

แนวทางการพัฒนา
กฎหมายควบคุมธุรกิจเครื่องดื่ม
แอลกอฮอล์

GUIDELINES FOR DEVELOPING ALCOHOLIC BEVERAGE
BUSINESS CONTROL LAW
(สัณญาณเลขที่ 61-02029-0099)

โดย

กิตติยา พรหมจันทร์

พรวล เทศทอง

อริษมน พิเชฐวรกุล

พงศ์ศักดิ์ เจริญพงศ์

สุรินทร์รัตน์ แก้วทอง

พจณ คงเมือง

ธารทิพย์ เทียมทอง

คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

แนวทางการพัฒนากฎหมายควบคุม ธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

Guidelines for Developing Alcoholic
Beverage Business Control Law

กิตติยา พรหมจันทร์

พรพล เทศทอง

อรัชมน พิเชฐวรกุล

พงศ์ศักดิ์ เจ๊ะพงศ์

สุนิรัตน์ แก้วทอง

ผจญ คงเมือง

ธารทิพย์ เทียมทอง

เรียบเรียง

แนวทางการพัฒนากฎหมายควบคุมธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

Guidelines for Developing Alcoholic Beverage Business Control Law

ISBN 978-616-271-709-3

- บรรณาธิการ** : ศ.ดร.พญ.สาวิตรี อัมฉนงศ์กรชัย
ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา (ศวส.) และสาขาวิชาระบาดวิทยา
คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
- เรียบเรียงโดย** : กิตติยา พรหมจันทร์
พรพล เทศทอง
อริชมน พิเชษฐวรกุล
พงศ์ศักดิ์ เจ๊ะพงศ์
สุรินทร์นต์ แก้วทอง
ผจญ คงเมือง
ธารทิพย์ เทียมทอง
คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

- รูปเล่ม** : หน่วยผลิตตำรา คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
(พัชรินทร์ โพธิ์ทอง)
- ปก** : พิกเซล ดีไซน์ แอนด์ พรินท์
- พิมพ์ที่** : บริษัท สหมิตรพัฒนาการพิมพ์ (1992), กทม.
- พิมพ์ครั้งที่ 1** : ตุลาคม 2565
- จำนวน** : จำนวน 1,000 เล่ม

จัดพิมพ์และจัดทำโดย

ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา (ศวส.) สาขาวิชาระบาดวิทยา คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
15 ถนนกาญจนวนิช ตำบลคอหงส์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา 90110

☎ 0-7445-1165

🌐 <http://cas.or.th>

📘 <http://www.facebook/cas.org.th>

สนับสนุนโดย สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.)

ออกแบบโดย

หน่วยผลิตตำรา คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
15 ถนนกาญจนวนิช ตำบลคอหงส์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา 90110

☎ 0-7445-1148

☎ 0-7421-2900

✉ book_unit@medicine.psu.ac.th

📘 <https://www.facebook.com/PSUmedicalbookshop>



สงวนลิขสิทธิ์ตามพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537

PSU
คณะแพทยศาสตร์
มหาวิทยาลัย
สงขลานครินทร์

TEXT BOOK
PRODUCTION UNIT

คำนำ

ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา (ศวส.) เป็นสถาบันวิชาการที่เป็นผู้นำในการพัฒนาองค์ความรู้ และชี้แนะนโยบายสาธารณะด้านกระบวนการจัดการกับปัญหาจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทย โดยกำหนดยุทธศาสตร์ในการดำเนินงานอิงตามการดำเนินงานห้าในหกด้านของแผนปฏิบัติการระดับโลก พ.ศ. 2565 ถึง 2573 เพื่อสร้างความเข้มแข็งของการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์โลกในการลดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แบบอันตราย ซึ่งหนึ่งในแผนกิจกรรมของ ศวส. คือการสนับสนุนทุนวิจัยเพื่อสร้างองค์ความรู้ ประกอบด้วยโครงการวิจัยแบบมุ่งเป้าในประเด็นเกี่ยวกับมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามกรอบ SAFER และแผนปฏิบัติการระดับชาติฯ ระยะที่ 2 โครงการวิจัยมุ่งเป้าเพื่อสนับสนุนการพัฒนากฎหมายลูกหรือมาตรการใหม่ งานโครงการเฝ้าระวังสถานการณ์ งานสังเคราะห์และประเมินผลนโยบาย งานวิจัยแบบทั่วไปและงานวิจัยเร่งด่วนตามสถานการณ์ งานพัฒนาระบบข้อมูลข้อเสนอแนะ และโครงการวิจัยสำหรับวิทยานิพนธ์ โดยเน้นข้อเสนอทางวิชาการต่อการพัฒนาหรือผลักดันนโยบายในประเด็นต่าง ๆ

รายงาน “แนวทางการพัฒนากฎหมายควบคุมธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์” ถือเป็นหนึ่งในองค์ความรู้ที่ได้จากการสนับสนุนทุนวิจัยและ ศวส. เห็นว่าเป็นประโยชน์กับบุคคลทั่วไป รวมทั้งนักวิชาการ บุคลากรปฏิบัติงาน ในการนำไปใช้และขยายผลในพื้นที่ จึงจัดทำเผยแพร่ในรูปแบบที่น่าอ่านมากขึ้น เพื่อนำเสนอแนวทางอื่นที่ในการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ได้แก่ การเก็บเงินเพิ่มเติมนอกเหนือจากการเก็บภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มาตรการทางกฎหมายในการห้ามผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นผู้สนับสนุนทางการเงินในกีฬาและการห้ามใช้เครื่องหมายทางการค้าของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กับสินค้าอื่น รวมถึงแนวทางในการให้อำนาจหน่วยงานปกครองส่วนท้องถิ่นในการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา

คำนำ

เครื่องตีมแอลกอฮอล์เป็นปัจจัยสำคัญที่ก่อให้เกิดปัญหาในหลายด้าน ซึ่งส่งผลกระทบต่อไม่จำกัดอยู่เพียงตัวผู้บริโภคเท่านั้นแต่ยังส่งผลกระทบต่อสุขภาพ สังคม เศรษฐกิจโดยรวมของประเทศอีกด้วย ด้วยเหตุนี้เครื่องตีมแอลกอฮอล์จึงเป็นสินค้าที่ถูกควบคุมทั้งในส่วนของการผลิต นำเข้า การจำหน่าย การโฆษณา และการบริโภค

หนังสือแนวทางการพัฒนากฎหมายควบคุมธุรกิจเครื่องตีมแอลกอฮอล์เล่มนี้มีที่มาจากโครงการวิจัยชื่อเรื่องเดียวกัน ที่มีวัตถุประสงค์ในการเสนอแนวทางอื่นที่เหมาะสมในการเก็บเงินเพิ่มเติมนอกเหนือจากการเก็บภาษีเครื่องตีมแอลกอฮอล์ ซึ่งเป็นแนวทางในการเพิ่มรายได้แก่รัฐ เพื่อใช้ในการเยียวยาผู้ได้รับความเสียหายหรือผลกระทบจากเครื่องตีมแอลกอฮอล์โดยเฉพาะและควบคุมเครื่องตีมแอลกอฮอล์อีกทางหนึ่งเพิ่มเติมจากการเก็บภาษีทั่วไป มาตรการทางกฎหมายในการห้ามผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องตีมแอลกอฮอล์เป็นผู้สนับสนุนทางการเงินในกีฬาและมาตรการทางกฎหมายในการห้ามใช้เครื่องหมายการค้าของผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องตีมแอลกอฮอล์กับสินค้าอื่น อันเป็นการควบคุมด้านโฆษณาซึ่งแพร่หลายอย่างมากในปัจจุบัน รวมทั้งแนวทางในการให้อำนาจหน่วยงานปกครองส่วนท้องถิ่นในการควบคุมการบริโภคเครื่องตีมแอลกอฮอล์ในพื้นที่ที่รับผิดชอบ โดยคณะผู้เขียนมุ่งหวังให้หนังสือเล่มนี้จะมีส่วนในการนำไปเผยแพร่และพัฒนากฎหมาย เพื่อควบคุมธุรกิจเครื่องตีมแอลกอฮอล์ให้มีความเหมาะสมและก้าวหน้าต่อไป

คณะผู้เขียน

บทสรุปผู้บริหาร

ปัญหาการตีเครื่องตีแอลกอฮอล์ทั้งผู้ตีรายใหม่และผู้ตีรายเก่านำมาซึ่งผลกระทบต่อสังคมอย่างกว้างขวาง ในแง่มุมของรัฐ รัฐต้องแบกรับค่าใช้จ่ายซึ่งเป็นผลโดยตรงและโดยอ้อมจากผู้ตีเครื่องตีแอลกอฮอล์ ในแง่มุมของประชาชนมีผู้คนจำนวนมากที่ได้รับความเดือดร้อนเสียหายต้องสูญเสียทั้งชีวิตและทรัพย์สิน และดูเหมือนว่าแนวทางการแก้ไขปัญหาการตีเครื่องตีแอลกอฮอล์ซึ่งส่งผลกระทบต่อสังคมนี้ยังไม่มีวี่แวงชัดเจนถึงทิศทางและแนวทางที่จะทำให้การแก้ไขปัญหาการตีเครื่องตีแอลกอฮอล์มีแนวโน้มในทิศทางที่ดีขึ้น จากการศึกษาวิจัยพบปัญหาที่น่าสนใจในการพัฒนากฎหมายเพื่อควบคุมธุรกิจเครื่องตีแอลกอฮอล์ โดยเริ่มจากประเด็นด้านการจัดเก็บรายได้จากเครื่องตีแอลกอฮอล์ให้มีความเหมาะสมและลดการผูกขาดการใช้อำนาจไว้ที่ส่วนกลาง รวมถึงการออกกฎหมายหรือกฎเกณฑ์เพื่อเสนอแนวทางอื่นที่เหมาะสมในการเก็บเงินเพิ่มเติมนอกเหนือจากการเก็บภาษีเครื่องตีแอลกอฮอล์ จากแนวคิดที่ว่า การจัดเก็บภาษีทั่วไปอาจไม่เพียงพอครอบคลุมรายจ่ายที่เกิดขึ้นจากความเสียหายหรือผลกระทบที่เกิดขึ้นจากเครื่องตีแอลกอฮอล์ และต้องการมุ่งใจให้ลดการบริโภคเครื่องตีแอลกอฮอล์ จึงต้องมองหาแบบการจัดเก็บเงินอย่างอื่น ๆ เพื่อนำมาใช้จ่ายได้โดยตรงเป็นการเฉพาะ เนื่องจากการจัดเก็บเงินในรูปแบบของภาษีนั้นมีลักษณะหนึ่งที่สำคัญคือ ไม่มีผลประโยชน์ตอบแทนให้โดยตรงแก่ผู้ที่ยจ่ายเงินภาษี แต่อาจมีประโยชน์ให้โดยอ้อมในลักษณะของประโยชน์สาธารณะที่สมาชิกในสังคมจะได้รับเป็นการทั่วไปไม่เฉพาะเจาะจง การนำเงินใช้จ่ายตามวัตถุประสงค์ (Earmarked Tax) โดยเจาะจงจะทำให้การดำเนินงานมีความชัดเจน ตรงตามความต้องการมากกว่า การนำเงินภาษีไปใช้จ่ายตามวัตถุประสงค์โดยทั่วไป อีกทั้งทำให้ประชาชนตระหนักถึงความคุ้มค่าที่ตนเองได้รับระหว่างภาระภาษีที่ต้องจ่ายกับประโยชน์ที่ตนได้รับโดยตรง

สำหรับประเทศไทยมีการจัดเก็บภาษีเกี่ยวกับเครื่องตีแอลกอฮอล์ทั้งในรูปแบบภาษีทั่วไป (General Tax) และวัตถุประสงค์เฉพาะ (Earmarked Tax) อย่างไรก็ตาม ยังไม่มีวัตถุประสงค์เฉพาะเพื่อเยียวยาความเสียหายหรือผลกระทบที่เกิดขึ้นจากเครื่องตีแอลกอฮอล์โดยตรง จึงพิจารณารูปแบบการจัดเก็บเงินเพื่อสุขภาพ (Medicare Levy Surcharge-Fringe Benefits) ของประเทศออสเตรเลียที่ให้ประชาชนมีส่วนร่วม

ในการจ่ายเงิน และกองทุนการประกันสุขภาพ (National Health Insurance Tax) ของประเทศญี่ปุ่น ที่ต้องจ่ายเงินสมทบเพิ่มเติมในลักษณะเบี้ยประกันโดยให้ท้องถิ่นเป็นผู้ดูแลจัดการ สมทบเพิ่มเติมใน กองทุนวัตถุประสงค์เฉพาะดังกล่าวนอกเหนือไปจากการจัดสรรงบประมาณรายจ่ายประจำปี (Annual Budget) และจากการจัดเก็บภาษีทั่วไป (General Tax)

คณะผู้เขียนเห็นว่าประเทศไทยยังไม่มีการจัดเก็บเงินวัตถุประสงค์เฉพาะเพื่อเยียวยาความเสียหาย หรือผลกระทบที่เกิดขึ้นจากเครื่องตีแมลงกอลโดยตรง จึงเสนอแนะแนวทางเก็บเงินเพื่อวัตถุประสงค์ เฉพาะในลักษณะกองทุนเพิ่มเติมและประกันสุขภาพสมทบเกี่ยวกับเครื่องตีแมลงกอลนอกเหนือจาก การเก็บภาษีเครื่องตีแมลงกอล เพื่อนำไปชดเชยกับความเสียหายหรือผลกระทบที่เกิดขึ้นจากเครื่อง ตีแมลงกอลได้โดยตรง รวมทั้งเป็นมาตรการเสริมให้การควบคุมเครื่องตีแมลงกอลอีกทางหนึ่ง อย่างไรก็ตาม อาจต้องมีการกำหนดนิยามผู้ได้รับความเสียหายหรือผลกระทบจากเครื่องตีแมลงกอล และวิเคราะห์มูลค่าผลกระทบทางสังคม สุขภาพ และเศรษฐกิจจากเครื่องตีแมลงกอลเพื่อใช้ในการ กำหนดอัตราในการจัดเก็บที่เป็นรูปธรรมและเหมาะสมต่อไป

นอกจากนี้ยังมีอีกมาตรการหนึ่งซึ่งใช้ในการลดการตีแมลงกอลลงให้มีประสิทธิภาพ มากขึ้น คือ มาตรการการห้ามโฆษณาเครื่องตีแมลงกอล ซึ่งมาตรการดังกล่าวจะเป็นเครื่องมือในการ ป้องกันไม่ให้ผู้บริโภค รวมถึงเยาวชนเกิดแรงจูงใจในการอยากตีแมลงกอล จากการศึกษา พบว่า มีอีกช่องทางที่ใช้ในการโฆษณาของผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องตีแมลงกอลแต่กลับไม่ได้ถูก ควบคุม คือ การเป็นผู้สนับสนุนทางการเงินให้กับทีมกีฬาหรือนักกีฬา (Sponsorship) เนื่องจากกีฬา ถือเป็นการเล่นที่เข้าถึงได้ทุกเพศทุกวัย ตั้งแต่การเล่นกีฬาไปจนถึงการรับชม กีฬา และโดยภาพลักษณ์ของกีฬานั้นก็ถือเป็นกิจกรรมทางด้านการพัฒนาด้านสุขภาพอีกด้วย ซึ่งมี กลุ่มเป้าหมายมีได้ทั้งในระดับกลุ่มมวลชน (Mass) และกลุ่มเฉพาะ (Niche market) เมื่อพิจารณา พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องตีแมลงกอล พ.ศ. 2551 ที่ใช้บังคับอยู่ในปัจจุบัน ยังไม่ครอบคลุมถึง การบังคับใช้ในการห้ามผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องตีแมลงกอลเป็นผู้สนับสนุนทางการเงินในกีฬา แต่เมื่อ เปรียบเทียบกับประเทศฝรั่งเศส จะพบว่าได้มีการออกกฎหมายห้ามการรับเงินสนับสนุนทางการเงิน กีฬา ดังกล่าวนี ตามมาตรา L.3323-2, L.3323-4 ของประมวลกฎหมายสาธารณสุข โดยมีการกำหนดว่า “...ห้ามดำเนินการสนับสนุนทางการเงินใด ๆ ไม่ว่าจะทางตรงหรือทางอ้อม เมื่อวัตถุประสงค์หรือผลของการสนับสนุน ทางการเงินดังกล่าวคือการโฆษณาชวนเชื่อหรือการโฆษณาเพื่อสนับสนุนเครื่องตีแมลงกอล” ถึงแม้ว่า จะมีการห้ามสนับสนุนทางการเงินดังกล่าวแล้ว แต่ในมาตรา L.3323-6 ของประมวลกฎหมายสาธารณสุข ก็ยังมีข้อกำหนดเพิ่มเติมที่เป็นข้อยกเว้นของการสนับสนุนทางการเงินดังกล่าวภายใต้เงื่อนไขบางประการ ที่กำหนดว่า “ผู้ให้การสนับสนุนทางการเงินสามารถให้การสนับสนุนได้ในกรณีที่เป็นการเล่นไปเพื่อ การพัฒนาด้านสิ่งแวดล้อม หรือวัฒนธรรม ภายใต้การให้การขออนุญาตของรัฐตามกฎหมาย” เพิ่มเติม

ด้วย นอกจากนี้ การสนับสนุนฯ โดยบริษัทที่ผลิตเครื่องตี้มแอลกอฮอล์สามารถทำได้ภายใต้เงื่อนไขบางประการตามที่กำหนดไว้ คือ เฉพาะการค้า ธุรกิจ หรือวัตถุประสงค์อื่น ๆ เท่านั้นที่สามารถอ้างได้ว่าเป็นผู้สนับสนุน แต่ไม่สามารถอ้างถึงผลิตภัณฑ์แอลกอฮอล์หรือชื่อสามัญของเครื่องตี้มกลับได้

ดังนั้น ควรให้มีการกำหนดห้ามผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องตี้มแอลกอฮอล์เป็นผู้สนับสนุนทางการเงินในกีฬาขึ้นในประเทศไทย เพื่อลดการรับรู้ผ่านช่องทางการโฆษณา แต่ก็ควรเปิดแนวทางทางอื่นเพื่อช่วยในการส่งเสริมธุรกิจกีฬาต่อไปได้อีกด้วย ผู้เขียนขอเสนอเนื้อหาที่ควรบัญญัติไว้ในกฎหมาย ดังนี้ “มาตรา..... ห้ามผู้ใดดำเนินการให้การสนับสนุนทางการเงินด้วยเหตุที่เป็นไปเพื่อการโฆษณาหรือสร้างการรับรู้ต่อภาพลักษณ์ต่อเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ เว้นแต่เป็นไปตามที่รัฐมนตรีประกาศกำหนดโดยคำแนะนำของคณะกรรมการควบคุม”

อีกทั้งประเด็นที่พบมากเกี่ยวกับการโฆษณาเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ในประเทศไทย คือ ปัญหาการใช้เครื่องหมายการค้าหรือโลโก้ที่คล้ายคลึงหรือเหมือนกับเครื่องหมายการค้าของเครื่องตี้มแอลกอฮอล์กับสินค้าชนิดอื่น ถือเป็นกลยุทธ์อย่างหนึ่งของผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ในยุคปัจจุบัน และกลายเป็นปัญหาสำคัญที่ไม่สามารถควบคุมได้เพราะไม่มีมาตรการทางกฎหมายที่จะจัดการแก้ไขปัญหาดังกล่าวได้โดยตรง

ในประเด็นดังกล่าวเมื่อพิจารณาพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 พบว่านายทะเบียนไม่มีอำนาจที่ปฏิเสธการจดทะเบียนหรือเพิกถอนการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าที่คล้ายคลึงหรือเหมือนกับเครื่องหมายการค้าของเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ได้ เนื่องจากกฎหมายไม่ได้กำหนดว่าการนำเครื่องหมายการค้าไปใช้ในทางที่ผิดหรือใช้ในลักษณะของการโฆษณาแฝงเป็นการต้องห้ามตามกฎหมายและไม่อาจถือว่าเป็นเครื่องหมายที่ต้องห้ามจดทะเบียนแต่อย่างใด อีกทั้งผู้ที่ขอจดทะเบียนมักเป็นเจ้าของเดียวกันกับเครื่องหมายการค้าของเครื่องตี้มแอลกอฮอล์จึงมีสิทธิที่จะใช้เครื่องหมายการค้าหรือขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าเพื่อให้ได้รับการคุ้มครองในฐานะทรัพย์สินทางปัญญา

อย่างไรก็ตาม การกำหนดมาตรการในการห้ามหรือการจำกัดสิทธิในการใช้เครื่องหมายการค้าย่อมสามารถทำได้ หากรัฐมีความจำเป็นเพื่อคุ้มครองประโยชน์ด้านสุขภาพของประชาชน แต่เมื่อพิจารณาถึงพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ซึ่งเป็นบทบัญญัติที่เกี่ยวกับการควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์โดยตรงก็ได้ห้ามผู้ประกอบการในการใช้เครื่องหมายการค้าของเครื่องตี้มแอลกอฮอล์กับสินค้าประเภทอื่น ทั้งการนำเครื่องหมายการค้าไปใช้ในลักษณะของการโฆษณาแฝงของผู้ประกอบการก็ไม่อยู่ในบังคับของมาตรา 32 แห่งพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 อันจะถือว่าเป็นการกระทำที่ผิดกฎหมาย ดังนั้น เพื่อป้องกันการนำเครื่องหมายการค้าไปใช้ในทางที่ผิดและสร้างการรับรู้ถึงเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ผ่านการโฆษณาแฝง จึงเห็นควรแก้ไขเพิ่มเติมบทบัญญัติมาตรา 32 แห่งพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ให้มีความชัดเจนและครอบคลุมถึงการโฆษณา

สินค้าอื่นที่ใช้เครื่องหมายการค้าเหมือนหรือคล้ายคลึงกับเครื่องหมายการค้าของเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ โดยกำหนดให้การโฆษณาสินค้าอื่นที่ใช้เครื่องหมายการค้าที่เหมือนหรือคล้ายกับเครื่องตี้มแอลกอฮอล์อยู่ ภายใต้หลักเกณฑ์เดียวกันกับการโฆษณาเครื่องตี้มแอลกอฮอล์

ประเด็นสุดท้าย เนื่องจากโครงสร้างในทางการใช้อำนาจรัฐที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการควบคุมการตี้มเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ ยังมีปัญหาในการบริหารจัดการและการกระจายอำนาจในการปฏิบัติหน้าที่ของเจ้าหน้าที่รัฐที่เกี่ยวข้องทั้งโดยตรงและโดยอ้อมต่อการทำหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมการตี้มเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งแนวทางการให้ท้องถิ่นมีบทบาทในการควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ ในพื้นที่ตามกฎหมายไทยอาจกล่าวได้ว่าโดยโครงสร้างและเนื้อหาของบทบัญญัติแห่งกฎหมายตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ซึ่งเป็นกฎหมายหลักเกี่ยวข้องโดยตรงกับวัตถุประสงค์ในการควบคุมการตี้มเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ยังไม่ปรากฏชัดและไม่ได้ให้ความสำคัญในส่วนของการยกระดับบทบาทของท้องถิ่นเพื่อที่จะควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ หรือแม้กระทั่งในระดับนโยบายหรือแผนยุทธศาสตร์ระดับคณะกรรมการนโยบายเครื่องตี้มแอลกอฮอล์แห่งชาติ ก็ไม่ได้มีการกระจายอำนาจดังกล่าวให้กับท้องถิ่นเพื่อทำหน้าที่ในการควบคุมการตี้มเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ทั้งที่ท้องถิ่นเป็นหน่วยงานที่ใกล้ชิดและมีบทบาทสำคัญในการเข้าถึงประชาชนและมีทรัพยากรที่เพียงพอและสามารถเข้าใจพื้นฐานของแต่ละท้องถิ่นได้มากกว่าหน่วยงานอื่นของรัฐ นอกจากนี้ในแง่ของการกระจายอำนาจเกี่ยวกับการควบคุมการตี้มเครื่องตี้มแอลกอฮอล์จะเห็นได้ว่าอำนาจในการควบคุมการตี้มเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ยังมีลักษณะเป็นการรวมศูนย์อำนาจไปที่ส่วนกลางซึ่งการรวมศูนย์อำนาจดังกล่าวไม่น่าจะเป็นผลดีต่อการควบคุมการตี้มเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ซึ่งมีปัญหาระบายอยู่แทบทุกท้องถิ่น การรวมศูนย์อำนาจดังกล่าวส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานและการใช้อำนาจเพื่อการควบคุมการตี้มเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ของประเทศไทยเป็นอย่างมาก

ดังนั้น คณะผู้เขียนจึงเห็นว่าแนวทางหนึ่งที่จะทำให้การควบคุมการตี้มเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ของประเทศไทยมีประสิทธิภาพและสามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างกว้างขวางมากขึ้นคือ การใช้อำนาจตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 โดยการกระจายอำนาจให้กับท้องถิ่นและให้ท้องถิ่นเป็นส่วนหนึ่งของโครงสร้างของคณะกรรมการควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ตามที่บัญญัติไว้ในมาตรา 10 และควรเพิ่มสัดส่วนของคณะกรรมการควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์จังหวัดโดยให้มีตัวแทนของท้องถิ่นเข้าร่วมเป็นคณะกรรมการโดยมีการทำงานร่วมกันทั้งในส่วนท้องถิ่นและส่วนของคณะกรรมการควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ประจำจังหวัด ทั้งนี้เพื่อให้การกระจายอำนาจเกี่ยวกับการควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์มีประสิทธิภาพมากขึ้น นอกจากนี้ยังต้องมีการกำหนดให้มีคณะกรรมการควบคุม

เครื่องตี้มแอลกอฮอล์ของท้องถิ่นในแต่ละท้องถิ่นซึ่งมีลักษณะเช่นเดียวกับคณะกรรมการควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ของกรุงเทพมหานคร ตามที่บัญญัติไว้ในมาตรา 18 ด้วย ซึ่งการกำหนดโครงสร้างเหล่านี้เป็นส่วนหนึ่งของการลดการผูกขาดอำนาจเกี่ยวกับการควบคุมการตี้มเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ไว้ที่ส่วนกลางให้มีการกระจายอำนาจเกี่ยวกับการควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ไปยังท้องถิ่นให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น และเป็นส่วนช่วยเหลือที่สำคัญที่จะทำให้การปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ส่วนกลางมีประสิทธิภาพมากขึ้นกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน

นอกจากนี้ในแง่มุ่งของการใช้อำนาจด้านการใช้มาตรการทางภาษีเพื่อเป็นเครื่องมือในการจัดเก็บรายได้สำหรับการนำเงินรายได้จากการจำหน่ายรายการเก็บภาษีเครื่องตี้มแอลกอฮอล์มาใช้เพื่อเยียวยาหรือเพื่อดำเนินการในการลดการตี้มเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ลงนั้น ส่วนหนึ่งอำนาจดังกล่าวควรต้องมีการกระจายอำนาจมายังท้องถิ่นด้วยโดยการให้อำนาจแก่ท้องถิ่นในการออกมาตรการควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ได้โดยตรง ทั้งนี้การออกมาตรการดังกล่าวอาจอยู่ในส่วนของการออกข้อบังคับท้องถิ่นที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดเงื่อนไขในการจำหน่ายในแต่ละพื้นที่ไม่ว่าจะเป็นพื้นที่จำหน่าย เวลาจำหน่าย อายุของผู้ซื้อ องค์ประกอบของการเป็นผู้จำหน่าย หรือสถานที่บริโภค รวมถึงแนวทางในการจัดเก็บภาษีและแนวทางอื่นที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้การออกกฎดังกล่าวอาจต้องอยู่ภายใต้การรับรองและเห็นชอบจากส่วนกลาง หรือมีการกำหนดกรอบที่เป็นแนวทางซึ่งเป็นกฎระเบียบกลางไว้ให้เป็นแนวทางในแต่ละท้องถิ่นในการบังคับใช้และการออกกฎเกณฑ์ต่าง ๆ เป็นไปโดยมีประสิทธิภาพและเป็นไปในทิศทางเดียวกันให้มากที่สุด

อย่างไรก็ตามการกระจายอำนาจอาจต้องมีการดำเนินการในลักษณะที่มีแบบแผนที่ชัดเจนเนื่องจากองค์ประกอบในทางโครงสร้างของแต่ละท้องถิ่นอาจมีความแตกต่างกันทั้งขนาดขององค์กรและวัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่น ซึ่งอาจจะเริ่มกระจายอำนาจไปยังท้องถิ่นที่มีความพร้อมและขยายแนวทางในการปฏิบัติโดยการกำหนดกรอบให้มีความชัดเจนและเพิ่มปริมาณท้องถิ่นที่เข้าเงื่อนไขและมีการกำหนดระยะเวลาที่ชัดเจนในการกระจายอำนาจไปยังท้องถิ่นให้แล้วเสร็จในทุกท้องถิ่นให้มีความชัดเจน เพื่อให้แผนการกระจายอำนาจมีขั้นตอนและมีแผนการที่มีความชัดเจนและเกิดประสิทธิภาพมากที่สุด ทั้งนี้การดำเนินการต่าง ๆ ของท้องถิ่นอาจต้องอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของคณะกรรมการควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์จังหวัดด้วยเพื่อให้การกระจายอำนาจเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและการใช้อำนาจเป็นไปโดยถูกต้องและเกิดประสิทธิภาพมากที่สุดกับประชาชนในท้องถิ่น



สารบัญ

	หน้า
คำนำ	(1)
บทสรุปผู้บริหาร	(3)
สารบัญ	(9)
บทนำ	1
แนวทางการเก็บเงินเพิ่มเติมอย่างอื่นนอกเหนือจาก การเก็บภาษีเครื่องตีมแอลกอฮอล์	1
1. บทนำ	1
2. การจัดเก็บรายได้จากเครื่องตีมแอลกอฮอล์ในประเทศไทย	2
3. แนวทางการเก็บเงินเพิ่มเติมอย่างอื่นนอกเหนือจากการ เก็บภาษีเครื่องตีมแอลกอฮอล์	11
4. สรุปผลการศึกษาแนวทางอื่นที่เหมาะสมในการเก็บเงิน เพิ่มเติมนอกเหนือจากการเก็บภาษีเครื่องตีมแอลกอฮอล์	17
5. ข้อเสนอแนะ	20
การห้ามผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องตีมแอลกอฮอล์เป็นผู้สนับสนุน ทางการเงินในกีฬา	25
1. บทนำ	25
2. การเป็นผู้สนับสนุนทางการเงินในกีฬา	26
3. การห้ามผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องตีมแอลกอฮอล์เป็น ผู้สนับสนุนทางการเงินในกีฬา	31
4. สรุปผลการศึกษาการห้ามผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องตีม แอลกอฮอล์เป็นผู้สนับสนุนทางการเงินในกีฬา	40
5. ข้อเสนอแนะ	44

	หน้า
การห้ามใช้เครื่องหมายการค้าของผู้ประกอบธุรกิจเครื่องหมาย แอลกอฮอล์กับสินค้าอื่น	47
1. บทนำ	47
2. การใช้เครื่องหมายการค้าของผู้ประกอบธุรกิจ เครื่องหมายแอลกอฮอล์	48
3. การห้ามใช้เครื่องหมายการค้าของผู้ประกอบธุรกิจ เครื่องหมายแอลกอฮอล์กับสินค้าอื่นในประเทศไทย	49
4. การห้ามใช้เครื่องหมายการค้าของผู้ประกอบธุรกิจ เครื่องหมายแอลกอฮอล์กับสินค้าอื่นในสหภาพยุโรป และประเทศนอร์เวย์	56
5. ข้อเสนอแนะ	56
การให้อำนาจหน่วยงานปกครองส่วนท้องถิ่น ในการควบคุม การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในพื้นที่ที่รับผิดชอบ	61
1. บทนำ	61
2. อำนาจหน่วยงานปกครองส่วนท้องถิ่นในการควบคุม การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	62
3. การให้อำนาจหน่วยงานปกครองส่วนท้องถิ่นในการควบคุม การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในพื้นที่ที่รับผิดชอบของ ประเทศไทย	67
4. การให้อำนาจหน่วยงานปกครองส่วนท้องถิ่นในการควบคุม การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในพื้นที่ที่รับผิดชอบของ ประเทศฝรั่งเศสและประเทศอื่นที่เกี่ยวข้อง	69
5. ข้อเสนอแนะ	73
สรุป	75
บรรณานุกรม	81

บทนำ

ปัจจุบันกฎหมายหลักที่เกี่ยวกับการควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ คือ พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อช่วยลดปัญหาและผลกระทบทั้งด้านสังคมและเศรษฐกิจ ช่วยสร้างเสริมสุขภาพ ของประชาชนโดยให้ตระหนักถึงพิษภัยของเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ตลอดจนช่วยป้องกันเด็กและเยาวชนไม่สามารถเข้าถึงเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ได้โดยง่าย แต่อย่างไรก็ตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ฉบับเดียวไม่สามารถครอบคลุมทุกปัญหาที่เกิดขึ้นภายใต้สถานการณ์ปัจจุบันที่ระบบเศรษฐกิจได้มีการพัฒนาไปอย่างรวดเร็วในสภาพปัญหาที่พบเห็นได้ในปัจจุบัน คือ การเก็บภาษีเครื่องตี้มแอลกอฮอล์โดยการผลักภาระภาษีไปให้ผู้บริโภค ผู้ประกอบธุรกิจเครื่องตี้มแอลกอฮอล์เป็นผู้สนับสนุนทางการเงินในกีฬา การใช้เครื่องหมายการค้าของผู้ประกอบธุรกิจเครื่องตี้มแอลกอฮอล์กับสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ชนิดอื่น การรวมอำนาจในการกำกับดูแลการประกอบธุรกิจเครื่องตี้มแอลกอฮอล์โดยการบริหารงานของรัฐส่วนกลางเป็นหลัก ซึ่งจำเป็นต้องพิจารณาถึงกฎหมายฉบับอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อหาแนวทางการพัฒนากฎหมายควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ต่อไป

เป็นที่ทราบกันดีอยู่แล้วว่าเครื่องตี้มแอลกอฮอล์เป็นปัจจัยสำคัญที่ก่อให้เกิดปัญหาในหลายด้านซึ่งส่งผลกระทบต่อไม่จำกัดอยู่เพียงตัวผู้บริโภคเท่านั้น แต่ยังส่งผลกระทบต่อสังคมโดยรวมของประเทศอีกด้วย ก่อให้เกิดความเสียหายทั้งทางตรงและทางอ้อมด้วยเหตุนี้เครื่องตี้มแอลกอฮอล์จึงเป็นสินค้าที่ถูกควบคุมทั้งในส่วนของการผลิต การจำหน่าย การโฆษณา และการบริโภค (ผู้บริโภค) การควบคุมดังกล่าวนี้เป็นการควบคุมที่รัฐส่วนกลาง (ตามหลักการรวมอำนาจ) เป็นผู้กำหนดนโยบายและตรากฎหมายขึ้นมาใช้บังคับ

การควบคุมในส่วนของการผลิตและการจำหน่ายนั้น รัฐได้ออกมาตรการทางภาษีในรูปแบบต่าง ๆ มาบังคับใช้เพื่อเป็นการเพิ่มราคาเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ให้สูงขึ้นและนำภาษีไปใช้พัฒนาประเทศในหลาย ๆ ด้าน เมื่อพิจารณาตามวัตถุประสงค์ของการเก็บภาษีเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ของรัฐ จะเห็นได้ว่าเป็นการเก็บภาษีในความหมายของการเก็บเงินเพื่อใช้ในการบริหารประเทศในทุกด้าน เมื่อเปรียบเทียบกับความเสีย

หายที่เกิดจากปัญหาการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทั้งทางตรงและทางอ้อม พบว่ามาตรการทางภาษีเป็นเพียงส่วนช่วยบางส่วนเท่านั้น ดังนั้น ประเทศไทยควรพิจารณาถึงวิธีการอื่นที่สามารถนำมาปรับใช้เพิ่มเติมแทนการเก็บภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีได้หรือไม่ เช่น การเยียวยาความเสียหายหรือได้รับผลกระทบจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และการเก็บเงินประกันสุขภาพสำหรับผู้มีปัญหาสุขภาพจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยศึกษาแนวทางจากกองทุนสุขภาพ (Medicare Levy) ของประเทศออสเตรเลีย และภาษีประกันสุขภาพซึ่งจะถูกจัดเก็บไปยังเทศบาลหรือองค์กรประกันสุขภาพแห่งชาติท้องถิ่นภายใต้กฎหมายภาษีท้องถิ่นของประเทศญี่ปุ่น เป็นต้น (กำหนดมาตรการเก็บค่าบำรุงและเยียวยาความเสียหายที่เกิดจากผลเสียเนื่องของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นการเฉพาะ)

สำหรับมาตรการควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามมาตรา 32 ของพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ได้มีการกำหนดห้ามโฆษณาผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไว้แล้วก็ตาม แต่เนื่องด้วยผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในปัจจุบันได้ประกอบธุรกิจอื่นควบคู่ไปด้วย จึงมีการหลีกเลี่ยงการให้ใช้สัญลักษณ์หรือเครื่องหมายการค้าเพื่อการโฆษณาที่ให้หมายถึงผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เป็นการให้สัญลักษณ์หรือเครื่องหมายการค้าเพื่อการโฆษณาตัวองค์กรแทน ซึ่งประเด็นนี้ยังคงมีข้อถกเถียงทางกฎหมายและมีการนำคดีขึ้นสู่ศาลเพื่อให้มีการพิจารณาอยู่ตลอดถึงประเด็นการโฆษณาที่ถือเป็นการผิดตามมาตรา 32 ของพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ซึ่งความเป็นจริงแล้วประเด็นที่เกิดขึ้นของการโฆษณาผ่านสัญลักษณ์หรือเครื่องหมายการค้าโดยทีมกีฬาหรือนักกีฬา เกิดขึ้นจากการได้รับเงินสนับสนุนทางการเงินจากผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นสิ่งสำคัญ เนื่องจากกีฬาถือเป็นการเล่นกีฬาอย่างหนึ่งที่สามารถเข้าถึงได้ทุกเพศทุกวัย ตั้งแต่การเล่นกีฬาไปจนถึงการรับชมกีฬา และโดยภาพลักษณ์ของกีฬานั้นก็ถือเป็นกิจกรรมทางด้านการพัฒนาด้านสุขภาพอีกด้วย ซึ่งมีกลุ่มเป้าหมายมีได้ทั้งในระดับกลุ่มมวลชน (Mass) และกลุ่มเฉพาะ (Niche market) ส่งผลให้กีฬาเป็นหนึ่งในช่องทางโฆษณาชั้นดีของผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ผ่านการเป็นผู้สนับสนุนทางการเงิน (Sponsorship) เพื่อแลกกับการให้ใช้สัญลักษณ์ (Logo) เพื่อการโฆษณาผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งกฎหมายในปัจจุบันยังไม่ครอบคลุมการห้ามทีมกีฬาหรือนักกีฬาไม่ให้รับเงินสนับสนุนจากผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ ซึ่งในประเทศฝรั่งเศสได้มีการออกกฎหมายห้ามการรับเงินสนับสนุนทางการเงินให้กีฬาดังกล่าวนี้ (ตามมาตรา L.3323-2, L.3323-4 ของประมวลกฎหมายสาธารณสุข และ มาตรา L.17 ของประมวลกฎหมายจรรยาบรรณการดื่มสุราและมาตรการต่อต้านพิษสุราเรื้อรัง) และมีการออกมาตรการอื่น ๆ มาบังคับใช้เพิ่มเติมอีกด้วย เช่น การเก็บภาษีเพื่อสนับสนุนทางการเงินด้านกีฬาโดยเฉพาะ การหักเงินสมทบเข้ากองทุนกีฬา เป็นต้น ดังนั้น การเป็นผู้สนับสนุน (Sponsorship) กีฬาของผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ส่งผลต่อการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากน้อยเพียงใด และควรมีมาตรการควบคุมดูแลในเรื่องนี้หรือไม่ อย่างไร (ควรออกกฎหมายห้ามการเป็นผู้สนับสนุนทางการเงินให้กีฬาของผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์)

นอกจากนี้การโฆษณาทั้งทางตรงและอ้อมผ่านสื่อโฆษณาต่าง ๆ ของผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ยังอาศัยช่องว่างของกฎหมาย โดยการนำเครื่องหมายการค้าของผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ไปใช้ในสินค้าอื่น ๆ ซึ่งถือเป็นการโฆษณาแอบแฝงถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไปด้วย ซึ่ง การโฆษณาในลักษณะดังกล่าวมีประเด็นที่เป็นข้อถกเถียงว่าการกระทำดังกล่าวเข้าลักษณะการโฆษณา เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ผ่านการใช้ตราสัญลักษณ์หรือเครื่องหมายการค้าบนสินค้าหรือผลิตภัณฑ์อื่น ๆ เพื่อจูงใจให้ผู้บริโภคดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และเพื่อหลบเลี่ยงการบังคับใช้กฎหมายเรื่องการโฆษณา เครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือไม่ หากพิจารณากฎหมายไทยจะพบว่ากระทำการดำเนินการทางการตลาดในลักษณะ ดังกล่าวของผู้ประกอบการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ย่อมสามารถทำได้ ไม่เป็นการกระทำที่ผิดต่อกฎหมาย แต่อย่างไร ทั้ง ๆ ที่มีรายงานการวิจัยยืนยันว่าการได้รับรู้หรือการได้เห็นชื่อ ตรา สัญลักษณ์ หรือ โลโก้ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์สามารถส่งต่อการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่เพิ่มขึ้นของประชากรใน ประเทศ ในขณะที่ประเทศสมาชิกในสหภาพยุโรปได้มีการเข้าร่วมโครงการ ELSA project (Enforcement of national laws and self-regulation on advertising and marketing of alcohol) ซึ่งเป็น โครงการในภูมิภาคยุโรปโดยได้รับการสนับสนุนทางการเงินจากคณะกรรมการยุโรป อันมีวัตถุประสงค์ มุ่งเน้นไปที่การควบคุมการตลาดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในยุโรปรวมถึงการควบคุมการโฆษณาแอลกอฮอล์ เนื่องด้วยสหภาพยุโรปตระหนักว่าการบริโภคแอลกอฮอล์เป็นที่ยอมรับโดยทั่วไปในประเทศยุโรป โดยเฉพาะอย่างยิ่งการบริโภคแอลกอฮอล์ของคนหนุ่มสาวได้เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ ดังนั้น สหภาพยุโรป จึงเล็งเห็นว่าเครื่องมืออย่างหนึ่งที่จะใช้ในการควบคุมการบริโภคแอลกอฮอล์ที่มากเกินไปของเยาวชน และคนหนุ่มสาว ก็คือการห้ามหรือจำกัดการโฆษณาและการส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ด้วยเหตุนี้สหภาพยุโรปจึงได้ผลักดันนโยบายต่าง ๆ โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อป้องกันการจูงใจเยาวชนให้ เข้าหาและบริโภคผลิตภัณฑ์แอลกอฮอล์ผ่านการโฆษณาและการตลาด จึงเกิดเป็นโครงการดังกล่าว ขึ้นโดยมีหลายประเทศที่เข้าร่วมโครงการ เช่น ออสเตรเลีย เบลเยียม บัลแกเรีย สาธารณรัฐเช็ก เดนมาร์ก เอลโดเนีย ฟินแลนด์ ฝรั่งเศส เยอรมนีฮังการี ไอร์แลนด์ อิตาลี ลัตเวีย ลิทัวเนีย เนเธอร์แลนด์ นอร์เวย์ โปแลนด์ โปรตุเกส โรมานี สโลวีเนีย สโลวาเกีย สเปน สวีเดน และสหราชอาณาจักร โครงการ ELSA จึงได้วางมาตรฐานและหลักการสำคัญต่าง ๆ เกี่ยวกับการออกกฎหมายภายในของประเทศ สมาชิกทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบทางการตลาดและการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่เปิดเผย ต่อสาธารณะ ซึ่งได้วางแนวทางในการห้ามและจำกัดการใช้ชื่อ ตรา สัญลักษณ์หรือโลโก้ของเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์กับสินค้าหรือผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ด้วย เช่น ห้ามใช้หรือทำให้ปรากฏชื่อ ตรา สัญลักษณ์ หรือ โลโก้ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ไม่ว่าจะอยู่ในรูปแบบของการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยตรงหรือ โดยอ้อม หรือหากจะใช้ชื่อ ตรา สัญลักษณ์ หรือ โลโก้ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กับสินค้าชนิดอื่น ก็ต้อง อยู่ภายใต้ข้อจำกัดหรือเงื่อนไขตามที่กฎหมายกำหนด เช่น ชื่อ ตรา สัญลักษณ์ หรือโลโก้ของเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ต้องไม่ปรากฏเด่นชัดโดยสีของตราสัญลักษณ์ต้องเป็นสีขาวดำเท่านั้นและขนาดของตรา

สัญลักษณ์ต้องมีขนาดเล็กเพื่อป้องกันการรับรู้หรือการมองเห็นได้ง่าย เป็นต้น จากการพิจารณาถึงมาตรการทางกฎหมายของสหภาพยุโรปที่มีการห้ามหรือควบคุมการใช้ชื่อ ตรา สัญลักษณ์หรือโลโก้ของ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์บนผลิตภัณฑ์สินค้าชนิดอื่น ๆ ไว้โดยตรง ประเทศไทยจึงควรมีการพิจารณาหา แนวทางในการควบคุมการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดของผู้ประกอบการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ใน รูปแบบดังกล่าว หรือไม่ อย่างไร (ควรแก้ไขเพิ่มเติมกฎหมายโดยกำหนดห้ามหรือจำกัดการนำชื่อ ตรา สัญลักษณ์ หรือเครื่องหมายการค้าของผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไปใช้กับสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ อื่นซึ่งถือว่าเป็นรูปแบบหนึ่งของการโฆษณาแฝงนั่นเอง)

รวมทั้งเพื่อให้มีความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์นโยบายแอลกอฮอล์ระดับชาติ และวางแผนปฏิบัติการด้านการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ระดับชาติ ระยะที่ 2 พ.ศ. 2564-2570 ของสำนักงาน คณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข เรื่องการจัดการปัญหา สุราในระดับพื้นที่และพัฒนากลไกการจัดการและสนับสนุนที่เข้มแข็ง ซึ่งกลยุทธ์ในอันที่จะจัดให้มีการ สนับสนุนและบริหารจัดการที่ดีได้นั้น ควรที่จะพัฒนาสร้างกลไกและเครื่องมือให้แก่ท้องถิ่นในการควบคุม การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเขตพื้นที่ของตนให้มากขึ้น เพราะในส่วนของ การบริโภคสุรานั้นเกิดขึ้น ทั่วตลอดทุกพื้นที่ของประเทศ ภายใต้การควบคุมที่รัฐส่วนกลางเป็นผู้กำหนดนั้น ส่งผลให้การควบคุม อาจจะไม่สามารถเข้าถึงได้ทุกพื้นที่อย่างมีประสิทธิภาพ โดยหน่วยงานในระดับท้องถิ่นเป็นผู้ปฏิบัติ ตามเท่านั้น เพื่อให้สอดคล้องต่อหลักการกระจายอำนาจ ให้หน่วยงานในท้องถิ่นสามารถบริหารจัดการใน เรื่องการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในพื้นที่ของตนเองได้ ภายใต้กรอบที่กฎหมายกำหนด ซึ่งสามารถเปรียบเทียบกับหลักกฎหมายเรื่องการกระจายอำนาจของประเทศฝรั่งเศสที่มีรูปแบบใน การพัฒนาการกระจายอำนาจสู่ท้องถิ่นให้สามารถบริหารจัดการในบางประการตามที่ได้รับมอบหมาย จากส่วนกลางเพื่อให้เกิดการพัฒนาท้องถิ่นอย่างแท้จริง เนื่องด้วยหน่วยงานในท้องถิ่นมีความเข้าใจ บริบทในทางสังคมของพื้นที่ในความรับผิดชอบ ดังนั้น รัฐส่วนกลางควรที่จะกระจายอำนาจให้หน่วยงาน ปกครองส่วนท้องถิ่นทำหน้าที่ในการควบคุมดูแลการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของคนในพื้นที่ได้เอง หรือไม่ อย่างไร (รัฐส่วนกลางควรออกกฎหมายให้อำนาจหน่วยงานปกครองส่วนท้องถิ่นในการควบคุม การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์)

จากสภาพปัญหาการผลิต การจำหน่าย การโฆษณา และการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่กล่าว มาข้างต้น ซึ่งให้เห็นว่าภายใต้การปรับใช้กฎหมายที่มีการบังคับใช้อยู่ในปัจจุบัน ยังมีช่องว่างที่ยังสามารถ พัฒนาให้เกิดประสิทธิภาพในการกำกับดูแลในส่วนที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในประเทศไทยได้ ดังนั้น จึงควรวิเคราะห์ถึงแนวทางการพัฒนากฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ในประเด็น ดังต่อไปนี้ 1) การกำหนดมาตรการอื่นเพิ่มเติมนอกเหนือจากการเก็บภาษีเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ 2) ห้ามผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์การเป็นผู้สนับสนุนทางการเงินให้กีฬา 3) ห้ามผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ใช้เครื่องหมายการค้ากับสินค้าอื่น และ 4) ให้หน่วยงานปกครอง ส่วนท้องถิ่นมีอำนาจในการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เพื่อให้สอดคล้องต่อสถานการณ์ ปัจจุบันอันจะนำไปสู่การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ลดลง

แนวทางการเก็บเงินเพิ่มเติมอย่างอื่น นอกเหนือจากการเก็บภาษีเครื่องตี้มแอลกอฮอล์

| กิตติยา พรหมจันทร์

1. บทนำ

ประเทศไทยเป็นอีกประเทศหนึ่งในหลาย ๆ ประเทศที่มีการจัดเก็บภาษีจากเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ เหตุเพราะนอกจากประเด็นเรื่องรายได้ของรัฐแล้ว เครื่องตี้มแอลกอฮอล์ยังเป็นสินค้าที่จำเป็นจะต้องควบคุมให้อยู่ในขอบเขตและปริมาณที่เหมาะสม อีกทั้งเป็นที่ทราบกันดีว่าเครื่องตี้มแอลกอฮอล์เป็นสินค้าที่ทำลายสุขภาพ การบริโภคเครื่องตี้มแอลกอฮอล์เป็นปัจจัยเสี่ยงสำคัญต่อสุขภาพของประชากร ทำให้เกิดโรคและการเจ็บป่วยกว่า 230 ชนิด¹ ดังนั้น รัฐจึงใช้ภาษีเป็นเครื่องมือในการกำหนดอัตราภาษีสรรพสามิตสินค้าสุราในอัตราสูง เพื่อลดความสามารถในการบริโภคให้ลดลง และยังเป็นวิธีการควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ที่มีประสิทธิภาพสูงสุดโดยใช้ต้นทุนต่ำที่สุดอีกด้วย อย่างไรก็ตามจากสถานการณ์ปัจจุบันการบริโภคเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ก็ยังคงมีอยู่และส่งผลกระทบต่อสังคม สุขภาพ และเศรษฐกิจ จึงเห็นว่าควรพิจารณาแนวทางอื่นที่เหมาะสมในการเก็บรายได้เพิ่มเติมนอกเหนือจากการเก็บภาษีเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ เพื่อนำไปชดเชยกับความเสียหายที่เกิดขึ้นจากเครื่องตี้มแอลกอฮอล์โดยตรง รวมทั้งเป็นมาตรการเสริมให้การควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นอีกทางหนึ่งหรือไม่ โดยจะต้องศึกษาถึงการจัดเก็บรายได้จากเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ในประเทศไทยเป็นเบื้องต้น รูปแบบของกองทุนเฉพาะสิ่ง การจัดเก็บกองทุนเฉพาะที่มีของประเทศไทย แนวทางการจัดเก็บภาษีเพื่อสุขภาพของประเทศออสเตรเลียและการเก็บเงินประกันสุขภาพแห่งชาติประเทศญี่ปุ่น เพื่อนำมาสรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ ทั้งนี้ เพื่อให้เป็นข้อพิจารณาในการกำหนดแนวทางที่เหมาะสมต่อไป

¹ รายงานการผลการดำเนินงานควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์, สำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์, หน้า 1. สืบค้นเมื่อวันที่ 9 กันยายน 2564 จาก <https://ddc.moph.go.th/uploads/files/1438820200823062406.pdf>

2. การจัดเก็บรายได้จากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทย

โดยหลักการแล้ว ภาษี คือ เงินที่รัฐใช้อำนาจบังคับเก็บจากบุคคลธรรมดาและนิติบุคคลตามกฎหมายเอกชนหรือกฎหมายมหาชน เป็นการถาวรและไม่มีสิ่งตอบแทนให้โดยตรง ทั้งนี้ โดยคำนึงถึงความสามารถในการเสียภาษีของผู้เสียภาษี เพื่อครอบคลุมรายจ่ายสาธารณะหรือเพื่อการแทรกแซงอื่น ๆ ของรัฐ² ดังนั้นลักษณะของภาษีจะต้องเป็นการทั่วไป ไม่มีผลประโยชน์ตอบแทนโดยตรงแก่ผู้เสียภาษี แต่มีผลประโยชน์ทางอ้อมเพื่อให้รัฐนำไปใช้จ่ายทั่วไปตามภารกิจของรัฐ ภาษีทั่วไป (General taxes) หมายถึง ภาษีอากรต่าง ๆ ที่รัฐบาลจัดเก็บ ซึ่งรายได้จากการจัดเก็บภาษีอากรดังกล่าวที่รัฐบาลจะนำไปใช้จ่ายในกิจการใดก็ได้³ ไม่มีข้อบังคับเกี่ยวกับการใช้เงิน (หากแต่อยู่ภายใต้บังคับแห่งกฎหมายเกี่ยวกับรายจ่ายสาธารณะ) เช่น รัฐบาลจะนำรายได้ไปใช้จ่ายในด้านการป้องกันประเทศ หรือเพื่อลงทุนในทางเศรษฐกิจก็ได้ หากแต่ก็มีการจัดเก็บเงินภาษีบางประเภทที่อาจมีผลประโยชน์ตอบแทนโดยตรงกับผู้จ่าย คือ ภาษีเพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะอย่าง (Earmarked taxes) ซึ่งอาจจะเก็บภาษีอากรบางประเภทเพื่อวัตถุประสงค์อย่างหนึ่งอย่างใดโดยเฉพาะ รายได้ที่จัดเก็บจากภาษีชนิดนั้นจะต้องนำไปใช้จ่ายในวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้เท่านั้น จะนำไปใช้จ่ายในกิจการอย่างอื่นไม่ได้ กล่าวคือ ภาษีเพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะอย่าง คือ ภาษีซึ่งจัดเก็บแยกต่างหากสำหรับวัตถุประสงค์พิเศษ (Hypothecation) และใช้สำหรับวัตถุประสงค์เฉพาะเจาะจง (Dedicated or Specific Purpose) ภายใต้กฎหมายภาษีเฉพาะ มีหลักการจัดเก็บที่พิเศษแตกต่างจากการจัดเก็บภาษีทั่วไป ซึ่งในต่างประเทศนั้นมีการใช้ภาษีเพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะอย่างแพร่หลายเป็นเวลานานแล้ว เช่น ในสหรัฐอเมริกา มีการจัดเก็บ Earmarked Tax จากแก๊สโซลีน (Gasoline Tax) เพื่อเป็นเงินทุนในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ในออสเตรเลีย ฟินแลนด์ เกาหลีใต้ และได้หวัน มีการจัดเก็บ Earmarked Tax จากเบียร์ เพื่อควบคุมปริมาณการบริโภคเบียร์ และส่งเสริมสุขภาพของประชาชน นอกจากนี้ นิวซีแลนด์ ฟินแลนด์ และเกาหลีใต้ ยังมีการจัดเก็บ Earmarked Tax จากสุรา เพื่อควบคุมปริมาณการบริโภคสุราและส่งเสริมสุขภาพของประชาชน เป็นต้น⁴ นอกจากนี้ยังมีรายได้ที่มีเชื้อภาษีจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ด้วย คือ ค่าธรรมเนียมใบอนุญาตสำหรับลินค้ำสุรา เป็นต้น

² อรพิน ผลสุวรรณ สบายรูป. (2557). กฎหมายการคลัง, กรุงเทพฯ: โครงการตำราและเอกสารประกอบการสอน คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, หน้า 94.

³ เกริกเกียรติ พิพัฒเสวีธรรม. (2552). การคลังว่าด้วยการจัดสรรและการกระจาย, โครงการส่งเสริมการสร้างตำรา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, หน้า 137.

⁴ จุฑาลักษณ์ จำปาทอง. (2558). แนวคิดเกี่ยวกับภาษีเพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะในประเทศไทย, กรุงเทพฯ: กลุ่มงานติดตามและประมวลผลงานของวุฒิสภา สำนักวิชาการ สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา.

ภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หลายคนอาจเข้าใจว่าเป็นภาษีสรรพสามิตประเภทสินค้าสุราเท่านั้น แต่จากการศึกษาวิจัยพบว่า การจัดเก็บรายได้จากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศไทยถูกจัดเก็บเป็นรายได้ของรัฐในหลากหลายลักษณะด้วยกัน กรณีที่เป็นภาษีอากร ได้แก่ ภาษีเงินได้จากธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ภาษีมูลค่าเพิ่มจากการขายสินค้าหรือบริการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในราชอาณาจักร ภาษีสรรพสามิตจากสินค้าสุรา ภาษีเพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะอย่างจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ถูกนำไปจัดสรรให้กับกองทุนต่าง ๆ ภาษีท้องถิ่นสำหรับสินค้าหรือบริการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ภาษีศุลกากรที่เป็นอากรขาเข้าสำหรับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และกรณีที่ไม่ใช่ภาษีอากร คือ ค่าธรรมเนียมใบอนุญาต เป็นต้น โดยมีรายละเอียดดังนี้

2.1 ภาษีเงินได้จากธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ แบ่งเป็นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา กรณีบุคคลธรรมดา ซึ่งรายได้จากการประกอบธุรกิจผลิตหรือจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นเงินได้พึงประเมินอย่างหนึ่ง ผู้เสียภาษีที่เป็นบุคคลธรรมดาจะต้องนำเงินได้ดังกล่าวมาเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา และภาษีเงินได้นิติบุคคล หากเป็นบริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลมีรายได้จากกิจการหรือเนื่องจากกิจการเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ บริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลนั้นก็ต้องนำมาเสียภาษีเงินได้นิติบุคคลตามกฎหมายประมวลรัษฎากร โดยหน่วยงานจัดเก็บภาษีดังกล่าวคือกรมสรรพากร

สำหรับผู้เสียภาษีเงินได้ (ผู้ผลิตหรือจำหน่าย) ตามที่กฎหมายกำหนด ตามหลักการภาษีทางตรงจะเป็นผู้ชำระภาษีเองโดยตรง ซึ่งกระทบต่อการรับรู้ภาระภาษีของผู้ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับแอลกอฮอล์โดยตรงมากกว่าภาษีทางอ้อม อันได้แก่ ภาษีมูลค่าเพิ่ม ภาษีสรรพสามิต และภาษีศุลกากร ซึ่งภาระภาษีจะตกแก่ผู้บริโภค

⁵ ประมวลรัษฎากร

มาตรา 77/2 การกระทำการดังต่อไปนี้ในราชอาณาจักร ให้อยู่ในบังคับต้องเสียภาษีมูลค่าเพิ่ม ตามบทบัญญัติในหมวดนี้

(1) การขายสินค้าหรือการให้บริการโดยผู้ประกอบการ

(2) การนำเข้าสินค้าโดยผู้นำเข้า

การให้บริการในราชอาณาจักร ให้หมายถึง บริการที่ทำในราชอาณาจักร โดยไม่คำนึงว่าการใช้บริการนั้นจะอยู่ในต่างประเทศหรือในราชอาณาจักร

การให้บริการที่ทำในต่างประเทศและได้มีการใช้บริการนั้นในราชอาณาจักร ให้ถือว่าการให้บริการนั้นเป็นการให้บริการในราชอาณาจักร

2.2 ภาษีมูลค่าเพิ่มจากการขายสินค้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จัดเก็บจากการขายสินค้าหรือ การให้บริการโดยผู้ประกอบการในราชอาณาจักร⁵ ดังนั้น การขายสินค้าหรือบริการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในราชอาณาจักร ผู้ประกอบการหรือผู้นำเข้าซึ่งเป็นผู้มีหน้าที่เสียภาษีตามกฎหมาย⁶ ที่มีรายได้จากการ ขายหรือบริการดังกล่าวมากกว่า 1.8 ล้านบาท จะต้องจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่มและเสียภาษีมูลค่าเพิ่ม⁷ โดยหน่วยงานจัดเก็บภาษีมูลค่าเพิ่มดังกล่าวคือกรมสรรพากร

ซึ่งโดยทั่วไปภาระภาษีนี้จะถูกผลักไปยังผู้บริโภคสุดท้ายให้ต้องรับภาระภาษีที่แท้จริง ตามหลักการของภาษีทางอ้อม อย่างไรก็ตาม ผู้เสียภาษี (ผู้รับภาระภาษีที่แท้จริง) จะไม่ค่อยรับรู้ถึงภาระ ภาษีดังกล่าวมากนัก เนื่องจากเป็นภาษีที่แฝงมากับราคาสินค้า นอกจากนี้ยังมีการแฝงภาษีท้องถิ่นจาก ภาษีมูลค่าเพิ่ม⁷ ดังนั้น ภาษีมูลค่าเพิ่มที่จัดสรรมายังท้องถิ่นจึงมีลักษณะทั่วไปเช่นกัน

2.3 ภาษีสรรพสามิตที่เรียกเก็บจากสินค้าสุรา⁸

สุร่าเป็นสินค้าอันดับแรกๆที่จัดเก็บภาษีสรรพสามิต และถูกจัดเก็บเรื่อยมาตั้งแต่สมัยอดีต ซึ่งแต่เดิมเรียก อากรสุรา ซึ่งเก็บตามจำนวนเตาที่ตั้งต้มกลั่นสุร่าขาย ถ้าไม่มีเตาสุร่าก็เก็บอากรสุร่า รายตัวคน (ชายฉกรรจ์) คนละ 1 บาท และมีการเก็บอากรสุร่าจากคนขายสุร่าด้วย⁹

⁶ ประมวลรัษฎากร

มาตรา 82 ให้บุคคลดังต่อไปนี้ เป็นผู้มีหน้าที่เสียภาษีมูลค่าเพิ่มตามบทบัญญัติในหมวดนี้

- (1) ผู้ประกอบการ
- (2) ผู้นำเข้า

⁷ พระราชบัญญัติรายได้เทศบาล พ.ศ. 2497

มาตรา 12 ทวิ เทศบาลมีอำนาจออกเทศบัญญัติเก็บภาษีมูลค่าเพิ่ม โดยให้กำหนดเป็นอัตราภาษีมูลค่าเพิ่ม เพิ่มขึ้นจากอัตรา ที่เรียกเก็บตามประมวลรัษฎากร ในอัตราดังต่อไปนี้

- (1) ในกรณีที่ประมวลรัษฎากรเรียกเก็บภาษีมูลค่าเพิ่มในอัตราร้อยละศูนย์ให้เทศบาลเก็บในอัตราร้อยละศูนย์
- (2) ในกรณีที่ประมวลรัษฎากรเรียกเก็บภาษีมูลค่าเพิ่มในอัตราอื่น ให้เทศบาลเก็บหนึ่งในเก้าของอัตราภาษีมูลค่าเพิ่มที่เรียกเก็บ ตามประมวลรัษฎากร

⁸ แต่เดิมนั้นภาษีสุร่าจัดเก็บตามกฎหมายว่าด้วยสุร่า และกฎหมายว่าด้วยการจัดสรรเงินภาษีสุร่า แต่เนื่องจากใช้บังคับมาเป็น ระยะเวลาอันนานและบทบัญญัติในบางฉบับจึงไม่สอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจและสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป นอกจากนี้ การ กำหนดบทบัญญัติเกี่ยวกับภาษีสรรพสามิตไว้ในกฎหมายหลายฉบับ ทำให้เกิดความไม่สะดวกในการใช้ทั้งแก่ประชาชน ผู้มีหน้าที่ปฏิบัติตามกฎหมายและส่วนราชการผู้ปฏิบัติงาน จึงมีการปรับปรุงกฎหมายว่าด้วยภาษีสรรพสามิตทั้งระบบเพื่อ ให้การบังคับใช้กฎหมายเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ในปี พ.ศ. 2560 ที่ผ่านมา

⁹ สมเด็จพระมหาสมณเจ้ากรมพระยาวชิรญาณวโรรส, ลัทธิธรรมเนียมต่าง ๆ ภาคที่ 16 ตำนานภาษีอากรบางอย่างกับคำอธิบายของพระเจ้า บรมวงศ์เธอกรมพระตำรวจราชานุภาพ หน้า 4 อ้างใน กฤษรัตน์ ศรีสว่าง. (2564). กฎหมายภาษีสรรพสามิต. วิญญูชน. หน้า 151-152.



พระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2560 มีผลบังคับใช้เมื่อวันที่ 16 กันยายน 2560 เป็นการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างของระบบกฎหมายภาษีสรรพสามิตและแนวทางการจัดเก็บภาษีแบบใหม่ เพื่อให้เกิดความเป็นธรรม โปร่งใส เป็นสากล และลดการใช้ดุลพินิจของเจ้าหน้าที่ส่งผลให้กฎหมายภาษีสรรพสามิตสามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น ในการบริหารการจัดเก็บภาษีได้ทั้งระบบ และทำให้การจัดเก็บภาษีเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ทั้งนี้กรมสรรพสามิตได้ออกกฎหมายลำดับรองประมาณ 80 ฉบับ เพื่อให้สอดคล้องกับกฎหมายแม่บท โดยเฉพาะอัตราการจัดเก็บภาษีสินค้าและบริการต่าง ๆ

การจัดเก็บภาษีสุราตามพระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2560 มีการปรับปรุงใหม่¹⁰ ดังนี้

- คงการจัดเก็บภาษีแบบระบบผสม ทั้งในอัตราตามมูลค่าเพื่อสะท้อนถึงความฟุ่มเฟือยและอัตราตามปริมาณเพื่อสะท้อนถึงหลักสุขภาพ ซึ่งสร้างความโปร่งใสและเป็นธรรมในการจัดเก็บภาษีมากยิ่งขึ้น
- ปรับลดภาษีตามมูลค่าและเพิ่มอัตราภาษีตามปริมาณ (แรงแอลกอฮอล์) เพื่อให้สอดคล้องกับหลักสากล โดยคำนึงถึงสุขภาพมากยิ่งขึ้น โดยอัตราภาษีใหม่จะไม่ทำให้มีภาระภาษีเพิ่มขึ้นมากนัก ตามหลักรายได้คงที่ (Revenue Neutrality)
- ส่งเสริมให้ประชาชนบริโภคสุราที่มีดีกรีต่ำและลดปัญหาสุราเถื่อน
- ปรับลดอัตราภาษีตามมูลค่า เนื่องจากฐานภาษีได้ปรับจากราคาขายส่งช่วงสุดท้ายเป็นราคาขายปลีกแนะนำ เป็นต้น

ทั้งนี้ อัตราภาษีจะต้องพิจารณาตามบัญชีท้ายกฎกระทรวงกำหนดพิกัดอัตราภาษีสรรพสามิต (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2560 ตอนที่ 13 สินค้าสุรา อีกทั้งผู้ที่จะผลิตสุราหรือผู้จะขายสุราจึงต้องยื่นคำขออนุญาตจากหน่วยงานของรัฐที่มีอำนาจตามกฎหมายก่อนด้วย เพื่อให้รัฐสามารถควบคุมและกำกับดูแลตั้งแต่นั้นขั้นตอนการผลิต นำเข้า การขาย และการเปลี่ยนแปลงภาชนะบรรจุภัณฑ์

¹⁰ ข่าวกรมสรรพสามิต. (2560). สืบค้นเมื่อวันที่ 10 กันยายน 2564 จาก <https://www.excise.go.th/cs/groups/public/documents/document/dwnt/mjcy/~edisp/ uatucm272896.pdf>

โดยคำว่า “สุรา” “สุราแช่” “สุรากลั่น” นั้น มีกำหนดนิยาม มาตรา 152 แห่งพระราชบัญญัติ ภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2560¹¹ ว่า สุรา ให้หมายความรวมถึงวัตถุทั้งหลายหรือของผสมที่มีแอลกอฮอล์ ซึ่งสามารถดื่มกินได้เช่นเดียวกับน้ำสุรา หรือซึ่งดื่มกินไม่ได้แต่เมื่อได้ผสมกับน้ำหรือของเหลวอย่างอื่น แล้วสามารถดื่มกินได้เช่นเดียวกับน้ำสุรา แต่ไม่รวมถึงเครื่องดื่มที่มีปริมาณแอลกอฮอล์ไม่เกิน 0.5 ดีกรี และตามพิกัดอัตราภาษีสรรพสามิต มีการกำหนดสินค้าสุราตามวิธีการผลิต คือ “สุราแช่” จำแนกย่อย เป็น 4 ประเภท ได้แก่ เบียร์ ไวน์และสปาร์คกิ้งไวน์ที่ทำจากองุ่น สุราแช่ผลไม้ที่มีส่วนผสมขององุ่น หรือไวน์องุ่น และสุราแช่ชนิดอื่น ๆ และ “สุรากลั่น” จำแนกย่อยเป็น 2 ประเภท สุราขาวและสุรากลั่น ชนิดอื่น ๆ ทั้งนี้คิดตามมูลค่าหรือปริมาณตามบัญชีท้ายกฎกระทรวงกำหนดพิกัดอัตราภาษีสรรพสามิต (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2560 โดยหน่วยงานจัดเก็บภาษีสรรพสามิตสินค้าดังกล่าวนี้ คือ กรมสรรพสามิต

2.4 ภาษีเพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะอย่าง (Earmarked taxes)

ภาษีเพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะอย่าง รัฐบาลอาจจะเก็บภาษีอากรบางประเภทเพื่อวัตถุประสงค์ อย่างหนึ่งอย่างใดโดยเฉพาะ รายได้ที่จัดเก็บจากภาษีชนิดนั้นจะต้องนำไปใช้จ่ายในวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้เท่านั้น รัฐบาลจะนำไปใช้จ่ายในกิจการอย่างอื่นไม่ได้¹² ในส่วนของภาษีเพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะอย่าง ที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยเป็นรายได้ที่จัดเก็บจากภาษีสรรพสามิตสินค้าสุราและนำไป แบ่งสรรรายได้เพื่อวัตถุประสงค์บางกิจการต่าง ๆ ดังนี้

2.4.1 เงินบำรุงองค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย หรือ ไทยพีบีเอส ตามพระราชบัญญัติองค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2551 ให้องค์การฯ มีอำนาจจัดเก็บเงินบำรุงองค์การจากผู้มีหน้าที่เสียภาษีตามกฎหมายว่าด้วย สุราและกฎหมายว่าด้วยยาสูบ ในอัตราร้อยละ 1.5 ของภาษีที่เก็บจากสุราและยาสูบตามกฎหมาย ว่าด้วยสุราและกฎหมายว่าด้วยยาสูบ และจัดสรรให้เป็นรายได้ขององค์การ โดยให้มีรายได้สูงสุด ปีงบประมาณละไม่เกิน 2,000 ล้านบาท และให้รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังมีอำนาจในการปรับเพิ่ม

¹¹ พระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2560 หมวด 2 โบนัสสำหรับสินค้าสุรา ยาสูบ และไฟ ส่วนที่ 1 สุรา

มาตรา 152 ในส่วนนี้

“สุรา” ให้หมายความรวมถึงวัตถุทั้งหลายหรือของผสมที่มีแอลกอฮอล์ ซึ่งสามารถดื่มกินได้เช่นเดียวกับน้ำสุรา หรือซึ่งดื่มกิน ไม่ได้แต่เมื่อได้ผสมกับน้ำหรือของเหลวอย่างอื่นแล้วสามารถดื่มกินได้เช่นเดียวกับน้ำสุรา แต่ไม่รวมถึงเครื่องดื่มที่มีปริมาณ แอลกอฮอล์ไม่เกินศูนย์จุดห้าดีกรี

“สุราแช่” หมายความว่า สุราที่ไม่ได้กลั่น และให้หมายความรวมถึงสุราแช่ที่ได้ผสมกับสุรากลั่นแล้ว แต่ยังมีแรงแอลกอฮอล์ ไม่เกินสิบห้าดีกรีด้วย

“สุรากลั่น” หมายความว่า สุราที่ได้กลั่นแล้ว และให้หมายความรวมถึงสุรากลั่นที่ได้ผสมกับสุราแช่แล้ว แต่มีแรงแอลกอฮอล์ เกินกว่าสิบห้าดีกรีด้วย

¹² เกริกเกียรติ พิพัฒเสฐธรรม. (2552). การคลังว่าด้วยการจัดสรรและการกระจาย, โครงการส่งเสริมการสร้างตำรา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. หน้า 137.



รายได้สูงสุดตามมาตรานี้ทุก 3 ปี เพื่อให้องค์การมีรายได้เพียงพอต่อการดำเนินการตามวัตถุประสงค์ โดยให้พิจารณาถึงอัตราเงินเฟ้อของปีที่ผ่านมารวมกับขอบเขตการดำเนินงานขององค์การที่เปลี่ยนแปลงไปและผลการประเมินการดำเนินงานขององค์การ โดยให้กรมสรรพสามิตและกรมศุลกากรเป็นผู้เรียกเก็บเงินบำรุงองค์การเพื่อนำส่งเป็นรายได้ขององค์การ โดยไม่ต้องนำส่งเป็นรายได้แผ่นดิน ทั้งนี้ ตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนด ซึ่งเงินบำรุงองค์การนี้ให้ถือเป็นภาษี แต่ไม่ให้นำไปรวมคำนวณเป็นมูลค่าของภาษี¹³

ข้อสังเกตเกี่ยวกับเงินบำรุงองค์การไทยพีบีเอสนี้ มีการกำหนดเพดานรายได้สูงสุดเอาไว้ไม่ให้เกิน 2,000 ล้านบาท และสามารถทบทวนปรับเพิ่มรายได้ทุก 3 ปี ซึ่งจะแตกต่างจากเงินกองทุนอื่น ๆ ที่ไม่มีการกำหนดเอาไว้ ดังนั้น รายได้จากกองทุนอื่น ๆ จึงจะขึ้นอยู่กับภารกิจของประชาชน ที่สะท้อนออกมาในรูปแบบที่ผู้มีหน้าที่เสียภาษีตามกฎหมายว่าด้วยสุรา จะต้องนำส่งเป็นรายได้ขององค์การ

2.4.2 กองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ หรือ ส.ส.ส. ตามพระราชบัญญัติกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ พ.ศ. 2544 ให้กองทุนมีอำนาจจัดเก็บเงินบำรุงกองทุนจากผู้มีหน้าที่เสียภาษีตามกฎหมายว่าด้วยสุราและกฎหมายว่าด้วยยาสูบ ในอัตราร้อยละ 2 ของภาษีที่เก็บจากสุราและยาสูบตามกฎหมายว่าด้วยสุราและกฎหมายว่าด้วยยาสูบ โดยให้กรมสรรพสามิตและกรมศุลกากรเป็นผู้ดำเนินการเรียกเก็บเงินบำรุงกองทุน เพื่อนำส่งเป็นรายได้ของกองทุน โดยไม่ต้องนำส่งกระทรวงการคลังเป็นรายได้แผ่นดิน ทั้งนี้ ตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนด ซึ่งเงินบำรุง

¹³ พระราชบัญญัติองค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2551

มาตรา 12 ให้องค์การมีอำนาจจัดเก็บเงินบำรุงองค์การจากผู้มีหน้าที่เสียภาษีตามกฎหมายว่าด้วยสุราและกฎหมายว่าด้วยยาสูบ ในอัตราร้อยละหนึ่งจุดห้าของภาษีที่เก็บจากสุราและยาสูบตามกฎหมายว่าด้วยสุราและกฎหมายว่าด้วยยาสูบ และจัดสรรให้เป็นรายได้ขององค์การ โดยให้มีรายได้สูงสุดปีงบประมาณละไม่เกินสองพันล้านบาท และให้รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังมีอำนาจในการปรับเพิ่มรายได้สูงสุดตามมาตรานี้ทุกสามปี เพื่อให้องค์การมีรายได้เพียงพอต่อการดำเนินการตามวัตถุประสงค์ โดยให้พิจารณาถึงอัตราเงินเฟ้อของปีที่ผ่านมารวมกับขอบเขตการดำเนินงานขององค์การที่เปลี่ยนแปลงไปและผลการประเมินการดำเนินงานขององค์การตามมาตรา 50

รายได้ขององค์การตามวรรคหนึ่งส่วนที่เกินจากรายได้สูงสุดที่กำหนดไว้ ให้องค์การนำส่งเป็นรายได้แผ่นดิน การคำนวณเงินบำรุงองค์การตามอัตราที่กำหนดในวรรคหนึ่ง หากมีเศษของสตางค์ ให้ปัดทิ้ง

มาตรา 13 เพื่อประโยชน์ในการจัดเก็บและส่งเงินบำรุงองค์การ

- (1) ให้กรมสรรพสามิตและกรมศุลกากรเป็นผู้เรียกเก็บเงินบำรุงองค์การเพื่อนำส่งเป็นรายได้ขององค์การ โดยส่วนที่ไม่เกินจากรายได้สูงสุดที่กำหนดในมาตรา 12 ไม่ต้องนำส่งเป็นรายได้แผ่นดิน ทั้งนี้ ตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนด
- (2) เงินบำรุงองค์การ ให้ถือเป็นภาษี แต่ไม่ให้นำไปรวมคำนวณเป็นมูลค่าของภาษีในการนำส่งเงินบำรุงองค์การ ให้กรมสรรพสามิตและกรมศุลกากรหักค่าใช้จ่ายไว้ในอัตราตามที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังประกาศกำหนด แต่ไม่เกินร้อยละหนึ่งจุดห้าของเงินบำรุงองค์การที่เก็บได้

มาตรา 14 ให้ผู้มีหน้าที่เสียภาษีตามกฎหมายว่าด้วยสุราและกฎหมายว่าด้วยยาสูบ มีหน้าที่ส่งเงินบำรุงองค์การตามอัตราที่กำหนดตามมาตรา 12 วรรคหนึ่ง พร้อมกับชำระภาษีตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนด

กองทุนให้ถือเป็นภาษี แต่ไม่ให้นำไปรวมคำนวณเป็นมูลค่าของภาษี¹⁴

2.4.3 กองทุนพัฒนาการกีฬาแห่งชาติ ตามพระราชบัญญัติการกีฬาแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2558 ให้กองทุนมีอำนาจจัดเก็บเงินบำรุงกองทุนจากผู้มีหน้าที่เสียภาษีตามกฎหมายว่าด้วยสุรา และกฎหมายว่าด้วยยาสูบ ในอัตราร้อยละ 2 ของภาษีที่เก็บจากสุราและยาสูบตามกฎหมายว่าด้วยสุราและกฎหมายว่าด้วยยาสูบ ให้กรมสรรพสามิตและกรมศุลกากรเป็นผู้ดำเนินการเรียกเก็บเงินบำรุงกองทุน เพื่อนำส่งเป็นรายได้ของกองทุน โดยไม่ต้องนำส่งคลังเป็นรายได้แผ่นดิน ทั้งนี้ ตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนด ซึ่งเงินบำรุงกองทุนให้ถือเป็นภาษี แต่ไม่ให้นำไปรวมคำนวณเป็นมูลค่าของภาษี¹⁵

2.4.4 กองทุนผู้สูงอายุ เพื่อเป็นทุนใช้จ่ายเกี่ยวกับการคุ้มครอง การส่งเสริมและการสนับสนุนผู้สูงอายุ ตามพระราชบัญญัติผู้สูงอายุ พ.ศ. 2546 ให้เรียกเก็บเงินบำรุงกองทุนจากผู้มีหน้าที่เสียภาษีสรรพสามิตในส่วนที่เกี่ยวข้องกับสินค้าสุราและยาสูบในอัตราร้อยละ 2 ของภาษีที่เก็บจากสุราและยาสูบตามกฎหมายว่าด้วยภาษีสรรพสามิต และให้ผู้มีหน้าที่เสียภาษีดังกล่าวเป็นผู้มีหน้าที่นำส่งเงินบำรุงกองทุนพร้อมกับชำระภาษีสรรพสามิต ทั้งนี้ ตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนด¹⁶

¹⁴ พระราชบัญญัติกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ พ.ศ. 2544

มาตรา 11 ให้กองทุนมีอำนาจจัดเก็บเงินบำรุงกองทุนจากผู้มีหน้าที่เสียภาษีตามกฎหมายว่าด้วยสุราและกฎหมายว่าด้วยยาสูบ ในอัตราร้อยละสองของภาษีที่เก็บจากสุราและยาสูบตามกฎหมายว่าด้วยสุราและกฎหมายว่าด้วยยาสูบในการคำนวณเงินบำรุงกองทุนตามอัตราที่กำหนดในวรรคหนึ่ง หากมีเศษของหนึ่งสตางค์ให้ปัดทิ้ง

มาตรา 12 เพื่อประโยชน์ในการจัดเก็บและส่งเงินบำรุงกองทุน

- (1) ให้กรมสรรพสามิตและกรมศุลกากรเป็นผู้ดำเนินการเรียกเก็บเงินบำรุงกองทุน เพื่อนำส่งเป็นรายได้ของกองทุน โดยไม่ต้องนำส่งกระทรวงการคลังเป็นรายได้แผ่นดิน ทั้งนี้ ตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนด
- (2) เงินบำรุงกองทุนให้ถือเป็นภาษี แต่ไม่ให้นำไปรวมคำนวณเป็นมูลค่าของภาษี

มาตรา 13 ให้ผู้มีหน้าที่เสียภาษีตามกฎหมายว่าด้วยสุราและกฎหมายว่าด้วยยาสูบ มีหน้าที่ส่งเงินบำรุงกองทุนตามอัตราที่กำหนดตามมาตรา 11 พร้อมกับชำระภาษีตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนด

¹⁵ พระราชบัญญัติการกีฬาแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2558

มาตรา 37 ให้กองทุนมีอำนาจจัดเก็บเงินบำรุงกองทุนจากผู้มีหน้าที่เสียภาษีตามกฎหมายว่าด้วยสุราและกฎหมายว่าด้วยยาสูบ ในอัตราร้อยละสองของภาษีที่เก็บจากสุราและยาสูบตามกฎหมายว่าด้วยสุราและกฎหมายว่าด้วยยาสูบในการคำนวณเงินบำรุงกองทุนตามอัตราที่กำหนดในวรรคหนึ่ง หากมีเศษของหนึ่งสตางค์ให้ปัดทิ้ง

มาตรา 38 เพื่อประโยชน์ในการจัดเก็บและส่งเงินบำรุงกองทุน

- (1) ให้กรมสรรพสามิตและกรมศุลกากรเป็นผู้ดำเนินการเรียกเก็บเงินบำรุงกองทุน เพื่อนำส่งเป็นรายได้ของกองทุน โดยไม่ต้องนำส่งคลังเป็นรายได้แผ่นดิน ทั้งนี้ ตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนด
- (2) เงินบำรุงกองทุนให้ถือเป็นภาษีแต่ไม่ให้นำไปรวมคำนวณเป็นมูลค่าของภาษี

มาตรา 39 ให้ผู้มีหน้าที่เสียภาษีตามกฎหมายว่าด้วยสุราและกฎหมายว่าด้วยยาสูบ มีหน้าที่ส่งเงินบำรุงกองทุนตามอัตราที่กำหนดตามมาตรา 37 พร้อมกับชำระภาษีตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนด

¹⁶ ตามพระราชบัญญัติผู้สูงอายุ พ.ศ. 2546 เพิ่มโดยพระราชบัญญัติผู้สูงอายุ (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2560

มาตรา 15/1 ให้เรียกเก็บเงินบำรุงกองทุนจากผู้มีหน้าที่เสียภาษีสรรพสามิตในส่วนที่เกี่ยวข้องกับสินค้าสุราและยาสูบในอัตราร้อยละสองของภาษีที่เก็บจากสุราและยาสูบตามกฎหมายว่าด้วยภาษีสรรพสามิต และให้ผู้มีหน้าที่เสียภาษีดังกล่าวเป็นผู้มีหน้าที่นำส่งเงินบำรุงกองทุนพร้อมกับชำระภาษีสรรพสามิต ทั้งนี้ ตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดในการคำนวณเงินบำรุงกองทุนตามวรรคหนึ่ง หากมีเศษของหนึ่งสตางค์ให้ปัดทิ้ง



2.5 ภาษีท้องถิ่น (Local tax)

ภาษีท้องถิ่นหรือที่เรียกว่าภาษีเพื่อมหาดไทย รายได้จากการจัดเก็บภาษีสรรพสามิตจะถูกจัดสรรให้กับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นทั่วประเทศตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่กฎหมายกำหนด เพื่อนำรายได้ภาษีไปช่วยพัฒนาท้องถิ่น ภาษีท้องถิ่นที่ได้รับการจัดสรรจากภาษีสรรพสามิตที่เป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามพระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2560¹⁷ จึงได้มีการกำหนดให้ผู้มีหน้าที่เสียภาษีสรรพสามิต หน้าที่เสียภาษีเพิ่มขึ้นเพื่อราชการส่วนท้องถิ่นสำหรับสินค้าหรือบริการ ตามอัตราที่กำหนดในพระราชกฤษฎีกา แต่ไม่เกินร้อยละ 10 ของภาษี และให้พนักงานเจ้าหน้าที่หรือเจ้าพนักงานสรรพสามิต ส่งมอบเงินภาษีที่เก็บเพิ่มขึ้นนั้น ให้แก่กระทรวงมหาดไทย โดยหักค่าใช้จ่ายไว้ร้อยละ 5 ของเงินภาษีที่เก็บเพิ่มขึ้นได้

2.6 อากรขาเข้า

อากรขาเข้าสำหรับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ตามพิกัดอัตราศุลกากร¹⁸ สินค้าที่นำเข้าและต้องเสียอากรขาเข้ามีทั้งหมดมี 21 หมวด 97 ตอน ในส่วนอากรขาเข้าสำหรับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จะอยู่ในหมวด 4 ตอนที่ 22 เครื่องดื่ม สุรา น้ำส้มสายชู อยู่ในประเภท 22.03 22.06 และ 22.08 เช่น เบียร์ที่ทำจากมอลต์ ไวน์ที่ทำจากองุ่นสด รวมถึงไวน์ที่เติมแอลกอฮอล์เกรดพรีเมียม เครื่องดื่มอื่น ๆ ที่ได้จากการหมัก (เช่น ไชเดอร์ เพอร์รี่ มิดและสาเก) สุรา ลิเกียร์และเครื่องดื่มอื่น ๆ ที่เป็นสุรา เป็นต้น ซึ่งอัตราอากรจะคิดอัตราตามราคา ร้อยละ 60¹⁹ สำหรับอากรของประเภท 22.02 มีคำว่า “เครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์” หมายถึง เครื่องดื่มที่มีความแรงแอลกอฮอล์โดยปริมาตรไม่เกินร้อยละ 0.5 เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ให้จำแนกเข้าประเภท 22.03 ถึง 22.06 หรือประเภท 22.08 ตามประเภทของของนั้น

ปกติเมื่อมีการเก็บอากรขาเข้า จะต้องมีการเก็บภาษีชนิดอื่นควบคู่ไปด้วย โดยกรมศุลกากรเป็นผู้จัดเก็บแทน เช่น ภาษีมูลค่าเพิ่ม จัดเก็บแทนกรมสรรพากร ภาษีสรรพสามิต จัดเก็บแทนกรมสรรพสามิต ภาษีเพื่อมหาดไทย (ภาษีท้องถิ่น) จัดเก็บแทนกระทรวงมหาดไทย ค่าธรรมเนียมตามกฎหมายต่าง ๆ เช่น ค่าธรรมเนียมพิเศษแทนกระทรวงพาณิชย์ เป็นต้น

¹⁷ พระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2560 หมวด 1 ส่วนที่ 15 การจัดเก็บเงินภาษีเพิ่มขึ้นเพื่อราชการส่วนท้องถิ่น

มาตรา 150 ให้ผู้มีหน้าที่เสียภาษีตามพระราชบัญญัตินี้มีหน้าที่เสียภาษีเพิ่มขึ้นเพื่อราชการส่วนท้องถิ่นสำหรับสินค้าหรือบริการตามอัตราที่กำหนดในพระราชกฤษฎีกา แต่ไม่เกินร้อยละสิบของภาษี ภาษีที่จะต้องเสียเพิ่มขึ้นตามวรรคหนึ่ง ถ้ามีเศษของหนึ่งสตางค์ ให้ปัดทิ้ง

มาตรา 151 ให้พนักงานเจ้าหน้าที่หรือเจ้าพนักงานสรรพสามิต ส่งมอบเงินภาษีที่เก็บเพิ่มขึ้นตามมาตรา 150 ให้แก่กระทรวงมหาดไทย โดยหักค่าใช้จ่ายไว้ร้อยละห้าของเงินภาษีที่เก็บเพิ่มขึ้นได้

¹⁸ พิกัดอัตราศุลกากร เป็นการจัดประเภทสินค้าออกเป็นประเภทต่าง ๆ ให้เป็นระบบ เพื่อจ่ายต่อการจัดเก็บภาษี ซึ่งมีการจำแนกประเภทสินค้าออกเป็นทั้งหมด 21 หมวด 97 ตอน โดย “ประเภท” จะหมายถึง ประเภทพิกัดอัตราศุลกากร มีรหัส 4 ตัว 2 ตัวแรกคือลำดับของตอน และ 2 ตัวหลัง คือลำดับของประเภท โดยจะมี “ประเภทย่อย” คือ ประเภทพิกัดอัตราศุลกากรที่แยกย่อยลงไป ซึ่งอาจมีเลขรหัส 6-7 ตัว และมีรายการกำกับ รวมทั้งอัตราอากร ตามราคาหรือตามสภาพของของนั้น

¹⁹ พระราชกำหนดพิกัดอัตราศุลกากร (ฉบับที่ 6) พ.ศ. 2559 หมวด 4 ตอนที่ 22 เครื่องดื่ม สุรา น้ำส้มสายชู หน้า 125-130

2.7 ค่าธรรมเนียมใบอนุญาต (ไม่ใช่ภาษีหรืออากร)

ค่าธรรมเนียมแบบใบอนุญาต (Regulatory fees) คือ ค่าธรรมเนียมซึ่งเก็บจากเอกชนหรือธุรกิจ เพื่ออนุญาตให้จัดทำกิจกรรมบางอย่าง วัตถุประสงค์ของการเก็บค่าธรรมเนียมประเภทนี้ก็เพื่อการควบคุมดูแล โดยทั่วไปจะจัดเก็บในอัตราคงที่สำหรับแต่ละประเภทกิจกรรม และส่วนใหญ่จะกำหนดระยะเวลาจ่ายเป็นรายปี นอกจากนี้การออกใบอนุญาตอาจใช้เพื่อวัตถุประสงค์ในการเพิ่มรายได้ หรือเพื่อควบคุมความเป็นระเบียบเรียบร้อย ดังนั้น สินค้าสุราซึ่งเป็นสินค้าที่มีอันตรายต่อสุขภาพ รัฐจึงจำเป็นต้องเข้ามาควบคุมและกำกับดูแลตั้งแต่ขั้นตอนการผลิต นำเข้า การขาย และการเปลี่ยนแปลงสถานะบรรจุภัณฑ์ ผู้ที่จะผลิตสุราหรือผู้จะขายสุราจึงต้องยื่นคำขออนุญาตจากหน่วยงานของรัฐที่มีอำนาจตามกฎหมายก่อน²⁰ ซึ่งจะมีค่าธรรมเนียมใบอนุญาตนั้น ๆ แบ่งตามประเภทใบอนุญาต เช่น อัตราขั้นสูงสุดที่กำหนดไว้ในพระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2560 ใบอนุญาตผลิตสุรา ฉบับละ 300,000 บาท ใบอนุญาตนำสุราเข้ามาในราชอาณาจักร ครั้งละ 25,000 บาท ใบอนุญาตขายสุราประเภทที่ 1 สำหรับการขายสุราทุกชนิด ครั้งหนึ่งจำนวนตั้งแต่สิบลิตรขึ้นไป ปีละ 100,000 บาท ประเภทที่ 2 สำหรับ

²⁰ พระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2560 หมวด 2 ใบอนุญาตสำหรับสินค้าสุรา ยาสูบ และไฟ ส่วนที่ 1 สุรา

มาตรา 153 ผู้ใดประสงค์จะผลิตสุราหรือมีเครื่องกลั่นสำหรับผลิตสุราไว้ในครอบครองให้ยื่นคำขออนุญาตต่ออธิบดี และต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่อธิบดีประกาศกำหนดการขออนุญาตและการออกใบอนุญาตตามวรรคหนึ่ง ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่กำหนดในกฎกระทรวง ใบอนุญาตที่ออกตามมาตรา นี้ให้มีอายุสามปีนับแต่วันที่ได้รับอนุญาต

มาตรา 154 ผู้ใดประสงค์จะนำสุราเข้ามาในราชอาณาจักร ให้ยื่นคำขออนุญาตต่ออธิบดี การขออนุญาตและการออกใบอนุญาตตามวรรคหนึ่ง ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่กำหนดในกฎกระทรวงการนำสุราเข้ามาตามวรรคหนึ่งเพื่อเป็นตัวอย่างสินค้าหรือมีใบเพื่อการค้า อธิบดีมีอำนาจผ่อนผันให้นำเข้ามาได้โดยไม่ต้องขอรับใบอนุญาต ทั้งนี้ ตามจำนวนและทางด้านศุลกากรที่อธิบดีประกาศกำหนด บทบัญญัติในมาตรานี้มิให้ใช้บังคับแก่ผู้ทำการตามหน้าที่ผู้ขนส่งโดยสุจริต หรือกรณีการนำเข้า เพื่อการค้าผ่านแดนหรือการถ่ายลำตามกฎหมายว่าด้วยศุลกากร ทั้งนี้ ให้อธิบดีมีอำนาจกำหนดหลักเกณฑ์วิธีการ และเงื่อนไขในการกำกับดูแลสินค้าตามมาตรา นี้ได้ตามที่เห็นสมควร

มาตรา 155 ผู้ใดประสงค์จะขายสุรา ให้ยื่นคำขออนุญาตต่อเจ้าพนักงานสรรพสามิต การขออนุญาตและการออกใบอนุญาตตามวรรคหนึ่ง ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่กำหนดในกฎกระทรวง ใบอนุญาตที่ออกตามมาตรา นี้ให้มีอายุหนึ่งปีนับแต่วันที่ได้รับอนุญาต

บทบัญญัติตามวรรคหนึ่ง มิให้ใช้บังคับกับการขายสุรา ในกรณีดังต่อไปนี้

- (1) การขายทั้งหมดในคราวเดียวภายใต้ความควบคุมของเจ้าพนักงานสรรพสามิต ในกรณีที่ผู้ได้รับใบอนุญาตตายหรือถูกเพิกถอนใบอนุญาต
- (2) การขายในการบังคับคดี
- (3) การขายโดยคำสั่งของอธิบดีกรมศุลกากรตามกฎหมายว่าด้วยศุลกากร
- (4) กรณีอื่นตามที่อธิบดีประกาศกำหนด

มาตรา 156 ใบอนุญาตขายสุรามี 2 ประเภท คือ

- (1) ใบอนุญาตขายสุราประเภทที่ 1 สำหรับการขายสุราทุกชนิด ครั้งหนึ่งจำนวนตั้งแต่สิบลิตรขึ้นไป
- (2) ใบอนุญาตขายสุราประเภทที่ 2 สำหรับการขายสุราทุกชนิด ครั้งหนึ่งจำนวนต่ำกว่าสิบลิตร

มาตรา 157 ห้ามมิให้ผู้ใดเปลี่ยนแปลงสถานะบรรจุสุราเพื่อการค้า เว้นแต่เป็นผู้ได้รับใบอนุญาตให้ผลิตสุรา หรือเป็นผู้ได้รับใบอนุญาตขายสุราประเภทที่ 2 เฉพาะกรณีผู้ซื้อได้ร้องขอให้เปลี่ยนแปลงสถานะบรรจุสุราเพื่อดื่มในขณะนั้น

มาตรา 158 ห้ามมิให้ผู้ใดเปลี่ยนแปลงสุรา โดยนำสุราอื่นใด หรือน้ำ หรือของเหลวหรือวัตถุอื่นใดเจือปนลงในสุราเพื่อการค้า เว้นแต่เป็นผู้ได้รับใบอนุญาตให้ผลิตสุรา หรือเป็นผู้ได้รับใบอนุญาตขายสุราประเภทที่ 2 เฉพาะกรณีผู้ซื้อได้ร้องขอให้เปลี่ยนแปลงสุราเพื่อดื่มในขณะนั้น ทั้งนี้ตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่กำหนดในกฎกระทรวง



การขายสุราทุกชนิด ครั้งหนึ่งจำนวนต่ำกว่าลิบลิตร ปีละ 50,000 บาท²¹ ทั้งนี้ อัตราค่าธรรมเนียมปัจจุบันเป็นไปตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่กำหนดในกฎกระทรวงกำหนดค่าธรรมเนียมและยกเว้นค่าธรรมเนียม การอนุญาตตามกฎหมายว่าด้วยภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2560²²

จากการจัดเก็บรายได้ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ข้างต้น จะเห็นได้ว่าการจัดเก็บรายได้ในรูปแบบที่หลากหลายเกี่ยวข้องกับผู้ผลิต ผู้ขาย ผู้นำเข้า รวมถึงผู้บริโภค ทั้งโดยตรงโดยอ้อม ซึ่งบุคคลเหล่านี้เป็นกลไกสำคัญในการผลักดันธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้คงอยู่ และควรที่จะเข้ามามีส่วนในการรับผิดชอบต่อสังคมร่วมกัน

3. แนวทางการเก็บเงินเพิ่มเติมอย่างอื่นนอกเหนือจากการเก็บภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

สำหรับแนวทางการเก็บเงินเพิ่มเติมอย่างอื่นนอกเหนือจากการเก็บภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นี้ จะต้องศึกษาถึงรูปแบบของกองทุนเฉพาะสิ่ง การจัดเก็บกองทุนเฉพาะที่มีของประเทศไทย ข้อดีข้อเสียของการใช้ภาษีเพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะ และแนวทางการจัดเก็บภาษีเพื่อสุขภาพของประเทศออสเตรเลีย และการเก็บเงินประกันสุขภาพแห่งชาติของประเทศญี่ปุ่น เพื่อให้เป็นข้อพิจารณาในการกำหนดแนวทางที่เหมาะสม ดังนี้

3.1 รูปแบบของกองทุนเฉพาะสิ่ง

กองทุนเฉพาะสิ่ง สามารถแบ่งออกได้เป็น 8 ประเภทตามหลักการสากล²³ โดยพิจารณาจากความเชื่อมโยงของการจัดเก็บภาษีและการใช้จ่าย โดยอาศัยหลักเกณฑ์ (1) ระดับความเฉพาะเจาะจงของการใช้จ่าย (Degree of The Specificity of The Expenditure) (2) ประสิทธิภาพความเชื่อมโยงระหว่างรายได้และการใช้จ่าย (Strength of The Linkage between The Earmarked Revenue

²¹ พระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2560 อัตราค่าธรรมเนียม (8)(9)(10)

(2) ใบอนุญาตขายสุราประเภทที่ 2 สำหรับการขายสุราทุกชนิด ครั้งหนึ่งจำนวนต่ำกว่าลิบลิตร

มาตรา 157 ห้ามมิให้ผู้ใดเปลี่ยนแปลงภาชนะบรรจุสุราเพื่อการค้า เว้นแต่เป็นผู้ได้รับใบอนุญาตให้ผลิตสุรา หรือเป็นผู้ได้รับใบอนุญาตขายสุราประเภทที่ 2 เฉพาะกรณีผู้ซื้อได้ร้องขอให้เปลี่ยนแปลงภาชนะบรรจุสุราเพื่อดื่มในขณะนั้น

มาตรา 158 ห้ามมิให้ผู้ใดเปลี่ยนแปลงสุรา โดยนำสุราอื่นใด หรือน้ำ หรือของเหลวหรือวัตถุอื่นใดเจือปนลงในสุราเพื่อการค้า เว้นแต่เป็นผู้ได้รับใบอนุญาตให้ผลิตสุรา หรือเป็นผู้ได้รับใบอนุญาตขายสุราประเภทที่ 2 เฉพาะกรณีผู้ซื้อได้ร้องขอให้เปลี่ยนแปลงสุราเพื่อดื่มในขณะนั้น ทั้งนี้ตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่กำหนดในกฎกระทรวง

²² กฎกระทรวงกำหนดค่าธรรมเนียมและยกเว้นค่าธรรมเนียม การอนุญาตตามกฎหมายว่าด้วยภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2560 สืบค้นเมื่อ 9 กันยายน 2564 จาก <http://www.ratchakittha.soc.go.th/DATA/PDF/2560/A/095/105.PDF>

²³ Richard M. Bird and Joo Sung Jun, Earmarking in Theory and Korean Practice pp. 3-6. Retrieved on September 9, 2021 from https://www.researchgate.net/publication/4983772_Earmarking_in_Theory_and_Korean_Practice



and The Expenditure) และ (3) เหตุผลเชิงประโยชน์สำหรับการเชื่อมโยง (Identifiable Benefit Rationale for The Linkage)²⁴ ดังนี้

รูปแบบที่ 1 กองทุนจะมีประสิทธิภาพความเชื่อมโยงและอยู่ในรูปเชิงเศรษฐกิจที่ดีที่สุด เป็นเหตุเป็นผลมากที่สุด โดยรายได้จะถูกกันโดยตรงจากผู้ที่ได้รับประโยชน์จากการใช้จ่าย เช่น กองทุนรัฐวิสาหกิจ (Self-Financing Public Enterprise) โดยรายได้ดังกล่าวจะถูกนำมาใช้โดยเฉพาะสำหรับกิจการนั้น

รูปแบบที่ 2 มีความเฉพาะเจาะจงคล้ายคลึงกับกองทุนเฉพาะรูปแบบแรก ในประเด็นของความมีประสิทธิภาพและความมีเหตุมีผล และรายได้ถูกกันไว้สำหรับวัตถุประสงค์เฉพาะเจาะจง เช่น ภาษีแก๊สโซลีนสำหรับค่าใช้จ่ายทางหลวง กองทุนถนน (Road Funds) เป็นต้น แต่ทว่ากองทุนประเภทนี้ปราศจากความเชื่อมโยงอย่างแนบแน่นระหว่างรายได้และการใช้จ่าย

รูปแบบที่ 3 กองทุนประเภทนี้มีความคล้ายคลึงกับกองทุนรูปแบบที่ 1 เพียงแต่ความเฉพาะเจาะจงของการใช้จ่ายที่กำหนดถูกจำกัดให้แคบน้อยกว่า กล่าวคือ ค่าใช้จ่ายโดยรวมถูกจำกัดอย่างเคร่งครัด ตัวอย่างเช่น ภาษีค่าจ้าง (Payroll Taxes) ซึ่งจัดเก็บเป็นค่าใช้จ่ายทางสังคมในระบบสวัสดิการสังคม เช่น บำนาญ เงินช่วยเหลือค่าคลอดบุตร การจ่ายเมื่อเจ็บป่วย เป็นต้น ทั้งนี้ ค่าใช้จ่ายดังกล่าวอาจไม่เกี่ยวเนื่องสัมพันธ์โดยเฉพาะกับรายได้ที่ได้รับเท่าใดนัก

รูปแบบที่ 4 การกันเงินในลักษณะนี้คล้ายคลึงรูปแบบที่ 2 คือมีเหตุผลความเชื่อมโยงของประโยชน์ที่สามารถเข้าใจได้ แต่ค่อนข้างที่จะสูญเสียประสิทธิภาพของความเชื่อมโยงระหว่างภาษีที่จัดเก็บและค่าใช้จ่ายในวงกว้างที่ซึ่งเงินรายได้ถูกกันไว้โดยเฉพาะ ตัวอย่างเช่น ภาษีบุหรี่ที่ถูกกันไว้สำหรับค่าใช้จ่ายทางสุขภาพ เพราะผู้สูบบุหรี่ต้องจ่ายภาษีบุหรี่ แต่อย่างไรก็ดี การจ่ายลักษณะดังกล่าวไม่ได้เป็นไปในลักษณะที่ได้สัดส่วนกับค่าใช้จ่ายในการบริการสุขภาพ

ข้อสังเกตรูปแบบที่ 4 นี้อาจนำไปเทียบได้กับการจัดเก็บภาษีเพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะ (Ear-marked Tax) บุหรี่ของประเทศไทย

รูปแบบที่ 5 การกันเงินในลักษณะนี้อาจจะมีความเชื่อมโยงที่แน่นอนไปยังค่าใช้จ่ายอันมาจากแหล่งเงินเช่นเดียวกับรูปแบบที่ 1 แต่การกันเงินลักษณะนี้ไม่มีเหตุชอบธรรมเชิงประโยชน์ ตัวอย่างเช่น ภาษีสิ่งแวดล้อมที่อาจดึงดูดเงินโยบายนในการหาแหล่งเงินได้โดยตรงจากภาษีสิ่งแวดล้อมไปยังค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม แต่ไม่มีตรรกะทางเศรษฐศาสตร์ เนื่องจากไม่มีความเชื่อมโยงที่จำเป็นและมีเหตุมีผลระหว่างผู้ซึ่งจ่ายภาษีและผู้ซึ่งได้รับประโยชน์จากค่าใช้จ่าย

²⁴ ญัตติญาน ว่องวงศ์รักษ์. (2555). การจัดเก็บภาษีเฉพาะสำหรับกองทุนประกันสุขภาพ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. หน้า 44.



รูปแบบที่ 6 การกั้นเงินในลักษณะนี้ไม่มีเหตุผลเชิงประโยชน์ และความเชื่อมโยงระหว่างรายได้กับค่าใช้จ่าย ตัวอย่างเช่น ภาษีค่าจ้างที่เป็นแหล่งค่าใช้จ่ายสำหรับสุขภาพ ตามแนวคิดที่ว่าผลรวมค่าใช้จ่ายไม่ได้กระทบกับผลรวมการจัดเก็บจากภาษี การกั้นเงินในลักษณะดังกล่าวจึงอาจไม่มีทั้งเหตุผลและประสิทธิภาพในเชิงเศรษฐกิจ

รูปแบบที่ 7 การกั้นเงินในลักษณะนี้แม้ว่าจะคลาดเคลื่อนมากยิ่งขึ้นจากหลักการและเหตุผลเชิงประโยชน์ที่สามารถเข้าใจได้ แต่อย่างไรก็ดี ภาษีเฉพาะดังกล่าวจะกำหนดความเฉพาะเจาะจงของค่าใช้จ่ายโดยเข้มงวด อาทิ การจัดการแบ่งรายได้ (Revenue Sharing) ซึ่งจัดเก็บโดยภาษีแห่งชาติ (National Tax) และจัดสรรภายใต้รัฐบาลแห่งชาติ ตัวอย่างเช่น ส่วนแบ่งอัตราคงที่ในรายได้จากภาษีเงินได้ถูกใช้เป็นแหล่งการคลังเพียงแหล่งเดียวสำหรับการโอนไปยังรัฐบาลท้องถิ่น

ข้อสังเกตรูปแบบที่ 7 นี้มีลักษณะใกล้เคียงกับรายได้จากการจัดเก็บภาษีสรรพสามิตที่จะถูกจัดสรรให้กับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นทั่วประเทศตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่กฎหมายกำหนด ร้อยละ 10

รูปแบบที่ 8 การกั้นเงินในลักษณะนี้อาจจะเป็นการใช้จ่ายเหมือนรูปแบบทั่วไป ซึ่งเกี่ยวข้องกับการจัดเก็บจากภาษีเฉพาะหรือภาษีอื่น ๆ ตัวอย่างเช่น การกั้นเงินจากภาษีที่จัดเก็บจากสุราหรือลอตเตอรี่ไปยังสิ่งที่มีคุณค่า เช่น การศึกษาและสุขภาพ เป็นต้น ซึ่งเงินที่ถูกปิดบังแหล่งที่มาของเงินเช่นนี้ อาจจะนำมาซึ่งข้อเสียที่ไม่ดี และอาจนำมาซึ่งการยอมรับทางนโยบายเพียงเล็กน้อย รวมทั้งไม่มีเหตุผลทางเศรษฐกิจและไม่มีผลกระทบที่แท้จริงในทางเศรษฐกิจด้วย

ข้อสังเกตรูปแบบที่ 8 นี้อาจนำไปเทียบได้กับการจัดเก็บภาษีเพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะ (Earmarked Tax) สิ้นค้าสุราของประเทศไทย

3.2 การจัดเก็บกองทุนเฉพาะของประเทศไทย

ภาษีเพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะที่ได้กั้นเงินจากแหล่งที่มาเฉพาะ ปัจจุบันมีจำนวน 13 แห่ง ได้แก่ กองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ กองทุนเพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงาน กองทุนน้ำมันเชื้อเพลิง กองทุนเพื่อการพัฒนาพรรคการเมือง กองทุนเพื่อการสืบสวนและสอบสวนคดีอาญา กองทุนพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อการศึกษา กองทุนไทยพีบีเอส กองทุนพัฒนาการกีฬาแห่งชาติ กองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมเพื่อประโยชน์สาธารณะ กองทุนพัฒนาเศรษฐกิจดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม กองทุนส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ กองทุนส่งเสริมและพัฒนาการศึกษาสำหรับคนพิการ และกองทุนผู้สูงอายุ ซึ่งกองทุนที่มาจากการจัดเก็บรายได้จากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ได้แก่ กองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ กองทุนไทยพีบีเอส กองทุนพัฒนา



การกีฬาแห่งชาติ และกองทุนส่งเสริมและพัฒนาการศึกษาสำหรับคนพิการและกองทุนผู้สูงอายุ²⁵ จะเห็นว่า ยังไม่มีกองทุนที่ดำเนินการเกี่ยวกับผู้ได้รับผลกระทบหรือความเสียหายจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยตรง จึงอาจพิจารณาแนวทางจากการการจัดเก็บภาษีสุขภาพ (earmarked health tax)²⁶ ที่แยกออกมาจากการจัดเก็บภาษียาสูบได้บุคคลธรรมดาทั่วไป หรือจากค่าธรรมเนียมประกันสังคม²⁷ แต่เป็นกองทุนที่รายได้มาจากธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยตรง โดยจะกล่าวในส่วนข้อเสนอแนะต่อไป

3.3 ข้อดีและข้อเสียของการใช้ภาษีเพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะ (Earmarked Tax)²⁸

ข้อดีของการใช้ภาษีเพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะ (Earmarked Tax)

(1) การนำเงินภาษีไปใช้จ่ายตามวัตถุประสงค์โดยเจาะจงทำให้การดำเนินงานของรัฐบาลมีความชัดเจน มากกว่าการนำเงินภาษีไปใช้จ่ายตามวัตถุประสงค์โดยทั่วไป

(2) ประชาชนรับรู้ต้นทุนการใช้จ่ายเงินตามวัตถุประสงค์โดยเจาะจงของรัฐบาล เช่น ด้านสาธารณสุข เป็นต้น ทำให้ประชาชนตระหนักถึงความคุ้มค่าที่ตนเองได้รับระหว่างภาระภาษีที่ต้องจ่าย และการบริการที่ได้รับ

(3) ลดการทุจริตคอร์รัปชัน เนื่องจากการกำหนดโครงการที่จะต้องดำเนินการไวล่วงหน้าแล้ว

(4) การจัดเก็บ Earmarked Tax จากภาษีสุราและยาสูบ (ภาษียาสูบ) เป็นการจูงใจให้ประชาชนลดการบริโภคสินค้ายาสูบ เพื่อส่งเสริมสุขภาพของประชาชนเป็นการลดอุบัติเหตุ และผลกระทบด้านสุขภาพอื่น ๆ

ข้อเสียของการใช้ภาษีเพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะ (Earmarked Tax)

(1) การใช้จ่ายของรัฐบาลไม่มีประสิทธิภาพ เนื่องจากการใช้จ่ายตามวัตถุประสงค์เจาะจงอาจทำให้เกิดการใช้จ่ายเกินความจำเป็น หรือเป็นการใช้จ่ายที่ไม่คุ้มค่าเมื่อเทียบกับการนำเงินไปใช้จ่ายตามวัตถุประสงค์อื่น ๆ

²⁵ เอื้ออารีย์ อึ้งจะนิล. (2564). การรักษาความสมดุลระหว่างประสิทธิภาพและความโปร่งใสของภาษีเพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะ (Earmarked tax) ในประเทศไทย, วารสารกฎหมาย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ปีที่ 39 ฉบับที่ 2: กรกฎาคม 2564.

²⁶ Cashin C, Sparkes S, Bloom D, Earmarking for Health: From Theory to Practice, (2017). retrieved on September 2, 2021 from <https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/255004/9789241512206-eng.pdf>

²⁷ เดือนเด่น นิคมบริรักษ์และคณะ, รายงานฉบับสมบูรณ์โครงการการพัฒนาแนวทางอภิบาลระบบหลักประกันสุขภาพ, โดยสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย เสนอต่อ สำนักงานวิจัยเพื่อการพัฒนาหลักประกันสุขภาพไทย, กุมภาพันธ์ 2556 หน้า 5. สืบค้นเมื่อวันที่ 2 กันยายน 2564 จาก <https://tdri.or.th/wp-content/uploads/2014/08/final-report-thailand-health-insurance.pdf>

²⁸ จุฑาลักษณ์ จำปาทอง. (2558). แนวคิดเกี่ยวกับภาษีเพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะในประเทศไทย, กรุงเทพฯ: กลุ่มงานติดตามและประเมินผลงานของวุฒิสภา สำนักงานวิชาการ สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา.



(2) การตรวจสอบการใช้จ่ายของหน่วยงานที่ได้รับเงินอุดหนุนจาก Earmarked Tax ทำได้ยาก

(3) ระเบียบรายได้ที่หน่วยงานต่าง ๆ ได้รับจาก Earmarked Tax ไม่มีความเหมาะสมหรือไม่สอดคล้องกับผลการดำเนินงานของหน่วยงานดังกล่าว

(4) มีความเสี่ยงที่จะได้รับแรงกดดันทางการเมือง เพื่อเพิ่มรายได้ที่ได้รับจาก Earmarked Tax โดยเฉพาะผู้ที่ได้รับผลประโยชน์

(5) การจัดเก็บ Earmarked Tax จากภาษีบางชนิด อาจมีผลกระทบต่อผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่ามากกว่าผู้ที่มีรายได้สูง ทำให้เกิดการกระจายรายได้ที่ไม่เป็นธรรม

ดิเรก ปัทมสิริวัฒน์²⁹ นักวิชาการทางด้านเศรษฐศาสตร์ได้เสนอข้อคิดเห็นเกี่ยวกับภาษีเพื่อสังคมและกองทุนเฉพาะ โดยการสร้างระบบธรรมาภิบาลของกองทุน แยกฝ่ายบริหารและฝ่ายกำกับ ทบทวนอัตราภาษี และขนาดเงินกองทุนที่เหมาะสม เช่น 5-10 ปีต้องทบทวนใหม่ ปรับอัตราภาษีได้ กำหนดเพดานเงินกองทุนไม่เกินระดับหนึ่ง หามาตรการป้องกันความทับซ้อนของผลประโยชน์และ ควรเปิดเผยข้อมูลการจัดสรรเงินทุนหรือกิจกรรม และให้มีการรายงานต่อรัฐสภาทุกปี การตรวจสอบไม่ควรจะเน้นด้านระเบียบหรือการเบิกจ่ายเงินเท่านั้น แต่ควรประเมินความคุ้มค่าของการใช้จ่าย economic return to investment แสดงให้เห็นว่า ประชาชนในภาคส่วนต่าง ๆ เห็นพ้องด้วย เห็นว่า “เป็นประโยชน์” “คุ้มค่า” และควรมีการประเมินใหม่ทุก 5-10 ปี นำไปสู่การปรับอัตราภาษี เพื่อความสมดุลกับกิจกรรม เป็นต้น

3.4 แนวทางการจัดเก็บภาษีเพื่อสุขภาพของประเทศออสเตรเลียและการเก็บเงินประกันสุขภาพแห่งชาติประเทศญี่ปุ่น

3.4.1 การจัดเก็บภาษีเฉพาะเพื่อสุขภาพ (Medicare Levy) ของประเทศออสเตรเลีย

นอกเหนือจากการประกันสุขภาพ (Medicare) โดยทั่วไปที่จะครอบคลุมประชากรทั้งหมดของประเทศ ยังมีการจัดเก็บภาษีเพื่อสุขภาพ (Medicare Levy) โดยเฉพาะ เพื่อช่วยเหลือสมทบโครงการประกันสุขภาพภาครัฐที่ครอบคลุมถ้วนหน้า โดยให้ประชาชนมีส่วนร่วมจ่ายเพื่อช่วยควบคุมการใช้บริการเกินจำเป็นในฝั่งของผู้รับบริการด้วย ซึ่งในช่วงเริ่มต้นเก็บในอัตราที่ร้อยละ 1 ของเงินได้สุทธิ (Taxable Income) และมีการยกเว้นผู้มีรายได้ต่ำ โดยการเก็บภาษีเฉพาะเพื่อสุขภาพนี้เป็นไปตามพระราชบัญญัติเฉพาะต่างหากคือ Medicare Levy Surcharge-Fringe Benefits Bill 1998 ซึ่งปัจจุบันมีแนวโน้มที่จะเก็บเงินเช่นนี้ในอัตราที่สูงขึ้นเพื่อให้ครอบคลุมรายจ่ายที่เกิดขึ้น

²⁹ ดิเรก ปัทมสิริวัฒน์. (2558). “ภาษีเฉพาะ (Earmarked Tax)” ถึง “การคลังเพื่อสังคม” กับคำถามเรื่องวินัยทางการคลังองค์กรอิสระ. <https://www.thaipbs.or.th/news/content/4208>



ในด้านการบริหารจัดการรายได้ในการประกันสุขภาพ (Medicare) มีแหล่งที่มาจากการจัดสรรงบประมาณรายจ่ายประจำปี (Annual Budget) จากการจัดเก็บภาษีทั่วไป (General Tax) โดยรายได้จากการจัดเก็บภาษีทั่วไปมีจำนวน 3 ใน 4 หรือร้อยละ 75 ของจำนวนรายได้ทั้งหมดของกองทุน และจากการจัดเก็บภาษีเฉพาะเพื่อสุขภาพ (Medicare Levy) จากรายได้ของผู้มีสิทธิในกองทุน โดยรายได้จากการจัดเก็บภาษีเฉพาะมีจำนวน 1 ใน 4 หรือร้อยละ 25 ของจำนวนรายได้ทั้งหมดของกองทุน

ดังนั้นจะเห็นได้ว่ารายได้ของกองทุนไม่ก่อให้เกิดซ้ำซ้อนของงบประมาณ (ภาษี) ทั่วไป แต่เป็นการเพิ่มรายได้อีกทางหนึ่งเข้าไปโดยเฉพาะซึ่งประชาชนเข้าไปมีส่วนร่วมในค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้น จากแนวคิดนี้เมื่อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นสินค้าที่อาจก่อให้เกิดอันตรายต่อประชาชนและเพื่อคุ้มครองประโยชน์สาธารณะ จึงควรให้ผู้ประกอบธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีส่วนในการรับผิดชอบยิ่งขึ้นในการสทบเงินเข้ากองทุนที่เกี่ยวกับแอลกอฮอล์โดยเฉพาะได้เช่นกัน

3.4.2 ภาษีประกันสุขภาพแห่งชาติ (National Health Insurance Tax) ของประเทศญี่ปุ่น

ในประเทศญี่ปุ่นมีการจัดเก็บเงินในรูปแบบภาษีเฉพาะสิ่ง (Earmarked Taxes) ที่หลากหลาย เช่น ภาษีโรงอาบน้ำ (Bathing Tax) ภาษีสาธารณูปโภคน้ำและกำไรจากที่ดิน (Water Utility and Land Profit Tax) ภาษีโครงสร้างพื้นฐาน (Common Facilities Tax) นอกจากนี้ยังจัดเก็บภาษีประกันสุขภาพแห่งชาติ (National Health Insurance Tax) และ ภาษีเพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะของเทศบาล (Municipal Discretionary Special-Purpose Tax) ที่น่าสนใจเนื่องจากภาษีเฉพาะสิ่งเหล่านี้ผู้ที่ทำหน้าที่จัดเก็บคือรัฐบาลท้องถิ่น ภายใต้กฎหมายภาษีท้องถิ่น (Local Tax Law) ใน 2 รูปแบบ คือ เก็บในรูปแบบเบี้ยประกัน (National Health Insurance Premium) หรือ เก็บในรูปแบบภาษีประกันสุขภาพ (National Health Insurance Tax) ซึ่งรูปแบบการจัดเก็บจะแตกต่างกันไปตามแต่ละท้องถิ่นที่จัดเก็บ และมีการแบ่งแยกอัตราโดยพิจารณาการจ่ายสมทบเพื่อการรักษาพยาบาลพื้นฐาน (Medical Care and Latter-Stage Elderly Person Support) และการจ่ายสมทบเพื่อการดูแลระยะยาว (Long Term Care)

ดังนั้น จะเห็นได้ว่าประเทศญี่ปุ่นมีการจัดเก็บเงินที่นอกเหนือจากภาษีทั่วไปเช่นกันและหลากหลายด้วย แต่มีลักษณะกระจายอำนาจให้รัฐบาลท้องถิ่นเป็นผู้มีอำนาจในการบริหารการจัดเก็บและนำเงินที่ได้ไปใช้ในท้องถิ่นเอง สำหรับประเทศไทยที่หากมีการพัฒนาท้องถิ่นให้เข้มแข็งยิ่งขึ้นก็อาจสามารถจัดเก็บเงินเพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะนี้ได้ เช่น ในพื้นที่ที่มีธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ผู้ประกอบธุรกิจก็อาจจ่ายเงินสมทบเข้าไปในกองทุนให้สำหรับผู้ได้รับความเสียหายหรือผลกระทบจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในพื้นที่ได้ เป็นต้น ซึ่งสามารถทำได้รวดเร็วและตรงตามความต้องการของประชาชนในพื้นที่



ในประเทศไทยมีการศึกษาต้นทุนผลกระทบทางสังคมจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทย โดยการพัฒนาไฟล์ต้นแบบในการประเมินสำหรับประเทศไทย ซึ่งจากการทดสอบใช้ไฟล์ต้นแบบกับข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้จากปี พ.ศ. 2011 (พ.ศ. 2554) พบว่า ต้นทุนทางสังคมจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์คิดเป็นมูลค่ารวมประมาณ 76,783,075,906.44 บาท หรือคิดเป็นร้อยละ 0.93 ของมูลค่า GDP โดยต้นทุนส่วนที่คิดเป็นมูลค่ามากที่สุดในต้นทุดังกล่าวคือต้นทุนจากการเสียชีวิตก่อนวัยอันควร (ทั้งจากโรคและอุบัติเหตุ) โดยคิดเป็นมูลค่า 65,523,316,786.17 บาท (ร้อยละ 85.34 ของต้นทุนทั้งหมด) ต้นทุนส่วนที่รองลงมา ได้แก่ ต้นทุนจากการขาดงานอันเกิดจากพฤติกรรมบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของแรงงานในประเทศไทย คือคิดเป็นมูลค่า 5,067,260,850.77 บาท (ร้อยละ 6.60)³⁰

จะเห็นได้ว่าผลกระทบจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีต้นทุนมหาศาลเพียงใด หากพิจารณาเพียงแต่การประกันสุขภาพแห่งชาติ ประกันสังคม หรือบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ อาจไม่เพียงพอต่อรายจ่ายดังกล่าว รวมทั้งอาจทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และผู้บริโภคแอลกอฮอล์เองไม่ได้ตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อความเสียหายหรือผลกระทบที่เพียงพอ เนื่องจากเก็บจากเงินภาษีที่ใช้เป็นการทั่วไปและส่วนใหญ่เป็นเก็บภาษีทางอ้อมอีกด้วย

4. สรุปผลการศึกษาแนวทางอื่นที่เหมาะสมในการเก็บเงินเพิ่มเติมนอกเหนือจากการเก็บภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

จากผลการศึกษาวิจัย ผลการสำรวจความคิดเห็นกลุ่มตัวอย่างโดยแบบสอบถามทำให้เห็นได้ว่าบุคคลทั่วไปจะเข้าใจว่ารายได้จากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มาจากภาษี แต่อาจจะไม่ทราบหรือไม่เข้าใจว่ารายได้จากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้นแยกเป็นรายได้จากการเก็บจากสิ่งใดบ้าง มีวัตถุประสงค์อย่างไร และจัดเก็บอย่างไรบ้าง แต่เมื่อศึกษารูปแบบการจัดเก็บรายได้ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทย จะพบว่าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีการเก็บภาษีในรูปแบบของภาษีทางตรง ได้แก่ ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา และภาษีเงินได้นิติบุคคล จากบุคคลที่มีรายได้จากการประกอบธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งภาระภาษีจะกระทบต่อการทำมาหาได้ของผู้ประกอบการหรือผู้มีรายได้โดยตรง และทางอ้อม ได้แก่ ภาษีสรรพสามิตที่เป็นสินค้าสุรา ภาษีมูลค่าเพิ่มจากการขายหรือให้บริการสินค้าสุรา ภาษีศุลกากรจากอากร

³⁰ รัชพันธ์ โกมลไพศาล. (2558). การศึกษาต้นทุนผลกระทบทางสังคมจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทย: การพัฒนาไฟล์ต้นแบบในการประเมิน คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. หน้า ii.



ขาเข้า เป็นต้น ซึ่งจะภาระภาษีจะกระทบต่อผู้บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทางอ้อม นอกจากนี้ยังมีภาษีที่แบ่งมาจากภาษีมูลค่าเพิ่มและภาษีสรรพสามิต เรียกว่า ภาษีเพื่อมหาดไทย (ท้องถิ่น) เช่นนี้ อยู่ในรูปแบบของภาษีทั่วไป ซึ่งหน่วยงานที่จัดเก็บจะต้องนำส่งรัฐส่วนกลาง เพื่อเป็นรายได้รวมของรัฐ ก่อนที่จะนำมาจัดแบ่งให้ตามลำดับความสำคัญและประโยชน์ความคุ้มค่าของแต่ละความสำคัญ นอกจากนี้ยังมีค่าธรรมเนียมใบอนุญาตและค่าปรับ ซึ่งต้องนำส่งเข้าสู่รัฐส่วนกลาง ซึ่งเป็นไปตามหลักการคลังการงบประมาณโดยทั่วไป

อย่างไรก็ตามยังมีรายได้อีกประเภทหนึ่งจากผู้เสียภาษีสรรพสามิตสินค้าสุราจะต้องนำส่งเป็นรายได้ขององค์การหรือกองทุน ในลักษณะที่เรียกว่า เงินบำรุงกองทุน ซึ่งมีลักษณะเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะอย่าง โดยไม่ต้องนำส่งกระทรวงการคลัง ได้แก่

- เงินบำรุงองค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย หรือ ไทยพีบีเอส ตามพระราชบัญญัติองค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2551 อัตราร้อยละ 1.5 ของภาษีที่เก็บจากสุราและยาสูบตามกฎหมายว่าด้วยสุราและกฎหมายว่าด้วยยาสูบ (ปัจจุบันคือกฎหมายว่าด้วยภาษีสรรพสามิต) โดยรายได้สูงสุดปีงบประมาณละไม่เกิน 2,000 ล้านบาท
- กองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) ตามพระราชบัญญัติกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ พ.ศ. 2544 อัตราร้อยละ 2 ของภาษีที่เก็บจากสุราและยาสูบตามกฎหมายว่าด้วยสุราและกฎหมายว่าด้วยยาสูบ (ปัจจุบันคือกฎหมายว่าด้วยภาษีสรรพสามิต)
- กองทุนพัฒนาการกีฬาแห่งชาติ ตามพระราชบัญญัติการกีฬาแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2558 อัตราร้อยละ 2 ของภาษีที่เก็บจากสุราและยาสูบตามกฎหมายว่าด้วยสุราและกฎหมายว่าด้วยยาสูบ (ปัจจุบันคือกฎหมายว่าด้วยภาษีสรรพสามิต)
- กองทุนผู้สูงอายุ เพื่อเป็นทุนใช้จ่ายเกี่ยวกับการคุ้มครอง การส่งเสริมและการสนับสนุนผู้สูงอายุ ตามพระราชบัญญัติผู้สูงอายุ พ.ศ. 2546 อัตราร้อยละ 2 ของภาษีที่เก็บจากสุราและยาสูบตามกฎหมายว่าด้วยภาษีสรรพสามิต

ดังนั้น เมื่อรูปแบบการจัดเก็บรายได้ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทย นอกจากลักษณะที่เป็นภาษีโดยแท้และรายได้ที่ไม่ใช่ภาษี เช่น ค่าธรรมเนียมใบอนุญาตและค่าปรับ เป็นต้นแล้ว ยังมีรายได้ที่มีลักษณะอื่นๆ ดังเช่นเงินบำรุงกองทุนเพื่อใช้สำคัญวัตถุประสงค์เฉพาะโดยตรงสำหรับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ อย่างไรก็ตาม การจัดเก็บรายได้ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะโดยตรงสำหรับกรณีเกี่ยวกับการเยียวยาความเสียหายหรือผลกระทบที่เกิดขึ้นจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยตรง ยังไม่มี มีเพียงกองทุนที่มุ่งเน้นวัตถุประสงค์ด้านอื่น ๆ เช่น การประชาสัมพันธ์ (ไทยพีบีเอส) ส่งเสริมการ



กีฬา ดูแลผู้สูงอายุ หรือสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ เป็นต้น ในที่นี้ผู้เขียนจึงเสนอแนวทางเก็บเงินเพิ่มเติมนอกเหนือจากการเก็บภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่เป็นภาษีสรรพสามิตสินค้าสุรา เพื่อนำไปรายได้จากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไปใช้กับการเยียวยาความเสียหายหรือผลกระทบของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้โดยตรง โดยทั้งนี้ไม่ได้หมายถึงต้องการยกเว้นหรือยกเลิกการเก็บภาษีที่มีมาแต่เดิมแต่อย่างใด หากแต่ผู้เขียนเสนอแนวทางใหม่โดยพิจารณาการจัดสรรรายได้จากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ใหม่ที่เฉพาะเจาะจงยิ่งขึ้น เพื่อให้เกิดความคล่องตัวและสามารถถึงผู้ที่ได้รับความเสียหายหรือผลกระทบของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้โดยตรงและรวดเร็วยิ่งขึ้น อีกทั้งส่งผลถึงความรับผิดชอบต่อผู้ประกอบการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์รวมถึงผู้ดื่มแอลกอฮอล์ในระดับที่อาจก่ออันตรายต่อสังคมส่วนรวมมากขึ้นด้วย

นอกจากนี้จากผลการสำรวจความคิดเห็นกลุ่มตัวอย่างโดยแบบสอบถามในประเด็นแนวทางอื่นที่เหมาะสมในการเก็บเงินเพิ่มเติมนอกเหนือจากการเก็บภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อมาตรการอื่นด้านรายได้นอกเหนือจากการจัดเก็บภาษีจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ อยู่ในระดับมากในเกือบทุกประเด็นคำถาม เช่น ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่า การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จะก่อให้เกิดความเสียหายต่อตนเองและสังคม และเห็นด้วยที่รัฐจะเรียกเก็บภาษีจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในอัตราที่สูงที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ และหากมีการจัดตั้งกองทุนเฉพาะในการบำบัด พิ้นฟู ผู้ติดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หรือผู้มีปัญหาจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แล้ว กองทุนดังกล่าวจะเกิดประโยชน์ต่อสังคมอยู่ในระดับมาก และคิดว่าควรจะมีเงินเพิ่มเติมจากภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์การเพื่อมาเป็นกองทุนเฉพาะในการบำบัด พิ้นฟู ผู้ติดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หรือผู้มีปัญหาจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ อย่างไรก็ตาม ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าการเพิ่มอัตราภาษีสินค้าสุราที่เพิ่มขึ้น จะทำให้การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ลดลง ในระดับปานกลางเท่านั้น

สำหรับข้อเสนอแนะเพิ่มเติมจากแบบสอบถามที่สนับสนุนประเด็นแนวทางอื่นที่เหมาะสมในการเก็บเงินเพิ่มเติมนอกเหนือจากการเก็บภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เช่น เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์มีผลต่อผู้บริโภคและกระทบถึงสังคมในวงกว้าง จึงจำเป็นต้องมีการควบคุมและควรเก็บภาษีขั้นสูงเพื่อมาดูแลคนป่วยจากการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต้องมีอำนาจในการจัดเก็บภาษีส่วนนี้และดูแลบริการประชาชนในพื้นที่ ควรขึ้นภาษีและราคาขายให้สูงสุด ตั้งกองทุนหรือหน่วยงานไว้ดูแลเฉพาะเรื่อง ลงโทษขั้นสูงสุดกับผู้กระทำผิดเนื่องจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นเหตุ สมควรแก่การขึ้นภาษี เพื่อนำมาตั้งเป็นกองทุนรองรับบำบัดผู้ติดสุรา ควรเพิ่มภาษีและให้ความคุ้มครองให้กับผู้ได้รับผลกระทบจากแอลกอฮอล์ หากมีการเพิ่มภาษีสำหรับธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ อยากจะให้นำมาเป็นกองทุนช่วยเหลือผู้ประสบภัยจากอุบัติเหตุที่เกิดจากคนเมาเป็นคนขับ ภาษีที่เก็บเพิ่มควรเป็นกองทุนเยียวยาผู้ที่ได้รับผลกระทบจากพฤติกรรมเครื่องดื่มแล้วเมาแล้วขับรถหรือสร้างความเดือดร้อนให้คนปกติ



อย่างไรก็ตาม จากการตอบแบบสอบถามในส่วนข้อเสนอแนะก็มีผู้ที่ไม่เห็นด้วยกับกรณีที่จะเก็บภาษีเพื่อตั้งสถานบำบัดเช่นกัน โดยมองว่าคนส่วนใหญ่ไม่ได้ติดเหล้าขนาดนั้น แต่ผลที่เกิดขึ้นคือคนที่ไม่ดื่มเหล้าถูกคนเมาทำร้าย หรือขับรถชน เราต้องหันกลับมามองผู้ได้ผลกระทบคนเหล่านี้นี้มากกว่า และการเพิ่มอัตราภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไม่สามารถลดการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้เท่าที่ควร ควรหาวิธีอื่นควบคุมการเพิ่มอัตราภาษีด้วย อีกทั้งการที่ภาครัฐขึ้นภาษีมากเกินไป คนดื่มก็มีทางเลือกอื่น เช่น สุราหนีภาษีและสุราต้มเองได้ เป็นต้น

5. ข้อเสนอแนะ

สำหรับแนวทางอื่นที่เหมาะสมในการเก็บเงินเพิ่มเติมนอกเหนือจากการเก็บภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ผู้เขียนเสนอแนวทางจัดเก็บเงินในรูปแบบกองทุน 4 แนวทาง ดังนี้

แนวทางที่ 1 จัดเก็บเงินจากผู้ประกอบธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพิ่มขึ้น เพื่อวัตถุประสงค์ในการเป็นกองทุนเยียวยาผู้ได้รับความเสียหายจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยให้คณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นผู้บริหารกองทุน

แนวทางที่ 2 ไม่เก็บเงินเพิ่มขึ้นเนื่องจากอาจกระทบต่อประชาชนจนเกินไป แต่จัดสรรเงินจากกองทุนที่มีอยู่เดิมแล้วแยกออกมาเป็นอีกกองทุนที่มีวัตถุประสงค์เพื่อการเยียวยาความเสียหายหรือผลกระทบของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยตรง เนื่องจากยังไม่มีกองทุนเกี่ยวกับความเสียหายที่เกิดขึ้นจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยตรงแต่มีเพียงกองทุนที่มีซึ่งมีวัตถุประสงค์ในด้านอื่น ๆ เช่น การประชามล์พันธ์ (ไทยพีบีเอส) การกีฬา ผู้สูงอายุ หรือกองทุน สสส. เป็นต้น โดยให้คณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นผู้บริหารกองทุน

แนวทางที่ 3 จัดเก็บเงินจากผู้ประกอบธุรกิจเพิ่มขึ้นหรือจัดสรรเงินจากกองทุนที่มีอยู่เดิม แล้วแยกออกมาเป็นอีกกองทุน เป็นกองทุนผู้ได้รับความเสียหายหรือผลกระทบจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ นอกจากนี้อาจพิจารณาจากรูปแบบเก็บภาษีเฉพาะเพื่อสุขภาพ (Medicare Levy) หรือ กองทุนการประกันสุขภาพ (Health Insurance Levy) สมทบเพิ่มเติมในกองทุนฯ ดังกล่าว โดยพิจารณาว่าควรจัดเก็บในระดับส่วนกลางหรือส่วนท้องถิ่นอย่างไร เพื่อให้ผู้ต้องจ่ายเงิน (เสียผลประโยชน์) รู้สึกรับผิดชอบต่อการจำหน่ายหรือบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากยิ่งขึ้น โดยให้คณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ร่วมกับเอกชนในการบริหารกองทุน

แนวทางที่ 4 จัดเก็บเงินจากผู้ประกอบธุรกิจเพิ่มขึ้นหรือจัดสรรเงินจากกองทุนที่มีอยู่เดิม แล้วเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของกองทุนอื่นโดยเพิ่มในส่วนวัตถุประสงค์การเยียวยาความเสียหายหรือผลกระทบของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยตรง และแหล่งเงินได้ของกองทุนอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น กองทุนสนับสนุน



การสร้างเสริมสุขภาพ หรือ สสส. ตามพระราชบัญญัติกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ พ.ศ. 2544 หรือกองทุนป้องกัน ปราบปราบ และแก้ปัญหายาเสพติด ตามประมวลกฎหมายยาเสพติด หรือเพิ่มเติมจากส่วนของการบำบัดรักษาหรือฟื้นฟูสภาพผู้ติดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 เป็นต้น

ข้อควรพิจารณาสำหรับแนวทางในการจัดเก็บเงินอื่นจากธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

1) ควรพิจารณารูปแบบของการจัดสรรรายได้ที่เป็นเงินเพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะอย่าง (Earmarked taxes) โดยกำหนดวัตถุประสงค์ที่ชัดเจนและไม่มีในกองทุนอื่น ๆ เพื่อไม่ให้เกิดความซ้ำซ้อนในการใช้จ่ายเงินเช่น วัตถุประสงค์เพื่อด้านสุขภาพและเยียวยาความเสียหายอันเนื่องมาจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยเฉพาะ เป็นต้น

2) ควรให้มีการกำหนดนิยามของผู้ที่ได้รับความเสียหายหรือได้รับผลกระทบจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เพื่อจะทำให้ได้ทราบขอบเขตผู้ที่ได้รับการเยียวยาหรือประกันความเสี่ยงด้านสุขภาพและอนามัยซึ่งเกิดจากสาเหตุเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นองค์ประกอบ

3) ควรกำหนดให้กรมสรรพสามิต (กรณีประกอบธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศ) และกรมศุลกากร (กรณีนำเข้า) เป็นผู้ดำเนินการเรียกเก็บเงินบำรุงกองทุน เพื่อนำส่งเป็นรายได้ของกองทุน โดยไม่ต้องนำส่งกระทรวงการคลังเป็นรายได้แผ่นดิน ทั้งนี้ ตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนด

4) ควรกำหนดมาตรการในการบังคับใช้ เช่น หากไม่ส่งเงินตามกำหนดอาจส่งผลต่อการได้รับใบอนุญาตหรือการต่ออายุใบอนุญาตผลิต จำหน่ายสินค้าสุรา เป็นต้น

5) ควรกำหนดให้นำไปหักเป็นค่าใช้จ่ายสำหรับเสียภาษีเงินได้นิติบุคคลได้ เพื่อเป็นการจูงใจผู้ประกอบการผู้เสียภาษีเงินได้นิติบุคคล และลดการผลักภาระภาษีไปยังผู้บริโภคได้ในระดับหนึ่ง

6) ควรกำหนดการยกเว้นหรือลดหย่อนในผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์รายย่อย เพื่อไม่ให้กระทบกับผู้ประกอบการที่มีค่าใช้จ่ายสูงมากจนเกินไป โดยอาจกำหนดเป็นสัดส่วนที่เหมาะสม เพื่อให้เกิดความเป็นธรรมด้วย

7) ควรกำหนดในส่วนของผู้บริโภคเพื่อให้ตระหนักถึงความเสียหายต่อสังคม โดยให้มีส่วนในการรับผิดชอบค่าใช้จ่ายด้วย เช่น การกำหนดให้ประกันสุขภาพสำหรับผู้ที่อยู่ในระดับเสพติดแอลกอฮอล์ โดยอาจกำหนดแบบสมัครใจและแบบให้กองทุนฯ สนับสนุนสมทบสำหรับผู้ที่มีรายได้น้อย เพื่อประกันความเสี่ยงในการรักษาพยาบาลจากการป่วยเนื่องจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

8) ควรจัดให้กองทุนฯ มีหน้าที่ในการวิเคราะห์มูลค่าผลกระทบทางสังคม สุขภาพ และเศรษฐกิจจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพื่อใช้ในการจัดสรรงบประมาณที่เป็นรูปธรรมและเหมาะสม และข้อเสนอแนะต่อไปสำหรับงานวิจัยอื่น ๆ เช่น การวัดมูลค่าความเสียหายจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทาง

เศรษฐกิจศาสตร์ เพื่อที่จะได้นำมาเทียบเคียงเงินที่จะจัดเก็บสำหรับกองทุนได้รับความเสียหายจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่อไป และควรมีการเก็บข้อมูลอย่างต่อเนื่องเป็นปัจจุบันทันสมัย เพื่อให้สามารถคำนวณต้นทุนเพื่อใช้ในการจัดสรรงบประมาณได้อย่างเหมาะสม

9) ควรให้มีการประชาสัมพันธ์และให้ความรู้เกี่ยวกับภาษีสำหรับผู้ประกอบกิจการและผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น ให้เห็นถึงความสำคัญของการที่ต้องจ่ายภาษีทั้งเพื่อประโยชน์สาธารณะที่ใช้เป็นการทั่วไปและเพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะที่จะมีประโยชน์ตอบแทนโดยตรงให้กับผู้ที่จ่ายเงินไปสำหรับสินค้าแอลกอฮอล์ เนื่องจากในการจัดเก็บภาษีจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ส่วนใหญ่จะภาษีทางอ้อมซึ่งสามารถผลักภาระภาษีไปให้ผู้อื่นได้ จึงทำให้ผู้รับภาระภาษีที่แท้จริงจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไม่ค่อยรู้สึกว่าได้รับผลกระทบเท่าใดนัก

ข้อควรพิจารณาเพิ่มเติมหากจัดเก็บรายได้ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะสำหรับกรณีเกี่ยวกับการเยียวยาความเสียหายหรือผลกระทบที่เกิดขึ้นจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยตรง

1) จะนำเงินที่เก็บจากสินค้าใดสินค้าหนึ่งไปทำเพื่ออะไร เช่น สินค้านี้ทำให้คนเกิดโรคจริง ๆ จะต้องพิสูจน์อย่างไร เป็นต้น

2) พิจารณาความทับซ้อนของงบประมาณส่วนกลางที่ได้จัดสรรให้แล้วกับเงินที่จะเก็บเพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะหรือไม่ และจะแยกอย่างไร เช่น หากผู้ติดสุราไปรักษาพยาบาลเบิกค่ารักษาปกติจากการประกันสุขภาพแห่งชาติ ทำได้หรือไม่ หรือต้องไปเบิกกับกองทุนวัตถุประสงค์เฉพาะเพื่อสุรา เป็นต้น

3) พิจารณาเรื่องวินัยทางการเงินการคลัง พระราชบัญญัติวินัยทางการเงินการคลัง พ.ศ. 2562 มาตรา 26 ที่ควรรวมไปที่ระบบส่วนกลางหรือไม่ เนื่องจากภาษีเฉพาะอย่างนั้นไม่ต้องนำส่งกระทรวงการคลังเป็นรายได้แผ่นดินจะต้องพิจารณาให้รอบคอบ โดยเฉพาะในเรื่องของการควบคุมตรวจสอบงบประมาณหรือเงินที่ใช้ไป

4) พิจารณาการตั้งกองทุนขึ้นมาแล้วมีประโยชน์มีวัตถุประสงค์ชัดเจน อาจหาข้อมูลเพิ่มเติมในเรื่องของการจัดตั้งกองทุนฯ ของกรมบัญชีกลาง

5) หากไม่จัดตั้งกองทุนใหม่อาจพิจารณาจัดสรรเงินที่เก็บมาแต่เดิมนี้มาใช้เพื่อบริหารจัดการโดยระบุมูลฐานที่ชัดเจนว่านำไปใช้เฉพาะเพื่อการใดบ้าง เพราะการจัดเก็บภาษีเพิ่มย่อมจะส่งผลกระทบต่อประชาชนผู้บริโภค เห็นว่าควรจัดสรรเงินที่มีอยู่แล้วใหม่ให้มีความเหมาะสมขึ้น เช่น จัดสรรเพื่อเยียวยาผู้ได้รับผลกระทบจากแอลกอฮอล์ เป็นต้น เพื่อไม่เป็นการผลักภาระให้แก่ผู้บริโภคจนเกินพอดี และ



รู้สึกบีบคั้น บังคับจนเกินไป จนทำให้ผู้บริโภคหันไปหาของเถื่อนแทน โดยเฉพาะในพื้นที่ที่ติดชายแดน ที่ง่ายต่อการนำเข้าส่งออกสินค้าแอลกอฮอล์ อาจเทียบเคียงได้กับกรณีแรงงานต่างด้าว หากจะเข้ามาจะต้องเสียค่าใช้จ่ายสูง มีขั้นตอนที่ยุ่งยาก ก่อให้จูงใจลักลอบหนีเข้ามามากกว่าจนเกิดปัญหาในปัจจุบัน เป็นต้น และเห็นด้วยอย่างยิ่งในการที่จะจัดตั้งกองทุนเพื่อเยียวยาผู้ได้รับผลกระทบจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยตรง โดยจัดสรรเงินจากภาษีเฉพาะอย่างจากสินค้าสุราตามกฎหมายภาษีสรรพสามิตที่มีการจัดเก็บอยู่แล้วในปัจจุบัน

6) จะต้องสามารถวัดมูลค่าของความเสียหายจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้ได้ว่าประมาณเท่าใด เพื่อนำมาพิจารณาจัดสรรเงินที่จัดเก็บมาว่าควรใช้เท่าไร (หลักพิจารณารายจ่ายแล้วจึงมาพิจารณารายได้ว่าจะหาจากที่ใดเพื่อให้เพียงพอกับรายจ่ายที่มี) จะทำให้วัตถุประสงค์ชัดเจนยิ่งขึ้นจะทำให้สามารถจัดสรรเงินได้

7) หากจัดเก็บเงินจากผู้ประกอบธุรกิจสุราเนื่องจากจะต้องรับผิดชอบต่อสังคม จะจูงใจให้เกิดการหลีกเลี่ยงไม่อยู่ในระบบที่จะต้องจ่ายเงิน (ของเถื่อน) ทำให้เกิดความไม่เป็นธรรมและส่งผลกระทบต่อปกป้องกันและปราบปรามมากยิ่งขึ้นได้อย่างไร

โดยสรุปจากการศึกษารูปแบบการจัดเก็บรายได้ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทย จะพบว่า เครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีการเก็บภาษีหลายรูปแบบของภาษีทางตรงและทางอ้อม โดยนำไปใช้จ่ายเป็นการทั่วไป ซึ่งหน่วยงานที่จัดเก็บจะต้องนำส่งรัฐส่วนกลาง เพื่อเป็นรายได้รวมของรัฐก่อนที่จะนำมาจัดแบ่งให้ตามลำดับความสำคัญและประโยชน์ความคุ้มค่าของแต่ละความสำคัญ แต่มีรายได้อีกประเภทหนึ่งจากผู้เสียภาษีสรรพสามิตสินค้าสุราจะต้องนำส่งเป็นรายได้ขององค์การหรือกองทุน ในลักษณะที่เรียกว่า เงินบำรุงกองทุน สามารถนำเงินดังกล่าวมาใช้จ่ายได้ตามวัตถุประสงค์เฉพาะ เช่น ควรนำมาใช้จ่ายเพื่อเยียวยาผู้ได้รับความเสียหายหรือได้รับผลกระทบจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยตรง เป็นต้น

ผู้เขียนเสนอแนวทางอื่นเพิ่มเติมนอกเหนือจากการเก็บภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ คือ การเก็บเงินจากผู้ประกอบธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพื่อนำมาจัดทำกองทุนเยียวยาผู้ได้รับความเสียหายหรือผลกระทบจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยกำหนดให้กรมสรรพสามิต (กรณีประกอบธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศ) และกรมศุลกากร (กรณีนำเข้า) เป็นผู้ดำเนินการเรียกเก็บเงินบำรุงกองทุนเพื่อนำส่งเป็นรายได้ของกองทุน โดยไม่ต้องนำส่งกระทรวงการคลังเป็นรายได้แผ่นดิน ทั้งนี้ ตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนด โดยกำหนดมาตรการในการบังคับใช้ เช่น หากไม่ส่งเงินตามกำหนดอาจส่งผลกระทบต่อได้รับใบอนุญาตหรือการต่ออายุใบอนุญาตผลิต จำหน่ายสินค้าสุรา เป็นต้น

นอกจากนี้อาจแยกกลุ่มผู้บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่อยู่ในระดับเสฟติด ควรกำหนดให้ประกันสุขภาพสำหรับผู้ที่อยู่ในระดับเสฟติดแอลกอฮอล์ โดยอาจกำหนดประกันแบบสมัครใจและแบบให้กองทุนฯ สนับสนุนสมทบสำหรับผู้ที่มีรายได้น้อย โดยอาจแบ่งเป็นการรักษาระยะสั้น (โรคเฉียบพลันจากแอลกอฮอล์) และการรักษาระยะยาว (โรคเรื้อรังจากแอลกอฮอล์) เพื่อประกันความเสี่ยงในการรักษาพยาบาลจากการป่วยเนื่องจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยนำรูปแบบของประเทศออสเตรเลีย ซึ่งนอกจากประกันสุขภาพภาครัฐที่ครอบคลุมถ้วนหน้าแล้วยังให้ประชาชนมีส่วนร่วมจ่ายเพื่อช่วยควบคุมการใช้บริการเงินจำเป็นในฝั่งของผู้รับบริการด้วย และรูปแบบของประเทศญี่ปุ่นโดยผนวกระบบประกันสุขภาพแบบชุมชน (Community-based Insurance) เข้ามาเพื่อให้ครอบคลุมพื้นที่ที่ท้องถิ่นด้วย

ผู้ที่มีอำนาจหน้าที่และดูแลกองทุน กองทุนเยียวยาผู้ได้รับความเสียหายหรือผลกระทบจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เสนอให้คณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นผู้บริหารกองทุน และอาจจัดตั้งอนุกรรมการเฉพาะด้านในท้องถิ่นเพื่อบริหารกองทุนดังกล่าวในส่วนเขตพื้นที่ที่ท้องถิ่นนั้นรับผิดชอบ

และเพื่อเป็นการลดผลกระทบต่อประชาชนทั้งผู้ประกอบการและผู้บริโภค อาจกำหนดให้นำรายจ่ายที่เข้ากองทุนนำไปหักเป็นค่าใช้จ่ายสำหรับเสียภาษีเงินได้นิติบุคคลได้ เพื่อเป็นการจูงใจผู้ประกอบการผู้เสียภาษีเงินได้นิติบุคคล และลดการผลักรภาษีไปยังผู้บริโภคได้ในระดับหนึ่ง และกำหนดการยกเว้นหรือลดหย่อนในผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์รายย่อย เพื่อไม่ให้กระทบกับผู้ประกอบการที่มีค่าใช้จ่ายสูงมากจนเกินไป โดยอาจกำหนดเป็นสัดส่วนที่เหมาะสมเพื่อให้เกิดความเป็นธรรม และผู้บริโภคที่ต้องจ่ายประกันสุขภาพสำหรับผู้บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์สามารถนำไปลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของตนได้เพื่อจูงใจให้ทำประกันสุขภาพดังกล่าวแบบสมัครใจยิ่งขึ้น



การห้ามผู้ประกอบการเครื่องตีแมลงกอลฮอลล์ เป็นผู้สนับสนุนทางการเงินในกีฬา

| พรพล เทศทอง และอรัชมน พิเชษฐารกุล

1. บทนำ

การบริโภคเครื่องตีแมลงกอลฮอลล์เป็นส่วนหนึ่งในวิถีชีวิตและวัฒนธรรม ไม่ว่าจะเป็นการบริโภคเครื่องตีแมลงกอลฮอลล์ในชีวิตประจำวันและเกี่ยวข้องกับทั้งเหตุการณ์ที่น่าจดจำและมีความสุข เช่น การแต่งงาน วันเกิด และไม่มีความสุข เช่น การตีแมลงกอลฮอลล์เพื่อปลดทุกข์ แต่การบริโภคที่มากเกินไปก็สามารถนำมาซึ่งปัญหาสังคมในด้านต่าง ๆ อย่างเลี่ยงไม่ได้ โดยเฉพาะผลเสียของการบริโภคเครื่องตีแมลงกอลฮอลล์ที่มีต่อสุขภาพ ส่วนการใช้เครื่องตีแมลงกอลฮอลล์ในวัฒนธรรมไม่ได้ให้ผลร้าย เนื่องจากเป็นเพียงสื่อหรือ สัญลักษณ์ในการดำรงอยู่และขับเคลื่อนพิธีการ เป็นการบริโภคเชิงสังคม แต่ก็เช่นเดียวกัน หากบริโภคมากเกินไป ไม่ว่าจะด้วยการกระตุ้นจากการส่งเสริมการตลาดหรือปัญหาทางจิตใจ สังคมและการเมืองนั้นล้วน ส่งผลร้ายต่อชีวิตและทรัพย์สินของผู้บริโภคอีกทั้งผู้ที่อยู่รอบข้างด้วย³¹

สำหรับวัฒนธรรมการรับชมกีฬาและการบริโภคเครื่องตีแมลงกอลฮอลล์อยู่คู่กันมาอย่างช้านาน³² โดยส่วนใหญ่ผู้ชมการแข่งขันกีฬามักบริโภคเครื่องตีแมลงกอลฮอลล์ในเวลาก่อนเดินทางไปชมการแข่งขันกีฬา ในขณะที่ชมการแข่งขันกีฬา และหลังเดินทางไปชมการแข่งขันกีฬา นอกจากนี้ผู้ชมการแข่งขันกีฬายังสามารถเข้าถึงการจำหน่ายเครื่องตีแมลงกอลฮอลล์ได้ง่าย โดยส่วนใหญ่จะมีการซื้อเครื่องตีแมลงกอลฮอลล์และนำเครื่องตี

³¹ ดุษฎี วรรณธรรมดุษฐ์, วัฒนธรรมกับการตีแมลงกอลฮอลล์, วารสารราชพฤกษ์, ปีที่ 10 ฉบับที่ 3 กุมภาพันธ์ - พฤษภาคม 2556, หน้า 14

³² ปิติเทพ อยุธยา, การชมกีฬาฟุตบอล การบริโภคเครื่องตีแมลงกอลฮอลล์และกฎหมายอังกฤษ, สืบค้นเมื่อวันที่ 2 กันยายน 2564 จาก <https://www.law.cmu.ac.th/law2011/journal/e1458895828.pdf>

ใส่ถุงกระดาษ กระเป๋า หรือเป้เข้าไปในสนามแข่งขัน เพราะเป็นการสร้างบรรยากาศให้เกิดความสนุกสนาน ครื้นเครงในการชมการแข่งขัน และหลังจากสิ้นสุดการแข่งขัน เหตุผลของการบริโภคก็เพื่อฉลองชัยชนะ หรือดื่มปลอบใจเมื่อพ่ายแพ้ นอกจากนี้เมื่อมีจำนวนการรับชมกีฬามากยิ่งขึ้น รูปแบบการสร้างการรับรู้ ผ่านทางกีฬาเริ่มมีบทบาทในทางการตลาดของผู้ประกอบธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยการเข้ามาเป็นผู้สนับสนุนกีฬาเพื่อแลกเปลี่ยนกับการโฆษณาประชาสัมพันธ์ อย่างไรก็ตามประเทศไทยยังมีช่องว่างด้านมาตรการในการโฆษณาโดยการเป็นผู้สนับสนุนทางการเงินให้กับทีมกีฬาหรือนักกีฬา โดยพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ที่ใช้บังคับอยู่ในปัจจุบัน ยังไม่ครอบคลุมถึงการบังคับใช้ในการห้ามผู้ประกอบธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นผู้สนับสนุนทางการเงินในกีฬา จึงเห็นว่าควรพิจารณาให้มีการกำหนดห้ามผู้ประกอบธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นผู้สนับสนุนทางการเงินในกีฬาขึ้นในประเทศไทย ทั้งนี้เพื่อลดการรับรู้ผ่านช่องทางโฆษณา อย่างไรก็ตามควรเปิดแนวทางทางอื่นเพื่อช่วยในการส่งเสริมธุรกิจกีฬาต่อไปได้อีกด้วย โดยได้มีการศึกษาถึงการเป็นผู้สนับสนุนทางการเงินในกีฬา การห้ามผู้ประกอบธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นผู้สนับสนุนทางการเงินในกีฬาทั้งในประเทศไทยและประเทศฝรั่งเศส สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะเพื่อให้เป็นข้อพิจารณาในการกำหนดแนวทางที่เหมาะสมต่อไป

2. การเป็นผู้สนับสนุนทางการเงินในกีฬา

การเป็นผู้สนับสนุน (Sponsorship) หมายถึง ความสัมพันธ์ในทางธุรกิจระหว่างผู้ให้ความช่วยเหลือจากกองทุน แหล่งทรัพยากรหรือบริการ รวมไปถึงความสัมพันธ์ในลักษณะส่วนบุคคล ที่ให้การสนับสนุนแก่กิจกรรมหรือองค์กร โดยนัยแห่งการให้การสนับสนุนจะมีความหวังในผลแห่งการให้บางอย่างตามที่ต้องการ และอาจมีความเกี่ยวข้องกับผลประโยชน์ในทางพาณิชย์³³ ซึ่งการเป็นผู้สนับสนุนกีฬา คือ ความสัมพันธ์ทางธุรกิจระหว่างผู้ให้เงินทุน ทรัพยากร การบริหารบุคคล หรือองค์กรที่เสนอให้สิทธิประโยชน์บางอย่างเพื่อนำไปเชื่อมโยงเป็นผลประโยชน์ทางการค้า โดยผู้สนับสนุนกีฬา คือ องค์กรธุรกิจที่ต้องการเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคที่มีพฤติกรรมการใช้ชีวิต เช่น นักกีฬา ผู้ชมภายในสนาม และผู้จัดการแข่งขัน เป็นต้น รวมไปถึงการเป็นผู้ที่ต้องการสร้างความแตกต่างระหว่างคู่แข่งทางการตลาดโดยการเชื่อมโยงภาพลักษณ์ระหว่างองค์กรกับกีฬาเข้าไว้ด้วยกัน ด้วยการสนับสนุนทางการเงิน ผลิตภัณฑ์ การบริการ และเป็นผู้ที่ได้รับสิทธิให้ทำการสื่อสารแบบเจาะกลุ่มเป้าหมายกีฬานั้น รวมทั้งยังได้สิทธิในการสร้างภาพลักษณ์ทางบวกระหว่างกีฬากับพาณิชย์ในรูปแบบอื่น

³³ Sleight, S. (1989). Sponsorship: What it is and how to use it. London: McGraw-Hill.



เมื่อกล่าวถึงการเป็นผู้สนับสนุนทางการเงินในวงการกีฬานั้นอาจเกิดขึ้นได้หลายรูปแบบ ดังนี้³⁴

- เมื่อผู้สนับสนุนทางการเงิน (ต่อไปนี้จะเรียกว่า ผู้สนับสนุนฯ) ไม่ได้ผลิตหรือทำการตลาดในผลิตภัณฑ์ที่จำเป็นสำหรับการฝึกซ้อมกีฬาของนักกีฬา ผู้สนับสนุนฯอาจอยู่ในรูปแบบการบริจาคเงินให้กับสโมสรกีฬาที่ตนสนใจได้โดยตรง³⁵
- เมื่อผู้สนับสนุนฯ เป็นผู้จัดหาอุปกรณ์กีฬาให้นักกีฬา หรือสโมสรกีฬา ผู้สนับสนุนฯ อาจจะทำให้การสนับสนุนโดยการจ่ายเงินสดหรือเป็นเงินบริจาค หรือสนับสนุนในรูปแบบการให้อุปกรณ์กีฬาที่มีโลโก้ของผู้สนับสนุน หรือโดยใช้ตราสินค้าของผู้สนับสนุน ซึ่งถือเป็นเป็นประเภทการ สนับสนุนทางการเงินที่รู้จักกันมากที่สุด
- เมื่อผู้สนับสนุนฯ เป็นบุคคลในแวดวงอื่นที่ต้องการใช้กีฬาเป็นส่วนหนึ่งในการทำการตลาดประชาสัมพันธ์สินค้าหรือผลิตภัณฑ์ใด ๆ ของตนเองให้เป็นที่รู้จักต่อสาธารณะ จึงทำการสนับสนุนทางการเงินในกีฬาเพื่อมุ่งหวังให้สินค้าหรือบริการของตนได้รับผลตอบแทนที่มากขึ้นอันเนื่องมาจากการโฆษณากับวงการกีฬา ซึ่งผู้สนับสนุนฯ ในรูปแบบนี้สามารถขยายความไปถึงผู้สนับสนุนฯในกีฬาของผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้
- การสนับสนุนด้านหน่วยงานหรือองค์กรที่กำกับดูแล เป็นการให้การสนับสนุนหน่วยงานหรือองค์กรที่กำกับดูแล ได้มีการจัดการแข่งขันใน กีฬาประเภทต่าง ๆ โดยองค์กรที่ได้รับการสนับสนุนจะได้รับผลตอบแทนบางอย่าง แล้วแต่จะตกลงกัน จากการเป็นผู้สนับสนุนหน่วยงานหรือองค์กร อาจเป็นสิทธิ์การใช้ตราสินค้า เพื่อใช้ในการนำเสนอ หน่วยงานหรือองค์กรของตนเอง
- การสนับสนุนด้านสโมสร เป็นการให้การสนับสนุนทีมหรือ สโมสรต่าง ๆ ซึ่งแตกต่างจากรูปแบบแรก เนื่องจากการสนับสนุนทีมหรือสื่อนั้น จะมีความชื่นชอบ ความหลงใหล คลั่งไคล้ระหว่างคนกับทีมหรือสโมสร และรวมไปถึงความจงรักภักดีต่อทีมหรือสโมสร ซึ่งแตกต่างกันออกไปในแต่ละคน ภูมิภาค และท้องถิ่น โดยสิ่งที่ผู้ให้การสนับสนุนสโมสรจะได้รับ คือ มีความได้เปรียบด้านชื่อเสียง ภาพลักษณ์ และการจดจำของผู้ชมการแข่งขัน

³⁴ ชัยทัศน์ พุทธเดช ทำการศึกษาเรื่อง “อิทธิพลของการเป็นผู้สนับสนุนด้านกีฬา (Sports Sponsorship) ที่มีผลต่อการจดจำตราสินค้าของลูกค้าบริษัท คิง เพาเวอร์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล” การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ปีการศึกษา 2559 หน้า 7-9

³⁵ Francis Monnerville, Le parrainage sportif: Aspect contractuels, LEGICOM 2000/3 N° 23, p 93. <https://www.caim.info/revue-legicom-2000-3-page-75.htm>



- การสนับสนุนด้านนักกีฬา เป็นรูปแบบการสนับสนุนโดยใช้นักกีฬาเป็นคนสื่อสาร โดยเจ้าของผลิตภัณฑ์ที่ให้การสนับสนุนจะให้นักกีฬา ทำการนำเสนอสินค้า และแสดงภาพลักษณ์ของตราสินค้า นั้น ๆ การใช้นักกีฬาเป็นพรีเซ็นเตอร์จะต้องพฤติกรรมที่ดี เหมาะสม และมีภาพลักษณ์ที่ดี เพื่อเสริมสร้างความน่าเชื่อถือ และความชื่นชอบของตราสินค้า อีกทั้ง ยังสามารถเพิ่มฐานความนิยมในกลุ่มผู้ชื่นชอบนักกีฬาคนดังกล่าว ให้สนใจในตราสินค้าที่เป็น ผู้สนับสนุนได้

- การสนับสนุนด้านช่องทางการสื่อสาร (Media-Channel Sponsorship) เป็นรูปแบบการสนับสนุนโดยองค์กรที่ให้การสนับสนุนได้ทำการโฆษณาระหว่างที่กีฬานั้นทำการแข่งขัน หรือช่วงเวลาที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขัน อาจมีการสื่อสารตราสินค้าผ่านทางรายการออกแบบเสื่อของนักกีฬา การใช้โลโก้หรือตราสินค้าผ่านการถ่ายทอดการแข่งขัน โดยจะต้องมีการออกแบบให้มีความเหมาะสม ไม่มากเกินไปจนทำให้ผู้ชมการแข่งขันรู้สึกอึดอัดหรือไม่ทัศนคติที่ไม่ดีต่อตราสินค้า

- การสนับสนุนด้านสถานที่ เป็นรูปแบบการให้สิทธิ์การใช้ ชื่อ โดยรูปแบบการสนับสนุนนี้เป็นการอนุญาตให้องค์กรที่ทำการสนับสนุนมาใช้ชื่อสินค้า หรือบริการ หรือชื่อบริษัท มาแทนชื่อสนามแข่งขันในสถานที่ต่าง ๆ โดยผู้ทำการสนับสนุนจะต้องใช้โลโก้ หรือตราสินค้า และสโลแกนของตราสินค้า ในการตกแต่งสถานที่แข่งขันทั้งภายนอก และภายใน มี ความชัดเจน เหมาะสม สวยงาม เพื่อให้ผู้รับชมการแข่งขันจดจำตราสินค้าได้มากที่สุด

- การสนับสนุนด้านกิจกรรม เป็นรูปแบบการสนับสนุนจากการจัดกิจกรรมต่าง ๆ โดยองค์กรที่ให้การสนับสนุนจะได้รับความสนใจ ตลอดจนสร้างประสบการณ์ให้กับลูกค้า เช่น การเล่นเกมชิงรางวัล ออกบูท ประชาสัมพันธ์เพื่อกระตุ้นความสนใจ

- การสนับสนุนกีฬาแบบเจาะจงประเภทกีฬา เป็นรูปแบบการสนับสนุนกีฬาในแต่ละชนิดกีฬาเพียงชนิดเดียว โดยการให้การสนับสนุนแบบเจาะจงเป็นการสื่อสารตราสินค้าไปยังกลุ่มเป้าหมายที่เฉพาะเจาะจงเฉพาะกลุ่ม กันความลับสน และทัศนคติที่ไม่ดีของกลุ่มเป้าหมาย

ดังนั้น การแข่งขันกีฬาเป็นโอกาสสำหรับบริษัทต่าง ๆ ในการโปรโมตแบรนด์ ผลิตภัณฑ์ และทำให้ตัวเองเป็นที่รู้จักต่อสาธารณะ ไม่ว่าจะเป็นการสนับสนุนด้านใด ๆ ดังที่กล่าวมา โดยการสนับสนุนทางการเงินในกีฬา (สปอนเซอร์) เป็นการแลกเปลี่ยนกระบวนการที่เป็นประโยชน์ต่อทั้งสองฝ่าย คือ ฝ่ายสโมสรกีฬาได้รับการสนับสนุน (การเงิน วัสดุ ฯลฯ) และบริษัทต่าง ๆ จะทำให้ตัวเองเป็นที่รู้จักในหมู่ผู้มีโอกาสเป็นลูกค้าในกีฬานั้น ๆ เพื่อเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดและผลกำไรของพวกเขาในอนาคต จึงอาจมีรูปแบบการทำสัญญาเพื่อให้เกิดเป็นข้อตกลงในการปฏิบัติตามวัตถุประสงค์ได้



2.1 รูปแบบสัญญาสนับสนุนทางการเงินในกีฬา

การให้สปอนเซอร์เป็นหนึ่งในสาขาการตลาด ซึ่งมีจุดมุ่งหมายเพื่อเชื่อมโยงบริษัทที่ให้การสนับสนุนบนพื้นฐานของสัญญากับงานอีเวนต์ องค์กรกีฬา หรือแม้แต่นักกีฬา ซึ่งถูกรวมเข้ากับการสื่อสารของบริษัทอย่างสมบูรณ์ซึ่งด้วยวิธีนี้จะพยายามเชื่อมโยงภาพลักษณ์กับสิ่งที่ถ่ายทอดโดยกีฬา เพื่อเพิ่มการพัฒนายอดขาย

ในกรณีของการแข่งขันกีฬา แปรนต์ที่ให้การสนับสนุนด้านกีฬาเป็นประจำส่วนใหญ่มักจะต้องการได้รับประโยชน์จากสื่อ ซึ่งโดยทั่วไปได้มาจากสื่อโฆษณาแบบดั้งเดิมที่จัดแสดงอยู่ในงานกีฬานั้น ๆ ส่วนสำหรับทีมหรือนักกีฬามักเป็นการให้สปอนเซอร์ในรูปแบบเสื้อผ้าและเครื่องประดับที่จะทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการมองเห็นแปรนต์ในระหว่างการออกอากาศหรือการรายงานข่าวของงานกีฬานั้น ๆ

สำหรับลักษณะทางกฎหมายของสัญญาสปอนเซอร์ที่นำมาซึ่งรูปแบบสัญญาสนับสนุนทางการเงินในกีฬานั้น ในกฎหมายของประเทศฝรั่งเศส มาตรา 101 แห่งประมวลกฎหมายแพ่งกำหนดว่า “สัญญาเป็นข้อตกลงที่สร้างภาระผูกพันซึ่งหมายถึงข้อตกลงแห่งเจตจำนงระหว่างคนอย่างน้อยสองคน” ซึ่งนำมาขยายความได้ว่า สัญญาของการเป็นสปอนเซอร์ทางกีฬาที่ถูกต้องตามกฎหมายนั้นต้องแสดงถึงการดำเนินการส่งเสริมการขายหรือการโฆษณาที่จะดำเนินการในช่วงระยะเวลาที่กำหนดไว้ระหว่างองค์กรกีฬาและบริษัท โดยในเบื้องต้นรูปแบบและลักษณะของสัญญาสปอนเซอร์นั้นจะถูกกำหนดตามระดับการมีส่วนร่วมของหุ้นส่วน ข้อตกลงจะต้องทำเป็นลายลักษณ์อักษรและมีข้อกำหนดอื่น ๆ อีกหลายข้อเนื่องจากมีความหลากหลายของกีฬาและกฎเกณฑ์ที่ควบคุมโดยสหพันธ์หรือสโมสร ทั้งยังรวมถึงคำขอเฉพาะที่แต่ละบริษัทอาจมีเพิ่มเติมขึ้นอยู่กับกลยุทธ์ทางการค้าของบริษัทเหล่านั้น ซึ่งในขณะนี้ยังไม่มีสัญญาสปอนเซอร์มาตรฐานแต่อย่างใด³⁶ แต่ในสัญญาสปอนเซอร์นั้นโดยหลักแล้วจะมีตัวอย่างข้อความที่มักนำไปใช้ในสัญญาได้³⁷ ดังนี้

- ข้อความที่เกี่ยวข้องกับความลับและความลับซึ่งห้ามไม่ให้เปิดเผยข้อมูลที่ละเอียดอ่อนที่แลกเปลี่ยนระหว่างการเจรจา
- ข้อผูกขาดซึ่งห้ามไม่ให้มีการเจรจาคุุขนานกับบุคคลที่สาม
- ข้ออนุมัติที่ห้ามมิให้โอนผลประโยชน์ของร่างสัญญาไปยังบุคคลที่สามโดยมิได้รับอนุญาตจากหุ้นส่วน

³⁶ Gary Tribou et Bernard Augés, Le management du sport, 2006

³⁷ Article datant du 18/03/2010 écrit par la rédaction de Net-Iris.com, spécialisé dans le droit à l'information juridique. Source: <http://www.net-iris.fr/veille-juridique/actualite/24269/en-quoiconsiste-le-contrat-de-partenariat.php>



- บทลงโทษซึ่งกำหนดจำนวนเงินที่แน่นอนของค่าปรับที่ครบกำหนดในกรณีที่มีการละเมิดข้อใดข้อหนึ่งของสัญญาเบื้องต้นนี้

นอกจากนี้ยังต้องพิจารณาประมวลกฎหมายการค้าระหว่างประเทศที่เกี่ยวกับการให้สปอนเซอร์ (Code de la Chambre de Commerce International sur le parrainage)³⁸ ที่บังคับใช้ในวันที่ 20 พฤศจิกายน 1992 ประกอบด้วย ในส่วนที่ว่าการทำสัญญาสปอนเซอร์นั้นต้องมีเจตนาสุจริตอยู่ภายใต้หลักเกณฑ์ของการแข่งขันที่ถูกต้องและเป็นธรรม

ทั้งนี้ต้องพึงระวังไว้เสมอว่ายังจำเป็นต้องพิจารณาถึงกฎหมายที่ห้ามไม่ให้การโฆษณาสนับสนุนผลิตภัณฑ์บางอย่าง เช่น แอลกอฮอล์ (มาตรา 3323-2, ประมวลกฎหมายสาธารณสุข), ยาสูบ (มาตรา 3511-3, ประมวลกฎหมายสาธารณสุข) หรือยาบางประเภท (มาตรา L 5122-1, ประมวลกฎหมายสาธารณสุข) อีกด้วย

จากที่กล่าวมาแล้วว่าการให้สปอนเซอร์เป็นหนึ่งในสาขาการตลาด มีวัตถุประสงค์ที่จะต้องการสร้างความรับรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของตนให้กับบุคคล และวิธีที่เป็นที่นิยมในปัจจุบัน คือ การโฆษณา

2.2 การตลาดและการโฆษณาในธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

การโฆษณา³⁹ เป็นวิธีที่สำคัญสำหรับธุรกิจในการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์หรือบริการ และเป็นการขยายฐานลูกค้าให้เพิ่มมากขึ้น ซึ่งจะส่งผลถึงยอดขายที่เพิ่มขึ้นและผลกำไรที่สูงขึ้นด้วย จิตวิทยาของการโฆษณาประกอบด้วยองค์ประกอบต่าง ๆ มากมาย เช่น การดึงดูดสายตาด้วยข้อความหรือรูปภาพที่น่าสนใจ หรือทำให้โลโก้หรือสโลแกนของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ มีลักษณะเฉพาะโดดเด่น และมีข้อความที่จดจำได้ง่าย การโฆษณาจึงมีบทบาทอย่างยิ่งที่ทำให้เกิดการกระตุ้น เชิญชวนให้เกิดการซื้อขายระหว่างผู้บริโภคและผู้ทำธุรกิจ อีกทั้งเทคนิคทางการตลาดที่ใช้เพื่อการโฆษณานั้นยังเป็นเครื่องมือที่มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับสินค้าที่โฆษณา ดังนั้นการโฆษณาในธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จึงมีอิทธิพลและผลที่ตามมาต่อประชากรกลุ่มเสี่ยงค่อนข้างมาก ซึ่งจะต้องคำนึงถึงผลประโยชน์ในระยะยาว

³⁸ JournalduNet. Com: Mardi 27 mai 2003 Article sur les points clés des contrats, source: <http://www.journaldunet.com/juridique/juridique030527.shtml>

³⁹ การโฆษณา (advertising) มาจากรากศัพท์ภาษาลาตินคำว่า “advertere” ซึ่งหมายถึง “การหันเหจิตใจไปสู่” Bovee (1995) ได้อธิบายคำว่าโฆษณา หมายถึง การสื่อสารข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ หรือความคิดในลักษณะที่ไม่เป็นการส่วนบุคคล โดยผ่านสื่อมวลชนต่าง ๆ อันเป็นความพยายามเพื่อเชิญชวนโน้มน้าวจิตใจ พฤติกรรมของผู้ซื้อหรือผู้รับสารให้เกิดการคล้อยตามโดยมีผู้อุปถัมภ์ที่ระบุชื่อออกค่าใช้จ่ายให้ นวฤทธิ์ อัครวรกิจ. (2551). กลยุทธ์การสร้างสรรคงานโฆษณา (พิมพ์ครั้งที่3). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยกรุงเทพ



ของสังคมด้วย กล่าวได้ว่าสื่อโฆษณาที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคเป็นอย่างมาก⁴⁰ ไม่ว่าจะเป็นในด้านของความรู้ สึกนึกคิด ทัศนคติ ค่านิยม และพฤติกรรม เนื่องมาจากผู้บริโภคมักจะหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าที่ตนสนใจจากสื่อโฆษณาในแหล่งต่าง ๆ เพื่อนำมาใช้เป็นข้อมูลในการวิเคราะห์และพิจารณาการเลือกซื้อสินค้า ทำให้ให้ผู้บริโภคสามารถเลือกและตัดสินใจเลือกสินค้าหรือบริการได้อย่างถูกต้องเพื่อตอบสนองความต้องการและตรงกับพฤติกรรมผู้บริโภคของตนเอง

ดังนั้น การเปิดรับกิจกรรมการตลาดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ยังมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ อีกทั้งผลกระทบของการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เผยให้เห็นถึงอิทธิพลที่สำคัญของแนวทางปฏิบัติทางการตลาดที่มีต่อความคิดเห็น ทัศนคติ และพฤติกรรมของบุคคลโดยทั่วไปและคนหนุ่มสาวโดยเฉพาะ ดังนั้นจึงเป็นเรื่องสำคัญที่จะต้องเสนอกฎหมาย เพื่อจำกัดหรือห้ามการโฆษณาของผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพื่อลดการตลาดของผู้ผลิต และตอบโต้การตลาดของผู้ผลิตในสื่อโฆษณาของตนเอง (เช่น ผ่านคำเตือนด้านสุขภาพที่มองเห็นได้และขนาดใหญ่บนบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์และในโฆษณาสำหรับแบรนด์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์) อีกด้วย

3. การห้ามผู้ประกอบการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นผู้สนับสนุนทางการเงินในกีฬา

มาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทยนั้นมีหลายมาตรการ และควบคุมหลายด้าน หนึ่งในนั้นคือ มาตรการควบคุมการโฆษณา ซึ่งมีมาตราหลักที่เกี่ยวข้องในพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 คือ มาตรา 32 ที่มีสาระสำคัญว่าด้วยการห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และบทกำหนดโทษในมาตรา 43 และมาตรา 45 (อำนาจเปรียบเทียบ) นอกจากนี้ก็มีการ

⁴⁰ สื่อโฆษณามีอิทธิพลต่อผู้บริโภคสำคัญ ดังนี้

1. สร้างความเข้าใจในคุณสมบัติของสินค้าและบริการที่ต้องให้ผู้บริโภคต้องการทราบ เพราะเมื่อสื่อโฆษณาใดให้ข้อมูลของสินค้าได้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคที่มีอยู่แล้วย่อมให้เกิดแรงจูงใจในการซื้อสินค้าง่าย
2. สร้างแรงกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดการอยากทดลองใช้ เช่น การโฆษณาโดยใช้กลยุทธ์การลดแลก แจก หรือแถม จากที่ผู้บริโภคไม่เคยทดลองใช้ เพราะสินค้านั้นมีราคาถูกหรือเป็นของแถมที่ได้มาฟรี
3. สร้างความภูมิใจในสินค้าและบริการ โฆษณาของผู้ผลิตมักนำบุคคลสำคัญและเป็นที่ยอมรับในสังคมมาเป็นแบบในโฆษณา เช่น นักแสดง นักร้อง เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความภาคภูมิใจ เมื่อได้ใช้สินค้าและบริการชนิดเดียวกับที่บุคคลสำคัญใช้
4. สร้างความตอกย้ำความทรงจำของผู้บริโภค ทำให้เกิดการซื้อสินค้าซ้ำอีกครั้ง ซึ่งการโฆษณาบ่อย ๆ ครั้งทำให้ผู้บริโภคที่เคยใช้สินค้าของตนเองแล้วได้กลับมาซื้อสินค้านั้นอีกรอบ
5. สร้างแรงจูงใจให้เกิดความสนใจที่จะซื้อสินค้าและบริการ โดยโฆษณาจะชี้แจงให้ผู้บริโภคเกิดความเข้าใจว่า เมื่อใช้สินค้าและบริการแล้วจะทำให้ผู้บริโภคได้รับผลดี เกิดความสวยงามเกิดความสะดักสะบาย หรือแก้ไขปัญหาให้กับผู้บริโภคได้อย่างไร



ตรากฎหมายลำดับรอง ได้แก่ กฎกระทรวงกำหนดหลักเกณฑ์และเงื่อนไขการแสดงภาพสัญลักษณ์เพื่อประกอบการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2553 และประกาศคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เรื่อง รูปแบบของข้อความคำเตือนประกอบภาพสัญลักษณ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือภาพสัญลักษณ์ของบริษัทผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2557

อย่างไรก็ตาม มาตรการดังกล่าวยังไม่มีความชัดเจน ไม่เพียงพอ และไม่สอดคล้องกับสภาพความเป็นจริง เกิดปัญหาในการตีความที่แตกต่างกันของผู้ประกอบการ ผู้บริโภค เจ้าหน้าที่ผู้บังคับใช้กฎหมาย ไปจนถึงศาล เห็นได้จากการโฆษณาในรูปแบบต่าง ๆ ที่เห็นโดยทั่วไป

อนึ่ง เมื่อมีมาตรการควบคุมการโฆษณาตามที่กล่าวมาข้างต้น ผู้ประกอบธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก็พยายามคิดกลยุทธ์การโฆษณาแบบใหม่ ๆ ที่จะหลีกเลี่ยงกฎหมายดังกล่าว ซึ่งที่พบได้มากในปัจจุบัน คือ ผู้ประกอบธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มุ่งทำการตลาดด้านการสนับสนุนกิจกรรมกีฬา (Sports sponsorship) ไม่ว่าจะเป็นทั้งโฆษณาตรง โฆษณาแฝง แฝงการสนับสนุนด้วยชื่อสินค้า ตราสัญลักษณ์ และชื่อองค์กรในกิจกรรมกีฬาต่าง ๆ⁴¹

การห้ามผู้ประกอบการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นผู้สนับสนุนทางการเงินในกีฬาเป็นประเด็นที่เกี่ยวข้องกับมาตรา 32 ของพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ว่าด้วยการห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งเป็นหนึ่งในประเด็นที่เรียกร้องให้แก้ไขมาหลายปี เนื่องจากมีปัญหาทั้งเรื่องเนื้อหากฎหมายคลุมเครือ, เปิดช่องให้ตีความบังคับใช้อย่างกว้างขวาง รวมถึงอัตราโทษที่สูงมาก โดยเฉพาะค่าปรับ⁴² และแม้จะมีการบังคับใช้ พ.ร.บ. ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ห้ามโฆษณาชักชวนให้ดื่มทั้งทางตรงและทางอ้อมอย่างเข้มข้น แต่การเป็นสปอนเซอร์เกมกีฬายังคงได้รับการยกเว้น⁴³

⁴¹ ศรีรัช ลอยสมุทร. (2561). เหลียวหน้า แลหลัง เกาะกระแส ตีแผ่ทุกประเด็น: เจาะลึกกลยุทธ์ธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรอบ 3 ปีที่ผ่านมา.สงขลา: ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา (ศวส.) หน่วยระบาดวิทยา คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์. สืบค้นเมื่อวันที่ 6 กันยายน 2564 จาก <http://cas.or.th/cas/wp-tent/uploads/2019/06/เหลียวหน้าแลหลังฯ.pdf>

⁴² The MATTER. (2564). “ยาวแต่อยากให้อ่าน” คำชี้แจงร่างแก้ไข พ.ร.บ. ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ฉบับราชการจากปากผู้เกี่ยวข้องในสำนักงานคุมเหล้า,” The MATTER Brief. สืบค้นเมื่อวันที่ 6 กันยายน 2564 จาก <https://thematter.co/brief/148488/148488>

⁴³ ทีมงาน Alcohol Rhythm. (2564). “อัดฉีดด้วยฤทธิ์แอลกอฮอล์ ธุรกิจน้ำเมากับการเป็นสปอนเซอร์วงการกีฬา,” เหล้าง่ายง่าย. สืบค้นเมื่อวันที่ 8 กันยายน 2564 จาก <https://alcoholrhythm.com/sport-sponsor-alcohol/>



3.1 การห้ามผู้ประกอบธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นผู้สนับสนุนทางการเงินในกีฬาของประเทศฝรั่งเศส

ในฝรั่งเศสเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นสินค้าที่ได้รับการควบคุมทางกฎหมาย ไม่ว่าจะเป็นการควบคุมการผลิต การค้า การจำหน่ายและการบริโภคมาตั้งแต่ปี ค.ศ. 1873 (พ.ศ. 2416) สำหรับการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้นได้รับการควบคุมตั้งแต่ปี ค.ศ. 1941 (พ.ศ. 2484) เป็นต้นมา หลังจากนั้นรัฐก็ดำเนินนโยบายดูแลควบคุมสถานที่ดื่ม จำกัดจำนวนสถานที่ดื่ม และปกป้องผู้เยาว์ด้วยกฎหมายหลากหลายฉบับ หนึ่งในนั้นคือ ประมวลกฎหมายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และมาตรการป้องกันโรคพิษสุราเรื้อรัง (Code des débits de boissons et des mesures contre l'alcoolisme) ที่จัดตั้งขึ้นตั้งแต่ปี ค.ศ. 1941 (พ.ศ. 2497) ซึ่งปัจจุบันได้ถูกรวมเข้ากับประมวลกฎหมายสาธารณสุข (Code de la Santé Publique) แล้ว ในขณะที่การเมาแล้วขับได้รับการปราบปรามอย่างจริงจังตั้งแต่ปี ค.ศ. 1965 (พ.ศ. 2508) และการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในที่ทำงานได้รับการควบคุมตั้งแต่ปี ค.ศ. 1973 (พ.ศ. 2516) เป็นต้นมา⁴⁴

จะเห็นได้ว่ากฎหมายเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ปรากฏอยู่ในประมวลกฎหมายหลายฉบับ ได้แก่

1. ประมวลกฎหมายชนบท (Code Rural) ประมวลกฎหมายพาณิชย์ (Code du Commerce)⁴⁵ ประมวลกฎหมายภาษีทั่วไป (Code Général des Impôts) และประมวลกฎหมายสาธารณสุข (Code de la Santé Publique) บางส่วนสำหรับทุกประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการผลิต บรรจุกฎหมาย ผลิต การขนส่ง และการเก็บภาษีของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
2. ประมวลกฎหมายสาธารณสุข (Code de la Santé Publique) ประมวลกฎหมายทางหลวง (Code de la Route) ประมวลกฎหมายอาญา (Code Pénal) และประมวลกฎหมายแรงงาน (Code du Travail) ในประเด็นที่เกี่ยวกับการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ความสงบเรียบร้อยของประชาชน การต่อต้านโรคพิษสุราเรื้อรัง และการคุ้มครองผู้เยาว์

⁴⁴ Conseils Aide et Action contre la Toxicomanie. retrieved on June 28, 2021 from <http://www.caat.online.fr/loi/alcool.htm>

⁴⁵ การจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อยู่ภายใต้ประมวลกฎหมายพาณิชย์และ ประมวลกฎหมายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และมาตรการป้องกันโรคพิษสุราเรื้อรังเดิม ซึ่งรวมอยู่ในประมวลกฎหมายสาธารณสุขเมื่อเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2543

ส่วนนี้ผู้เขียนจะทำการศึกษาลักษณะเฉพาะกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับประเด็นมาตรการทางกฎหมายในการห้ามผู้ประกอบการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นผู้สนับสนุนทางการเงินในกีฬา โดยมีข้อสังเกตคือ ในทุกกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับประเด็นดังกล่าวจะกำหนดกฎเกณฑ์ที่สำคัญไว้ไม่ต่างกัน เพียงแต่มื่อนำกฎเกณฑ์ที่สำคัญเหล่านี้ไปอยู่ในกฎหมายทุกฉบับที่เกี่ยวข้องกับการห้ามผู้ประกอบการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นผู้สนับสนุนทางการเงินในกีฬานั้น กฎเกณฑ์ที่สำคัญดังกล่าวก็จะกระจายไปอยู่ในมาตราต่าง ๆ ของแต่ละกฎหมายที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

3.1.1 ประมวลกฎหมายสาธารณสุข (Code de la santé publique) สำหรับด้านที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณาและการดำเนินการสนับสนุนทางการเงินใด ๆ เพื่อประโยชน์แก่เครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้น ประมวลกฎหมายสาธารณสุขกำหนดไว้ในมาตรา L3323-2 L3323-3 และ L3323-6 ดังนี้

ก. มาตรา L3323-2 กำหนดว่า “การโฆษณาชวนเชื่อหรือการโฆษณาใด ๆ ทั้งทางตรงและทางอ้อมเพื่อประโยชน์แก่เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การผลิตและการขายไม่สามารถกระทำได้ เว้นแต่จะได้รับอนุญาตเฉพาะ ดังนี้

1. ในสื่อสิ่งพิมพ์ยกเว้นสิ่งพิมพ์สำหรับคนหนุ่มสาวที่กำหนดไว้ในวรรคแรกของมาตรา 1 ของกฎหมาย n° 49-956 ของวันที่ 16 กรกฎาคม 2492 เกี่ยวกับสิ่งพิมพ์สำหรับคนหนุ่มสาว
2. โดยวิธีกระจายเสียงตามสถานีวิทยุและในช่วงเวลาที่กำหนดโดยรัฐสภา
3. ในรูปแบบของโปสเตอร์และป้ายตามมาตรา L. 3323-5-1 ในรูปแบบโปสเตอร์และวัตถุภายในร้านจำหน่ายเฉพาะภายใต้เงื่อนไขที่กำหนดโดยรัฐสภา
4. ในรูปแบบของการส่งโดยผู้ผลิต ผู้ผลิต ผู้นำเข้า ผู้รับสัมปทาน หรือผู้ดูแลคลังสินค้า ข้อความ หนังสือเวียนทางการค้า แคตตาล็อก และโบรชัวร์ โดยเอกสารเหล่านี้มีเฉพาะรายการที่กำหนด ในมาตรา L. 3323-4 และ เงื่อนไขการขายผลิตภัณฑ์ที่นำเสนอ
5. การโฆษณาบนยานพาหนะที่ใช้ในการขนส่งเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยจะระบุได้เฉพาะชื่อของผลิตภัณฑ์ชื่อและที่อยู่ของผู้ผลิต ผู้นำเข้าหรือผู้จำหน่ายเท่านั้น โดยห้ามระบุข้อความ หรือข้อมูลอื่น ๆ ทั้งสิ้น เนื่องจากการลงทะเบียนนี้รวมเฉพาะรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ ตลอดจนชื่อและที่อยู่ของผู้ผลิต ตัวแทนหรือผู้ดูแลเท่านั้น ยกเว้นสิ่งบ่งชี้อื่น ๆ
6. เพื่อสนับสนุนเทศกาลและงานแสดงสินค้าตามประเพณีที่สนับสนุนเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในท้องถิ่นและภายในบริเวณสถานที่จัดงานแสดงสินค้าหรืองานประเพณีเฉพาะสำหรับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของท้องถิ่นนั้นภายใต้เงื่อนไขที่กำหนดโดยพระราชกฤษฎีกา



7. เพื่อสนับสนุนการประชาสัมพันธ์หรือแนะนำข้อมูลเกี่ยวกับการผลิต การเก็บรักษาและศาสตร์เกี่ยวกับไวน์ ภายในบริเวณพิพิธภัณฑ์ (ที่เก็บรวบรวมประวัติศาสตร์ความเป็นมาของเครื่องดื่มไวน์ประจำ ท้องถิ่น) มหาวิทยาลัย สมาคมทางศาสนา (คริสต์) หรือสถานศึกษาที่มีหลักสูตรการเรียน การสอนเกี่ยวกับไวน์ เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์การชิมไวน์ตามประเพณี ทั้งนี้ภายใต้เงื่อนไขที่กำหนดในรัฐฎีกา
8. ในรูปแบบของข้อเสนอฟรีหรือต่อต้านการชำระเงินของวัตถุที่สวมนไว้อย่างเคร่งครัดสำหรับการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์โดยผู้ผลิตและผู้ผลิตเครื่องดื่มเหล่านี้ทำเครื่องหมายชื่อของพวกเขาในโอกาสการขายตรงของผลิตภัณฑ์ของตนไปยังผู้บริโภคและผู้จัดจำหน่าย หรือระหว่างการเยี่ยมชมสถานที่ผลิตของนักท่องเที่ยง
9. สำหรับบริการสื่อสารออนไลน์ ยกเว้นบริการซึ่งโดยลักษณะ การนำเสนอ หรือวัตถุประสงค์ ดูเหมือนว่าจะมีไว้สำหรับคนหนุ่มสาวเป็นหลัก เช่นเดียวกับบริการที่เผยแพร่โดยสมาคม ลังคม และสหพันธ์กีฬาหรือลีกอาชีพตามความหมายของประมวลกฎหมายกีฬา โดยมีเงื่อนไขว่าการโฆษณาชวนเชื่อหรือโฆษณาต้องไม่เป็นโฆษณาคั่น

ห้ามดำเนินการสนับสนุนทางการเงินใด ๆ ไม่ว่าจะทางตรงหรือทางอ้อม เมื่อวัตถุหรือผลของการสนับสนุนทางการเงินดังกล่าวคือการโฆษณาชวนเชื่อ หรือการโฆษณาเพื่อสนับสนุนเครื่องดื่มแอลกอฮอล์”

ข. มาตรา L3323-3 กำหนดว่า “การโฆษณาชวนเชื่อหรือการโฆษณาทางอ้อม คือการโฆษณาชวนเชื่อหรือการโฆษณาเพื่อประโยชน์ขององค์กร บริการ กิจกรรม ผลิตภัณฑ์ หรือสิ่งอื่นใด นอกเหนือจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ซึ่งโดยภาพกราฟิก การนำเสนอ การใช้ชื่อ เครื่องหมาย สัญลักษณ์ โฆษณา หรือสัญลักษณ์เฉพาะอื่น ๆ ที่เห็นเด่นชัดและทำให้เข้าใจว่าเป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

แต่อย่างไรก็ตาม บทบัญญัตินี้ใช้ไม่ได้กับการโฆษณาชวนเชื่อหรือการโฆษณาเพื่อผลประโยชน์ของผลิตภัณฑ์อื่นนอกเหนือจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ออกสู่ตลาดก่อนวันที่ 1 มกราคม 1990 โดยองค์กรที่แตกต่างทางกฎหมายหรือทางการเงินจากองค์กรใด ๆ ที่ผลิต นำเข้าหรือทำการตลาดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์”

ค. มาตรา L3323-6 เป็นข้อกำหนดเพิ่มเติมที่เป็นข้อยกเว้นของการสนับสนุนทางการเงินดังกล่าวภายใต้เงื่อนไขบางประการที่กำหนดว่า “ผู้ให้การสนับสนุนทางการเงินสามารถให้การสนับสนุนได้ในกรณีที่เป็นการสนับสนุนไปเพื่อการพัฒนาด้านสิ่งแวดล้อม หรือวัฒนธรรม ภายใต้การให้การขออนุญาตของรัฐตามกฎหมาย”



จากหลักกฎหมายที่กล่าวมาข้างต้นสามารถสังเกตได้ว่า การห้ามการสนับสนุนนั้นมีเงื่อนไขเกี่ยวกับการมีอยู่ของวัตถุประสงค์ในการโฆษณาหรือการโฆษณาชวนเชื่อ เนื่องจากเป็นสิ่งที่สมาชิกสภานิติบัญญัติประสงค์จะห้ามอย่างจริงจัง ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่าการสนับสนุนนั้นชอบด้วยกฎหมายเมื่อไม่ได้มีวัตถุประสงค์เพื่อการโฆษณาหรือการโฆษณาชวนเชื่อ

3.1.2 หลักกฎหมาย Évin ค.ศ. 1991 (Loi évin 1991) มีชื่อเต็มว่าพระราชบัญญัติเลขที่ 91-32 ที่เกี่ยวข้องกับการต่อสู้กับการสูบบุหรี่และโรคพิษสุราเรื้อรัง⁴⁶ เป็นกฎหมายที่ออกมาเพื่อแก้ไขเพิ่มเติมกฎหมายฉบับอื่นที่เกี่ยวข้องกับการสูบบุหรี่และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยในมาตรา 10 ได้กำหนดแก้ไขประมวลกฎหมายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และมาตรการป้องกันโรคพิษสุราเรื้อรัง (Code des débits de boissons et des mesures contre l'alcoolisme) มาตรา 17 และ มาตรา 18 ซึ่งเกี่ยวข้องกับการกำหนดการห้ามโฆษณาชวนเชื่อหรือโฆษณาไม่ว่าโดยตรงหรือโดยอ้อมเพื่อสนับสนุนเครื่องดื่มแอลกอฮอล์⁴⁷ โดยกำหนดนิยามเพิ่มเติมของคำว่า “การโฆษณาชวนเชื่อหรือการโฆษณาทางอ้อม” ว่าควรมีความหมายว่าอย่างไร อีกทั้งยังกำหนดว่าโฆษณาประเภทใดที่สามารถโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้บ้าง ดังจะกล่าวต่อไปในส่วนประมวลกฎหมายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และหลักกฎหมาย Évin ได้ถูกนำไปผนวกรวมไว้ในประมวลกฎหมายสาธารณสุขของฝรั่งเศส (Code de la santé publique) และบทบัญญัติที่เกี่ยวข้องอีกด้วย

หลักกฎหมาย Évin มีบทบัญญัติเป็นการจำกัดสื่อและเนื้อหาที่มีความเกี่ยวข้องกับการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และมีหลักการที่สำคัญ (เฉพาะในส่วนของการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์) 4 ประการ 1. ให้ความรู้และข้อมูลแก่ผู้บริโภคถึงอันตรายที่เกิดจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ 2. ลดอัตราการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ 3. ลดปริมาณการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และ 4. ป้องกันเยาวชนไม่ให้อยู่เกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

3.1.3 ประมวลกฎหมายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และมาตรการป้องกันโรคพิษสุราเรื้อรัง (Code des débits de boissons et des mesures contre l'alcoolisme) ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการห้ามการโฆษณา และการสนับสนุนเครื่องดื่มทางการเงินในมาตรา 17 มาตรา 17-1 และมาตรา 18 ดังนี้

ก. มาตรา 17 กำหนดว่า “การโฆษณาชวนเชื่อหรือการโฆษณาใด ๆ ทั้งทางตรงและทางอ้อมเพื่อประโยชน์แก่เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การผลิตและการขายไม่สามารถกระทำได้ เว้นแต่จะได้รับการอนุญาตเฉพาะ ดังนี้

⁴⁶ LOI no 91-32 du 10 janvier 1991 relative à la lutte contre le tabagisme et l'alcoolisme, JORF n°10 du 12 janvier 1991

⁴⁷ กฎหมาย Évin ยังได้ถูกคัดลอกลงในประมวลกฎหมายสาธารณสุข ในประเด็นที่เกี่ยวกับการควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ห้ามมิให้โฆษณาชวนเชื่อและโฆษณาไม่ว่าโดยตรงหรือโดยอ้อมเพื่อสนับสนุนเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ แต่ได้รับอนุญาตเฉพาะบางกรณี และยังห้ามดำเนินการสนับสนุนทางการเงินใด ๆ อีกด้วย

1. ในสื่อสิ่งพิมพ์ยกเว้นสิ่งพิมพ์สำหรับคนหนุ่มสาวที่กำหนดไว้ในวรรคแรกของ มาตรา 1 ของกฎหมาย n° 49-956 ของวันที่ 16 กรกฎาคม 2492 เกี่ยวกับ สิ่งพิมพ์สำหรับคนหนุ่มสาว
2. โดยวิธีกระจายเสียงตามสถานีวิทยุและในช่วงเวลาที่กำหนดโดยรัฐสภา
3. ในรูปแบบของโปสเตอร์และป้ายในพื้นที่การผลิต ไม่ว่าจะโปสเตอร์ขนาดเล็กและวัตถุภายในร้านจำหน่ายเฉพาะภายใต้เงื่อนไขที่กำหนดโดยรัฐสภา
4. ในรูปแบบของการส่งโดยผู้ผลิต ผู้นำเข้า ผู้รับสัมปทาน หรือผู้ดูแลคลังสินค้า ข้อความ หนังสือเวียนทางการค้า แคตตาล็อก และโบรชัวร์ โดยเอกสาร เหล่านี้มีเฉพาะรายการที่กำหนด ในมาตรา 18 แห่งประมวลกฎหมายฉบับ ดังกล่าว และเงื่อนไขการขายผลิตภัณฑ์ที่นำเสนอ
5. การโฆษณาบนยานพาหนะที่ใช้ในการขนส่งเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยจะระบุ ได้เฉพาะชื่อของผลิตภัณฑ์ชื่อและที่อยู่ของผู้ผลิต ผู้นำเข้าหรือผู้จำหน่ายเท่านั้น โดยห้ามระบุข้อความ หรือข้อมูลอื่น ๆ ทั้งสิ้น เนื่องจากการลงทะเบียนนี้รวม เฉพาะรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ ตลอดจนชื่อและที่อยู่ของผู้ผลิต ตัวแทน หรือผู้ดูแลเท่านั้น ยกเว้นสิ่งปงซ์อื่น ๆ
6. เพื่อสนับสนุนเทศกาลและงานแสดงสินค้าตามประเพณีที่สนับสนุนเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ในท้องถิ่นและภายในบริเวณสถานที่จัดงานแสดงสินค้าหรืองาน ประเพณีเฉพาะสำหรับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของท้องถิ่นนั้นภายใต้เงื่อนไข ที่กำหนดโดยพระราชกฤษฎีกา
7. เพื่อสนับสนุนการประชาสัมพันธ์หรือแนะนำข้อมูลเกี่ยวกับการผลิต การเก็บ รักษาและศาสตร์เกี่ยวกับไวน์ ภายในบริเวณพิพิธภัณฑ (ที่เก็บรวบรวมประวัติ ความเป็นมาของเครื่องดื่มไวน์ประจำ ท้องถิ่น) มหาวิทยาลัย สมาคมทางศาสนา (คริสต์) หรือสถานศึกษาที่มีหลักสูตรการเรียน การสอนเกี่ยวกับไวน์ เพื่อ เป็นการประชาสัมพันธ์การชิมไวน์ตามประเพณี ทั้งนี้ภายใต้เงื่อนไขที่กำหนด ในรัฐสภา

ห้ามดำเนินการสนับสนุนทางการเงินใด ๆ ไม่ว่าจะทางตรงหรือทางอ้อม เมื่อวัตถุประสงค์หรือผลของการสนับสนุนทางการเงินดังกล่าวคือการโฆษณาชวนเชื่อหรือการโฆษณาเพื่อสนับสนุน เครื่องดื่มแอลกอฮอล์”

ข. มาตรา 17-1 กำหนดขึ้นมาเพิ่มเติมเพื่ออธิบายความหมายของการโฆษณาชวนเชื่อ ว่า “การโฆษณาชวนเชื่อหรือการโฆษณาทางอ้อม คือ การโฆษณาชวนเชื่อหรือการโฆษณาเพื่อประโยชน์ขององค์กร บริการ กิจกรรม ผลิตภัณฑ์ หรือสิ่งอื่นใด นอกเหนือจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ซึ่งโดยภาพกรรพิก การนำเสนอ การใช้ชื่อ เครื่องหมาย สัญลักษณ์โฆษณา หรือสัญลักษณ์เฉพาะอื่น ๆ ที่เห็นเด่นชัดและทำให้เข้าใจว่าเป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

แต่อย่างไรก็ตาม บทบัญญัตินี้ใช้ไม่ได้กับการโฆษณาชวนเชื่อหรือการโฆษณาเพื่อผลประโยชน์ของผลิตภัณฑ์อื่นนอกเหนือจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ออกสู่ตลาดก่อนวันที่ 1 มกราคม 1990 โดยองค์กรที่แตกต่างทางกฎหมายหรือทางการเงินจากองค์กรใด ๆ ที่ผลิต นำเข้าหรือทำการตลาดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์”

ค. มาตรา 18 กำหนดว่า “การโฆษณาที่ได้รับอนุญาตสำหรับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จำกัดเฉพาะการบ่งชี้ปริมาณแอลกอฮอล์ตามปริมาตร แห่่งกำเนิด ชื่อ องค์กรประกอบของผลิตภัณฑ์ ชื่อและที่อยู่ของผู้ผลิต ตัวแทน และผู้รับฝากทรัพย์สิน ตลอดจนวิธีการผลิต เงื่อนไขการขายและวิธีการบริโภคของผลิตภัณฑ์

การโฆษณานี้อาจรวมถึงการอ้างอิงที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่การผลิตและการบ่งชี้ที่เข้าใจได้ว่าเป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

การผลิตบรรจุภัณฑ์สามารถทำซ้ำได้ก็ต่อเมื่อเป็นไปตามข้อกำหนดก่อนหน้านี้

การโฆษณาทั้งหมดเพื่อสนับสนุนเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ยกเว้นหนังสือเวียนเชิงพาณิชย์ที่มีไว้สำหรับบุคคลผู้มีหน้าที่ตามกฎหมาย ซึ่งจะต้องมาพร้อมกับข้อความด้านสุขภาพที่ระบุว่าการใช้แอลกอฮอล์ในทางที่ผิดเป็นอันตรายต่อสุขภาพ”

3.1.4 ประมวลกฎหมายผู้บริโภค (Code de la consommation) ประมวลกฎหมายผู้บริโภคได้กำหนดบทบัญญัติที่เกี่ยวข้องกับการห้ามการโฆษณา และการสนับสนุนเครื่องดื่มทางการเงินไว้ในมาตรา L3323-2, L3323-3, L3323-3-1, L3323-4 ดังนี้

ก. มาตรา L3323-2 บัญญัติเหมือนกันกับมาตรา L3323-2 ของประมวลกฎหมายสาธารณสุข

ข. มาตรา L3323-3 บัญญัติเหมือนกันกับมาตรา 17-1 ของประมวลกฎหมายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และมาตรการป้องกันโรคพิษสุราเรื้อรัง

ค. มาตรา L3323-3-1 ได้กำหนดเพิ่มเติมในเรื่องข้อยกเว้นของการโฆษณาชวนเชื่อ ในนิยามของมาตรา L3323-3 ว่า “สิ่งต่อไปนี้เป็นถือว่าเป็นการโฆษณาหรือการโฆษณาชวนเชื่อ ภายในความหมายของกฎหมายนี้ ได้แก่เนื้อหา รูปภาพ การนำเสนอ คำอธิบาย ข้อคิดเห็น หรือการอ้างอิง



ที่เกี่ยวข้องกับภูมิภาคของการผลิต การแสดงชื่อ การอ้างอิง หรือสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ในเรื่องที่เกี่ยวกับดินแดน, เส้นทาง, พื้นที่การผลิต, ความรู้, ประวัติศาสตร์หรือวัฒนธรรม, มรดกทางการกินหรือภูมิทัศน์ที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีการระบุคุณภาพหรือแหล่งกำเนิดหรือได้รับการคุ้มครองตามมาตรา L665-6 ของประมวลกฎหมายว่าด้วยการประมงในชนบทและทางทะเล (Code rural et de la pêche maritime)⁴⁸”

ง. มาตรา L3323-4 กำหนดว่า “การโฆษณาที่ได้รับอนุญาตสำหรับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จำกัดเฉพาะการบ่งชี้ปริมาณแอลกอฮอล์ตามปริมาตร แหล่งกำเนิด ชื่อ องค์กรประกอบของผลิตภัณฑ์ ชื่อและที่อยู่ของผู้ผลิต ตัวแทน และผู้รับฝากทรัพย์สิน ตลอดจนวิธีการผลิต เงื่อนไขการขายและวิธีการบริโภคของผลิตภัณฑ์

การโฆษณานี้อาจรวมถึงการอ้างอิงที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่การผลิตและการบ่งชี้ที่เข้าใจได้ว่าเป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การกำหนดแหล่งกำเนิดตามที่กำหนดไว้ในมาตรา L115-1 ของประมวลกฎหมายผู้บริโภค หรือสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ตามที่กำหนดไว้ในอนุสัญญาและสนธิสัญญา มาตรฐานสากลที่รัฐได้ให้สัตยาบันไว้ นอกจากนี้ยังอาจรวมถึงการอ้างอิงวัตถุประสงค์ที่เกี่ยวข้องกับสีและลักษณะการดมกลิ่นและรสชาติของผลิตภัณฑ์ด้วย

การผลิตบรรจุภัณฑ์สามารถทำซ้ำได้ก็ต่อเมื่อเป็นไปตามข้อกำหนดก่อนหน้านี้

การโฆษณาทั้งหมดเพื่อสนับสนุนเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ยกเว้นหนังสือเวียนเชิงพาณิชย์ ที่มีไว้สำหรับบุคคลผู้มีหน้าที่ตามกฎหมาย ซึ่งจะต้องมาพร้อมกับข้อความด้านสุขภาพที่ระบุว่า “การใช้แอลกอฮอล์ในทางที่ผิดเป็นอันตรายต่อสุขภาพ”

จากที่กล่าวมาข้างต้น เห็นได้ว่าการดำเนินการใด ๆ ที่มีการใช้เครื่องหมายการค้า สัญลักษณ์ลักษณะเฉพาะ ไม่ว่าในรูปตัวอักษร รูปภาพ ที่สื่อให้ทราบถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และเป็นการดำเนินการเพื่อประชาสัมพันธ์หรือโฆษณาองค์กรหรือการดำเนินการขององค์กรผู้ผลิตหรือผู้ประกอบการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์รวมถึงสินค้าหรือผลิตภัณฑ์อื่นขององค์กรนั้น ถือเป็น การประชาสัมพันธ์หรือการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยทางอ้อม ซึ่งจะต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ในกฎหมายทุกฉบับที่เกี่ยวข้องกับการห้ามผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นผู้สนับสนุนทางการเงินในกีฬาที่กล่าวมาแล้วข้างต้น โดยจะกระทำได้เฉพาะประเภทที่กฎหมายกำหนดไว้ จำนวน 9 ประเภท นอกเหนือจากที่กฎหมายกำหนดประเภทไว้นั้นจะไม่สามารถกระทำได้ อย่างไรก็ตามการสนับสนุนหรือการอุปถัมภ์ต่าง ๆ ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อ

⁴⁸ ประมวลกฎหมายว่าด้วยการประมงในชนบทและทางทะเล (Code rural et de la pêche maritime) มาตรา L665-6 กำหนดว่า “ไวน์ ผลิตภัณฑ์จากองุ่น ภูมิภาคที่ปลูกไวน์ ตลอดจนไซเดอร์ เบอรัรี สุรา และเบียร์จากประเพณีท้องถิ่นเป็นส่วนหนึ่งของมรดกทางวัฒนธรรมการกิน และภูมิทัศน์ที่ได้รับการคุ้มครองของฝรั่งเศส”



การประชาสัมพันธ์หรือการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไม่ว่าจะเป็น การประชาสัมพันธ์และการโฆษณา เครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยตรงหรือทางอ้อมไม่สามารถกระทำได้ ซึ่งถือเป็นกรณีต้องห้ามโดยเด็ดขาด โดยไม่มีกรณียกเว้นใด ๆ ทั้งสิ้น⁴⁹

4. สรุปผลการศึกษาการห้ามผู้ประกอบการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นผู้สนับสนุนทางการเงินในกีฬา

จากกฎหมายที่บังคับใช้อยู่ในปัจจุบันที่เกี่ยวข้องกับการห้ามผู้ประกอบการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นผู้สนับสนุนทางการเงินในกีฬายังไม่มีการบัญญัติไว้ ซึ่งประเด็นปัญหาดังกล่าวนี้ได้มีความพยายามในการแก้ไขพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ในหลายประเด็น โดยในปัจจุบันมีการเสนอ “ร่างพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (ฉบับที่ ...) พ.ศ.” ซึ่งมีด้วยกันทั้งหมด 2 ฉบับ⁵⁰ คือ ฉบับที่เสนอโดยกรมควบคุมโรค ซึ่งเป็นการจัดทำขึ้นตาม พระราชกฤษฎีกาการทบทวนความเหมาะสมของกฎหมาย พ.ศ. 2558 และฉบับที่เสนอโดยประชาชน ซึ่งเสนอโดยนายเจริญ เจริญชัย และประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้งจำนวน 10,942 คน โดยในแต่ละฉบับมีเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการห้ามผู้ประกอบการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นผู้สนับสนุนทางการเงินในกีฬา ซึ่งในส่วนนี้จะขออธิบายเพียงประเด็นที่เกี่ยวข้องกับมาตรการทางกฎหมายในการห้ามผู้ประกอบการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นผู้สนับสนุนทางการเงินในกีฬา

พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551⁵¹ มาตรา 32 บัญญัติไว้ว่า ห้ามมิให้ผู้ใดโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือแสดงชื่อหรือเครื่องหมายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อันเป็นการอวดอ้างสรรพคุณหรือชักจูงใจให้ผู้อื่นดื่มโดยตรงหรือโดยอ้อม

การโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ใด ๆ โดยผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกประเภทให้กระทำเฉพาะ การให้ข้อมูลข่าวสาร และความรู้เชิงสร้างสรรค์สังคม โดยไม่มีการปรากฏภาพของสินค้าหรือบรรจุภัณฑ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้น เว้นแต่เป็นการปรากฏของภาพสัญลักษณ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หรือสัญลักษณ์ของบริษัทผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้นเท่านั้น ทั้งนี้ ตามที่กำหนดในกฎกระทรวง

บทบัญญัติในวรรคหนึ่งและวรรคสอง มิให้ใช้บังคับกับการโฆษณาที่มีต้นกำเนิดนอกราชอาณาจักร

⁵⁰ เป็นกฎหมายที่กำหนดให้หน่วยงานรัฐต่าง ๆ ทบทวนกฎหมายทุก 5 ปี; ประกาศในราชกิจจานุเบกษา เล่มที่ 132 ตอนที่ 86 ก ลงวันที่ 8 กันยายน 2558

⁵¹ ราชกิจจานุเบกษา เล่ม 125 ตอนที่ 33 ก หน้า 34 ประกาศเมื่อ 13 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2551



โดยร่างพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (ฉบับที่ ...) พ.ศ. ที่เสนอโดยกรมควบคุมโรค⁵² ในมาตรา 22 ให้เพิ่มความต่อไปนี้เป็นมาตรา...มาตรา 32/3 และมาตรา 32/4 แห่งพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 โดยมีรายละเอียด ดังนี้

มาตรา 32/3 ห้ามผู้ใดให้การอุปถัมภ์ หรือให้การสนับสนุนบุคคล กลุ่มบุคคล หน่วยงานของรัฐ หรือองค์กรเอกชน ในลักษณะอย่างหนึ่งอย่างใด ดังต่อไปนี้

- (1) เป็นการสร้างภาพลักษณ์ต่อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
- (2) ที่ส่งผลหรือที่อาจส่งผลเสียต่อนโยบายการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
- (3) โฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หรือโฆษณาตามมาตรา 32/2
- (4) ส่งเสริมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
- (5) ลักษณะอื่นใดตามที่รัฐมนตรีประกาศกำหนดโดยคำแนะนำของคณะกรรมการควบคุม

มาตรา 32/4 ห้ามผู้ใดเผยแพร่กิจกรรมหรือข่าวสาร เพื่อประชาสัมพันธ์กิจกรรมตามมาตรา 32/3 ส่วนร่างพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (ฉบับที่ ...) พ.ศ. ที่เสนอโดยประชาชน⁵³ นั้นได้เสนอให้แก้ไขนิยามความหมายของคำว่า “โฆษณา” เป็นสำคัญ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

มาตรา 3 ให้ยกเลิกความหมายของคำว่า “ขาย” และ “โฆษณา” ในมาตรา 3 แห่งพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 และให้ใช้ความต่อไปนี้แทน “โฆษณา” หมายความว่า “การกระทำไม่ว่าโดยวิธีใด ๆ ให้ประชาชนเห็น ได้ยิน หรือทราบข้อความเพื่อประโยชน์ทางการค้า”

มาตรา 14 ให้ยกเลิกความในมาตรา 32 แห่งพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 และให้ใช้ความต่อไปนี้แทน “มาตรา 32 ห้ามมิให้ผู้ใดโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อันเป็นการอวดอ้างสรรพคุณอันเป็นเท็จ”

ดังนั้น จะเห็นได้ว่าพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ที่ใช้บังคับอยู่ในปัจจุบันยังไม่ครอบคลุมถึงการบังคับใช้ในการห้ามผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นผู้สนับสนุนทางการเงินในกีฬา จึงทำให้มีการร่างแก้ไขพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. ... ซึ่งมีร่างฯ

⁵² กรมควบคุมโรค, “ร่างพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (ฉบับที่ ..) พ.ศ.”, สืบค้นเมื่อวันที่ 6 กันยายน 2564 จาก http://alcoholact.ddc.moph.go.th/act/file/oabc_draft2.pdf

⁵³ สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร, “ร่างพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (ฉบับที่ ..) พ.ศ.”, สืบค้นเมื่อวันที่ 6 กันยายน 2564 จาก https://www.parliament.go.th/section77/manage/files/file_20210623130332_1_146.pdf



ที่เสนอ 2 ฉบับ ได้แก่ ร่างฯ ของกรมควบคุมโรค และร่างฯ ของประชาชน ซึ่งในส่วนของร่างฯ ของกรมควบคุมโรคจะมีบทกฎหมายที่บังคับถึงกรณีผู้ประกอบการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นผู้สนับสนุนทางการเงินในกีฬา โดยจะเป็นการเพิ่มบทบัญญัติ เป็น มาตรา 32/3 และมาตรา 32/4 และเพิ่มบทกำหนดโทษกรณีฝ่าฝืนมาตราดังกล่าว เป็น มาตรา 43/1 และมาตรา 43/2 และในส่วนของร่างฯ ฉบับประชาชน ไม่ได้มีการระบุถึงกรณีผู้ประกอบการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นผู้สนับสนุนทางการเงินในกีฬาโดยตรง แต่เป็นการแก้ไขความหมายของคำว่า “โฆษณา” ที่มีความหมายมุ่งเห็นการโฆษณาทางการค้าเท่านั้น

จากผลสำรวจความคิดเห็นกลุ่มตัวอย่างโดยแบบสอบถามในส่วนของประเด็นการห้ามการเป็นผู้สนับสนุนทางการเงินในกีฬาของผู้ประกอบการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับปานกลางหากประเทศไทยจะมีการออกกฎหมายในการห้ามเป็นสปอนเซอร์กีฬาของผู้ประกอบการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทย เนื่องด้วยจากกลุ่มตัวอย่างไม่ได้มองว่าการเป็นผู้สนับสนุนทางการกีฬาจะส่งผลให้เกิดการบริโภคมากขึ้น แต่กลับมีส่วนช่วยในการสนับสนุนและพัฒนากีฬาในประเทศได้ โดยกลุ่มตัวอย่างมุ่งเน้นไปในการพัฒนากฎหมายในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมการจำหน่าย สถานที่จำหน่าย และการบังคับใช้กฎหมาย อีกทั้งยังควรสร้างจิตสำนึกในการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างมีความรับผิดชอบ ประกอบกับการล้มล้างเชิงลึกผู้ทรงคุณวุฒิทางด้านกฎหมายมีความเห็นในทิศทางเดียวกับกับกลุ่มตัวอย่าง แต่เห็นควรว่าควรมีการออกกฎหมายห้ามการเป็นผู้สนับสนุนทางการกีฬาของผู้ประกอบการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งควรทำการพิจารณางบประมาณอื่นในการนำมาจัดสรรเพื่อใช้พัฒนากีฬาแทนด้วย เนื่องจากมูลค่าทางการตลาดในส่วนของกีฬาเป็นผู้สนับสนุนทางการกีฬามีจำนวนที่สูงมากในปัจจุบัน

เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศฝรั่งเศส ซึ่งมาตรการทางกฎหมายของประเทศฝรั่งเศสได้ให้เครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นสินค้าที่ได้รับการควบคุมทางกฎหมาย ไม่ว่าจะเป็นการควบคุมการผลิต การค้า การจำหน่ายและการบริโภคมาตั้งแต่ปี ค.ศ. 1873 (พ.ศ. 2416) สำหรับการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้นได้รับการควบคุมตั้งแต่ปี ค.ศ. 1941 (พ.ศ. 2484) เป็นต้นมา หลังจากนั้นรัฐก็ดำเนินนโยบายดูแลควบคุมสถานที่ดื่ม จำกัดจำนวนสถานที่ดื่ม และปกป้องผู้เยาว์ด้วยกฎหมายหลากหลายฉบับ หนึ่งในนั้นคือ ประมวลกฎหมายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และมาตรการป้องกันโรคพิษสุราเรื้อรัง (Code des débits de boissons et des mesures contre l'alcoolisme) ที่จัดตั้งขึ้นตั้งแต่ปี ค.ศ. 1941 (พ.ศ. 2497) ซึ่งปัจจุบันได้ถูกรวมเข้ากับประมวลกฎหมายสาธารณสุข (Code de la Santé Publique) แล้ว ในขณะที่การเมาแล้วขับได้รับการปราบปรามอย่างจริงจังตั้งแต่ปี ค.ศ. 1965 (พ.ศ.2508) และการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในที่ทำงานได้รับการควบคุมตั้งแต่ปี ค.ศ. 1973 (พ.ศ. 2516) เป็นต้นมา โดยสามารถสรุปเนื้อหากฎหมายของประเทศฝรั่งเศสในประเด็นการห้ามเป็นผู้สนับสนุนทางการเงินกีฬา ดังนี้

1. การโฆษณาชวนเชื่อหรือการโฆษณาใด ๆ ทั้งทางตรงและทางอ้อมเพื่อประโยชน์แก่เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การผลิตและการขายไม่สามารถกระทำได้
2. มีข้อยกเว้นสามารถกระทำได้เฉพาะกรณีได้รับอนุญาต ภายใต้เงื่อนไขเหล่านี้เท่านั้น
 - (1) ในสื่อสิ่งพิมพ์ตามที่รัฐฎีกาออกข้อกำหนดไว้ ยกเว้นสื่อสิ่งพิมพ์ที่เยาวชนเข้าถึงได้
 - (2) โดยวิธีการกระจายเสียงตามสถานีวิทยุและในช่วงเวลาที่กำหนดโดยรัฐฎีกา
 - (3) ในรูปแบบของโปสเตอร์และป้ายภายใต้เงื่อนไขที่กำหนดโดยรัฐกฤษฎีกา
 - (4) ในรูปแบบของการส่งข้อความโดยผู้ผลิต ผู้ผลิต ผู้นำเข้า ผู้รับสัมปทาน หรือผู้ดูแลคลังสินค้า ข้อความ หนังสือเวียนทางการค้า แคตตาล็อก และโบรชัวร์ โดยเอกสารเหล่านี้เป็นไปเพื่อเงื่อนไขการขายผลิตภัณฑ์ที่นำเสนอเท่านั้น
 - (5) การโฆษณาบนยานพาหนะที่ใช้ในการขนส่งเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยจะระบุได้เฉพาะชื่อของผลิตภัณฑ์ชื่อและที่อยู่ของผู้ผลิต ผู้นำเข้าหรือผู้จำหน่ายเท่านั้น โดยห้ามระบุข้อความ หรือข้อมูลอื่น ๆ ทั้งสิ้น เนื่องจากการลงทะเบียนนี้รวมเฉพาะรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ ตลอดจนชื่อและที่อยู่ของผู้ผลิต ตัวแทน หรือผู้ดูแลเท่านั้น ยกเว้นสิ่งบ่งชี้อื่น ๆ
 - (6) เพื่อสนับสนุนเทศกาลและงานแสดงสินค้าตามประเพณีที่สนับสนุนเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในท้องถิ่นและภายในบริเวณสถานที่จัดงานแสดงสินค้าหรืองานประเพณีเฉพาะสำหรับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของท้องถิ่นภายใต้เงื่อนไขที่กำหนดโดยรัฐฎีกา
 - (7) เพื่อสนับสนุนการประชาสัมพันธ์หรือแนะนำข้อมูลเกี่ยวกับการผลิต การเก็บรักษาและศาสตร์เกี่ยวกับไวน์ ภายในบริเวณพิพิธภัณฑ (ที่เก็บรวบรวมประวัติศาสตร์ความเป็นมาของเครื่องดื่มไวน์ประจำท้องถิ่น) มหาวิทยาลัย สมาคมทางศาสนา (คริสต์) หรือสถานศึกษาที่มีหลักสูตรการเรียน การสอนเกี่ยวกับไวน์ เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์การชิมไวน์ตามประเพณี ทั้งนี้ภายใต้เงื่อนไขที่กำหนดในรัฐกฤษฎีกา
 - (8) การให้วัตถุหรือสิ่งของซึ่งระบุชื่อ หรือเครื่องหมายการค้าของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไม่ว่าจะมีการคิดมูลค่าหรือไม่ ที่ผู้ผลิตเสนอให้เมื่อมีการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เพื่อวัตถุประสงค์ในการขายตรงแก่ผู้บริโภคหรือผู้จัดจำหน่าย หรือเมื่อมีการเยี่ยมชมสถานที่ผลิตเครื่องดื่มนั้น
 - (9) สำหรับบริการสื่อทางอินเทอร์เน็ตทั่วไป ยกเว้นสื่ออินเทอร์เน็ต ซึ่งมีลักษณะเฉพาะ มีการนำเสนอหรือมีวัตถุประสงค์โดยมีเยาวชนเป็นกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งห้ามมิให้มีการโฆษณาหรือการประชาสัมพันธ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างเด็ดขาด และรวมถึงกรณีที่สมาคมหรือองค์กรด้านกีฬาเป็นผู้จัดทำสื่ออินเทอร์เน็ตนั้น

3. ห้ามดำเนินการสนับสนุนทางการเงินใด ๆ ไม่ว่าจะทางตรงหรือทางอ้อม เมื่อวัตถุประสงค์หรือผลของการสนับสนุนทางการเงินดังกล่าวคือการโฆษณาชวนเชื่อหรือการโฆษณาเพื่อสนับสนุนเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จะเห็นได้ว่าการดำเนินการใด ๆ ที่มีการใช้เครื่องหมายการค้า สัญลักษณ์ลักษณะเฉพาะ ไม่ว่าจะในรูปแบบตัวอักษร รูปภาพ ที่สื่อให้ทราบถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และเป็นการดำเนินการเพื่อประชาสัมพันธ์หรือโฆษณาองค์กรหรือการดำเนินการขององค์กรผู้ผลิตหรือผู้ประกอบการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์รวมถึงสินค้าหรือผลิตภัณฑ์อื่นขององค์กรนั้น ถือเป็นการประชาสัมพันธ์หรือการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยทางอ้อม ซึ่งจะต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ในกฎหมายทุกฉบับที่เกี่ยวกับการห้ามผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นผู้สนับสนุนทางการเงินในกีฬาที่กล่าวมาแล้วข้างต้น โดยจะกระทำได้เฉพาะประเภทที่กฎหมายกำหนดไว้ จำนวน 9 ประเภท นอกเหนือจากที่กฎหมายกำหนดประเภทไว้นั้นจะไม่สามารถกระทำได้ อย่างไรก็ตามการสนับสนุนหรือการอุปถัมภ์ต่าง ๆ ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อการประชาสัมพันธ์หรือการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไม่ว่าจะเป็นการประชาสัมพันธ์และการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยทางตรงหรือทางอ้อมไม่สามารถกระทำได้ ซึ่งถือเป็นกรณีต้องห้ามโดยเด็ดขาด โดยไม่มีกรณียกเว้นใด ๆ ทั้งสิ้น

5. ข้อเสนอแนะ

เมื่อพิจารณาจากร่างพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (ฉบับที่ ...) พ.ศ. ที่เสนอโดยกรมควบคุมโรค มาตรา 32/3 ห้ามผู้ใดให้การอุปถัมภ์ หรือให้การสนับสนุนบุคคล กลุ่มบุคคล หน่วยงานของรัฐ หรือองค์กรเอกชน ในลักษณะอย่างหนึ่งอย่างใด ดังต่อไปนี้

- (1) เป็นการสร้างภาพลักษณ์ต่อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
- (2) ที่ส่งผลหรือที่อาจส่งผลเสียต่อนโยบายการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
- (3) โฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หรือโฆษณาตามมาตรา 32/2
- (4) ส่งเสริมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
- (5) ลักษณะอื่นใดตามที่รัฐมนตรีประกาศกำหนดโดยคำแนะนำของคณะกรรมการควบคุม

ซึ่งถือเป็นแนวทางที่สามารถนำมาปรับใช้ได้ เนื่องจากมีการกำหนดไว้ครอบคลุมในการห้ามการเป็นผู้สนับสนุนทางการเงินทางกีฬาโดยสิ้นเชิงในว่าจะในลักษณะใด ๆ ก็ตาม แต่เนื่องด้วยการกีฬาในประเทศไทยกำลังอยู่ในช่วงการพัฒนาเข้าสู่รูปแบบการเล่นกีฬาเพื่อการอาชีพ และเป็นที่ยอมรับว่าหนึ่งในเงินทุนสนับสนุนหลักมาจากธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หากจะมีแนวทางในการกำหนดห้ามเพื่อเป็นการลดทอนรูปแบบการโฆษณาที่ติดตามมาด้วยกับสัญญาการให้เงินทุนสนับสนุน จึงควรพิจารณาทั้งในส่วนของการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพื่อต้องการลดการบริโภคกับการพัฒนาการกีฬาในเชิงธุรกิจด้วย จากการทบทวนเนื้อหาที่เกี่ยวข้องในประเทศไทยและประเทศฝรั่งเศส ผู้เขียนเสนอควรให้มีการ



กำหนดห้ามผู้ประกอบการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นผู้สนับสนุนทางการเงินในกีฬาขึ้นในประเทศไทย เพื่อลดการรับรู้ผ่านช่องทางโฆษณา แต่ก็ควรเปิดแนวทางทางอื่นเพื่อช่วยในการส่งเสริมธุรกิจกีฬาต่อไปได้อีกด้วย ผู้เขียนขอเสนอเนื้อหาที่กำหนดบัญญัติไว้ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

“มาตรา ห้ามผู้ใดดำเนินการให้การสนับสนุนทางการเงินด้วยเหตุที่เป็นไปเพื่อการโฆษณา หรือสร้างการรับรู้ต่อภาพลักษณ์ต่อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เว้นแต่เป็นไปตามที่รัฐมนตรีประกาศกำหนด โดยคำแนะนำของคณะกรรมการควบคุม”

จะเห็นได้ว่าเป็นการบัญญัติกฎหมายโดยเป็นการต้องห้ามโดยชัดแจ้ง ซึ่งองค์ประกอบแบ่งออกได้ 2 ประการ คือ การสนับสนุนทางการเงิน ซึ่งเป็นการให้ผลประโยชน์ไม่ว่าในรูปแบบใดก็ตาม และเป็นไปเพื่อการโฆษณาหรือสร้างการรับรู้ต่อภาพลักษณ์ต่อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งหมายถึง การโฆษณาชวนเชื่อ หรือการโฆษณาเพื่อประโยชน์ขององค์กร บริการ กิจกรรม ผลิตภัณฑ์ หรือสิ่งอื่นใด หรือนอกเหนือจาก เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ซึ่งโดยภาพกรฟัก การนำเสนอ การใช้ชื่อ เครื่องหมาย สัญลักษณ์โฆษณา หรือ สัญลักษณ์เฉพาะอื่น ๆ ที่เห็นเด่นชัดและทำให้เข้าใจว่าเป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ก็ถือว่าเป็นการกระทำ ในลักษณะเดียวกัน

แต่ทั้งนี้ ได้มีการกำหนดข้อยกเว้นไว้ว่าหากเป็นไปตามที่รัฐมนตรีประกาศกำหนดโดยคำแนะนำของคณะกรรมการควบคุมก็สามารถทำได้ โดยในส่วนนี้จะทำให้รัฐสามารถเป็นผู้ควบคุมการให้อนุญาตได้ จะเห็นได้ว่าการห้ามดำเนินการสนับสนุนใด ๆ ทางการเงินเพื่อประโยชน์แก่เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามที่กำหนดไว้ในตอนต้นของบทบัญญัตินั้น ทำให้เห็นได้ชัดเจนว่าแท้จริงแล้ววัตถุประสงค์ของการห้ามสนับสนุนคือเพื่อให้แน่ใจว่าการโฆษณาของ “ผู้สนับสนุนทางการเงิน” หรือผลิตภัณฑ์ของผู้สนับสนุนทางการเงินโดยการเชื่อมโยงกับชื่อหรือแบรนด์ของผู้สนับสนุนทางการเงินกับการแข่งขันกีฬาหรือนักกีฬาที่ได้รับการสนับสนุน เนื่องจากเป็นการเสี่ยงต่อการใช้ประโยชน์ของสังคมในทางที่ผิด หรือเป็นการสร้างความรับรู้ต่อสังคมผ่านทางกีฬา

ดังนั้นในช่วงเริ่มต้นของการปรับใช้บทบัญญัตินี้ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการกีฬา อาจจะมีการกำหนดข้อยกเว้นให้สำหรับกีฬาอาชีพตามประกาศของกีฬาแห่งประเทศไทย เนื่องจากยังอยู่ในช่วงกำลังพัฒนาและต้องการงบประมาณในการสนับสนุน ให้สามารถรับเงินสนับสนุนจากธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ โดยมีการกำหนดในเรื่อง จำนวนเงินสนับสนุน ระยะเวลา รูปแบบ ลักษณะ ที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณา โดยให้มีการกำหนดหลักเกณฑ์มาตรฐานที่สามารถปรับใช้ได้เหมือนกัน และให้ผ่านการขออนุญาตต่อหน่วยงานที่กำหนดไว้ เพื่อให้อยู่ภายใต้การควบคุมจากรัฐและยังคงเปิดโอกาสให้มีการพัฒนาในส่วนของกีฬาต่อไปอีกด้วย ซึ่งในอนาคตหากวงการกีฬาในประเทศไทยได้มีการพัฒนาไปในส่วนของการได้รับเงินสนับสนุนจากรัฐเพียงพอแล้ว ก็ให้ยกเลิกข้อยกเว้นนี้ได้ โดยหลักเกณฑ์ข้อยกเว้นนี้ยังสามารถปรับใช้ได้ในกรณีอื่น ๆ ได้ตามนโยบายของรัฐบาลที่เปลี่ยนแปลงไปในส่วนของการสนับสนุนทางการเงินของประเทศไทย





แนวทางการพัฒนากฎหมายควบคุมธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
Guidelines for Developing Alcoholic Beverage Business Control Law

การห้ามใช้เครื่องหมายการค้าของผู้ประกอบธุรกิจ เครื่องหมายแอลกอฮอล์กับสินค้าอื่น

| พงศ์ศักดิ์ เจ๊ะพงศ์ และสุรินรัตน์ แก้วทอง

1. บทนำ

การโฆษณาเครื่องหมายแอลกอฮอล์เป็นกลยุทธ์ทางการตลาดในการส่งเสริมการขายเครื่องหมายแอลกอฮอล์โดยผู้ประกอบการหรือผู้ผลิตเครื่องหมายแอลกอฮอล์ผ่านทางสื่อต่าง ๆ ซึ่งโฆษณาเครื่องหมายแอลกอฮอล์บางรูปแบบหรือทั้งหมดนั้นอาจจะถูกจำกัดหรือห้ามทำการเผยแพร่ในบางประเทศ และจะเห็นได้ว่าประเทศส่วนใหญ่ในสหภาพยุโรปมีการบัญญัติกฎหมายเพื่อจำกัดการโฆษณาเครื่องหมายแอลกอฮอล์ ไม่ว่าจะเป็นมาตรการในการจำกัดอายุของผู้ที่จะรับชมโฆษณา ช่วงเวลาที่จะทำการโฆษณาเครื่องหมายแอลกอฮอล์ทางสื่อต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการโฆษณาทางโทรทัศน์หรือวิทยุ หรือรวมถึงการโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสถานที่จัดงานแสดงสินค้าต่าง ๆ ทั้งนี้โดยมีวัตถุประสงค์ในการลดปริมาณการดื่มแอลกอฮอล์ของประชากรในประเทศของตน และช่วยลดผลกระทบหรืออันตรายต่าง ๆ ที่มีสาเหตุมาจากการดื่มแอลกอฮอล์ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของอุบัติเหตุ อาชญากรรมหรือสุขภาพของประชาชน

ซึ่งมาตรการดังกล่าวข้างต้นได้ส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการธุรกิจผลิตเครื่องหมายแอลกอฮอล์ในการทำการตลาดเป็นอย่างมาก จึงทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจประเภทนี้หาวิธีการและช่องว่างของกฎหมายในการที่จะทำการโฆษณาและประชาสัมพันธ์เครื่องหมายแอลกอฮอล์เพื่อเอื้อประโยชน์ให้แก่ธุรกิจของตน

2. การใช้เครื่องหมายการค้าของผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

กลยุทธ์ด้านการตลาดเป็นสิ่งที่มีความสำคัญที่สามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้นั้นคือผู้บริโภค และถือได้ว่าเป็นปัจจัยหลักที่มีผลต่อการรับรู้ของผู้บริโภค การที่ผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นำเครื่องหมายการค้าที่เหมือนหรือคล้ายกันของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไปใช้กับสินค้าประเภทอื่นที่ไม่ใช่เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เช่น น้ำดื่ม น้ำแร่ หรือโซดา ส่งผลให้ผู้บริโภคเกิดการรับรู้ตราสินค้าของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และมีผลต่อการตัดสินใจซื้อหรือดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของผู้บริโภค

สมาคมการตลาดแห่งสหรัฐอเมริกา (2009) ให้นิยามว่าตราสินค้าหรือตราผลิตภัณฑ์ (Brand) คือ ชื่อ นิยาม รูปแบบ สัญลักษณ์ หรือรูปลักษณะใด ๆ ที่บ่งบอกถึงสินค้าหรือบริการของผู้ขายหนึ่ง ๆ ว่ามีความแตกต่างจากผู้อื่น⁵⁴ กล่าวคือ ตราสินค้าเป็นสิ่งที่สามารถสร้างความเป็นเอกลักษณ์และความโดดเด่นให้กับตัวผลิตภัณฑ์และสร้างความจดจำให้แก่ผู้บริโภคได้ ไม่ว่าจะเป็น ชื่อ สัญลักษณ์ ข้อความหรือลักษณะของบรรจุภัณฑ์ และตราสัญลักษณ์ยังสร้างความแตกต่างทำให้ผู้บริโภคสามารถแยกแยะได้ว่าสินค้าหรือบริการประเภทเดียวกันนั้นเป็นของใคร และผู้บริโภคยังสามารถรับรู้ถึงความน่าเชื่อถือของตัวสินค้านั้น ๆ ได้ ส่วนเครื่องหมายการค้า (Trade Mark) องค์การทรัพย์สินทางปัญญาโลก (World Intellectual Property Organization: WIPO) ได้กำหนดความหมายของเครื่องหมายการค้าไว้ใน WIPO Intellectual Property Handbook¹⁶ ซึ่งกำหนดว่า เครื่องหมายการค้าเป็นสัญลักษณ์ที่ทำให้สามารถแยกแยะสินค้าระหว่างของผู้ผลิตที่ใช้สัญลักษณ์นั้นกับผู้ผลิตรายอื่น ๆ และผู้ทำการค้าสามารถนำไปจดทะเบียนการค้า และได้รับความคุ้มครองตามกฎหมายได้

ประโยชน์ของเครื่องหมายการค้ามีหลากหลาย ไม่ว่าจะเป็น

1. การบอกแหล่งที่มา คือ มีประโยชน์ในแง่ที่สามารถสื่อสารให้ผู้อื่นเข้าใจได้ว่าสินค้าที่ใช้เครื่องหมายการค้าเดียวกันย่อมจะมาจากแหล่งเดียวกัน⁵⁵
2. การบอกความแตกต่างของสินค้า คือ แสดงให้เห็นว่าสินค้าภายใต้เครื่องหมายการค้าหนึ่งแตกต่างจากสินค้าเครื่องหมายการค้าของบุคคลอื่น ทำให้สาธารณชนผู้บริโภคสามารถเลือกซื้อหาสินค้า บริการได้สะดวก ถูกต้อง โดยไม่เกิดความสับสน⁵⁶

⁵⁴ Kotler, P., & Keller, L. K. (2009). Marketing Management (13th ed.). Englewood Cliffs, New Jersey: Pearson Prentice Hall.

⁵⁵ ธัชชัย คุณผลศิริ. (2538). หลักการเบื้องต้นของกฎหมายเครื่องหมายการค้า. กรุงเทพฯ: บริษัทอมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน).

⁵⁶ วีรภัทร ทรัพย์มาตกุล. (2546). ปัญหาการให้ความคุ้มครองแก่เครื่องหมายการค้าในรูปกลุ่มของสี. วิทยานิพนธ์นิติศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชากฎหมายธุรกิจ. บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยรามคำแหง.



3. การประกันคุณภาพของสินค้า คือ ปงบอกคุณภาพของสินค้าลักษณะที่ทำให้ผู้ซื้อได้รับรู้ได้ว่าสินค้าที่ใช้เครื่องหมายการค้าอันหนึ่ง ๆ น่าจะมีคุณภาพไม่ต่างไปจากสินค้าอื่น ๆ ที่ใช้เครื่องหมายการค้าเดียวกัน⁵⁷

4. การโฆษณาสินค้า คือ มีวัตถุประสงค์ให้ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายได้รู้จักสินค้า ทั้งยังกระตุ้นให้เกิดอุปสงค์ในสินค้านั้น ๆ เพื่อเป้าหมายที่ต้องการคือ การซื้อสินค้า ดังนั้นจึงจำเป็นที่สื่อโฆษณาจะต้องทำให้เครื่องหมายการค้าสำหรับสินค้าหนึ่ง ๆ ปรากฏแก่กลุ่มเป้าหมายอย่างชัดเจนพอที่จะรับรู้และจดจำได้

จากประโยชน์ที่กล่าวมาทำให้เห็นได้ว่าเครื่องหมายการค้ามีความสำคัญในทางธุรกิจอย่างมาก และเป็นเครื่องมือสำคัญที่มีส่วนทำให้ธุรกิจนั้นประสบความสำเร็จ รวมไปถึงธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ด้วยเช่นกัน

ดังนั้น การขยายตลาดของผู้ประกอบการหรือผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยนำตราสัญลักษณ์หรือเครื่องหมายการค้าของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไปใช้กับผลิตภัณฑ์อื่นที่ไม่ใช่เครื่องดื่มแอลกอฮอล์และนำไปโฆษณากลายเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดที่สำคัญและสามารถพบเห็นได้ทั่วไปในสังคมไทย จึงเป็นการอาศัยช่องว่างของกฎหมายมาปรับเปลี่ยนแนวทางในการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ทั้งนี้เพื่อเป็นหลบเลี่ยงข้อห้ามของกฎหมาย ส่งผลให้บริษัทผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีโอกาขยายฐานลูกค้าใหม่ ๆ ให้กับสินค้าของตน และสามารถสื่อสาร รวมถึงสามารถเข้าถึงการรับรู้ของกลุ่มนักดื่มได้มากขึ้น ซึ่งอาจส่งผลให้เด็กและเยาวชนกลายมาเป็นนักดื่มหน้าใหม่ได้อีกด้วย

3. การห้ามใช้เครื่องหมายการค้าของผู้ประกอบธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กับสินค้าอื่นในประเทศไทย

ประเทศไทยมีกฎหมายที่ใช้ในการควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อยู่หลายฉบับ ทั้งที่เป็นกฎหมายหลักในการคุ้มครองผู้บริโภคบริโภค คือ พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 แก้ไขเพิ่มเติม โดยพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2541 และกฎหมายเฉพาะที่ใช้ควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ได้แก่ พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 เป็นต้น

⁵⁷ รัชชัย ศุภผลศิริ. (2536). คำอธิบายกฎหมายเครื่องหมายการค้า. กรุงเทพฯ: นิติธรรม.



สำหรับประเทศไทยนั้นมิกฎหมายที่ใช้ในการควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อยู่หลายฉบับ ทั้งที่เป็นกฎหมายหลักในการคุ้มครองผู้บริโภคบริโภค คือ พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 แก้ไขเพิ่มเติม โดยพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2541 และกฎหมายเฉพาะที่ใช้ควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ได้แก่ พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 เป็นต้น และในส่วนของเครื่องหมายการค้า จะเป็นพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 ที่บัญญัติขึ้นเพื่อให้ความคุ้มครองแก่เจ้าของเครื่องหมายการค้าที่ได้ยื่นขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าในผลิตภัณฑ์หรือบริการต่าง ๆ ไว้ มีผลทำให้เจ้าของเครื่องหมายการค้ามีสิทธิต่าง ๆ ภายใต้กฎหมายเครื่องหมายการค้า เช่น สิทธิแต่เพียงผู้เดียวที่จะใช้เครื่องหมายการค้านั้น (exclusive right) สิทธิในการอนุญาตให้ผู้อื่นใช้เครื่องหมายการค้าหรือการโอนสิทธิในเครื่องหมายการค้าให้ผู้อื่น รวมทั้งสิทธิในการฟ้องคดีในกรณีที่มีการละเมิดและเรียกค่าสินไหมทดแทน⁵⁸ รวมถึงมีความมุ่งหมายเพื่อคุ้มครองเครื่องหมาย 4 ประเภท คือ เครื่องหมายการค้า เครื่องหมายบริการ เครื่องหมายรับรอง และเครื่องหมายร่วม มีวัตถุประสงค์ในการบ่งบอก จำแนก และแยกแยะให้เห็นว่าสินค้าที่ใช้เครื่องหมายการค้านั้นมีความแตกต่างจากสินค้าของผู้ผลิตรายอื่น เป็นสิ่งจูงใจให้ผู้บริโภคสามารถตัดสินใจในการเลือกซื้อสินค้าได้ง่ายขึ้น กล่าวได้ว่าพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้าเป็นกฎหมายที่ให้ความคุ้มครองสินค้าและบริการของผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของสินค้านั้น ๆ

จากการศึกษาวิจัยพบว่าพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 เป็นกฎหมายที่ให้ความคุ้มครองเครื่องหมายการค้าที่ได้รับการจดทะเบียน และให้สิทธิแก่เจ้าของเครื่องหมายการค้านั้นแต่เพียงผู้เดียวในการที่จะนำเครื่องหมายการค้าของตนไปใช้กับสินค้าประเภทใดก็ได้

เมื่อพิจารณามาตรา 6 แห่งพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า จะพบว่าบทบัญญัติแห่งมาตรานี้ได้กำหนดเงื่อนไขและวิธีการในการขอรับความคุ้มครองเครื่องหมายการค้า เครื่องหมายบริการ เครื่องหมายรับรองและเครื่องหมายร่วมว่าเครื่องหมายการค้าอันจะพึงรับจดทะเบียนได้ต้องประกอบด้วยลักษณะดังต่อไปนี้

- (1) เป็นเครื่องหมายการค้าที่มีลักษณะบ่งเฉพาะ
- (2) เป็นเครื่องหมายการค้าที่ไม่มีลักษณะต้องห้ามตามพระราชบัญญัตินี้
- (3) ไม่เป็นเครื่องหมายการค้าที่เหมือนหรือคล้ายกับเครื่องหมายการค้าที่บุคคลอื่นได้จดทะเบียนไว้แล้ว⁵⁹

⁵⁸ มนต์ชัย วัชรบุตร. (2558). สิทธิในการใช้เครื่องหมายการค้า. สืบค้นเมื่อวันที่ 2 พฤศจิกายน 2564 จาก <https://www.dsi.go.th>

⁵⁹ พระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 มาตรา 6



จากมาตรา 6 ข้างต้นจะเห็นได้ว่าองค์ประกอบใน (3) ของมาตราดังกล่าวบัญญัติไว้ว่าเครื่องหมายการค้าที่จะได้รับอนุญาตให้จดทะเบียนได้นั้นจะต้องไม่เป็นเครื่องหมายการค้าที่เหมือนหรือคล้ายกับเครื่องหมายการค้าที่ ‘บุคคลอื่น’ ได้จดทะเบียนไว้แล้ว ซึ่งมีตัวอย่างแนวคำพิพากษาศาลฎีกาที่ 8902/2543 และคำพิพากษาศาลฎีกาที่ 7202/2554 เป็นตัวอย่างในการปรับใช้มาตรา 6 (3) ในกรณีที่เครื่องหมายการค้าของบุคคลหนึ่งมีความเหมือนหรือคล้ายกับเครื่องหมายการค้าของ ‘บุคคลอื่น’ ที่ได้จดทะเบียนไว้ และจะเห็นได้ว่า มาตรา 6 (3) นั้นเป็นหลักเกณฑ์ที่มีความสำคัญอย่างยิ่งในการพิจารณาลักษณะของเครื่องหมายการค้าที่นายทะเบียนจะพึงรับจดทะเบียนได้

ดังนั้น เมื่อพิจารณาถึงประเด็นปัญหาของวินิจฉัยฉบับนี้ก็คือกรณีที่เจ้าของหรือผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ใช้เครื่องหมายการค้า ‘ของตน’ กับผลิตภัณฑ์หรือสินค้าชนิดอื่น ‘ของตน’ ที่ไม่ใช่เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และมีลักษณะคล้ายคลึงกันกับเครื่องหมายการค้าของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ กรณีเช่นนี้จึงไม่สามารถนำมาตรา 6 (3) แห่งพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้ามาใช้ได้ เนื่องจากการนำเครื่องหมายการค้าซึ่งมีเจ้าของเครื่องหมายการค้ารายเดียวกันไปจดทะเบียนกับสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ชนิดอื่นของตน และส่งผลให้นายทะเบียนไม่มีอำนาจที่จะสั่งไม่รับจดทะเบียนหรือเพิกถอนการจดทะเบียนตามที่บัญญัติไว้ในมาตรา 13 แห่งพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 ได้

ประเด็นกฎหมายอีกประเด็นหนึ่งที่จะต้องพิจารณาก็คือเรื่องของการรับรู้ตราสินค้าหรือเครื่องหมายการค้าที่มีลักษณะคล้ายคลึงกันกับเครื่องหมายการค้าของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในมุมมองของผู้บริโภคว่าอาจมีผลทำให้ผู้บริโภคเกิดความสับสนหรือหลงผิดเกี่ยวกับชนิดของสินค้าหรือไม่นั้น ศูนย์วิจัยเพื่อการพัฒนาสังคมและธุรกิจได้ทำการศึกษาและทำการสำรวจการรับรู้และการตอบสนองต่อการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์: กรณีศึกษาประชาชนอายุ 15 ปีขึ้นไป⁶⁰ พบว่าผลของการใช้โลโก้หรือเครื่องหมายการค้าของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กับสินค้าหรือผลิตภัณฑ์อื่นที่ไม่ใช่เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เช่น น้ำดื่มหรือโซดา สามารถส่งผลไปถึงการรับรู้ของผู้บริโภคที่จะสามารถจดจำได้ทันทีว่าเป็นเครื่องหมายการค้าของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งอาจทำให้สาธารณชนสับสนหรือหลงผิดในความเป็นเจ้าของของสินค้าหรือแหล่งกำเนิดของสินค้าหรือในเรื่องของตัวเครื่องหมายได้ตามบริบทของมาตรา 13 แห่งพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า

⁶⁰ ศูนย์วิจัยเพื่อการพัฒนาสังคมและธุรกิจ. (2561). ‘การรับรู้และการตอบสนองต่อการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์: กรณีศึกษาประชาชนอายุ 15 ปี ขึ้นไปใน 12 จังหวัดทั่วทุกภูมิภาคของประเทศ ครั้งที่ 2’, ได้รับทุนสนับสนุนโดยศูนย์วิจัยปัญหาสุรา สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.).



อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาบทบัญญัติมาตรา 13 ก็จะเข้าลักษณะเดียวกับกับมาตรา 6 (3) แห่งพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้าที่ว่าการขอยื่นจดทะเบียนเครื่องหมายการค้านั้นจะต้องเป็นการขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าที่คล้ายกับเครื่องหมายการค้าของ ‘บุคคลอื่น’ ที่ได้จดทะเบียนไว้แล้ว จนอาจทำให้สาธารณชนสับสนหรือหลงผิดในความเป็นเจ้าของของสินค้าหรือแหล่งกำเนิดของสินค้า ดังนั้น นายทะเบียนจะไม่รับจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าให้กับผู้ประกอบการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หรือจะสั่งให้เพิกถอนเครื่องหมายการค้าของผลิตภัณฑ์อื่นที่เป็นเครือข่ายของธุรกิจสุราไม่ได้ แม้เครื่องหมายการค้านั้นจะทำให้ประชาชนสับสนในเรื่องของตัวเครื่องหมายก็ตาม

เมื่อเครื่องหมายการค้าได้รับการจดทะเบียนแล้ว การคุ้มครองเครื่องหมายการค้านั้นก็เกิดขึ้น เจ้าของหรือผู้ประกอบการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ซึ่งเป็นเจ้าของเครื่องหมายการค้าที่ได้รับการจดทะเบียนแล้ว ย่อมมีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวที่จะนำเครื่องหมายการค้าของตนไปใช้กับสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ชนิดอื่นอีกได้โดยไม่จำกัด ไม่ว่าจะ เป็นสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ชนิดอื่นอีก เช่น น้ำดื่ม น้ำโซดา หรือ เครื่องดื่มผสมวิตามิน

อนึ่ง ประเทศไทยซึ่งเป็นประเทศสมาชิกตามความตกลงทริปส์ (Agreements on Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights: TRIPS) ซึ่งความตกลงทริปส์มีวัตถุประสงค์ให้ความคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาขั้นพื้นฐาน ไม่ว่าจะเป็นเรื่องสิทธิบัตร (patents) เครื่องหมายการค้า (trademarks) (รวมเครื่องหมายด้านการบริการ) การออกแบบด้านอุตสาหกรรม (industrial designs) ลิขสิทธิ์ (copyright) การออกแบบวงจรรวม (integrated circuit) สิ่งบ่งชี้ด้านภูมิศาสตร์ (geographical indication) และข้อมูลที่ไม่ได้ถูกเปิดเผยรวมถึงความลับทางการค้า (Undisclosed information, including trade secrets) เป็นต้น⁶¹ โดยประเทศไทยจะต้องปฏิบัติตามและอนุวัติกฎหมายภายในให้มีความสอดคล้องกับความตกลงทริปส์

ในส่วนการคุ้มครองเครื่องหมายการค้า ความตกลง TRIPS ให้สิทธิของเจ้าของเครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียนว่ามีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวที่จะป้องกันมิให้บุคคลที่สามซึ่งมิได้รับอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายการค้า ที่เหมือนหรือคล้ายกันในทางการค้ากับสินค้าหรือบริการประเภทเดียวกันหรือใกล้เคียงกันที่ได้จดทะเบียนไว้ หากการใช้เช่นนั้นอาจก่อให้เกิดความสับสนขึ้นได้ (Likelihood of Confusion) และความตกลง TRIPS ยังได้กำหนดต่อไปอีกว่าในกรณีที่มีการใช้เครื่องหมายการค้าที่เหมือนกันกับสินค้าหรือบริการที่เหมือนกัน ให้สันนิษฐานไว้ก่อนว่าอาจก่อให้เกิดความสับสนขึ้นได้

⁶¹ เดือนเด่น นิคมบริรักษ์, และ เบญจมาศ ยศปัญญา. (2548). การศึกษาผลกระทบและแนวทางการปรับตัวของ SMEs ไทยต่อการทำข้อตกลงการค้าเสรีไทย-สหรัฐอเมริกา : รายงานฉบับสมบูรณ์. กรุงเทพฯ : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)



อย่างไรก็ตาม ความตกลง TRIPS ได้อนุญาตให้ประเทศภาคีสามารถกำหนดข้อยกเว้นสิทธิของเจ้าของเครื่องหมายการค้าไว้ได้ โดยคำนึงถึงผลประโยชน์อันชอบธรรมของเจ้าของเครื่องหมายการค้าและของบุคคลที่สามด้วย⁶²

และในส่วนของเครื่องหมายการค้าของไทยนั้น มีการตรากฎหมายที่เกี่ยวกับการคุ้มครองเครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียนแล้วให้มีความสอดคล้องกับพันธกรณีตามความตกลงระหว่างประเทศที่ประเทศไทยเป็นภาคี ซึ่งจะเห็นได้จากมาตรา 44 แห่งพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้าที่บัญญัติไว้ว่า เมื่อได้จดทะเบียนเครื่องหมายการค้าแล้ว ผู้ซึ่งได้จดทะเบียนเป็นเจ้าของเครื่องหมายการค้าเป็นผู้มีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในอันที่จะใช้เครื่องหมายการค้านั้นสำหรับสินค้าที่ได้จดทะเบียนไว้⁶³

เมื่อพิจารณาเจตนารมณ์ของกฎหมายเครื่องหมายการค้าของไทย จะพบว่าวัตถุประสงค์หลักของการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้ามุ่งเน้นไปในเรื่องของการรับจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าเพื่อต้องการที่จะควบคุมและกำกับดูแลเครื่องหมายการค้าว่าเป็นเครื่องหมายการค้าอันพึงรับจดทะเบียนได้หรือไม่ หากเครื่องหมายการค้านั้นไม่มีลักษณะต้องห้ามตามกฎหมาย และไม่เหมือนหรือคล้ายกับเครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียนไว้แล้ว นายทะเบียนก็มีสิทธิที่จะรับจดทะเบียนให้ได้

ในส่วนของการใช้เครื่องหมายการค้าหลังจากที่ได้รับการจดทะเบียนแล้ว เจ้าของเครื่องหมายการค้าจะนำเครื่องหมายการค้าของตนไปใช้อย่างไรนั้น ก็เป็นสิทธิแต่เพียงผู้เดียวของเจ้าของเครื่องหมายการค้าที่จะใช้เครื่องหมายการค้าของตนกับสินค้าที่ได้จดทะเบียนไว้ ซึ่งในเรื่องของการใช้เครื่องหมายการค้านั้นพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้าไม่ได้กำหนดบทบัญญัติที่เกี่ยวกับการใช้เครื่องหมายการค้าไว้ อีกทั้งในส่วนของความตกลง TRIPS ก็ไม่มีข้อกำหนดหรือให้ความหมายของคำว่าการใช้เครื่องหมายการค้าไว้แต่อย่างใดเช่นกัน

เมื่อไม่มีบทบัญญัติหรือข้อบังคับเกี่ยวกับการใช้เครื่องหมายการค้าไว้ เจ้าของเครื่องหมายการค้าที่ได้รับอนุญาตให้จดทะเบียนเครื่องหมายการค้าไว้แล้วก็จะได้รับความคุ้มครองสิทธิที่จะใช้เครื่องหมายการค้าของตน และมีสิทธิที่จะนำเครื่องหมายการค้าของตนไปใช้กับสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ประเภทอื่นได้โดยไม่ขัดต่อพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้าแต่อย่างใด

ด้วยเหตุนี้ ผู้อื่นจึงไม่สามารถขอให้นายทะเบียนเพิกถอนการจดทะเบียนเครื่องหมายนั้นได้ แม้ว่าเครื่องหมายการค้าที่เจ้าของธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นำมาใช้กับสินค้าประเภทอื่นนั้นจะมีความคล้ายคลึงหรือเหมือนกันกับเครื่องหมายการค้าของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

⁶² เฉลิมชัย ก๊กเกียรติกุล, อ้างแล้ว, หน้า 6.

⁶³ พระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 มาตรา 44



จากการวิเคราะห์จะเห็นได้ว่า หากมีความพยายามที่จะนำหรือแก้ไขบทบัญญัติของพระราชบัญญัติ เครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 เพื่อที่จะมาปรับใช้ในกรณีของการนำเครื่องหมายการค้าที่เหมือน หรือคล้ายกันของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไปใช้กับสินค้าประเภทอื่นที่ไม่ใช่เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยให้เพิกถอนเครื่องหมายการค้า นั้น หรือไม่ให้นายทะเบียนรับจดทะเบียน การกระทำเช่นนี้จะเป็นการ ละเมิดสิทธิเจ้าของเครื่องหมายการค้า และจะเป็นกรณีที่ประเทศไทยไม่ปฏิบัติตามพันธกรณีของความตกลงทริปส์บางข้อในการให้ความคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา

เมื่อไม่สามารถนำพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้ามาใช้บังคับในกรณีเช่นนี้ได้ จึงควรจะต้อง ไปพิจารณาถึงมาตรการทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยตรง นั่นก็คือ พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551

สำหรับมาตรการในการควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จากการศึกษาพบว่า การควบคุม การโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้มีการบัญญัติหลักเกณฑ์อยู่ในพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 มาตรา 32 และจากการศึกษาและวิเคราะห์มาตรา 32 พบว่าเป็นมาตรการทาง กฎหมายที่สำคัญ ซึ่งมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อกำหนดมาตรการควบคุมและจำกัดการโฆษณาเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ที่เป็นสื่อกลางให้ประชาชนทั่วไปสามารถรับรู้และเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้โดยง่าย

เมื่อพิจารณาบทบัญญัติมาตรา 32 วรรคแรกที่บัญญัติไว้ว่า *“ห้ามมิให้ผู้ใดโฆษณาเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์หรือแสดงชื่อหรือเครื่องหมายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อันเป็นการอวดอ้างสรรพคุณหรือ ชักจูงใจให้ผู้อื่นดื่มโดยตรงหรือโดยอ้อม”*

จากข้างต้น มาตรา 32 วรรคแรกนั้นสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ส่วน ส่วนที่หนึ่งก็คือการกระทำ ที่เป็นความผิดฐานโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และส่วนที่สองก็คือ การกระทำที่เป็นความผิดฐาน แสดงชื่อหรือเครื่องหมายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อันเป็นการอวดอ้างสรรพคุณหรือชักจูงใจให้ผู้อื่นดื่ม โดยตรงหรือโดยอ้อม⁶⁴

ในส่วนแรกของมาตรา 32 วรรคแรกเป็นการห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งตีความตาม เจตนารมณ์ของกฎหมายได้ว่ากฎหมายได้ห้ามบุคคลทุกคนทำการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกรูปแบบ โดยที่การโฆษณานั้นจะต้องเป็นการกระทำเพื่อประโยชน์ในทางการค้าด้วย และในส่วนที่สองของวรรค แรกเป็นการห้ามผู้ใดแสดงชื่อหรือเครื่องหมายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อันเป็นการอวดอ้างสรรพคุณ หรือชักจูงใจให้ผู้อื่นดื่มโดยตรงหรือทางอ้อม โดยในส่วนหลังนี้ไม่ได้กระทำไปเพื่อประโยชน์ในทาง

⁶⁴ ไพศาล ลิ้มสถิตย์, จุณวิทย์ ชลิตาพงศ์ และจุมพล แดงสกุล. (2563). มาตรการทางกฎหมายในการจัดการปัญหา เครื่องหมายการค้าที่มีความคล้ายคลึงกับเครื่องหมายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามกฎหมายเครื่องหมายการค้าและ ข้อเสนอในการแก้ไขกฎหมายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา.



การค้า ไม่ใช่การโฆษณาอย่างเช่นในมาตรา 32 วรรคแรกส่วนแรก⁶⁵

อย่างไรก็ตาม แม้พระราชบัญญัติฉบับนี้จะเป็นกฎหมายที่มีการห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยตรง แต่บทบัญญัติที่มีอยู่นั้นมีเพียงข้อห้ามโฆษณาแต่เพียงว่าห้ามมิให้ผู้ใดโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และห้ามมิให้ผู้ใดแสดงชื่อหรือเครื่องหมายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ อันเป็นการอวดอ้างสรรพคุณหรือชักจูงใจให้ผู้อื่นดื่มโดยตรงหรือโดยอ้อม กล่าวคือวิธีที่กฎหมายกำหนดไว้เพื่อควบคุมการโฆษณานั้นยังมีช่องว่างแห่งกฎหมายอยู่ เนื่องจากกฎหมายบัญญัติห้ามการโฆษณาเฉพาะเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เท่านั้น ไม่ได้ห้ามการโฆษณาเครื่องดื่มหรือสินค้าประเภทอื่น ๆ ที่มีการใช้หรือแสดงภาพสัญลักษณ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือภาพสัญลักษณ์ของบริษัทผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ด้วยเหตุนี้ จึงทำให้ผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อาศัยช่องว่างของกฎหมายกระทำการฝ่าฝืนเจตนารมณ์ของกฎหมายที่ต้องการควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยใช้วิธีการนำตราสัญลักษณ์หรือชื่อของผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไปใช้กับสินค้าหรือผลิตภัณฑ์อื่นที่ผลิตขึ้นมาใหม่ เช่น น้ำแร่โซดา หรือเครื่องดื่มผสมวิตามิน โดยอาจจะมีการดัดแปลงให้มีความแตกต่างจากเครื่องหมายการค้าของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพียงเล็กน้อย เช่น พื้นหลังของเครื่องหมายมีการเปลี่ยนสี หรือเปลี่ยนแบบตัวอักษร แต่ยังคงมีความคล้ายคลึงกับเครื่องหมายการค้าของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อยู่มาก จากนั้นผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้มีการนำเอาเครื่องหมายที่มีการดัดแปลงนั้นไปใช้หรือจดทะเบียนเป็นเครื่องหมายการค้าของผลิตภัณฑ์ที่ไม่ใช่เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และนำเครื่องหมายนั้นไปใช้ในการโฆษณาซึ่งจัดอยู่ในประเภทสินค้าทั่ว ๆ ไป

จากข้างต้น จะเห็นได้ว่าบทบัญญัติมาตรา 32 มีเนื้อหาที่ยังไม่ครอบคลุมและไม่เพียงพอที่จะควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบของการขยายแบรนด์สินค้าโดยการนำเอาเครื่องหมายการค้าของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไปใช้กับผลิตภัณฑ์ที่ไม่ใช่เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ จึงส่งผลให้ประชาชนในประเทศไทยมีแนวโน้มในการดื่มแอลกอฮอล์ในปริมาณที่เพิ่มมากขึ้น

กล่าวโดยสรุป มาตรา 32 เป็นบทบัญญัติที่ยังมีความกำกวมทำให้เกิดปัญหาในการตีความด้วยบทกฎหมายและขาดหลักเกณฑ์ที่ชัดเจนในการห้ามมิให้ผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นำเครื่องหมายการค้าหรือโลโก้ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไปใช้กับสินค้าประเภทอื่นที่ไม่ใช่เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ทำให้เกิดช่องว่างของกฎหมาย ดังนั้น จึงกล่าวได้ว่ามาตรา 32 ไม่สามารถที่จะนำมาปรับใช้หากมีการกระทำเช่นนี้เกิดขึ้นได้

⁶⁵ แสง บุญเฉลิมวิภาส. (2561). การตีความกฎหมาย มาตรา 32 ตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551. ใน กรมควบคุมโรค (บรรณาธิการ), การประชุมวิชาการเรื่องการตีความและการบังคับใช้กฎหมาย มาตรา 32 ตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์พ.ศ. 2551. หน้า 57-58.



4. การห้ามใช้เครื่องหมายการค้าของผู้ประกอบธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กับสินค้าอื่นในสหภาพยุโรปและประเทศนอร์เวย์

สำหรับหลักกฎหมายของสหภาพยุโรปที่เกี่ยวข้องในประเด็นมาตรการทางกฎหมายในการห้ามใช้เครื่องหมายการค้าของผู้ประกอบธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กับสินค้าอื่น พบว่าสหภาพยุโรป และประเทศฝรั่งเศสมีการกำหนดหลักกฎหมายในการควบคุมโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไว้ ซึ่งการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทางโทรทัศน์ต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดไว้ แต่จะไม่มีบทบัญญัติในการห้ามใช้เครื่องหมายการค้าของผู้ประกอบธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กับสินค้าอื่นโดยตรง

ประเทศนอร์เวย์ยังมีบทบัญญัติห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกรูปแบบอย่างสิ้นเชิง ซึ่งบัญญัติอยู่ใน Act on the Sale of Alcoholic Beverages (Alcohol Act) ซึ่งมาตรา 9-2 เป็นบทบัญญัติเกี่ยวกับการห้ามโฆษณาโดยใช้เครื่องหมายการค้าของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในผลิตภัณฑ์อื่น ซึ่งจะใช้บังคับกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีปริมาณแอลกอฮอล์สูงกว่าร้อยละ 2.5 แต่หากเป็นการใช้เครื่องหมายการค้าที่มีปริมาณแอลกอฮอล์ต่ำกว่า 2.5 ผลิตภัณฑ์นั้นก็ยังสามารถทำการโฆษณาได้ ดังนั้นหากมีการนำเครื่องหมายการค้าหรือตราสัญลักษณ์เดียวกันกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ซึ่งมีปริมาณแอลกอฮอล์สูงกว่าร้อยละ 2.5 ไปใช้กับผลิตภัณฑ์อื่นที่ไม่ใช่เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก็จะถูกห้ามโฆษณาภายใต้มาตรา 9-2

ประเทศนอร์เวย์ยังมีการบัญญัติข้อกำหนดในการห้ามโฆษณาโดยใช้เครื่องหมายการค้าของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในผลิตภัณฑ์อื่นไว้อย่างชัดเจน แน่นนอน และปราศจากความคลุมเครือว่าการกระทำเช่นนี้เป็นความผิด จึงส่งผลให้การบังคับใช้กฎหมายเป็นไปอย่างเป็นรูปธรรม ชัดเจนและตรงตามเจตนารมณ์ของกฎหมาย

นอกจากนั้น ประเทศนอร์เวย์ยังมีนโยบายที่จะการลดอันตรายจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยวางเป้าหมายลดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทั้งประเทศ ลดการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ผิดกฎหมาย เพิ่มอายุการเริ่มต้นในการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เพิ่มพื้นที่ปลอดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เช่น สถานที่ทำงาน ช่วงเวลาพักผ่อน และการทำกิจกรรมสันทนาการ ใช้มาตรการป้องกันและสร้างเสริมสุขภาพเพื่อลดอุปทานและอุปสงค์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์

5. ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับบทบัญญัติของกฎหมาย

(1) เนื่องด้วยตามมาตรา 32 วรรคแรกแห่งพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 เป็นบทบัญญัติที่ห้ามทำการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ไม่ได้บัญญัติห้ามโฆษณาสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ชนิดอื่นที่ใช้เครื่องหมายการค้าที่เหมือนหรือคล้ายกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ด้วย ซึ่งบทบัญญัติ



ดังกล่าวเป็นการทำให้ขอบเขตของการบังคับใช้มาตรา 32 ถูกจำกัดอยู่เฉพาะเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เมื่อพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 เป็นกฎหมายที่มีโทษทางอาญา การตีความจะต้องตีความตามบทบัญญัติอย่างเคร่งครัด กรณีเช่นนี้จึงไม่สามารถตีความมาตรา 32 วรรคแรกให้หมายความรวมถึงสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ชนิดอื่นที่ใช้เครื่องหมายการค้าที่เหมือนหรือคล้ายกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ด้วย

ดังนั้น เพื่อให้มาตรา 32 สามารถนำมาบังคับใช้กับประเด็นปัญหานี้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ จึงเห็นสมควรให้มีการแก้ไขเพิ่มเติมบทบัญญัติมาตรา 32 วรรคแรก ซึ่งจากเดิมที่บัญญัติห้ามการโฆษณาเฉพาะเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ให้เพิ่มเติมข้อความเข้าไปว่า ‘และให้หมายความรวมถึงการโฆษณาผลิตภัณฑ์หรือสิ่งอื่นใดที่ไม่ใช่เครื่องดื่มแอลกอฮอล์แต่มีการใช้เครื่องหมายหรือโลโก้ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นชื่อหรือเครื่องหมายของผลิตภัณฑ์หรือสิ่งนั้น ในลักษณะที่อาจทำให้ผู้บริโภคเข้าใจได้ว่าเป็นการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์’ ซึ่งหากมีการบัญญัติเพิ่มเติมเช่นนี้ก็จะทำให้กฎหมายมีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น และสอดคล้องกับเจตนารมณ์ของกฎหมายที่ต้องการจะควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้อย่างครอบคลุม

อย่างไรก็ตาม หากจะมีการแก้ไขเพิ่มเติมบทบัญญัติของมาตรา 32 ควรจะต้องมีการพิจารณาในเรื่องของการปิดกั้นสิทธิในการประกอบอาชีพของผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ด้วย เพราะอาจจะเป็นการไม่สอดคล้องกับบทบัญญัติของกฎหมายรัฐธรรมนูญในเรื่องของเสรีภาพในการประกอบอาชีพการงาน อีกทั้งอาจเข้าข่ายเป็นการกีดกันทางการค้า ซึ่งการบัญญัติห้ามเช่นนี้อาจจะเป็นการปิดกั้นการแข่งขันในธุรกิจของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

(2) ในส่วนของกฎหมายพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 แก้ไขเพิ่มเติม พ.ศ. 2559 ซึ่งให้ความคุ้มครองเครื่องหมายการค้า และให้ความคุ้มครองสิทธิของเจ้าของเครื่องหมายการค้า โดยให้เจ้าของเครื่องหมายการค้ามีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวที่จะใช้เครื่องหมายการค้าของตนกับสินค้าประเภทไหนก็ได้ ซึ่งมีสอดคล้องและเป็นไปตามแนวทางของความตกลงทริปส์ ซึ่งในส่วนนี้ผู้เขียนเห็นว่าไม่มีความจำเป็นต้องเพิ่มเติมหรือแก้ไขบทบัญญัติใด ๆ ในพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้าอีก

เนื่องจากความตกลงทริปส์ได้ให้สิทธิแก่รัฐภาคีในการออกหรือแก้ไขกฎหมายและระเบียบข้อบังคับภายในของตนเพื่อจำกัดสิทธิ์และใช้มาตรการที่จำเป็นเพื่อคุ้มครองสาธารณสุขและโภชนาการได้ ผู้เขียนมีความเห็นว่าหากการใช้เครื่องหมายการค้าที่เหมือนหรือคล้ายคลึงกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้นมิผลกระทบต่อเรื่องสาธารณสุข ก่อให้เกิดอันตรายต่อสุขภาพของประชาชนคนไทย ประเทศไทยซึ่งเป็นรัฐภาคีจึงมีสิทธิ์ที่จะกำหนดมาตรการบางอย่างเพื่อควบคุมการใช้เครื่องหมายการค้าที่คล้ายคลึงหรือเหมือนกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้



ผู้เขียนมีความเห็นว่าควรมีการออกกฎหมายเฉพาะในเรื่องฉลากของผลิตภัณฑ์ที่ใช้เครื่องหมายการค้า เพื่อรองรับการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าที่เหมือนหรือคล้ายกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในผลิตภัณฑ์อื่น โดยผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์สามารถนำเครื่องหมายการค้าของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ใช้กับผลิตภัณฑ์อื่นที่ไม่ใช่เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ แต่ภายหลังจากที่มีการจดทะเบียนแล้ว การใช้เครื่องหมายที่คล้ายคลึงหรือเหมือนกับเครื่องหมายการค้าของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จะต้องอยู่ภายใต้ข้อจำกัดบางประการเพื่อควบคุมการใช้เครื่องหมายการค้า นั้น เช่น สีลันของเครื่องหมายการค้าหรือโลโก้จะต้องมีลักษณะเรียบง่ายและไม่มีสีลันฉูดฉาดจนเกินไป เครื่องหมายการค้าหรือโลโก้จะต้องมีขนาดเล็กตามที่กฎหมายกำหนด ทั้งนี้เพื่อไม่ให้ผลิตภัณฑ์ชนิดนั้นมีลักษณะเป็นที่ดึงดูดใจ และไม่เป็นการกระตุ้นการรับรู้ของผู้บริโภคให้เกิดความรู้สึกอยากซื้อหรืออยากดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับนโยบายและหลักเกณฑ์

(1) การโฆษณาผลิตภัณฑ์อื่นที่ใช้เครื่องหมายการค้าที่เหมือนหรือคล้ายกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ควรถือเสมือนว่าเป็นการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เช่นกัน ซึ่งการโฆษณาจะต้องอยู่ภายใต้หลักเกณฑ์และข้อจำกัดเช่นเดียวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และในระหว่างที่ยังไม่มีกฎหมายที่จะใช้บังคับกับกรณีของการโฆษณาผลิตภัณฑ์อื่นที่ใช้เครื่องหมายการค้าที่เหมือนหรือคล้ายกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยเฉพาะ ผู้เป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์นั้นต้องปฏิบัติตามและอยู่ภายใต้บทบัญญัติการควบคุมโฆษณาแห่งพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551

(2) การกำหนดมาตรการควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และผลิตภัณฑ์อื่นที่ใช้เครื่องหมายการค้าที่เหมือนหรือคล้ายกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ควรจะต้องพิจารณาและให้ความสำคัญในเรื่องของการป้องกันการเพิ่มขึ้นของกลุ่มนักดื่มหน้าใหม่โดยเฉพาะกลุ่มเด็กและเยาวชน เนื่องจากลักษณะบรรจุกัญธกษณัของผลิตภัณฑ์ทั้งสองประเภทส่วนใหญ่จะเป็นเครื่องดื่ม และยังมีเครื่องหมายการค้าหรือโลโก้ที่เหมือนหรือคล้ายกันมาก ซึ่งจะมีผลกระทบต่อผู้บริโภคที่พบเห็นการโฆษณาโดยเฉพาะกลุ่มวัยรุ่นที่มีความอยากรู้ อยากลองเกิดการกระตุ้นให้มีการซื้อ และอยากดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพิ่มมากขึ้น

(3) สำหรับการโฆษณาผลิตภัณฑ์อื่นที่ใช้เครื่องหมายการค้าที่เหมือนหรือคล้ายกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จะต้องไม่มีข้อมูลที่มีลักษณะเป็นการส่งเสริมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หรือมีข้อความหรือภาพใด ๆ ที่มีความเกี่ยวข้องหรือสื่อถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

(4) ให้การศึกษาหรือให้ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับโทษและอันตรายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์สร้างความตระหนักรู้ (Awareness) ให้แก่ผู้บริโภค มีความรู้เข้าใจว่าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ส่งผลกระทบต่อสุขภาพในระยะยาว และเปลี่ยนทัศนคติของผู้บริโภคว่าให้เห็นว่าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไม่ใช่ค่านิยมของสังคมไทย อีกทั้งยังไม่เป็นประโยชน์ต่อประชาชนและสังคม



(5) ควรมีการประชาสัมพันธ์ให้ผู้ประกอบธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีความรู้ ความเข้าใจ และรับทราบถึงที่มา วัตถุประสงค์ในการแก้ไขเพิ่มเติมกฎหมายในประเด็นการใช้เครื่องหมายการค้าที่คล้ายคลึงหรือเหมือนกับเครื่องหมายการค้าของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในผลิตภัณฑ์อื่นให้ครอบคลุมและชัดเจน เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถปฏิบัติตามข้อกำหนดของกฎหมายได้อย่างถูกต้อง

สุดท้ายนี้ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ถือเป็นสินค้าประเภทเครื่องดื่มที่ทำลายสุขภาพ เป็นสาเหตุหนึ่งของการก่ออาชญากรรมและสร้างความสูญเสียในชีวิตและทรัพย์สินของประชาชน ส่งผลกระทบต่อครอบครัว เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและประเทศชาติ ดังนั้น หากประเทศไทยมีมาตรการการห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีประสิทธิภาพเป็นไปตามเจตนารมณ์ของกฎหมาย ก็จะสามารถช่วยลดปริมาณการดื่มแอลกอฮอล์ทั้งผู้ที่ดื่มเป็นประจำและนักดื่มหน้าใหม่ได้ และป้องกันไม่ให้ผู้บริโภค รวมถึงเยาวชนเกิดแรงจูงใจ มีการรับรู้และมีทัศนคติที่ดีในการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่เกิดจากใช้กลยุทธ์ในการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไม่ว่าจะเป็นการโฆษณาโดยตรงหรือโฆษณาแฝง





แนวทางการพัฒนากฎหมายควบคุมธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
Guidelines for Developing Alcoholic Beverage Business Control Law

การให้อำนาจหน่วยงานปกครองส่วนท้องถิ่น ในการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในพื้นที่ที่รับผิดชอบ

| ผจญ คงเมือง และธารทิพย์ เทียมทอง

1. บทนำ

สุราเป็นเครื่องดื่มที่เกิดขึ้นและอยู่กับสังคมมนุษย์มาอย่างยาวนานแล้ว การดื่มสุรานั้นโดยทั่วไปก็นิยมดื่มกันในหลายโอกาส แต่อย่างไรก็ตาม การเสพสุราที่มากกว่าที่ควรจะเป็นย่อมให้โทษมากกว่าให้คุณประโยชน์ ด้วยเหตุดังกล่าว สุราจึงเป็นสิ่งที่ถูกควบคุมทั้งในส่วนของการผลิต การขาย การโฆษณา รวมถึงถูกควบคุมทั้งในส่วนของผู้บริโภคก็ตาม ถึงกระนั้นการควบคุมดังกล่าวก็เป็นการควบคุมที่รัฐส่วนกลางเป็นผู้กำหนดนโยบายและตรากฎหมายขึ้นใช้บังคับโดยภาพรวมทั้งประเทศ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจะมีหน้าที่เป็นเพียงผู้ปฏิบัติโดยไม่มีอำนาจในการริเริ่มเพื่อดำเนินการ ในขณะที่การขายและการบริโภคสุรานั้นเกิดขึ้นทั่วตลอดทุกพื้นที่ของประเทศ ดังนั้น จากแนวความคิดเดิมที่ว่า การควบคุมการจำหน่ายและการบริโภคสุราที่กระทำโดยส่วนกลางนั้นจึงควรพัฒนาหรือถ่ายโอนการจัดการดูแลและควบคุมไปยังท้องถิ่นให้มากขึ้น เพื่อให้การควบคุมการจำหน่ายและการบริโภคสุราเกิดความทั่วถึง มีประสิทธิภาพ และประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่รัฐได้วางไว้ อย่างไรก็ตาม การจะส่งเสริมบทบาทอำนาจหน้าที่ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อควบคุมการจำหน่ายสุราในเขตพื้นที่นั้น โดยหลักการปกครองที่สอดคล้องและเป็นไปตามหลักนิติรัฐ การจะให้อำนาจแก่ท้องถิ่นกระทำการเช่นว่านั้นจำเป็นต้องศึกษาถึงกฎหมายทั้งในระดับรัฐธรรมนูญ พระราชบัญญัติ และข้อบัญญัติท้องถิ่นที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ ว่ามีเงื่อนไขทางโครงสร้าง รูปแบบ และทางเนื้อหาของกฎหมายที่เป็นอุปสรรคหรือเอื้อต่อการส่งเสริมบทบาทของท้องถิ่นในเรื่องข้างต้น

2. อำนาจหน่วยงานปกครองส่วนท้องถิ่นในการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

การปกครองท้องถิ่นเป็นการกระจายอำนาจทางปกครองที่มีลักษณะเป็นการกระจายอำนาจของรัฐในพื้นที่ ซึ่งการกระจายอำนาจทางพื้นที่หรือการกระจายอำนาจทางเขตแดน คือการที่รัฐมอบอำนาจในการจัดทำบริการสาธารณะให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจัดทำ ซึ่งองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต้องจัดทำบริการสาธารณะภายในอาณาเขตหรือขอบเขตพื้นที่ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นนั้นตามที่กฎหมายกำหนดเพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชนในท้องถิ่นนั้น⁶⁶ โดยรูปแบบการปกครองท้องถิ่นในประเทศไทยในปัจจุบันมีดังนี้ คือ องค์การบริหารส่วนตำบล เทศบาล องค์การบริหารส่วนจังหวัด กรุงเทพมหานคร และเมืองพัทยา ซึ่งรูปแบบการมอบหมายภารกิจหรือบริการสาธารณะจากรัฐให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ตามพระราชบัญญัติกำหนดแผนและขั้นตอนการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น พ.ศ. 2542 มีภารกิจในหลายรูปแบบที่รัฐถ่ายโอนให้ท้องถิ่นดำเนินการ ซึ่งรูปแบบการมอบหมายภารกิจหรือบริการสาธารณะ มีรูปแบบอยู่ 3 ประการ⁶⁷ ได้แก่

1. องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจะดำเนินการเอง
2. องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นกับหน่วยงานราชการร่วมกันดำเนินการ
3. ภารกิจที่รัฐไม่ได้ถ่ายโอนไปแต่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นสามารถดำเนินการได้

หากพิจารณาอำนาจหน้าที่ตามกฎหมายขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นของไทยในการมีบทบาทควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้นสามารถจำแนกได้เป็นสองลักษณะคือ 1. อำนาจหน้าที่ตามกฎหมายเฉพาะ และ 2. อำนาจหน้าที่ทั่วไป

1) อำนาจหน้าที่ตามกฎหมายเฉพาะ

อำนาจหน้าที่ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นอันถือเป็นอำนาจเฉพาะนั้นเกิดขึ้นได้ 2 ลักษณะคือ ตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 และตามกฎหมายเฉพาะฉบับใดฉบับหนึ่งซึ่งมีผลต่อการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

กรณีเช่นนี้เกิดขึ้นได้ เช่น ตามประกาศกรมเจ้าท่า ที่ 91/2563 เรื่องกำหนดสถานที่ห้ามบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในท่าเรือโดยสารสาธารณะ หรือบนเรือโดยสารสาธารณะประจำทาง ทั้งนี้

⁶⁶ ดาวานา เกตุทอง. (2563). การกระจายอำนาจสู่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น, วารสาร มจร เพชรบุรีปริทรรศน์. ปีที่ 3 ฉบับที่ 2: กรกฎาคม - ธันวาคม 2564. หน้า 52.

⁶⁷ วุฒิสภา. (2557). การกระจายภารกิจหน้าที่ไปสู่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นยุคใหม่. สืบค้นเมื่อวันที่ 13 สิงหาคม 2564 จาก <http://www.local.moi.go.th/webst/botfam1.htm>



เพื่อให้มีการปฏิบัติตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ประกอบกับประกาศสำนักนายกรัฐมนตรี เรื่อง กำหนดสถานที่หรือบริเวณห้ามขายหรือบริโภค เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในท่าเรือโดยสารสาธารณะ พ.ศ. 2558⁶⁸ ตลอดจนเพื่อให้มีการกำหนดเกณฑ์การพิจารณาความประพฤติที่ไม่สมควรต่อหน้าที่และการละเลยไม่ปฏิบัติตามกฎหมายหรือข้อบังคับเกี่ยวแก่การเดินทางเรือหรือหน้าที่ของผู้ควบคุมเรือ ตามนัยมาตรา 291 แห่งพระราชบัญญัติการเดินทางเรือในน่านน้ำไทย พ.ศ. 2556 แก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติการเดินทางเรือในน่านน้ำไทย แก้ไขเพิ่มเติม พ.ศ. 2477 จึงออกประกาศไว้⁶⁹

ถึงแม้กรณีที่ยกมานี้จะไม่ใช้กรณีที่ต้องถิ่นเป็นผู้ใช้อำนาจ แต่การใช้อำนาจดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงการใช้อำนาจตามกฎหมายที่โดยเนื้อหาแล้วไม่น่าจะโยงไปถึงการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้แต่ก็ยังสามารถเชื่อมโยงถึงกันได้

หรืออีกกรณีหนึ่งคือตามพระราชบัญญัติโรคติดต่อ พ.ศ. 2558⁷⁰ กรุงเทพมหานคร ได้ออกประกาศกรุงเทพมหานคร เรื่อง สั่งปิดสถานที่เป็นการชั่วคราว ฉบับที่ 47 กำหนดว่า จากที่ประชุมคณะกรรมการ

⁶⁸ ประกาศสำนักนายกรัฐมนตรี เรื่อง กำหนดสถานที่หรือบริเวณห้ามขายหรือบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในท่าเรือโดยสารสาธารณะ พ.ศ. 2558

ข้อ 1 ห้ามผู้ใดขายหรือบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในบริเวณท่าเรือโดยสารสาธารณะหรือบนเรือโดยสารสาธารณะประจำทางท่าเรือโดยสารสาธารณะ หมายความว่า สถานที่สำหรับให้บริการแก่เรือโดยสารสาธารณะในการจอดเทียบ บรรทุกหรือขนถ่ายคนหรือสิ่งของเรือโดยสารสาธารณะประจำทาง หมายความว่า ยานพาหนะทางน้ำทุกชนิดที่ใช้ขนส่งคนโดยสารตามเส้นทางที่หน่วยงานของรัฐกำหนด

⁶⁹ พระราชบัญญัติการเดินทางเรือในน่านน้ำไทย พระพุทธศักราช 2456

มาตรา 291 ผู้นำร่อง นายเรือ ตันหน สร้าง ไต่ก่ง นายท้าย คนถือท้าย ตันกล หรือคนใช้เครื่อง ที่ได้รับประกาศนียบัตรหรือใบอนุญาตผู้ใ้หย่อนความสามารถ หรือประพฤติไม่สมควรแก่หน้าที่ ละเลยไม่ปฏิบัติตามกฎหมายหรือข้อบังคับเกี่ยวแก่การเดินทางเรือหรือหน้าที่ของตน ให้เจ้าท่ามีอำนาจที่จะสั่งลงโทษให้ใช้ประกาศนียบัตรหรือใบอนุญาตมีกำหนดไม่เกินสองปี แต่ไม่เป็นการลงโทษอย่างอื่นซึ่งผู้นั้นจะพึงได้รับ

ถ้าผู้นั้นไม่พอใจคำสั่งให้ดใช้ประกาศนียบัตรหรือใบอนุญาต ให้ผู้นั้นมีสิทธิที่จะอุทธรณ์ไปยังรัฐมนตรีเจ้าหน้าที่ภายในหนึ่งเดือนนับแต่วันที่ได้ทราบคำสั่ง คำชี้ขาดของรัฐมนตรีนั้น เป็นที่สุด แต่ในระหว่างที่รัฐมนตรียังมีได้ชี้ขาด คำสั่งให้ดใช้ประกาศนียบัตรหรือใบอนุญาตมีผลบังคับได้

⁷⁰ พระราชบัญญัติโรคติดต่อ พ.ศ. 2558

มาตรา 35 ในกรณีที่มีเหตุจำเป็นเร่งด่วนเพื่อเป็นการป้องกันการแพร่ของโรคติดต่ออันตรายหรือโรคระบาด ให้ผู้ว่าราชการจังหวัดโดยความเห็นชอบของคณะกรรมการโรคติดต่อจังหวัด หรือผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครโดยความเห็นชอบของคณะกรรมการโรคติดต่อกรุงเทพมหานคร มีอำนาจในพื้นที่ความรับผิดชอบของตน ดังต่อไปนี้

- (1) สั่งปิดตลาด สถานที่ประกอบหรือจำหน่ายอาหาร สถานที่ผลิตหรือจำหน่ายเครื่องดื่ม โรงงาน สถานที่ชุมนุมชน โรงมหรสพ สถานศึกษา หรือสถานที่อื่นใดไว้เป็นการชั่วคราว
- (2) สั่งให้ผู้ที่เป็นหรือมีเหตุอันควรสงสัยว่าเป็นโรคติดต่ออันตรายหรือโรคระบาดหยุดการประกอบอาชีพเป็นการชั่วคราว
- (3) สั่งห้ามผู้ที่ เป็นหรือมีเหตุอันควรสงสัยว่าเป็นโรคติดต่ออันตรายหรือโรคระบาดเข้าไปในสถานที่ชุมนุมชน โรงมหรสพ สถานศึกษา หรือสถานที่อื่นใด เว้นแต่ได้รับอนุญาตจากเจ้าพนักงานควบคุมโรคติดต่อ



โรคติดต่อกรุงเทพมหานครกำหนดให้ร้านอาหารสามารถให้บริการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในร้านได้ถึง 23.00 น. ตั้งแต่วันที่ 1 ธ.ค. 2564 เป็นต้นไป ทั้งนี้ เพื่อเป็นการป้องกันโรคโควิด-19

สำหรับเมื่อพิจารณาบทบัญญัติของพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 จะเห็นว่าบทบาทอำนาจหน้าที่ของท้องถิ่นในการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จะมีดังนี้ คือ

- 1) หน้าที่ในระดับเป็นโครงสร้างองค์กรผู้ทำหน้าที่กำหนดนโยบาย
 - ก. การเป็นองค์ประกอบส่วนหนึ่งของคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จังหวัด⁷¹
 - ข. การเป็นองค์ประกอบส่วนหนึ่งของคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กรุงเทพมหานคร⁷²
- 2) หน้าที่ในระดับเป็นผู้ปฏิบัติหรือบังคับการให้เป็นไปตามกฎหมาย
 - ก. การที่พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 บัญญัติให้เป็นเจ้าพนักงานท้องถิ่นเป็นเจ้าพนักงานตามประมวลกฎหมายอาญา⁷³

⁷¹ พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551

มาตรา 19 ให้มีคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จังหวัด ประกอบด้วยผู้ว่าราชการจังหวัดเป็นประธานกรรมการ รองผู้ว่าราชการจังหวัดซึ่งได้รับมอบหมายจากผู้ว่าราชการจังหวัดเป็นรองประธานกรรมการ ผู้บังคับการตำรวจภูธรจังหวัด สรรพสามิตพื้นที่ซึ่งผู้ว่าราชการจังหวัดแต่งตั้งหนึ่งคน หัวหน้าสำนักงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยจังหวัด ผู้อำนวยการสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาในจังหวัดซึ่งผู้ว่าราชการจังหวัดแต่งตั้งหนึ่งคน ประชาสัมพันธ์จังหวัด พัฒนาลังคมและความมั่นคงของมนุษย์จังหวัด ผู้อำนวยการสำนักงานป้องกันควบคุมโรคที่รับผิดชอบในเขตจังหวัด **ผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นภายในเขตจังหวัดที่ผู้ว่าราชการจังหวัดแต่งตั้งจังหวัดละไม่เกินสี่คน** เป็นกรรมการ และกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิจำนวนสี่คน ซึ่งผู้ว่าราชการจังหวัดแต่งตั้งจากผู้มีความรู้ความสามารถและประสบการณ์ด้านสังคมสงเคราะห์ การแพทย์ จิตวิทยา และกฎหมายด้านละหนึ่งคน ให้นายแพทย์สาธารณสุขจังหวัดเป็นกรรมการและเลขานุการ คณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จังหวัดจะแต่งตั้งข้าราชการในสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดไม่เกินสองคนเป็นผู้ช่วยเลขานุการก็ได้

⁷² พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551

มาตรา 18 ให้มีคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กรุงเทพมหานคร ประกอบด้วยผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครเป็นประธานกรรมการ ปลัดกรุงเทพมหานครเป็นรองประธานกรรมการ ผู้แทนกองบัญชาการตำรวจนครบาล ผู้แทนกรมประชาสัมพันธ์ ผู้แทนกรมสรรพสามิต หัวหน้าสำนักงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยกรุงเทพมหานคร ผู้อำนวยการสำนักพัฒนาลังคม ผู้อำนวยการสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาในกรุงเทพมหานครซึ่งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครแต่งตั้งหนึ่งคน ผู้อำนวยการสำนักการศึกษา ผู้อำนวยการสำนักการแพทย์ และผู้อำนวยการเป็นกรรมการ และกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิจำนวนสี่คนซึ่งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครแต่งตั้งจากผู้มีความรู้ความสามารถและประสบการณ์ด้านสังคมสงเคราะห์ การแพทย์ จิตวิทยา และกฎหมายด้านละหนึ่งคน ให้อำนาจการสำนักอนามัยเป็นกรรมการและเลขานุการ คณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กรุงเทพมหานครจะแต่งตั้งเจ้าหน้าที่ในสำนักอนามัยไม่เกินสองคนเป็นผู้ช่วยเลขานุการก็ได้

⁷³ พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551

มาตรา 23 ในการปฏิบัติหน้าที่ตามพระราชบัญญัตินี้ ให้กรรมการและอนุกรรมการเป็นเจ้าพนักงานตามประมวลกฎหมายอาญา



ข. การเป็นพนักงานเจ้าหน้าที่เพื่อปฏิบัติการตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 เฉพาะในเขตท้องที่ที่มีอำนาจหน้าที่ดูแลและรับผิดชอบในการปฏิบัติราชการ⁷⁴

- ในเขตกรุงเทพมหานคร
- ในเขตองค์กรปกครองท้องถิ่นอื่น

2. อำนาจหน้าที่ทั่วไป

อำนาจหน้าที่ทั่วไปซึ่งเป็นไปตามกฎหมายจัดตั้งองค์กรปกครองท้องถิ่นเอง ความหมายของคำว่าอำนาจหน้าที่ทั่วไปนั้นก็หมายความถึงอำนาจที่รัฐส่วนกลางกำหนดให้เป็นภารกิจที่องค์กรปกครองท้องถิ่นสามารถใช้อำนาจได้โดยอิสระ ทั้งนี้ เป็นไปตามหลักการกระจายอำนาจและอยู่บนขอบเขตและเงื่อนไขของกฎหมายที่จัดตั้งองค์กรปกครองท้องถิ่นนั้น ๆ ซึ่งเป็นไปตามกฎหมายอยู่สองลักษณะคือ

1) กฎหมายที่รัฐส่วนกลางกำหนดแผนและขั้นตอนการกระจายอำนาจในการถ่ายโอนภารกิจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นตามพระราชบัญญัติกำหนดแผนและขั้นตอนการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น พ.ศ. ๒๕๔๒

2) กฎหมายที่จัดตั้งองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นแต่ละประเภทขึ้น ได้แก่

กรุงเทพมหานคร ใช้อำนาจตามพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการกรุงเทพมหานคร

พ.ศ. 2558

เมืองพัทยา ใช้อำนาจตามพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการเมืองพัทยา พ.ศ. 2542

องค์การบริหารส่วนจังหวัด ใช้อำนาจตามพระราชบัญญัติองค์การบริหารส่วนจังหวัด พ.ศ.

2540

เทศบาล ใช้อำนาจตามพระราชบัญญัติเทศบาล พ.ศ. 2496

องค์การบริหารส่วนตำบล ใช้อำนาจตามพระราชบัญญัติสภาตำบลและองค์การบริหาร

ส่วนตำบล พ.ศ. 2537

⁷⁴ ประกาศสำนักนายกรัฐมนตรี เรื่อง แต่งตั้งพนักงานเจ้าหน้าที่เพื่อปฏิบัติการตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 พ.ศ. 2558 (อาศัยอำนาจตามความในมาตรา 4 แห่งพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551) ข้อ 7 และข้อ 8



ซึ่งหากจะจำแนกหรือแสดงให้เห็นถึงขอบอำนาจหรือภารกิจของท้องถิ่นอย่างกว้าง ๆ อันจะนำไปสู่ความเชื่อมโยงอำนาจในการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ซึ่งได้แก่⁷⁵

- (1) การจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่นของตนเอง
- (2) การจัดให้มีและบำรุงรักษาทางบก ทางน้ำ และทางระบายน้ำ
- (3) การจัดให้มีและควบคุมตลาด ท่าเทียบเรือ ท่าข้าม และที่จอดรถ
- (4) การสาธารณสุขโรคและการก่อสร้างอื่น ๆ
- (5) การสาธารณสุขการ
- (6) การส่งเสริม การฝึก และประกอบอาชีพ
- (7) การพาณิชย์ และการส่งเสริมการลงทุน
- (8) การส่งเสริมการท่องเที่ยว
- (9) การจัดการศึกษา
- (10) การส่งเสริมสงเคราะห์ และการพัฒนาคุณภาพชีวิตเด็ก สตรี คนชรา และผู้ด้อยโอกาส
- (11) การบำรุงรักษาศิลปะ จารีตประเพณี ภูมิปัญญาท้องถิ่น และวัฒนธรรมอันดีของท้องถิ่น
- (12) การปรับปรุงแหล่งชุมชนแออัดและการจัดการเกี่ยวกับที่อยู่อาศัย
- (13) การจัดให้มีและบำรุงรักษาสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ
- (14) การส่งเสริมกีฬา
- (15) การส่งเสริมประชาธิปไตย ความเสมอภาค และสิทธิเสรีภาพของประชาชน
- (16) ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของราษฎรในการพัฒนาท้องถิ่น
- (17) การรักษาความสะอาดและความเป็นระเบียบเรียบร้อยของบ้านเมือง
- (18) การกำจัดมูลฝอย สิ่งปฏิกูล และน้ำเสีย
- (19) การสาธารณสุข การอนามัยครอบครัว และการรักษาพยาบาล
- (20) การจัดให้มีและควบคุมสุสานและฌาปนสถาน
- (21) การควบคุมการเลี้ยงสัตว์
- (22) การจัดให้มีและควบคุมการฆ่าสัตว์
- (23) การรักษาความปลอดภัย ความเป็นระเบียบเรียบร้อย และการอนามัย โรงมหรสพ และสาธารณสุขสถานอื่น ๆ

⁷⁵ มาตรา 16 แห่งพระราชบัญญัติกำหนดแผนและขั้นตอนการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น พ.ศ. 2542



- (24) การจัดการ การบำรุงรักษา และการใช้ประโยชน์จากป่าไม้ ที่ดิน ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
- (25) การผังเมือง
- (26) การขนส่งและการวิศวกรรมจราจร
- (27) การดูแลรักษาที่สาธารณะ
- (28) การควบคุมอาคาร
- (29) การป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย
- (30) การรักษาความสงบเรียบร้อย การส่งเสริมและสนับสนุนการป้องกันและรักษาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน

3. การให้อำนาจหน่วยงานปกครองส่วนท้องถิ่นในการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในพื้นที่ที่รับผิดชอบของประเทศไทย

จากการศึกษาบทบัญญัติของกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในส่วนที่เกี่ยวกับความพยายามที่จะยกระดับบทบาทอำนาจหน้าที่ให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทยจะเห็นได้ว่า โดยโครงสร้างและเนื้อหาของบทบัญญัติแห่งกฎหมายตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ซึ่งเป็นกฎหมายเฉพาะสำหรับในเรื่องนี้อาจกล่าวได้ว่าไม่ได้ให้ความสำคัญในส่วนของการจะยกระดับบทบาทของท้องถิ่นเพื่อที่จะควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เลย แม้กระทั่งในระดับนโยบายหรือแผนยุทธศาสตร์ระดับคณะกรรมการนโยบายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แห่งชาติก็ตาม

ถ้าวิเคราะห์เนื้อหาแห่งกฎหมายแล้วจะเห็นว่า ท้องถิ่นมีส่วนเพียงแค่การเป็นองค์ประกอบเพียงส่วนน้อยของคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จังหวัด และอีกกรณีหนึ่งคือการกำหนดให้กรุงเทพมหานครมีคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กรุงเทพมหานครเป็นของตนเอง นอกจากนี้ อย่างมากอีกเรื่องหนึ่งที่ปรากฏว่าท้องถิ่นมีบทบาทในเรื่องการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นี้ คือ การที่พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ได้ออกประกาศแต่งตั้งให้เจ้าพนักงานท้องถิ่นเป็นพนักงานเจ้าหน้าที่เพื่อปฏิบัติการตามพระราชบัญญัติเพียงเท่านั้น

จากโครงสร้างและเนื้อหาของกฎหมายดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่า โครงสร้างแห่งอำนาจในการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทยนั้นอยู่ที่รัฐส่วนกลางเป็นสำคัญ มีเพียงกรุงเทพมหานครเพียงแห่งเดียวเท่านั้นที่มีคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นของตนเอง แต่ในแง่ของการใช้อำนาจในเชิงที่จะให้ท้องถิ่นอื่นสามารถใช้ความเป็นอิสระในการดำเนินการหรือกำหนดมาตรการต่าง ๆ ในส่วนที่เกี่ยวกับแอลกอฮอล์นั้นไม่เปิดช่องให้กระทำได้นอกจากเป็นเพียงเสียงส่วนน้อยในคณะกรรมการระดับจังหวัดและในระดับจังหวัดนั้นก็ค่อยให้ความสำคัญที่จะนัดประชุมหรือนัดพิจารณาใช้เครื่องมือตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 นี้ ที่ผ่านมาจะกลายเป็นว่าท้องถิ่นใช้อำนาจที่เป็นไปตามกฎหมายอื่น ตัวอย่างเช่น กรุงเทพมหานครใช้อำนาจตามพระราชบัญญัติโรคติดต่อ พ.ศ. 2558 กำหนดมาตรการการห้ามดื่มสุราเพื่อป้องกันการติดเชื้อโควิด เป็นต้น

อีกประการหนึ่งคือ ปัญหาอันเกิดจากโครงสร้างระเบียบบริหารราชการแผ่นดินของไทยไม่เหมือนกับของต่างประเทศ เนื่องจากในต่างประเทศนั้น การจัดระเบียบบริหารราชการของรัฐจะมีเพียงราชการบริหารส่วนกลางแล้วก็เป็นกรปกครองส่วนท้องถิ่นเลย การบริหารราชการในส่วนภูมิภาคแทบไม่มีบทบาทในการบริหารกิจการต่าง ๆ ในพื้นที่ ด้วยเหตุนี้ หากจะต้องการทำให้ท้องถิ่นมีบทบาทมากขึ้นรัฐต้องยกบทบาทและแบ่งภารกิจในการดำเนินการควบคุมและลงมือปฏิบัติทั้งหมดไปยังท้องถิ่นเลย ส่วนกลางทำหน้าที่แต่เพียงกำหนดนโยบายและกำกับดูแลเท่านั้น

แต่ถึงกระนั้นก็ตาม ด้วยความที่การเปลี่ยนโครงสร้างในการบริหารราชการแผ่นดินของไทยไม่ได้จะเปลี่ยนแปลงให้เป็นไปอย่างในต่างประเทศกันอย่างไรในทันที ต้องอาศัยเวลาและวิวัฒนาการ รวมถึงปัจจัยในการพัฒนาท้องถิ่นให้เจริญขึ้นในด้านอื่น ๆ อีก ซึ่งในปัจจุบันเองความแตกต่างในด้านความเจริญและการพัฒนาของท้องถิ่นนี้ก็ยังมีความเหลื่อมล้ำต่างกันอย่างสูง อีกทั้งรูปแบบในทางองค์กรของท้องถิ่นเองก็มีหลายประเภทมากขึ้นไป ตัวอย่างเช่น กรณีการเป็นเทศบาลยังแบ่งย่อยเป็นเทศบาลนคร เทศบาลเมือง เทศบาลตำบล เป็นต้น ดังนั้น ในเบื้องต้นและในระยะเวลานี้ ภายใต้เงื่อนไขของข้อจำกัดในทางเนื้อหาของกฎหมายและข้อจำกัดเรื่องโครงสร้าง ความรู้ ทักษะ และความเจริญของท้องถิ่นที่จะต้องอาศัยเวลาที่จะต้องแก้ไขเพิ่มเติมบทบัญญัติของกฎหมายและรอให้ท้องถิ่นเจริญอย่างเท่าเทียมกัน รัฐส่วนกลางจึงควรยกระดับการให้ความสำคัญของท้องถิ่นผ่านการกำหนดนโยบายการชี้แนะชี้้นำในการกำหนดและส่งต่อมาตรการต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไปยังท้องถิ่นอย่างทั่วถึงและสม่ำเสมอมากกว่าที่เป็นอยู่เดิม รวมถึงให้การสนับสนุนปัจจัยด้านอื่นที่จำเป็นกับการจะทำให้มาตรการที่กำหนดนั้นสัมฤทธิ์ผล อีกทั้งจะต้องกำกับดูแลท้องถิ่นอย่างใกล้ชิดด้วยนั่นเอง



4. การให้อำนาจหน่วยงานปกครองส่วนท้องถิ่นในการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในพื้นที่ที่รับผิดชอบของประเทศฝรั่งเศสและประเทศอื่นที่เกี่ยวข้อง

ในต่างประเทศมีแนวคิดขององค์การอนามัยโลกในการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยชุมชนหรือท้องถิ่น ในปี 2019 องค์การอนามัยโลก (World Health Organization: WHO) กำหนดกลยุทธ์สำหรับการลดอันตรายที่เกิดจากการบริโภคแอลกอฮอล์และเพื่อให้เกิดสุขภาพอันดีแก่ระดับปัจเจกชน ครอบครัว และสังคม โดยกลยุทธ์ดังกล่าวต้องการที่จะส่งเสริมและสนับสนุนการดำเนินการในระดับท้องถิ่น ระดับภูมิภาค และระดับโลก เพื่อป้องกันและลดการใช้แอลกอฮอล์ที่เป็นอันตรายไว้ยู่สิบประการ (10 Areas of Strategy)⁷⁶ ซึ่งหนึ่งในมาตรการที่กำหนดขึ้นนั้นเป็นการยกระดับบทบาทและหน้าที่ของท้องถิ่นหรือชุมชน (Area 3 : Community action) ไว้ คือ กำหนดให้มีการกระตุ้นและส่งเสริมความคิดริเริ่ม และใช้ความรู้และความเชี่ยวชาญในท้องถิ่นของตนในการนำแนวทางที่มีประสิทธิภาพมาใช้เพื่อแก้ปัญหาอันตรายที่เกิดจากการใช้แอลกอฮอล์ในท้องถิ่นโดยพุ่งเป้าไปที่การแก้ไขระดับกลุ่มของชุมชนมากกว่าการแก้ไขที่รายบุคคล ทั้งนี้ โดยขึ้นอยู่กับความอ่อนไหวด้านบรรทัดฐานทางวัฒนธรรม (cultural norms) ความเชื่อ และระบบค่านิยมในชุมชนด้วย

อนึ่ง แนวทางการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของฝรั่งเศสนั้น การใช้อำนาจตามบทบัญญัติของกฎหมาย รัฐส่วนกลางจะกำหนดไว้ในกฎหมายเลยว่าให้ท้องถิ่นเป็นผู้อำนาจ ตัวอย่างกรณีคือ ในช่วงที่โรคไวรัสโคโรนาระบาด ทาง Pyrenees-Atlantiques ซึ่งมีสถานะเป็นจังหวัด (département) มีที่ทำการเรียกว่า Préfecture โดยมีผู้ว่าราชการจังหวัดเรียกว่า préfet ในขณะที่เดียวกันก็เป็นท้องถิ่นประเภทหนึ่งด้วย⁷⁷ ได้ออกประกาศจังหวัด (L'arrêté préfectoral) เพื่อกำหนดมาตรการเพื่อจำกัดการชุมนุมในช่วงเวลาที่จำนวนผู้ติดเชื้อเพิ่มสูงขึ้น โดยงดเว้นการจัดคอนเสิร์ตและจุดดอกไม้ไฟตามปกติ ประเพณี และโดยการห้ามดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์บนทางหลวงสาธารณะ⁷⁸ ทั้งนี้ มาตรการเหล่านี้มี

⁷⁶ กลยุทธ์ 10 ประการได้แก่

1. Leadership, awareness and commitment.
2. Health services' response.
3. Community action.
4. Drink-driving policies and countermeasures.
5. Availability of alcohol.
6. Marketing of alcoholic beverages.
7. Pricing policies.
8. Reducing the negative consequences of drinking and alcohol intoxication.
9. Reducing the public health impact of illicit alcohol and informally produced alcohol.
10. Monitoring and surveillance.

⁷⁷ ภายหลังกระบวนการกระจายอำนาจในต้นทศวรรษที่ 1980 พื้นที่จังหวัดก็ได้มีสถานะใหม่เป็นหน่วยการปกครองท้องถิ่นที่ขึ้นอยู่กับองค์การปกครองส่วนภูมิภาค



ผลบังคับใช้กับทั้งจังหวัดในวันที่ 24, 25, 31 ธันวาคม 2021 และ 1 มกราคม 2022 หนึ่ง จังหวัดให้เหตุผลว่าเป็นความจำเป็นตามสถานการณ์ด้านสุขภาพ⁷⁹

จากข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้นดังที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น ท้องถิ่นจะเป็นผู้ใช้อำนาจด้วยตนเอง เช่น การจับในกรณีที่มีการฝ่าฝืน การกำหนดพื้นที่ที่จำหน่าย กำหนดพื้นที่ที่จะทำการบริโภค รวมถึงช่วงเวลาที่จะจำหน่ายไม่ว่าจะบนสถานการณ์ที่เป็นสถานการณ์ปกติทั่วไปหรือในสถานการณ์พิเศษเช่นโรคระบาด เป็นต้น

ในประเทศสหรัฐอเมริกา นั้น นโยบายสาธารณะที่ควบคุมการผลิต การขาย และการใช้แอลกอฮอล์ และกำหนดการตอบสนองของสังคมต่อปัญหาที่เกี่ยวข้องกับแอลกอฮอล์นั้นถูกกำหนดขึ้นทั้งในระดับรัฐบาลกลาง ระดับรัฐ และระดับท้องถิ่น⁸⁰

เมื่อรัฐธรรมนูญแห่งสหรัฐอเมริกาฉบับแก้ไขเพิ่มเติมครั้งที่ 21 ได้ถูกบัญญัติขึ้นเพื่อยกเลิกข้อห้ามตามรัฐธรรมนูญฉบับเดิมที่ห้ามการกระจายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ภายในรัฐ การนำแอลกอฮอล์เข้ารัฐ รัฐธรรมนูญฉบับแก้ไขนี้ได้ให้อำนาจรัฐต่าง ๆ ในการสร้างระบบการกำกับดูแลและการบังคับใช้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการจำหน่ายและการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์⁸¹ ดังนั้น ในประเทศสหรัฐอเมริกา แต่ละรัฐมีอำนาจในการควบคุมการผลิต การขาย และการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ภายในอาณาเขตของตน ซึ่งหมายความว่าเขตอำนาจศาลของรัฐและท้องถิ่นอาจมีข้อกำหนดของตนเองเพิ่มเติมจากข้อกำหนดของรัฐบาลกลาง กฎหมายและข้อบังคับของรัฐแตกต่างกันไปในแต่ละรัฐ และอาจเข้มงวดกว่าข้อบังคับของรัฐบาลกลาง⁸² รัฐแตกต่างกันไปตามจำนวนอำนาจที่จัดสรรให้กับรัฐบาลท้องถิ่นเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในหลายรัฐ เทศบาลหรือหน่วยงานรัฐบาลท้องถิ่นอื่น ๆ ได้จัดทำกฎหมาย (มักเรียกว่ากฎหมาย) ที่ควบคุมการขายและการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ภายในเขตอำนาจศาลของตน ในรัฐอื่น ๆ การควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จะยังคงอยู่ที่ระดับรัฐโดยมีกฎระเบียบเพียงเล็กน้อยหรือไม่มีเลยที่เริ่มต้นที่ระดับท้องถิ่น

⁷⁸ ดูประกาศจังหวัดได้ที่ <https://www.pyrenees-atlantiques.gouv.fr/content/download/41153/262153/file/recueil-64-2021-269-recueil-des-actes-administratifs-special.pdf>

⁷⁹ <https://www.lci.fr/societe/noel-2021-nouvel-an-vente-alcool-feux-d-artifice-tour-d-horizon-des-restrictions-locales-pendant-les-fetes-de-fin-d-annee-2205441.html>

⁸⁰ The National Institute on Alcohol Abuse and Alcoholism. (n.d.). About Alcohol Policy. Alcohol Policy Information System. retrieved on April 18, 2021 from <https://alcoholpolicy.niaaa.nih.gov/about-alcohol-policy>

⁸¹ Marin Institute. (September 2010). Big Alcohol's Attempt to Dismantle Regulation State by State. retrieved on April 18, 2021 from https://alcoholjustice.org/images/stories/pdfs/controlstate_report_final.pdf

⁸² U.S. Department of the Treasury. (n.d.). Alcohol Beverage Authorities in United States, Canada, and Puerto Rico. Alcohol and Tobacco Tax and Trade Bureau. retrieved on April 18, 2021 from <https://www.ttb.gov/wine/alcohol-beverage-control-boards>



5. ข้อเสนอแนะ

จากปัญหาเรื่องการส่งเสริมให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีบทบาทในการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ได้กล่าวไปในหัวข้อที่ผ่านมาแล้ว หากจะพยายามหาทางแก้ปัญหาอาจต้องดำเนินการตามข้อเสนอดังต่อไปนี้

1. การแก้ปัญหาจากตัวบทบัญญัติของกฎหมาย

ก. ในแง่โครงสร้างขององค์กรผู้มีบทบาทในการกำหนดนโยบายและควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตาม พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551

- โครงสร้างคณะกรรมการระดับชาติควรมีองค์ประกอบที่มีผู้แทนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นอยู่ด้วย จะได้สะท้อนสภาพความต้องการและสนองประโยชน์ของท้องถิ่นผ่านการกำหนดยุทธศาสตร์นโยบายแอลกอฮอล์ระดับชาติได้อย่างถูกต้อง เหมาะสม ตรงประเด็นและมีความเป็นไปได้ อันจะส่งผลเรื่องการบรรลุผลสำเร็จของแผนยุทธศาสตร์ และนโยบายได้

- โครงสร้างคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก็เช่นกันควรมีองค์ประกอบที่มีผู้แทนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นอยู่ด้วย และผู้แทนของท้องถิ่นควรเป็นผู้แทนที่เป็นผู้มีวิสัยทัศน์ ความรู้ ความเข้าใจ ทั้งในแง่บทบัญญัติของกฎหมาย เทคนิคทางกฎหมายที่จะนำไปใช้ปฏิบัติ การเข้าใจสภาพข้อเท็จจริงหรือสภาพธรรมชาติทางพื้นที่และผู้คนที่เกี่ยวข้องที่จะได้มีส่วนสำคัญในการเสนอนโยบาย แผนงาน และการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เกี่ยวกับมาตรการด้านภาษี รวมทั้งมาตรการต่าง ๆ ในการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ตลอดจนกำหนดมาตรการต่าง ๆ ที่เหมาะสมกับท้องถิ่นได้เป็นอย่างดี

- โครงสร้างคณะกรรมการระดับจังหวัดควรมีการกำหนดสัดส่วนของผู้แทนของท้องถิ่นเสียใหม่ในลักษณะที่เป็นจำนวนที่แน่นอน เช่น จากเดิม “ไม่เกิน” สี่คนอาจจะเปลี่ยนเป็น “จำนวนสี่คน” หรืออาจจะมากกว่านี้ ทั้งนี้ เพื่อให้ทุกจังหวัดให้ความสำคัญและมีองค์ประกอบของท้องถิ่นอยู่เท่า ๆ กัน

- กำหนดให้มีโครงสร้างของคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เฉพาะของท้องถิ่นเองแบบเดียวกับที่กรุงเทพมหานครมีคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กรุงเทพมหานครเฉพาะของเขตพื้นที่เอง อย่างไรก็ตาม ในประเด็นนี้มีข้อควรพิจารณาอยู่บ้างประการคือ อาจพิจารณาได้ว่าเมื่อมีโครงสร้างคณะกรรมการระดับจังหวัดทำงานอยู่แล้วการจะให้จัดตั้งคณะกรรมการระดับท้องถิ่นขึ้นในจังหวัดจะเป็นการซ้ำซ้อนหรืออาจเกิดความเชื่อมต่อในการทำงานกันเกิดขึ้นภายในเขตจังหวัด ในประเด็นนี้มีข้อเสนอในการดำเนินการคือ อย่างแรกควรปรับปรุงโครงสร้างของโครงสร้างคณะกรรมการระดับจังหวัดก่อนดังที่ได้อธิบายไปในหัวข้อที่เสนอไปในหัวข้อก่อนหน้าถัดจากหัวข้อนี้ แต่หากในกรณีที่ต้องการจะยกระดับการให้ความสำคัญกับท้องถิ่นให้มากขึ้นก็อาจทำให้องค์ประกอบของคณะกรรมการ

ระดับจังหวัดมีโครงสร้างใหม่ โดยให้มีองค์ประกอบของผู้แทนของท้องถิ่นมีจำนวนเกินกึ่งหนึ่ง ดังนั้น ข้อเสนอตามข้อนี้ไม่ได้หมายความว่าท้องถิ่นแต่ละแห่งจะมีคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เป็นของตนเองในพื้นที่ แต่หมายความถึงการมีคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ท้องถิ่น รวม โดยอาจมีองค์ประกอบของผู้แทนของส่วนกลางหรือส่วนภูมิภาค เช่น ผู้ว่าราชการจังหวัด หรือ สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดในสัดส่วนที่น้อยกว่า เพื่อให้ยังคงมีจุดเชื่อมโยงและการส่งผ่านนโยบาย จากส่วนกลางหรือยังคงอยู่ใต้การกำกับดูแลจากส่วนกลางได้อยู่ ทั้งนี้ ให้เป็นคณะกรรมการที่มีอยู่ทุก จังหวัด เนื่องจากในทุกจังหวัดย่อมประกอบไปด้วยองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจำนวนมาก จะได้มาช่วย กันคิดและกำหนดมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเขตพื้นที่ของตนและในเขตพื้นที่ใกล้เคียง ของตนได้อย่างเหมาะสมและเป็นไปได้ด้วยความรวดเร็ว สำหรับการจัดการประชุมอาจมอบให้จัดทำ การประชุม ณ ที่ทำการของจังหวัดเช่นที่เคยกระทำอยู่ก็ได้

ข. ในแง่ของอำนาจหน้าที่และการกำหนดมาตรการในการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

อำนาจหน้าที่และการกำหนดมาตรการในการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานการณ์ ทั่วไป

ให้ส่วนกลางกำหนดมาตรการต่าง ๆ ผ่านโดยตรงจากบทบัญญัติของกฎหมาย ไม่ว่าจะโดยพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 เอง หรือโดยกฎหมายลำดับรอง เช่น กฎกระทรวง หรือประกาศกระทรวง แล้วแต่กรณี หรือการกำหนดนโยบายและมาตรการตามคำสั่งที่ ส่วนกลางกำหนด โดยส่งผ่านไปยังหน่วยงานส่วนภูมิภาคหรือคณะกรรมการระดับจังหวัดที่มีอยู่

อำนาจหน้าที่และการกำหนดมาตรการในการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานการณ์ เฉพาะหรือสถานการณ์พิเศษ ให้ท้องถิ่นสามารถออกข้อบัญญัติท้องถิ่นหรือมาตรการต่าง ๆ ที่จำเป็น ต่อการจัดการสถานการณ์นั้นได้เอง ทั้งนี้ ให้กำหนดไว้ในพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 นั้นเอง หรืออาจกระทำได้โดยการกำหนดลงในพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ว่าถ้ามีสถานการณ์พิเศษเกิดขึ้น รัฐสามารถตราพระราชกฤษฎีกากำหนดให้ท้องถิ่นสามารถ ใช้อำนาจต่าง ๆ ได้เพื่อความจำเป็น

ค. กฎหมายทั่วไปที่ให้อำนาจแก่ท้องถิ่นในการดำเนินการ (กฎหมายจัดตั้งท้องถิ่น)

ในส่วนนี้มีปัญหาต้องพิจารณาและกำหนดให้ชัดว่าท้องถิ่นควรมีอำนาจอยู่ในกรอบงาน เพียงเท่าใดตรงเท่าที่ไม่ขัดต่อกฎหมายเฉพาะในเรื่องใด ๆ ที่มีอยู่แล้ว และต้องไม่ขัดต่อนโยบายหรือ วิธีการ (หรือมาตรการ) ที่รัฐส่วนกลางกำหนดขึ้นนั่นเอง



2. การแก้ปัญหาจากการบริหารจัดการ

จากปัญหาในทางข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้นกับการปกครองท้องถิ่นไทย สิ่งที่ต้องยอมรับอย่างปฏิเสธไม่ได้คือ การที่ท้องถิ่นยังมีความเหลื่อมล้ำอยู่อย่างไม่เท่ากันในแต่ละท้องถิ่น ประกอบกับมีท้องถิ่นอยู่หลายประเภท แต่ละประเภทก็มีความเจริญไม่เท่ากัน ดังนั้น การจะให้ท้องถิ่นมีอำนาจในการจัดการ โดยให้อำนาจไปในทันทีและพร้อมกันทั้งหมดจึงเป็นไปได้ยาก ฉะนั้น แนวทางที่เป็นไปได้ คือ

1. ให้ท้องถิ่นที่มีความเจริญแล้ว เช่น เทศบาล กทม. พัทยา มีอำนาจในการจัดการ ในขณะที่ท้องถิ่นประเภท อบต. ใช้วิธีการรับฟังนโยบายและคำแนะนำจากจังหวัดแบบที่เคยทำ
2. เพิ่มจำนวนกรรมการระดับจังหวัดให้มีท้องถิ่นมากขึ้นจะได้ทำงานร่วมกันได้กับภูมิภาคอย่างใกล้ชิดและมีบทบาทมากขึ้น ทั้งนี้ อยู่ภายใต้การกำกับดูแลอย่างใกล้ชิดเช่นเดิม
3. ในแผนระยะยาว ควรให้ท้องถิ่นออกข้อบัญญัติท้องถิ่นเป็นของตนเองได้เมื่อมีความรู้ความชำนาญถึงระดับแล้ว

สรุปได้ว่าเป็นแผนดำเนินการแบบ ต้นน้ำ กลางน้ำ ปลายน้ำ (แผนระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาว) นั่นเอง





แนวทางการพัฒนากฎหมายควบคุมธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
Guidelines for Developing Alcoholic Beverage Business Control Law

สรุป

ในปัจจุบันมีกฎหมายที่ออกมาควบคุมการตีเครื่องตีแอลกอฮอล์ในหลายแง่มุม แต่เมื่อพิจารณาปัญหาการควบคุมการตีเครื่องตีแอลกอฮอล์ในประเทศไทย ยังพบว่า ทิศทางในการแก้ไขปัญหาของประเทศไทยยังไม่มี ความชัดเจนเพียงพอ ทั้งในส่วนของ รูปแบบการบริหารจัดการส่วนกลางและการกระจายอำนาจเกี่ยวกับการแก้ไขปัญหาในระดับท้องถิ่น ซึ่งส่งผลให้มาตรการหรือแนวทางในทางกฎหมายยังมีช่องว่างอยู่ ไม่ว่าจะ เป็นมาตรการทางภาษีทั่วไปที่อาจยังไม่ครอบคลุมรายจ่ายเฉพาะอย่าง การให้การ สนับสนุนทางการเงินกับกีฬาทำให้ปรากฏตราสินค้าเป็นที่จดจำ การใช้เครื่องหมาย ทางการค้าสินค้าเครื่องตีแอลกอฮอล์กับสินค้าชนิดอื่น หรือการควบคุมการบริโภค เครื่องตีแอลกอฮอล์โดยองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่ยังขาดประสิทธิภาพ ซึ่งประเด็น เหล่านี้เป็นที่มาของการทำการศึกษาวิจัยเพื่อนำเสนอแนวทางในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นให้มีรูปธรรมมากขึ้น

จากการศึกษาวิจัยพบปัญหาที่น่าสนใจในการพัฒนามาตรฐานกฎหมาย เพื่อควบคุม ธุรกิจเครื่องตีแอลกอฮอล์ โดยเริ่มจากประเด็นด้านการจัดเก็บรายได้จากเครื่องตี แอลกอฮอล์ให้มีความเหมาะสมและลดการผูกขาดการใช้อำนาจไว้ที่ส่วนกลาง รวมถึง การออกกฎหมายหรือกฎเกณฑ์เพื่อเสนอแนวทางอื่นที่เหมาะสมในการเก็บเงินเพิ่มเติม นอกเหนือจากการเก็บภาษีเครื่องตีแอลกอฮอล์ จากแนวคิดที่ว่า การจัดเก็บภาษีทั่วไป อาจไม่เพียงพอครอบคลุมรายจ่ายที่เกิดขึ้นจากความเสียหายหรือผลกระทบที่เกิดขึ้นจาก เครื่องตีแอลกอฮอล์ และต้องการจูงใจให้ลดการบริโภคเครื่องตีแอลกอฮอล์ จึงต้อง มองหารูปแบบการจัดเก็บเงินอย่างอื่น ๆ เพื่อนำมาใช้จ่ายได้โดยตรงเป็นการเฉพาะ เพราะการจัดเก็บเงินในรูปแบบของภาษีนั้นมีลักษณะหนึ่งที่สำคัญคือ ไม่มีผลประโยชน์ ตอบแทนให้โดยตรงแก่ผู้ที่จ่ายเงินภาษี แต่อาจมีประโยชน์ให้โดยอ้อมในลักษณะของ

ประโยชน์สาธารณะที่สมาชิกในสังคมจะได้รับเป็นการทั่วไปไม่เฉพาะเจาะจงการนำเงินใช้จ่ายตามวัตถุประสงค์โดยเจาะจงจะทำให้การดำเนินงานมีความชัดเจน ตรงตามความต้องการมากกว่าการนำเงินภาษีไปใช้จ่ายตามวัตถุประสงค์โดยทั่วไป อีกทั้งทำให้ประชาชนตระหนักถึงความคุ้มค่าที่ตนเองได้รับระหว่างภาระภาษีที่ต้องจ่ายกับประโยชน์ที่ตนได้รับโดยตรง

สำหรับประเทศไทยมีการจัดเก็บภาษีเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทั้งในรูปแบบภาษีทั่วไป (General Tax) และวัตถุประสงค์เฉพาะ (Earmarked Tax) อย่างไรก็ตามยังไม่มีวัตถุประสงค์เฉพาะเพื่อเยียวยาความเสียหายหรือผลกระทบที่เกิดขึ้นจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยตรง จึงพิจารณารูปแบบการจัดเก็บเงินเพื่อสุขภาพ (Medicare Levy Surcharge-Fringe Benefits) ของประเทศออสเตรเลีย ที่ให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการจ่ายเงิน และกองทุนการประกันสุขภาพ (National Health Insurance Tax) ของประเทศญี่ปุ่นที่ต้องจ่ายเงินสมทบเพิ่มเติมในลักษณะเบี้ยประกันโดยให้ท้องถิ่นเป็นผู้ดูแลจัดการสมทบเพิ่มเติมในกองทุนวัตถุประสงค์เฉพาะดังกล่าวนอกเหนือไปจากการจัดสรรงบประมาณรายจ่ายประจำปี (Annual Budget) และจากการจัดเก็บภาษีทั่วไป (General Tax)

คณะผู้เขียนเห็นว่าประเทศไทยยังไม่มี การจัดเก็บเงินวัตถุประสงค์เฉพาะเพื่อเยียวยาความเสียหายหรือผลกระทบที่เกิดขึ้นจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยตรง จึงเสนอแนะแนวทางเก็บเงินเพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะในลักษณะกองทุนเพิ่มเติมและประกันสุขภาพสมทบเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นอกเหนือจากการเก็บภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เพื่อนำไปชดเชยกับความเสียหายหรือผลกระทบที่เกิดขึ้นจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้โดยตรง รวมทั้งเป็นมาตรการเสริมให้การควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อีกทางหนึ่ง อย่างไรก็ตาม อาจต้องมีการกำหนดนิยามผู้ได้รับความเสียหายหรือผลกระทบจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และวิเคราะห์มูลค่าผลกระทบทางสังคม สุขภาพ และเศรษฐกิจจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพื่อใช้ในการกำหนดอัตราในการจัดเก็บที่เป็นรูปธรรมและเหมาะสมต่อไป

นอกจากนี้ยังมีอีกมาตรการหนึ่งซึ่งใช้ในการลดการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ลงให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นคือมาตรการการห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งมาตรการดังกล่าวจะเป็นเครื่องมือในการป้องกันไม่ให้ผู้บริโภครวมถึงเยาวชนเกิดแรงจูงใจในการอยากดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จากการศึกษาพบว่า ยังมีอีกช่องทางที่ใช้ในการโฆษณาของผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แต่กลับไม่ได้ถูกควบคุม คือ การเป็นผู้สนับสนุนทางการเงินให้กับทีมกีฬาหรือนักกีฬา (Sponsorship) เนื่องจากกีฬาถือเป็นการล้นหนทางการอย่างหนึ่งที่สามารถเข้าถึงได้ทุกเพศทุกวัย ตั้งแต่การเล่นกีฬาไปจนถึงการรับชมกีฬา และโดยภาพลักษณ์ของกีฬานั้นก็ถือเป็นกิจกรรมทางด้านการพัฒนาด้านสุขภาพอีกด้วย ซึ่งมีกลุ่มเป้าหมายมีได้ทั้งในระดับกลุ่มมวลชน (Mass) และกลุ่มเฉพาะ (Niche market) เมื่อพิจารณาพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ที่ใช้บังคับอยู่ในปัจจุบัน ยังไม่ครอบคลุมถึงการบังคับใช้ในการห้ามผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นผู้สนับสนุนทางการเงินในกีฬา แต่เมื่อ



เปรียบเทียบกับประเทศฝรั่งเศส จะพบว่าได้มีการออกกฎหมายห้ามการรับเงินสนับสนุนทางการศึกษาดังกล่าวนี้อีก ตามมาตรา L.3323-2, L.3323-4 ของประมวลกฎหมายสาธารณสุข โดยมีการกำหนดว่า “...ห้ามดำเนินการสนับสนุนทางการเงินใด ๆ ไม่ว่าจะทางตรงหรือทางอ้อม เมื่อวัตถุประสงค์หรือผลของการสนับสนุนทางการเงินดังกล่าวคือการโฆษณาชวนเชื่อหรือการโฆษณาเพื่อสนับสนุนเครื่องดื่มแอลกอฮอล์” ถึงแม้ว่าจะมีการห้ามสนับสนุนทางการเงินดังกล่าวแล้ว แต่ในมาตรา L.3323-6 ของประมวลกฎหมายสาธารณสุข ก็ยังมีข้อกำหนดเพิ่มเติมที่เป็นข้อยกเว้นของการสนับสนุนทางการเงินดังกล่าวภายใต้เงื่อนไขบางประการที่กำหนดว่า “ผู้ให้การสนับสนุนทางการเงินสามารถให้การสนับสนุนได้ในกรณีที่มีการสนับสนุนไปเพื่อการพัฒนาในด้านสิ่งแวดล้อม หรือวัฒนธรรม ภายใต้การให้การขออนุญาตของรัฐตามกฎหมาย” เพิ่มเติมด้วย นอกจากนี้ การสนับสนุนฯโดยบริษัทที่ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์สามารถทำได้ภายใต้เงื่อนไขบางประการตามที่กำหนดไว้ คือ เฉพาะการค้า ธุรกิจ หรือวัตถุประสงค์อื่น ๆ เท่านั้นที่สามารถอ้างได้ว่าเป็นผู้สนับสนุน แต่ไม่สามารถอ้างถึงผลิตภัณฑ์แอลกอฮอล์หรือชื่อสามัญของเครื่องดื่มกลั่นได้

ดังนั้น ควรให้มีการกำหนดห้ามผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นผู้สนับสนุนทางการเงินในกีฬาขึ้นในประเทศไทย เพื่อลดการรับรู้ผ่านช่องทางการโฆษณา แต่ก็ควรเปิดแนวทางทางอื่นเพื่อช่วยในการส่งเสริมธุรกิจกีฬาต่อไปได้อีกด้วย ผู้เขียนขอเสนอเนื้อหาที่ควรบัญญัติไว้ในกฎหมาย ดังนี้ “มาตรา..... ห้ามผู้ใดดำเนินการให้การสนับสนุนทางการเงินด้วยเหตุที่เป็นไปเพื่อการโฆษณาหรือสร้างการรับรู้ต่อภาพลักษณ์ต่อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เว้นแต่เป็นไปตามที่รัฐมนตรีประกาศกำหนดโดยคำแนะนำของคณะกรรมการควบคุม”

อีกทั้งประเด็นที่พบมากเกี่ยวกับการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทย คือ ปัญหาการใช้เครื่องหมายการค้าหรือโลโก้ที่คล้ายคลึงหรือเหมือนกับเครื่องหมายการค้าของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กับสินค้าชนิดอื่นถือเป็นกลยุทธ์อย่างหนึ่งของผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในยุคปัจจุบัน และกลายเป็นปัญหาลำคัญที่ไม่สามารถควบคุมได้เพราะไม่มีมาตรการทางกฎหมายที่จะจัดการแก้ไขปัญหาดังกล่าวได้โดยตรง

ในประเด็นดังกล่าวเมื่อพิจารณาพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 พบว่านายทะเบียนไม่มีอำนาจที่ปฏิเสธการรับจดทะเบียนหรือเพิกถอนการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าที่คล้ายคลึงหรือเหมือนกับเครื่องหมายการค้าของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ เนื่องจากกฎหมายไม่ได้กำหนดว่าการนำเครื่องหมายการค้าไปใช้ในทางที่ผิดหรือใช้ในลักษณะของการโฆษณาแฝงเป็นการต้องห้ามตามกฎหมาย และไม่อาจถือว่าเป็นเครื่องหมายที่ต้องห้ามรับจดทะเบียนแต่อย่างใด อีกทั้งผู้ที่ขอจดทะเบียนมักเป็นเจ้าของเดียวกันกับเครื่องหมายการค้าของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จึงมีสิทธิที่จะใช้เครื่องหมายการค้าหรือขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าเพื่อให้ได้รับการคุ้มครองในฐานะทรัพย์สินทางปัญญา



อย่างไรก็ตาม การกำหนดมาตรการในการห้ามหรือการจำกัดสิทธิในการใช้เครื่องหมายการค้าย่อมสามารถทำได้ หากรัฐมีความจำเป็นเพื่อคุ้มครองประโยชน์ด้านสุขภาพของประชาชน แต่เมื่อพิจารณาถึงพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ซึ่งเป็นบทบัญญัติที่เกี่ยวกับการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยตรงก็ได้ห้ามผู้ประกอบการในการใช้เครื่องหมายการค้าของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กับสินค้าประเภทอื่น ทั้งการนำเครื่องหมายการค้าไปใช้ในลักษณะของการโฆษณาแฝงของผู้ประกอบการก็ไม่อยู่ในบังคับของมาตรา 32 แห่งพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 อันจะถือว่าเป็นการกระทำที่ผิดกฎหมาย ดังนั้น เพื่อป้องกันการนำเครื่องหมายการค้าไปใช้ในทางที่ผิดและสร้างการรับรู้ถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ผ่านการโฆษณาแฝง จึงเห็นควรแก้ไขเพิ่มเติมบทบัญญัติมาตรา 32 แห่งพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ให้มีความชัดเจนและครอบคลุมถึงการโฆษณาสินค้าอื่นที่ใช้เครื่องหมายการค้าเหมือนหรือคล้ายคลึงกับเครื่องหมายการค้าของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยกำหนดให้การโฆษณาสินค้าอื่นที่ใช้เครื่องหมายการค้าที่เหมือนหรือคล้ายกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อยู่ภายใต้หลักเกณฑ์เดียวกันกับการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ประเด็นสุดท้าย เนื่องจากโครงสร้างในทางการใช้อำนาจรัฐที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ยังมีปัญหาในการบริหารจัดการและการกระจายอำนาจในการปฏิบัติหน้าที่ของเจ้าหน้าที่รัฐที่เกี่ยวข้องทั้งโดยตรงและโดยอ้อมต่อการทำหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งแนวทางการให้ท้องถิ่นมีบทบาทในการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในพื้นที่ตามกฎหมายไทย อาจกล่าวได้ว่าโครงสร้างและเนื้อหาของบทบัญญัติแห่งกฎหมายตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ซึ่งเป็นกฎหมายหลักเกี่ยวข้องโดยตรงกับวัตถุประสงค์ในการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ยังไม่ปรากฏชัดและไม่ได้ให้ความสำคัญในส่วนของการจะยกระดับบทบาทของท้องถิ่นเพื่อที่จะควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หรือแม้กระทั่งในระดับนโยบายหรือแผนยุทธศาสตร์ระดับคณะกรรมการนโยบายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แห่งชาติก็ไม่ได้มีการกระจายอำนาจดังกล่าวให้กับท้องถิ่นเพื่อทำหน้าที่ในการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ทั้งที่ท้องถิ่นเป็นหน่วยงานที่ใกล้ชิดและมีบทบาทสำคัญในการเข้าถึงประชาชนและมีทรัพยากรที่เพียงพอและสามารถเข้าใจพื้นฐานของแต่ละท้องถิ่นได้มากกว่าหน่วยงานอื่นของรัฐ นอกจากนี้ในแง่มุมมองของการกระจายอำนาจเกี่ยวกับการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จะเห็นได้ว่าอำนาจในการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ยังมีลักษณะเป็นการรวมศูนย์อำนาจไปไว้ที่ส่วนกลางซึ่งการรวมศูนย์อำนาจดังกล่าวไม่น่าจะเป็นผลดีต่อการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ซึ่งมีปัญหาระบายอยู่แทบทุกท้องถิ่น การรวมศูนย์อำนาจดังกล่าวส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานและการใช้อำนาจเพื่อการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศไทยเป็นอย่างมาก



ดังนั้นคณะผู้เขียนจึงเห็นว่าแนวทางหนึ่งที่จะทำให้การควบคุมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศไทยมีประสิทธิภาพและสามารถแก้ไขปัญหาดังกล่าวได้อย่างกว้างขวางมากขึ้นคือ การใช้อำนาจตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 โดยการกระจายอำนาจให้กับท้องถิ่นและให้ท้องถิ่นเป็นส่วนหนึ่งของโครงสร้างของคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามที่บัญญัติไว้ในมาตรา 10 และควรเพิ่มสัดส่วนของคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จังหวัดโดยให้มีตัวแทนของท้องถิ่นเข้าร่วมเป็นคณะกรรมการ โดยมีการทำงานร่วมกันทั้งในส่วนของท้องถิ่นและส่วนของคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประจำจังหวัดทั้งนี้เพื่อให้การกระจายอำนาจเกี่ยวกับการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีประสิทธิภาพมากขึ้น นอกจากนี้ยังต้องมีการกำหนดให้มีคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของกรุงเทพมหานครตามที่บัญญัติไว้ในมาตรา 18 ด้วย ซึ่งการกำหนดโครงสร้างเหล่านี้เป็นส่วนหนึ่งของการลดการผูกขาดอำนาจเกี่ยวกับการควบคุมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไว้ที่ส่วนกลางให้มีการกระจายอำนาจเกี่ยวกับการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไปยังท้องถิ่นให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นและเป็นส่วนช่วยเหลือที่สำคัญที่จะทำให้การปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ส่วนกลางมีประสิทธิภาพมากขึ้นกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน นอกจากนี้ในแง่มุมมองของการใช้อำนาจด้านการใช้มาตรการทางภาษีเพื่อเป็นเครื่องมือในการจัดเก็บรายได้สำหรับการนำเงินรายได้จากการจำหน่ายรายการเก็บภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มาใช้เพื่อเยียวยาหรือเพื่อดำเนินการในการลดการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ลงนั้นส่วนหนึ่งอำนาจดังกล่าวควรต้องมีการกระจายอำนาจมายังท้องถิ่นด้วย โดยการให้อำนาจแก่ท้องถิ่นในการออกมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้โดยตรง ทั้งนี้การออกมาตรการดังกล่าวอาจอยู่ในส่วนของการออกข้อบังคับท้องถิ่นที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดเงื่อนไขในการจำหน่ายในแต่ละพื้นที่ไม่ว่าจะเป็นพื้นที่จำหน่ายหรือเวลาจำหน่ายหรืออายุของผู้ซื้อหรือองค์ประกอบของการเป็นผู้จำหน่ายหรือสถานที่บริโภค รวมถึงแนวทางในการจัดเก็บภาษีและแนวทางอื่นที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้การออกกฎดังกล่าวอาจต้องอยู่ภายใต้การรับรองได้เห็นชอบจากส่วนกลางหรือมีการกำหนดกรอบที่เป็นแนวทางซึ่งเป็นกฎระเบียบกลางไว้ให้เป็นแนวทางกับในแต่ละท้องถิ่นเพื่อให้แนวทางในการบังคับใช้และการออกกฎเกณฑ์ต่าง ๆ เป็นไปโดยมีประสิทธิภาพและเป็นไปในทิศทางเดียวกันให้มากที่สุด

อย่างไรก็ตามการกระจายอำนาจอาจต้องมีการดำเนินการในลักษณะที่มีแบบแผนชัดเจนเนื่องจากองค์ประกอบในทางโครงสร้างของแต่ละท้องถิ่นอาจมีความแตกต่างกันทั้งขนาดขององค์กรและวัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่นซึ่งอาจจะเริ่มกระจายอำนาจไปยังท้องถิ่นที่มีความพร้อมและขยายแนวทางในการปฏิบัติโดยการกำหนดกรอบให้มีความชัดเจนและเพิ่มปริมาณท้องถิ่นที่เข้าเงื่อนไขและมีการกำหนดระยะเวลาที่ชัดเจนในการกระจายอำนาจไปยังท้องถิ่นให้แล้วเสร็จในทุกท้องถิ่นให้มีความชัดเจนเพื่อให้แผนการกระจาย



อำนาจมีขั้นตอนและมีแผนการที่มีความชัดเจนและเกิดประสิทธิภาพมากที่สุด ทั้งนี้การดำเนินการต่าง ๆ ของท้องถิ่นอาจต้องอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จังหวัด ด้วย เพื่อให้การกระจายอำนาจเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและการใช้อำนาจเป็นไปโดยถูกต้องและเกิดประสิทธิภาพมากที่สุดกับประชาชนในท้องถิ่น



บรรณานุกรม

- กรมควบคุมโรค. (ม.ป.ป.). ร่างพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (ฉบับที่ ..) พ.ศ. http://alcoholact.ddc.moph.go.th/act/file/oabc_draft2.pdf
- กรมสรรพสามิต. (2560). พระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2560 หลักการอิงภาระ ภาษีที่จัดเก็บภาษีในปัจจุบัน ไม่ทำให้เกิดผลกระทบต่อผู้บริโภค. https://www.excise.go.th/excise2017/NEWS/PUB_NEWS/Detail/24-3-2560-5/index.htm
- กฤษรัตน์ ศรีสว่าง. (2564). กฎหมายภาษีสรรพสามิต. วิทยุชน.
- เกริกเกียรติ พิพัฒเสรีธรรม. (2552). การคลังว่าด้วยการจัดสรรและการกระจาย. (พิมพ์ครั้งที่ 9). สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- จุฑาลักษณ์ จำปาทอง. (2558). แนวคิดเกี่ยวกับภาษีเพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะในประเทศไทย. กลุ่มงานติดตามและประมวลผลงานของวุฒิสภา สำนักวิชาการ สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา.
- จุมพล ศรีจงศิริกุล. (ม.ป.ป). การควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศ ฝรั่งเศส. สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา.
- เฉลิมชัย ก๊กเกียรติกุล. (2556). ความเป็นมาของความตกลงว่าด้วยทรัพย์สินทางปัญญา (TRIPS Agreement). http://chalemchai-nbtc.blogspot.com/2013/06/1_7395.html
- ณัฐธยาน์ ว่องวงศารักษ์. (2555). การจัดเก็บภาษีเฉพาะสำหรับกองทุนประกันสุขภาพ [วิทยานิพนธ์ปริญญานิติศาสตรมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ดาวณา เกตุทอง. (2563). การกระจายอำนาจสู่องค์กรปกครองท้องถิ่น. วารสาร มจร เพชรบุรีปริทรรศน์, 3(2), 52.
- ดิเรก ปัทมสิริวัฒน์. (2558). “ภาษีเฉพาะ (Earmarked Tax)” ถึง “การคลังเพื่อสังคม” กับคำถามเรื่องวินัยทางการคลังองค์กรอิสระ. <https://www.thaipbs.or.th/news/content/4208>

- เดือนเด่น นิคมบริรักษ์, และเบญจมาศ ยศปัญญา. (2548). *การศึกษาผลกระทบและแนวทางการปรับตัวของ SMEs ไทยต่อการทำข้อตกลงการค้าเสรีไทย-สหรัฐอเมริกา: รายงานฉบับสมบูรณ์*. สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย.
- เดือนเด่น นิคมบริรักษ์, วีรวลัย ไพบูลย์จิตต์อารี, ธารทิพย์ ศรีสุวรรณเกศ, และพรชัย พิลาหาเวสส. (2556). *รายงานฉบับสมบูรณ์โครงการการพัฒนาแนวทางอภิบาลระบบหลักประกันสุขภาพ*. <https://tdri.or.th/wp-content/uploads/2014/08/final-report-thailand-health-insurance.pdf>
- ธัชชัย ศุภผลศิริ. (2536). *คำอธิบายกฎหมายเครื่องหมายการค้า*. สำนักพิมพ์นิติธรรม.
- ธัชชัย ศุภผลศิริ. (2538). *หลักการเบื้องต้นของกฎหมายเครื่องหมายการค้า*. อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.
- ธันนัท โกมลไพศาล. (2558). *ต้นทุนผลกระทบทางสังคมจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทย: การพัฒนาไฟล์ต้นแบบในการประเมิน*. คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นวฤทธิ อัครควกริจ. (2551). *กลยุทธ์การสร้างสรรคงานโฆษณา*. (พิมพ์ครั้งที่ 3). สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ปิติเทพ อยุยืนยง. (ม.ป.ป.). *การชกกีฬาฟุตบอล การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และกฎหมายอังกฤษ*. <https://www.law.cmu.ac.th/law2011/journal/e1458895828.pdf>
- ไพศาล ลัมสฤติย์, จุณวิทย์ ชลิตาพงศ์ และจุมพล แดงสกุล. (2563). *โครงการ “มาตรการทางกฎหมายในการจัดการปัญหา เครื่องหมายการค้าที่มีความคล้ายคลึงกับเครื่องหมายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามกฎหมายเครื่องหมายการค้าและข้อเสนอในการแก้ไขกฎหมายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา” รายงานฉบับสมบูรณ์*. แผนงานศูนย์วิจัยปัญหาสุรา คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- มนต์ชัย วัชรบุตร. (2558). *สิทธิในการใช้เครื่องหมายการค้า*. <https://www.dsi.go.th>
- วิรัช ทวีทรัพย์มาตกุล. (2546). *ปัญหาการให้ความคุ้มครองแก่เครื่องหมายการค้าในรูปกลุ่มของสิทธิวิทยานิพนธ์ปริญญานิติศาสตรมหาบัณฑิต*. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- วุฒิสาร ตันไชย. (2557). *การกระจายอำนาจและประชาธิปไตยในประเทศไทย*. สถาบันพระปกเกล้า.
- ศรีรัช ลอยสมุท. (2561). *เหลียวหน้า แลหลัง เกาะกระแส ดีแผ่ทุกประเด็น: เจาะลึกกลยุทธ์ธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรอบ 3 ปีที่ผ่านมา*. http://cas.or.th/cas/wp-content/uploads/2019/06/เหลียวหน้าแลหลัง*.pdf
- ศูนย์วิจัยเพื่อการพัฒนาสังคมและธุรกิจ. (2561). *การรับรู้และการตอบสนองต่อการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์: กรณีศึกษาประชาชนอายุ 15 ปี ขึ้นไปใน 12 จังหวัดทั่วทุกภูมิภาคของประเทศ ครั้งที่ 2*. ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.).



- สำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์. (ม.ป.ป). รายงานการผลการดำเนินงานควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์. <https://ddc.moph.go.th/uploads/files/1438820200823062406.pdf>
- สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร. (ม.ป.ป.). ร่างพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (ฉบับที่ ..) พ.ศ. https://www.parliament.go.th/section77/manage/files/file_20210623130332_1_146.pdf
- แสง บุญเฉลิมวิภาส. (2561). การตีความกฎหมาย มาตรา 32 ตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551. ใน กรมควบคุมโรค (บรรณาธิการ), *การประชุมวิชาการเรื่อง การตีความและการบังคับใช้กฎหมาย มาตรา 32 ตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551.* (น. 57-58). (ม.ป.ท.)
- อรพิน ผลสุวรรณ สบายรูป. (2557). *กฎหมายการคลัง.* (พิมพ์ครั้งที่ 3). โครงการตำราและเอกสารประกอบการสอน คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เอื้ออารีย์ อังจะนิล. (2564). การรักษาความสมดุลระหว่างประสิทธิภาพและความโปร่งใสของภาษีเพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะ (Earmarked tax) ในประเทศไทย. *วารสารกฎหมาย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,* 39(2), 73-89.
- Alcohol Rhythm. (2564). *อัดฉีดด้วยฤทธิ์แอลกอฮอล์ ธุรกิจน้ำเมากับการเป็นสปอนเซอร์วงการกีฬา.* <https://alcoholrhythm.com/sport-sponsor-alcohol/>
- Article datant du 18/03/2010 écrit par la rédaction de Net-Iris.com, spécialisé dans le droit à l'information juridique. retrieved on April 18, 2021 from <http://www.net-iris.fr/veille-juridique/actualite/24269/en-quoiconsiste-le-contrat-de-partenariat.php>
- Cashin, C., Sparkes, S., & Bloom, D. (2017). *Earmarking for Health: From Theory to Practice.* <https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/255004/9789241512206-eng.pdf>
- Conseils Aide et Action contre la Toxicomanie. (n.p.). *Législation de l'alcool.* <http://www.caat.online.fr/loi/alcool.htm>
- JournalduNet. (2003, 27 May). *Sponsoring sportif : les points clefs des contrats.* <http://www.journaldunet.com/juridique/juridique030527.shtml>
- Kotler, P., & Keller, L. K. (2009). *Marketing Management* (13th ed.). Pearson Prentice Hall.
- Marin Institute. (2010, September). *Big Alcohol's Attempt to Dismantle Regulation State by State.* https://alcoholjustice.org/images/stories/pdfs/controlstate_report_final.pdf
- Monnerville, F. (2000). Le parrainage sportif: Aspect contractuels. *LEGICOM,* 23, 75-95. <https://www.cairn.info/revue-legicom-2000-3-page-75.htm>

- National Institute on Alcohol Abuse and Alcoholism. (n.d.). *About Alcohol Policy*. Alcohol Policy Information System. <https://alcoholpolicy.niaaa.nih.gov/about-alcohol-policy>
- Richard, M. B., & Joo, S. J. (2005, July). *Earmarking in Theory and Korean Practice*. https://www.researchgate.net/publication/4983772_Earmarking_in_Theory_and_Korean_Practice
- Sleight, S. (1989). *Sponsorship: What it is and how to use it*. McGraw-Hill.
- The MATTER. (2564, 8 กรกฎาคม). (ยาวแต่อยากให้อ่าน) คำชี้แจงร่างแก้ไข พ.ร.บ.ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ฉบับราชการ จากปากผู้เกี่ยวข้องในสำนักงานคุมเหล้า. <https://thematter.co/brief/148488/148488>
- Tribou, G., & Augé Bernard. (2006). *Management du sport* (2nd ed.). Dunod.
- U.S. Department of the Treasury. (n.d.). *Alcohol Beverage Authorities in United States, Canada, and Puerto Rico*. <https://www.ttb.gov/wine/alcohol-beverage-control-boards>





แนวทางการพัฒนา
กฎหมายควบคุมธุรกิจเครื่องดื่ม
แอลกอฮอล์

GUIDELINES FOR DEVELOPING ALCOHOLIC BEVERAGE BUSINESS CONTROL LAW
(สัณญาณเลขที่ 61-02029-0099)

ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา (ควส.)
สาขาวิชาระบาดวิทยา คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ และ
สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.)

☎ 074-451165, 083-5775533

🌐 <http://cas.or.th/>  facebook.com/cas.org.th/