



รายงาน

ผลการประชุมรับฟังความคิดเห็นต่อเอกสารวิชาการ

การปฏิบัติตามประกาศคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

เรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขเกี่ยวกับฉลากของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

พ.ศ. ๒๕๕๘ (ฉบับที่ ๒)

ดำเนินการรับฟังความคิดเห็นโดย

สถาบันพระปกเกล้า

สำนักงานคณะกรรมการสุขภาพแห่งชาติ

ครั้งที่ ๑ เมื่อวันที่ ๓๑ ตุลาคม ๒๕๖๐

ครั้งที่ ๒ เมื่อวันที่ ๕ มิถุนายน ๒๕๖๑

รายชื่อคณะผู้จัดทำ

การรับฟังความคิดเห็นต่อเอกสารวิชาการการปฏิบัติตามประกาศคณะกรรมการควบคุมเครื่องตีม
แอลกอฮอล์ หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขเกี่ยวกับฉลากของเครื่องตีมแอลกอฮอล์

พ.ศ. ๒๕๕๘ (ฉบับที่ ๒)

- | | |
|---------------------------------|-----------|
| ๑. ผศ.ดร.ทพ.วีระศักดิ์ พุทธาศรี | ที่ปรึกษา |
| ๒. ดร.สตีธร ธนานิธิโชติ | ที่ปรึกษา |
| ๓. นางสาวนงลักษณ์ ยอดมงคล | ที่ปรึกษา |
| ๔. นายปิยะภพ มะหะมัด | ผู้จัดทำ |

สารบัญ

เรื่อง	หน้า
บทสรุปผู้บริหาร	๔
๑. ความเป็นมา	๗
๒. วิธีการดำเนินงานและกลุ่มเป้าหมาย	๗
๓. สรุปความเห็นผู้ร่วมประชุม ครั้งที่ ๑	๑๕
๔. สรุปความเห็นผู้ร่วมประชุม ครั้งที่ ๒	๓๑
๕. สรุปผลการรับฟังความคิดเห็นในภาพรวม	๕๘
เอกสารอ้างอิง	
ภาคผนวก เอกสารประกอบการรับฟังความคิดเห็น	๗๒

บทสรุปผู้บริหาร

ผลการรับฟังความคิดเห็น

ต่อเอกสารวิชาการการปฏิบัติตามประกาศคณะกรรมการควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์
เรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขเกี่ยวกับฉลากของเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ พ.ศ. ๒๕๕๘ (ฉบับที่ ๒)

รายงานนี้เป็นการประมวลสรุปผลการรับฟังความคิดเห็นต่อเอกสารวิชาการการปฏิบัติตามประกาศ
คณะกรรมการควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ เรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขเกี่ยวกับฉลากของเครื่องตี้ม
แอลกอฮอล์ พ.ศ. ๒๕๕๘ (ฉบับที่ ๒) ที่สำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ กรมควบคุมโรค
กระทรวงสาธารณสุข ในฐานะหน่วยงานหลักที่รับผิดชอบเรื่องนี้ ร่วมกับสำนักงานคณะกรรมการสุขภาพ
แห่งชาติ (สช.) และสถาบันพระปกเกล้า จัดดำเนินการรับฟังความคิดเห็นของผู้เกี่ยวข้องซึ่งเป็นผู้แทนจาก
หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคม รวม ๒ ครั้ง ครั้งแรก เมื่อวันอังคารที่ ๓๑ ตุลาคม พ.ศ.
๒๕๖๐ ณ โรงแรมริชมอนด์ จ.นนทบุรี และครั้งที่สอง เมื่อวันอังคารที่ ๕ มิถุนายน ๒๕๖๑ ณ โรงแรมมารวย
การ์เด็น กรุงเทพฯ โดยมีประเด็นสำคัญให้ผู้เข้าร่วมการประชุมพิจารณา ๓ ประเด็นหลัก ประกอบด้วย

ประเด็นที่ ๑ : ประเด็นฉลากและบรรจุภัณฑ์ของเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ต้องไม่ใช่ข้อความที่
เป็นการไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคหรือเป็นข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวม

ประเด็นที่ ๒ : ประเด็นฉลากและบรรจุภัณฑ์ของเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ต้องไม่ใช่ข้อความที่
เชิญชวนให้บริโภค/ข้อความอวดอ้างสรรพคุณ

ประเด็นที่ ๓ : ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะประเด็นอื่นๆ

ผลการรับฟังความคิดเห็นโดยภาพรวมของผู้เข้าร่วมกลุ่มต่างๆ มีดังนี้

ผู้แทนหน่วยงานภาครัฐ

- ควรมีข้อยกเว้นในบางเรื่อง โดยเฉพาะเพื่อประโยชน์ของผู้บริโภคในการได้รับข้อมูลที่
ถูกต้องและเพียงพอเกี่ยวกับสินค้า
- ต้องมีการปรับ/แก้ข้อความในเอกสารวิชาการ และประกาศให้ชัดเจน

- (ก) ควรมีการลดความเป็นนามธรรมของข้อความ เช่น คำว่า “ไม่เป็นธรรม” ควรมีการอธิบายให้ชัดเจนว่าครอบคลุมเรื่องใดบ้าง โดยอาจมีการยกตัวอย่างประกอบ และมีการกำหนดนิยาม ขอบเขต เพื่อให้เกิดการตีความที่เป็นแนวเดียวกัน
- (ข) ต้องประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับเนื้อหาในประกาศฯและเอกสารวิชาการไปยังผู้เกี่ยวข้องให้ทั่วถึง เช่น ส่งร่างประกาศให้ผู้เกี่ยวข้องพิจารณาก่อนประกาศ/บังคับใช้
- (ค) จัดทำประกาศแนบท้าย หรือ แนวทางการปฏิบัติให้กับเจ้าหน้าที่ของรัฐได้ถือปฏิบัติ เพื่อลดการใช้ดุลยพินิจของผู้บังคับใช้กฎหมาย
- (ง) กำหนดให้ชัดเจนว่าบนฉลากมีอะไรได้บ้าง และให้ปฏิบัติตาม โดยจะต้องมีคำอธิบายที่ชัดเจนเกี่ยวกับรายละเอียดต่างๆ ซึ่งอาจเริ่มต้นจากประเด็นที่ชัดเจนก่อน เช่น รูปดารา แล้วนำไปบังคับใช้ให้เกิดผล จากนั้นจึงขยายไปบังคับใช้ข้ออื่นๆ ต่อไป

ผู้แทนภาคเอกชน

- (๑) ควรมีการเขียนขยายความในประกาศเรื่องตัวอย่างที่สามารถลงในฉลากได้ และควรมีเอกสารแนะนำ (guideline) ที่ชัดเจน เช่น ตัวอย่างสินค้า สถานที่ผลิต วิธีการผลิต
- (๒) การระบุแหล่งผลิตเป็นส่วนหนึ่งของการให้ข้อมูลผู้บริโภค ดังนั้นข้อความที่เป็นความจริงและเป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภคควรให้ระบุลงในฉลากได้ ในข้อนี้ควรเขียนหลักการให้ชัดเจน
- (๓) ข้อความที่เป็นข้อเท็จจริงควรสามารถลงในฉลากได้ เช่น การประกวด เหรียญรางวัล และควรเป็นข้อความที่ใช้ได้ เช่น แหล่งกำเนิด (ปัจจุบันไม่ให้เขียนเลย) ข้อมูลที่ได้รับ การรับรองจากสถาบันที่ถูกต้องตามกฎหมายควรใช้ได้ ไม่อย่างนั้นผู้บริโภคจะไม่ทราบเป็นสิทธิผู้บริโภคที่ควรต้องรู้คุณภาพสินค้า ถ้าไม่ให้แสดงเกรงว่าจะเอื้อให้เกิดการปฏิบัติในทิศทางอื่น เช่น บริษัทอาจย้ายฐานมาประเทศอื่นเพื่อลดต้นทุนในการผลิตลง และผู้บริโภคก็จะมีทางทราบคุณภาพสินค้าเลย เป็นต้น
- (๔) ปีที่ผลิต การติดรางวัลในฉลาก การระบุข้อความ XO, VSOP หรือ Premium ถือเป็น การให้ข้อมูลผู้บริโภคทั้งในแง่ของกระบวนการผลิตและประเภท ไม่ใช่การอวดอ้าง

สรรพคุณ ควรกำหนดนิยามข้อความที่อวดอ้างสรรพคุณและการให้ข้อมูลผู้บริโภคให้ชัดเจน

- (๕) ข้อมูลผลิตภัณฑ์สำหรับผู้บริโภคเฉพาะกลุ่ม เช่น tasting note ของไวน์ ฯลฯ เป็นข้อมูลที่ผู้บริโภคมีสิทธิที่จะได้รับ
- (๖) เครื่องหมายรับรองคุณภาพสินค้า เหยี่ยุธตรา เป็นข้อเท็จจริง ควรใช้ได้ เพราะถือว่าไม่ใช่การอวดอ้าง ซึ่งตรงนี้ต้องชัดเจนว่าใช้ได้หรือไม่
- (๗) ควรระบุคำนิยามของฉลากและบรรจุภัณฑ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้ชัดเจน เพื่อลดการตีความหรือการใช้ดุลพินิจของเจ้าหน้าที่ เช่น นิยามคำว่า การ์ตูน ภาพที่มีดารา ศิลปิน นักร้องหรือนักแสดงให้ชัดเจน กำหนดให้ชัดเจนว่าลักษณะใดเป็นการตูนลักษณะใดเป็นงานศิลปะ
- (๘) คณะกรรมการที่พิจารณาเรื่องฉลากสินค้าควรมีองค์ประกอบจากภาคเอกชน
- (๙) ควรมีการให้ข้อมูลและกำหนดเวลาในการตอบคำถามที่ชัดเจน และมีเอกสารที่ชัดเจนเกี่ยวกับแนวทางการจัดทำฉลากและการสอบถามข้อมูล

ผู้แทนภาคประชาสังคม

- (๑) เพิ่มเติมเหตุผลความจำเป็นที่ทำให้ต้องออกประกาศฉบับนี้ โดยมีคำอธิบายที่สะท้อนให้เห็นถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นหรือการใช้การจูงใจทางการตลาดของผู้ประกอบการที่เป็นปัญหาและทำให้ต้องมีการออกประกาศเพื่อควบคุมดูแล
- (๒) ต้องเพิ่มเติมต่อท้ายทุกข้อว่า หน่วยงานใดมีอำนาจตัดสินชี้ขาดเพื่อให้เกิดความชัดเจน (เช่น หน่วยงานราชการ หรือศาล) และไม่มีการผูกพันต่อกฎหมาย
- (๓) กำหนดว่าเป็นหน้าที่ของรัฐในการปกป้องสุขภาพของคนในประเทศ
- (๔) ควรมีคำอธิบายที่ชัดเจนเกี่ยวกับข้อกำหนด (ฉ) ข้อความที่ชักจูงหรือโน้มน้าวให้เข้าร่วมกิจกรรมทางด้านดนตรี กีฬา การประกวดหรือนันทนาการอื่นๆ ว่าหมายถึงอะไรและครอบคลุมกิจกรรมใดบ้าง
- (๕) ควรระบุให้มีข้อความที่เชิญชวนให้บริโภค/ข้อความอวดอ้างสรรพคุณอื่นๆ เพื่อให้การบังคับใช้ทำได้กว้างขวางและครอบคลุมยิ่งขึ้น

๑. ความเป็นมา

คณะกรรมการว่าด้วยอุปสรรคทางเทคนิคต่อการค้า (Technical barriers to trade committee meeting: TBT) ได้จัดการประชุม เมื่อวันที่ ๑๓ – ๑๕ มิถุนายน ๒๕๖๐ โดยมีข้อเสนอสำคัญจากที่ประชุม เรื่องแนวปฏิบัติของภาคธุรกิจเอกชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ต่อประกาศคณะกรรมการควบคุมเครื่องตี้ม แอลกอฮอล์ ว่าด้วย หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขเกี่ยวกับฉลากของเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ พ.ศ. ๒๕๕๘ (ฉบับที่ ๒) และเอกสารวิชาการ (Technical Documents) และเพื่อให้ได้รับข้อมูล ข้อเสนอแนะและ ความเห็นจากภาคธุรกิจเอกชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง มาประกอบการพิจารณาแก้ไขปรับปรุงเอกสาร วิชาการ (Technical Documents) ให้รอบด้านและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น สำนักงานคณะกรรมการ ควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข ในฐานะหน่วยงานหลักที่รับผิดชอบเรื่องนี้ ร่วมกับสำนักงานคณะกรรมการสุขภาพแห่งชาติ (สช.) และสถาบันพระปกเกล้า ได้ดำเนินการจัดประชุมรับฟัง ความคิดเห็นต่อเอกสารวิชาการ (Technical Documents) การปฏิบัติตามประกาศคณะกรรมการควบคุม เครื่องตี้มแอลกอฮอล์ เรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขเกี่ยวกับฉลากของเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ พ.ศ. ๒๕๕๘ (ฉบับที่ ๒) รวม ๒ ครั้ง ครั้งแรกเมื่อวันอังคารที่ ๓๑ ตุลาคม พ.ศ.๒๕๖๐ ณ โรงแรมริชมอนด์ จ. นนทบุรี และครั้งที่สอง เมื่อวันอังคารที่ ๕ มิถุนายน ๒๕๖๑ ณ โรงแรมมารวย การ์เด็น กรุงเทพฯ

รายงานนี้เป็นการประมวลสรุปผลการดำเนินงานการรับฟังความคิดเห็นต่อเอกสารวิชาการการปฏิบัติ ตามประกาศคณะกรรมการควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ เรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขเกี่ยวกับฉลาก ของเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ พ.ศ. ๒๕๕๘ (ฉบับที่ ๒) ดังกล่าว โดยแบ่งการนำเสนอรายงานเป็น ๕ หัวข้อ ได้แก่

๑. ความเป็นมา
๒. วิธีการดำเนินงานและกลุ่มเป้าหมาย
๓. สรุปความเห็นผู้ร่วมประชุม ครั้งที่ ๑
๔. สรุปความเห็นผู้ร่วมประชุม ครั้งที่ ๒
๕. สรุปผลการรับฟังความคิดเห็นในภาพรวม

๒. วิธีการดำเนินงานและกลุ่มเป้าหมาย

๑. วัตถุประสงค์

การรับฟังความคิดเห็นของภาคเอกชนต่อเอกสารวิชาการการปฏิบัติตามประกาศคณะกรรมการควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ เรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขเกี่ยวกับฉลากของเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ พ.ศ. ๒๕๕๘ (ฉบับที่ ๒) มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ได้มาซึ่งความเห็นและข้อเสนอแนะในการปฏิบัติตามประกาศคณะกรรมการควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ เรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไข เกี่ยวกับฉลากของเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ พ.ศ. ๒๕๕๘ (ฉบับที่ ๒) ให้มีความครบถ้วน รอบด้าน และชัดเจนยิ่งขึ้น และมอบให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำไปพิจารณาปรับหรือสร้างความชัดเจนในทางปฏิบัติ

๒. หลักการสำคัญ

- ๒.๑ หลักการเรียนรู้อย่างสมานฉันท์ หมายถึง ผู้เข้าเวที/ประชุมได้เรียนรู้ซึ่งกันและกัน เรียนรู้จากการเสนอและรับฟังความเห็นระหว่างกันอย่างสร้างสรรค์ ไม่มุ่งไปที่การวิพากษ์วิจารณ์บุคคล องค์กร หน่วยงาน หรือเครือข่ายใด ๆ หรือเป็นลักษณะการโต้เถียงกัน
- ๒.๒ หลักความเป็นระบบ หมายถึง การดำเนินงานเวที/ประชุมที่มีการกำหนดหลักเกณฑ์การประชุมไว้ อย่างชัดเจน โดยผู้เข้าร่วมประชุม ผู้ดำเนินการประชุม และผู้เกี่ยวข้องในการประชุมปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดไว้
- ๒.๓ หลักการมีส่วนร่วมอย่างเท่าเทียมกัน หมายถึง ผู้เข้าประชุมทุกคนมีสิทธิในการเสนอความเห็นต่อเอกสาร/ร่างเอกสารที่ต้องการรับฟังความคิดเห็นอย่างเท่าเทียมกัน

๓. ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงาน

- ๓.๑ การประชุมเวทีแสดงความคิดเห็นเป็นการปรึกษาหารือของตัวแทนองค์กร/หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะภาคส่วนเอกชน ดังนั้นผู้เข้าร่วมประชุมในครั้งนี้ต้องมาด้วยความเป็นตัวแทนหน่วยงาน/สังกัด/กลุ่ม/เครือข่าย
- ๓.๒ การแสดงความคิดเห็น จะแตกต่างจากเวทีประชาพิจารณ์อื่น ๆ ที่มีภาคส่วนที่เกี่ยวข้องทั้งหมด โดยครั้งนี้จะจัดเป็นการสนทนากลุ่มย่อยบนความคิดเห็น/ข้อเท็จจริง/ข้อมูลอ้างอิง เคารพสิทธิและความ

คิดเห็นคนอื่นตามหลักการประชาธิปไตย อย่างไรก็ตามผู้เข้าร่วมประชุมอาจให้ความเห็นด้วย/เห็นต่างกันได้โดยลักษณะการสนทนาได้ในกลุ่มย่อย(ไม่จำเป็นต้องได้ฉันทมติของกลุ่มก็ได้) โดยทิมเลขาฯ จัดการประชุมจะจัดแบ่งรายชื่อสมาชิกในกลุ่มย่อยประมาณกลุ่มละ ๑๕-๒๐ คน

๓.๓ ในการแบ่งกลุ่มย่อยเพื่ออภิปรายความคิดเห็นตามที่กำหนดไว้ ๒ ประเด็นหลัก ให้กลุ่มอภิปรายความชัดเจนของเจตนารมณ์และคำอธิบายสู่การปฏิบัติของแต่ละประเด็นเพื่อให้การรับฟังได้ข้อมูลครบถ้วนรอบด้านมากขึ้น กรณีมีเวลาเหลือสามารถอภิปรายประเด็นอื่นได้ จากนั้นเลือกตัวแทนนำเสนอผลการสนทนากลุ่มย่อยตนเอง

๓.๔ อย่างไรก็ตาม บุคคลอาจสงวนสิทธิของตนเองที่จะส่งแบบบันทึกแสดงความคิดเห็น ข้อเสนอ หรือข้อมูลหลักฐานประกอบ พร้อมระบุชื่อผู้เสนอเป็นสายลักษณะอักษร (แม้ว่าความเห็นนั้นจะตรงพ้องหรือต่างกับความคิดเห็นของกลุ่มก็ตาม) เพื่อทีมบันทึกประเด็นจะได้บันทึกและเป็นเอกสารอ้างอิงของการแสดงความคิดเห็น

๓.๕ หากเกิดกรณีที่ผู้เข้าประชุมไม่ปฏิบัติตามกฎกติกา หรือทำให้การประชุมไม่สามารถดำเนินต่อไปได้ ประธานสงวนสิทธิเชิญผู้เข้าร่วมประชุมคนนั้นออกจากห้องประชุมเพื่อให้การประชุมดำเนินการต่อไปได้

๓.๖ ความคิดเห็นที่รวบรวมมาจากการแสดงความคิดเห็นผ่านเวทีนี้ จะถูกบันทึกไว้ในรายงานสรุปการรับฟังความคิดเห็น โดยอาจจะบอกรายชื่อของข้อกังวลและความชัดเจนในแต่ละประเด็น เพื่อมอบให้หน่วยงานผู้รับผิดชอบได้รับฟังข้อมูลที่รอบด้านนำไปพิจารณาปรับปรุงแก้ไขแนวทางปฏิบัติรวมทั้งนำเผยแพร่ต่อสาธารณชนต่อไป

๔.เอกสารประกอบการประชุมรับฟังความคิดเห็น

๔.๑ เอกสารวิชาการ (Technical Documents) การปฏิบัติตามประกาศคณะกรรมการควบคุมเครื่องตีมแอลกอฮอล์ เรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไข เกี่ยวกับฉลากของเครื่องตีมแอลกอฮอล์ พ.ศ. ๒๕๕๘ (ฉบับที่ ๒)

๔.๒ ประกาศคณะกรรมการควบคุมเครื่องตีมแอลกอฮอล์ เรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไข เกี่ยวกับฉลากของเครื่องตีมแอลกอฮอล์ พ.ศ. ๒๕๕๘

๔.๓ พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องตีมแอลกอฮอล์ พ.ศ. ๒๕๕๑

๕.ประเด็นการพิจารณาให้ความเห็น

๕.๑ ประเด็นที่ ๑ : ประเด็นฉลากและบรรจุภัณฑ์ของเครื่องตีแอลกอฮอล์ต้องไม่ใช่ข้อความที่เป็นการไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคหรือเป็นข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวม โดยมีสาระสำคัญ ดังต่อไปนี้

(๑) ข้อความที่เป็นการไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคหรือใช้ข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวม ทั้งนี้ ไม่ว่าข้อความดังกล่าวนั้นจะเป็นข้อความที่เกี่ยวกับแหล่งกำเนิด สภาพคุณภาพหรือลักษณะของสินค้าหรือบริการ ตลอดจนการส่งมอบ การจัดหา หรือการใช้สินค้าหรือบริการ ข้อความดังต่อไปนี้ ถือว่าเป็นข้อความที่เป็นการไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคหรือเป็นข้อความ ที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวม

- (ก) ข้อความที่เป็นเท็จหรือเกินความจริง
- (ข) ข้อความที่จะก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการไม่ว่า จะกระทำโดยใช้หรืออ้างอิงรายงานทางวิชาการ สถิติ หรือสิ่งใดสิ่งหนึ่งอันไม่เป็นความจริงหรือเกิน ความจริงหรือไม่ก็ตาม
- (ค) ข้อความที่เป็นการสนับสนุนโดยตรงหรือโดยอ้อมให้มีการกระทำผิดกฎหมายหรือศีลธรรม หรือนำไปสู่ความเสื่อมเสียในวัฒนธรรมของชาติ
- (ง) ข้อความที่จะทำให้เกิดความแตกแยกหรือเสื่อมเสียความสามัคคีในหมู่ประชาชน

๕.๒ ประเด็นฉลากและบรรจุภัณฑ์ของเครื่องตีแอลกอฮอล์ต้องไม่ใช่ข้อความที่เชิญชวนให้บริโภค/ข้อความอวดอ้างสรรพคุณ โดยมีสาระสำคัญ ดังต่อไปนี้

- (๒) ข้อความที่เชิญชวนให้บริโภคหรืออวดอ้างสรรพคุณ คุณประโยชน์ หรือคุณภาพ ของเครื่องตีแอลกอฮอล์ โดยทางตรงหรือทางอ้อม
- (๓) การกระทำที่มีลักษณะอย่างใดอย่างหนึ่งต่อไปนี้ให้ถือเป็นลักษณะตาม (๒)
 - (ก) ข้อความที่ทำให้เกิดทัศนคติว่า จะทำให้ประสบความสำเร็จในทางสังคมหรือทางเพศ หรือทำให้สมรรถภาพทางร่างกายดีขึ้น
 - (ข) ข้อความหรือภาพที่มีนัยก่ิฬา

- (ค) ข้อความหรือภาพที่มีดารา ศิลปิน นักร้อง หรือนักแสดง
- (ง) ข้อความที่ใช้ภาพการ์ตูน เว้นแต่เป็นภาพเครื่องหมายการค้าของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ที่ได้จดทะเบียนเครื่องหมายการค้าไว้โดยถูกต้องแล้วก่อนประกาศฉบับนี้ใช้บังคับ
- (จ) ข้อความที่ชักจูงหรือโน้มน้าวให้ซื้อหรือบริโภคนำรายได้ไปบริจาคเป็นสาธารณกุศล
- (ฉ) ข้อความที่ชักจูงหรือโน้มน้าวให้เข้าร่วมกิจกรรมทางด้านดนตรี กีฬา การประกวด หรือนันทนาการอื่นๆ

๖. แนวคำถามกลุ่มย่อย

- ๖.๑ แต่ละกลุ่มจะมีคนอำนวยความสะดวก (facilitator) และผู้จดบันทึก (note taker) ให้กลุ่มเสนอชื่อผู้ที่จะเป็นตัวแทนนำเสนอผลการหารือกลุ่มย่อย
- ๖.๒ คำถามกลุ่มคือ ตามเอกสารวิชาการ (technical documents) ถ้อยคำและข้อความที่อยู่ในคอลัมน์ “คำอธิบาย” ตามข้อกำหนดและเจตนารมณ์แต่ละข้อนั้น
 - (ก) ท่านเห็นว่ามี ความชัดเจนเพียงพอต่อความเข้าใจหรือไม่ อย่างไร
 - (ข) ท่านมีข้อกังวลประเด็นในทางปฏิบัติในแต่ละข้อหรือไม่ อย่างไร
 - (ค) ท่านมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมอื่นๆ อีกหรือไม่ อย่างไร

๗. การประชุมเพื่อรับฟังความคิดเห็นและผู้เข้าร่วมกระบวนการรับฟังความคิดเห็น

การประชุมเพื่อรับฟังความคิดเห็นต่อเอกสารวิชาการ “การปฏิบัติตามประกาศคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขเกี่ยวกับฉลากของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. ๒๕๕๘ (ฉบับที่ ๒)” จัดขึ้น ๒ ครั้ง โดยสำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ร่วมกับสถาบันพระปกเกล้า และสำนักงานคณะกรรมการสุขภาพแห่งชาติดำเนินการรับฟังความคิดเห็น ครั้งที่ ๑ เมื่อวันที่

๓๑ ตุลาคม ๒๕๖๐ โรงแรมริชมอนด์ จังหวัดนนทบุรี และ ครั้งที่ ๒ เมื่อวันที่ ๕ มิถุนายน ๒๕๖๑ ณ โรงแรมมารวย การ์เด้น กรุงเทพฯ

ผู้เข้าร่วมกระบวนการรับฟังความคิดเห็นต่อเอกสารวิชาการการปฏิบัติตามประกาศคณะกรรมการควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์เรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขเกี่ยวกับฉลากของเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ พ.ศ. ๒๕๕๘ (ฉบับที่ ๒) ครั้งที่ ๑ ประกอบด้วยผู้แทนจากหน่วยงานราชการ หน่วยงานต่างประเทศ และผู้ประกอบการ (บริษัทผู้ผลิตและนำเข้าเครื่องตี้มแอลกอฮอล์) รวมทั้งสิ้น จำนวน ๓๒ คน จากหน่วยงาน ดังนี้

๑. หน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง

- (๑) กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ
- (๒) กรมทรัพย์สินทางปัญญา
- (๓) สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.)
- (๔) สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ (มกอช.)
- (๕) กรมเศรษฐกิจระหว่างประเทศ

๒. หน่วยงานต่างประเทศ

- (๑) ผู้แทนสถานทูตญี่ปุ่น
- (๒) ผู้แทนสถานทูตออสเตรเลีย

๓. ผู้ประกอบการ (บริษัทผู้ผลิตและนำเข้าเครื่องตี้มแอลกอฮอล์)

- (๑) บริษัท เพอร์นอต ริคาร์ด (ประเทศไทย) จำกัด
- (๒) บริษัท ดิอาจีโอ โมเอ็ท เฮนเนสซี (ประเทศไทย) จำกัด
- (๓) บริษัท รีเจนซีบรันดีไทย จำกัด
- (๔) บริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน)
- (๕) บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด
- (๖) บริษัท ไทยเอเชียแปซิฟิก จำกัด

- (๗) บริษัท อโศกวัลเลย์ ไวนเนอร์รี่
- (๘) สมาคมธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไทย
- (๙) บริษัท บาคารดี (ประเทศไทย) จำกัด
- (๑๐) บริษัท บราวน์-ฟอร์แมน ไทยแลนด์,แอล.แอล.ซี
- (๑๑) บริษัท บริวเบอรี่ จำกัด
- (๑๒) Hopsession Co.Ltd

ผู้เข้าร่วมกระบวนการรับฟังความคิดเห็นต่อเอกสารวิชาการการปฏิบัติตามประกาศคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขเกี่ยวกับฉลากของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. ๒๕๕๘ (ฉบับที่ ๒) ครั้งที่ ๒ ประกอบด้วยผู้แทนจากหน่วยงานราชการ และภาคประชาสังคม รวมทั้งสิ้นจำนวน ๑๖ คน จากหน่วยงาน ดังนี้

๑. หน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง

- (๑) กรมทรัพย์สินทางปัญญา
- (๒) กรมเศรษฐกิจระหว่างประเทศ
- (๓) กรมส่งเสริมการเกษตร
- (๔) สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม
- (๕) กรมสรรพสามิต
- (๖) กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ
- (๗) สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ (มกอช)
- (๘) สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค
- (๙) กรมอนามัย
- (๑๐) สำนักงานพัฒนานโยบายสุขภาพระหว่างประเทศ (IHPP)

๒. ภาคประชาชนและภาคประชาสังคม

- (๑) เครือข่ายรณรงค์ป้องกันภัยแอลกอฮอล์
- (๒) เครือข่ายองค์กรงดเหล้า
- (๓) เครือข่ายเยาวชนป้องกันนักดื่มหน้าใหม่
- (๔) มูลนิธิเมาไม่ขับ
- (๕) เครือข่ายลดอุบัติเหตุ
- (๖) เครือข่ายรณรงค์ป้องกันภัยแอลกอฮอล์

๓. สรุปความเห็นผู้ร่วมประชุม ครั้งที่ ๑

การรับฟังความคิดเห็นต่อเอกสารวิชาการการปฏิบัติตามประกาศคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขเกี่ยวกับฉลากของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. ๒๕๕๘ (ฉบับที่ ๒) ครั้งที่ ๑ มีผลสรุปแยกเป็นรายประเด็น ดังนี้

๓.๑ ประเด็นฉลากและบรรจุภัณฑ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต้องไม่ใช่ข้อความที่เป็นการไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคหรือเป็นข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวม

ผลการรับฟังความคิดเห็นต่อประเด็นฉลากและบรรจุภัณฑ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต้องไม่ใช่ข้อความที่เป็นการไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคหรือเป็นข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมปรากฏดังตารางที่ ๓.๑

ตารางที่ ๓.๑ : สรุปผลการรับฟังความคิดเห็นประเด็นฉลากและบรรจุภัณฑ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต้องไม่ใช่ข้อความที่มีลักษณะ

หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไข เกี่ยวกับฉลากของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. ๒๕๕๘ (ฉบับที่ ๒)			ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมประชุม	
ข้อกำหนด	เจตนารมณ์	คำอธิบาย	ปัญหา	ข้อเสนอแนะ
(๑) ข้อความที่เป็นการไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคหรือใช้ข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวม ทั้งนี้ไม่ว่าข้อความดังกล่าวนี้จะ	เพื่อคุ้มครองผู้บริโภคและสังคมส่วนรวมให้เกิดความเข้าใจที่ถูกต้อง ไม่ถูกเอาเปรียบจากตัวสินค้า	การใช้ข้อความที่ไม่เป็นธรรม คือ การใช้ข้อความที่เป็นเท็จหรือเกินความจริง หรือทำให้เกิดความเข้าใจผิดในตัวสินค้า การใช้ข้อความที่อาจก่อให้เกิด	- ปัจจุบันไม่มีการเขียนตัวอย่างให้ชัดเจน ทำให้เกิดปัญหาในการตีความที่แตกต่างกันของเจ้าหน้าที่รัฐ - การตีความทางกฎหมายระหว่างกฎหมาย ของ สคบ. และ สกอ. ที่ผ่านมามีการพิจารณาตีความแตกต่างกัน ดังนั้นหากมีการล่อลวงหมาย	- ควรมีการเขียนขยายความในประกาศเรื่องตัวอย่างที่สามารถลงในฉลากได้ และควรมีเอกสารแนะนำ (guideline) ที่ชัดเจน เช่น ตัวอย่างสินค้า สถานที่ผลิต วิธีการผลิต - ปรับปรุงแก้ไขให้มีความชัดเจน เพื่อลดการตีความและใช้ดุลพินิจของเจ้าหน้าที่

หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไข เกี่ยวกับฉลากของเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ พ.ศ. ๒๕๕๘ (ฉบับที่ ๒)			ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมประชุม	
ข้อกำหนด	เจตนารมณ์	คำอธิบาย	ปัญหา	ข้อเสนอแนะ
เป็นข้อความที่เกี่ยวข้องกับแหล่งกำเนิด สภาพ คุณภาพ หรือลักษณะของสินค้าหรือบริการ ตลอดจนการส่งมอบ การจัดหา หรือการใช้สินค้าหรือบริการ ข้อความดังต่อไปนี้ ถือเป็นข้อความที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค หรือเป็นข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวม		ผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวม คือการใช้ข้อความที่เป็นการส่งเสริม สนับสนุน ไม่ว่าจะทางตรงหรือทางอ้อม ให้มีการกระทำผิดกฎหมาย หรือศีลธรรมอันดีของประชาชน หรือนำไปสู่ความเสื่อมเสียต่อวัฒนธรรมของชาติ ตลอดจนทำให้เกิดความแตกแยก ความสามัคคีของประชาชน	<p>ใดกฎหมายหนึ่ง เพื่อให้เกิดความเป็นธรรมในการตีความ เช่น กฎหมายของสคบ.</p> <p>- ข้อความในประกาศไม่มี ความชัดเจน และไม่ปฏิบัติตามหลักการสากล</p> <p>- คำอธิบายต่างๆ หากเป็นสินค้านำเข้าจะไม่สามารถเปลี่ยนฉลากได้</p> <p>- ในประกาศแม้ว่าจะระบุว่าไม่มีการเพิ่มภาระในการขออนุญาต แต่ทำให้การขออนุมัติฉลากจากสรรพสามิตมีขั้นตอนเพิ่มขึ้น เพราะความไม่ชัดเจนของประกาศ</p>	<p>- การระบุแหล่งผลิตเป็นส่วนหนึ่งของการให้ข้อมูลผู้บริโภค ดังนั้นข้อความที่เป็นความจริง และเป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภคควรให้ระบุลงในฉลากได้ ในข้อนี้ควรเขียนหลักการให้ชัดเจน</p>
(ก) ข้อความที่เป็นเท็จหรือเกินความจริง	ข้อความที่เป็นเท็จหรือเกินความจริง มักกระทำไปโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ	ข้อความที่เป็นเท็จหรือเกินความจริง จะทำให้เกิดความเข้าใจผิดในคุณภาพ	<p>- คำอธิบายข้อความที่เป็นข้อเท็จจริงและการอวดอ้างสรรพคุณไม่ชัดเจน</p> <p>- การกำหนดข้อความที่ไม่</p>	<p>- ข้อความที่เป็นข้อเท็จจริง ควรสามารถลงในฉลากได้ เช่น การประกวด เหรียญรางวัล</p> <p>- ข้อความที่เป็นข้อเท็จจริงต้อง</p>

หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไข เกี่ยวกับฉลากของเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ พ.ศ. ๒๕๕๘ (ฉบับที่ ๒)			ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมประชุม	
ข้อกำหนด	เจตนารมณ์	คำอธิบาย	ปัญหา	ข้อเสนอแนะ
	ชั่งจูงหรือโน้มน้ำหนักบุคคลทั่วไปให้ความสนใจและหันมาบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้ดียิ่งขึ้น	ของสินค้า ข้อความที่ปรากฏในฉลากจะต้องอยู่บนหลักการที่เป็นความจริงและพิสูจน์ได้ พร้อมมีหลักฐานยืนยัน	ชัดเจน (คลุมเครือ) ในประเด็นการเชิญชวน ชั่งจูง	ใช้ได้ เช่น แห่ลงกำเนิด (ปัจจุบันไม่ให้เขียนเลย) ข้อมูลที่ได้รับการรับรองจากสถาบันที่ถูกต้องตามกฎหมายควรใช้ได้ไม่อย่างนั้นผู้บริโภคจะไม่ทราบเป็นสิทธิผู้บริโภคที่ควรต้องรู้คุณภาพสินค้า ถ้าไม่ให้เห็นเกรงว่าจะเอื้อให้เกิดการ tricky เช่น บริษัทอาจย้ายฐานมาประเทศอื่นเพื่อลด cost ในการผลิตลง และผู้บริโภคก็จะมีทางเลือกทราบคุณภาพสินค้า
(ข) ข้อความที่จะก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญของสินค้าเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ ไม่ว่าจะกระทำโดยใช้หรืออ้างอิงรายงานทางวิชาการ สถิติ	ข้อความที่ก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญของสินค้าก็เพื่อชั่งจูงใจให้มีการซื้อสินค้าดังกล่าว	ข้อความที่จะก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญของสินค้าหรือบริการ คือข้อความที่อ้างอิงรายงานทางวิชาการ สถิติ หรือสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่ไม่เป็นความจริง ทำ	- ในประกาศ (ข) นั้น wording สับสนว่าเรื่องจริงหรือไม่จริงก็แสดงไม่ได้คือไม่รับรู้ และขัดกับข้อ (ก)	

หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไข เกี่ยวกับฉลากของเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ พ.ศ. ๒๕๕๘ (ฉบับที่ ๒)			ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมประชุม	
ข้อกำหนด	เจตนารมณ์	คำอธิบาย	ปัญหา	ข้อเสนอแนะ
หรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง อันไม่เป็นความ จริงหรือเกินความ จริงหรือไม่ก็ตาม		ให้เกิดความเข้าใจ ผิดในสาระสำคัญ ของสินค้าหรือ บริการ		
(ค) ข้อความที่ เป็นการสนับสนุน โดยตรงหรือโดย อ้อมให้มีการ กระทำผิด กฎหมาย หรือ ศีลธรรม หรือ นำไปสู่ความเสื่อม เสียในวัฒนธรรม ของชาติ	กฎหมาย ศีลธรรม หรือวัฒนธรรมของ แต่ละชาติอาจมี ความแตกต่างกัน ข้อความที่จะ นำมาใช้บนฉลาก หรือบรรจุภัณฑ์ของ เครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ที่ผลิต หรือนำเข้ามา จำหน่ายในประเทศ ไทย จะต้องไม่ขัด กับกฎหมาย ศีลธรรม และ วัฒนธรรมของชาติ เพื่อดำรงไว้ซึ่งสิ่งดี งาม ไม่สร้าง ค่านิยมที่ผิดๆ	ข้อความที่เป็นการ สนับสนุนโดยตรง หรือโดยอ้อมให้มี การกระทำผิด กฎหมาย หรือ ศีลธรรม หรือ นำไปสู่ความเสื่อม เสียในวัฒนธรรม ของชาติ ไทยมีอยู่ หลายประการ ให้ ผู้ผลิตและผู้นำเข้า เครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ คำนึงถึงบริบท ค่านิยม ขนบ ธรรมเนียม ประเพณี และวัฒนธรรมของ ไทยให้รอบคอบ		

หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไข เกี่ยวกับฉลากของเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ พ.ศ. ๒๕๕๘ (ฉบับที่ ๒)			ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมประชุม	
ข้อกำหนด	เจตนารมณ์	คำอธิบาย	ปัญหา	ข้อเสนอแนะ
(ง) ข้อความที่จะทำให้เกิดความแตกแยกหรือเสื่อมเสียความสามัคคีในหมู่ประชาชน	ข้อความที่สร้างความแตกแยกหรือเสื่อมเสียความสามัคคี จะก่อให้เกิดการแบ่งฝักแบ่งฝ่าย และสร้างปัญหาในการปกครองประเทศ	ข้อความที่ปรากฏบนฉลากต้องไม่สร้างความเหลื่อมล้ำระหว่างชนชั้นชนชาติ ฝิ่วสี ฐานะ การละเมิดสิทธิมนุษยชน		

๓.๒ ประเด็นฉลากและบรรจุภัณฑ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต้องไม่ใช่ข้อความที่เชิญชวนให้บริโภค/ข้อความอวดอ้างสรรพคุณ

ผลการรับฟังความคิดเห็นประเด็นฉลากและบรรจุภัณฑ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต้องไม่ใช่ข้อความที่เชิญชวนให้บริโภค/ข้อความอวดอ้างสรรพคุณสรุปได้ดังตารางที่ ๓.๒

ตารางที่ ๓.๒ : สรุปผลการรับฟังความคิดเห็นประเด็น ฉลากและบรรจุภัณฑ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต้อง

ไม่ใช่ข้อความที่เชิญชวนให้บริโภค/ข้อความอวดอ้างสรรพคุณ

หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไข เกี่ยวกับฉลากของเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ พ.ศ. ๒๕๕๘ (ฉบับที่ ๒)			ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมประชุม	
ข้อกำหนด	เจตนารมณ์	คำอธิบาย	ปัญหา	ข้อเสนอแนะ
(๒) ข้อความที่เชิญชวนให้บริโภคหรืออวดอ้างสรรพคุณคุณประโยชน์หรือคุณภาพของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยตรงหรือทางอ้อม	ป้องกันการกระตุ้นให้บุคคลสนใจบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากตราสินค้าดังกล่าว	ผู้ผลิตสามารถใช้ข้อความใด ๆ ในฉลากของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ โดยข้อความดังกล่าวจะต้องไม่เป็นการกระตุ้นให้บริโภคหรืออวดอ้างสรรพคุณคุณประโยชน์หรือคุณภาพของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยตรงหรือทางอ้อม	<ul style="list-style-type: none"> - ลักษณะข้อความเชิญชวน/ข้อความอวดอ้างสรรพคุณ บนฉลากและบรรจุภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เป็นข้อความที่กว้างเกินไปทำให้เกิดปัญหาการตีความ - ขาดหลักเกณฑ์ที่แน่นอนในการแสดงฉลาก ฉลากใดสามารถแสดงได้/ไม่ได้ หรือข้อความใดแสดงได้/ไม่ได้ - ปัญหาการตีความระหว่างการอวดอ้างและการให้ข้อมูลผู้บริโภค เช่น การติดเหรียญรางวัลถือเป็นการให้ข้อมูลผู้บริโภค - ถ้อยคำในประกาศฯ ไม่ชัดเจน ไม่สามารถปฏิบัติตามได้ เช่น คำว่า finest premium ซึ่งมองว่าเป็นทางเลือกของผู้บริโภคแต่ไม่สามารถระบุลงไปได้ และการ 	<ul style="list-style-type: none"> - ควรเขียนคำนิยามให้ชัดเจนเพื่อลดการใช้ดุลพินิจของเจ้าหน้าที่รัฐ - ปีที่ผลิต การติดรางวัลในฉลาก การระบุ XO VSOP หรือ Premium ถือเป็นการให้ข้อมูลผู้บริโภคทั้งในแง่ของกระบวนการผลิตและประเภท ไม่ใช่การอวดอ้างสรรพคุณ ควรกำหนดนิยามข้อความที่อวดอ้างสรรพคุณ และการให้ข้อมูลผู้บริโภคให้ชัดเจน - ข้อมูลผลิตภัณฑ์สำหรับผู้บริโภคเฉพาะกลุ่ม เช่น tasting note ของ wine ฯลฯ เป็นข้อมูลที่ผู้บริโภคมีสิทธิที่จะได้รู้ - เครื่องหมายรับรองคุณภาพสินค้า เหรียญตรา เป็นข้อเท็จจริง ควรใช้ได้

หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไข เกี่ยวกับฉลากของเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ พ.ศ. ๒๕๕๘ (ฉบับที่ ๒)			ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมประชุม	
ข้อกำหนด	เจตนารมณ์	คำอธิบาย	ปัญหา	ข้อเสนอแนะ
			<p>ระบุค่าเหล่านี้ไม่ได้ก่อให้เกิดการชักจูงนักดื่มหน้าใหม่</p> <p>- ขาดความชัดเจนในทางปฏิบัติซึ่งทั้งหมดต้องใช้ดุลพินิจของเจ้าหน้าที่ ซึ่งใช้ระยะเวลา นาน หากผู้ประกอบการต้องส่งให้เจ้าหน้าที่ทุกรายพร้อมกัน เจ้าหน้าที่จะดำเนินการไม่ทัน และไวน์ (wine) มีการเปลี่ยนฉลากทุกปี เป็นการเพิ่มภาระของผู้ประกอบการ ซ้ำซ้อนผิดวัตถุประสงค์ที่บอกว่าจะไม่เพิ่มภาระให้ผู้ประกอบการ อีกทั้งยังไม่ถูกหลักการค้าโลกอีกด้วย</p>	<p>เพราะถือว่าไม่ใช่ออวอร์ดอ้าง ซึ่งตรงนี้ต้องชัดเจนว่าใช้ได้หรือไม่</p>
(ก) ข้อความที่ทำให้เกิดทัศนคติว่าจะทำให้ประสบความสำเร็จ ความ สำ เร็ จ ในทางสังคมหรือทางเพศหรือทำให้	การสื่อให้เห็นว่าประสบความสำเร็จทางสังคมหรือทางเพศมักกระทำโดยมีเป้าหมายไปที่วัยทำงานและวัยรุ่น	ข้อความที่ทำให้เกิดทัศนคติว่า จะทำให้ประสบความสำเร็จ ในทางสังคมหรือทางเพศหรือทำให้สมรรถภาพทาง		

หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไข เกี่ยวกับฉลากของเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ พ.ศ. ๒๕๕๘ (ฉบับที่ ๒)			ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมประชุม	
ข้อกำหนด	เจตนารมณ์	คำอธิบาย	ปัญหา	ข้อเสนอแนะ
สมรรถภาพทางร่างกายดีขึ้น	เพราะเป็นสิ่งที่บุคคลในวัยดังกล่าวให้ความสนใจ การสื่อให้เห็นว่าทำให้สมรรถภาพทางร่างกายดีขึ้น ชัดกับผลการศึกษาวิจัยที่มีต่อการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	ร่างกายดีขึ้น คือ ข้อความที่ทำให้เกิดทัศนคติว่า การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จะทำให้ประสบความสำเร็จในทางสังคมหรือทางเพศ หรือ ทำให้สมรรถภาพทางร่างกายดีขึ้น		
(ข) ข้อความหรือภาพที่มีนักกีฬา	นักกีฬาถือเป็นแบบอย่างที่ดีในด้านการส่งเสริมสุขภาพให้ร่างกายสมบูรณ์แข็งแรง การนำนักกีฬามาประกอบฉลากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จะเป็นการชักจูงใจให้บุคคลทั่วไปเชื่อว่าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จะเป็น	ความเป็นนักกีฬา พิจารณาตามความเป็นจริง ไม่ได้พิจารณาว่านักกีฬาดังกล่าวจะมีชื่อเสียงหรือไม่ ไม่ได้พิจารณาว่าจะ เป็นนักกีฬาอาชีพหรือสมัครเล่น	- คำว่า กีฬา คืออะไร อุปกรณ์กีฬาได้หรือไม่ บางผลิตภัณฑ์ สนับสนุนงานซีมี้อันดับ ๑ ของโลก ก็จะมีรูปคนซีมี้อ เกมส์บางอย่างเป็นกีฬาหรือไม่ เช่น หมากรูก ได้หรือไม่ - ข้อความที่โน้มน้าวให้เข้าร่วมกิจกรรมด้านกีฬา โดยไม่ใช่ฉลากแต่เป็นเรื่องการโฆษณา เมื่อนำมาใช้ทำให้เกิดปัญหา เนื่องจากการตีความ	- กำหนดให้ชัดเจน เพื่อลดการตีความหรือการใช้ดุลพินิจของเจ้าหน้าที่

หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไข เกี่ยวกับฉลากของเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ พ.ศ. ๒๕๕๘ (ฉบับที่ ๒)			ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมประชุม	
ข้อกำหนด	เจตนารมณ์	คำอธิบาย	ปัญหา	ข้อเสนอแนะ
	แอลกอฮอล์เป็น สินค้าที่ไม่ได้ทำลาย สุขภาพแต่อย่างใด		เช่น คนตรีหัวใจสิงห์	
(ค) ข้อความหรือ ภาพที่มีดารา ศิลปิน นักร้อง หรือนักแสดง	ดารา ศิลปิน นักร้อง หรือ นักแสดงถือเป็น บุคคลที่ได้รับความ นิยมเป็นบุคคลที่ เด็กหรือเยาวชน นำมาเป็น แบบอย่าง ใน การดำรงชีวิต การ นำบุคคลดังกล่าว มาประกอบฉลาก เครื่องดื่ม แอลกอฮอล์จะเป็น การชักจูงใจให้เด็ก เยาวชน หรือบุคคล ทั่วไปเชื่อว่าการ บริโภคเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์เป็น เรื่อง ปกติธรรมดา	ความเป็นดารา ศิลปิน นักร้อง นักแสดง ถือตาม ความเป็นจริง การเป็นดารา ศิลปิน นักแสดง พิจารณาจากการ ปรากฏตัวทาง สื่อมวลชน และเคย มีผลงานออกสู่ สาธารณชน ส่วน นักร้องพิจารณา จากมีผลงานออกสู่ สาธารณชน		

หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไข เกี่ยวกับฉลากของเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ พ.ศ. ๒๕๕๘ (ฉบับที่ ๒)			ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมประชุม	
ข้อกำหนด	เจตนารมณ์	คำอธิบาย	ปัญหา	ข้อเสนอแนะ
(ง) ข้อความที่ใช้ภาพการ์ตูน เว้นแต่เป็นภาพเครื่องหมายการค้าของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ได้จดทะเบียนเครื่องหมายการค้าไว้โดยถูกต้องแล้วก่อนประกาศฉบับนี้ใช้บังคับ	การใช้ภาพการ์ตูนมักมีกลุ่มเป้าหมายเป็นเด็ก และเยาวชน การนำภาพการ์ตูนมาใช้ก็เพื่อดึงดูดให้เด็กและเยาวชนดังกล่าวหันมาให้ความสนใจในตัวสินค้า การใช้การ์ตูนที่เป็นที่จดจำต่อเด็กและเยาวชน สามารถเชื่อมโยงกับความนิยม มีผลต่อความชื่นชอบชื่นชม และมีผลต่อการชักจูงใจในการบริโภค	การ์ตูน คือ ภาพวาด ภาพที่สร้างสรรค์ขึ้น หรือการใช้กราฟิกที่ผสมผสานจินตนาการแล้วทำให้เกิดคุณค่า ความหมายอันมีผลเป็นการเชิญชวนหรือจูงใจให้เด็กและเยาวชนบริโภค โดยเฉพาะอย่างยิ่งการ์ตูนที่มีผลต่อการจดจำของเด็กและเยาวชน ทั้งนี้ไม่ใช่บังคับกับเครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียนโดยถูกต้องแล้วไม่ว่าในประเทศหรือต่างประเทศก่อนวันที่ ๒๒ เมษายน	- การให้คำนิยามของการ์ตูนยังไม่ชัดเจน ซึ่งมีการเกี่ยวข้องกับเครื่องหมายทางการค้า เช่น เปียร์ไทเกอร์ ที่มีการจดทะเบียนไปแล้ว การกำหนดข้อความเช่นนี้ถือเป็นการกีดกันทางการและนำเข้าสินค้า เช่นเดียวกันกับการนิยามในกรณีของข้อความที่มีดารา ศิลปิน นักร้องหรือนักแสดงด้วย - คำว่า “การ์ตูน” ไม่ชัดเจนว่าอะไรถือว่าเป็นการ์ตูน เช่นลายเส้นที่เป็นภาพเหมือนจริงของภาพวิว รูปคนเดินแบบ johnnie walker ได้หรือไม่ หากมีการวาดภาพขึ้นมาโดยไม่มีเรื่องราว ติความเป็นการ์ตูนหรือไม่	- ควรมีการนิยามคำว่าการ์ตูน ภาพที่มีดารา ศิลปิน นักร้องหรือนักแสดงให้ชัดเจน - ควรกำหนดให้ชัดเจนว่าลักษณะใดเป็นการตูนลักษณะใดเป็นงานศิลปะ

หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไข เกี่ยวกับฉลากของเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ พ.ศ. ๒๕๕๘ (ฉบับที่ ๒)			ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมประชุม	
ข้อกำหนด	เจตนารมณ์	คำอธิบาย	ปัญหา	ข้อเสนอแนะ
		๒๕๕๘		
(จ) ข้อความที่ชักจูงหรือโน้มน้าวให้ซื้อหรือบริโภคเพื่อนำรายได้ไปบริจาคเป็นสาธารณกุศล	การบริจาคเงินหรือสิ่งของเป็นสาธารณกุศลเป็นสิ่งที่สังคมล้วนให้การยกย่อง ชื่นชม การใช้ข้อความลักษณะดังกล่าว ช่วยส่งเสริมให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อสินค้าหรือตราสินค้านั้นๆ อันเป็นเทคนิคประการหนึ่งในการสื่อสารการตลาดซึ่งมีผลเป็นการจูงใจให้เกิดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตราสินค้าหรือยี่ห้ออื่นๆ	ข้อความที่ชักจูงหรือโน้มน้าวให้ซื้อหรือบริโภคเพื่อนำรายได้ไปบริจาคเป็นสาธารณกุศล คือข้อความที่ชักจูงหรือโน้มน้าวให้ซื้อหรือบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพื่อนำรายได้ไปบริจาคให้ เป็นสาธารณกุศล		
(ฉ) ข้อความที่ชักจูงหรือโน้มน้าวให้เข้าร่วมกิจกรรม	ในปัจจุบันเด็ก เยาวชน และบุคคลทั่วไป ให้ความสำคัญ	ข้อความที่ชักจูงหรือโน้มน้าวให้เข้าร่วมกิจกรรม	- ข้อความที่โน้มน้าวให้เข้าร่วมกิจกรรมโดยไม่ได้เกี่ยวข้องกับฉลาก แต่เป็น	

หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไข เกี่ยวกับฉลากของเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ พ.ศ. ๒๕๕๘ (ฉบับที่ ๒)			ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมประชุม	
ข้อกำหนด	เจตนารมณ์	คำอธิบาย	ปัญหา	ข้อเสนอแนะ
ทางด้านดนตรี กีฬา การประกวด หรือนันทนาการ อื่นๆ	สนใจ หรือ ให้ ความสำคัญกับการ จัดกิจกรรมทาง สังคมมากขึ้น โดย สามารถสังเกตเห็น ได้ ชัด เจน จาก รายการโทรทัศน์ที่ มักจะเน้นให้มีการ ประกวด การ แข่งขัน การจัด คอนเสิร์ต หรือ แม้แต่ให้ความสนใจ กับการแข่งขันกีฬา โดยเฉพาะกีฬาที่มีผู้ เล่นจากประเทศ ของตนเข้าร่วมการ แข่งขัน นั้น ด้วย ข้อความที่ชักจูง หรือโน้มน้าวให้เข้า ร่วม กิ จ ก ร ร ม ดังกล่าวยอมเป็นที่ ดึงดูดใจที่จะทำให้ บุคคลเหล่านี้ให้	ทางด้านดนตรี กีฬา การประกวดหรือนันทนาการอื่นๆ คือข้อความที่เชิญชวน ชักจูงหรือโน้มน้าวให้ผู้บริโภค เคะ รี่ อ ง ตี ม แอลกอฮอล์เข้าร่วม กิจกรรมทางด้าน ดนตรี กีฬา การ ประกวด หรือ นันทนาการ	เรื่องของการโฆษณา และพอเอามาใส่แล้วทำให้เกิดปัญหา การบังคับใช้และการตีความ เช่น ดนตรีหัวใจสิงห์	

หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไข เกี่ยวกับฉลากของเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ พ.ศ. ๒๕๕๘ (ฉบับที่ ๒)			ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมประชุม	
ข้อกำหนด	เจตนารมณ์	คำอธิบาย	ปัญหา	ข้อเสนอแนะ
	<p>ความสนใจ</p> <p>หัน มา เข้าร่วมกิจกรรมนั้น ๆ และเป็นการเสริมสร้างภาพลักษณ์ของสินค้า นั้น ๆ อันจะส่งผลให้ผู้บริโภคและบุคคลทั่วไปเกิดการจดจำ การระลึกถึงตราสินค้าดังกล่าว รวมทั้งเกิดภาพลักษณ์และมีทัศนคติที่ดี ต่อสินค้า นั้นในที่สุดซึ่งถือเป็นกระบวนการจูงใจรูปแบบหนึ่งในการสื่อสารการตลาด</p>			

๓.๓ ประเด็นอื่นๆ

ผลการรับฟังความคิดเห็นประเด็นอื่นๆ สรุปได้ดังตารางที่ ๓.๓

ตารางที่ ๓.๓ : สรุปผลการรับฟังความคิดเห็นประเด็นอื่นๆ

หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไข เกี่ยวกับฉลากของเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ พ.ศ. ๒๕๕๘ (ฉบับที่ ๒)			ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมสัมมนา	
ข้อกำหนด	เจตนารมณ์	คำอธิบาย	ปัญหา	ข้อเสนอแนะ
(๓) อื่นๆ			<ul style="list-style-type: none"> - กฎหมายกว้างขวางเกินไปเอื้อต่อการใช้ดุลพินิจของเจ้าหน้าที่มากเกินไป - เจ้าหน้าที่พิจารณาไม่มีความพร้อมและจำนวนไม่เพียงพอ ทำให้ล่าช้า - ขาดการรับฟังความคิดเห็นจากภาคเอกชนก่อนที่จะประกาศกฎหมายออกมาใช้ เช่น ประกาศกระทรวงสาธารณสุขเรื่องการเปลี่ยนแปลงฉลาก ผู้ประกอบการมีต้นทุนในการปรับเปลี่ยนและต้องใช้ระยะเวลาในการดำเนินการ นอกจากนี้ในการรับฟังความคิดเห็นยังไม่ครอบคลุมกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม เช่น ผู้ประกอบการร้านอาหาร โรงแรม ฯลฯ - การออกประกาศเรื่องฉลากอาจก่อให้เกิดการส่งเสริมให้มีสินค้าปลอมแปลงเลียนแบบและลักลอบนำเข้าอย่างผิดกฎหมาย 	<ul style="list-style-type: none"> - คณะกรรมการที่พิจารณาเรื่องฉลากสินค้าควรมีองค์ประกอบจากภาคเอกชน - เอกสาร Technical Document มีแต่ภาษาไทย ควรจัดทำเป็นภาษาอังกฤษด้วย - ควรกำหนดให้มีเอกสารที่ชัดเจนเกี่ยวกับแนวทางการจัดทำฉลากและการสอบถามข้อมูล - ควรมีการรับฟังความคิดเห็นก่อนมีการบังคับใช้กฎหมาย - ควรมีการให้ข้อมูลและกำหนดเวลาในการตอบคำถามที่ชัดเจน และควรมีการตั้งคณะกรรมการที่มีองค์ประกอบจากภาคเอกชน - วิธีการตรวจสอบฉลากควรมีการระบุให้ชัดเจนและแจ้งให้ผู้ประกอบการให้ทราบก่อน - จากปัญหาการตีความ ควรมีองค์กรกลางหรือฝ่ายที่ ๓ เข้ามาร่วมพิจารณาหรือที่ปรึกษาที่มีความเชี่ยวชาญ - ควรกำหนดขั้นตอนการพิจารณาฉลากให้

หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไข เกี่ยวกับฉลากของเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ พ.ศ. ๒๕๕๘ (ฉบับที่ ๒)			ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมสัมมนา	
ข้อกำหนด	เจตนารมณ์	คำอธิบาย	ปัญหา	ข้อเสนอแนะ
				<p>ชัดเจน รวมทั้งอำนาจของเจ้าหน้าที่ กรอบระยะเวลา และขั้นตอน</p> <ul style="list-style-type: none"> - กำหนดกฎเกณฑ์ต่างๆ ให้เป็นไปตามหลักการสากล - ประกาศต้องแก้ไขให้ชัดเจน ตีความให้ชัดเจน ไม่ใช่ใช้เอกสารวิชาการ และประกาศต้องไม่เปิดช่องให้ใช้ดุลพินิจเพราะเทียบได้กับความผิดทางอาญา และต้องสอดคล้องกับหลักสากล สนธิสัญญา ระหว่างประเทศ และองค์การการค้าโลก ไม่เช่นนั้นจะเข้าข่ายกีดกันทางการค้า - ขอให้ยกเลิกการใช้ประกาศ - หากมีการประเมินประกาศฯ ควรมีการเชิญผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมาร่วมในการทบทวน ปรับปรุง แก้ไขประกาศฉบับนี้ด้วย - ประกาศต้องแก้ไขให้ชัดเจน ตีความให้ชัดเจน ไม่ใช่ใช้เอกสารวิชาการ และประกาศต้องไม่เปิดช่องให้ใช้ดุลพินิจเพราะเทียบได้กับความผิดทางอาญา และต้องสอดคล้องกับหลักสากล สนธิสัญญา ระหว่างประเทศ และองค์การการค้าโลก

หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไข เกี่ยวกับฉลากของเครื่องตี แอลกอฮอล์ พ.ศ. ๒๕๕๘ (ฉบับที่ ๒)			ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมสัมมนา	
ข้อกำหนด	เจตนารมณ์	คำอธิบาย	ปัญหา	ข้อเสนอแนะ
				ไม่อย่างนั้นจะเข้าข่ายกีดกันทางการค้า

๔. สรุปความเห็นผู้ร่วมประชุม ครั้งที่ ๒

ผลการรับฟังความคิดเห็นต่อเอกสารวิชาการการปฏิบัติตามประกาศคณะกรรมการควบคุมเครื่องตีมแอลกอฮอล์ เรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขเกี่ยวกับฉลากของเครื่องตีมแอลกอฮอล์ พ.ศ. ๒๕๕๘ (ฉบับที่ ๒) ครั้งที่ ๒ สามารถสรุปสาระสำคัญแยกตามกลุ่มผู้เข้าร่วมประชุมและเป็นรายประเด็น ดังนี้

๔.๑ ประเด็นฉลากและบรรจุภัณฑ์ของเครื่องตีมแอลกอฮอล์ต้องไม่ใช่ข้อความที่เป็นการไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคหรือเป็นข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวม

๔.๑.๑ ผู้แทนหน่วยงานภาครัฐ

ผลการรับฟังความคิดเห็นของผู้แทนหน่วยงานภาครัฐ ประเด็นฉลากและบรรจุภัณฑ์ของเครื่องตีมแอลกอฮอล์ต้องไม่ใช่ข้อความที่เป็นการไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคหรือเป็นข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวมสรุปได้ดังตารางที่ ๔.๑

ตารางที่ ๔.๑ : สรุปผลการรับฟังความคิดเห็นของผู้แทนหน่วยงานภาครัฐประเด็นฉลากและบรรจุภัณฑ์
ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต้องไม่ใช่ข้อความที่เป็นการไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคหรือเป็นข้อความที่อาจ
ก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวม

หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไข เกี่ยวกับฉลากของเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ พ.ศ. ๒๕๕๘ (ฉบับที่ ๒)			ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมประชุม	
ข้อกำหนด	เจตนารมณ์	คำอธิบาย	ปัญหา	ข้อเสนอแนะ
(๑) ข้อความที่เป็นการไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคหรือใช้ข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวม ทั้งนี้ไม่ว่าข้อความดังกล่าวนั้นจะเป็นข้อความที่เกี่ยวข้องกับแหล่งกำเนิดสภาพ คุณภาพหรือลักษณะของสินค้าหรือบริการตลอดจนการส่งมอบ การจัดหาหรือการใช้สินค้าหรือบริการ	เพื่อคุ้มครองผู้บริโภคและสังคมส่วนรวมให้เกิดความเข้าใจที่ถูกต้อง ไม่ถูกเอาเปรียบจากตัวสินค้า	การใช้ข้อความที่ไม่เป็นธรรม คือ การใช้ข้อความที่เป็นเท็จหรือเกินความจริง หรือทำให้เกิดความเข้าใจผิดในตัวสินค้า การใช้ข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวม คือการใช้ข้อความที่เป็นการส่งเสริม สนับสนุนไม่ว่าทางตรงหรือทางอ้อม ให้มีการกระทำผิดกฎหมายหรือศีลธรรมอันดีของประชาชน หรือนำไปสู่ความเสื่อม	- รายละเอียดในกฎหมายบางเรื่องจุกจิก มากเกินไป เช่น เบียร์สิงห์มีภาพการ์ตูน ต้องเป็น GI หรือไม่ - เอกสารไม่มีนิยามที่ชัดเจนของคำว่า “เป็นธรรม” - คณะกรรมการฯ ไม่สามารถอธิบายและไม่สามารถให้คำตอบที่ชัดเจนเกี่ยวกับประกาศฯ และเจ้าหน้าที่รัฐไม่สามารถให้คำตอบได้ ทำให้เรื่องต้องไปถึงศาล - ความไม่สมดุลระหว่างข้อความที่มีลักษณะจูงใจให้บริโภคและการให้ข้อมูล	- ควรมีข้อยกเว้นในบางเรื่อง โดยเฉพาะเพื่อประโยชน์ของผู้บริโภคในการได้รับข้อมูลที่ถูกต้องและเพียงพอเกี่ยวกับสินค้า - ต้องมีการปรับ/แก้ข้อความในเอกสารวิชาการ และประกาศให้ชัดเจน - ควรมีการอธิบายขยายความ คำต่างๆ เช่น คำว่า ไม่เป็นธรรม ให้ชัดเจน ว่าครอบคลุมเรื่องใดบ้าง โดยอาจมีการยกตัวอย่างประกอบ - ควรมีการลดความเป็นนามธรรมของข้อความ - ต้องมีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับเนื้อหาในประกาศฯและเอกสารวิชาการไปยังผู้เกี่ยวข้อง

หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไข เกี่ยวกับฉลากของเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ พ.ศ. ๒๕๕๘ (ฉบับที่ ๒)			ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมประชุม	
ข้อกำหนด	เจตนารมณ์	คำอธิบาย	ปัญหา	ข้อเสนอแนะ
ข้อความ ดังต่อไปนี้ ถือว่า เป็นข้อความที่ เป็นการไม่เป็น ธรรมต่อผู้บริโภค หรือเป็นข้อความ ที่อาจก่อให้เกิด ผลเสียต่อสังคม เป็นส่วนรวม		เสียต่อวัฒนธรรม ของชาติ ตลอดจน ทำให้เกิดความ แตกแยก ความ สามัคคี ของ ประชาชน	ที่เพียงพอกับผู้บริโภค เช่น ข้อกำหนดบางประการ โดยเฉพาะที่ห้ามบอก ข้อมูลแหล่งกำเนิด ถ้า ตีความเข้มงวดเกินไปจะ กลายเป็นการจำกัดสิทธิ การรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับ สินค้าของผู้บริโภค - มีความคลุมเครือซ้อนทับ	ให้ทั่วถึง เช่น ส่งร่างประกาศให้ ผู้เกี่ยวข้องพิจารณา ก่อน ประกาศ/บังคับใช้ - มีประกาศแนบท้าย หรือ แนว ทางการปฏิบัติให้กับเจ้าหน้าที่ ของรัฐได้ถือปฏิบัติ เพื่อลดการใช้ ดุลยพินิจของผู้บังคับใช้กฎหมาย
(ก) ข้อความที่ เป็นเท็จหรือเกิน ความจริง	ข้อความที่เป็นเท็จ หรือเกินความจริง มักกระทำไปโดยมี วัตถุประสงค์เพื่อ ชักจูงหรือโน้มน้าว ให้บุคคลทั่วไปให้ ความสนใจและหัน มาบริโภคเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ยี่ห้อ ดังกล่าว	ข้อความที่เป็นเท็จ หรือเกินความจริง จะทำให้เกิดความ เข้าใจผิดในคุณภาพ ของสินค้า ข้อความที่ปรากฏ ในฉลากจะต้องอยู่ บนหลักการที่เป็น ความจริง และ พิสูจน์ได้ พร้อมมี หลักฐานยืนยัน	ของข้อความ เช่น การโอ้อวด ระบุสรรพคุณเกินจริง น่าจะมี ความหมาย เหมือนกัน - ไม่มีความชัดเจนว่า สิ่งใด ทำได้ สิ่งใด ทำไม่ได้ คำหรือข้อความใดที่ใช้ได้ คำหรือข้อความใดใช้ไม่ได้	
(ข) ข้อความที่จะ ก่อให้เกิดความ	ข้อความที่ก่อให้เกิด ความเข้าใจผิดใน	ข้อความที่จะ ก่อให้เกิดความ		

หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไข เกี่ยวกับฉลากของเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ พ.ศ. ๒๕๕๘ (ฉบับที่ ๒)			ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมประชุม	
ข้อกำหนด	เจตนารมณ์	คำอธิบาย	ปัญหา	ข้อเสนอแนะ
เข้าใจ ผิดในสาระสำคัญของเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ ไม่ว่าจะกระทำโดยใช้หรืออ้างอิงรายงานทางวิชาการ สถิติ หรือสิ่งใดสิ่งหนึ่งอันไม่เป็นความจริงหรือเกินความจริงหรือไม่ก็ตาม	สาระสำคัญของสินค้าก็เพื่อชักจูงใจให้มีการซื้อสินค้าดังกล่าว	เข้าใจ ผิดในสาระสำคัญของเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ คือข้อความที่อ้างอิงรายงานทางวิชาการ สถิติ หรือสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่ไม่เป็นความจริง ทำให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญของสินค้าหรือบริการ		
(ค) ข้อความที่เป็นการสนับสนุนโดยตรงหรือโดยอ้อมให้มีการกระทำผิดกฎหมาย หรือศีลธรรม หรือนำไปสู่ความเสื่อมเสียในวัฒนธรรมของชาติ	กฎหมาย ศีลธรรม หรือวัฒนธรรมของแต่ละชาติอาจมีความแตกต่างกัน ข้อความที่จะนำมาใช้บนฉลากหรือบรรจุภัณฑ์ของเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ที่ผลิตหรือนำเข้ามา	ข้อความที่เป็นการสนับสนุนโดยตรงหรือโดยอ้อมให้มีการกระทำผิดกฎหมาย หรือศีลธรรม หรือนำไปสู่ความเสื่อมเสียในวัฒนธรรมของชาติ ไทยมีอยู่หลายประการ ให้		

หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไข เกี่ยวกับฉลากของเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ พ.ศ. ๒๕๕๘ (ฉบับที่ ๒)			ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมประชุม	
ข้อกำหนด	เจตนารมณ์	คำอธิบาย	ปัญหา	ข้อเสนอแนะ
	จำหน่ายในประเทศไทย จะต้องไม่ขัดกับกฎหมายศีลธรรม และวัฒนธรรมของชาติ เพื่อธำรงไว้ซึ่งสิ่งดีงาม ไม่สร้างค่านิยมที่ผิดๆ	ผู้ผลิตและผู้นำเข้า เครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ คำนึงถึงบริบท ค่านิยม ขนบ ธรรมเนียม ประเพณี และวัฒนธรรมของประเทศไทยให้รอบคอบ		
(ง) ข้อความที่จะทำให้เกิดความแตกแยกหรือเสื่อมเสียความสามัคคีในหมู่ประชาชน	ข้อความที่สร้างความแตกแยกหรือเสื่อมเสียความสามัคคี ก่อให้เกิดการแบ่งฝักแบ่งฝ่าย และสร้างปัญหาในการปกครองประเทศ	ข้อความที่ปรากฏบนฉลากต้องไม่สร้างความเหลื่อมล้ำระหว่างชนชั้นชนชาติ ผิดศีลฐานะ การละเมิดสิทธิมนุษยชน		

๔.๑.๒ ผู้แทนหน่วยงานภาคประชาสังคม

ผลการรับฟังความคิดเห็นของผู้แทนภาคประชาสังคมประเด็นฉลากและบรรจุภัณฑ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต้องไม่ใช่ข้อความที่เป็นการไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคหรือเป็นข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวมสรุปได้ดังตารางที่ ๔.๒

ตารางที่ ๔.๒ : สรุปผลการรับฟังความคิดเห็นของผู้แทนภาคประชาสังคมประเด็นฉลากและบรรจุภัณฑ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต้องไม่ใช่ข้อความที่เป็นการไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคหรือเป็นข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวม

หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไข เกี่ยวกับฉลากของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. ๒๕๕๘ (ฉบับที่ ๒)			ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมประชุม	
ข้อกำหนด	เจตนารมณ์	คำอธิบาย	ปัญหา	ข้อเสนอแนะ
(๑) ข้อความที่เป็นการไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคหรือใช้ข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวม ทั้งนี้ไม่ว่าข้อความดังกล่าวนั้นจะเป็นข้อความที่เกี่ยวข้องกับแหล่งกำเนิดสภาพ คุณภาพ หรือลักษณะของ	เพื่ อ ค ุ้ ม ค ร อ ง ผู้บริโภคและสังคมส่วนรวมให้เกิดความเข้าใจที่ถูกต้อง ไม่ถูกเอาเปรียบจากตัวสินค้า	การใช้ข้อความที่ไม่เป็นธรรม คือ การใช้ข้อความที่เป็นเท็จหรือเกินความจริง หรือทำให้เกิดความเข้าใจผิดในตัวสินค้า การใช้ข้อความที่อาจ ก่อ ให้ เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวม คือการใช้ข้อความที่เป็นการส่งเสริม สนับสนุน	- มีความห่วงกังวลเรื่องบรรจุภัณฑ์ ที่มี ได้ มีข้อกำหนดเรื่องสีไว้ ทั้งที่ผู้เชี่ยวชาญชี้ว่ามีผลต่อการจูงใจให้บริโภค และหลายครั้งได้รับการร้องเรียนว่าไม่ควรให้ละม้ายคล้ายคลึงกับผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มอื่นๆ - ปัจจุบัน ปัญหามีได้มีเพียงเรื่องข้อความที่ชักจูงใจโน้มน้าวที่ปรากฏบนบรรจุภัณฑ์เท่านั้น แต่มี	- เพิ่มเติมเหตุผลความจำเป็นหรือที่มาที่ไป ที่ทำให้ต้องออกเอกสารเหล่านี้ (อาจสะท้อนให้เห็นถึงผลกระทบที่เกิดขึ้น/การใช้การจูงใจ ทาง การ ต ล า ด ข อ ง ผู้ประกอบการที่ทำให้ต้องออกเอกสารฉบับนี้) - ต้องเพิ่มเติมต่อท้ายทุกข้อว่าหน่วยงานใดมีอำนาจตัดสินใจขาดเพื่อให้เกิดความชัดเจน(เช่นหน่วยงานราชการ หรือศาล) และ - กำหนดว่าเป็นหน้าที่ของรัฐใน

หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไข เกี่ยวกับฉลากของเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ พ.ศ. ๒๕๕๘ (ฉบับที่ ๒)			ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมประชุม	
ข้อกำหนด	เจตนารมณ์	คำอธิบาย	ปัญหา	ข้อเสนอแนะ
สินค้าหรือบริการ ตลอดจนการส่ง มอบ การจัดหา หรือการใช้สินค้า หรือบริการ ข้อความ ดังต่อไปนี้ ถือว่า เป็นข้อความที่ เป็นการไม่เป็น ธรรมต่อผู้บริโภค หรือเป็นข้อความ ที่อาจก่อให้เกิด ผลเสียต่อสังคม เป็นส่วนรวม		ไม่ว่าทางตรงหรือ ทางอ้อม ให้มีการ กระทำผิดกฎหมาย หรือศีลธรรมอันดี ของประชาชน หรือ นำไปสู่ความเสื่อม เสียต่อวัฒนธรรม ของชาติ ตลอดจน ทำให้เกิดความ แตกแยก ความ ส าม ค คี ข อ ง ประชาชน	การนำไปเผยแพร่ทาง โซเชียลมีเดีย (social media) ทำให้ประกาศ กฎหมาย หรือการบังคับ ใช้กฎหมายฉบับนี้ยังไม่ ครอบคลุม - เครื่องหมายการค้า (โล โก้) และสีของผลิตภัณฑ์ ปัจจุบันส่วนใหญ่เป็นแบบ เดียวกัน ทั้งเครื่องดื่มแ อลกอฮอล์และเครื่องดื่มชนิด อื่น - การตลาดเครื่องดื่มมีการ ปรับเปลี่ยน เช่น กรณีย เปียร์ลีโอทำการขายเปียร์ จากเครื่องอัตโนมัติ ทำให้ ไม่เข้าข่ายระเบียบนี้ - การออกเอกสารตามที่ WTO กำหนด อาจผูกพัน กับการตัดสินใจขาดในกรณี ต่างๆ (การแทรกแซง	การปกป้องสุขภาพของคนใน ประเทศ - การรวบรวมข้อเท็จจริงใน องค์ประกอบต่าง ๆ มาอธิบาย มากกว่าการกำหนดออกเป็น ระเบียบเพียงอย่างเดียว เช่น สถานการณ์ต่าง ๆ - ควรมีประเด็นที่เกี่ยวข้องกับ การทำฉลากเพื่อให้เกิดการจูงใจ และการตลาดของผู้ประกอบการ จึงควรเพิ่มเจตนารมณ์ตามมาตรา ๒๖ เพื่อให้ทราบว่าการอะไร เพื่อให้เกิดความเข้าใจ
(ก) ข้อความที่ เป็นเท็จหรือเกิน ความจริง	ข้อความที่เป็นเท็จ หรือเกินความจริง มักกระทำไปโดยมี วัตถุประสงค์เพื่อ ชักจูงหรือโน้มน้าว ให้บุคคลทั่วไปให้ ความสนใจและหัน มาบริโภคเครื่องดื่ม	ข้อความที่เป็นเท็จ หรือเกินความจริง จะทำให้เกิดความ เข้าใจผิดในคุณภาพ ของสินค้า ข้อความที่ปรากฏ ในฉลากจะต้องอยู่ บนหลักการที่เป็น		

หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไข เกี่ยวกับฉลากของเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ พ.ศ. ๒๕๕๘ (ฉบับที่ ๒)			ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมประชุม	
ข้อกำหนด	เจตนารมณ์	คำอธิบาย	ปัญหา	ข้อเสนอแนะ
	แอลกอฮอล์ยี่ห้อ ดังกล่าว	ความจริงและ พิสูจน์ได้ พร้อมมี หลักฐานยืนยัน	กิจการภายในประเทศ)	
(ข) ข้อความที่จะ ก่อให้เกิดความ เข้าใจผิดใน สาระสำคัญของ สินค้าก็เพื่อชักจูงใจ ให้มีการซื้อสินค้า หรือบริการ ไม่ว่าจะ กระทำโดยใช้ หรืออ้างอิง รายงานทาง วิชาการ สถิติ หรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง อันไม่เป็นความ จริงหรือเกินความ จริงหรือไม่ก็ตาม	ข้อความที่ก่อให้เกิด ความเข้าใจผิดใน สาระสำคัญของ สินค้าก็เพื่อชักจูงใจ ให้มีการซื้อสินค้า ดังกล่าว	ข้อความที่จะ ก่อให้เกิดความ เข้าใจผิดใน สาระสำคัญของ สินค้าหรือ บริการ คือข้อความ ที่อ้างอิงรายงาน ทางวิชาการ สถิติ หรือสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่ ไม่เป็นความจริง ทำ ให้เกิดความเข้าใจ ผิดในสาระสำคัญของ สินค้าหรือ บริการ		
(ค) ข้อความที่ เป็นการสนับสนุน โดยตรงหรือโดย อ้อมให้มีการ กระทำผิด	กฎหมาย ศีลธรรม หรือวัฒนธรรมของ แต่ละชาติอาจมี ความแตกต่างกัน ข้อความที่จะ	ข้อความที่เป็นการ สนับสนุนโดยตรง หรือโดยอ้อมให้มี การกระทำผิด กฎหมาย หรือ		

หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไข เกี่ยวกับฉลากของเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ พ.ศ. ๒๕๕๘ (ฉบับที่ ๒)			ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมประชุม	
ข้อกำหนด	เจตนารมณ์	คำอธิบาย	ปัญหา	ข้อเสนอแนะ
กฎหมาย หรือ ศีลธรรม หรือ นำไปสู่ความเสื่อม เสียในวัฒนธรรม ของชาติ	นำมาใช้บนฉลาก หรือบรรจุภัณฑ์ของ เครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ที่ผลิต หรือนำเข้ามา จำหน่ายในประเทศ ไทย จะต้องไม่ขัด กับกฎหมาย ศีลธรรม และ วัฒนธรรมของชาติ เพื่อดำรงไว้ซึ่งสิ่งดี งาม ไม่สร้าง ค่านิยมที่ผิดๆ	ศีลธรรม หรือ นำไปสู่ความเสื่อม เสียในวัฒนธรรม ของชาติ ไทยมีอยู่ หลายประการ ให้ ผู้ผลิตและผู้นำเข้า เครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ คำนึงถึงบริบท ค่านิยม ขนบ ธรรมเนียม ประเพณี และวัฒนธรรมของ ไทยให้รอบคอบ		
(ง) ข้อความที่จะ ทำให้เกิดความ แตกแยกหรือ เสื่อมเสียความ สามัคคีในหมู่ ประชาชน	ข้อความที่สร้าง ความแตกแยกหรือ เสื่อมเสียความ สามัคคีจะ ก่อให้เกิดการแบ่ง ฝักแบ่งฝ่าย และ สร้างปัญหาในการ ปกครองประเทศ	ข้อความที่ปรากฏ บนฉลากต้องไม่ สร้างความเสื่อม ล้ำระหว่างชนชั้น ชนชาติ ผิวกาย สี ฐานะ การละเมิดสิทธิ มนุษยชน		

๔.๒ ประเด็นฉลากและบรรจุภัณฑ์ของเครื่องตีแอลกอฮอล์ต้องไม่ใช่ข้อความที่เชิญชวนให้บริโภค/ข้อความอวดอ้างสรรพคุณ

๔.๒.๑ ผู้แทนหน่วยงานภาครัฐ

ผลการรับฟังความคิดเห็นของผู้แทนหน่วยงานภาครัฐประเด็นฉลากและบรรจุภัณฑ์ของเครื่องตีแอลกอฮอล์ต้องไม่ใช่ข้อความที่เชิญชวนให้บริโภค/ข้อความอวดอ้างสรรพคุณสรุปได้ดังตารางที่ ๔.๓

ตารางที่ ๔.๓ : สรุปผลการรับฟังความคิดเห็นของผู้แทนหน่วยงานภาครัฐประเด็นฉลากและบรรจุภัณฑ์ของเครื่องตีแอลกอฮอล์ต้องไม่ใช่ข้อความที่เชิญชวนให้บริโภค/ข้อความอวดอ้างสรรพคุณ

หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไข เกี่ยวกับฉลากของเครื่องตีแอลกอฮอล์ พ.ศ. ๒๕๕๘ (ฉบับที่ ๒)			ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมประชุม	
ข้อกำหนด	เจตนารมณ์	คำอธิบาย	ปัญหา	ข้อเสนอแนะ
(๒) ข้อความที่เชิญชวนให้บริโภคหรืออวดอ้างสรรพคุณคุณประโยชน์หรือคุณภาพของเครื่องตีแอลกอฮอล์ โดยทางตรงหรือทางอ้อม	ป้องกันการกระตุ้นให้บุคคลสนใจบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากตราสินค้าดังกล่าว	ผู้ผลิตสามารถใช้ข้อความใด ๆ ในฉลากของเครื่องตีแอลกอฮอล์ได้ โดยข้อความดังกล่าวจะต้องไม่เป็นการกระตุ้นให้บริโภคหรืออวดอ้างสรรพคุณคุณประโยชน์หรือคุณภาพของเครื่องตี	- ความไม่ชัดเจน ของภาพการ์ตูนคืออะไร เป็นแบบไหน ไม่มีความชัดเจน เช่น ตราโลโก้ เป็นการตูนหรือไม่ - ผู้ประกอบการที่ใช้ฉลากเป็นรูปการ์ตูน ซึ่งใช้ตั้งแต่ก่อนมีประกาศจึงสามารถใช้ได้ แต่ผู้ประกอบการใหม่ไม่สามารถใช้ได้เป็นการกีดกันทางการค้า	- ควรมีการกำหนดนิยามขอบเขต เพื่อให้เกิดการตีความที่เป็นแนวเดียวกัน เช่น การ์ตูนจะต้องไม่มีผลต่อภาพลักษณ์ ต่อการจดจำของผู้บริโภค เด็กและเยาวชน - ควรมีคำอธิบายที่ชัดเจนเกี่ยวกับรายละเอียดต่างๆ เริ่มจากประเด็นที่ชัดเจน เช่น รูปตรา บังคับใช้ให้เกิดผลในส่วนนี้ก่อนและค่อยๆ ขยายไปบังคับใช้

หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไข เกี่ยวกับฉลากของเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ พ.ศ. ๒๕๕๘ (ฉบับที่ ๒)			ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมประชุม	
ข้อกำหนด	เจตนารมณ์	คำอธิบาย	ปัญหา	ข้อเสนอแนะ
		แอลกอฮอล์ โดย ทางตรงหรือ ทางอ้อม	หรือไม่ - ข้อความในตัวประกาศ ไม่ ค่อย ชัด เจน และ	ข้ออื่นๆ ต่อไป - กำหนดให้ชัดเจนว่าบนฉลากมี อะไรได้บ้าง และให้ปฏิบัติตาม
(ก) ข้อความที่ทำให้เกิดทัศนคติว่า จะทำให้ประสบความสำเร็จ ในทางสังคมหรือทางเพศหรือทำให้สมรรถภาพทางร่างกายดีขึ้น	การสื่อให้เห็นว่า ประสบความสำเร็จ ทางสังคมหรือทางเพศมักกระทำโดยมี เป้าหมายไปที่วัย ทำงานและวัยรุ่น เพราะเป็นสิ่งที่ บุคคลในวัยดังกล่าว ให้ความสนใจ การ สื่อให้เห็นว่าทำให้ สมรรถภาพทาง ร่างกายดีขึ้น ชัด กับการ ผล การ ศึกษาวิจัยที่มีต่อ การ บริโภค เครื่องดื่ม แอลกอฮอล์	ข้อความที่ทำให้เกิด ทัศนคติว่า จะทำให้ ประสบความสำเร็จ ในทางสังคมหรือ ทางเพศหรือทำให้ สมรรถภาพทาง ร่างกายดีขึ้น คือ ข้อความที่ทำให้เกิด ทัศนคติว่า การดื่ม เครื่องดื่ม แอลกอฮอล์จะทำให้ ประสบ ความสำเร็จในทาง สังคมหรือทางเพศ หรือ ทำให้ สมรรถภาพทาง ร่างกายดีขึ้น	คำอธิบายบางเรื่องใน เอกสารก็ยังไม่ค่อยเข้าใจ ต้องตีความหรืออธิบายต่อ อีกรอบ - ขาดความชัดเจนในการ ตี ค ว า ม ขั อ ฉ นันทนาการอื่นๆ หมายถึง กิจกรร ม อ ะ ไ ร บ้ า ง ขอบเขตแค่ไหน	
(ข) ข้อความหรือ ภาพที่มีนักกีฬา	นักกีฬาถือเป็น แบบอย่างที่ดีใน	ความเป็นนักกีฬา พิจารณาตามความ		

หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไข เกี่ยวกับฉลากของเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ พ.ศ. ๒๕๕๘ (ฉบับที่ ๒)			ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมประชุม	
ข้อกำหนด	เจตนารมณ์	คำอธิบาย	ปัญหา	ข้อเสนอแนะ
	ด้านการส่งเสริมสุขภาพให้ร่างกายสมบูรณ์แข็งแรง การนำนักกีฬามาประกอบฉลากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จะเป็นการชักจูงใจให้บุคคลทั่วไปเชื่อว่าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นสินค้าที่ไม่ได้ทำลายสุขภาพแต่อย่างใด	เป็นจริง ไม่ได้พิจารณาว่านักกีฬาตั้งกล่าวว่าจะมีชื่อเสียงหรือไม่ ไม่ได้พิจารณาว่าจะเป็นนักกีฬาอาชีพหรือสมัครเล่น		
(ค) ข้อความหรือภาพที่มีดารา ศิลปิน นักร้อง นักแสดง หรือนักแสดง	ดารา ศิลปิน นักร้อง หรือนักแสดงถือเป็นบุคคลที่ได้รับความนิยมเป็นบุคคลที่เด็กหรือเยาวชนนำมาเป็นแบบอย่างในการดำรงชีวิต การ	ความเป็นดารา ศิลปิน นักร้อง นักแสดง ถือตามความเป็นจริง การเป็นดารา ศิลปิน นักแสดงพิจารณาจากปรากฏตัวทางสื่อมวลชน และเคย		

หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไข เกี่ยวกับฉลากของเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ พ.ศ. ๒๕๕๘ (ฉบับที่ ๒)			ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมประชุม	
ข้อกำหนด	เจตนารมณ์	คำอธิบาย	ปัญหา	ข้อเสนอแนะ
	นำบุคคลดังกล่าวมาประกอบฉลากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จะเป็นการชักจูงใจให้เด็กเยาวชน หรือบุคคลทั่วไปเชื่อว่าการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นเรื่องปกติธรรมดา	มีผลงานออกสู่สาธารณชน ส่วนนักร้องพิจารณาจากมีผลงานออกสู่สาธารณชน		
(ง) ข้อความที่ใช้ภาพการ์ตูน เว้นแต่เป็นภาพเครื่องหมายการค้าของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ได้จดทะเบียนเครื่องหมายการค้าไว้โดยถูกต้องแล้วก่อน	การใช้ภาพการ์ตูนมักมีกลุ่มเป้าหมายเป็นเด็ก และเยาวชน การนำภาพการ์ตูนมาใช้ก็เพื่อดึงดูดให้เด็กและเยาวชนดังกล่าวหันมาให้ความสนใจในตัวสินค้า การใช้การ์ตูนที่เป็นที่	การ์ตูนคือภาพวาดภาพที่สร้างสรรค์ขึ้น หรือการใช้กราฟิกที่ผสมผสานจินตนาการแล้วทำให้เกิดคุณค่าความหมายอันมีผลเป็นการเชิญชวนหรือจูงใจให้เด็กและเยาวชนบริโภคโดยเฉพาะอย่างยิ่ง		

หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไข เกี่ยวกับฉลากของเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ พ.ศ. ๒๕๕๘ (ฉบับที่ ๒)			ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมประชุม	
ข้อกำหนด	เจตนารมณ์	คำอธิบาย	ปัญหา	ข้อเสนอแนะ
ประกาศฉบับนี้ใช้บังคับ	จดจำต่อเด็กและเยาวชน สามารถเชื่อมโยงกับความนิยม มีผลต่อความชื่นชอบชื่นชม และมีผลต่อการชักจูงใจในการบริโภค	การ์ตูนที่มีผลต่อการจดจำของเด็กและเยาวชน ทั้งนี้ไม่ใช่บังคับกับเครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียนโดยถูกต้องแล้วไม่ว่าในประเทศหรือต่างประเทศก่อนวันที่ ๒๒ เมษายน ๒๕๕๘		
(จ) ข้อความที่ชักจูงหรือโน้มน้าวให้ซื้อหรือบริโภคเพื่อนำรายได้ไปบริจาคเป็นสาธารณกุศล	การบริจาคเงินหรือสิ่งของเป็นสาธารณกุศลเป็นสิ่งที่สังคมล้วนให้การยกย่องชื่นชม การใช้ข้อความลักษณะดังกล่าวช่วยส่งเสริมให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อสินค้าหรือตรา	ข้อความที่ชักจูงหรือโน้มน้าวให้ซื้อหรือบริโภคเพื่อนำรายได้ไปบริจาคเป็นสาธารณกุศลคือข้อความที่ชักจูงหรือโน้มน้าวให้ซื้อหรือบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพื่อนำ		

หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไข เกี่ยวกับฉลากของเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ พ.ศ. ๒๕๕๘ (ฉบับที่ ๒)			ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมประชุม	
ข้อกำหนด	เจตนารมณ์	คำอธิบาย	ปัญหา	ข้อเสนอแนะ
	สินค้าอื่นๆ อันเป็นเทคนิคประการหนึ่งในการสื่อสารการตลาดซึ่งมีผลเป็นการจูงใจให้เกิดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตราสินค้าหรือยี่ห้ออื่นๆ	รายได้ไปบริจาคให้เป็นสาธารณกุศล		
(ฉ) ข้อความที่ชักจูงหรือโน้มน้าวให้เข้าร่วมกิจกรรมทางด้านดนตรี กีฬา การประกวด หรือนันทนาการ อื่นๆ	ในปัจจุบันเด็กเยาวชน และบุคคลทั่วไป ให้ความสนใจหรือให้ความสำคัญกับการจัดกิจกรรมทางสังคมมากขึ้น โดยสามารถสังเกตเห็นได้ชัดเจนจากรายการโทรทัศน์ที่มักจะเน้นให้มีการประกวด การ	ข้อความที่ชักจูงหรือโน้มน้าวให้เข้าร่วมกิจกรรมทางด้านดนตรี กีฬา การประกวดหรือนันทนาการอื่นๆ คือข้อความที่เชิญชวน ชักจูงหรือโน้มน้าวให้ผู้บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เข้าร่วมกิจกรรมทางด้าน		

หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไข เกี่ยวกับฉลากของเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ พ.ศ. ๒๕๕๘ (ฉบับที่ ๒)			ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมประชุม	
ข้อกำหนด	เจตนารมณ์	คำอธิบาย	ปัญหา	ข้อเสนอแนะ
	<p>แข่งขัน การจัดคอนเสิร์ต หรือ แม้แต่ให้ความสนใจกับการแข่งขันกีฬา โดยเฉพาะกีฬาที่มีผู้เล่นจากประเทศของตนเข้าร่วมการแข่งขัน นั้น ด้วย ข้อความที่ชักจูงหรือโน้มน้าวให้เข้าร่วม กิจกรรมดังกล่าวยอมเป็นที่ดึงดูดใจที่จะทำให้บุคคลเหล่านี้ให้ความสนใจ</p> <p>หัน มา เข้าร่วมกิจกรรมนั้น ๆ และเป็นการเสริมสร้างภาพลักษณ์ของสินค้านั้นๆ อันจะส่งผลให้ผู้บริโภคและบุคคลทั่วไป</p>	<p>ดนตรี กีฬา การประกวด หรือนันทนาการ</p>		

หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไข เกี่ยวกับฉลากของเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ พ.ศ. ๒๕๕๘ (ฉบับที่ ๒)			ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมประชุม	
ข้อกำหนด	เจตนารมณ์	คำอธิบาย	ปัญหา	ข้อเสนอแนะ
	เกิดการจดจำ การ ระลึกถึงตราสินค้า ดังกล่าว รวมทั้งเกิด ภาพลักษณ์ และมี ทัศนคติที่ดี ต่อ สินค้านั้นในที่สุด ซึ่งถือเป็นกระบวนการ การจูงใจรูปแบบ หนึ่งในการสื่อสาร การตลาด			

๔.๒.๒ ผู้แทนภาคประชาสังคม

ผลการรับฟังความคิดเห็นของผู้แทนภาคประชาสังคมประเด็นฉลากและบรรจุภัณฑ์ของเครื่องดื่ม
แอลกอฮอล์ต้องไม่ใช่ข้อความที่เชิญชวนให้บริโภค/ข้อความอวดอ้างสรรพคุณสรุปได้ดังตารางที่ ๔.๔

ตารางที่ ๔.๔ : สรุปผลการรับฟังความคิดเห็นของผู้แทนภาคประชาสังคมประเด็นฉลากและบรรจุภัณฑ์
ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต้องไม่ใช้ข้อความที่เชิญชวนให้บริโภค/ข้อความอวดอ้างสรรพคุณ

หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไข เกี่ยวกับฉลากของเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ พ.ศ. ๒๕๕๘ (ฉบับที่ ๒)			ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมประชุม	
ข้อกำหนด	เจตนารมณ์	คำอธิบาย	ปัญหา	ข้อเสนอแนะ
(๒) ข้อความที่เชิญชวนให้บริโภคหรืออวดอ้างสรรพคุณ คุณประโยชน์หรือคุณภาพของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยตรงหรือทางอ้อม	ป้องกันการกระตุ้นให้บุคคลสนใจบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากตราสินค้าดังกล่าว	ผู้ผลิตสามารถใช้ข้อความใด ๆ ในฉลากของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ โดยข้อความดังกล่าวจะต้องไม่เป็นการกระตุ้นให้บริโภคหรืออวดอ้างสรรพคุณ คุณประโยชน์ หรือคุณภาพของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยตรงหรือทางอ้อม	- การใช้ภาษาภาษาชนะบรรจุ มีหลายคำ ทั้งฉลากบรรจุภัณฑ์ ซึ่งใน พรบ.ไม่มีความว่าบรรจุภัณฑ์ อาจทำให้เกิดการหาช่องว่างของกฎหมาย - กิจกรรมล้อเลียนพฤติกรรม ที่มีสินค้าไม่มีแอลกอฮอล์ แต่ทำให้คนนึกถึงภาพกิจกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ - การพัฒนาศัพท์ของคนดื่มที่เป็นสัญลักษณ์ที่ทำให้เข้าใจได้ในวงดื่ม และเป็นโปรโมชันต่าง ๆ เช่น ๔-๑ มา๔ จำย ๓/ การกำหนดช่วงเวลา / ผู้หญิงเปิดเหล่าฟรี ที่เป็นลักษณะการโน้มน้าว	- ข้อความที่เป็นเท็จหรือเกินความจริงในประกาศมุ่งบังคับใช้กับคุณภาพสินค้าเพียงอย่างเดียว ทำให้ในอนาคตหากมีความเกินจริงที่ไม่เกี่ยวข้องกันกับคุณภาพสินค้าอาจทำให้ผู้กมัดเกินไปควรมีการระมัดระวังในการระบุ - ควรมีคำอธิบายที่ชัดเจนเกี่ยวกับข้อกำหนด (ฉ) ข้อความที่ชักจูงหรือโน้มน้าวให้เข้าร่วมกิจกรรมทางด้านดนตรี กีฬา การประกวดหรือนันทนาการอื่นๆ - ควรระบุให้มีข้อความที่เชิญชวนให้บริโภค/ข้อความอวดอ้างสรรพคุณอื่นๆ เพื่อให้การบังคับใช้ทำได้กว้างขวางและครอบคลุมยิ่งขึ้น
(๓) ข้อความที่ทำให้เกิดทัศนคติว่า จะทำให้ประสบความสำเร็จ ในทางสังคมหรือเพ้าหมายไปที่วัย	การสื่อให้เห็นว่าประสบความสำเร็จทางสังคมหรือทางเพศมักกระทำโดยมีเป้าหมายไปที่วัย	ข้อความที่ทำให้เกิดทัศนคติว่า จะทำให้ประสบความสำเร็จ ในทางสังคมหรือทางเพศหรือทำให้		

หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไข เกี่ยวกับฉลากของเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ พ.ศ. ๒๕๕๘ (ฉบับที่ ๒)			ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมประชุม	
ข้อกำหนด	เจตนารมณ์	คำอธิบาย	ปัญหา	ข้อเสนอแนะ
ทางเพศหรือทำให้ สมรรถภาพทาง ร่างกายดีขึ้น	ทำงานและวัยรุ่น เพราะเป็นสิ่งที่ บุคคลในวัยดังกล่าว ให้ความสนใจ การ สื่อให้เห็นว่าทำให้ สมรรถภาพทาง ร่างกายดีขึ้น ชัด กับ ผล การ ศึกษาวิจัยที่มีต่อ การบริโภค เครื่องดื่ม แอลกอฮอล์	สมรรถภาพทาง ร่างกายดีขึ้น คือ ข้อความที่ทำให้เกิด ทัศนคติว่า การดื่ม เครื่องดื่ม แอลกอฮอล์จะทำให้ ประ ส บ ความสำเร็จในทาง สังคมหรือทางเพศ หรือ ทำให้ สมรรถภาพทาง ร่างกายดีขึ้น	- การใช้ดารา ศิลปิน ทำ ให้ผลิตภัณฑ์มียอด จำหน่ายสูงขึ้น - ความขัดแย้งที่ทำให้ ผู้ประกอบการใช้ช่องทาง WTO ในการหยุดยั้ง	
(ข) ข้อความหรือ ภาพที่มีนักกีฬา	นักกีฬาถือเป็น แบบอย่างที่ดีใน ด้านการส่งเสริม สุขภาพให้ร่างกาย สมบูรณ์แข็งแรง การนำนักกีฬามา ประกอบฉลาก เครื่องดื่ม แอลกอฮอล์จะเป็น การชักจูงใจให้	ความเป็นนักกีฬา พิจารณาตามความ เป็นจริง ไม่ได้ พิจารณาว่านักกีฬา ดังกล่าวจะมี ชื่อเสียงหรือไม่ ไม่ได้พิจารณาว่าจะ เป็นนักกีฬาอาชีพ หรือสมัครเล่น		

หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไข เกี่ยวกับฉลากของเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ พ.ศ. ๒๕๕๘ (ฉบับที่ ๒)			ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมประชุม	
ข้อกำหนด	เจตนารมณ์	คำอธิบาย	ปัญหา	ข้อเสนอแนะ
	บุคคลทั่วไปเชื่อว่า เครื่องดื่ม แอลกอฮอล์เป็น สินค้าที่ไม่ได้ทำลาย สุขภาพแต่อย่างใด			
(ค) ข้อความหรือ ภาพที่มีดารา ศิลปิน นักร้อง หรือนักแสดง	ดารา ศิลปิน นักร้อง หรือ นักแสดงถือเป็น บุคคลที่ได้รับความ นิยมเป็นบุคคลที่ เด็กหรือเยาวชน นำมา เป็น แบบอย่าง ใน การดำรงชีวิต การ นำบุคคลดังกล่าว มาประกอบฉลาก เครื่องดื่ม แอลกอฮอล์จะเป็น การชักจูงใจให้เด็ก เยาวชน หรือบุคคล ทั่วไปเชื่อว่าการ บริโภคเครื่องดื่ม	ความเป็นดารา ศิลปิน นักร้อง นักแสดง ถือตาม ความเป็นจริง การเป็นดารา ศิลปิน นักแสดง พิจารณาจากการ ปรากฏตัวทาง สื่อมวลชน และเคย มีผลงาน ออกสู่ สาธารณชน ส่วน นักร้องพิจารณา จากมีผลงานออกสู่ สาธารณชน		

หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไข เกี่ยวกับฉลากของเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ พ.ศ. ๒๕๕๘ (ฉบับที่ ๒)			ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมประชุม	
ข้อกำหนด	เจตนารมณ์	คำอธิบาย	ปัญหา	ข้อเสนอแนะ
	แอลกอฮอล์เป็น เรื่อง ปกติธรรมดา			
(ง) ข้อความที่ใช้ ภาพการ์ตูน เว้น แต่เป็น ภาพ เครื่องหมาย การค้าของ เครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ที่ได้ จดทะเบียน เครื่องหมาย การค้าไว้โดย ถูกต้องแล้วก่อน ประกาศฉบับนี้ใช้ บังคับ	การใช้ภาพการ์ตูน มักมีกลุ่มเป้าหมาย เป็น เด็ก และ เยาวชน การนำ ภาพการ์ตูนมาใช้ก็ เพื่อดึงดูดให้เด็ก และเยาวชน ดังกล่าวหันมาให้ ความสนใจในตัว สินค้า การใช้ การ์ตูนที่เป็นที่ จดจำต่อเด็กและ เยาวชน สามารถ เชื่อมโยงกับความ นิยม มีผลต่อความ ชื่นชอบชื่นชม และ มีผลต่อการชักจูงใจ ในการบริโภค	การ์ตูน คือ ภาพวาด ภาพที่ สร้างสรรค์ขึ้น หรือ การใช้กราฟิกที่ ผสมผสาน จินตนาการแล้วทำ ให้เกิดคุณค่า ความหมายอันมีผล เป็นการเชิญชวน หรือจูงใจให้เด็ก และเยาวชนบริโภค โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การ์ตูนที่มีผลต่อ การจดจำของเด็ก และเยาวชน ทั้งนี้ไม่ใช่บังคับ กับเครื่องหมาย การค้าที่ จด ทะเบียนโดยถูกต้อง		

หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไข เกี่ยวกับฉลากของเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ พ.ศ. ๒๕๕๘ (ฉบับที่ ๒)			ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมประชุม	
ข้อกำหนด	เจตนารมณ์	คำอธิบาย	ปัญหา	ข้อเสนอแนะ
		แล้วไม่ว่าใน ประเทศหรือ ต่างประเทศก่อน วันที่ ๒๒ เมษายน ๒๕๕๘		
(จ) ข้อความที่ชัก จูงหรือโน้มน้าวให้ ซื้อหรือบริโภค เพื่อนำรายได้ไป บริจาคเป็นสา ธารณกุศล	การบริจาคเงินหรือ สิ่งของเป็น ส าธารณกุศลเป็นสิ่งที่ สังคมล้วนให้การยก ย่อง ชื่นชม การใช้ ข้อความลักษณะ ดังกล่าว ช่วย ส่งเสริมให้เกิด ภาพลักษณ์ที่ดีต่อ สินค้าหรือตรา สินค้านั้นๆ อันเป็น เทคนิคประการ หนึ่งในการสื่อสาร การตลาดซึ่งมีผล เป็นการจูงใจให้เกิด การบริโภค เครื่องดื่ม	ข้อความที่ชักจูง หรือโน้มน้าวให้ซื้อ หรือบริโภคเพื่อนำ รายได้ไปบริจาค เป็นสาธารณกุศล คือข้อความที่ชักจูง หรือโน้มน้าวให้ซื้อ หรือบริโภค เครื่องดื่ม แอลกอฮอล์เพื่อนำ รายได้ไปบริจาคให้ เป็นสาธารณกุศล		

หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไข เกี่ยวกับฉลากของเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ พ.ศ. ๒๕๕๘ (ฉบับที่ ๒)			ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมประชุม	
ข้อกำหนด	เจตนารมณ์	คำอธิบาย	ปัญหา	ข้อเสนอแนะ
	แอลกอฮอล์ตรา สินค้าหรือยี่ห้ออื่นๆ			
(ฉ) ข้อความที่ชัก จูงหรือโน้มน้าวให้ เข้าร่วมกิจกรรม ทางด้านดนตรี กีฬา การประกวด หรือนันทนาการ อื่นๆ	ใน ปัจจุบัน เด็ก เยาวชน และบุคคล ทั่วไป ให้ ความ สนใจ หรือ ให้ ความสำคัญกับการ จัดกิจกรรมทาง สังคมมากขึ้น โดย สามารถสังเกตเห็น ได้ ชัด เจน จาก รายการโทรทัศน์ที่ มักจะเน้นให้มีการ ประกวด การ แข่งขัน การจัด คอนเสิร์ต หรือ แม้แต่ให้ความสนใจ กับการแข่งขันกีฬา โดยเฉพาะกีฬาที่มีผู้ เล่นจากประเทศ ของตนเข้าร่วมการ	ข้อความที่ชักจูง หรือโน้มน้าวให้เข้า ร่วม กิ จ ก ร ร ม ทางด้านดนตรี กีฬา การประกวดหรือ นันทนาการอื่นๆ คือข้อความที่เชิญ ชวน ชักจูงหรือโน้ม น้าวให้ผู้บริโภค เค รื่ อ ง ตี ม แอลกอฮอล์เข้าร่วม กิจกรรมทางด้าน ดนตรี กีฬา การ ประกวด หรือ นันทนาการ		

หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไข เกี่ยวกับฉลากของเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ พ.ศ. ๒๕๕๘ (ฉบับที่ ๒)			ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมประชุม	
ข้อกำหนด	เจตนารมณ์	คำอธิบาย	ปัญหา	ข้อเสนอแนะ
	<p>แข่งขันนั้นด้วย ข้อความที่ชักจูง หรือโน้มน้าวให้เข้า ร่วมกิจกรรม ดังกล่าวยอมเป็นที่ ดึงดูดใจที่จะทำให้ บุคคลเหล่านี้ให้ ความสนใจ</p> <p>หันมาเข้าร่วม กิจกรรมนั้น ๆ และ เป็นการเสริมสร้าง ภาพลักษณ์ของ สินค้านั้นๆ อันจะ ส่งผลให้ผู้บริโภค และบุคคลทั่วไป เกิดการจดจำ การ ระลึกถึงตราสินค้า ดังกล่าว รวมทั้งเกิด ภาพลักษณ์และมี ทัศนคติที่ดี ต่อ สินค้านั้นในที่สุด ซึ่งถือเป็นกระบวนการ</p>			

หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไข เกี่ยวกับฉลากของเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ พ.ศ. ๒๕๕๘ (ฉบับที่ ๒)			ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมประชุม	
ข้อกำหนด	เจตนารมณ์	คำอธิบาย	ปัญหา	ข้อเสนอแนะ
	การจูงใจรูปแบบ หนึ่งในการสื่อสาร การตลาด			

๔.๓ ประเด็นอื่นๆ

๔.๓.๑ ผู้แทนหน่วยงานภาครัฐ

ผลการรับฟังความคิดเห็นของผู้แทนหน่วยงานภาครัฐประเด็นอื่นๆ สรุปได้ดังตารางที่ ๔.๕

ตารางที่ ๔.๕ : สรุปผลการรับฟังความคิดเห็นของผู้แทนหน่วยงานภาครัฐประเด็นอื่นๆ

หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไข เกี่ยวกับฉลากของเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ พ.ศ. ๒๕๕๘ (ฉบับที่ ๒)			ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมประชุม	
ข้อกำหนด	เจตนารมณ์	คำอธิบาย	ปัญหา	ข้อเสนอแนะ
(๓) อื่นๆ			<ul style="list-style-type: none"> - เจตนารมณ์ ขาดการขยายความที่มาจาก ไปของประกาศ ทำให้เกิดความเข้าใจที่ ไม่ชัดเจน “ที่มาของ technical Doc ๑.2 มีความ ไม่ชัดเจน” - การประชาสัมพันธ์ เอกสารที่เกี่ยวข้อง ไปยัง WTO - ประกาศฉบับนี้ไม่มีอะไรที่ เฉพาะเจาะจงลงไป เป็นลักษณะ 	<ul style="list-style-type: none"> - ควรปรับเพิ่มข้อความ ในส่วนของ เจตนารมณ์ ขยาย ข้อความให้ชัดเจน ระบุ ว่าเหตุใดจึงต้องมี ๑ 2 โดย ๑ 1 มี ปัญหา อย่างไร - ควรแจ้งไปยัง WTO เพื่อป้องกันปัญหา การกีดกัน - ควรนำหลักเกณฑ์ไปใช้กับสินค้าอื่นๆ ด้วย - กฎหมายควรบอกว่าบนฉลาก ควรมี

หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไข เกี่ยวกับฉลากของเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ พ.ศ. ๒๕๕๘ (ฉบับที่ ๒)			ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมประชุม	
ข้อกำหนด	เจตนารมณ์	คำอธิบาย	ปัญหา	ข้อเสนอแนะ
			<p>เหมือนกับประกาศที่ใช้กับสินค้าทั่วไป</p> <ul style="list-style-type: none"> - เกณฑ์ข้อความที่ไม่เป็นธรรมชาติไม่จริงใช้แต่เฉพาะแอลกอฮอล์ ทั้งๆที่ควรใช้กับสินค้าอื่นๆด้วย - เจตนาของประกาศคือ ไม่ต้องการให้เกิดการจูงใจอยากซื้อ เช่น ไม่ให้มีรูปนักกีฬา แต่ช่วงฟุตบอลโลกสามารถใส่รูปแผนที่ประเทศลงบนฉลากได้หรือไม่ 	ข้อความอะไรมากกว่าบอกว่าห้ามอะไร และให้ดูเจตนารมณ์ที่แท้จริง

๔.๓.๒ ผู้แทนภาคประชาสังคม

ผลการรับฟังความคิดเห็นของผู้แทนภาคประชาสังคมประเด็นอื่นๆ สรุปรวได้ดังตารางที่ ๔.๖

ตารางที่ ๔.๖ : สรุปรวผลการรับฟังความคิดเห็นของผู้แทนภาคประชาสังคมประเด็นอื่นๆ

หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไข เกี่ยวกับฉลากของเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ พ.ศ. ๒๕๕๘ (ฉบับที่ ๒)			ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมประชุม	
ข้อกำหนด	เจตนารมณ์	คำอธิบาย	ปัญหา	ข้อเสนอแนะ
(๓) อื่นๆ			- ผลกระทบเชิงบวกจากประกาศฉบับนี้ทำให้ผลบังคับใช้ดีขึ้น เครือข่ายลดอุบัติเหตุเมื่อคนดื่มสุราแล้วก่อปัญหา เพื่อให้WTO คนไทย ตายปีละสองหมื่นกว่าราย	- คำอธิบายตามเอกสารวิชาการ จะมีการใช้จริง และเป็นแนวทางเท่านั้น เป็นหลักฐานในชั้นศาลได้เพียงเอกสารประกอบเท่านั้น เพราะจะเน้นตัวบท

หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไข เกี่ยวกับฉลากของเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ พ.ศ. ๒๕๕๘ (ฉบับที่ ๒)			ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมประชุม	
ข้อกำหนด	เจตนารมณ์	คำอธิบาย	ปัญหา	ข้อเสนอแนะ
			<ul style="list-style-type: none"> - เห็นด้วยกับประกาศทุกประการ เนื่องจากที่ผ่านมามีปัญหาแต่ทำไม่ได้จริง - ปัจจุบันการสื่อสารทางการตลาด เพื่อโฆษณาผลิตภัณฑ์โดยใช้สินค้าอื่นมาทดแทนเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ 	<p>กฎหมายมากกว่า</p> <ul style="list-style-type: none"> - การคุยวันนี้ทำตาม WTO กำหนด ควรมีการกำหนดว่าภาคประชาชนไม่เห็นด้วยกับเอกสารนี้ เนื่องจากกำหนดออกมาทับกับกฎหมายที่มีอยู่ - การตีความกฎหมายควรเห็นแก่ประโยชน์ของประเทศชาติมากกว่าของภาคธุรกิจ - การแปลเป็นภาษาอังกฤษควรมีความระมัดระวัง และควรกำหนดข้อความการไม่ผูกพันกฎหมายในเอกสารแปลให้ชัดเจน - กฎหมายมีความชัดเจนอยู่แล้ว เอกสารฉบับนี้จึงไม่ควรทับซ้อน หรือลดทอนความศักดิ์สิทธิ์ของกฎหมายที่มีอยู่ - อยากให้กระทรวงสาธารณสุขยึดมั่นในเจตนารมณ์ของกฎหมายเป็นหลัก

๕. สรุปผลการรับฟังความคิดเห็นในภาพรวม

ผลการรับฟังความคิดเห็นในภาพรวมต่อเอกสารวิชาการการปฏิบัติตามประกาศคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขเกี่ยวกับฉลากของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. ๒๕๕๘ (ฉบับที่ ๒) สามารถสรุปเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมประชุมแต่ละกลุ่มได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ ๕.๑ สรุปผลการรับฟังความคิดเห็นในภาพรวม เปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้แทนหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคม

ประเด็น	ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมประชุม					
	ผู้แทนภาครัฐ		ผู้แทนภาคเอกชน		ผู้แทนภาคประชาสังคม	
	ปัญหา	ข้อเสนอแนะ	ปัญหา	ข้อเสนอแนะ	ปัญหา	ข้อเสนอแนะ
<p>(๑) ประเด็นฉลากและบรรจุภัณฑ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต้องไม่ใช่ข้อความที่เป็นการไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคหรือเป็นข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวม</p>	<p>- รายละเอียดในกฎหมายบางเรื่องจุกจิกมากเกินไป เช่น เบียร์สิงห์มีภาพการ์ตูน ต้องเป็น GI หรือไม่</p> <p>- เอกสารไม่มีนิยามที่ชัดเจนของคำว่า “เป็นธรรม”</p> <p>- คณะกรรมการฯ ไม่สามารถอธิบายและไม่สามารถให้คำตอบที่</p>	<p>- ควรมีข้อยกเว้นในบางเรื่อง โดยเฉพาะเพื่อประโยชน์ของผู้บริโภคในการได้รับข้อมูลที่ถูกต้องและเพียงพอเกี่ยวกับสินค้า</p> <p>- ต้องมีการปรับ/แก้ไขข้อความในเอกสารวิชาการ และประกาศให้ชัดเจน</p> <p>- ควรมีการอธิบาย</p>	<p>- ปัจจุบันไม่มีการเขียนตัวอย่างให้ชัดเจนทำให้เกิดปัญหาในการตีความที่แตกต่างกันของเจ้าหน้าที่รัฐ</p> <p>- การตีความทางกฎหมายระหว่างกฎหมายของ สคบ. และ สกอ. ที่ผ่านมามีการพิจารณาตีความแตกต่างกัน ดังนั้นหากมีการล่อกฎหมาย</p>	<p>- ควรมีการเขียนขยายความในประกาศเรื่องตัวอย่างที่สามารถลงในฉลากได้ และควรมีเอกสารแนะนำ (guideline) ที่ชัดเจน เช่น ตัวอย่างสินค้าสถานที่ผลิต วิธีการผลิต</p> <p>- ปรับปรุงแก้ไขให้มีความชัดเจน เพื่อลดการตีความและใช้ดุลพินิจของเจ้าหน้าที่</p>	<p>- มีความห่วงกังวลเรื่องบรรจุภัณฑ์ที่มีได้มีข้อกำหนดเรื่องสีไว้ทั้งที่ผู้เชี่ยวชาญชี้ว่ามีผลต่อการจูงใจให้บริโภค และหลายครั้งได้รับการร้องเรียนว่าไม่ควรให้ละม้ายคล้ายคลึงกับผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มอื่นๆ</p> <p>- ปัจจุบัน ปัญหามีได้</p>	<p>- เพิ่มเติมเหตุผลความจำเป็นหรือที่มาที่ไปที่ทำให้ต้องออกเอกสารเหล่านี้ (อาจสะท้อนให้เห็นถึงผลกระทบที่เกิดขึ้น/การใช้การจูงใจทางการตลาดของผู้ประกอบการที่ทำให้ต้องออกเอกสารฉบับนี้)</p> <p>- ต้องเพิ่มเติมต่อท้ายทุกข้อว่า หน่วยงานใดมีอำนาจตัดสินใจขาด</p>

ประเด็น	ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมประชุม					
	ผู้แทนภาครัฐ		ผู้แทนภาคเอกชน		ผู้แทนภาคประชาสังคม	
	ปัญหา	ข้อเสนอแนะ	ปัญหา	ข้อเสนอแนะ	ปัญหา	ข้อเสนอแนะ
	<p>ชัดเจนเกี่ยวกับประกาศฯ และเจ้าหน้าที่รัฐไม่สามารถให้คำตอบได้ ทำให้เรื่องต้องไปถึงศาล</p> <p>- ความไม่สมดุลระหว่างข้อความที่มีลักษณะจูงใจให้บริโภคและการให้ข้อมูลที่เพียงพอกับผู้บริโภค เช่น ข้อกำหนดบางประการ โดยเฉพาะที่ห้ามบอกข้อมูลแหล่งกำเนิด ถ้าตีความเข้มงวดเกินไปจะ</p>	<p>ขยายความ คำต่างๆ เช่น คำว่า ไม่เป็นธรรม ให้ชัดเจนว่าครอบคลุมเรื่องใดบ้าง</p> <p>โดย อาจ มีการยกตัวอย่างประกอบ</p> <p>- ควรมีการลดความเป็นนามธรรมของข้อความ</p> <p>- ต้องมีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับเนื้อหาในประกาศฯ และเอกสารวิชาการไป</p>	<p>ใด กฎหมายหนึ่ง เพื่อให้เกิดความเป็นธรรมในการตีความ เช่น กฎหมายของ สคบ.</p> <p>- ข้อความในประกาศไม่มีความชัดเจน และไม่ปฏิบัติตามหลักการสากล</p> <p>- คำอธิบายต่างๆ หากเป็นสินค้านำเข้า จะไม่สามารถเปลี่ยนแปลงได้</p>	<p>- การระบุแหล่งผลิตเป็นส่วนหนึ่งของการให้ข้อมูลผู้บริโภค ดังนั้นข้อความที่เป็นความจริงและเป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภคควรให้ระบุลงในฉลากได้ ในข้อนี้ควรเขียนหลักการให้ชัดเจน</p>	<p>มีเพียงเรื่องข้อความที่ชักจูงใจโน้มน้าวที่ปรากฏบนบรรจุภัณฑ์เท่านั้น แต่มีการนำไปเผยแพร่ทางโซเชียลมีเดีย (social media) ทำให้ประกาศ กฎหมาย หรือการบังคับใช้กฎหมายฉบับนี้ยังไม่ครอบคลุม</p> <p>- เครื่องหมายการค้า (โลโก้) และสีของ</p>	<p>เพื่อให้เกิดความชัดเจน (เช่น หน่วยงานราชการหรือศาล) และไม่มีการผูกพันต่อกฎหมาย</p> <p>- กำหนดว่าเป็นหน้าที่ของรัฐในการปกป้องสุขภาพของคนในประเทศ</p> <p>- การรวบรวมข้อเท็จจริงในองค์ประกอบต่างๆ มาอธิบายมากกว่าการกำหนดออกเป็นระเบียบเพียงอย่างเดียว เช่น</p>

ประเด็น	ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมประชุม					
	ผู้แทนภาครัฐ		ผู้แทนภาคเอกชน		ผู้แทนภาคประชาสังคม	
	ปัญหา	ข้อเสนอแนะ	ปัญหา	ข้อเสนอแนะ	ปัญหา	ข้อเสนอแนะ
	<p>กลายเป็นการจำกัดสิทธิการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าของผู้บริโภค</p> <p>- มีความคลุมเครือซ้อนทับของข้อความ เช่น การโอ้อวด ระบุสรรพคุณเกินจริง น่าจะมีความหมายเหมือนกัน</p> <p>- ไม่มีความชัดเจนว่า สิ่งใดทำได้ สิ่งใดทำไม่ได้ คำหรือข้อความใดที่ใช้ได้ คำหรือข้อความใดใช้</p>	<p>ยังผู้เกี่ยวข้องให้ทั่วถึง เช่น ส่งร่างประกาศให้ผู้เกี่ยวข้องพิจารณา ก่อนประกาศ/บังคับใช้</p> <p>- มีประกาศแนบท้าย หรือ แนวทางการปฏิบัติให้กับเจ้าหน้าที่ของรัฐได้ถือปฏิบัติ เพื่อลดการใช้ดุลยพินิจของผู้บังคับใช้กฎหมาย</p>	<p>- ในประกาศแม้ว่าจะระบุว่าไม่มีการเพิ่มภาระในการขออนุญาต แต่ทำให้การขออนุมัติ ฉลากจากสรรพสามิตมีขั้นตอนเพิ่มขึ้น เพราะความไม่ชัดเจนของประกาศ</p>		<p>ผลิตภัณฑ์ ปัจจุบันส่วนใหญ่เป็นแบบเดียวกัน ทั้งเครื่องดื่ม แอ ก อ ฮ อ ล์ และ เครื่องดื่มชนิดอื่น</p> <p>- การตลาดเครื่องดื่มมีการปรับเปลี่ยน เช่น กรณียี่ห้อลิโอทำการขายเบียร์จากเครื่องอัตโนมัติ ทำให้ไม่เข้าข่ายระเบียบนี้</p> <p>- การออกเอกสารตามที่ WTO กำหนด</p>	<p>สถานการณ์ต่าง ๆ</p> <p>- ควรมีประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการทำฉลาก เพื่อให้เกิดการจูงใจ และ การตลาดของผู้ประกอบการ จึงควรเพิ่มเจตนาธรรมณ์ตาม มาตรา ๒๖ เพื่อให้ทราบ ว่าต้องการอะไรเพื่อให้เกิดความเข้าใจ</p>

ประเด็น	ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมประชุม					
	ผู้แทนภาครัฐ		ผู้แทนภาคเอกชน		ผู้แทนภาคประชาสังคม	
	ปัญหา	ข้อเสนอแนะ	ปัญหา	ข้อเสนอแนะ	ปัญหา	ข้อเสนอแนะ
	ไม่ได้				อาจผูกพันกับการตัดสินใจภายในประเทศ)	
(๒) ฉลากและบรรจุภัณฑ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต้องไม่ใช้ข้อความที่เชิญชวนให้บริโภค/ข้อความอวดอ้างสรรพคุณ	<p>- ความไม่ชัดเจน ของภาพการ์ตูนคืออะไร เป็นแบบไหน ไม่มีความชัดเจน เช่น ตราโลโก้ เป็นการ์ตูนหรือไม่</p> <p>- ผู้ประกอบการที่ใช้ฉลากเป็นรูปการ์ตูน ซึ่งใช้ตั้งแต่ก่อนมีประกาศ</p>	<p>- ควรมีการกำหนดนิยาม ขอบเขต เพื่อให้เกิดการตีความที่เป็นแนวเดียวกัน เช่น การ์ตูน จะต้องไม่มีผลต่อภาพลักษณ์ ต่อการจดจำของผู้บริโภค เด็กและเยาวชน</p>	<p>- ลักษณะข้อความเชิญชวน/ข้อความอวดอ้างสรรพคุณ บนฉลากและบรรจุภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เป็นข้อความที่กว้างเกินไปทำให้เกิดปัญหาการตีความ</p>	<p>- ควรเขียนคำนิยามให้ชัดเจนเพื่อลดการใช้ดุลพินิจของเจ้าหน้าที่รัฐ</p> <p>- ปีที่ผลิต การติดรางวัลในฉลาก การระบุ XO VSOP หรือ Premium ถือเป็น การให้ ข้อมูล ผู้บริโภคทั้งในแง่ของ</p>	<p>- การใช้ภาษาภาษาชนะบรรจุ มีหลายคำ ทั้งฉลาก บรรจุภัณฑ์ ซึ่งใน พรบ.ไม่มีคำว่าบรรจุภัณฑ์ อาจทำให้เกิดการหาช่องว่างของกฎหมาย</p> <p>- กิจกรรมล้อเลียน</p>	<p>- ข้อความที่เป็นเท็จหรือเกินความจริงในประกาศ มุ่งบังคับใช้กับคุณภาพสินค้าเพียงอย่างเดียว ทำให้ในอนาคตหากมีความเกินจริงที่ไม่เกี่ยวข้อง กับคุณภาพสินค้าอาจทำให้ผูกมัด</p>

ประเด็น	ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมประชุม					
	ผู้แทนภาครัฐ		ผู้แทนภาคเอกชน		ผู้แทนภาคประชาสังคม	
	ปัญหา	ข้อเสนอแนะ	ปัญหา	ข้อเสนอแนะ	ปัญหา	ข้อเสนอแนะ
	<p>จึงสามารถใช้ได้ แต่ผู้ประกอบการใหม่ไม่สามารถใช้ได้เป็นการกีดกันทางการค้าหรือไม่</p> <p>- ข้อความในตัวประกาศไม่ค่อยชัดเจน และคำอธิบายบางเรื่องในเอกสารก็ยังไม่ค่อยเข้าใจ ต้องตีความหรืออธิบายต่ออีกรอบ</p> <p>- ขาดความชัดเจนในการตีความ ข้อแนะนำอื่นๆ</p>	<p>- ควรมีคำอธิบายที่ชัดเจนเกี่ยวกับรายละเอียดต่างๆ เริ่มจากประเด็นที่ชัดเจน เช่น รูปดารา บังคับใช้ให้เกิดผลในส่วนนี้ก่อน และค่อยๆ ขยายไป บังคับใช้ข้ออื่นๆ ต่อไป</p> <p>- กำหนดให้ชัดเจนว่าบนฉลากมีอะไรได้บ้าง และให้ปฏิบัติตาม</p>	<p>- ขาดหลักเกณฑ์ที่แน่นอนในการแสดงฉลาก ฉลากใดสามารถแสดงได้/ไม่ได้ หรือข้อความใดแสดงได้/ไม่ได้</p> <p>- ปัญหาการตีความระหว่างการอวดอ้าง และการให้ข้อมูลผู้บริโภค เช่น การติดเหรียญรางวัลถือเป็น การให้ข้อมูลผู้บริโภค</p> <p>- ถ้อยคำในประกาศ</p>	<p>กระบวนการผลิตและประเภท ไม่ใช่ การอวดอ้างสรรพคุณ ควรกำหนดนิยามข้อความที่อวดอ้างสรรพคุณ และการให้ข้อมูลผู้บริโภคให้ชัดเจน</p> <p>- ข้อมูลผลิตภัณฑ์ สำหรับผู้บริโภคเฉพาะกลุ่ม เช่น tasting note ของ wine ฯลฯ เป็นข้อมูลที่ผู้บริโภคมีสิทธิจะารู้</p>	<p>พฤติกรรมที่มีสินค้า ไม่มีแอกฮอลล์ แต่ทำให้คนนึกถึงภาพกิจกรรมการดื่ม เครื่องดื่มแอกฮอลล์</p> <p>- การพัฒนาศัพท์ของ คนดื่ม ที่เป็นสัญลักษณ์ที่ทำให้เข้าใจได้ในวงดื่ม และเป็นโปรโมชันต่าง ๆ เช่น ๔-๑ มา ๔ จ่าย ๓ / การกำหนดช่วงเวลา / ผู้หญิงเปิด</p>	<p>เกินไป ควรมีการระมัดระวังในการระบุ</p> <p>- ควรมีคำอธิบายที่ชัดเจนเกี่ยวกับข้อกำหนด (ฉ) ข้อความที่ชักจูงหรือโน้มน้าวให้เข้าร่วมกิจกรรมทางด้าน ดนตรี กีฬา การประกวด หรือนันทนาการอื่นๆ</p> <p>- ควรระบุให้มีข้อความที่เชิญชวนให้บริโภค/ข้อความอวดอ้างสรรพคุณอื่นๆ เพื่อให้</p>

ประเด็น	ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมประชุม					
	ผู้แทนภาครัฐ		ผู้แทนภาคเอกชน		ผู้แทนภาคประชาสังคม	
	ปัญหา	ข้อเสนอแนะ	ปัญหา	ข้อเสนอแนะ	ปัญหา	ข้อเสนอแนะ
	หมายถึงกิจกรรมอะไรบ้าง ขอบเขตแค่ไหน		<p>ๆ ไม่ชัดเจน ไม่สามารถปฏิบัติตามได้ เช่น คำว่า finest premium ซึ่งมองว่าเป็นทางเลือกของผู้บริโภคแต่ไม่สามารถระบุลงไปได้ และการระบุค่าเหล่านี้ไม่ได้ก่อให้เกิดการชักจูงนักดื่มหน้าใหม่</p> <p>- ขาดความชัดเจนในทางปฏิบัติ ซึ่งทั้งหมดต้องใช้ดุลพินิจของเจ้าหน้าที่ ซึ่งใช้</p>	<p>- เครื่องหมายรับรองคุณภาพสินค้า เทรียตรา เป็นข้อเท็จจริง ควรใช้ได้ เพราะถือว่าไม่ใช่การอวดอ้าง ซึ่งตรงนี้ต้องชัดเจนว่าใช้ได้หรือไม่</p>	<p>เหล้าฟรี ที่เป็นลักษณะการโน้มน้ำหนัก</p> <p>- การใช้ตรา ศิลปิน ทำให้ผลิตภัณฑ์มียอดขายสูงขึ้น</p> <p>- ความขัดแย้งที่ทำให้ผู้ประกอบการใช้ช่องทาง WTO ในการหยุดยั้ง</p>	<p>การบังคับใช้ทำได้กว้างขวาง และครอบคลุมยิ่งขึ้น</p>

ประเด็น	ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมประชุม					
	ผู้แทนภาครัฐ		ผู้แทนภาคเอกชน		ผู้แทนภาคประชาสังคม	
	ปัญหา	ข้อเสนอแนะ	ปัญหา	ข้อเสนอแนะ	ปัญหา	ข้อเสนอแนะ
			<p>ระยะเวลาสั้น หากผู้ประกอบการต้องส่งให้เจ้าหน้าที่ทุกรายพร้อมกันเจ้าหน้าที่จะดำเนินการไม่ทัน และไวน์ (wine) มีการเปลี่ยนฉลากทุกปี เป็นการเพิ่มภาระของผู้ประกอบการ ช้ำซ้อน ผิดวัตถุประสงค์ที่บอกว่าจะไม่เพิ่มภาระให้ผู้ประกอบการ อีกทั้งยังไม่ถูกหลักการค้าโลกอีกด้วย</p>			

ประเด็น	ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมประชุม					
	ผู้แทนภาครัฐ		ผู้แทนภาคเอกชน		ผู้แทนภาคประชาสังคม	
	ปัญหา	ข้อเสนอแนะ	ปัญหา	ข้อเสนอแนะ	ปัญหา	ข้อเสนอแนะ
(๓) อื่นๆ	<ul style="list-style-type: none"> - เจตนาธรรมณ์ ขาดการขยายความที่มาจากไปของประกาศ ทำให้เกิดความเข้าใจที่ไม่ชัดเจน - “ที่มาของ technical Doc ฉ.2 มีความไม่ชัดเจน” - การประชาสัมพันธ์เอกสารที่เกี่ยวข้องไปยัง WTO - ประกาศฉบับนี้ไม่มีอะไรที่เฉพาะเจาะจงลงไป เป็นลักษณะเหมือนกับประกาศที่ใช้กับสินค้าทั่วไป 	<ul style="list-style-type: none"> - ควรปรับปรุงเพิ่มข้อความ ในส่วนของเจตนาธรรมณ์ ขยายข้อความให้ชัดเจนระบุว่าเหตุใดจึงต้องมีฉ 2 โดย ฉ 1 มีปัญหาอย่างไร - ควรแจ้งไปยัง WTO เพื่อป้องกันปัญหาการกีดกัน - ควรนำหลักเกณฑ์ไปใช้กับสินค้าอื่นๆ ด้วย - กฎหมายควรบอกว่าบนฉลาก ควรมีข้อความอะไรมากกว่า 	<ul style="list-style-type: none"> - กฎหมายกว้างขวางเกินไปเอื้อต่อการใช้ดุลพินิจของเจ้าหน้าที่มากเกินไป - เจ้าหน้าที่พิจารณาไม่มีความพร้อมและจำนวนไม่เพียงพอ ทำให้ล่าช้า - ขาดการรับฟังความคิดเห็นจากภาคเอกชนก่อนที่จะประกาศกฎหมายออกมาใช้ เช่น 	<ul style="list-style-type: none"> - คณะกรรมการที่พิจารณาเรื่องฉลากสินค้าควรมีองค์ประกอบจากภาคเอกชน - เอกสาร Technical Document มี แต่ ภาษาไทย ควรจัดทำเป็นภาษาอังกฤษด้วย - ควรกำหนดให้มีเอกสารที่ชัดเจนเกี่ยวกับแนวทางการจัดทำฉลาก และการสอบถามข้อมูล - ควรมีการรับฟังความ 	<ul style="list-style-type: none"> - ผลกระทบเชิงบวกจากประกาศฉบับนี้ทำให้ผลบังคับใช้ดีขึ้น เครือข่ายลดอุปสรรคเมื่อคนตีตราแล้วก่อปัญหา เพื่อให้ WTO คนไทย ตายปีละสองหมื่นกว่าราย - เห็นด้วยกับประกาศทุกประการ เนื่องจากที่ผ่านมาไม่พบ.แต่ทำไม่ได้จริง - ปัจจุบันการสื่อสารทางการตลาด เพื่อโฆษณาผลิตภัณฑ์โดย 	<ul style="list-style-type: none"> - คำอธิบายตามเอกสารวิชาการ จะมีการใช้จริงและเป็นแนวทางเท่านั้น เป็นหลักฐานในชั้นศาลได้เพียงเอกสารประกอบเท่านั้น เพราะจะเน้นตัวบทกฎหมายมากกว่า - การคุยวันนี้ทำตามที่ WTO กำหนด ควรมีการกำหนดว่าภาคประชาชนไม่เห็นด้วยกับเอกสารนี้เนื่องจากกำหนดออกมาทับกับกฎหมายที่มีอยู่ - การตีความกฎหมาย ควรเห็นแก่ประโยชน์

ประเด็น	ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมประชุม					
	ผู้แทนภาครัฐ		ผู้แทนภาคเอกชน		ผู้แทนภาคประชาสังคม	
	ปัญหา	ข้อเสนอแนะ	ปัญหา	ข้อเสนอแนะ	ปัญหา	ข้อเสนอแนะ
	<p>- เกณฑ์ข้อความที่ไม่เป็นธรรม ทำให้ไม่แน่ใจแต่เฉพาะแอลกอฮอล์ ที่ควรใช้กับสินค้าอื่นๆ ด้วย</p> <p>- เจตนาของประกาศคือไม่ต้องการให้เกิดการจูงใจอยากซื้อ เช่น ไม่ให้มีรูปนักกีฬา แต่ช่วงฟุตบอลโลกสามารถใส่รูปแผนที่ประเทศลงบนฉลากได้หรือไม่</p>	<p>บอกว่าห้ามอะไร และให้ดูเจตนา รรมณ์ ที่แท้จริง</p>	<p>ประกาศกระทรวงสาธารณสุขเรื่องการเปลี่ยนแปลงฉลากผู้ประกอบการมีต้นทุนในการปรับเปลี่ยนและต้องใช้เวลาในการดำเนินการ นอกจานี้ ในการรับฟังความคิดเห็นยังไม่ครอบคลุมกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม เช่น ผู้ประกอบการร้านอาหาร โรงแรม ฯลฯ</p>	<p>คิดเห็นก่อนมีการบังคับใช้กฎหมาย</p> <p>- ควรมีการให้ข้อมูลและกำหนดเวลาในการตอบคำถามที่ชัดเจน และควรมีการตั้งคณะกรรมการที่มีองค์ประกอบจากภาคเอกชน</p> <p>- วิธีการตรวจสอบฉลากควรมีการระบุให้ชัดเจนและแจ้งให้ผู้ประกอบการให้ทราบก่อน</p> <p>- จากปัญหาการตีความ</p>	<p>ใช้สินค้าอื่นมาทดแทนเครื่องดื่มแอลกอฮอล์</p>	<p>ของประเทศไทยมากกว่าของภาครัฐกิจ</p> <p>- การแปลเป็นภาษาอังกฤษควรมีความระมัดระวัง และควรกำหนดข้อความการไม่ผูกพันกฎหมายในเอกสารแปลให้ชัดเจน</p> <p>- กฎหมายมีความชัดเจนอยู่แล้ว เอกสารฉบับนี้จึงไม่ควรทับซ้อน หรือลดทอนความศักดิ์สิทธิ์ของกฎหมายที่มีอยู่</p> <p>- อยากให้กระทรวงสาธารณสุขยึดมั่นใน</p>

ประเด็น	ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมประชุม					
	ผู้แทนภาครัฐ		ผู้แทนภาคเอกชน		ผู้แทนภาคประชาสังคม	
	ปัญหา	ข้อเสนอแนะ	ปัญหา	ข้อเสนอแนะ	ปัญหา	ข้อเสนอแนะ
			<p>- การออกประกาศเรื่องฉลากอาจก่อให้เกิดการส่งเสริมให้มีสินค้าปลอมแปลงเลียนแบบและลักลอบนำเข้าอย่างผิดกฎหมาย</p>	<p>ควรมีองค์กรกลางหรือฝ่ายที่ ๓ เข้ามาร่วมพิจารณาหรือที่ปรึกษาที่มีความเชี่ยวชาญ</p> <p>- ควรกำหนดขั้นตอนการพิจารณาฉลากให้ชัดเจน รวมทั้งอำนาจของเจ้าหน้าที่ ระยะเวลา และขั้นตอน</p> <p>- กำหนดกฎเกณฑ์ต่างๆ ให้เป็นไปตามหลักการสากล</p> <p>- ประกาศต้องแก้ไขให้</p>		<p>เจตนารมณ์ของกฎหมายเป็นหลัก</p>

ประเด็น	ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมประชุม					
	ผู้แทนภาครัฐ		ผู้แทนภาคเอกชน		ผู้แทนภาคประชาสังคม	
	ปัญหา	ข้อเสนอแนะ	ปัญหา	ข้อเสนอแนะ	ปัญหา	ข้อเสนอแนะ
				ชัดเจน ดีความให้ชัดเจน ไม่ใช่ใช้เอกสารวิชาการ และประกาศต้องไม่เปิด ช่องให้ใช้ดุลพินิจเพราะ เทียบได้กับความผิดทาง อาญา และต้องสอดคล้อง กับหลักสากล สนธิสัญญา ระหว่างประเทศ และ องค์การการค้าโลก ไม่เช่นนั้นจะเข้าข่ายกีด กันทางการค้า - ขอให้ยกเลิกการใช้ ประกาศ		

ประเด็น	ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมประชุม					
	ผู้แทนภาครัฐ		ผู้แทนภาคเอกชน		ผู้แทนภาคประชาสังคม	
	ปัญหา	ข้อเสนอแนะ	ปัญหา	ข้อเสนอแนะ	ปัญหา	ข้อเสนอแนะ
				<ul style="list-style-type: none"> - หากมีการประเมินประกาศฯ ควรมีการเชิญผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมาร่วมในการทบทวน ปรับปรุงแก้ไขประกาศฉบับนี้ด้วย - ประกาศต้องแก้ไขให้ชัดเจน ให้ความให้ชัดเจน ไม่ใช่ใช้เอกสารวิชาการ และประกาศต้องไม่เปิดช่องให้ใช้ดุลพินิจเพราะเทียบได้กับความผิดทางอาญา และต้องสอดคล้องกับหลักสากล สนธิสัญญา ระหว่างประเทศ และ 		

ประเด็น	ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมประชุม					
	ผู้แทนภาครัฐ		ผู้แทนภาคเอกชน		ผู้แทนภาคประชาสังคม	
	ปัญหา	ข้อเสนอแนะ	ปัญหา	ข้อเสนอแนะ	ปัญหา	ข้อเสนอแนะ
				องค์การการค้าโลก ไม่อย่างนั้นจะเข้าข่ายกีด กันทางการค้า		

เอกสารอ้างอิง

ภาคผนวก เอกสารประกอบการรับฟังความคิดเห็น

ภาคผนวก เอกสารประกอบการรับฟังความคิดเห็น

เอกสารวิชาการ (Technical Documents)

การปฏิบัติตามประกาศคณะกรรมการควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์

เรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไข เกี่ยวกับฉลากของเครื่องตี้มแอลกอฮอล์

พ.ศ. ๒๕๕๘ (ฉบับที่ ๒)

เจตนารมณ์

เหตุผลในการตราพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ พ.ศ. ๒๕๕๑ สืบเนื่องจากเครื่องตี้มแอลกอฮอล์เป็นสาเหตุที่ก่อให้เกิดปัญหาด้านสุขภาพ ครอบครัว อุบัติเหตุ และอาชญากรรม ซึ่งมีผลกระทบต่อสังคมและเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ สมควรกำหนดมาตรการต่างๆ ในการควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ รวมทั้งการบำบัดรักษาหรือฟื้นฟูสภาพผู้ติดเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ เพื่อช่วยลดปัญหาและผลกระทบทั้งด้านสังคมและเศรษฐกิจ ช่วยสร้างเสริมสุขภาพของประชาชน โดยให้ตระหนักถึงพิษภัยของเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ ตลอดจนช่วยป้องกันเด็กและเยาวชนมิให้เข้าถึงเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ได้โดยง่าย ซึ่งไม่ได้หมายความว่าห้ามการเข้าถึงทางกายเท่านั้น แต่ยังรวมการเข้าถึงทางจิตใจอีกด้วย ประกาศฉบับนี้จึงสอดคล้องกับเจตนารมณ์ของกฎหมาย นอกจากนี้ ประกาศดังกล่าวได้ทำตามระเบียบ WTO-TBT agreement ทั้งมาตรา ๒.๒ เพื่อปกป้องสุขภาพของประชาชน¹ และมาตรา ๒.๑ บังคับใช้กับผู้ผลิตในประเทศและผู้นำเข้าไม่แตกต่างกัน²

โดยเห็นเป็นการสมควรให้มีการปรับปรุงแก้ไขเอกสารวิชาการ (Technical Documents) เพื่อให้มีความชัดเจนและเหมาะสมมากยิ่งขึ้น จึงให้ยกเลิกเอกสารวิชาการ (Technical Documents) การปฏิบัติตาม

¹ ๒.๒ Members shall ensure that technical regulations are not prepared, adopted or applied with a view to or with the effect of creating unnecessary obstacles to international trade. For this purpose, technical regulations shall not be more trade-restrictive than necessary to fulfil a legitimate objective, taking account of the risks non-fulfilment would create. Such legitimate objectives are, *inter alia*: national security requirements; the prevention of deceptive practices; protection of human health or safety, animal or plant life or health, or the environment. In assessing such risks, relevant elements of consideration are, *inter alia*: available scientific and technical information, related processing technology or intended end-uses of products.

² ๒.๑ Members shall ensure that in respect of technical regulations, products imported from the territory of any Member shall be accorded treatment no less favourable than that accorded to like products of national origin and to like products originating in any other country.

ประกาศคณะกรรมการควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ เรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไข เกี่ยวกับฉลากของ เครื่องตี้มแอลกอฮอล์ พ.ศ. ๒๕๕๘ และให้ใช้เอกสารวิชาการ (Technical Documents) การปฏิบัติตาม ประกาศคณะกรรมการควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ เรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไข เกี่ยวกับฉลากของ เครื่องตี้มแอลกอฮอล์ พ.ศ. ๒๕๕๘ (ฉบับที่ ๒) แทน

ระยะเวลาการมีผลใช้บังคับ

ประกาศคณะกรรมการควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ เรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไข เกี่ยวกับ ฉลากของเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ พ.ศ. ๒๕๕๘ ได้ประกาศในราชกิจจานุเบกษา เมื่อวันที่ ๒๒ มกราคม ๒๕๕๘ และผลใช้บังคับ เมื่อวันที่ ๒๒ เมษายน ๒๕๕๘ สำหรับฉลากเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ที่ผลิตหรือนำเข้าที่ได้จัดทำ ไว้ก่อนวันที่ประกาศมีผลบังคับใช้สามารถจำหน่ายได้จนถึงวันที่ ๑๘ ตุลาคม ๒๕๕๘

การขออนุญาต

ประกาศฉบับนี้ไม่ได้เพิ่มขึ้นตอนใด ๆ ในการขออนุญาต และเพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกแก่ ผู้ผลิตและผู้นำเข้าในการปฏิบัติตามประกาศ สามารถส่งตัวอย่างฉลากมายังสำนักงานคณะกรรมการควบคุม เครื่องตี้มแอลกอฮอล์ กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข เพื่อหารือในเบื้องต้น โดยคณะกรรมการสงวน สิทธิในการพิจารณาตามข้อเท็จจริงเป็นรายกรณีไป

เนื้อหาในประกาศพร้อมคำอธิบาย

๑. คำนิยาม

“ฉลาก” หมายความว่า รูป รอยประดิษฐ์ กระจกหรือสิ่งอื่นใดที่ทำให้ปรากฏข้อความเกี่ยวกับสินค้า ซึ่งแสดงไว้ที่สินค้าหรือภาชนะบรรจุหรือหีบห่อบรรจุสินค้า หรือสอดแทรก หรือรวมไว้กับสินค้าหรือภาชนะ บรรจุหรือหีบห่อบรรจุสินค้า และหมายความรวมถึงเอกสาร หรือคู่มือสำหรับใช้ประกอบกับสินค้า ป้ายที่ติดตั้ง หรือแสดงไว้ที่สินค้าหรือภาชนะบรรจุหรือหีบห่อบรรจุสินค้านั้น

“บรรจุภัณฑ์” หมายความว่า ภาชนะบรรจุหรือหีบห่อบรรจุ ที่ใช้บรรจุเครื่องตี้มแอลกอฮอล์

“ภาชนะบรรจุ” หมายความว่า ขวด กระจก ปะเกอียง ไห หรือภาชนะที่มีลักษณะอื่นใดที่ใช้บรรจุเครื่องตี้ม แอลกอฮอล์

“หีบห่อบรรจุ” หมายความว่า วัสดุที่ใช้หุ้มห่อภาชนะบรรจุเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไม่ว่าด้วยการใส่บรรจุ ปิดทับ หรือด้วยวิธีอื่นใด

“ข้อความ” หมายความรวมถึง การกระทำที่ปรากฏด้วยตัวอักษร ภาพ ภาพยนตร์ แสง เสียง เครื่องหมายหรือการกระทำอย่างใด ๆ ที่ทำให้บุคคลทั่วไปสามารถเข้าใจความหมายได้

๒. สาระสำคัญ คือ ฉลากและบรรจุภัณฑ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต้องไม่ใช่ข้อความที่มีลักษณะดังต่อไปนี้

ข้อกำหนด	เจตนารมณ์	คำอธิบาย
(๑) ข้อความที่เป็นการไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคหรือใช้ข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวม ทั้งนี้ ไม่ว่าจะข้อความดังกล่าวนั้นจะเป็นข้อความที่เกี่ยวกับแหล่งกำเนิด สภาพ คุณภาพ หรือลักษณะของสินค้าหรือบริการ ตลอดจนการส่งเสริม การจัดหา หรือการใช้สินค้าหรือบริการ ข้อความดังต่อไปนี้ ถือว่าเป็นข้อความที่เป็นการไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคหรือเป็นข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวม	เพื่อคุ้มครองผู้บริโภคและสังคมส่วนรวมให้เกิดความเข้าใจที่ถูกต้อง ไม่ถูกเอาเปรียบจากตัวสินค้า	การใช้ข้อความที่ไม่เป็นธรรม คือ การใช้ข้อความที่เป็นเท็จหรือเกินความจริง หรือทำให้เกิดความเข้าใจผิดในตัวสินค้า การใช้ข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวม คือการใช้ข้อความที่เป็นการส่งเสริม สนับสนุน ไม่ว่าจะทางตรงหรือทางอ้อม ให้มีการกระทำผิดกฎหมาย หรือศีลธรรมอันดีของประชาชน หรือนำไปสู่ความเสื่อมเสียต่อวัฒนธรรมของชาติ ตลอดจนทำให้เกิดความแตกแยก ความสามัคคีของประชาชน
(ก) ข้อความที่เป็นเท็จหรือเกินความจริง	ข้อความที่เป็นเท็จหรือเกินความจริงมักกระทำไปโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อชักจูงหรือโน้มน้าว ให้บุคคลทั่วไปให้ความสนใจและหันมาบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ยี่ห้อดังกล่าว	ข้อความที่เป็นเท็จหรือเกินความจริง จะทำให้เกิดความเข้าใจผิดในคุณภาพของสินค้า ข้อความที่ปรากฏในฉลากจะต้องอยู่บนหลักการที่เป็นความจริงและพิสูจน์ได้ พร้อมมีหลักฐานยืนยัน

ข้อกำหนด	เจตนารมณ์	คำอธิบาย
(ข) ข้อความที่จะก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ ไม่ว่าจะกระทำโดยใช้หรืออ้างอิงรายงานทางวิชาการ สถิติ หรือสิ่งใดสิ่งหนึ่งอันไม่เป็นความจริงหรือเกินความจริงหรือไม่ก็ตาม	ข้อความที่ก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญของสินค้าก็เพื่อชักจูงใจให้มีการซื้อสินค้าดังกล่าว	ข้อความที่จะก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการคือข้อความที่อ้างอิงรายงานทางวิชาการ สถิติ หรือสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่ไม่เป็นความจริงทำให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญของสินค้าหรือบริการ
(ค) ข้อความที่เป็นการสนับสนุนโดยตรงหรือโดยอ้อมให้มีการกระทำผิดกฎหมาย หรือศีลธรรม หรือนำไปสู่ความเสียหายในวัฒนธรรมของชาติ	กฎหมาย ศีลธรรม หรือวัฒนธรรมของแต่ละชาติอาจมีความแตกต่างกัน ข้อความที่จะนำมาใช้บนฉลากหรือบรรจุภัณฑ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ผลิตหรือนำเข้ามาจำหน่ายในประเทศไทย จะต้องไม่ขัดกับกฎหมาย ศีลธรรม และวัฒนธรรมของชาติ เพื่ออารังไว้ซึ่งสิ่งดีงาม ไม่สร้างค่านิยมที่ผิดๆ	ข้อความที่เป็นการสนับสนุนโดยตรงหรือโดยอ้อมให้มีการกระทำผิดกฎหมาย หรือศีลธรรม หรือนำไปสู่ความเสียหายในวัฒนธรรมของชาติ ไทยมีอยู่หลายประการ ให้ผู้ผลิตและผู้นำเข้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ คำนึงถึงบริบท ค่านิยมขนบธรรมเนียม ประเพณี และวัฒนธรรมของไทยให้รอบคอบ
(ง) ข้อความที่จะทำให้เกิดความแตกแยกหรือเสื่อมเสียความสามัคคีในหมู่ประชาชน	ข้อความที่สร้างความแตกแยกหรือเสื่อมเสียความสามัคคี จะก่อให้เกิดการแบ่งฝักแบ่งฝ่าย และสร้างปัญหาในการปกครองประเทศ	ข้อความที่ปรากฏบนฉลากต้องไม่สร้างความเหลื่อมล้ำระหว่างชนชั้น ชนชาติ ผิสี ฐานะ การละเมิดสิทธิมนุษยชน
(๒) ข้อความที่เชิญชวนให้บริโภคหรืออวดอ้างสรรพคุณ คุณประโยชน์ หรือคุณภาพของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยทางตรงหรือทางอ้อม	ป้องกันการกระตุ้นให้บุคคลสนใจบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากตราสินค้าดังกล่าว	ผู้ผลิตสามารถใช้ข้อความใด ๆ ในฉลากของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ โดยข้อความดังกล่าวจะต้องไม่เป็นการกระตุ้นให้บริโภค หรืออวดอ้างสรรพคุณ คุณประโยชน์ หรือคุณภาพของเครื่องดื่ม

ข้อกำหนด	เจตนาธรรมณ์	คำอธิบาย
		แอลกอฮอล์ โดยทางตรงหรือทางอ้อม
(ก) ข้อความที่ทำให้เกิดทัศนคติว่า จะทำให้ประสบความสำเร็จในทางสังคมหรือทางเพศหรือทำให้สมรรถภาพทางร่างกายดีขึ้น	การสื่อให้เห็นว่าประสบความสำเร็จทางสังคมหรือทางเพศมักกระทำโดยมีเป้าหมายไปที่วัยทำงานและวัยรุ่น เพราะเป็นสิ่งที่บุคคลในวัยดังกล่าวให้ความสนใจ การสื่อให้เห็นว่าทำให้สมรรถภาพทางร่างกายดีขึ้น ชัดกับผลการศึกษาวิจัยที่มีต่อการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	ข้อความที่ทำให้เกิดทัศนคติว่า จะทำให้ประสบความสำเร็จในทางสังคมหรือทางเพศหรือทำให้สมรรถภาพทางร่างกายดีขึ้น คือข้อความที่ทำให้เกิดทัศนคติว่าการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จะทำให้ประสบความสำเร็จในทางสังคมหรือทางเพศหรือทำให้สมรรถภาพทางร่างกายดีขึ้น
(ข) ข้อความหรือภาพที่มีนักกีฬา	นักกีฬาถือเป็นแบบอย่างที่ดีในด้านการส่งเสริมสุขภาพให้ร่างกายสมบูรณ์แข็งแรง การนำนักกีฬามาประกอบฉลากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จะเป็นการชักจูงใจให้บุคคลทั่วไปเชื่อว่าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นสินค้าที่ไม่ได้ทำลายสุขภาพแต่อย่างใด	ความเป็นนักกีฬาพิจารณาตามความเป็นจริง ไม่ได้พิจารณาว่านักกีฬาดังกล่าวจะมีชื่อเสียงหรือไม่ ไม่ได้พิจารณาว่าเป็นนักกีฬาอาชีพหรือสมัครเล่น
(ค) ข้อความหรือภาพที่มีดารา ศิลปิน นักร้อง หรือนักแสดง	ดารา ศิลปิน นักร้อง หรือนักแสดงถือเป็นบุคคลที่ได้รับความนิยมเป็นบุคคลที่เด็กหรือเยาวชนนำมาเป็นแบบอย่างในการดำรงชีวิต การนำบุคคลดังกล่าวมาประกอบฉลากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จะเป็นการชักจูงใจให้เด็ก เยาวชน หรือบุคคลทั่วไปเชื่อว่าการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นเรื่องปกติธรรมดา	ความเป็นดารา ศิลปิน นักร้อง นักแสดงถือตามความเป็นจริง การเป็นดารา ศิลปิน นักแสดงพิจารณาจากการปรากฏตัวทางสื่อมวลชน และเคยมีผลงานออกสู่สาธารณชน ส่วนนักร้องพิจารณาจากมีผลงานออกสู่สาธารณชน

ข้อกำหนด	เจตนารมณ์	คำอธิบาย
<p>(ง) ข้อความที่ใช้ภาพการ์ตูน เว้นแต่เป็นภาพเครื่องหมายการค้าของเครื่องหมายแอลกอฮอล์ที่ได้จดทะเบียนเครื่องหมายการค้าไว้โดยถูกต้องแล้ว ก่อนประกาศฉบับนี้ใช้บังคับ</p>	<p>การใช้ภาพการ์ตูน มักมีกลุ่มเป้าหมายเป็นเด็กและเยาวชน การนำภาพการ์ตูนมาใช้ก็เพื่อดึงดูดให้เด็กและเยาวชนดังกล่าวหันมาให้ความสนใจในตัวสินค้า การใช้การ์ตูนที่เป็นที่จดจำต่อเด็กและเยาวชน สามารถเชื่อมโยงกับความนิยม มีผลต่อความชื่นชอบชื่นชม และมีผลต่อการชักจูงใจในการบริโภค</p>	<p>การ์ตูน คือ ภาพวาด ภาพที่สร้างสรรค์ขึ้น หรือการใช้กราฟิกที่ผสมผสานจินตนาการแล้วทำให้เกิดคุณค่าความหมายอันมีผลเป็นการเชิญชวนหรือจูงใจให้เด็กและเยาวชนบริโภค โดยเฉพาะอย่างยิ่งการ์ตูนที่มีผลต่อการจดจำของเด็กและเยาวชน</p> <p>ทั้งนี้ไม่ใช้บังคับกับเครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียนโดยถูกต้องแล้วไม่ว่าในประเทศหรือต่างประเทศก่อนวันที่ ๒๒ เมษายน ๒๕๕๘</p>
<p>(จ) ข้อความที่ชักจูงหรือโน้มน้าวให้ซื้อหรือบริโภคเพื่อนำรายได้ไปบริจาคเป็นสาธารณกุศล</p>	<p>การบริจาคเงินหรือสิ่งของเป็นสาธารณกุศลเป็นสิ่งที่สังคมล้วนให้การยกย่อง ชื่นชม การใช้ข้อความลักษณะดังกล่าวช่วยส่งเสริมให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อสินค้าหรือตราสินค้านั้นๆ อันเป็นเทคนิคประการหนึ่งในการสื่อสารการตลาดซึ่งมีผลเป็นการจูงใจให้เกิดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตราสินค้าหรือยี่ห้ออื่นๆ</p>	<p>ข้อความที่ชักจูงหรือโน้มน้าวให้ซื้อหรือบริโภคเพื่อนำรายได้ไปบริจาคเป็นสาธารณกุศล คือข้อความที่ชักจูงหรือโน้มน้าวให้ซื้อ หรือบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพื่อนำรายได้ไปบริจาคให้เป็นสาธารณกุศล</p>
<p>(ฉ) ข้อความที่ชักจูงหรือโน้มน้าวให้เข้าร่วมกิจกรรมทางด้านดนตรี กีฬา การประกวดหรือนันทนาการอื่นๆ</p>	<p>ในปัจจุบันเด็ก เยาวชน และบุคคลทั่วไปให้ความสนใจหรือให้ความสำคัญกับการจัดกิจกรรมทางสังคมมากขึ้น โดยสามารถสังเกตเห็นได้ชัดเจนจากรายการโทรทัศน์ที่มักจะเน้นให้มีการ</p>	<p>ข้อความที่ชักจูงหรือโน้มน้าวให้เข้าร่วมกิจกรรมทางด้านดนตรี กีฬา การประกวดหรือนันทนาการอื่นๆ คือข้อความที่เชิญชวน ชักจูงหรือโน้มน้าวให้ผู้บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เข้าร่วม</p>

ข้อกำหนด	เจตนารมณ์	คำอธิบาย
	<p>ประกวด การแข่งขัน การจัดคอนเสิร์ต หรือแม้แต่ให้ความสนใจกับการแข่งขัน กีฬา โดยเฉพาะกีฬาที่มีผู้เล่นจาก ประเทศของตนเข้าร่วมการแข่งขันนั้น ด้วย ข้อความที่ชักจูงหรือโน้มน้าวให้ เข้าร่วมกิจกรรมดังกล่าวย่อมเป็นที่ ดึงดูดใจที่จะทำให้บุคคลเหล่านี้ให้ความ สนใจหันมาเข้าร่วมกิจกรรมนั้น ๆ และ เป็นการเสริมสร้างภาพลักษณ์</p>	<p>กิจกรรมทางด้านดนตรี กีฬา การ ประกวดหรือนันทนาการ</p>
	<p>ของสินค้านั้นๆ อันจะส่งผล ให้ ผู้บริโภคและบุคคลทั่วไป เกิดการ จดจำ การระลึกถึงตราสินค้าดังกล่าว รวมทั้งเกิดภาพลักษณ์และมีทัศนคติที่ดี ต่อสินค้านั้นในที่สุด ซึ่งถือเป็น กระบวนการจูงใจรูปแบบหนึ่ง ในการ สื่อสารการตลาด</p>	

๓. ข้อยกเว้น ประภาศฉบับนี้ ไม่ใช้บังคับกับ

๓.๑ สุราสามทับ

๓.๒ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ผลิตหรือนำเข้าเพื่อส่งออกไปนอกราชอาณาจักร โดยมีรายละเอียดใน การผลิตหรือนำเข้าเพื่อการดังกล่าวอย่างชัดเจน และมีได้กระทำเพื่อประโยชน์ในทางการค้าในราชอาณาจักร