บทความวิจัย

ปัญหาทางกฎหมายและการบังคับใช้พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2568 และกฎหมายลำดับรองที่เกี่ยวข้อง

ขวัญกมล ทิพย์มโนสิงห์*
ผู้ช่วยศาสตราจารย์
คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
* Corresponding Author, E-mail: kwankamol_tip@utcc.ac.th

บทคัดย่อ

พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2568 ซึ่งมีผลบังคับใช้อย่างเป็นทางการเมื่อวันที่ 8 พฤศจิกายน พ.ศ. 2568 เป็นการปฏิรูปกฎหมายครั้งสำคัญเพื่อให้อุดช่องว่างทางกฎหมายและเท่าทันต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพสังคม เศรษฐกิจ และเทคโนโลยีการตลาดยุคดิจิทัล โดยการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ ได้แก่ การขยายนิยาม “เครื่องดื่มแอลกอฮอล์” ให้ครอบคลุมถึงของเหลวหรือวัตถุที่มีแอลกอฮอล์เกิน 0.5 ดีกรี และคำว่า “การสื่อสารการตลาด” เพื่อควบคุมการโฆษณาแฝงและการรีวิวผ่านสื่อออนไลน์อย่างเข้มงวด นอกจากนี้ยังมีการโอนอำนาจการออกประกาศกำหนดเวลาและสถานที่ขายจากนายกรัฐมนตรีไปยัง คณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เพื่อเพิ่มความคล่องตัวในการบริหารจัดการ

ในส่วนของมาตรการควบคุมการบริโภค อาจส่งผลกระทบวงกว้างคือการห้ามบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่ขายหรือพื้นที่จัดบริการเพื่อการค้าในช่วงเวลาห้ามขาย (00.00–11.00 น. และ 14.00–17.00 น.) หากฝ่าฝืนมีโทษปรับทางพินัยไม่เกิน 10,000 บาท แม้จะมีการผ่อนปรนให้นั่งดื่มต่อได้ไม่เกิน 1 ชั่วโมงหลังจากเริ่มเวลาห้ามขายในกรณีที่ซื้อไว้ก่อนหน้าก็ตาม รวมทั้ง การยกระดับความรับผิดทางแพ่งของผู้ขาย โดยกำหนดให้ผู้ประกอบการต้องร่วมรับผิดชอบชดใช้ค่าสินไหมทดแทน หากจงใจหรือประมาทเลินเล่อขายเครื่องดื่มให้แก่บุคคลที่มีนเมาจนครองสติไม่ได้ แล้วบุคคลนั้นไปก่อเหตุสร้างความเสียหายต่อผู้อื่น

อย่างไรก็ตาม การบังคับใช้กฎหมายฉบับนี้ยังเผชิญกับปัญหาทางกฎหมายและการตีความ โดยเฉพาะความยากลำบากของผู้ประกอบการในการใช้ดุลพินิจวัด "มาตรฐานความมึนเมา" ด้วยสายตา และความเสี่ยงในการใช้อำนาจของเจ้าหน้าที่ในการสั่งพักใช้หรือเพิกถอนใบอนุญาตที่อาจขาดมาตรฐานที่ชัดเจน บทความจึงเสนอแนะให้เร่งจัดทำ "คู่มือการตีความและการบังคับใช้" รวมถึงการกำหนดนิยามในกฎหมายลำดับรองให้มีความเป็นรูปธรรม เพื่อสร้างความเป็นธรรมและรักษาความสมดุลระหว่างมิติด้านสาธารณสุขและความมีชีวิตชีวาทางเศรษฐกิจของประเทศ

คำสำคัญ

กฎหมายแอลกอฮอล์ใหม่, ควบคุมเครื่อมดื่มแอลกอฮอล์, พระราชบัญญัติควบคุมแอลกอฮอล์

Received: 15/Mar/2026 • Revised: 17/May/2026 • Accepted: 20/June/2026

Legal Issues and Enforcement Issues Concerning the Alcoholic Beverage Control Act, B.E. 2568 (2025) and Its Relevant Secondary Law

Kwankamol Tipmanosing
Assistant Professor
School of Law, University of The Thai Chamber of Commerce

Abstract

The Alcoholic Beverage Control Act (No. 2), B.E. 2568 (2025), which officially took effect on November 8, 2025, represents a landmark legislative reform aimed at addressing legal loopholes and adapting to the evolving social, economic, and digital marketing landscapes. Key amendments include expanding the definition of “Alcoholic Beverage” to encompass liquids or substances containing more than 0.5% alcohol by volume and broadening the term “Marketing Communication” to strictly regulate indirect advertising and influencer reviews across online media. Furthermore, the authority to issue notifications regarding the designated times and places for sale has been transferred from the Prime Minister to the Alcoholic Beverage Control Committee to enhance administrative agility.

Regarding consumption control measures, a significant impact arises from the prohibition of alcoholic beverage consumption at points of sale or commercial service areas during restricted hours (00:00–11:00 and 14:00–17:00). Violations are subject to a regulatory fine not exceeding 10,000 Baht, despite a one-hour grace period permitted for patrons who purchased their beverages prior to the commencement of the restricted hours. Additionally, the Act elevates the civil liability of sellers, mandating that operators share responsibility for compensation if they intentionally or negligently sell alcohol to an intoxicated person who is unable to maintain consciousness and subsequently causes harm or damage to others.

However, the enforcement of this Act faces legal challenges and interpretative hurdles, particularly regarding the difficulty for operators to subjectively assess the "standard of intoxication" through visual observation. There are also concerns regarding the potential for arbitrary use of authority by officials in suspending or revoking licenses without clear standardized criteria. Consequently, this article proposes the expedited development of an "Interpretative and Enforcement Manual," along with the formulation

of concrete definitions in subordinate legislation. Such measures are essential to ensure fairness and maintain a balance between public health objectives and the nation's economic vitality.

Keywords
New Alcohol Law, Alcoholic Beverage Control, Alcoholic Beverage Control Act

1. บทนำ

การประกาศใช้พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2568 ซึ่งมีผลบังคับใช้อย่างเป็นทางการเมื่อวันที่ 8 พฤศจิกายน พ.ศ.2568 นับเป็นหมุดหมายสำคัญของการปฏิรูปกฎหมายด้านสาธารณสุขของประเทศไทย กฎหมายฉบับนี้เป็นการปรับปรุงแก้ไขพระราชบัญญัติฉบับเดิม พ.ศ. 2551 ที่บังคับใช้มานาน เพื่อให้มีความทันสมัยและสอดรับกับบริบททางสังคม เศรษฐกิจ และเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะอย่างยิ่งการขยายตัวของการตลาดที่เป็นรูปแบบดิจิทัลที่ซับซ้อนขึ้น[1] การเปลี่ยนแปลงนี้สะท้อนเจตนารมณ์ของรัฐในการอุดช่องว่างทางกฎหมายและยกระดับประสิทธิภาพในการควบคุมผลกระทบจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

บทความฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์สาระสำคัญของการเปลี่ยนแปลงในพระราชบัญญัติฉบับใหม่ ประเมินประเด็นปัญหาเชิงกฎหมายที่อาจเกิดขึ้นในการตีความและการบังคับใช้จริง พร้อมทั้งผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อภาคส่วนต่างๆ ทั้งภาครัฐ ภาคธุรกิจ และภาคประชาชน เพื่อสร้างความเข้าใจกฎหมายและผลลัพธ์ที่ตามมาในทางปฏิบัติ

การปฏิรูปกฎหมายครั้งนี้ได้นำมาซึ่งการเปลี่ยนแปลงทั้งในเชิงโครงสร้างอำนาจ นิยามศัพท์ทางกฎหมายและมาตรการควบคุม ซึ่งล้วนส่งผลโดยตรงต่อแนวทางการกำกับดูแลของภาครัฐและวิถีปฏิบัติของสังคมในภาพรวมการทำความเข้าใจต่อการเปลี่ยนแปลงเหล่านี้จึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่ง

2. สาระสำคัญแห่งพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2568 : การเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างและเนื้อหา

ความหมายของคำว่า “เครื่องดื่มแอลกอฮอล์” ตามพจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน ประกอบด้วย 2 คำ คือ คำว่า “เครื่องดื่ม” อันหมายความว่า น้ำหรือของเหลวชนิดต่างๆ ที่บริโภคโดย

[1] ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา (ศวส.), “8 ประเด็นสำคัญ ในการกำหนดทิศทางของการบังคับใช้จริง หลัง พ.ร.บ.ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2568 มีผลบังคับใช้วันนี้ (8 พ.ย. 2568),” 8 พฤศจิกายน 2568, https://cas.or.th/content?id=1023.

วิธีดื่มเพื่อดับกระหายหรือบำรุงกำลังเป็นต้น เช่น น้ำอัดลม น้ำผลไม้คั้น กาแฟ เบียร์ และคำว่า “แอลกอฮอล์” หมายความว่า สารอินทรีย์ชนิดหนึ่ง ลักษณะเป็นของเหลวใส กลิ่นฉุนระเหยง่าย มีจุดเดือด 78.5 องศาเซลเซียส ชื่อเต็มคือ เอทิลแอลกอฮอล์ แต่มักเรียกกันสั้นๆ ว่า แอลกอฮอล์ โดยปกติเกิดขึ้นจากการหมักสารประเภทแป้งหรือน้ำตาลผสมยีสต์ ซึ่งมักเรียกกันว่า แป้งเชื้อหรือเชื้อหมัก เป็นองค์ประกอบสำคัญของสุราและเมรัยทุกชนิด เมื่อดื่มเข้าไปจะออกฤทธิ์ทำให้มีอาการมึนเมา ใช้ประโยชน์เป็นตัวทำละลาย และเป็นเชื้อเพลิง เป็นต้น ดังนั้น เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จึงอาจมีความหมายว่า น้ำหรือของเหลวที่มีเอทิลแอลกอฮอล์ผสมอยู่ เกิดจากการหมักแป้งหรือน้ำตาลที่ผสมยีสต์ และเมื่อดื่มเข้าไปจะออกฤทธิ์ทำให้มีอาการมึนเมา อาทิ เหล้า เบียร์ ไวน์ เป็นต้น การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จะเกิดผลกระทบต่อร่างกายเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะผลกระทบต่อสมองและระบบประสาท กล่าวคือ มีอาการมึนเมา ง่วงนอน หลับ หมดสติ ความจำเสื่อม สูญเสียการทรงตัว ประสาทหลอน อันส่งผลกระทบต่อสังคมส่วนรวม

โดยพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2568 ได้นำเสนอการปฏิรูปกฎหมายในหลายมิติ ที่สำคัญ เพื่อการควบคุมทั้งการขายและการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ตั้งแต่การขยายนิยามเพื่อให้กฎหมายมีความครอบคลุมและทันต่อยุคสมัย การปรับโครงสร้างอำนาจในการกำกับดูแลเพื่อเพิ่มความคล่องตัว ไปจนถึงการกำหนดมาตรการควบคุมการโฆษณาและการบริโภคที่เข้มข้นและชัดเจนยิ่งขึ้น ซึ่งสามารถสรุปสาระสำคัญได้ดังนี้

2.1 การขยายนิยามและขอบเขตการบังคับใช้

กฎหมายฉบับใหม่ได้ปรับปรุงคำนิยาม "เครื่องดื่มแอลกอฮอล์" ให้มีความครอบคลุมกว้างขวางขึ้น โดยหมายรวมถึงของเหลว วัตถุ หรือของผสมใดๆ ที่มีแอลกอฮอล์เป็นส่วนประกอบหรือเมื่อผสมกับของเหลวอื่นแล้วสามารถดื่มได้ดังเช่นสุรา เช่น ค็อกเทล เป็นต้น แต่ได้กำหนดข้อยกเว้นสำหรับเครื่องดื่มที่มีปริมาณแอลกอฮอล์ไม่เกิน 0.5 ดีกรี ผลิตภัณฑ์สมุนไพร วัตถุออกฤทธิ์และยาเสพติดให้โทษ[2] ซึ่งเดิม “เครื่องดื่มแอลกอฮอล์” หมายถึง สุราตามกฎหมายว่าด้วยสุรา แต่ไม่รวมถึงยา วัตถุออกฤทธิ์ต่อจิตและประสาท ยาเสพติดให้โทษ โดยการเปลี่ยนแปลงนี้ทำให้กฎหมายสามารถกำกับดูแลผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

นอกจากนี้ ประเด็นสำคัญ คือ การเพิ่มคำนิยามใหม่ของ “การสื่อสารการตลาด” ให้หมายความว่า การกระทำในรูปแบบต่างๆ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อขายสินค้าหรือบริการ หรือสร้าง

---

[2] iLaw, “เปิดกฎหมายคุมเหล้าแก้ไขใหม่ ห้ามจูงใจให้ดื่มดริงก์ ห้ามเนียนใช้ชื่อ/โลโก้แฝงโฆษณาเหล้าในสินค้าอื่น,” September 15, 2025, https://www.ilaw.or.th/articles/54862.

ภาพลักษณ์ ซึ่งรวมถึงการประชาสัมพันธ์ การเผยแพร่ข่าวสาร การส่งเสริมการขาย การแสดงสินค้า การจัดหรือสนับสนุนให้มีการจัดกิจกรรมพิเศษ และการตลาดแบบตรง[3] ซึ่งเป็นการออกแบบมาเพื่อควบคุมพฤติกรรมการโฆษณาแฝง การรีวิวสินค้า การใช้สัญลักษณ์หรือโลโก้ที่สื่อถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในทุกช่องทาง ทั้งสื่อออนไลน์และออฟไลน์[4] ซึ่งแตกต่างจากคำนิยามเดิม คือ การกระทำกิจกรรมในรูปแบบต่างๆ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อขายสินค้า บริการ หรือภาพลักษณ์ การประชาสัมพันธ์ การเผยแพร่ข่าวสาร การส่งเสริมการขาย การแสดงสินค้าการจัดหรือสนับสนุนให้มีการจัดกิจกรรมพิเศษ และการตลาดแบบตรง[5] โดยในการขยายนิยามนี้ถือเป็นการอุดช่องว่างทางกฎหมายที่สำคัญเพื่อรับมือกับกลยุทธ์การตลาดยุคใหม่ที่เข้าถึงกลุ่มเยาวชนได้ง่าย

2.2 การปรับโครงสร้างอำนาจและกลไกกำกับดูแล

การเปลี่ยนแปลงในด้านอำนาจที่เด่นชัดที่สุด คือ การโอนอำนาจในการออกประกาศกำหนดวัน เวลา และสถานที่ห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งเดิมเป็นอำนาจของนายกรัฐมนตรี เปลี่ยนเป็นอำนาจของ “คณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์” ที่มีรัฐมนตรีว่าการกระทรวงสาธารณสุขเป็นประธาน[6] แม้ว่าการปรับเปลี่ยนอำนาจดังกล่าวจะมีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มความคล่องตัวในการกำกับดูแล แต่ในขณะเดียวกันก็เป็นการรวมศูนย์อำนาจเชิงนโยบายไว้ที่คณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งยิ่งแสดงถึงความสำคัญของหลักประกันด้านความโปร่งใสและมาตรการป้องกันผลประโยชน์ทับซ้อนของกรรมการตามที่จะได้วิเคราะห์ต่อไป

2.3 การปฏิรูปกฎเกณฑ์การโฆษณา

พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2568 ในหมวดที่ว่าด้วยการโฆษณาก็ได้รับการแก้ไขเช่นกัน เมื่อเปรียบเทียบกับมาตรา ๓๒ ในกฎหมายฉบับเดิมที่มีความคลุมเครือ โดยมาตรา 32/1 ของกฎหมายฉบับใหม่ ได้ปลดล็อกให้สามารถให้ข้อมูลข่าวสาร ความรู้

---

[3] พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2568, มาตรา 5.

[4] ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา (ศวส.), อ้างแล้ว เชิงอรรถที่ 1.

[5] พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551, มาตรา 3.

[6] พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2568, มาตรา 10.

หรือประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ แต่ต้องเป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่รัฐมนตรีกำหนด โดยยังคงข้อห้ามในการโฆษณาที่มีจุดประสงค์จูงใจให้ผู้อื่นบริโภค[7]

นอกจากนี้ พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2568 นี้ ยังมีการบัญญัติข้อห้ามใหม่ที่สำคัญเพิ่มเติม ได้แก่ มาตรา 32/3 กำหนดว่า ห้ามโฆษณาผลิตภัณฑ์หรือสิ่งอื่นโดยใช้ชื่อหรือเครื่องหมายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เพื่อป้องกันการโฆษณาแฝง[8] และมาตรา 32/4 กำหนดว่า ห้ามการสนับสนุนกิจกรรมเพื่อสังคมหรือสาธารณประโยชน์ในลักษณะที่ส่งเสริมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์[9]

2.4 มาตรการควบคุมการบริโภคและบทลงโทษใหม่

ประเด็นที่สร้างผลกระทบในวงกว้าง คือ การเปลี่ยนแปลงการกำหนดบทลงโทษสำหรับผู้บริโภค โดยกำหนดให้ผู้ที่บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานบริการหรือร้านค้าในช่วงเวลานอกเหนือจากที่กฎหมายอนุญาตให้จำหน่าย มีโทษปรับไม่เกิน 10,000 บาท[10] (เวลานอกเหนือจากที่กฎหมายอนุญาตให้จำหน่าย ได้แก่ เวลา 00.00 – 11.00 น. และเวลา 14.00 – 17.00 น.) มาตรการนี้มีเป้าหมายเพื่อควบคุมการบริโภค ณ แหล่งจำหน่ายให้สิ้นสุดลงพร้อมกับเวลาที่กฎหมายกำหนด

นอกจากนี้ กฎหมายยังขยายอำนาจของพนักงานเจ้าหน้าที่ให้สามารถเข้าตรวจสอบสถานที่จำหน่ายและบริโภค เรียกดูบัตรประจำตัวประชาชน และมีอำนาจสั่งให้ระงับการกระทำที่ฝ่าฝืนกฎหมายได้[11] แม้ว่าการปรับเปลี่ยนบทบัญญัติของกฎหมายครั้งนี้จะมีเจตนารมณ์ที่ชัดเจนในการเพิ่มประสิทธิภาพการควบคุมและอุดช่องว่างที่มีอยู่ แต่ในทางกลับกัน บทบัญญัติใหม่หลายประการกลับก่อให้เกิดประเด็นปัญหาทางกฎหมายที่ซับซ้อนในการตีความและการนำไปปฏิบัติ เช่นกัน

---

7 พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2568, มาตรา 32/1; มติชน, “สว.เห็นชอบ วาระ 2-3 พรบ.ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ปลดล็อก ม.32 พีอาร์ให้ข้อมูลได้,” 4 สิงหาคม 2568, https://www.matichon.co.th/politics/news_5307651.

8 พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2568, มาตรา 32/3.

9 พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2568, มาตรา 32/4.

10 พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2568, มาตรา 32 และมาตรา 37/1; ประกาศคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เรื่อง กำหนดเวลาห้ามบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2568, ข้อ 2 และข้อ 3.

11 พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2568, มาตรา 34.

3. การควบคุมและการกำกับดูแลเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในต่างประเทศ

3.1 ประเทศเกาหลีใต้

รัฐบาลเกาหลีใต้มีนโยบายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งมีวัตถุประสงค์ในการคุ้มครองอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และมีวัตถุประสงค์เพื่อลดผลกระทบเชิงลบจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์[12] ดังนี้

(1) จำกัดอายุการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองเยาวชน (Youth Protection Act) กำหนดห้ามมิให้ผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 19 ปี ซื้อหรือดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เนื่องจากเป็นยาเสพติดที่เป็นอันตรายต่อเยาวชน (Drugs Harmful to Youth)[13] และกฎหมายว่าด้วยการสุขาภิบาลอาหาร (Food Sanitation Act) กำหนดมิให้ร้านอาหารหรือผู้ประกอบการที่ได้รับอนุญาตตามกฎหมาย จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่ผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 19 ปี หากฝ่าฝืนให้รัฐมนตรีหรือเจ้าหน้าที่เพิกถอนใบอนุญาตประกอบธุรกิจ หรือพักใบอนุญาตเป็นเวลา 6 เดือน หรือมีคำสั่งปิดสถานประกอบการ[14]

(2) กำหนดสถานที่ห้ามดื่ม โดยกฎหมาย National Health Promotion Act ได้ให้อำนาจหน่วยงานท้องถิ่นมีอำนาจกำหนดพื้นที่ห้ามดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในที่สาธารณะ หากฝ่าฝืนมีโทษปรับ 100,000 วอน เพื่อป้องกันเยาวชนไม่ให้เข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เช่น กำหนดให้สวนสาธารณะของเด็ก และสนามเด็กเล่น เป็นพื้นที่ห้ามดื่ม เป็นต้น[15]

---

12 Sungsoo Chunn, Michael, and Mary Shin, “Issues of Korean Alcohol Policy Perspectives,” 2011, https://www.researchgate.net/publication/278717300_Issues_of_Korean_Alcohol_Policy_Perspectives.

13 The Youth Protection Act, Article 2.

14 The Youth Protection Act, Article 28 (5) 1.

15 The Korea Herald, “Public Alcohol Consumption Faces Fines Starting in New Year,” 2024, https://www.koreaherald.com/view.php?ud=20240105000542.

3.2 สาธารณรัฐเครือรัฐออสเตรเลีย

สาธารณรัฐเครือรัฐออสเตรเลียมีการควบคุมสถานที่ วันและเวลาจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ดังนี้ [16]

(1) โรงแรม ร้านอาหาร สถานบันเทิง ที่ต้องการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพื่อการบริโภคภายในสถานประกอบการ ต้องขอใบอนุญาตขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

(2) บ้านพักอาศัย ที่ทำการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต้องขอใบอนุญาตเพื่อขาย

(3) สถานบันเทิงที่ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่ลูกค้า สามารถขายได้ตามเวลาที่กำหนดไว้ในใบอนุญาต ยกเว้นวันอาทิตย์และวันสำคัญทางศาสนา ที่จะมีการกำหนดเวลาที่แตกต่างออกไปจากใบอนุญาตได้

(4) ร้านค้าปลีกที่ได้รับการอนุญาต สามารถขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามเวลาที่กำหนด ยกเว้นในวันสำคัญทางศาสนา ที่จะมีเวลาในการอนุญาตให้ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แตกต่างไปจากเวลาปกติได้

(5) ร้านค้าส่งที่ได้รับการอนุญาต สามารถขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามเวลาที่กำหนด และสามารถขายหรือจัดหาตัวอย่างเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้แก่ผู้บริโภค แต่ต้องมีปริมาณไม่น้อยกว่าที่กฎหมายกำหนด

(6) ผู้ผลิตที่ได้รับอนุญาตให้ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพื่อการบริโภค ได้รับอนุญาตให้ขายตรงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเวลาใด ๆ ก็ได้ แต่ในการส่งสินค้าจะต้องเป็นไปตามเวลาที่กำหนด โดยห้ามส่งสินค้าในวัน Good Friday และวัน Christmas

นอกจากนั้น ยังห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้แก่บุคคลตามที่กฎหมายกำหนด อันได้แก่

(1) ผู้ที่มึนเมาสุรา

---

[16] ษมภูมิ สุขอนันต์, “มาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับการควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ของกฎหมายต่างประเทศและประเทศไทย” (สารนิพนธ์นิติศาสตรมหาบัณฑิต, กลุ่มวิชากฎหมายธุรกิจ คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม, 2565), https://dspace.spu.ac.th/handle/123456789/6874.

(2) ผู้บริโภคที่อายุต่ำกว่า 18 ปี ห้ามซื้อ ครอบครอง และบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เด็ดขาด หากฝ่าฝืนมีโทษปรับ โดยสถานที่ที่จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลดังกล่าวต้องรับผิดทางกฎหมายด้วย

ตลอดจน มีการจำกัดพื้นที่ในการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ สามารถทำได้เฉพาะในสถานที่ที่กฎหมายกำหนด เช่น ร้านอาหารที่ได้รับใบอนุญาต ทั้งนี้ การดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่สาธารณะถือว่าเป็นความผิด

3.3 ประเทศฟินแลนด์

ในปี 2015 ได้ตรากฎหมาย Alcohol Act 1102/2017 กำกับควบคุมสื่อสังคมออนไลน์ (social media) โดยเน้นการควบคุมไม่ให้เด็กและเยาวชนได้รับข้อมูลข่าวสารจากการโฆษณาแอลกอฮอล์ และจำกัดการใช้ผู้บริโภคเป็นผู้เผยแพร่หรือผลิตสื่อโฆษณา ตลอดจน มีการขึ้นภาษีสรรพสามิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หลังจากการเปลี่ยนแปลงให้ผู้ค้าปลีกสามารถจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ ขยายเวลาเปิดจำหน่ายในร้านค้าของรัฐ และยกเลิกการห้ามขายลดราคาในช่วง “Happy Hour” ฯลฯ

ทั้งนี้ กฎหมาย Alcohol Act มีข้อกำหนดเพื่อจำกัดการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ดังนี้

(1) จำกัดการขายหรือให้บริการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้กับบุคคลที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปี รวมถึงบุคคลที่มี ความมึนเมาอย่างเห็นได้ชัดหรือมีพฤติกรรมในลักษณะก่อกวนผู้อื่น

(2) จำกัดวันเวลาขาย โดยกฎหมายอนุญาตให้ขายปลีกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ตั้งแต่เวลา 09.00 – 21.00 น. และห้ามขายในวันหยุดของโบสถ์ (church holidays) วันแรงงาน วันแม่ วันพ่อ และวันประกาศอิสรภาพ รวมถึงห้ามขายหลังเวลา 18.00 น. ในวันส่งท้ายปีเก่าและวันแรงงาน และห้ามขายหลังเวลา 12.00 น. ในวันคริสต์มาสอีฟและวันกลางฤดูร้อน

(3) จำกัดใบอนุญาตร้านค้าปลีก โดยกำหนดให้ร้านค้าสามารถยื่นขอใบอนุญาตขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ แต่ต้องเป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีเอทิลแอลกอฮอล์ได้ไม่เกิน 5.5% โดยปริมาตร โดยร้านค้าอาจได้รับใบอนุญาตหากเป็นสถานที่ขายตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในกฎหมาย

(4) กำหนดสถานที่ห้ามดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในอาคาร หรือสถานที่ของร้านค้าปลีกที่มีการควบคุม

(5) การควบคุมการส่งเสริมการขายและโฆษณา โดยห้ามทำการตลาดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีเอทิลแอลกอฮอล์มากกว่าร้อยละ 22 โดยปริมาตร

ดังจะเห็นได้ว่า การควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในต่างประเทศจะมีความหลากหลาย แต่ส่วนใหญ่ จะควบคุมไม่ให้ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้แก่บุคคลที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปี และควบคุมการโฆษณาในสื่อต่างๆ

4. ปัญหาเชิงกฎหมายและการบังคับใช้พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2568 และกฎหมายลำดับรองที่เกี่ยวข้อง

การบังคับใช้พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.๒๕๖๘ ควรต้องมีกฎหมายลำดับรองที่มีความชัดเจนในการกำหนดรายละเอียดในทางปฏิบัติ แต่ในช่วงที่ยังมีกฎหมายที่กำหนดรายละเอียด ยังไม่ครบหรือยังไม่ชัดเจนนี้ ปรากฏปัญหาในเชิงกฎหมายที่รอการแก้ไขหลายประการ ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อประสิทธิภาพและความเป็นธรรมในการบังคับใช้

4.1 ปัญหาของการกำหนดสถานที่จำหน่ายและบริโภค

ในทางปฏิบัติของประกาศคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ณ วันที่ 2 ธันวาคม พ.ศ. 2568 กำหนดเวลาห้ามบริโภคและเวลาจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เป็นเวลา 00.00 – 11.00 น. และเวลา 14.00 – 17.00 น. โดยห้ามบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเวลาดังกล่าว “ในสถานที่หรือบริเวณที่ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หรือสถานที่หรือบริเวณที่จัดบริการเพื่อให้มีการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในสถานที่หรือบริเวณที่ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพื่อประโยชน์ทางการค้า” ยังคงมีปัญหาในการตีความว่า สถานที่หรือบริเวณที่ถูกกำหนดนั้นเป็นสถานที่หรือบริเวณในรูปแบบใดหรือการบริโภคนอกเวลาที่กฎหมายห้ามในพื้นที่สาธารณะผิดกฎหมายหรือไม่ ซึ่งน่าจะเป็นปัญหากับสังคมส่วนรวมมากกว่าการบริโภคในบริเวณหรือสถานที่ที่จัดเพื่อให้มีการบริโภค หรือบริเวณที่ขาย

4.2 ปัญหาของโครงสร้างอำนาจและบทลงโทษ

พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ฉบับใหม่นี้ ไม่เพียงแต่กำหนดมาตรการควบคุมเท่านั้น แต่ยังเปลี่ยนแปลงโครงสร้างอำนาจของพนักงานเจ้าหน้าที่และบทลงโทษอย่างมีนัยสำคัญที่อาจเป็นทั้งเครื่องมืออันมีประสิทธิภาพในการควบคุมปัญหา และในขณะเดียวกันก็อาจเป็นที่มาของปัญหาความขัดแย้งหากการใช้อำนาจขาดความระมัดระวัง กล่าวคือ อำนาจหน้าที่ที่เพิ่มขึ้นของพนักงานเจ้าหน้าที่ตามกฎหมายใหม่ ประกอบด้วย[17] การเรียกหรือขอดูบัตรประชาชน การตักเตือน

[17] พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2568, มาตรา 31.

การสั่งปิดสถานที่ การพักใช้หรือเพิกถอนใบอนุญาตขายสุรา ประกอบกับในส่วนของบทลงโทษ ก็มีการเปลี่ยนแปลงสำคัญ คือ "การเพิ่มมาตรการปรับเป็นพินัย"[18] ซึ่งเป็นค่าปรับทางปกครอง[19] และ “การเพิ่มโทษทางอาญา” ให้รุนแรงขึ้น การเพิ่มอำนาจให้พนักงานเจ้าหน้าที่และบทลงโทษเหล่านี้มีเจตนาเพื่อสร้างความเกรงกลัวและเพิ่มประสิทธิภาพในการบังคับใช้กฎหมาย แต่ก็อาจกลายเป็นดาบสองคมได้เช่นกัน โดยการให้อำนาจพนักงานเจ้าหน้าที่ในการสั่งปิดสถานที่ พักใช้หรือเพิกถอนใบอนุญาต กลายเป็นความเสี่ยงที่หากการใช้ดุลพินิจของพนักงานเจ้าหน้าที่มิได้มีมาตรฐานเดียวกัน หรือเป็นการใช้ดุลพินิจออกคำสั่งควบคุมดังกล่าวเพื่อแสวงหาประโยชน์โดยมิชอบสำหรับตนเองหรือผู้อื่น ซึ่งอาจส่งผลกระทบอย่างรุนแรงต่อผู้ประกอบการและผู้บริโภคได้

4.3 ปัญหาการปฏิบัติตามกฎหมายเกี่ยวกับการห้ามบริโภคตามเวลาที่กฎหมายกำหนดในพื้นที่ค้าขาย

ภายใต้กฎหมายใหม่ มีการบัญญัติข้อห้ามการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่ขายหรือสถานที่จัดบริการเพื่อการค้า ในช่วงเวลาห้ามขาย โดยผู้บริโภคที่ต้องการนั่งสังสรรค์ต่อเนื่องหลังเวลาเที่ยงคืนหรือในช่วงพักบ่าย 14.00 - 17.00 น. ซึ่งรัฐบาลได้มีการผ่อนปรนโดยอนุญาตให้นั่งดื่มต่อได้ 1 ชั่วโมงหลังเวลาเที่ยงคืน (คือ ถึงเวลา 01.00 น.) โดยมีเงื่อนไขว่าห้ามมีการซื้อขายเครื่องดื่มเพิ่มในช่วงเวลาดังกล่าว[20] ภาระทางกฎหมายจึงตกอยู่กับผู้ประกอบการร้านอาหารที่ต้องทำหน้าที่เป็นผู้กำกับดูแลความประพฤติของลูกค้า หากปล่อยปละละเลยให้มีการดื่มในร้านนอกเวลาขาย ร้านค้าอาจมีความผิดฐานยินยอมให้มีการฝ่าฝืนกฎหมายร่วมด้วย สิ่งนี้อาจทำลายบรรยากาศการท่องเที่ยวและสร้างความลำบากใจให้กับพนักงานขายที่ต้อง "ไล่" ลูกค้าเพื่อป้องกันโทษปรับ 10,000 บาท[21]

---

[18] มาตรการปรับเป็นพินัย คือ การเปลี่ยนโทษปรับทางอาญาสำหรับความผิดเล็กน้อยให้เป็นความผิดทางปกครองรูปแบบใหม่ตามพระราชบัญญัติว่าด้วยการปรับเป็นพินัย พ.ศ. 2565 โดยผู้กระทำผิดไม่ต้องมีประวัติอาชญากรรม ไม่มีการกักขังแทนค่าปรับ แต่เน้นการปรับเงินหรือบริการสังคม.

[19] พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2568, หมวด 6/1.

[20] ประกาศคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เรื่อง กำหนดเวลาห้ามบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2568 ข้อ 2 และข้อ 3.

[21] พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2568, มาตรา 37/1 และหมวด 6/1.

4.4 ปัญหาการตีความและการปฏิบัติตามกฎหมายของผู้ประกอบการ

จากความรับผิดทางแพ่งและหน้าที่ของผู้ขายตามมาตรา 29 แห่งพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2568 ได้ยกระดับความรับผิดชอบของผู้ประกอบการผ่านการแก้ไขมาตรา 29 ซึ่งห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้แก่บุคคลที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี และบุคคลที่มีอาการมึนเมาจนครองสติไม่ได้ โดย มาตรา 29 วรรคสาม กำหนดว่าหากผู้ขายจงใจหรือประมาทเลินเล่อฝ่าฝืนขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้แก่บุคคลที่มีอาการมึนเมา แล้วบุคคลนั้นไปก่อเหตุที่สร้างความเสียหายต่อชีวิต ร่างกาย หรือทรัพย์สินของผู้อื่น ผู้ขายจะต้องร่วมรับผิดชดใช้ค่าสินไหมทดแทนให้แก่ผู้เสียหายด้วยการปรับเปลี่ยนทางกฎหมายนี้ทำให้ผู้ขายเปลี่ยนสถานะจากการเป็นเพียงผู้ขายสินค้าสู่การเป็นผู้ใช้ดุลพินิจเพื่อป้องกันความเสี่ยงทางสังคม ซึ่งอาจเกิดปัญหาในทางปฏิบัติที่ร้ายแรง คือ การตีความ “มาตรฐานการวัดความเมา” โดยสายตาที่ผู้ประกอบการซึ่งไม่มีอุปกรณ์ตรวจวัดระดับแอลกอฮอล์ที่ถูกต้องตามกฎหมาย และไม่มีอำนาจบังคับให้ลูกค้าเป่าเครื่องวัด เนื่องจาก ประชาชนไม่อาจใช้สิทธิบังคับกันเองได้โดยพลการ[22] นำไปสู่การใช้ดุลยพินิจที่อาจผิดพลาดตัดสินใจขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้ผู้บริโภคไป ก็จะนำไปสู่การถูกฟ้องเรียกค่าเสียหายในกรณีความรับผิดร่วมหากผู้บริโภคก่อความเสียหายต่อผู้อื่น ซึ่งถือเป็นการผลักภาระในการรักษาความสงบเรียบร้อยของรัฐไปสู่ภาคเอกชนเกินควร

จากปัญหาดังกล่าวข้างต้น สะท้อนให้เห็นว่าการแก้ไขกฎหมายและการบัญญัติกฎหมายระดับรองอย่างเร่งด่วนนี้ยังขาดการวิเคราะห์ผลกระทบก่อนการตรากฎหมายอย่างมาก

5. ข้อเสนอแนะ

เพื่อให้การบังคับใช้กฎหมายบรรลุเจตนารมณ์อย่างแท้จริงและลดผลกระทบเชิงลบที่อาจเกิดขึ้น ผู้เขียนจึงมีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

5.1 กำหนดนิยามของคำสำคัญในกฎหมายลำดับรองให้มีความชัดเจนและเป็นรูปธรรม เช่น คำว่า “สถานที่หรือบริเวณห้ามขาย” หรือ “บริเวณสถานที่สาธารณะ” เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกัน ตลอดจนควรกำหนดคำนิยามของ “ผู้มีอาการมึนเมาจนครองสติไม่ได้” ให้ชัดเจนเพื่อมิให้ผู้ถูกกระทบหรือผู้ปฏิบัติตามกฎหมายต้องใช้การตีความเอาเองซึ่งอาจมีมาตรฐานที่ต่างกัน ดังตัวอย่างในประเทศสหรัฐอเมริกา ในหลายมลรัฐได้ใช้คำว่า “Visible Intoxication” หรือ “เมาอย่างเห็นได้ชัด” อันหมายถึง สภาวะที่แสดงความมึนเมาอย่างเห็นได้อย่างชัดเจนสำหรับบุคคลทั่ว ๆ ไป

[22] ดู สมยศ เชื้อไทย, *หลักกฎหมายมหาชนเบื้องต้น* (บริษัท สำนักพิมพ์วิญญูชน จำกัด, 2536).

โดยแสดงพฤติกรรมทางร่างกายที่บุคคลที่ไม่ได้รับการฝึกฝนเป็นพิเศษสังเกตได้ เช่น พูดไม่ชัด เดินเซ ตอบสนองช้า เป็นต้น[23]

5.2 เร่งจัดทำ “คู่มือการตีความและการบังคับใช้” เพื่อสร้างมาตรฐานการปฏิบัติงานที่เป็นไปในทิศทางเดียวกันสำหรับพนักงานเจ้าหน้าที่ทั่วประเทศและลดปัญหาการใช้ดุลพินิจที่แตกต่างกันตลอดจน ป้องกันการแสวงหาประโยชน์จากการใช้อำนาจโดยมิชอบของเจ้าหน้าที่

5.3 ทบทวนและกำหนดเงื่อนไขของข้อยกเว้นต่าง ๆ ให้รัดกุมเพื่อป้องกันการเกิดช่องว่างทางกฎหมายที่อาจนำไปสู่การหลีกเลี่ยงการปฏิบัติตามกฎหมาย

พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2568 นี้ ยังมีช่องว่างที่กว้างมากในการตีความและการนำไปใช้ ทำให้เกิดการใช้ดุลพินิจที่ไม่มีกรอบชัดเจน ซึ่งอาจทำให้เกิดการปฏิบัติหน้าที่ที่ไม่เป็นธรรมและแสวงหาประโยชน์โดยมิชอบได้ แต่ประสิทธิผลของกฎหมายฉบับนี้ก็ไม่อาจวัดได้จากตัวบทกฎหมายแม่บทเท่านั้น แต่ขึ้นอยู่กับพันธกิจของรัฐในการพัฒนากรอบกฎหมายลำดับรองที่มีความโปร่งใส สอดคล้อง และปรับเปลี่ยนได้เพื่อให้สามารถบริหารจัดการความตึงเครียดอันซับซ้อนระหว่างความจำเป็นด้านสาธารณสุขและความคล่องตัวทางเศรษฐกิจได้อย่างชอบธรรมต่อไป

บรรณานุกรม

ษมภูมิ สุขอนันต์. “มาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับการควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ของกฎหมายต่างประเทศและประเทศไทย.” สารนิพนธ์นิติศาสตรมหาบัณฑิต, กลุ่มวิชากฎหมายธุรกิจ คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม, 2565. https://dspace.spu.ac.th/handle/123456789/6874.

ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา (ศวส.). “8 ประเด็นสำคัญ ในการกำหนดทิศทางของการบังคับใช้จริง หลัง พ.ร.บ. ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2568 มีผลบังคับใช้วันนี้ (8 พ.ย. 2568).” 8 พฤศจิกายน 2568. https://cas.or.th/content?id=1023.

สมยศ เชื้อไทย. *หลักกฎหมายมหาชนเบื้องต้น*. บริษัท สำนักพิมพ์วิญญูชน จำกัด, 2536.

[23] Waymagazine, “ส่องกติกาการดื่มในต่างประเทศ: จัดโซนนิง-ห้ามเมาเรื้อน-เมาไม่เสิร์ฟ,” July 10, 2024, https://waymagazine.org/alcohol-policy-in-singapore-usa-japan/.

มติชน. “สว.เห็นชอบ วาระ 2-3 พรบ.ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ปลดล็อก ม.32 พีอาร์ให้ข้อมูลได้.” 4 สิงหาคม 2568. https://www.matichon.co.th/politics/news_5307651.

Waymagazine. “ส่องกติกาการดื่มในต่างประเทศ: จัดโซนนิง-ห้ามเมาเรื้อน-เมาไม่เสิร์ฟ.” July 10, 2024. https://waymagazine.org/alcohol-policy-in-singapore-usa-japan/.

iLaw. “เปิดกฎหมายคุมเหล้าแก้ไขใหม่ ห้ามจูงใจให้ดื่มดริงก์ ห้ามเนียนใช้ชื่อ/โลโก้แฝงโฆษณาเหล้าในสินค้าอื่น.” September 15, 2025. https://www.ilaw.or.th/articles/54862.

ประกาศคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เรื่อง กำหนดเวลาห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. ๒๕๖๘.

Chunn, Sungsoo, Michael, and Mary Shin. “Issues of Korean Alcohol Policy Perspectives.” 2011. https://www.researchgate.net/publication/278717300_Issues_of_Korean_Alcohol_Policy_Perspectives.

The Korea Herald. “Public Alcohol Consumption Faces Fines Starting in New Year.” 2024. https://www.koreaherald.com/view.php?ud=20240105000542.

รูปแบบการอ้างอิงบทความนี้แนะนำ

ขวัญกมล ทิพย์มโนสิงห์. “ปัญหาทางกฎหมายและการบังคับใช้พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2568 และกฎหมายลำดับรองที่เกี่ยวข้อง.” (2569) ปีที่ 18 (1) *วารสารวิชาการคณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย* 55-68.