

กฎหมายควบคุมเครื่องดื่มที่มีปริมาณแอลกอฮอล์ ไม่เกิน 0.5 ดีกรีของประเทศไทยและต่างประเทศ

บนุช ใจชื่น*

โสภิต มาลี*

กมลพัฒน์ มากแจ้ง*

สุรศักดิ์ ไชยสงค์[†]

บุศิมา อรรถสิทธิ์[‡]

ผู้รับผิดชอบบทความ: บนุช ใจชื่น

บทคัดย่อ

พระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2560 ได้บัญญัติว่า เครื่องดื่มใดๆ ที่มีปริมาณแอลกอฮอล์ไม่เกิน 0.5 ดีกรี ไม่ถือว่าเป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จึงมีผลให้เครื่องดื่มดังกล่าวไม่ถูกควบคุมฉลาก การโฆษณา และมาตรการอื่นๆ ภายใต้พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 และกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้อง การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อทบทวนกฎหมายและมาตรการที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมเครื่องดื่มที่มีปริมาณแอลกอฮอล์ไม่เกิน 0.5 ดีกรีของประเทศไทยและต่างประเทศ ด้วยการวิจัยเชิงเอกสารที่มีการตีพิมพ์เผยแพร่ในระยะเวลา 10 ปีที่ผ่านมา (ระหว่างปี พ.ศ. 2551 – พ.ศ. 2560) ในฐานข้อมูลองค์การอนามัยโลก ฐานข้อมูลของ PubMed และการใช้ Google search engine โดยการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง ได้แก่ ประเทศสหรัฐอเมริกา สิงคโปร์ ออสเตรเลีย แอฟริกาใต้ นอร์เวย์ และไทย แล้ววิเคราะห์เนื้อหากฎหมายและมาตรการที่เกี่ยวข้อง ผลการศึกษาพบว่า ในประเทศสหรัฐอเมริกา สิงคโปร์ ออสเตรเลีย และแอฟริกาใต้นั้น กฎหมายได้กำหนดให้มีการแสดงฉลากเครื่องดื่มที่มีปริมาณแอลกอฮอล์ไม่เกิน 0.5 ดีกรีว่าเป็น “เครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์” และเครื่องดื่มที่มีปริมาณแอลกอฮอล์ไม่เกิน 0.05 ดีกรี และ 0.00 ดีกรี ต้องระบุว่าเป็น “เครื่องดื่มที่ปราศจากแอลกอฮอล์” สำหรับการควบคุมการโฆษณา พบว่า ประเทศสหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย และแอฟริกาใต้ได้กำหนดว่า การโฆษณาเครื่องดื่มชนิดนี้จำเป็นต้องไม่ทำให้เข้าใจว่าเป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ นอกจากนี้ประเทศสหรัฐอเมริกาและแอฟริกาใต้จะกำหนดการใช้ข้อความเพื่อแสดงปริมาณและความเข้มข้นของปริมาณแอลกอฮอล์บนฉลากแล้ว สหรัฐอเมริกายังห้ามใช้เทคนิคการโฆษณาแฝงเพื่อจูงใจจิตได้สำนึกและควบคุมการตั้งชื่อยี่ห้อและการใช้ตราสินค้าในการโฆษณาเครื่องดื่มชนิดนี้อย่างเข้มงวดอีกด้วย

คำสำคัญ: กฎอนามัย, กฎหมายสาธารณสุข, กฎหมายและข้อบังคับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

* สำนักวิจัยนโยบายสร้างเสริมสุขภาพ สำนักงานพัฒนานโยบายสุขภาพระหว่างประเทศ

[†] หน่วยวิจัยเภสัชศาสตร์สังคม คณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

[‡] แผนงานพัฒนาศักยภาพด้านการค้าระหว่างประเทศและสุขภาพ สำนักงานพัฒนานโยบายสุขภาพระหว่างประเทศ

Regulations for Control the Beverages Containing Not More Than 0.5% Alcohol by Volume in Thailand and Foreign Countries

Nongnuch Jaichuen*, Sopit Nasueb*, Kamolphet Markchang*, Surasak Chaiyasong*[†], Chutima Akaleephan[‡]

* Health Promotion Policy Research Center (HPRC), International Health Policy Program (IHPP)

[†] Social Pharmacy Research Unit, Faculty of Pharmacy, Mahasarakham University

[‡] International Trade and Health Programme, International Health Policy Program (IHPP)

Corresponding author: Nongnuch Jaichuen, nongnuch@ihpp.thaigov.net

Abstract

The definition of alcohol from the Excise Tax Act, B.E. 2560 requires that alcoholic beverages not more than 0.5% alcohol by volume are not considered alcoholic. So, the beverages containing not more than 0.5% alcohol by volume are not controlled by labelling, advertising, and other measures under the Alcohol Control Act, B.E. 2551 and other relevant laws. The objective of this study was to review the beverages containing not more than 0.5% alcohol by volume regulations in Thailand and foreign countries. Searches were conducted through government database from websites, MEDLINE (PubMed), and Google for ten years (from 2008-2017). Purposive sampling was used to select 6 countries; the United States, Singapore, Australia, South Africa, Norway and Thailand. All regulations were analyzed using a content analysis approach. The study of labelling found that the US, Singapore, Australia and South Africa laws stated that the beverages containing not more than 0.5% alcohol by volume must be labelled as non-alcoholic products and the beverages containing not more than 0.05% and 0.0% alcohol by volume must be labelled "alcohol-free". For advertising control, the US, Australia and South Africa laws stated that the non-alcoholic and alcohol-free beverages were not allowed to be advertised as alcoholic product. Besides, the US and South Africa laws indicated that the beverage advertising had to show the content and intensity of alcohol on the label. Additionally, the US has a law to ban deceptive advertising techniques and strongly control brand name and brand advertising.

Keywords: health regulations, public health laws, alcohol beverages laws and regulations

ภูมิหลังและเหตุผล

การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ถือเป็นปัจจัยเสี่ยงสำคัญของอุบัติการณ์โรคไม่ติดต่อ (non-communicable diseases: NCDs)⁽¹⁾ เป้าหมายหลักที่ 3 ของการมีสุขภาพดีในทุกช่วงอายุตามกระบวนการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) คือต้องการลดการตายก่อนวัยอันควรที่เกิดจากโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง⁽²⁾ ซึ่งส่งผลกระทบต่อระบบสาธารณสุข เศรษฐกิจและสังคม รวมถึงเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาประเทศ⁽³⁾ การทบทวนวรรณกรรมของประเทศกำลังพัฒนา พบว่า การดื่มแอลกอฮอล์เป็นสาเหตุของการตายของประชากรวัยหนุ่มสาวที่มีอายุ 20-39 ปี ถึงร้อยละ 25⁽⁴⁾ สำหรับประเทศไทย

การดื่มแอลกอฮอล์ถือเป็นปัจจัยเสี่ยงที่สำคัญในอันดับที่สอง ที่ก่อให้เกิดภาวะโรคสูงถึงร้อยละ 10 ของภาวะโรคทั้งหมด⁽⁵⁾ และเมื่อประเมินเป็นความเสียหายทางเศรษฐกิจแล้ว พบว่า มีมูลค่าสูงถึง 1.51 แสนล้านบาท หรือร้อยละ 1.97 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ⁽⁶⁾

จากผลกระทบทางสุขภาพที่เกิดจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ดังกล่าว องค์การอนามัยโลกจึงได้แนะนำมาตรการที่มีประสิทธิภาพสูงสุดและต้นทุนต่ำ หรือมีความคุ้มค่ามากในการดำเนินการ (best-buys measures) คือ มาตรการควบคุมการโฆษณา หรือการจำกัดการพบเห็นการโฆษณา เช่น การจำกัดปริมาณการโฆษณา การควบคุมเนื้อหาการโฆษณา การห้ามทำการตลาดด้วยการลดราคา⁽⁷⁾

สำหรับมาตรการที่มีประสิทธิผลรองลงมา (good-buys measures) คือ การให้ความรู้ เช่น ข้อความเตือนบนฉลาก⁽⁸⁾ ปัจจุบันประเทศไทยมีกฎหมายเกี่ยวกับการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ควบคุมได้เพียงบางส่วน โดยบทบัญญัติต่างๆ ได้กำหนดการควบคุมทั้งเนื้อหาและรูปแบบของการโฆษณา⁽⁹⁾ ส่วนการควบคุมฉลากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้กำหนดให้ฉลากและบรรจุภัณฑ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จะต้องไม่มีข้อความที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคหรือข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวม และต้องไม่มีข้อความที่เชิญชวนให้บริโภคหรืออวดอ้างสรรพคุณ คุณประโยชน์หรือคุณภาพของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ทั้งโดยตรงและทางอ้อม เช่น ข้อความที่ทำให้เกิดทัศนคติว่าจะทำให้ประสบความสำเร็จในทางสังคมหรือทางเพศ หรือทำให้สมรรถภาพทางร่างกายดีขึ้น และต้องไม่มีข้อความหรือภาพที่มีนักร้อง ดารา ศิลปิน นักร้องหรือนักแสดงหรือภาพการ์ตูน⁽¹⁰⁾

อย่างไรก็ตาม พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ได้ใช้นิยามเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามพระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2527⁽⁹⁾ เมื่อกรมสรรพสามิตประกาศใช้พระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2560 ฉบับใหม่ซึ่งเป็นการรวมพระราชบัญญัติอื่นๆ ที่มีเรื่องสรรพสามิตเข้าไว้ด้วยกัน ได้แก่ สุรา ยาสูบ ไฟฟ้าหอม ของฟุ่มเฟือย ซึ่งเป็นการยกเลิกพระราชบัญญัติเฉพาะเดิมๆ เหล่านั้น และแก้ไขนิยามคำว่า “สุรา” ใหม่โดยให้ความหมายรวมถึง “วัตถุทั้งหลายหรือของผสมที่มีแอลกอฮอล์ ซึ่งสามารถดื่มกินได้เช่นเดียวกับน้ำสุรา หรือซึ่งดื่มกินไม่ได้ แต่เมื่อได้ผสมกับน้ำหรือของเหลวอย่างอื่นแล้วสามารถดื่มกินได้เช่นเดียวกับน้ำสุรา แต่ไม่รวมถึงเครื่องดื่มที่มีปริมาณแอลกอฮอล์ไม่เกิน 0.5 ดีกรี”⁽¹¹⁾ จากนิยามดังกล่าวทำให้เครื่องดื่มที่มีปริมาณแอลกอฮอล์ไม่เกิน 0.5 ดีกรี ไม่ใช่เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และมีผลให้เครื่องดื่มดังกล่าวจะไม่ถูกควบคุมภายใต้กฎหมายว่าด้วยการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เช่น การกำหนดข้อความบนฉลากและการห้ามโฆษณา

บทความนี้เป็นผลจากการศึกษาทบทวนกฎหมายและมาตรการที่เกี่ยวข้องในการควบคุมเครื่องดื่มที่มีปริมาณแอลกอฮอล์ไม่เกิน 0.5 ดีกรี ของประเทศไทยและต่างประเทศ

ระเบียบวิธีศึกษา

การศึกษานี้เป็นการศึกษาเอกสาร (documentary research) ใช้วิธีทบทวนวรรณกรรมและวิเคราะห์เอกสารเพื่อศึกษาเปรียบเทียบกฎหมายและมาตรการที่เกี่ยวข้องในการควบคุมเครื่องดื่มที่มีปริมาณแอลกอฮอล์ไม่เกิน 0.5 ดีกรี ทั้งของประเทศไทยและต่างประเทศ

การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ศึกษานิยามเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของทั่วโลกจาก Global Status Report on Alcohol and Health 2014⁽¹²⁾ จากนั้น คณะผู้วิจัยคัดเลือก 5 ประเทศ จาก 5 ทวีป ที่มีกำหนดนิยามของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (alcoholic beverage) ที่มีปริมาณแอลกอฮอล์มากกว่า 0.5 ดีกรี (alcohol content >0.5% by volume) และคัดเลือก 5 ทวีป ตามเกณฑ์ทางภูมิศาสตร์ที่จำแนกโลกออกเป็นทวีป⁽¹³⁾ ได้แก่ อเมริกา เอเชีย ออสเตรเลีย แอฟริกาและยุโรป โดยคัดเลือก 1 ประเทศในแต่ละทวีป ได้แก่ สหรัฐอเมริกา สิงคโปร์ ออสเตรเลีย แอฟริกาใต้และนอร์เวย์ นอกจากนี้ คณะผู้วิจัยยังได้เลือกศึกษาประเทศไทยร่วมด้วย ส่วนการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง 5 ประเทศ จาก 5 ทวีปนั้น คณะผู้วิจัยได้พิจารณาภายใต้เงื่อนไขว่า ประเทศนั้นๆ จะต้องมีความก้าวหน้าและมีความโดดเด่นด้านการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มีเอกสารเป็นภาษาอังกฤษที่คณะผู้วิจัยสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ และผู้เชี่ยวชาญให้คำแนะนำว่าเป็นประเทศที่มีความเหมาะสม

แหล่งข้อมูลในการสืบค้น

การศึกษานี้ คณะผู้วิจัยได้ใช้แหล่งสืบค้นข้อมูลที่เกี่ยวข้อง อันได้แก่ Global Status Report on Alcohol

and Health 2014: WHO Member States' definition of an alcoholic beverage (% alcohol by volume) กฎหมายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศไทย และต่างประเทศ กฎหมายอาหารของประเทศไทยและต่างประเทศ บทความวิชาการที่ได้รับการตีพิมพ์ในวารสารวิชาการบนฐานข้อมูลของ PubMed และการใช้ Google search engine

เกณฑ์คัดเลือกเข้าศึกษา (Inclusion criteria)

1. เกี่ยวกับกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับและมาตรการเลือกศึกษาเฉพาะตัวบทกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับและมาตรการที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมเครื่องดื่มที่มีปริมาณแอลกอฮอล์ไม่เกิน 0.5 ดีกรี ในประเทศไทย สหรัฐอเมริกา สิงคโปร์ ออสเตรเลีย แอฟริกาใต้ และนอร์เวย์
2. เกี่ยวกับอาหารที่เป็นเครื่องดื่ม เลือกศึกษาเฉพาะเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ที่มีดีกรีไม่เกิน 0.5 ดีกรี (เครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ และเครื่องดื่มที่ปราศจากแอลกอฮอล์)

คำสำคัญที่ใช้ในการสืบค้น (Keywords)

1. กฎหมาย, ระเบียบ, ข้อบังคับ, มาตรการ, แอลกอฮอล์, อาหาร, ฉลาก, การโฆษณา, act, law, regulation, code, alcohol, food, labelling, advertising
2. เครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์, เครื่องดื่มปราศจากแอลกอฮอล์, non-alcoholic beverage, alcohol-free beverage

เกณฑ์การกำหนดนิยาม

1. กฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ หมายถึง กฎหมาย ระเบียบ หรือข้อบังคับของภาครัฐ
2. มาตรการที่เกี่ยวข้อง หมายถึง แนวทางปฏิบัติหรือวิธีปฏิบัติเพื่อการควบคุม ทั้งที่เป็นของภาครัฐและของภาคเอกชน

3. ประเภทของเครื่องดื่ม (1) เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ไม่เกิน 0.5 ดีกรี หมายถึง เครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ และ (2) เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ 0.0 ดีกรี หมายถึง เครื่องดื่มที่ปราศจากแอลกอฮอล์

4. การควบคุมเครื่องดื่ม หมายถึง การควบคุมฉลาก และการโฆษณาเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ไม่เกิน 0.5 ดีกรี และ 0.0 ดีกรี

การเก็บรวบรวมข้อมูล

รวบรวมเอกสารเกี่ยวกับมาตรการควบคุมเครื่องดื่มที่มีปริมาณแอลกอฮอล์ไม่เกิน 0.5 ดีกรีที่ตีพิมพ์เผยแพร่ในระยะเวลา 10 ปีที่ผ่านมา (ระหว่างปี พ.ศ. 2551 – พ.ศ. 2560) โดยดำเนินการเก็บข้อมูลในระหว่างเดือนสิงหาคม - กันยายน พ.ศ. 2560 และตีพิมพ์บทความวิจัยสำหรับการศึกษาค้นคว้าในเดือนธันวาคม พ.ศ. 2561

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการทบทวนวรรณกรรมนั้น เนื่องจากเป็นเรื่องของกฎหมายและเป็นภาษาอังกฤษเกือบทั้งหมด คณะผู้วิจัยจึงใช้วิธีการสอบทานการอ่านและวิเคราะห์สลับกัน กล่าวคือ ผู้วิจัยที่ศึกษาทบทวนกฎหมายในประเทศไทย สหรัฐอเมริกา และสิงคโปร์จะต้องอ่านและวิเคราะห์ผลทบทวนวรรณกรรมของผู้วิจัยที่ศึกษาทบทวนกฎหมายของประเทศนอร์เวย์ ผู้วิจัยที่ศึกษาทบทวนกฎหมายในประเทศออสเตรเลียและแอฟริกาใต้จะต้องอ่านและวิเคราะห์ผลทบทวนวรรณกรรมของผู้วิจัยที่ศึกษาทบทวนกฎหมายของประเทศไทย สหรัฐอเมริกาและสิงคโปร์ และผู้วิจัยที่ศึกษาทบทวนกฎหมายของประเทศนอร์เวย์จะต้องอ่านและวิเคราะห์ผลทบทวนวรรณกรรมของผู้วิจัยที่ศึกษาทบทวนกฎหมายของประเทศออสเตรเลียและแอฟริกาใต้ ทั้งนี้เพื่อเป็นการตรวจสอบความรู้ความเข้าใจให้ถูกต้องมากที่สุด จากนั้นจึงวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) ด้วยการจำแนกข้อความเข้ากลุ่ม เพื่อสร้างข้อสรุปและเขียนรายงานเป็นเชิงพรรณนา

ผลการศึกษา

จากการศึกษากฎหมายและมาตรการที่เกี่ยวข้องกับฉลากและการโฆษณาเครื่องดื่มที่มีปริมาณแอลกอฮอล์ไม่เกิน 0.5 ดีกรี ของประเทศไทยและต่างประเทศ อันได้แก่ สหรัฐอเมริกา สิงคโปร์ ออสเตรเลีย แอฟริกาใต้ และนอร์เวย์ ได้ข้อสรุปด้านการจัดแบ่งกลุ่มเครื่องดื่ม ประเภทและเนื้อหาของกฎหมายและมาตรการที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณาเครื่องดื่มที่มีปริมาณแอลกอฮอล์ไม่เกิน 0.5 ดีกรี ดังนี้ (รายละเอียดเนื้อหาของกฎหมายดูในภาคผนวก)

1. การจัดแบ่งกลุ่มเครื่องดื่มตามกฎหมายและมาตรการที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณาเครื่องดื่มที่มีปริมาณแอลกอฮอล์ไม่เกิน 0.5 ดีกรีของประเทศไทยและต่างประเทศ

สำหรับเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ไม่เกิน 0.5 ดีกรีนั้น กฎหมายว่าด้วยอาหารของประเทศไทยจัดให้เป็น “เครื่องดื่ม”^(11,14) ในขณะที่กฎหมายว่าด้วยแอลกอฮอล์ในประเทศสหรัฐอเมริกาจัดให้เครื่องดื่มมอลต์ที่มีแอลกอฮอล์ไม่เกิน 0.5 ดีกรีเป็นเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ และเครื่องดื่มมอลต์ที่มีแอลกอฮอล์ 0.0 ดีกรีเป็นเครื่องดื่มที่ปราศจากแอลกอฮอล์⁽¹⁵⁻¹⁶⁾ ประเทศออสเตรเลียจัดให้เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ไม่เกิน 1.15 ดีกรี เป็น “เครื่องดื่มประเภท

brewed soft drink”⁽¹⁷⁾ และเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ไม่เกิน 0.5 ดีกรีเป็น “เครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์”⁽¹⁸⁾ ประเทศแอฟริกาใต้จัดให้เครื่องดื่มที่มีปริมาณแอลกอฮอล์ไม่เกิน 0.5 ดีกรีเป็นเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์⁽¹⁹⁾ และเครื่องดื่มที่ทำมาจากแป้งหรือของเหลวที่ทำจากธัญพืชที่มีปริมาณแอลกอฮอล์ไม่เกิน 0.5 ดีกรี เป็น soft-drink (เครื่องดื่มที่ไม่ใช่เหล้า)⁽²⁰⁾ และเครื่องดื่มที่มีปริมาณแอลกอฮอล์ไม่เกิน 0.05 ดีกรีเป็นเครื่องดื่มที่ปราศจากแอลกอฮอล์⁽¹⁹⁾ และประเทศนอร์เวย์จัดให้เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์น้อยกว่า 0.7 ดีกรีเป็นเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์^(21,22) (ตารางที่ 1)

2. ประเภทของกฎหมายและมาตรการที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมเครื่องดื่มที่มีปริมาณแอลกอฮอล์ไม่เกิน 0.5 ดีกรีของประเทศไทยและต่างประเทศ

2.1 กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมเครื่องดื่มที่มีปริมาณแอลกอฮอล์ไม่เกิน 0.5 ดีกรี

2.1.1 การควบคุมฉลาก

ประเทศไทยมีกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมเครื่องดื่มที่มีปริมาณแอลกอฮอล์ไม่เกิน 0.5 ดีกรี ได้แก่ พระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522⁽²³⁾ โดยสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาได้ออกประกาศชี้แจงประกาศกระทรวงสาธารณสุขฉบับที่ 367 พ.ศ. 2557 เรื่อง การ

ตารางที่ 1 การจัดแบ่งกลุ่มเครื่องดื่มตามนิยามของกฎหมายและมาตรการที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมเครื่องดื่มที่มีปริมาณแอลกอฮอล์แตกต่างกันของประเทศไทยและต่างประเทศ

ประเทศ	นิยามเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์	นิยามเครื่องดื่มที่ปราศจากแอลกอฮอล์
ไทย	มีปริมาณแอลกอฮอล์ ≤ 0.5 ดีกรี	–
สหรัฐอเมริกา	มีปริมาณแอลกอฮอล์ ≤ 0.5 ดีกรี	มีปริมาณแอลกอฮอล์ 0.0 ดีกรี
สิงคโปร์	มีปริมาณแอลกอฮอล์ ≤ 0.5 ดีกรี	–
ออสเตรเลีย	มีปริมาณแอลกอฮอล์ ≤ 0.5 ดีกรี* หรือ ≤ 1.15 ดีกรี**	–
แอฟริกาใต้	มีปริมาณแอลกอฮอล์ ≤ 0.5 ดีกรี	มีปริมาณแอลกอฮอล์ไม่เกิน 0.05 ดีกรี
นอร์เวย์	มีปริมาณแอลกอฮอล์ ≤ 0.7 ดีกรี	–

* “เครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์” ตามนิยามของแนวปฏิบัติของภาคเอกชน (Food & Beverages Advertising & Marketing Communications Code)

** “เครื่องดื่มประเภท brewed soft drink” ตามนิยามของกฎหมายอาหาร (Australia Food Standard 2015 under the Section 92 and 93 of the Food Standards Australia and New Zealand Act 1991)

แสดงฉลากของอาหารในภาชนะบรรจุ⁽²⁴⁾ และประกาศกระทรวงสาธารณสุขฉบับที่ 383 พ.ศ. 2560 เรื่อง การแสดงฉลากของอาหารในภาชนะบรรจุ ฉบับที่ 2⁽²⁵⁾ ในขณะที่ประเทศสหรัฐอเมริกา มีกฎหมายเกี่ยวกับฉลากในเครื่องดื่มที่มีปริมาณแอลกอฮอล์ไม่เกิน 0.5 ดีกรี และเครื่องดื่มมอลต์ที่มีปริมาณแอลกอฮอล์ 0.0 ดีกรี ได้แก่ 27 Code of Federal Regulations (CFR)⁽²⁶⁾ สำหรับกฎหมายของประเทศสิงคโปร์ ได้แก่ Statutes of the Republic of Singapore, Chapter 283 Sale of Food Act (Original Enactment: Act 12 of 1973) Revised Edition 2002 มีกฎหมายว่าด้วยอาหารเกี่ยวกับฉลากเครื่องดื่มที่มีปริมาณแอลกอฮอล์ไม่เกิน 0.5 ดีกรี⁽²⁷⁾ ในขณะที่ประเทศออสเตรเลียมีกฎหมายอาหาร คือ Australia Food Standard 2015 under the Section 92 and 93 of the Food Standards Australia and New Zealand Act 1991 เกี่ยวกับฉลากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไม่เกิน 1.15 ดีกรี หรือเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์⁽¹⁷⁾

นอกจากนี้ จากการศึกษากฎหมายที่เกี่ยวข้องกับฉลากเครื่องดื่มที่มีปริมาณแอลกอฮอล์ไม่เกิน 0.5 ดีกรี และไม่เกิน 0.05 ดีกรี ของประเทศแอฟริกาใต้ พบในกฎหมายอาหาร ได้แก่ Regulations relating to the labelling and advertising of foodstuffs No.R.146 and Regulations-GNR.1769 of 9 August 1985: Soft drinks under The Foodstuffs, Cosmetics and Disinfectants Act, 1972 (Act No. 54 of 1972) และในประเทศนอร์เวย์ มีกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับฉลากเครื่องดื่มที่มีปริมาณแอลกอฮอล์ไม่เกิน 0.7 ดีกรี หรือเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ คือ Regulation (EU) No 1169/2011 of the European Parliament and of the Council of 25 October 2011⁽²⁸⁾

2.1.2 การควบคุมการโฆษณา

ประเทศไทยมีกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณาเครื่องดื่มที่มีปริมาณแอลกอฮอล์ไม่เกิน 0.5 ดีกรี ได้แก่ พระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522 โดยสำนักงานคณะกรรมการ

อาหารและยาได้ออกประกาศเรื่อง หลักเกณฑ์การโฆษณาอาหาร พ.ศ. 2551⁽²⁹⁾ ในขณะที่ประเทศสหรัฐอเมริกา สิงคโปร์ ออสเตรเลีย และแอฟริกาใต้ มีกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มที่มีปริมาณแอลกอฮอล์ไม่เกิน 0.5 ดีกรี และไม่เกิน 0.05 ดีกรี รวมทั้งเครื่องดื่มมอลต์ที่มีปริมาณแอลกอฮอล์ 0.0 ดีกรีด้วย แต่ไม่พบกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มที่มีปริมาณแอลกอฮอล์ไม่เกิน 0.7 ดีกรีหรือเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ในประเทศนอร์เวย์

2.2 มาตรการที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมเครื่องดื่มที่มีปริมาณแอลกอฮอล์ไม่เกิน 0.5 ดีกรี

2.2.1 การควบคุมฉลาก

จากแหล่งข้อมูลที่สืบค้นดังกล่าวแล้วไม่พบว่าทั้ง 6 ประเทศ มีมาตรการที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมฉลากเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ไม่เกิน 0.5 ดีกรี

2.2.2 การควบคุมการโฆษณา

ประเทศไทย สหรัฐอเมริกา สิงคโปร์ แอฟริกาใต้ และนอร์เวย์ มีมาตรการที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณาเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ไม่เกิน 0.5 ดีกรี (เครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์) และเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ 0.0 ดีกรี (เครื่องดื่มที่ปราศจากแอลกอฮอล์) ในขณะที่ประเทศออสเตรเลีย มีมาตรการการกำกับดูแลด้วยตนเองในการควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ไม่เกินกว่า 0.5 ดีกรี คือ Food & Beverages Advertising & Marketing Communications ที่มีกลุ่มเป้าหมายที่เป็นเด็ก⁽¹⁸⁾

จากข้อมูลข้างต้น สามารถสรุปประเภทของกฎหมายและมาตรการที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมเครื่องดื่มที่มีปริมาณแอลกอฮอล์ไม่เกิน 0.5 ดีกรี ได้ดังตารางที่ 2

3. เนื้อหาของกฎหมายและมาตรการที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมเครื่องดื่มที่มีปริมาณแอลกอฮอล์ไม่เกิน 0.5 ดีกรีของประเทศไทยและต่างประเทศ

3.1 กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมเครื่องดื่มที่มีปริมาณแอลกอฮอล์ไม่เกิน 0.5 ดีกรี

ตารางที่ 2 กฎหมายและมาตรการที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมเครื่องดื่มที่มีปริมาณแอลกอฮอล์ไม่เกิน 0.5 ดีกรี

ประเทศ	ลำดับ	ประเภทกฎหมาย	ชื่อกฎหมาย	หน่วยงานที่บังคับใช้กฎหมาย
ไทย	1	กฎหมายภาครัฐ	พระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522	สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา
	2	กฎหมายภาครัฐ	ประกาศสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา เรื่อง คำชี้แจง ประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ 367) พ.ศ. 2557 เรื่องการแสดงฉลากของอาหาร ในภาชนะบรรจุ	สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา
	3	กฎหมายภาครัฐ	ประกาศสาธารณสุข ฉบับที่ 383 พ.ศ. 2560 เรื่อง การแสดงฉลากของอาหารในบรรจุ ฉบับที่ 2	สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา
	4	กฎหมายภาครัฐ	ประกาศสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา เรื่อง หลักเกณฑ์การโฆษณาอาหาร พ.ศ. 2551	สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา
สหรัฐอเมริกา	1	กฎหมายภาครัฐ	27 Code of Federal Regulations (CFR)	U.S. Department of the Treasury
สิงคโปร์	1	กฎหมายภาครัฐ	The Statutes of the Republic of Singapore, Chapter 283 Sale of Food Act (Original Enactment: Act 12 of 1973) Revised Edition 2002	Agri-Food and Veterinary Authority
ออสเตรเลีย	1	กฎหมายภาครัฐ	Australia Food Standard 2015 under the Section 92 and 93 of the Food Standards Australia and New Zealand Act 1991	Food Standards Australia New Zealand (FSANZ)
	2	แนวปฏิบัติของเอกชน	Food & Beverages Advertising & Marketing Communications	Australian Association of National Advertisers (AANA)
แอฟริกาใต้	1	กฎหมายภาครัฐ	The Foodstuffs, Cosmetics and Disinfectants Act, 1972 (Act No. 54 of 1972)	Department of Health
	2	กฎหมายภาครัฐ	Regulations relating to the labelling and advertising of foodstuffs No.R.146	Department of Health
	3	กฎหมายภาครัฐ	Regulations-GNR.1769 of 9 August 1985: Soft drinks	Department of Health
นอร์เวย์	1	กฎหมายภาครัฐ	Regulation (EU) No 1169/2011 of the European Parliament and of the Council of 25 October 2011	European Food Safety Authority

3.1.1 การควบคุมฉลาก

กฎหมายและมาตรการที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมฉลากเครื่องดื่มที่มีปริมาณแอลกอฮอล์ไม่เกิน 0.5 ดีกรี มีข้อกำหนดหลักเกณฑ์และการควบคุมฉลาก แบ่งออกได้เป็น 2 ด้าน ได้แก่

• ด้านเนื้อหา

ข้อกำหนดที่ต้องแสดงในฉลากเครื่องดื่มที่มีปริมาณแอลกอฮอล์ไม่เกิน 0.5 ดีกรี หรือเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ ทั้ง 6 ประเทศ มีเกณฑ์กำหนดโดยทั่วไปที่ต้องแสดงในฉลากตรงกัน ได้แก่ ชื่ออาหาร เครื่องหมาย

ทางการค้า ชื่อสถานที่และที่ตั้งของผู้ผลิตหรือผู้นำเข้า หรือผู้จัดจำหน่าย ปริมาณอาหาร (ปริมาตรสุทธิ) ส่วนประกอบของอาหาร วันหมดอายุ และเนื้อหาในฉลาก ต้องไม่เป็นเท็จ ทำให้เข้าใจผิด หลอกลวง หรือก่อให้เกิดความผิดพลาดเกี่ยวกับคุณค่าและความปลอดภัย และต้องไม่มีการอ้างคุณประโยชน์ทางโภชนาการและสุขภาพ (nutrition and health claim)^(16-17,19,24,27-28) ในขณะที่ประเทศไทยและออสเตรเลียกำหนดว่า ในฉลากต้องมีข้อมูลสารอาหารที่อาจทำให้แพ้ และการกล่าวอ้างทางสุขภาพต้องไม่ทำให้เข้าใจผิดและห้ามใช้คำ เช่น สุขภาพดี มีประโยชน์ต่อสุขภาพ หรือมีคุณค่าทางโภชนาการ^(17,25)

สำหรับสหรัฐอเมริกา การเปิดเผยข้อมูลสารอาหารที่อาจทำให้แพ้ได้นั้น ไม่ได้เป็นการบังคับ แต่เป็นการขอความร่วมมือ⁽¹⁶⁾

ประเทศแอฟริกาใต้มีข้อกำหนดในการแสดงฉลากเพิ่มเติมต่างจาก 4 ประเทศ คือ การใช้คำ ภาพ เครื่องหมาย หรือการบรรยาย ต้องไม่ก่อให้เกิดความประทับใจว่า อาหารนั้นได้รับการสนับสนุน ถูกต้องตาม หรือ สอดคล้องกับคำแนะนำของเจ้าหน้าที่สาธารณสุขหรือบุคคลที่มีความเป็นมืออาชีพหรือองค์กรแนะนำให้บริโภค⁽¹⁹⁾ ประเทศสหรัฐอเมริกา ออสเตรเลียและแอฟริกาใต้ กำหนดว่า ฉลากของเครื่องดื่มชนิดนี้ต้องไม่ทำให้เข้าใจได้ว่าเป็นเครื่องดื่ม

ตารางที่ 3 กฎหมายและมาตรการที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมเครื่องดื่มที่มีปริมาณแอลกอฮอล์ไม่เกิน 0.5 ดีกรี

การควบคุมฉลาก	ไทย	สหรัฐอเมริกา	สิงคโปร์	ออสเตรเลีย	แอฟริกาใต้	นอร์เวย์
ข้อกำหนดทั่วไป ได้แก่ ชื่ออาหาร เครื่องหมายทางการค้า ชื่อและที่ตั้งของผู้ผลิตหรือผู้นำเข้าหรือผู้จัดจำหน่าย ปริมาณอาหาร (ปริมาตรสุทธิ) ส่วนประกอบของอาหาร วันหมดอายุ	X	X	X	X	X	X
เนื้อหาในฉลากต้องไม่เป็นเท็จ ทำให้เข้าใจผิด หลอกลวง หรือก่อให้เกิดความผิดพลาดเกี่ยวกับคุณค่าและความปลอดภัย	X	X	X	X	X	X
ไม่มีการอ้างคุณประโยชน์ทางโภชนาการและสุขภาพ	X	X	X	X	X	X
แสดงข้อมูลสารอาหารที่อาจทำให้แพ้	X	-	-	X	-	-
การกล่าวอ้างทางสุขภาพต้องไม่ทำให้เข้าใจผิด	X	-	-	X	-	-
ห้ามใช้คำ เช่น สุขภาพดี มีประโยชน์ต่อสุขภาพ หรือมีคุณค่าทางโภชนาการ	X	-	-	X	-	-
การใช้คำ ภาพ เครื่องหมาย หรือการบรรยายต้องไม่ก่อให้เกิดความประทับใจว่า อาหารได้รับการสนับสนุน ถูกต้องตาม หรือ สอดคล้องกับคำแนะนำของเจ้าหน้าที่สาธารณสุขหรือบุคคลที่มีความเป็นมืออาชีพหรือองค์กร ให้คำแนะนำผู้บริโภค	-	-	-	-	X	-
ฉลากไม่สามารถใช้คำว่า “เบียร์” ได้	-	X	-	X	X	-
ต้องระบุในฉลากว่า เป็นเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ หรือปราศจากแอลกอฮอล์	-	X	-	-	X	-
ห้ามใช้ข้อความหรือคำที่แสดงความเข้มข้นของปริมาณแอลกอฮอล์ในฉลากด้วย เช่น เข้ม เข้มพิเศษ	-	X	-	-	-	-

X = มีกฎหมายควบคุม, - = ไม่มีกฎหมายควบคุม

แอลกอฮอล์ เช่น ไม่สามารถใช้คำว่า “เบียร์” ได้^(16-17,19) ประเทศสหรัฐอเมริกาและแอฟริกาใต้มีการกำหนดการบอกปริมาณแอลกอฮอล์ของเครื่องดื่มชนิดนี้ด้วย โดยต้องระบุในฉลากว่า เป็นเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์หรือปราศจากแอลกอฮอล์^(16,19) นอกจากนี้ ประเทศสหรัฐอเมริกายังห้ามใช้ข้อความหรือคำที่แสดงความเข้มข้นของปริมาณแอลกอฮอล์ในฉลากด้วย เช่น เข้ม เข้มพิเศษ⁽¹⁹⁾

- ด้านรูปแบบ

ในประเทศสหรัฐอเมริกา สำหรับฉลากเครื่องดื่มมอลต์ที่มีปริมาณแอลกอฮอล์ไม่เกิน 0.5 ดีกรีนั้น การใช้ชื่อยี่ห้อ (brand name) บนฉลาก จะต้องไม่นำเสนอให้เกิดความเข้าใจผิดหรือประทับใจอย่างผิดๆ เกี่ยวกับการระบุความเป็นตัวตนหรืออัตลักษณ์ของสินค้า⁽¹⁶⁾ ในขณะที่ประเทศไทย สิงคโปร์ ออสเตรเลีย และแอฟริกาใต้ไม่ได้มีข้อกำหนดรูปแบบการแสดงชื่อบนฉลากเครื่องดื่มประเภทนี้^(17,19,24,27-28)

3.1.2 การควบคุมการโฆษณา

กฎหมายและมาตรการที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณาเครื่องดื่มที่มีปริมาณแอลกอฮอล์ไม่เกิน 0.5 ดีกรี มีข้อกำหนดหลักเกณฑ์และการควบคุมการโฆษณา แบ่งออกได้เป็น 3 ด้าน ได้แก่

- ด้านเนื้อหา

ข้อกำหนดในการโฆษณาเครื่องดื่มที่มีปริมาณแอลกอฮอล์ไม่เกิน 0.5 ดีกรี ทั้ง 5 ประเทศ มีเกณฑ์กำหนดเนื้อหาโดยทั่วไปในการโฆษณาตรงกัน คือ การโฆษณาต้องไม่เป็นเท็จ เกินจริง หลอกลวง หรือทำให้ผู้บริโภคเข้าใจผิดเกี่ยวกับคุณค่าและความปลอดภัยของเครื่องดื่ม และต้องไม่มีการอ้างคุณประโยชน์ทางโภชนาการและสุขภาพ (nutrition and health claim)^(16,17,19,24,27) และออสเตรเลียยังกำหนดให้แสดงข้อความเตือนเกี่ยวกับสารอาหารสำหรับผู้แพ้อาหารด้วย⁽¹⁷⁾

ประเทศแอฟริกาใต้มีข้อกำหนดในการโฆษณาเพิ่มเติมต่างจาก 4 ประเทศ คือ การใช้คำ ภาพ เครื่องหมาย หรือการบรรยายต้องไม่ก่อให้เกิดความประทับใจว่า อาหาร

ได้รับการสนับสนุน ถูกต้องตาม หรือ สอดคล้องกับคำแนะนำของเจ้าหน้าที่สาธารณสุขหรือบุคคลที่มีความเป็นมืออาชีพหรือมีองค์ความรู้แนะนำให้บริโภค⁽¹⁹⁾ ในขณะที่ประเทศไทยกำหนดคำที่ห้ามใช้ในการโฆษณา เช่น ดียอด วิเศษ ที่สุด หรือคำอื่นที่มีความหมายเทียบเท่าคำเหล่านี้⁽²⁴⁾

ประเทศสหรัฐอเมริกา ออสเตรเลียและแอฟริกาใต้ กำหนดว่า การโฆษณาเครื่องดื่มชนิดนี้ต้องไม่ทำให้เข้าใจว่าเป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เช่น ไม่สามารถใช้คำว่า “เบียร์” ในการโฆษณาได้^(16-17,19) สหรัฐอเมริกาและแอฟริกาใต้มีการกำหนดการบอกปริมาณแอลกอฮอล์ของเครื่องดื่มชนิดนี้ด้วย โดยต้องระบุในโฆษณาว่า เป็นเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์หรือปราศจากแอลกอฮอล์^(16,19) นอกจากนี้ ในประเทศสหรัฐอเมริกายังห้ามใช้ข้อความหรือคำที่แสดงความเข้มข้นของปริมาณแอลกอฮอล์ในการโฆษณาด้วย เช่น เข้ม เข้มข้นมาก⁽¹⁶⁾

- ด้านรูปแบบ

ในประเทศสหรัฐอเมริกามีการห้ามการโฆษณาตราสินค้า (แบรนด์) เครื่องดื่มมอลต์ที่มีแอลกอฮอล์ไม่เกินกว่า 0.5 ดีกรี กล่าวคือ ห้ามทำให้สับสนในตราสินค้า การโฆษณาใน 1 โฆษณา ห้ามมีสองตราสินค้าหรือมากกว่าสองตราสินค้าที่แตกต่างกัน หรือการโฆษณาตราสินค้าหนึ่งซึ่งเป็นตัวแทนของอีกตราสินค้าหนึ่ง หรือการประยุกต์ไปใช้กับสินค้าอื่น รวมทั้งห้ามใช้เทคนิคการโฆษณาแฝงเพื่อจูงใจจิตใต้สำนึก⁽¹⁶⁾ ในขณะที่ประเทศไทย สิงคโปร์ ออสเตรเลีย และแอฟริกาใต้ไม่ได้มีข้อกำหนดรูปแบบการโฆษณาดังกล่าวในเครื่องดื่มชนิดนี้^(17,19,24,27-28)

สำหรับประเทศไทย มีการห้ามใช้บุคลากรทางการแพทย์และสาธารณสุขเป็นผู้แสดงแบบในโฆษณาตามประกาศสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา เรื่องหลักเกณฑ์การโฆษณาอาหาร พ.ศ. 2551 อาศัยอำนาจตามพระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522⁽²⁹⁾ ในขณะที่ประเทศสหรัฐอเมริกา สิงคโปร์ ออสเตรเลีย และแอฟริกาใต้ ไม่มีข้อกำหนดรูปแบบการโฆษณาดังกล่าว^(16-17,19,27)

ตารางที่ 4 กฎหมายและมาตรการที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มที่มีปริมาณแอลกอฮอล์ไม่เกิน 0.5 ดีกรี

การควบคุมการโฆษณา	ไทย	สหรัฐอเมริกา	สิงคโปร์	ออสเตรเลีย	แอฟริกาใต้
กฎหมาย					
1. เนื้อหาการโฆษณา					
การโฆษณาต้องไม่เป็นเท็จ เกินจริง หลอกลวง หรือทำให้ผู้บริโภคเข้าใจผิดเกี่ยวกับคุณค่าและความปลอดภัยของเครื่องดื่ม	X	X	X	X	X
การโฆษณาต้องไม่มีการอ้างคุณประโยชน์ทางโภชนาการและสุขภาพ	X	X	X	X	X
การโฆษณาแสดงข้อความเตือนเกี่ยวกับสารอาหารสำหรับผู้แพ้อาหาร	-	-	-	X	-
การใช้คำ ภาพ เครื่องหมาย หรือการบรรยายต้องไม่ก่อให้เกิดความประทับใจว่า อาหารได้รับการสนับสนุน ถูกต้องตาม หรือสอดคล้องกับคำแนะนำของเจ้าหน้าที่สาธารณสุขหรือบุคคลที่มีความเป็นมืออาชีพหรือองค์กรให้คำแนะนำผู้บริโภค	-	-	-	-	X
คำที่ห้ามใช้ในการโฆษณา เช่น ดี ยอด วิเศษณ์ ที่สุด หรือคำอื่นที่มีความหมายเทียบเท่าคำเหล่านี้	X	-	-	-	-
การโฆษณาเครื่องดื่มชนิดนี้ต้องไม่ทำให้เข้าใจว่าเป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เช่น ไม่สามารถใช้คำว่า “เบียร์” ในการโฆษณาได้	-	X	-	X	X
ต้องระบุในโฆษณาว่า เป็นเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์หรือปราศจากแอลกอฮอล์	-	X	-	-	X
ห้ามใช้ข้อความหรือคำที่แสดงความเข้มข้นของปริมาณแอลกอฮอล์ในการโฆษณา เช่น เข้ม เข้มข้นมาก	-	X	-	-	-
ห้ามใช้บุคลากรทางแพทย์และสาธารณสุขผู้แสดงแบบโฆษณาเป็นผู้แสดง	X	-	-	-	-
ห้ามการใช้เทคนิคการโฆษณาแฝงเพื่อจูงใจจิตใจได้สำนึก	-	X	-	-	-
2. ช่องทางการสื่อสาร					
โทรทัศน์ วิทยุ ภาพยนตร์ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อกลางแจ้ง หรือสื่ออื่นๆ ด้วยวิธีอื่นๆ เช่น อีเมล	X	X	X	-	X
มาตรการที่เกี่ยวข้อง					
1. เนื้อหาการโฆษณา					
ห้ามการโฆษณาเกี่ยวกับการส่งเสริมการบริโภค การกล่าวถึงส่วนผสมพรีเมียม การทำให้รู้สึกว่าเป็นที่เหนือกว่าหรือดีกว่าคนอื่น และการทำให้เร้าให้ผู้ปกครองซื้อ	-	-	-	X*	-
2. ช่องทางการสื่อสาร					
ภาพยนตร์ อินเทอร์เน็ต สื่อกลางแจ้ง สื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ โทรคมนาคม หรือสื่ออื่นๆ ที่ส่งตรงไปยังผู้บริโภค รวมทั้งเทคโนโลยีที่เกิดขึ้นใหม่ๆ	-	-	-	X*	-

X = มีกฎหมายและมาตรการที่เกี่ยวข้องควบคุม, - = ไม่มีกฎหมายและมาตรการที่เกี่ยวข้องควบคุม, * = แนวปฏิบัติของภาคเอกชน

- ด้านช่องทางการสื่อสาร

ประเทศไทยและสหรัฐอเมริกาควบคุมการโฆษณาทางโทรทัศน์ วิทยุ ภาพยนตร์ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อกลางแจ้งหรือทางสื่ออื่นๆ เช่น ทางอินเทอร์เน็ต⁽¹⁶⁾ ส่วนสิงคโปร์และแอฟริกาใต้ไม่ได้ระบุช่องทางการสื่อสาร แต่เขียนไว้กว้างๆ ว่า การโฆษณาที่ผ่านทางแสง เสียง ซึ่งแสดงให้เห็นผ่านทางตาเป็นคำพูดหรือตัวอักษร เพื่อเผยแพร่ไปสู่สาธารณชน^(19,27) และออสเตรเลียควบคุมเฉพาะข้อความที่ใช้ในการโฆษณาโดยไม่ระบุการควบคุมช่องทางการสื่อสาร⁽¹⁷⁾

3.2 มาตรการที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณาเครื่องดื่มที่มีปริมาณแอลกอฮอล์ไม่เกิน 0.5 ดีกรี

- ด้านเนื้อหา

ประเทศออสเตรเลียเป็นประเทศที่มีการควบคุมด้านเนื้อหาการโฆษณาที่ส่งเสริมการบริโภค เช่น ห้ามกล่าวถึงส่วนผสมที่มีแอลกอฮอล์ ห้ามข้อความที่ทำให้รู้สึกว่าเป็นที่เหนือกว่าหรือด้อยกว่าคนอื่น และห้ามข้อความที่มีผลทำให้เด็กกรบร้า ผู้ปกครองให้ซื้อ⁽¹⁸⁾ ในขณะที่ประเทศไทย สหรัฐอเมริกา สิงคโปร์ และแอฟริกาใต้ ไม่ได้มีการควบคุมเนื้อหาการโฆษณาดังกล่าว⁽¹⁸⁾

- ด้านรูปแบบ

ประเทศออสเตรเลียไม่ได้มีมาตรการห้ามการใช้ผู้แสดงแบบ การใช้ตราสินค้า (แบรนด์ หรือโลโก้) และการใช้เทคนิคการโฆษณาแฝงเพื่อจูงใจจิตสำนึกในการโฆษณาเครื่องดื่มชนิดนี้⁽¹⁸⁾

- ด้านช่องทางการสื่อสาร

ประเทศออสเตรเลียใช้มาตรการควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มที่มีปริมาณแอลกอฮอล์ไม่เกิน 0.5 ดีกรีผ่านทางภาพยนตร์ อินเทอร์เน็ต สื่อกลางแจ้ง สื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ โทรคมนาคม หรือสื่ออื่นๆ ที่ส่งตรงไปยังผู้บริโภค รวมทั้งเทคโนโลยีที่เกิดขึ้นใหม่ๆ ด้วย⁽¹⁸⁾

วิจารณ์

1. กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมฉลากเครื่องดื่มที่มีปริมาณแอลกอฮอล์ไม่เกิน 0.5 ดีกรี ของ

ประเทศไทยและต่างประเทศ

จากการศึกษาการควบคุมฉลากเครื่องดื่มที่มีปริมาณแอลกอฮอล์ไม่เกิน 0.5 ดีกรีของประเทศไทยจากประกาศสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา เรื่อง คำชี้แจงประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ 367) พ.ศ. 2557 เรื่อง การแสดงฉลากของอาหารในภาชนะบรรจุ กำหนดนิยามเครื่องดื่มในภาชนะที่บรรจุที่ปิดสนิท คือ เครื่องดื่มที่มีปริมาณแอลกอฮอล์ไม่เกิน 0.5 ดีกรี⁽²⁴⁾ และประกาศกระทรวงสาธารณสุข ฉบับที่ 383 พ.ศ. 2560 เรื่องการแสดงผลของฉลากของอาหารในบรรจุ ฉบับที่ 2⁽²⁵⁾ (ทั้งนี้ โดยอาศัยอำนาจตามพระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522) พบว่า มีแต่เพียงการกำหนดเกณฑ์โดยทั่วไปที่ต้องแสดงในฉลาก ยังไม่มีข้อกำหนดที่ชัดเจนในการแสดงฉลากเครื่องดื่มที่มีปริมาณแอลกอฮอล์ไม่เกิน 0.5 ดีกรี อีกทั้ง ยังมีช่องว่างในการควบคุมการแสดงผลของฉลากเครื่องดื่มที่มีปริมาณแอลกอฮอล์ไม่เกิน 0.5 ดีกรี ซึ่งไม่ครอบคลุมทั้งเนื้อหาและรูปแบบ ได้แก่ การแสดงข้อความในการระบุว่า เครื่องดื่มดังกล่าวเป็น “เครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์” การแสดงผลปริมาณแอลกอฮอล์ และการใช้ชื่อยี่ห้อ เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศสหรัฐอเมริกาแล้ว พบว่า สำหรับเครื่องดื่มมอลต์ที่มีปริมาณแอลกอฮอล์ไม่เกิน 0.5 ดีกรี และ 0.0 ดีกรีนั้น การกำหนดชื่อยี่ห้อบนฉลากจะต้องไม่นำเสนอให้เกิดความเข้าใจผิด หรือประทับใจอย่างผิดๆ เกี่ยวกับการระบุความเป็นตัวตนหรืออัตลักษณ์ของสินค้า และการแสดงผลปริมาณแอลกอฮอล์ต้องไม่ใช่ข้อความว่า เข้ม เข้มพิเศษ หรือข้อความที่คล้ายคลึงกับข้อความข้างต้น⁽¹⁶⁾

นอกจากนี้ กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมฉลากของประเทศไทยสหรัฐอเมริกา สิงคโปร์ ออสเตรเลีย และแอฟริกาใต้ ยังกำหนดเกี่ยวกับการแสดงผลของฉลาก โดยเครื่องดื่มที่มีปริมาณแอลกอฮอล์ไม่เกิน 0.5 ดีกรี จะต้องระบุว่าเครื่องดื่มดังกล่าวเป็น “เครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์”^(17,20,27,30) และเครื่องดื่มที่มีปริมาณแอลกอฮอล์ไม่เกิน 0.05 ดีกรี และ 0.0 ดีกรี ต้องระบุว่า “เครื่องดื่มปราศจากแอลกอฮอล์”^(20,31)

ดังนั้น สรุปได้ว่า การที่ประเทศไทยกำหนดให้เครื่องดื่มที่มีปริมาณแอลกอฮอล์ไม่เกิน 0.5 ดีกรีเป็นอาหารและอยู่ภายใต้การควบคุมของกฎหมายว่าด้วยอาหาร เมื่อเปรียบเทียบกับกฎหมายการควบคุมฉลากในต่างประเทศที่กล่าวมาแล้ว ประเทศไทยมีเพียงกฎหมายที่ควบคุมฉลากไว้อย่างกว้างๆ ไม่ได้มีการระบุในรายละเอียดเกี่ยวกับเนื้อหาและรูปแบบของฉลากดังเช่นในต่างประเทศ

2. กฎหมายและมาตรการที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มที่มีปริมาณแอลกอฮอล์ไม่เกิน 0.5 ดีกรีของประเทศไทยและต่างประเทศ

จากการศึกษาการควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มที่มีปริมาณแอลกอฮอล์ไม่เกิน 0.5 ดีกรีของประเทศไทยจากพระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522 (มาตรา 40 และ 41)⁽²³⁾ พบว่า มีแต่เพียงการกำหนดเกณฑ์โดยทั่วไปในการโฆษณา คือ การโฆษณาต้องไม่เป็นเท็จ เกินจริง หลอกลวง หรือทำให้ผู้บริโภคเข้าใจผิดในสาระสำคัญของเครื่องดื่ม และกำหนดให้ต้องขออนุญาตก่อนกระทำการโฆษณาตามสื่อต่างๆ แม้แต่ประกาศสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา เรื่อง หลักเกณฑ์การโฆษณาอาหาร พ.ศ. 2551 อาศัยอำนาจตามพระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522 ก็เป็นหลักเกณฑ์ทั่วไปในการโฆษณาอาหารและเครื่องดื่ม⁽²⁹⁾ เท่านั้น ยังคงมีช่องว่างในการควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มที่มีปริมาณแอลกอฮอล์ไม่เกิน 0.5 ดีกรี คือ ไม่ครอบคลุมทั้งเนื้อหาและรูปแบบในการโฆษณา ได้แก่ การแสดงข้อความโฆษณาที่ระบุว่า เครื่องดื่มดังกล่าวเป็น “เครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์” การแสดงปริมาณแอลกอฮอล์ การใช้ชื่อยี่ห้อ และการใช้ตราสินค้า ซึ่งแตกต่างจากประเทศสหรัฐอเมริกาที่กำหนดเกี่ยวกับเครื่องดื่มมอลต์ที่มีแอลกอฮอล์ไม่เกินกว่า 0.5 ดีกรี และ 0.0 ดีกรีว่า การโฆษณาตราสินค้า ต้องไม่ทำให้สับสน การโฆษณาใน 1 โฆษณา ห้ามมีสองตราสินค้าหรือมากกว่าสองตราสินค้าที่แตกต่างกัน ห้ามโฆษณาตราสินค้าหนึ่งเป็นตัวแทนของอีกตราสินค้าหนึ่ง การโฆษณาเพื่อบอกปริมาณแอลกอฮอล์ต้องไม่ใช่ข้อความว่า เข้ม เข้มพิเศษหรือข้อความที่คล้ายคลึงกับข้อความข้าง

ต้นและห้ามการใช้เทคนิคการโฆษณาแฝงเพื่อจูงใจจิตใต้สำนึก⁽¹⁶⁾

กฎหมายที่เกี่ยวข้องของประเทศสหรัฐอเมริกา ออสเตรเลียและแอฟริกาใต้ ยังกำหนดหลักเกณฑ์ในการโฆษณาเครื่องดื่มที่มีปริมาณแอลกอฮอล์ไม่เกิน 0.5 ดีกรี 0.05 ดีกรี และ 0.0 ดีกรี ให้เหมือนการแสดงฉลากฯ ได้แก่ การโฆษณาต้องระบุว่าเป็นเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์^(16,32) และปราศจากแอลกอฮอล์^(16,20,33) และห้ามแสดงให้เข้าใจว่าเป็นเครื่องดื่มประเภทอื่น⁽¹⁷⁾

นอกจากนี้ ออสเตรเลียยังมีมาตรการซึ่งเป็นแนวปฏิบัติของภาคเอกชนในการควบคุมการโฆษณาอาหารและเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์หรือเครื่องดื่มที่มีปริมาณแอลกอฮอล์น้อยกว่า 0.5 ดีกรี โดยการโฆษณานั้นจะต้องไม่ทำให้เข้าใจผิดหรือไม่หลอกลวงในทางที่ส่งเสริมให้เด็กที่มีอายุต่ำกว่า 14 ปี บริโภคอาหารหรือเครื่องดื่มดังกล่าวในปริมาณเกินความจำเป็นของร่างกาย และไม่ส่งเสริมให้เด็กรู้สึกเหนือกว่าคนอื่น ฉลาดกว่าคนอื่น รู้สึกมั่นใจมากกว่า เป็นที่รักมากกว่า และประสบความสำเร็จ เมื่อได้ซื้อหรือบริโภคเครื่องดื่มดังกล่าว⁽¹⁸⁾ ในขณะที่ประเทศไทยไม่มีข้อกำหนดในลักษณะเช่นเดียวกับออสเตรเลีย

ดังนั้น เมื่อเปรียบเทียบกับกฎหมายหรือมาตรการควบคุมเครื่องดื่มที่มีปริมาณแอลกอฮอล์ไม่เกิน 0.5 ดีกรีในต่างประเทศแล้ว ประเทศไทยมีเพียงกฎหมายที่ควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มที่มีปริมาณแอลกอฮอล์ไม่เกิน 0.5 ดีกรี ที่เป็นหลักเกณฑ์ทั่วไปซึ่งกำหนดไว้อย่างกว้างๆ ไม่ได้ระบุการแสดงผลเนื้อหาและรูปแบบโฆษณาดังเช่นในต่างประเทศ

ข้อจำกัดของการศึกษา

เนื่องจากกฎหมายและมาตรการที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมเครื่องดื่มที่มีปริมาณแอลกอฮอล์ไม่เกิน 0.5 ดีกรีของประเทศนอร์เวย์นั้น ส่วนใหญ่ไม่ใช่ภาษาอังกฤษ อย่างไรก็ตาม นอร์เวย์เป็นสมาชิก European Economic Area (EEA) คณะผู้วิจัยจึงใช้หลักการกลางของอียู (ซึ่งเป็นภาษาอังกฤษ) เป็นหลักในการพิจารณา

ช้อยุติ

ประเทศไทย สหรัฐอเมริกา สิงคโปร์ แอฟริกาใต้และนอร์เวย์มีกฎหมายควบคุมการแสดงผลฉลากเครื่องดื่มที่มีปริมาณแอลกอฮอล์ไม่เกิน 0.5 ดีกรี ทั้ง 6 ประเทศมีเกณฑ์กำหนดการแสดงผลฉลากโดยทั่วไปตรงกัน คือ ชื่ออาหาร เครื่องหมายทางการค้า ชื่อสถานที่และที่ตั้งของผู้ผลิต หรือผู้นำเข้าหรือผู้จัดจำหน่าย ปริมาณอาหาร (ปริมาตรสุทธิ) ส่วนประกอบของอาหารและวันหมดอายุ สำหรับในประเทศไทย สหรัฐอเมริกา สิงคโปร์ ออสเตรเลียและแอฟริกาใต้ การแสดงผลฉลากเครื่องดื่มที่มีปริมาณแอลกอฮอล์ไม่เกิน 0.5 ดีกรี จะต้องระบุว่าเครื่องดื่มดังกล่าวเป็น “เครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์” และการแสดงผลฉลากเครื่องดื่มที่มีปริมาณแอลกอฮอล์ไม่เกิน 0.05 ดีกรี และ 0.0 ดีกรี จะต้องระบุว่า “เครื่องดื่มที่ปราศจากแอลกอฮอล์” นอกจากนี้ ทั้ง 5 ประเทศยกเว้นนอร์เวย์มีกฎหมายควบคุมการโฆษณา และเฉพาะประเทศออสเตรเลียประเทศเดียวที่มีแนวทางปฏิบัติที่กำหนดให้ธุรกิจเอกชนปฏิบัติตามด้วย โดยทุกประเทศใน 5 ประเทศนี้มีเกณฑ์กำหนดเนื้อหาโดยทั่วไปในการโฆษณาตรงกัน คือ การโฆษณาต้องไม่เป็นเท็จ เกินจริง หลอกลวง หรือทำให้ผู้บริโภคเข้าใจผิดเกี่ยวกับคุณค่าและความปลอดภัย ในขณะที่ประเทศสหรัฐอเมริกา ออสเตรเลียและแอฟริกาใต้ ยังมีข้อกำหนดถึงเนื้อหาของโฆษณาเครื่องดื่มชนิดนี้ว่า ต้องไม่ทำให้เข้าใจว่าเป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และการใช้ข้อความโฆษณาเพื่อแสดงปริมาณและความเข้มข้นของปริมาณแอลกอฮอล์ต้องปฏิบัติตามข้อกำหนดในการแสดงผลฉลาก สำหรับประเทศสหรัฐอเมริกาประเทศเดียว ยังห้ามใช้เทคนิคการโฆษณาแฝงเพื่อจูงใจจิตใจได้สำนึกและควบคุมการตั้งชื่อยี่ห้อและการใช้ตราสินค้าในการโฆษณาเครื่องดื่มชนิดนี้อย่างเข้มงวดอีกด้วย

ดังนั้น ภาครัฐ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องของประเทศไทยควรนำข้อมูลของการศึกษานี้ไปใช้ในการพัฒนากฎหมายหรือมาตรการที่เกี่ยวข้องในการควบคุมเครื่องดื่มที่มีปริมาณแอลกอฮอล์ไม่เกิน 0.5 ดีกรี เพื่อปิดช่องว่างของพระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2560

พระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522 และ พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 โดยเฉพาะประเด็นพึงระวังด้านการโฆษณา การแสดงตราสินค้าและการโฆษณาที่ไม่ทำให้เข้าใจผิด หรือส่งเสริมให้เด็กที่มีอายุต่ำกว่า 14 ปี บริโภค”

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณศูนย์วิจัยปัญหาสุรา (ศวส.) และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) ที่ให้ทุนสนับสนุนการศึกษา การศึกษานี้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการวิจัยเรื่อง “การทบทวนมาตรการและแนวทางการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่อการออกอนุบัญญัติภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2560: กรณีเครื่องดื่มที่มีปริมาณแอลกอฮอล์ไม่เกิน 0.5 ดีกรี” ข้อตกลงเลขที่ 60-A1-0017

References

1. World Health Organization. Global status report on non-communicable diseases 2014. Geneva: World Health Organization; 2014.
2. World Health Organization. World health statistics 2017: monitoring health for the SDGs, Sustainable Development Goals. Geneva: World Health Organization; 2017.
3. Collin J, Casswell S. Alcohol and the sustainable development goals. *The Lancet* 2016;387:2582-3.
4. Room R, Jernigan D, Carlini-Marlatt B, Gureje O, Mäkelä K, Marshall M, et al. Alcohol in developing societies: a public health approach. Helsinki: Finish Foundation for Alcohol Studies; 2002.
5. Burden of Diseases (BOD). Disability adjusted life years: DALYs report 2006. Nonthaburi: International Health Policy Program; 2009. (in Thai)
6. Thavorncharoensap M, Teerawattananon Y, Chaikledkaew U, Lertpitakpong C, Yothasamut J, Thitiboonsuwan K, et al. A study on costs of social, health and economic consequences of alcohol consumption in Thailand. Bangkok: Pimdeekarnpim; 2008. 168 p. (in Thai)
7. Babor T, Caetano R, Casswell S, Edwards G, Giesbrecht G, Graham K, et al. Alcohol no ordinary commodity: research and public policy. 2nd ed. London: Oxford University Press; 2010.



8. World Health Organization. Global strategy to reduce the harmful use of alcohol. Geneva: World Health Organization; 2010.
9. Alcoholic Beverage Control Act B.E. 2551 (2008). (in Thai)
10. Notification of the Alcohol Beverage Control Committee. Re: Rules, Procedures and Conditions Regarding Labels of Alcohol, B.E. 2558 (2015). (in Thai)
11. Excise Act B.E. 2560 (2017). (in Thai)
12. World Health Organization. Global status report on alcohol and health – 2014 ed. Geneva: World Health Organization; 2014.
13. McColl R. W., ed. Encyclopedia of world geography, volume 1. New York: Golson Books; 2005. p.215.
14. Mandatory Requirements under MOPH Notification (No. 356) B.E. 2556 (2013) Re: Beverages in Sealed Container.
15. Internal Wisconsin Statutes Chapter 77 (Taxation of Local Food and Beverage Tax), the United States of America.
16. 27 Code of Federal Regulations (CFR), the United States of America.
17. Australia Food Standard 2015 under the Section 92 and 93 of the Food Standards Australia and New Zealand Act 1991.
18. Australian Association of National Advertisers [AANA]: Food & Beverages Advertising & Marketing Communications Code, Australia.
19. Foodstuffs, Cosmetics and Disinfectants Act, 1972 (ACT 54 of 1972), South Africa.
20. Regulations-GNR.1769 of 9 August 1985: Soft drinks under section 15 (1) Foodstuffs, Cosmetics and Disinfectants Act, 1972 (ACT 54 of 1972), South Africa.
21. Regulations on the Sale of Alcoholic Beverages (Alcohol Regulations) 2005, Norway.
22. Duty on Alcohol 2017, Norway.
23. Food Act B.E. 2522 (1979) (in Thai)
24. The Food and Drug Administration Notification on Mandatory Requirements under MOPH Notification No. 367 B.E. 2557 (2014) Re: Labelling of pre-packaged food. (in Thai)
25. Mandatory Requirements under MOPH Notification No. 383 B.E. 2560 (2017) Re: Labelling of prepackaged food No.2. (in Thai)
26. Code of Federal Regulations (CFR), the United States of America.
27. The Statutes of the Republic of Singapore, Chapter 283 Sale of Food Act (Original Enactment: Act 12 of 1973) Revised Edition 2002, Food Regulations of 2005, article 184.
28. Regulation (EU) No 1169/2011 of the European Parliament and of the Council of 25 October 2011.
29. The Food and Drug Administration Notification on Criteria for Food Advertisement, B.E. 2551 (2008). (in Thai)
30. Expert of Office of the Consumer Protection Board Office of the Consumer, 11 October 2017. Telephone interview.
31. Expert of Consumer Protection Division Labelling, Office of the Consumer, 11 October 2017. Telephone interview.
32. Regulations relating to the labelling and advertising of foodstuffs No.R.146, South Africa.
33. Federal Food, Drug, and Cosmetic Food Act. Enacted August 18, 2017.

ภาคผนวก

ตารางแสดงเนื้อหากฎหมายและมาตรการที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมฉลากและการโฆษณาเครื่องดื่มที่มีปริมาณแอลกอฮอล์ไม่เกิน 0.5 ดีกรี

ประเทศ	ลำดับ	ประเภทกฎหมาย	ชื่อกฎหมาย	เนื้อหาการควบคุมฉลาก	เนื้อหาการควบคุมการโฆษณา
ไทย	1	กฎหมาย ภาครัฐ	พระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522	กำหนดประเภทและชนิดอาหารที่ผลิตเพื่อจำหน่าย นำเข้าเพื่อจำหน่าย หรือที่จำหน่าย ซึ่งจะต้องมีฉลาก ข้อความในฉลาก เงื่อนไข และวิธีการแสดงฉลาก	
	2	กฎหมาย ภาครัฐ	ประกาศสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา เรื่อง คำชี้แจงประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ 367) พ.ศ. 2557 เรื่อง การแสดงฉลากของอาหาร ในขณะบรรจุ	ฉลากต้องกำหนดรายละเอียดที่ต้องแสดงบนฉลากของอาหารในขณะบรรจุไว้ ดังนี้ (1) ชื่ออาหาร (2) เลขสารบบอาหาร (3) ชื่อและที่ตั้งของผู้ผลิตหรือผู้แบ่งบรรจุหรือผู้นำเข้า หรือสำนักงานใหญ่ (4) ปริมาณของอาหารเป็นระบบเมตริก ในส่วนอาหารที่มีลักษณะเป็นของเหลว ให้แสดงปริมาตรสุทธิ (5) ส่วนประกอบที่สำคัญเป็นร้อยละของน้ำหนักโดยประมาณเรียงตามลำดับปริมาณจากมากไปน้อย (6) แสดงข้อมูลสำหรับผู้แพ้อาหารกรณีมีการใช้หรืออาจปนเปื้อนในกระบวนการผลิตของส่วนประกอบ	–
	3	กฎหมาย ภาครัฐ	ประกาศสาธารณสุข ฉบับที่ 383 พ.ศ. 2560 เรื่อง การแสดงฉลากของอาหารในบรรจุ ฉบับที่ 2	1. ผู้ผลิต ผู้นำเข้า หรือผู้จำหน่าย ต้องไม่จำหน่ายอาหารที่พ้นกำหนดวันหมดอายุหรือควรบริโภคก่อนตามที่แสดงไว้ในฉลาก 2. การแสดงข้อความกล่าวอ้างบนฉลากเกี่ยวกับสารหรือส่วนประกอบอื่นใดในอาหาร ต้องไม่ก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในผลิตภัณฑ์ 3. ข้อความว่า “แต่งกลิ่นธรรมชาติ” “แต่งกลิ่นเลียนธรรมชาติ” “แต่งกลิ่นสังเคราะห์” “แต่งรสธรรมชาติ” หรือ “แต่งรสเลียนธรรมชาติ” ถ้ามีการใช้	



ประเทศ	ลำดับ	ประเภทกฎหมาย	ชื่อกฎหมาย	เนื้อหาการควบคุมฉลาก	เนื้อหาการควบคุมการโฆษณา
				แล้วแต่กรณี 4. แสดง วัน เดือนและปี สำหรับอาหารที่มีอายุการเก็บไม่เกิน 90 วัน หรือ แสดงวันเดือนและปี หรือเดือนและปี สำหรับอาหารที่มีอายุการเก็บเกิน 90 วัน โดยมีข้อความว่า “ควรบริโภคก่อน” หรือ “หมดอายุ” กำกับไว้ด้วย	-
	4	กฎหมาย ภาครัฐ	ประกาศสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา เรื่อง หลักเกณฑ์การโฆษณาอาหาร พ.ศ. 2551	-	1. ข้อความในการโฆษณาภาพในสื่อโฆษณา การแสดงภาพประกอบข้อความโฆษณา ชื่ออาหาร คุณประโยชน์ คุณภาพหรือสรรพคุณของอาหารต้องไม่เป็นเท็จหรือเกินความจริง ไม่ทำให้ผู้บริโภคเข้าใจผิดในสาระสำคัญของอาหาร และไม่ทำให้เกิดความหลงเชื่อโดยไม่สมควร คำที่ห้ามใช้ในการโฆษณา เช่น ยอด วิเศษณ์ ดีเลิศ เด็ดขาด มหัศจรรย์ ที่สุด หรือ คำอื่นที่มีความหมายเทียบเท่าคำเหล่านี้ 2. ผู้แสดงแบบโฆษณา ห้ามนำบุคลากรทางการแพทย์และสาธารณสุข หรือ ทำให้เข้าใจว่าเป็นบุคลากรดังกล่าวมานำ รับรอง หรือเป็นผู้แสดงแบบ
สหรัฐอเมริกา	1	กฎหมาย ภาครัฐ	27 Code of Federal Regulations (CFR)	1. การบอกประเภทหรือชนิด เครื่องดื่มมอลต์ที่มีแอลกอฮอล์น้อยกว่า 0.5 ดีกรี บนฉลากต้องระบุว่า เครื่องดื่มมอลต์ (malt beverage) หรือ เครื่องดื่มธัญพืช (cereal beverage) หรือ near beer เครื่องดื่มดังกล่าวไม่สามารถใช้คำว่า “เบียร์” “lager beer” “lager” “ale” “porter” หรือ “เบียร์ดำชนิดแรง (stout)” 2. การบอกปริมาณแอลกอฮอล์เครื่องดื่มมอลต์ที่มีแอลกอฮอล์น้อยกว่า 0.5 ดีกรี บนฉลากต้องระบุว่า “เครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์” (non-alcoholic) 3. การบอกปริมาณแอลกอฮอล์เครื่องดื่ม	1. เครื่องดื่มมอลต์ที่มีแอลกอฮอล์น้อยกว่า 0.5 ดีกรี และ 0.0 ดีกรี ในการโฆษณาต้องระบุว่า เครื่องดื่มมอลต์ (malt beverage) หรือ เครื่องดื่มธัญพืช (cereal beverage) หรือ near beer เครื่องดื่มดังกล่าวไม่สามารถใช้คำว่า “เบียร์” “เบียร์สีเหลืองอ่อน (lager beer, lager)” “เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ทำจากข้าวมอลต์ (ale)” “porter (เบียร์ที่มีรสผาด)” หรือ “เบียร์ดำชนิดแรง (stout)” 2. การบอกปริมาณแอลกอฮอล์เครื่องดื่มมอลต์ที่มีแอลกอฮอล์น้อยกว่า 0.5 ดีกรี ในการโฆษณาต้องระบุว่า “เครื่องดื่ม

ประเทศ	ลำดับ	ประเภทกฎหมาย	ชื่อกฎหมาย	เนื้อหาการควบคุมฉลาก	เนื้อหาการควบคุมการโฆษณา
				<p>ดื่มมอลต์ที่ไม่มีแอลกอฮอล์เลย บนฉลากต้องระบุว่า “เครื่องดื่มที่ปราศจากแอลกอฮอล์” (alcohol-free)</p>	<p>ดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์” (non-alcoholic) และเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์เลย หรือ 0.0 ดีกรี ในการโฆษณาต้องระบุว่า “เครื่องดื่มที่ปราศจากแอลกอฮอล์” (alcohol-free)</p> <p>3. ห้ามใช้ข้อความว่า “เข้ม (strong)” “full strength” “extra strength” “high test” “high proof” “full alcohol strength” หรือข้อความที่คล้ายคลึงกับข้อความข้างต้นข้อความในการโฆษณา</p> <p>4. ผู้โฆษณาต้องแสดงชื่อและที่อยู่ที่ได้รับการอนุญาตโฆษณาลงในสื่อโฆษณา (ทั้งข้อความ การออกแบบหรืออุปกรณ์)</p> <p>5. ห้ามมิให้โฆษณา ได้แก่ ห้ามทำให้เข้าใจผิดหรือหลอกลวง (เช่น การอ้างความเป็นวิทยาศาสตร์ การรับประกัน) เป็นเท็จ ลามก หยาบคายและไม่เหมาะสม และคุณภาพว่า ทำให้มันเมา</p> <p>6. ไม่มีข้อความที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ และการอ้างทางสุขภาพ (health claim) เช่น เพื่อการรักษา มีประโยชน์ต่อสุขภาพ</p> <p>7. การโฆษณาตราสินค้า (แบรนด์) ต้องไม่ทำให้สับสน การโฆษณาใน 1 โฆษณา ห้ามมีสองตราสินค้าหรือมากกว่าสองตราสินค้าที่แตกต่างกัน หรือการโฆษณาตราสินค้าหนึ่งซึ่งเป็นตัวแทนของอีกตราสินค้า (แบรนด์) หนึ่ง หรือการประยุกต์ไปใช้กับสินค้าอื่น</p> <p>8. ห้ามใช้เทคนิคการโฆษณาแฝงเพื่อจูงใจใจได้สำนึก</p>
สิงคโปร์	1	กฎหมายภาครัฐ	The Statutes of the Republic of Singapore,	1. เกณฑ์กำหนดโดยทั่วไปที่ต้องแสดงในฉลาก ได้แก่ ชื่ออาหาร	ห้ามผู้ใดโฆษณาสินค้าในลักษณะที่เป็นเท็จ ทำให้เข้าใจผิดหรือหลอกลวง หรือ

ประเทศ	ลำดับ	ประเภทกฎหมาย	ชื่อกฎหมาย	เนื้อหาการควบคุมฉลาก	เนื้อหาการควบคุมการโฆษณา
			Chapter 283 Sale of Food Act (Original Enactment: Act 12 of 1973) Revised Edition 2002	<p>เครื่องหมายทางการค้า ชื่อ ที่อยู่และที่ตั้งของผู้ผลิตหรือผู้นำเข้าหรือผู้จัดจำหน่าย ปริมาณอาหาร (ปริมาตรสุทธิ) ส่วนประกอบของอาหาร วันหมดอายุ และเนื้อหาในฉลากต้องไม่เป็นเท็จ ทำให้เข้าใจผิด หลอกลวง หรือก่อให้เกิดความผิดพลาดเกี่ยวกับคุณค่าและความปลอดภัย</p> <p>2. การแสดงฉลากของเครื่องดื่มที่มีปริมาณแอลกอฮอล์ไม่เกิน 0.5 ดีกรี หรือเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ ให้ระบุว่าเป็น “เครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์”</p>	อาจก่อให้เกิดความผิดพลาดเกี่ยวกับคุณค่าหรือความปลอดภัย
ออสเตรเลีย	1	กฎหมายภาคีรัฐ	Australia Food Standard 2015 under the Section 92 and 93 of the Food Standards Australia and New Zealand Act 1991	<p>1. การแสดงฉลากโดยทั่วไป จะต้องบอกชื่ออาหาร ระบุรุ่นสินค้า แสดงชื่อและที่อยู่ของผู้ผลิต มีข้อความเตือนถึงสารอาหารสำหรับผู้แพ้สารอาหาร ต้องระบุว่าควรบริโภคก่อนเมื่อใด และต้องไม่มีการอ้างคุณประโยชน์ทางสุขภาพ (health claim) ในเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ ได้แก่ คาวา</p> <p>2. การแสดงฉลากเครื่องดื่ม brewed soft drink (เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ไม่เกินกว่า 1.15 ดีกรี) อาหารที่จำหน่ายในฐานะที่เป็น brewed soft drink ก็ต้องเป็น brewed soft drink จะแสดงให้เข้าใจว่าเป็นอาหารอื่นไม่ได้ นอกจากนี้ เครื่องดื่ม brewed soft drink และเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ (เช่น น้ำดื่ม) การแสดงฉลากต้องไม่นำเสนอทางตรงและทางอ้อมว่าเป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์</p>	<p>1. อาหารที่จำหน่ายในฐานะที่เป็น brewed soft drink ก็ต้องเป็น brewed soft drink จะแสดงให้เข้าใจว่าเป็นอาหารอื่นไม่ได้</p> <p>2. เครื่องดื่ม brewed soft drink และเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ (เช่น น้ำดื่ม) การโฆษณาต้องไม่นำเสนอทั้งทางตรงและทางอ้อมว่าเป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์</p> <p>3. โฆษณาต้องบอกชื่ออาหารและข้อความเตือนถึงสารอาหารสำหรับผู้แพ้สารอาหาร</p> <p>4. โฆษณาต้องไม่มีการอ้างคุณประโยชน์ทางสุขภาพ (health claim) ในเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์</p>
	2	แนวปฏิบัติของเอกชน	Food & Beverages Advertising & Marketing Communications	-	1. การโฆษณาอาหารและเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ไม่ทำให้เข้าใจผิดหรือหลอกลวง

ประเทศ	ลำดับ	ประเภทกฎหมาย	ชื่อกฎหมาย	เนื้อหาการควบคุมฉลาก	เนื้อหาการควบคุมการโฆษณา
					<p>2. ไม่ส่งเสริมให้เด็กที่มีอายุต่ำกว่า 14 ปี บริโภคอาหารหรือเครื่องดื่มดังกล่าว ซึ่งมีปริมาณเกินความจำเป็นที่ร่างกายต้องการได้รับ</p> <p>3. ทำให้เด็ก/ผู้ปกครองรู้สึกเหนือกว่าคนอื่น ฉลาดกว่าคนอื่น รู้สึกมั่นใจมากกว่า เป็นที่รักมากกว่า ประสบความสำเร็จ เมื่อได้ซื้อ/ใช้สินค้าหรือบริการนั้นๆ และทำให้เด็ก/ผู้ปกครองรู้สึกผิดหวังหรือด้อยกว่าคนอื่น เมื่อไม่ได้ซื้อ/ใช้สินค้าหรือบริการนั้นๆ</p> <p>4. ไม่ทำให้เด็กรีบเร่ง/ร้องขอ/ตื้อให้ผู้ปกครองซื้อสินค้า</p> <p>5. ไม่บ่อนทำลายบทบาทของผู้ปกครองในการแนะนำการเลือกอาหารและการเลือกใช้ชีวิตของการใช้ชีวิต</p> <p>6. ไม่มีการกล่าวถึงส่วนผสมพิเศษหรือของพรีเมียม</p>
แอฟริกาใต้	1	กฎหมายภาครัฐ	The Foodstuffs, Cosmetics and Disinfectants Act, 1972 (Act No. 54 of 1972)	<p>1. การแสดงฉลากโดยทั่วไป การใช้ภาษาอังกฤษและอย่างน้อย ต้องใช้ภาษาราชการของสาธารณรัฐแอฟริกาใต้อย่างน้อย 1 ภาษา ฉลากต้องเห็นได้ชัดเจน แสดงชื่อของอาหาร ประเทศของต้นกำเนิด (สินค้าของ...ชื่อประเทศ...) หมายเลขอ้างอิงอาหาร (batch identification number) ควรบริโภคก่อน และต้องไม่แสดง คำ ภาพ เครื่องหมาย โลโก้ หรือการบรรยายที่ก่อให้เกิดความประทับใจในอาหารนั้นว่าเป็นการสนับสนุน ถูกต้องตาม หรือการผลิตที่สอดคล้องกับคำแนะนำของเจ้าหน้าที่สาธารณสุข หรือบุคคลที่มีความเป็นมืออาชีพ หรือองค์กรให้คำแนะนำผู้บริโภค ไม่แสดงการรับรองด้วยภาพข้อความ หรือข้อความที่เป็นคำพูดใน</p>	<p>การโฆษณาอาหารต้องไม่ทำให้เข้าใจผิดหรือหลอกลวงหรือทำให้เข้าใจผิดเกี่ยวกับแหล่งกำเนิด ธรรมชาติของสารองค์ประกอบ คุณภาพ ความเข้มข้น คุณค่าทางโภชนาการ หรือคุณสมบัติอื่นๆ หรือเวลา รูปแบบ หรือสถานที่ผลิตและภาษาที่ใช้ในการโฆษณาต้องเป็นภาษาอังกฤษหรือภาษาราชการของสาธารณรัฐแอฟริกาใต้อย่างน้อย 1 ภาษา</p>



ประเทศ	ลำดับ	ประเภทกฎหมาย	ชื่อกฎหมาย	เนื้อหาการควบคุมฉลาก	เนื้อหาการควบคุมการโฆษณา
				<p>การอ้างสารอาหาร ห้ามใช้คำว่า “สุขภาพ” “ดีต่อสุขภาพ” “มีประโยชน์ต่อสุขภาพ” “มีคุณค่าทางโภชนาการ” หรือคำที่มีความหมายคล้ายคลึงในชื่ออาหารและชื่อทางการค้า ห้ามอ้างว่า “อาหารให้คุณค่าทางโภชนาการอย่างสมบูรณ์หรือสมดุล”</p> <p>2. การแสดงฉลากแบบพิเศษการนำเสนอภาพในฉลากหรือการโฆษณาของอาหารอาจไม่นำเสนอภาพอันเป็นเท็จหรือหลอกลวงหรือสร้างความประทับใจ ความเข้าใจผิด ในเนื้อหาของบรรจุภัณฑ์ หรือ ลักษณะของอาหาร ต้นกำเนิด ส่วนประกอบ คุณภาพ คุณค่าทางโภชนาการ หรือคุณสมบัติในแง่อื่นใด</p> <p>3. การแสดงข้อมูลสารอาหารเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ เช่น 1 กรัมของแอลกอฮอล์ (เอทานอล) จะถือว่าให้พลังงาน 29 กิโลจูล</p>	
	2	กฎหมายภาครัฐ	Regulations relating to the labelling and advertising of foodstuffs No.R.146	<p>1. การอ้างปริมาณสารอาหารเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีแอลกอฮอล์ไม่เกิน 0.5 ดีกรี อ้างปริมาณสารอาหารว่า “เครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ (Non-alcohol)” และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีแอลกอฮอล์ไม่เกิน 0.05 ดีกรี อ้างปริมาณสารอาหารว่า “เครื่องดื่มที่ปราศจากแอลกอฮอล์ (Virtually free or free)”</p> <p>2. ต้องไม่แสดง คำ ภาพ เครื่องหมาย โลโก้ หรือการบรรยายที่ก่อให้เกิดความประทับใจในอาหารนั้นว่าเป็นการสนับสนุน ถูกต้องตาม หรือการผลิตที่สอดคล้องกับคำแนะนำของเจ้าหน้าที่สาธารณสุข หรือบุคคลที่มีความเป็น</p>	<p>1. การอ้างปริมาณสารอาหารเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีแอลกอฮอล์ไม่เกิน 0.5 ดีกรี อ้างปริมาณสารอาหารว่า “เครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ (Non-alcohol)” และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีแอลกอฮอล์ไม่เกิน 0.05 ดีกรี อ้างปริมาณสารอาหารว่า “เครื่องดื่มที่ปราศจากแอลกอฮอล์ (Virtually free or free)”</p> <p>2. ต้องไม่แสดง คำ ภาพ เครื่องหมาย โลโก้ หรือการบรรยายที่ก่อให้เกิดความประทับใจในอาหารนั้นว่าเป็นการสนับสนุน ถูกต้องตาม หรือการผลิตที่สอดคล้องกับคำแนะนำของเจ้าหน้าที่สาธารณสุข หรือบุคคลที่มีความเป็นมืออาชีพ หรือองค์กรให้คำแนะนำ</p>

ประเทศ	ลำดับ	ประเภทกฎหมาย	ชื่อกฎหมาย	เนื้อหาการควบคุมฉลาก	เนื้อหาการควบคุมการโฆษณา
				<p>มีอาชีพ หรือองค์กรให้คำแนะนำ ผู้บริโภค</p> <p>3. ไม่แสดงการรับรองด้วยภาพ ข้อความ หรือข้อความที่เป็นคำพูดในการอ้างสารอาหาร ห้ามใช้คำว่า “สุขภาพ” “ดีต่อสุขภาพ” “มีประโยชน์ต่อสุขภาพ” “มีคุณค่าทางโภชนาการ” หรือคำที่มีความหมายคล้ายคลึงในชื่ออาหารและชื่อทางการค้า</p> <p>4. ห้ามอ้างว่า “อาหารให้คุณค่าทางโภชนาการอย่างสมบูรณ์หรือสมดุล”</p>	<p>ผู้บริโภค</p> <p>3. ไม่แสดงการรับรองด้วยภาพ ข้อความ หรือข้อความที่เป็นคำพูดในการอ้างสารอาหาร ห้ามใช้คำว่า “สุขภาพ” “ดีต่อสุขภาพ” “มีประโยชน์ต่อสุขภาพ” “มีคุณค่าทางโภชนาการ” หรือคำที่มีความหมายคล้ายคลึงในชื่ออาหารและชื่อทางการค้า</p> <p>4. ห้ามอ้างว่า “อาหารให้คุณค่าทางโภชนาการอย่างสมบูรณ์หรือสมดุล”</p>
	3	กฎหมายภาครัฐ	Regulations-GNR.1769 of 9 August 1985: Soft drinks	<p>ฉลากแข็งหรือของเหลวที่ผลิตมาจากธัญพืชและมีแอลกอฮอล์ไม่เกินกว่า 0.5 ดีกรี เรียกว่า เครื่องดื่มไม่ใช่มะนาว (soft drink) ไม่สามารถแสดงข้อความในฉลากว่า ปราศจากแอลกอฮอล์ได้ นอกจากจะมีแอลกอฮอล์ไม่เกิน 0.05 ดีกรี</p>	<p>การโฆษณาแข็งหรือของเหลวที่ผลิตมาจากธัญพืชและมีแอลกอฮอล์ไม่เกินกว่า 0.5 ดีกรี เรียกว่า เครื่องดื่มที่ไม่ใช่เหล้า (soft drink) ไม่สามารถแสดงข้อความในการโฆษณาว่า ปราศจากแอลกอฮอล์ได้ นอกจากจะมีแอลกอฮอล์ไม่เกิน 0.05 ดีกรี</p>
นอร์เวย์	1	กฎหมายภาครัฐ	Regulation (EU) No 1169/2011 of the European Parliament and of the Council of 25 October 2011	<p>ฉลากที่ไม่ใช่เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การแสดงฉลากมีข้อมูลอาหาร ได้แก่</p> <p>(1) ชื่อในการขายอาหาร</p> <p>(2) ส่วนผสมต่างๆ ปริมาณส่วนผสม จำนวนปริมาณ</p> <p>(3) ระยะเวลาในการบริโภค เงื่อนไขที่เฉพาะเจาะจง</p> <p>(4) ชื่อที่อยู่บริษัท</p> <p>(5) แหล่งที่มา</p> <p>(6) วิธีการใช้/กิน</p>	-