

ชื่อวิทยานิพนธ์	ปัญหาทางกฎหมายในการควบคุมและจัดการป้ายโฆษณา
ชื่อผู้เขียน	ฉัตรศิราช ลาภวิวงศ์
อาจารย์ที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์พินิจ ทิพย์มณี
สาขาวิชา	นิติศาสตร์
ปีการศึกษา	2558

บทคัดย่อ

วิทยานิพนธ์นี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาถึงปัญหาทางกฎหมายในการควบคุมและจัดการป้ายโฆษณา เนื่องจากป้ายโฆษณารูปแบบต่าง ๆ ที่พบในปัจจุบันมีอยู่มากมายหลายประเภท ทุกประเภทล้วนมีวัตถุประสงค์หลักในการสร้างความโดดเด่นของเนื้อหาในการโฆษณาเพื่อดึงดูดสายตาของประชาชนให้ได้ระลึกในตัวสินค้าและบริการ อันจะนำไปสู่การอุปโภคบริโภคสินค้าและบริการสร้างผลกำไรให้แก่ผู้ประกอบการต่อไป เป็นผลให้จำนวนป้ายโฆษณาเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และหากปราศจากการควบคุมและจัดการโดยกฎหมายที่มีประสิทธิภาพ ป้ายโฆษณาดังกล่าวก็อาจเป็นต้นเหตุแห่งความเสียหายต่อประชาชน ทั้งในเรื่องของความปลอดภัยในชีวิต ร่างกายและทรัพย์สิน รวมไปถึงความเสียหายด้านอื่น ๆ ต่อไปในวงกว้าง

จากการศึกษาพบว่า บทบัญญัติของกฎหมายที่เกี่ยวกับป้ายโฆษณาทั้งหมดในปัจจุบัน โดยเฉพาะกฎกระทรวงว่าด้วยการควบคุมป้ายหรือสิ่งสร้างขึ้นสำหรับติดหรือตั้งป้ายตามกฎหมายว่าด้วยการควบคุมอาคาร พ.ศ. 2558 ยังไม่สามารถควบคุมและจัดการกับการติดตั้งป้ายโฆษณาประเภทที่ไม่ใช่อาคารตามกฎหมายได้อย่างเหมาะสม ส่งผลให้เกิดปัญหาตามมาอีกหลายประการ ซึ่งได้แก่ ปัญหาเกี่ยวกับความหมายและประเภทของป้ายโฆษณา ปัญหาด้านเนื้อหาและการบังคับใช้กฎหมาย ปัญหาด้านการใช้ดุลยพินิจของเจ้าหน้าที่และหน่วยงานที่มีหน้าที่ในการกำกับดูแลปัญหาในเรื่องของบทกำหนดโทษที่มีอัตราโทษไม่เหมาะสม ปัญหาด้านวิธีการโฆษณาที่ก่อให้เกิดความเสียหายต่อผู้บริโภค ปัญหาด้านการกำหนดอัตราภาษีป้าย รวมไปถึงปัญหาด้านการคุ้มครองธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอีกด้วย

ดังนั้นเพื่อให้การบังคับใช้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมและจัดการป้ายโฆษณา มีประสิทธิภาพมากขึ้น ผู้วิจัยจึงเสนอแนะให้สมควรต้องมีการปรับปรุงแก้ไขบทบัญญัติของกฎหมายที่เกี่ยวข้อง โดยเริ่มตั้งแต่การเพิ่ม นิยามความหมายของคำว่า “ป้าย” ไว้ในกฎหมายที่เกี่ยวข้องเพื่อให้กฎหมายสามารถควบคุมและจัดการป้ายโฆษณาได้ทุกขนาดและทุกประเภท ด้านเนื้อหาของกฎหมายก็สมควรที่จะต้องมีการกำหนดค่าความสว่างไว้เป็นมาตรฐานสำหรับ

ควบคุมแสงสว่างจากป้ายโฆษณาไม่ให้ก่อความเดือดร้อนรำคาญ หรือความเสียหายต่อชีวิต ร่างกาย และทรัพย์สินของประชาชน โดยการนำหลักเกณฑ์ทางกฎหมายของต่างประเทศมาประยุกต์ใช้เพื่อปรับปรุงกฎหมายของประเทศไทย ซึ่งจะเป็นการคุ้มครองผู้บริโภคให้ได้รับความปลอดภัยจากการโฆษณาโดยป้ายโฆษณาได้อีกด้วย นอกจากนี้ควรมีการร่วมมือกันระหว่างรัฐและเอกชนจัดตั้งหน่วยงานขึ้นมาเพื่อควบคุมและจัดการป้ายโฆษณาไว้เป็นการเฉพาะ โดยกำหนดอำนาจและหน้าที่ให้สามารถกำกับดูแลธุรกิจป้ายโฆษณาได้ เพื่อเป็นการลดปัญหาการใช้ดุลยพินิจของเจ้าหน้าที่โดยมิชอบ และป้องกันปัญหาทางด้านมลทัศนหรืออบบงกชทัศนียภาพตามธรรมชาติและสถาปัตยกรรมที่มีคุณค่าของท้องถิ่นนั้น ๆ และเพื่อให้เกิดความเป็นธรรมกับผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย ทั้งประชาชน ผู้ประกอบการและหน่วยงานของรัฐต่อไป

Thesis Title	Legal Problems to Control and Manage the Advertising Billboard
Author	Chatsirach Lapiwong
Thesis Advisor	Associate Professor Phinit Tipmanee
Department	Law
Academic	2015

ABSTRACT

The objective of this thesis is to study legal problems to control and manage the advertising billboard. Since various types of advertising billboard can be found at present. All types are primarily intended to create distinctive content in advertisements to attract the eyes of the public to think of the goods and services. This will lead to the consuming of goods and services which generating profits for the entrepreneurs. As a result, the number of advertising billboards has increased steadily. And without the control and management by the effective law, such advertising billboards might be the cause of damage to people in terms of the safety of life, body and property as well as the damage in other ways to the wide area.

The study found that the provisions of the law on advertising billboard nowadays, especially in the ministerial regulation on the control of billboard or things which are created to attach or place to the billboard under the Building Control Act B.E. 2558 still cannot control and manage the type of the installation of billboards, which is not the building, under the law appropriately. As a result, this causes many problems later on, these include: the problem with the definitions and types of billboards, the content and enforcement of laws, penalty provision problems which the rate of penalty is inappropriate, issues on advertising methods that cause damage to consumers, the problem of determining the tax rate, as well as the problem of protecting the nature and the environment.

To ensure the enforcement of laws relating to the control and management of advertising billboard to be more effective, the researcher therefore suggest that the related provisions need to be amended, starting with adding the definition of the word “billboard” in the related law to legally control and manage the advertising billboard of all sizes and types. About the content of the law, it also needs to be specified a standard for brightness to control the light of

billboards for not causing a nuisance or damage to life, body and property of people by applying the rules of international law to improve the law of the country. This will protect the consumers to be safe from advertising billboards. In addition, there should be a partnership between public and private entities established in order to control and manage advertising billboard specifically by defining the powers and functions of such agencies to supervise the billboard advertising business in order to reduce the illegally discretion of the authorities and prevent the disturbance of vision or visual obstruction of the natural and architectural value of the local area and to be fair to all concerned parties both public, entrepreneurs and state agencies.