

ปัญหาทางกฎหมายในการควบคุมการโฆษณาการพนันออนไลน์

Legal Problems Related to The Regulation of Online Gambling Advertising

อรพิณ ปานเกษม*

บทคัดย่อ

บทความวิจัยฉบับนี้เป็นเนื้อหาส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์ชั้นนิติศาสตรมหาบัณฑิต สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ เรื่อง "ปัญหาทางกฎหมายในการควบคุมการโฆษณาการพนันออนไลน์" ซึ่งทำการศึกษาถึงนิยามความหมายตลอดจนรูปแบบและลักษณะต่างๆ ของโฆษณาการพนันออนไลน์ในปัจจุบัน ควบคู่ไปกับการศึกษาหลักเกณฑ์และมาตรการทางกฎหมายที่มีอยู่ตามพระราชบัญญัติการพนัน พ.ศ. ๒๔๗๘ และบทบัญญัติของกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้องตลอดจนอำนาจหน้าที่ของหน่วยงานต่างๆ ในการควบคุมการโฆษณาเว็บไซต์การพนันออนไลน์ พร้อมทั้งทำการศึกษาเปรียบเทียบกับกรณีปัญหาที่เคยเกิดขึ้นและกฎหมายของต่างประเทศ

จากการศึกษานี้ทำให้ทราบว่าการโฆษณาการพนันออนไลน์ในปัจจุบันนั้นมิใช่มีแต่เพียงการโฆษณาที่เป็นการเชิญชวนให้เข้าร่วมเล่นพนันหรือเป็นการโฆษณาซึ่งกิจกรรมการพนันต่างๆ ที่มีบริการในเว็บไซต์อันเป็นความผิดอย่างชัดแจ้งตามมาตรา ๑๒ แห่งพระราชบัญญัติการพนันฯ หากแต่การโฆษณาเว็บไซต์การพนันออนไลน์นั้นยังมีการโฆษณาที่เป็นการโฆษณาประชาสัมพันธ์ในรูปแบบของการโฆษณาแฝงหรือการสื่อสารการตลาดในรูปแบบอื่นๆ เพื่อส่งเสริมให้ผู้บริโภคได้รับรู้รับทราบถึงความมีอยู่และมุ่งหวังให้เกิดความจดจำในชื่อของบริษัทหรือชื่อเว็บไซต์ของผู้ประกอบกิจการ โดยอาศัยช่องว่างของกฎหมายเพราะในพระราชบัญญัติการพนันฯ นั้นมิได้มีการบัญญัติไว้ถึงนิยามของคำว่า "โฆษณา" ว่าต้องเป็นการกระทำแค่ไหนเพียงใด นอกจากนี้บทกำหนดโทษในความผิดเกี่ยวกับการโฆษณาการพนันนั้นยังมีการกำหนดอัตราโทษไว้ค่อนข้างต่ำจึงทำให้ผู้กระทำความผิดไม่มีความเกรงกลัว ประกอบกับความผิด

* นักศึกษาหลักสูตรนิติศาสตรมหาบัณฑิต คณะนิติศาสตร์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

นี้เป็นความผิดที่ไม่มีผู้เสียหายจึงทำให้เจ้าพนักงานปล่อยปละละเลยไม่สนใจตรวจจับการกระทำความผิดที่เกิดขึ้นเท่าใดนัก

เพื่อให้การควบคุม ป้องกัน และปราบปรามการโฆษณาการพนันออนไลน์เป็นไปได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้นผู้เขียนจึงเห็นว่าควรที่จะต้องมีการแก้ไขพระราชบัญญัติการพนันฯ โดยเพิ่มบทนิยามของคำว่า "โฆษณา" เพื่อให้กฎหมายมีความชัดเจนและครอบคลุมตามบริบทของสังคมรวมทั้งควรมีการแยกฐานความผิดในการเล่นพนันออนไลน์และการโฆษณาการพนันออนไลน์ออกมาจากฐานความผิดเดิมในมาตรา ๑๒ ด้วย

คำสำคัญ : โฆษณา การพนันออนไลน์

Abstract

This research article based on part of my thesis in Master of Laws (LL.M.) in the National Institute of Development Administration, namely, Legal Problems Related to The Regulation of Online Gambling Advertising. The research was to study on the definition, meaning types and characteristics of online gambling advertising today, including the study on the present regulations and legal measurements in accordance with the Gambling Act (๒๔๗๘ B.E.) and the other related laws, including authorities of related units that control the advertising. In addition, the thesis compared cases relating to the problems which had occurred and foreign laws.

Regarding the study result, it can be demonstrated the online gambling advertising in this day is not only intended to persuade to join or to inform about the gambling activities on the website, which is regarded as offense in accordance with chapter ๑๒ of the Gambling Act, but also to present hidden advertisement the other forms of marketing communication for acknowledge the existence of the company or the website by using the gap of the laws, owing to the fact that the act does not define the limit of the word, "advertisement". And regulate the penalty about online gambling advertising at a low level so those who commit this kind of act are not afraid. Furthermore, this sort of offense has no victim; consequently, the officers neglect to pursue the case.

To control, to prevent and to suppress online gambling advertising more efficiently the Gambling Act should be amended by adding the definition of the word "advertisement" to be more understandable and to cover social context, including separate between the offense of online gambling and of online gambling advertising from the existing offense in chapter ๑๒.

Keywords : advertising , online gambling

บทนำ

ในทัศนคติของนักวิชาการเกี่ยวกับอาชญาวิทยาได้จัดการพนันไว้เป็นอาชญากรรมพิเศษ (Technical Crime) หมายถึงว่าเป็นการกระทำที่ผิดกฎหมายแต่ไม่ได้มีความชั่วร้ายในตัวเอง ดังนั้นหากมีการขออนุญาตรัฐและรัฐได้ให้อนุญาตโดยมีการเรียกเก็บค่าธรรมเนียมเป็นภาษีอากรไปก็สามารถที่จะจัดให้มีการเล่นได้ ซึ่งในหลายประเทศก็ได้ใช้ประโยชน์จากการพนันนี้เป็นการหารายได้เข้าประเทศ ไม่ว่าจะเป็นการเก็บภาษีอากรจากสถานคาสิโน หรือในส่วนของเงินหมุนเวียนจากนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้าไปเล่นการพนัน แต่เนื่องจากในปัจจุบันนี้ความเจริญก้าวหน้าและวิวัฒนาการในเรื่องเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นไปอย่างรวดเร็วแบบก้าวกระโดด ดังนั้นวิวัฒนาการในส่วนของการพนันเองก็ได้มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบวิธีการให้แตกต่างไปจากแบบเดิมโดยอาศัยประโยชน์จากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศในยุคของโลกไร้พรมแดนมาพัฒนาให้เกิดการเล่นพนันแบบใหม่ที่เรียกว่าการพนันออนไลน์ ซึ่งเป็นการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยมาใช้ในการเล่นพนันผ่านระบบอินเตอร์เน็ต[๑]

ด้วยความที่การพนันออนไลน์นั้นเป็นการพนันที่ผู้เล่นสามารถเข้าถึงได้โดยง่ายจากทั่วทุกมุมโลก จึงทำให้ธุรกิจการพนันออนไลน์ได้กลายมาเป็นธุรกิจที่มีรายได้มูลค่าจำนวนมหาศาล จึงทำให้เกิดการแข่งขันเพื่อแย่งชิงฐานส่วนแบ่งของกลุ่มนักพนันซึ่งจะมาเป็นลูกค้าผู้ใช้บริการกันเป็นอย่างมาก และการโฆษณาประชาสัมพันธ์ก็ถือได้ว่าเป็นองค์ประกอบสำคัญของกลยุทธ์ทางการตลาดที่ผู้ให้บริการในธุรกิจการพนันออนไลน์แต่ละแห่งจะต้องนำมาใช้เพื่อให้เข้าถึง สร้างความคุ้นเคย และเพิ่มความน่าเชื่อถือให้แก่เว็บไซต์ของตน โดยในการแข่งขันฟุตบอลอาชีพในลีกสูงสุดเฉพาะทวีปยุโรปในฤดูกาล ๒๐๐๙-๒๐๑๐ พบว่ากลุ่มธุรกิจที่เข้ามาเป็นสปอนเซอร์คาดหน้าอกเสื้อของสโมสรฟุตบอลต่างๆ นั้นกลุ่มบริษัทรับพนันเป็นกลุ่มธุรกิจที่เข้ามาลงทุนมากที่สุดด้วยมูลค่า ๖๗.๕ ล้านยูโร (ราว ๓,๐๓๗.๕ ล้านบาท) ซึ่งเพิ่มขึ้นจากฤดูกาล ๒๐๐๘-๒๐๐๙ ถึง ๓๖.๑%[๒] โดยเสื้อเหล่านี้ก็จะมีการนำออกจำหน่ายแก่ประชาชนทั่วไปในหลายประเทศทั่วโลกโดยไม่ได้จำกัดอยู่เฉพาะแต่เพียงในทวีปยุโรปเท่านั้น ซึ่งการที่บริษัทรับพนันเหล่านี้เข้าทำการเป็นสปอนเซอร์คาดหน้าอกเสื้อสโมสรฟุตบอลก็ถือได้ว่าเป็นการโฆษณาแฝงอย่างแนบเนียนประเภทหนึ่งที่สามารถสร้างความน่าเชื่อถือตลอดจนสร้างความคุ้นเคยและสามารถเข้าถึงประชาชนผู้บริโภคให้จดจำชื่อเว็บไซต์ผู้ให้บริการรับพนันนั้นๆ ได้เป็นอย่างดี

สำหรับประเทศไทยในปัจจุบันได้มีการเปิดลีกฟุตบอลอาชีพที่เรียกว่าไทยแลนด์พรีเมียร์ลีกขึ้น โดยสโมสรฟุตบอลต่างๆ ที่เข้าร่วมในลีกก็ล้วนแต่ต้องการหาสปอนเซอร์มาให้การสนับสนุนในการทำสโมสร รวมถึงการแข่งในระดับชิงแชมป์สโมสรนานาชาติในระดับเอเชีย จึงทำให้ผู้เขียนเกิดข้อสงสัยว่าหากมีบริษัทรับพนันออนไลน์ที่ถูกกฎหมายของต่างประเทศสนใจที่จะเข้ามาเป็นผู้สนับสนุนในการแข่งขัน

---

[๑] *ชุมพล โลหะชาละ, "คำบรรยายเรื่องการพนันต่าง ๆ ที่ขึ้นสู่ศาล" (๒๕๑๗) ๒๑: ๔ ดุลพาห, ๔, ๑๐.*

[๒] *สยามกีฬา, บุนเดสฯอู้ฟู่ฟันเงินสปอนเซอร์อกเสื้อมากสุด (๒๕ มิถุนายน ๒๕๕๕) สยามกีฬาออนไลน์ ๒๑ เมษายน ๒๕๕๓ <http://www.siamsport.co.th/Sport_Football/๑๐๐๔๒๑_๐๕ ๒. html>*

กีฬาประเภทต่างๆ ที่จัดขึ้นในประเทศไทย หรือกรณีของการที่จะเข้ามาเป็นสปอนเซอร์ไม่ว่าจะเป็นแบบลงโลโก้ที่เสื้อ หรือการขึ้นป้ายโฆษณาข้างสนามแข่งขันของสโมสรฟุตบอลในไทยพรีเมียร์ลีกอย่างที่เคยมีกรณีเกิดขึ้นมาแล้วจะสามารถทำได้หรือไม่อย่างไรเพราะการโฆษณานั้นเป็นการโฆษณาตัวบริษัทมิใช่การโฆษณาถึงกิจกรรมการเล่นพนันแต่อย่างใดอีกทั้งการโฆษณาตามพระราชบัญญัติการพนันก็มิได้มีการให้นิยามของคำว่า "โฆษณา" เอาไว้ จึงทำให้ในทางปฏิบัติ พนักงานเจ้าหน้าที่ผู้บังคับใช้กฎหมายได้ตีความไปในทำนองที่ว่ากรณีการประชาสัมพันธ์ชื่อเว็บไซต์หรือชื่อบริษัทผู้ให้บริการการพนันออนไลน์ที่เกิดขึ้นในประเทศไทยนั้นไม่ถือว่าเป็นการโฆษณาที่เป็นความผิดตามพระราชบัญญัติการพนันฯ ดังที่ พ.ต.อ. ญาณพล ยั่งยืน รองอธิบดีกรมสอบสวนพิเศษ ณ ขณะนั้น ได้ให้ความเห็นไว้เมื่อวันที่ ๕ เมษายน ๒๕๕๔ จากการสัมภาษณ์พิเศษของ ดร. วิษณุ วงศ์สินศิริกุล ว่า "...มันไม่ผิดกฎหมายน่ะเพราะไม่ได้บอกหรือพูดอะไรเลยว่าเป็น website รับแทงพนัน"[๓]

ซึ่งหากกรณีการโฆษณาและโฆษณาแฝงต่างๆ เกี่ยวกับเว็บไซต์การพนันออนไลน์ที่ปรากฏขึ้นในสังคมไม่ถือเป็นความผิดทางกฎหมายเนื่องจากหลักกฎหมายตามพระราชบัญญัติการพนันฯ นั้นยังคงพัฒนาไปไม่ถึงและกฎหมายในเรื่องของการโฆษณาตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภคก็ยังคงไม่สามารถคุ้มครองประชาชนที่ถูกมอมเมาจากสื่อโฆษณาเหล่านี้ได้อย่างแท้จริง ก็ควรที่จะทำการศึกษาหาช่องทางเพื่อสร้างให้เกิดมาตรการทางกฎหมายอย่างใดๆ อันจะนำมาใช้เพื่อเป็นการคุ้มครองผู้บริโภคในสังคมที่ต้องรับสื่อโฆษณาการพนันออนไลน์เหล่านี้ต่อไป

สำหรับปัญหาอีกประการหนึ่งที่น่าสนใจในกรณีของการโฆษณาเว็บไซต์การพนันออนไลน์ก็คือปัญหาการบังคับใช้กฎหมาย ดังจะเห็นได้ว่าปัจจุบันมีการโฆษณาเว็บไซต์การพนันออนไลน์ที่เป็นการโฆษณาชักชวนให้เข้าร่วมกิจกรรมการเล่นพนันอย่างชัดแจ้งปรากฏสู่ผู้บริโภคในสื่อต่างๆ อย่างหลากหลาย แต่กลับไม่เคยปรากฏว่ามีกรณีการตรวจจับหรือการบังคับใช้กฎหมายเข้าปราบปรามการกระทำความผิดประเภทนี้อย่างจริงจัง ซึ่งในความเห็นของผู้เขียนเห็นว่าการกระทำความผิดฐานโฆษณานี้สมควรที่จะกำหนดให้เป็นปัญหาทางสังคมที่ต้องเร่งดำเนินการปราบปรามยิ่งกว่ากรณีของการเล่นพนันโดยตรง เนื่องจากการโฆษณานั้นเป็นการกระทำความผิดที่มีการเผยแพร่สู่ผู้บริโภคอันก่อให้เกิดผลกระทบต่อสังคมในวงกว้าง ทั้งยังเป็นการมอมเมาและปลูกฝังค่านิยมในการเล่นพนันแก่เด็กและเยาวชนได้โดยง่าย ในขณะที่การกระทำความผิดในกรณีของการเป็นผู้จัดให้มีการเล่นหรือผู้เข้าเล่นพนันนั้นเป็นการกระทำความผิดที่เกิดขึ้นในกลุ่มคนกลุ่มเล็กๆ เฉพาะเจ้ามือและผู้เล่นเท่านั้น

ในส่วนของปัญหาประการสุดท้ายที่ผู้เขียนสนใจศึกษาก็คือบทลงโทษสำหรับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการโฆษณาเว็บไซต์การพนันออนไลน์ โดยเฉพาะในกรณีของการโฆษณาทางอินเตอร์เน็ตซึ่งมีผู้เกี่ยวข้องมากกว่าการโฆษณาผ่านสื่อสารมวลชนทั่วๆ ไปที่ผู้เกี่ยวข้องจะมีเพียงเจ้าของผลิตภัณฑ์

---

[๓] *วิษณุ วงศ์สินศิริกุล, รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ "เกมพนันออนไลน์: หายนะเกมพนันที่ต้องควบคุม" (๑๑ กรกฎาคม ๒๕๕๖) <www.thainhf.org/icgp/autopagev๔/files/dMVXFM๑Sun๓๔๐๓๘.pdf> ๔๘.*

ที่ต้องการทำโฆษณาและสื่อผู้เผยแพร่โฆษณา ประกอบกับบทลงโทษตามพระราชบัญญัติการพนันฯ ที่ใช้อยู่ในปัจจุบันนั้นต้องถือว่ามีโทษที่เล็กน้อยมากเมื่อเทียบกับมูลค่าจำนวนมหาศาลของเม็ดเงินที่หมุนเวียนอยู่ในธุรกิจการพนันออนไลน์นี้ ทำให้การโฆษณาในรูปแบบต่างๆ ยังคงปรากฏให้เห็นได้ทั่วไป เพราะมูลค่าของผลตอบแทนที่ได้รับนั้นคุ้มค่ากับการที่จะเสี่ยงในการกระทำผิดกฎหมายที่ยังคงไม่มีความชัดเจนนั่นเอง

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

๑. เพื่อศึกษาถึงนิยามความหมายตลอดจนรูปแบบต่างๆ และวิเคราะห์ปัญหาเกี่ยวกับการโฆษณาการพนันออนไลน์

๒. เพื่อศึกษาและค้นหาแนวทางที่เหมาะสมในการกำหนดความรับผิดสำหรับการกระทำความผิดอันเกี่ยวกับการโฆษณาการพนันออนไลน์

๓. เพื่อศึกษาและค้นหาแนวทางที่เหมาะสมในการกำหนดบทลงโทษสำหรับการกระทำความผิดอันเกี่ยวกับการโฆษณาการพนันออนไลน์

วิธีดำเนินงานวิจัย

เป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้วิธีวิเคราะห์ข้อมูลที่ศึกษาได้จากตัวบทกฎหมาย หนังสือคำบรรยายกฎหมาย บทความทางวิชาการ รายงานการวิจัย วิทยานิพนธ์ และเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้องตลอดจนข้อมูลทางอิเล็กทรอนิกส์ในเว็บไซต์ ทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ

ผลของการวิจัย

จากที่ผู้เขียนได้ทำการศึกษาถึงกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณาเว็บไซต์การพนันทั้งของไทยและต่างประเทศทำให้ทราบว่ากฎหมายสำหรับการควบคุมการโฆษณาการพนันออนไลน์นั้นมักจะมีการบัญญัติไว้ควบคู่กับการควบคุมการพนันออนไลน์เป็นส่วนใหญ่ แต่ปรากฏว่ากฎหมายหลักของประเทศไทยที่ใช้บังคับในกรณีของการโฆษณาเว็บไซต์การพนันนั้นคือพระราชบัญญัติการพนัน พ.ศ. ๒๔๗๘ ซึ่งเป็นกฎหมายเก่าที่ตราขึ้นมาตั้งแต่ในสมัยที่ยังไม่มีการพนันออนไลน์เกิดขึ้น อีกทั้งการโฆษณาก็ยังไม่มีวิวัฒนาการและรูปแบบที่หลากหลายอย่างเช่นในปัจจุบัน ทำให้เนื้อหาในพระราชบัญญัติการพนันฯ นั้นไม่ครอบคลุมและขาดความชัดเจนที่จะนำมาบังคับใช้ ซึ่งประเด็นปัญหาต่างๆ นั้น ผู้เขียนได้ทำการวิเคราะห์ไว้เป็น ๔ ประเด็น ดังนี้

๑. ปัญหานิยามของคำว่า “โฆษณา” ตามพระราชบัญญัติการพนัน พ.ศ. ๒๔๗๘

สำหรับในประเทศไทยนั้น กฎหมายหลักที่บังคับควบคุมในเรื่องของการพนันนั้นก็คือพระราชบัญญัติการพนัน พ.ศ. ๒๔๗๘ แต่ปรากฏว่าการ “โฆษณา” ซึ่งเป็นหนึ่งในฐานความผิดตาม

มาตรา ๑๒ อันมีความผิดต้องได้รับโทษเช่นเดียวกับการเป็นเจ้ามือหรือเป็นผู้เข้าเล่นพนันนั้น ยังไม่มีหลักเกณฑ์ที่แน่ชัดว่าจะต้องเป็นการแสดงออกหรือการกระทำแค่ไหนเพียงใดจึงจะถือเป็นการประกาศโฆษณา ซึ่งสาเหตุส่วนหนึ่งก็เนื่องมาจากการที่ไม่มีการนิยามศัพท์คำว่า “โฆษณา” เอาไว้ และเมื่อพิจารณาเปรียบเทียบกับพระราชบัญญัติฉบับอื่นๆ เช่น พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒, พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. ๒๕๕๑ พระราชบัญญัติควบคุมผลิตภัณฑ์ยาสูบ พ.ศ. ๒๕๓๕ ซึ่งเป็นกฎหมายที่มีโทษทางอาญาและมีวัตถุประสงค์ในการควบคุม จำกัด หรือห้ามการโฆษณาด้วยนั้นล้วนแต่มีการกำหนดนิยามของคำว่า “โฆษณา” เอาไว้อย่างชัดแจ้งเพื่อเป็นหลักเกณฑ์ในการบังคับใช้กฎหมายโดยไม่ต้องทำการตีความหรือขยายความออกไปจากบทบัญญัติของกฎหมายอันจะเป็นการขัดกับหลักของกฎหมายที่มีโทษทางอาญาซึ่งต้องตีความโดยเคร่งครัด

ซึ่งความสำคัญในเรื่องความชัดเจนของกฎหมายสำหรับนิยามความหมายของคำว่า “โฆษณา” นั้นจะพบว่ามีความสำคัญค่อนข้างสูงในทางปฏิบัติของพนักงานเจ้าหน้าที่ผู้บังคับใช้กฎหมาย ดังจะเห็นได้จากกรณีการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ผ่านสื่อโซเชียลมีเดียของบุคคลผู้มีชื่อเสียงที่เกิดขึ้นเมื่อช่วงปลายปี พ.ศ. ๒๕๕๘ ที่ผ่านมา ที่แม้ว่าโดยตัวพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ฯ นั้นจะได้มีการบัญญัติไว้ทั้งนิยามของการโฆษณา ตลอดจนมีการกำหนดข้อห้ามต่างๆ เอาไว้โดยละเอียด แต่ก็ยังคงมีปัญหาในการตีความและการบังคับใช้กฎหมายตามมากับกรณีของการโฆษณาแบบไวรัลมาร์เก็ตติ้งหรือการตลาดที่ใช้สื่อโซเชียลมีเดียดังที่เป็นข่าวโด่งดังในช่วงหนึ่ง

เมื่อกลับมาพิจารณาที่พระราชบัญญัติการพนันฯ ที่มิได้มีการกำหนดนิยามความหมายของคำว่า “โฆษณา” เอาไว้ให้ชัดเจนแต่อย่างใดว่าการกระทำแค่ไหนเพียงใดหรือต้องมีเจตนาพิเศษอย่างใดบ้างจึงจะเป็นการโฆษณา คงมีเพียงการบัญญัติไว้ห้ามไว้ในมาตรา ๑๒ ว่า “ผู้ใดจัดให้มีการเล่นหรือการทำอุบายล่อช่วยประกาศโฆษณา หรือชักชวนโดยทางตรงหรือทางอ้อมให้ผู้อื่นเข้าเล่น หรือเข้าพนันในการเล่นซึ่งมิได้รับอนุญาตจากเจ้าพนักงาน หรือรับอนุญาตแล้วแต่เล่นพลิกแพลง หรือผู้ใดเข้าเล่นหรือเข้าพนันในการเล่นอันขัดต่อบทแห่งพระราชบัญญัตินี้ หรือกฎ กระทรวงหรือข้อความในใบอนุญาตผู้นั้นมีความผิด.....” ทั้งนี้ส่วนหนึ่งที่กฎหมายไม่ได้ให้นิยามของโฆษณาเอาไว้ก็คงเป็นเพราะบริบทของสังคมในอดีตที่การพนันนั้นเป็นการเล่นที่จำกัดอยู่ในพื้นที่ใดพื้นที่หนึ่งซึ่งเจ้ามือหรือผู้โฆษณาตามความมุ่งหมายแห่งพระราชบัญญัติการพนันฯ ในขณะนั้นยังคงเป็นเพียงบุคคลธรรมดาที่ไม่จำเป็นต้องอาศัยการโฆษณาตามนัยยะของการโฆษณาในปัจจุบันมาทำการตลาดเพื่อแข่งขันกับเจ้ามือหรือผู้โฆษณารายอื่นๆ หรือใช้โฆษณาเป็นการช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์และสร้างความน่าเชื่อถือให้กับองค์กรหรือเว็บไซต์ดังเช่นในปัจจุบัน

ดังนี้จึงเห็นได้ว่าการที่พระราชบัญญัติการพนันฯ มิได้กำหนดนิยามความหมายของคำว่า “โฆษณา” เอาไว้อย่างชัดแจ้ง เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ไม่สามารถบังคับใช้กฎหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพทั้งยังทำให้เกิดปัญหาในการตีความกฎหมายถึงขอบเขตของการกระทำความผิดอีกด้วย ซึ่งการที่จะแก้ปัญหาดังกล่าวนี้จึงสมควรที่จะมีการให้นิยามของคำว่า “โฆษณา” เพิ่มไว้ในพระราชบัญญัติการพนันฯ

เพื่อให้เกิดความชัดเจนในกฎหมายมากขึ้น

๒. ปัญหาการบังคับใช้กฎหมายกับการโฆษณาการพนันออนไลน์

แม้ว่าโดยหลักสิทธิและเสรีภาพตามกติการะหว่างประเทศว่าด้วยสิทธิพลเมืองและสิทธิทางการเมือง หรือ ICCPR ที่ประเทศไทยได้เข้าเป็นภาคีด้วยนั้นจะกำหนดให้ทุกคนล้วนมีสิทธิและเสรีภาพที่จะนำเสนอ เผยแพร่ ตลอดจนได้รับข้อมูลข่าวสารทุกประเภทอันรวมถึงการโฆษณาประชาสัมพันธ์ต่างๆ ของเว็บไซต์การพนัน แต่เพราะการพนันออนไลน์นั้นเป็นสิ่งที่ผิดกฎหมายในประเทศไทย ดังนั้น การที่ประเทศไทยจะทำการตรากฎหมายเพื่อจำกัดสิทธิและเสรีภาพในการเผยแพร่และรับรู้ข้อมูลข่าวสารของประชาชนจึงสามารถทำได้โดยไม่ถือว่าเป็นการละเมิดสิทธิและเสรีภาพขั้นพื้นฐานของประชาชนแต่อย่างใด

โดยในส่วนของการโฆษณาเว็บไซต์การพนันนั้นก็พบว่ามีรูปแบบการโฆษณาที่หลากหลาย ทั้งการโฆษณาผ่านทางสื่อต่างๆ รวมไปถึงการประชาสัมพันธ์สื่อสารการตลาดอื่นๆ ซึ่งพอจะแบ่งได้เป็น ๒ ประเภทใหญ่ๆ คือประเภทการโฆษณาเชิญชวนให้เข้าเล่นพนันอย่างชัดแจ้งโดยระบุว่าเว็บไซต์ของตนนั้นเป็นเว็บไซต์ผู้ให้บริการการเล่นพนันออนไลน์อย่างชัดเจนพร้อมทั้งให้รายละเอียดว่าในเว็บไซต์นั้นมีการให้บริการการเล่นพนันอะไรบ้าง ซึ่งแน่นอนว่าการโฆษณาประเภทนี้ย่อมเป็นการกระทำที่ผิดกฎหมายตามพระราชบัญญัติการพนันฯ มาตรา ๑๒ อย่างชัดแจ้ง แต่ก็พบว่าโฆษณาเหล่านี้ยังคงเผยแพร่สู่ผู้บริโภคโดยที่ไม่ได้มีการกวดขันหรือบังคับใช้กฎหมายกับผู้กระทำผิดอย่างจริงจังแต่อย่างใด

สำหรับการโฆษณาเว็บไซต์การพนันออนไลน์อีกประเภทหนึ่งจะเป็นการโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่มุ่งเน้นไปในการทำให้ผู้บริโภครับรู้และจดจำในชื่อเว็บไซต์ของตน ซึ่งการโฆษณาประเภทนี้จะไม่ได้ทำการประกาศโฆษณาว่าเว็บไซต์นั้นๆ เป็นเว็บไซต์เกี่ยวกับอะไรอย่างเฉพาะเจาะจง โดยโฆษณาประเภทนี้มักจะพบได้ในรูปแบบของโฆษณาแฝง หรือการสื่อสารการตลาดในรูปแบบของการเป็นผู้สนับสนุนต่างๆ เช่น การวางป้ายชื่อเว็บไซต์ในสนามกีฬา การเป็นผู้สนับสนุนข้อมูลในคอลัมน์หนังสือพิมพ์ หรือการสกรีนชื่อเว็บไซต์บนเครื่องแต่งกาย ซึ่งการโฆษณาแฝงและการสื่อสารการตลาดเหล่านี้ยังคงเป็นปัญหาที่ต้องตีความกันอีกว่าจะถือว่าเป็นความผิดฐานการโฆษณาตามพระราชบัญญัติการพนันฯ แค่ไหนเพียงใด ทั้งนี้ก็สืบเนื่องมาจากการที่พระราชบัญญัติการพนันฯ ไม่ได้ให้นิยามของคำว่าโฆษณาเอาไว้ อีกทั้งในทางปฏิบัติยังปรากฏว่าทั้งในส่วนของฝ่ายนิติบัญญัติและฝ่ายเจ้าพนักงานผู้บังคับใช้กฎหมายต่างก็ตีความไปในทางเดียวกันว่ากรณีของการโฆษณาแฝง การประชาสัมพันธ์ และการสื่อสารการตลาดเหล่านี้ไม่สามารถเอาผิดตามพระราชบัญญัติการพนันฯ ได้

จากการศึกษาพบว่ากรณีปัญหาการโฆษณาการพนันออนไลน์เหล่านี้ก็เคยเกิดขึ้นแล้วในต่างประเทศเช่นกันอย่างในประเทศสหรัฐอเมริกาที่ขณะนั้นก็มิได้มีกฎหมายที่บัญญัติถึงกรณีของการพนันออนไลน์ตลอดจนการกระทำความผิดในเรื่องการโฆษณาการพนันออนไลน์ไว้ แต่รัฐบาลสหรัฐฯ โดยกระทรวงยุติธรรมก็ได้ให้ความสำคัญกับปัญหาดังกล่าวโดยที่พยายามนำกฎหมายที่มีอยู่มาปรับใช้

ซึ่งจากการที่กระทรวงยุติธรรมได้นำความผิดฐานช่วยเหลือและสนับสนุนการกระทำที่ผิดกฎหมายมาเทียบเคียงนี้เองจึงทำให้มีผู้ประกอบการที่ให้บริการค้นหาข้อมูลเว็บไซต์ของการเล่นพนันออนไลน์และทำการเผยแพร่โฆษณาเว็บไซต์เหล่านั้นในเว็บไซต์ของตนไม่เห็นและได้ทำการยื่นฟ้องกระทรวงยุติธรรมเพื่อเรียกร้องให้ศาลยืนยันถึงสิทธิและเสรีภาพตามรัฐธรรมนูญในการประกอบธุรกิจ แต่ศาลก็ได้พิพากษายกฟ้องโดยระบุว่าจากข้อเท็จจริงที่ปรากฏในคดีเป็นเรื่องซึ่งสมควรแล้วที่หลักสิทธิและเสรีภาพขั้นพื้นฐานจะไม่คุ้มครองซึ่งสิทธิในการโฆษณากิจกรรมซึ่งผิดกฎหมาย ดังปรากฏตามคำพิพากษาในคดี United States District Court Middle District of Louisiana, Civil Action Number ๐๔-๕๕๗-B-M๓, Casino City, Inc. Versus United States Department of Justice, ๑๕ February ๒๐๐๕

จากตัวอย่างข้างต้นจะเห็นได้ว่าการบังคับใช้กฎหมายในไทยและต่างประเทศนั้นมีความแตกต่างกันอย่างเห็นได้ชัด ทั้งในเรื่องของความเข้มแข็งในการบังคับใช้กฎหมายประกอบกับการเอาจริงเอาจังของหน่วยงานที่รับผิดชอบดูแล ซึ่งทำให้สหรัฐฯ สามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นได้โดยไม่ต้องรอให้มีการตรากฎหมายใหม่ขึ้นมาเพื่อบังคับใช้ ในขณะที่การบังคับใช้กฎหมายของหน่วยงานที่รับผิดชอบและกำกับดูแลในประเทศไทยนั้นยังไม่สามารถที่จะดำเนินการได้ถึงขนาดนั้น เพราะยังคงยึดติดกับการตีความกฎหมายที่อ้างว่ายังคงไม่มีความชัดเจนเพียงพอที่จะสามารถนำไปบังคับใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

เพื่อเป็นการแก้ไขปัญหาในส่วนนี้ผู้เขียนจึงเห็นว่าควรที่จะต้องทำการแยกฐานความผิดในเรื่องการพนันออนไลน์และโฆษณาการพนันออนไลน์ออกมาจากฐานความผิดเดิมในมาตรา ๑๒ เพราะการพนันออนไลน์และการโฆษณาการพนันออนไลน์นั้นค่อนข้างที่จะมีความแตกต่างจากการเล่นพนันและการประกาศโฆษณาการพนันทั่วๆ ไปเป็นอย่างมากไม่ว่าจะเป็นในส่วนของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการกระทำความผิดที่อาจอยู่ในรูปของนิติบุคคล ทั้งในแง่ของการส่งผลกระทบต่อสังคมที่ประชาชนผู้บริโภคนั้นสามารถเข้าถึงได้โดยง่าย ตลอดจนในเรื่องการป้องกันและปราบปรามการกระทำความผิดที่ทำได้ยากและมีความซับซ้อนกว่าการพนันในรูปแบบทั่วๆ ไป

๓. ปัญหาการกำหนดความรับผิดเกี่ยวกับการโฆษณาเว็บไซต์การพนันออนไลน์

สำหรับการจัดให้มีการเล่นการพนันผ่านระบบออนไลน์ไม่ว่าจะเป็นในรูปแบบของเว็บไซต์หรือแอพพลิเคชั่นต่างๆ นอกเหนือจากเว็บไซต์ประเภทที่เปิดขึ้นเพื่อการเล่นพนันเพียงอย่างเดียวแล้วยังมีกรณีของเว็บไซต์หรือแอพพลิเคชั่นที่เปิดขึ้นในรูปแบบของการให้บริการการเล่นเกมประเภทคาสิโนต่างๆ ซึ่งไม่ได้เป็นการเล่นแบบมีเดิมพันอันเป็นการพนัน แต่หากผู้เล่นต้องการที่จะเข้าเล่นพนันก็สามารถคลิกเลือกเข้าไปเล่นในส่วนที่ให้บริการเล่นพนันได้ หรืออย่างในกรณีของเว็บไซต์การพนันที่มีการให้บริการข้อมูลข่าวสารต่างๆ แต่ก็มีห้องย่อยเพื่อเข้าเล่นการพนันแยกเอาไว้ในเว็บไซต์ ซึ่งกรณีของการโฆษณาเว็บไซต์ที่มิใช่เว็บไซต์การพนันเต็มรูปแบบนั้นยังคงเป็นปัญหาอยู่ว่าจะถือเป็นความผิดในการประกาศโฆษณา หรือชักชวนโดยทางตรงหรือทางอ้อมให้ผู้อื่นเข้าเล่นหรือเข้าพนันหรือไม่อย่างใด เพราะไม่ใช่ว่าผู้ที่เข้าชมเว็บไซต์ซึ่งมีห้องย่อยให้บริการเล่นพนันเหล่านั้นจะเข้าไปเล่นพนันเสียทั้งหมด แต่ผู้เข้าชม

เว็บไซต์บางส่วนก็เข้าไปในเว็บไซต์เพื่อการเล่นเกมหรือติดตามค้นหาข้อมูลข่าวสารต่างๆ โดยที่มิได้เข้าใช้บริการในส่วนของการพนันออนไลน์ และการโฆษณาที่เกี่ยวกับการพนันออนไลน์เองนั้นก็มิใช่มีแต่การโฆษณาในรูปแบบของการชักชวนให้เข้าร่วมกิจกรรมการเล่นพนัน แต่ยังมีการโฆษณาในรูปแบบของการเผยแพร่ชื่อหรือภาพโลโก้เว็บไซต์ หรือชื่อบริษัทของผู้ประกอบกิจการการพนันออนไลน์อันเป็นบริษัทมหาชนจดทะเบียนอย่างถูกต้องของต่างประเทศซึ่งเป็นกรณีของการประชาสัมพันธ์หรือการสื่อสารการตลาดเพื่อทำให้ประชาชนผู้บริโภครับรู้ถึงการมีอยู่ของเว็บไซต์ จึงทำให้เกิดกรณีปัญหาที่ว่าสื่อต่างๆ ซึ่งอนุญาตให้โฆษณาชื่อเว็บไซต์โดยชื่อเว็บไซต์นั้นๆ ก็ไม่มีคำที่เกี่ยวข้องหรือบ่งบอกได้ว่าเป็นเว็บไซต์การพนันและตัวเว็บไซต์เองก็ไม่ได้เป็นเว็บไซต์ที่ให้บริการการเล่นพนันออนไลน์แต่เพียงอย่างเดียว เหล่านี้จะถือว่าเป็นผู้ช่วยประกาศโฆษณาให้ผู้อื่นเข้าเล่นพนันหรือไม่อย่างไร

หรือในกรณีของการประกาศโฆษณาในลักษณะของการวางลิงค์เว็บไซต์การพนันลงในโพสที่ไม่ได้มีเนื้อหาหลักที่เกี่ยวข้องกับการพนันออนไลน์แต่อย่างใด ซึ่งการโฆษณาประเภทนี้ก็จะสามารถเผยแพร่ไปสู่ประชาชนผู้บริโภคได้เรื่อยๆ จากการกดไลค์หรือกดแชร์โพสเพื่อส่งต่อข้อมูลผ่านทางอินเตอร์เน็ตต่อๆ กันไป ซึ่งกรณีนี้ย่อมเกิดปัญหาว่าผู้ที่กดไลค์หรือกดแชร์โพสแล้วส่งต่อไปนั้นจะถือว่าเป็นผู้เผยแพร่โฆษณาซึ่งต้องรับผิดตามพระราชบัญญัติการพนันฯ หรือไม่เพียงใด

โดยในส่วนของปัญหาการกำหนดความรับผิดนี้ผู้เขียนเห็นว่าเมื่อได้มีการแยกฐานความผิดเรื่องการพนันออนไลน์ออกมาเป็นบทบัญญัติในมาตราใหม่แล้วก็ควรที่จะทำการบัญญัติถึงความรับผิดของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งหมดในการโฆษณาการพนันออนไลน์ให้มีความชัดเจนและครอบคลุมถึงกรณีของการโฆษณาที่มิได้เป็นการชักชวนให้เข้าร่วมกิจกรรมการเล่นพนันแต่เป็นการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ในตัวบริษัทผู้ประกอบกิจการเว็บไซต์การพนันออนไลน์ด้วยเพื่อให้กฎหมายนี้สามารถใช้บังคับและคุ้มครองประชาชนผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ

แต่อย่างไรก็ตามในกรณีของการส่งต่อโฆษณาโดยบังเอิญจากการกดไลค์หรือกดแชร์ข้อมูลที่ไม่ได้มีเนื้อหาเกี่ยวกับการพนันโดยตรง หรือกรณีของสถานีโทรทัศน์ผู้ทำการเผยแพร่โฆษณาซึ่งติดมาจากการถ่ายทอดสดจากต่างประเทศที่ไม่สามารถควบคุมเนื้อหาการออกอากาศในขณะนั้นได้ ก็ควรต้องกำหนดไว้เป็นข้อยกเว้นความรับผิดด้วยเพื่อให้กฎหมายมีความเป็นธรรมแก่ผู้ที่ไม่มีเจตนาในการเผยแพร่โฆษณาเหล่านั้น

๔. ปัญหาเกี่ยวกับมาตรการการลงโทษในความผิดเกี่ยวกับการโฆษณาเว็บไซต์การพนันออนไลน์

จากการศึกษาพบว่าพระราชบัญญัติการพนันฯ นั้นได้กำหนดโทษปรับในฐานความผิดเกี่ยวกับการโฆษณาเอาไว้เป็นจำนวนเงินที่ต่ำมากเนื่องจากเป็นกฎหมายเก่าที่มีการตราไว้ตั้งแต่ พ.ศ. ๒๔๗๘ โดยกำหนดโทษให้จำคุกตั้งแต่ ๓ เดือนขึ้นไปจนถึง ๓ ปี และปรับตั้งแต่ ๕๐๐ บาท ขึ้นไปจนถึง ๕,๐๐๐ บาท สำหรับการโฆษณาการเล่นตามบัญชี ก. หมายเลข ๑ ถึงหมายเลข ๑๖ หรือ บัญชี ข. หมายเลข ๑๖ เฉพาะสลากกินรวบ ส่วนการโฆษณาการเล่นพนันอื่นๆ นั้นกำหนดโทษไว้ให้จำคุกไม่เกิน ๒ ปี หรือ

ปรับไม่เกิน ๒,๐๐๐ บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ ซึ่งเมื่อนำบทกำหนดโทษมาเปรียบเทียบกับผลประโยชน์จากค่าโฆษณาที่ผู้ประกอบการผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการเผยแพร่โฆษณาเว็บไซต์การพนันออนไลน์เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ประเภทหนังสือพิมพ์กีฬาต่างๆ ได้รับเป็นค่าตอบแทนกับอัตราค่าปรับที่สูงสุดเพียงแค่ ๕,๐๐๐ บาทแล้ว ย่อมทำให้ผู้ประกอบการไม่รู้สึกเกรงกลัวเนื่องจากแม้จะถูกจับกุมดำเนินคดีแต่โทษปรับเพียง และ๕,๐๐๐ บาทนั้นก็เป็นเงินจำนวนที่น้อยมากเมื่อเปรียบเทียบกับค่าลงโฆษณาที่ได้รับอีกทั้งในส่วนของโทษจำคุกนั้นผู้กระทำความผิดส่วนใหญ่ก็มีสถานะเป็นนิติบุคคลซึ่งโทษจำคุกก็ไม่สามารถที่จะนำมาบังคับใช้ได้ หรือในส่วนของผู้กระทำความผิดที่เป็นบุคคลทั่วไปศาลก็มักจะใช้ดุลยพินิจพิพากษาให้รอลงอาญาเป็นส่วนใหญ่อยู่แล้ว

นอกเหนือจากการที่ผู้กระทำความผิดไม่เกิดความเกรงกลัวเพราะความผิดฐานนี้มีอัตราโทษค่อนข้างต่ำแล้วยังมีผลทำให้เจ้าพนักงานผู้บังคับใช้กฎหมายไม่ให้ความสนใจตรวจจับการกระทำความผิดที่เกิดขึ้นเท่าที่ควรอีกด้วย แม้จะเป็นกรณีของการประกาศโฆษณาที่เป็นความผิดแบบชัดแจ้ง ซึ่งส่วนหนึ่งเป็นเพราะการโฆษณามักจะเกิดขึ้นในสื่ออินเตอร์เน็ตอันมิใช่การกระทำความผิดซึ่งหน้าทั้งยังต้องมีการตรวจสอบเสาะหาผู้กระทำความผิดโดยต้องใช้ความเชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นการเฉพาะซึ่งมีความยุ่งยากในการหาตัวผู้กระทำความผิดเพื่อมารับโทษที่มีอัตราโทษไม่สูง จึงทำให้ความผิดฐานการโฆษณานี้ไม่ค่อยมีการนำมาบังคับใช้อย่างจริงจังทั้งที่ผู้เขียนเห็นว่าการกระทำความผิดฐานการโฆษณานี้สามารถส่งผลกระทบต่อสังคมได้เป็นวงกว้างยิ่งกว่าการกระทำความผิดในการเป็นเจ้ามือหรือการเข้าเล่นพนันซึ่งเป็นความผิดหลักเสียอีก

ดังนี้ผู้เขียนจึงเห็นว่าบทกำหนดโทษที่เหมาะสมกับการกระทำความผิดฐานโฆษณาการพนันออนไลน์ในประเทศไทยนั้นควรที่จะเพิ่มโทษปรับให้มากขึ้นและควรจะนำการคิดค่าปรับตลอดระยะเวลาที่มีการฝ่าฝืนกฎหมายมาใช้ด้วย ส่วนโทษจำคุกนั้นอาจจะคงไว้หรือจะยกเลิกไปก็ได้

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

ด้วยการที่โฆษณาเป็นเครื่องมือการสื่อสารที่มีบทบาทอย่างมากในสังคม[๔] เพราะดำเนินกิจวัตรประจำวันของผู้บริโภคในยุคปัจจุบันนั้นยากที่จะหลีกเลี่ยงการโฆษณาซึ่งปรากฏผ่านสื่อต่างๆ ตลอดจนโฆษณาแฝงในหลากหลายรูปแบบซึ่งถูกสอดแทรกแวดล้อมอยู่ในชีวิตประจำวันของผู้บริโภคทั้งที่รู้ตัวและไม่รู้ตัว สำหรับในส่วนของโฆษณาเว็บไซต์การพนันออนไลน์เมื่อผู้บริโภคได้พบเห็นหรือได้ยินการโฆษณาเว็บไซต์การพนันไม่ว่าจะโดยตั้งใจหรือไม่ก็ตามผู้บริโภคก็จะเกิดการรับรู้ในสิ่งที่ตนได้พบเห็นหรือได้ยิน โดยในส่วนของผู้บริโภคเองเมื่อได้รับรู้ รู้จักถึงเว็บไซต์การพนันจากการพบเห็นโฆษณาก็ย่อมเกิดความเสี่ยงที่โฆษณาเหล่านั้นจะก่อให้เกิดแรงจูงใจในการอยากเริ่มทดลองเสี่ยงโชค โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับผู้บริโภค

---

[๔] *กัลป์ยกร วรกุลลัฏฐานีย์ และพรทิพย์ สัมปัตตะวนิช, การโฆษณาเบื้องต้น (กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๕๓) ๒.*

ในกลุ่มของผู้เสพสื่อทางด้านกีฬาไม่ว่าจะเป็นหนังสือพิมพ์กีฬา หรือการรับชมการถ่ายทอดการแข่งขันกีฬาต่างๆ เพราะมีงานวิจัย[๕] พบว่าแรงจูงใจของการเริ่มเล่นพนันฟุตบอลส่วนใหญ่เกิดจากความชอบกีฬาฟุตบอลซึ่งจากความชอบนี้จึงทำให้อยากจะติดตามรับรู้ในแวดวงกีฬาฟุตบอลอย่างใกล้ชิด และเมื่อเริ่มเล่นพนันฟุตบอลก็จะรู้สึกว่าได้รับอารมณ์ที่แตกต่างออกไปจากการชมตามปกติที่ไม่ได้เล่นพนันเพราะมีความรู้สึกลุ้นหรือตื่นเต้นมากขึ้นทั้งยังอาจได้รับผลประโยชน์จากการเล่นพนันอีกด้วย ซึ่งเมื่อผู้บริโภคในกลุ่มนี้รู้จักกับเว็บไซต์การพนันออนไลน์แล้วก็ย่อมที่จะมีแนวโน้มในการเล่นพนันออนไลน์ในรูปแบบอื่นๆ ที่เว็บไซต์ได้จัดให้มีการเล่นไว้ตามมา อันเป็นผลให้เปิดปัญหาการติดพนันซึ่งเป็นหนึ่งในปัญหาหลักของสังคมไทยในปัจจุบันที่จำเป็นต้องได้รับการแก้ไข

ในส่วนของภาครัฐจึงควรที่จะให้ความสำคัญในการป้องกันและปราบปรามการกระทำความผิดในเรื่องการโฆษณาการพนันออนไลน์อย่างจริงจังซึ่งควรเริ่มต้นด้วยการแก้ไขเพิ่มเติมบทนิยามและบทบัญญัติที่เกี่ยวข้องกับการพนันออนไลน์ดังนี้

๑. ควรมีการแก้ไขพระราชบัญญัติการพนันฯ โดยเพิ่มบทนิยามของคำว่า “โฆษณา” , “การสื่อสารการตลาด” และ “ข้อความ” เพื่อให้กฎหมายมีความชัดเจนและครอบคลุมกับการโฆษณาที่เปลี่ยนแปลงไปตามบริบทของสังคมในยุคปัจจุบัน

๒. แยกฐานความผิดในการเล่นพนันออนไลน์และโฆษณาการพนันออนไลน์ตามพระราชบัญญัติการพนันฯ ออกมาจากฐานความผิดเดิมในมาตรา ๑๒ พร้อมทั้งกำหนดข้อยกเว้นที่ผู้กระทำผิดไม่ต้องรับโทษเอาไว้ในบางกรณี

๓. กำหนดอัตราโทษในความผิดฐานการโฆษณาให้เป็นจำนวนค่าปรับที่สูงขึ้น และเพิ่มการปรับรายวันตลอดเวลาที่ยังฝ่าฝืนทำการโฆษณาหรือเผยแพร่โฆษณา

๔. จัดตั้งหน่วยงานพิเศษขึ้นมาโดยเฉพาะเพื่อตรวจตราและบังคับใช้กฎหมายในการกระทำความผิดเกี่ยวกับการพนันออนไลน์ตลอดจนความผิดอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องอันรวมถึงการโฆษณา

๕. ส่งเสริมให้ภาคประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการตรวจจับการกระทำความผิดด้วยการประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนทราบถึงระบบการให้สินบนนำจับ

๖. ขอความร่วมมือไปยังประเทศต้นกำเนิดโฆษณาให้มีการห้ามโฆษณาเว็บไซต์การพนันออนไลน์ที่มีเนื้อหามุ่งมายังกลุ่มเป้าหมายเป็นผู้บริโภคชาวไทยโดยการใช้ภาษาไทยในการโฆษณาโดยตรงในการถ่ายทอดสดต่างๆ

---

[๕] พินิต วงษ์ยี่กุล, “การพนันฟุตบอล” ใน ปิยธิดา คันธสร (บรรณาธิการ), เศรษฐกิจการพนัน : ทางเลือกเชิงนโยบาย, (กรุงเทพฯ : สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล, ๒๕๔๖) ๓๓๗, ๓๖๒.

บรรณานุกรม

กัลป์ยกร วรกุลลัฏฐานีย์ และพรทิพย์ สัมปัตตะวนิช, การโฆษณาเบื้องต้น (กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๕๓).

ชุมพล โลหะชาละ, "คำบรรยายเรื่องการพนันต่างๆ ที่ขึ้นสู่ศาล" (๒๕๑๗) ๒๑: ๔ ดุลพาห, ๔.

พินิต วงษ์ยี่กุล, "การพนันฟุตบอล" ใน ปิยธิดา คันธสร (บรรณาธิการ), เศรษฐกิจการพนัน : ทางเลือกเชิงนโยบาย, (กรุงเทพฯ : สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล, ๒๕๔๖) ๓๓๗.

วิษณุ วงศ์สินศิริกุล, รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ "เกมพนันออนไลน์: หายนะเกมพนันที่ต้องควบคุม" (๑๑ กรกฎาคม ๒๕๕๖) <www.thainhf.org/icgp/autopagev๔/files/dMVXFM๑Sun๓๔๐๓๘.pdf>

บุนเดสฯอู้ฟู่ฟันเงินสปอนเซอร์อกเสื้อมากสุด (๒๕ มิถุนายน ๒๕๕๕) สยามกีฬาออนไลน์ ๒๑ เมษายน ๒๕๕๓ <http://www.siamsport.co.th/SportผFootball/๑๐๐๔๒๑_๐๙๒. html>