒิแสดงความคิดเห็นในประเด็นนี้ตรงกันว่า

“ปัญหาในเรื่องของการสูบบุหรี่หรืออุบัติเหตุ เริ่มมาจากการปัญหาการดื่มสุรา เพราะเริ่มกินเหล้าก็สูบบุหรี่ แล้วพอเลิกจากการกินเหล้าแล้วก็มักจะไปเกิดอุบัติเหตุหรือถ้าไม่เกิดอุบัติเหตุก็จะมีเรื่องของการทะเลาะวิวาทตามมา หากมองในแง่พุทธศาสนา ในเรื่องของศีล 5 ควรเริ่มจากการรักษาศีลข้อที่ 5 ก่อน เมื่อเริ่มจากศีลข้อที่ 5 แล้ว อีก 4 ข้อ ย่อมจะทำได้ทั้งหมด”

“การคัมแอลกอฮอล์ถือเป็นวัฒนธรรมอย่างหนึ่งของคนไทยไปแล้ว ดังนั้นจึง
อยากให้ประชาชนตระหนักถึงพิษภัยของแอลกอฮอล์”

“สังคมไทยเราก่อนขังคัมเหล้ามาก แต่ที่ผ่านมารเราไม่ได้ทำกันจริงจัง
ควรณรงค์สร้างกระแสการปฏิบัติตามกฎหมายอย่างต่อเนื่อง โดยอาจนำรูปแบบของการ
รณรงค์โทษและพิษภัยของบุหรีมาเป็นแบบอย่าง”

ประเด็นเกี่ยวกับการปรับเปลี่ยนความเชื่อตลอดจนทัศนคติของคนและสังคม ให้เห็นว่
เครื่องคัมแอลกอฮอล์ไม่ใช่สิ่งที่ดีที่ถูกต้องและเป็นประโยชน์ต่อประชาชนและสังคม แม้จะมีการ
ออกกฎหมายอย่างไรก็ตาม แต่ถ้าทัศนคติความเชื่อ (ทิจู) ของคนและสังคมไม่เปลี่ยนปัญหาที่
เป็นอยู่ย่อมแก้ไขได้ลำบาก ผู้วิจัยเห็นว่า ต้องแก้ที่ตัวบุคคล เริ่มที่ตนเองโดยการตระหนักก่อน
จากนั้นจึงขยายออกไป ยังเพื่อน และครอบครัว วัด โรงเรียน มหาวิทยาลัย ขยายไปยังชุมชนให้
กว้างขึ้น ไปจนถึงผู้ผลิตเครื่องคัมแอลกอฮอล์ด้วย ทั้งนี้จะต้องให้การศึกษาหรือให้ความรู้ที่ถูกต้อง
ให้ผู้คนเกิดปัญญาหรือมีความตระหนักรู้ มีความรู้เข้าใจว่าเครื่องคัมแอลกอฮอล์ส่งผลต่อคนและ
สังคมอย่างไร ทั้งนี้เสนอให้มีการจัดระเบียบสังคม โดยใช้หลักพื้นฐานชาวพุทธหรือหลักปฏิบัติ
ฝ่ายคฤหัสถ์ ที่เรียกว่า หลักคิหิวินัย (วินัยชาวบ้าน)²³ ซึ่งเป็นมาตรฐานชีวิตที่ดี คือ 1) การเว้นจาก
กรรมกิเลส 4 ได้แก่ ไม่ทำร้ายร่างกายทำลายชีวิต ไม่ละเมิดกรรมสิทธิ์ ไม่ประพฤติดิตทางเพศ ไม่
พูดเท็จโกหกหลอกลวง 2) การเว้นอบายมุข 6 ได้แก่ ไม่เกี่ยวข้องกับช่องทางเสื่อมทรัพย์อัปชีวิต
โดย ไม่เสพสุรายาเมา ไม่เอาแต่เที่ยวไม่รู้เวลา ไม่จ้องหาแต่รายการบันเทิง ไม่หลงไปหาการพนัน
ไม่พัวพันมั่วสุมมิตรชั่ว ไม่มั่วจมอยู่ในความเกียจคร้าน และ 3) เว้นความลำเอียงประพฤติดา
ธรรมหรือเว้นอคติ 4 การแก้ไขทัศนคติด้วยวิธีการดังกล่าวเพื่อฟื้นฟูวัฒนธรรมวิถีชีวิตไทย เพื่อ
ปรับทำที่ทัศนคติของบุคคล ในที่นี้ เป็นหลักการเพื่อมีส่วนร่วมในการแก้ปัญหาและสร้างสรรค์
โดยต้องเริ่มที่สังคมพื้นฐานคือ ครอบครัวก่อน อันเป็นความสัมพันธ์ที่จะเป็นเกราะป้องกันระดับ
ต้น กล่าวคือ²⁴ พ่อแม่ต้องทำหน้าที่ต่อลูกให้ถูกต้องโดยเชื่อมโยงและรู้เท่าทันโลกปัจจุบันหรือ

²³ คูเพิ่มเติมใน พระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ.ปยุตฺโต), *วินัยชาวพุทธ : ธรรมบุญชีวิตฉบับปรับปรุง*,
มปท. , 2550. และใน พระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ.ปยุตฺโต), *ภูมิธรรมชาวพุทธ (หมวดธรรมเลือกสรรจาก
พจนานุกรมพุทธศาสตร์ฉบับประมวลธรรม)*, มปท. 2548

²⁴ พระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ.ปยุตฺโต), *ยามบ้านเมืองดิเขาสร้างวัดให้ลูกหลานท่านเล่น ยามบ้านเมือง
เขหาสร้าง RCA ให้ลูกหลานมั่วสุม*, MP. 3 ชุดธรรมะจากเหตุการณ์, นครปฐม, วิทยาลัยเวศสถักวัน , 2544

หลักสูตรอาจารย์อาจารย์คนแรก ประสานหรือรับช่วงไปกับสถานศึกษาต่างๆ ได้แก่ โรงเรียน มหาวิทยาลัย ต้องสอนให้มีความรู้แก่เด็กเยาวชน การให้บุคคลมีการศึกษาอย่างแท้จริง หรือการปฏิบัติต่อสิ่งต่างๆ ได้อย่างถูกต้องมีความรู้และความดี การศึกษาจึงมีอยู่ทุกขณะของชีวิต ไม่เฉพาะแต่ในสถานศึกษา จึงต้องเรียนรู้ตลอดเวลา ไม่เพียงแสวงหาจากตำราหนังสือต่างๆ เท่านั้น จะต้องให้เด็กเยาวชนและบรรดาผู้คนคิดเป็น โดยเริ่มจากความเป็นอยู่หรือพฤติกรรมก่อนที่จะคิดเป็น เช่น การใช้ชีวิตประจำวันต้อง “กิน อยู่ ดู ฟัง เป็น” หรือหลักโยนิโสมนสิการ เมื่อรู้จักกระทำสิ่งต่างๆ เป็นเข้าใจด้วยปัญญาว่า การบริโภคอาหารสิ่งต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ จากนั้นจึงคิดเป็นว่า เหตุใดจึงควรหลีกเลี่ยงปฏิเสธอบายทั้งหลาย ต่อไปเด็กเยาวชนก็สามารถจัดระเบียบตนเอง ชีวิตครอบครัวและสังคมได้อย่างถูกต้อง การฝึกวินัยให้เกิดขึ้นก็จะทำให้ชีวิตและสังคมปลอดภัย ไม่เป็นสภาพเสี่ยงอันตรายดังเช่นทุกวันนี้ อาทิ อุบัติเหตุ ความมีนเมาและประมาท

ดังนั้นจึงเสนอว่า ในปัญหาทัศนคติ นับว่าแก้ไขได้ไม่ยากนัก แต่ต้องยึดหลักว่า แก้ไขได้ โดยต้องเริ่มที่บ้าน ชุมชน วัด โรงเรียน สถาบันการศึกษา ต้องร่วมกันเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ผู้วิจัยเห็นว่า บทบาทของบิดามารดาและพระสงฆ์เป็นจุดสำคัญที่จะช่วยโน้มน้าวจิตให้คนในชุมชนเห็นและตระหนักถึงปัญหาที่เกิดขึ้นจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เพราะความเป็นจริงในสังคมที่ว่าเราไม่สามารถไม่มีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ แต่เราจะปฏิบัติอย่างไรต่อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากกว่า เพื่อให้เป็นรูปธรรม ผู้วิจัยเห็นว่า ภาครัฐต้องมีนโยบายส่งเสริมสนับสนุนให้บ้าน ชุมชนและวัดกับร่วมกับองค์กรปกครองท้องถิ่น เป็นสังคมที่ปลอดภัยจากแอลกอฮอล์ หรือให้มีน้อยที่สุด เริ่มตั้งแต่การจัดงานต่างๆ ให้หลีกเลี่ยงสุราแอลกอฮอล์ต่างๆ อาจกล่าวได้ว่า ต้องทำให้คนพ้นจากความอ่อนแอ ไม่สามารถเหนี่ยวรั้งหรือยืนบนขาตนเองได้ ให้มีจิตใจเข้มแข็ง ในอีกด้านหนึ่งภาครัฐและองค์กรเอกชนต้องขอความร่วมมือไปยังผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยตรงให้ตระหนักถึงการทำธุรกิจเช่นนี้ ว่าเป็นสิ่งที่ทำให้เกิดปัญหาแก่สังคมทั้งคนดื่มและคนที่มิได้ดื่ม เช่น ปัญหาอุบัติเหตุต่างๆ อันมาจากการขับขี่ยานพาหนะ ซึ่งกล่าวได้ว่า เป็นวิกฤตของสังคมไทย ต้องจัดระเบียบสังคม อย่างไม่ทอดอ่ย มุ่งมั่นและก้าวไปให้สำเร็จ และจัดระเบียบครอบครัวให้ได้ จัดระเบียบวัดด้วย จะเชื่อมประสานเกี่ยวพันกับครอบครัว หากสามารถสร้างเด็กและเยาวชนให้เข้มแข็งโดยหลักการจัดระเบียบสังคม เริ่มจากจัดระเบียบตนเอง (มีวินัย) สร้างความเป็นระเบียบ ทำให้คนไม่รู้สึกรู้หายเป็นเครื่องบังคับเมื่อไรนั้น ความปลอดภัยด้านอื่นๆ ก็จะตามมา การมองวินัยเป็นเครื่องจัดสรร โอกาสไม่ใช่เป็นเครื่องบังคับ เพียงเท่านั้นเด็กเยาวชนจะเห็นแก่ส่วนรวม เป็นการสร้างภูมิคุ้มกันให้เด็ก แบบปิดช่องทางร้าย ขยายช่องทางดี สร้างสรรค์เด็กเยาวชนไทยให้เข้มแข็งสังคมและประเทศย่อมก้าวหน้าอย่างแน่นอน

4. ข้อเสนอแนะ แนวทางแก้ไขปัญหา อุปสรรคการบังคับใช้กฎหมาย

ผลการเก็บข้อมูลจากการค้นคว้าด้านเอกสาร จากแบบสอบถามประชาชน นักเรียน นักศึกษา และจากแบบสอบถามร้านค้า สถานบริการ และจากการสัมภาษณ์เจาะลึกผู้เกี่ยวข้องที่เป็นทั้งเจ้าหน้าที่ภาครัฐและภาคเอกชน ได้ข้อเสนอแนะ แนวทางแก้ไขปัญหา อุปสรรคการบังคับใช้กฎหมาย ดังนี้

ข้อเสนอแนะจากกลุ่มประชาชน นักเรียนนักศึกษา : แม้ว่าจะมีความพึงพอใจในการบังคับใช้กฎหมายนี้ร้อยละ 43.83 แต่มีข้อเสนอแนะดังนี้

- ด้านตัวบทกฎหมาย : เสนอว่าสื่อที่ทำให้ทราบถึงมาตรการต่างๆมากที่สุดคือ สื่อโทรทัศน์ วิทยุ จึงควรปรับปรุงการเผยแพร่กฎหมายนี้ด้านสื่อโทรทัศน์ วิทยุให้แพร่หลายมากขึ้น และควรเน้นมาตรการด้านการห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้มากขึ้น ด้านมาตรการห้ามโฆษณา โดยเฉพาะป้ายโฆษณาประชาสัมพันธ์นั้น ประชากรส่วนใหญ่เห็นว่าเป็นป้ายโฆษณาที่ห่อหุ้มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยตรง และควรเน้นมาตรการด้านการตรวจจับกุมอย่างจริงจัง และเน้นตรวจผู้ขับขี่ยานพาหนะให้มากขึ้นเพื่อลดอุบัติเหตุจากการมีเมมา ประกอบกับการเน้นมาตรการห้ามขายในวันหยุดสำคัญ โดยเฉพาะวันสำคัญทางศาสนาให้มากขึ้น

- ด้านการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ : เสนอให้มีความซื่อสัตย์สุจริตมากยิ่งขึ้น ควรให้ความยุติธรรมแก่ประชาชน เร่งรัดการดำเนินคดีให้รวดเร็วและเป็นธรรม เพิ่มการตรวจตราในพื้นที่มากขึ้น ปรับปรุงการให้บริการต่อประชาชน เช่น ด้านกรिया มารยาท และควรสร้างความสัมพันธ์กับชุมชนในพื้นที่อย่างสม่ำเสมอ

ข้อเสนอแนะจากกลุ่มร้านค้า สถานบริการ : มีข้อเสนอแนะดังนี้

- ด้านตัวบทกฎหมาย : แม้จะมีมาตรการห้ามขาย ห้ามดื่ม ห้ามโฆษณา แต่ก็พบว่ามาตรการเหล่านี้ ยังไม่มีทำให้ยอดขายลดลง นอกจากนี้วัตถุประสงค์ของกฎหมายที่ต้องการลดอิทธิพลของการโฆษณาและการจำกัดการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ก็ไม่เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่กฎหมายต้องการ เสนอว่าควรมุ่งเน้นการประชาสัมพันธ์ถึงวัตถุประสงค์ของกฎหมายนี้ให้กลุ่มร้านค้าและสถานบริการเข้าใจมากขึ้น ดังนั้นควรเน้นตรวจตราการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กับเด็กเยาวชนและคนเมา

- ด้านการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ : เสนอว่าควรเน้นการรณรงค์ให้ความรู้แก่ประชาชน ร้านค้าสถานบริการให้มากขึ้น และการที่ร้านค้า สถานบริการ ไม่ค่อยถูกตรวจ ดักเตือน จับกุมถึงร้อยละ 73.14 จึงควรมีมาตรการด้านการตรวจให้มากยิ่งขึ้น นอกจากนี้มีข้อเสนอเพื่อการบังคับใช้กฎหมายของเจ้าหน้าที่ โดยเสนอให้มีความซื่อสัตย์สุจริตมากยิ่งขึ้น ควรให้ความยุติธรรมแก่

ประชาชน ควรสร้างความสัมพันธ์กับชุมชนในพื้นที่อย่างสม่ำเสมอ ปรับปรุงการให้บริการต่อประชาชน เช่น ด้านกรिया มารยาท เพิ่มการตรวจตราในพื้นที่มากขึ้น และเร่งรัดการดำเนินคดีให้รวดเร็วและเป็นธรรม

ข้อเสนอแนะจากการสัมภาษณ์เจ้าเล็ก

- ด้านตัวบทกฎหมาย : เสนอว่า ควรมีมาตรการหรือข้อห้ามเพิ่มเติม ด้านสถานที่ห้ามดื่มตลอดจนด้านการห้ามดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในยานพาหนะที่แล่นอยู่บนถนนทั้งผู้ขับขี่และผู้โดยสาร ข้อกฎหมายเรื่องการโฆษณา (มาตรา 32 วรรคแรก) เสนอให้การใช้การตีความบทบัญญัติให้ถูกต้องตามเจตนารมณ์ของกฎหมายมากกว่ามุ่งเน้นคำนี้เฉพาะตัวอักษร

- ด้านการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ : เสนอว่า ควรมีการฝึกอบรมให้เกิดความชำนาญในด้านการทำสำนวนคดีตามกฎหมายนี้ นอกจากนี้เสนอให้มีการบูรณาการหน่วยงานที่ร่วมกันปฏิบัติเพื่อบังคับใช้กฎหมายนี้ โดยอาจตั้งเป็นชุดเฉพาะกิจของจังหวัด และเสนอว่าควรใช้มาตรการเปรียบเทียบคดีและนำเงินค่าปรับมาเป็นเงินรางวัลนำจับหรือมาตั้งเป็นกองทุนสนับสนุนการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ นอกจากนี้ควรมีการประสานงานกับหน่วยงานด้านท่องเที่ยวเพื่อประชาสัมพันธ์ถึงข้อห้ามในกฎหมายนี้แก่นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยอีกด้วย