

ข้อเรียกร้องและแนวทางการเคลื่อนไหวทางสังคมของกลุ่ม “ประชาชนเบียร์”

Demands and Approaches to Social Mobilization of the “Prachachon Beer Group”

อรรถพล ทิพย์ดารา และ ศิวัช ศรีโกคางกุล

มหาวิทยาลัยขอนแก่น

Atthaphon Thipdara and Siwach Sripokangkul

Khon Kaen University, Thailand

Corresponding Author, E-mail: atthaphonthipdara@gmail.com

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีคำถามหลักคือ การรณรงค์ขับเคลื่อนเบียร์เสรีของกลุ่ม “ประชาชนเบียร์” มีกระบวนการอย่างไรโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาข้อเรียกร้องและแนวทางการเคลื่อนไหวทางสังคมของกลุ่ม “ประชาชนเบียร์” อาศัยการวิจัยในเชิงคุณภาพ เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก กลุ่มเป้าหมายได้แก่ ผู้นำกลุ่ม “ประชาชนเบียร์” และสมาชิก รวม 4 คน และอาศัยการศึกษาในเชิงเอกสาร จากหนังสือ งานวิจัยและบทความวิชาการ รวมทั้งสื่อสังคมออนไลน์ จากนั้นทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยวิเคราะห์เนื้อหา เพื่อหาความสัมพันธ์ของข้อมูลที่ได้มา และแยกแยะจัดประเภทของข้อมูล ผลการศึกษาพบว่า กลุ่ม “ประชาชนเบียร์” ได้มีการรณรงค์ขับเคลื่อนทั้งในรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์ควบคู่กัน มีการใช้เฟซบุ๊กแฟนเพจ “ประชาชนเบียร์” เพื่อสื่อสารความคิดและข้อเสนอต่าง ๆ สู่สาธารณชน กลุ่ม “ประชาชนเบียร์” มีข้อเรียกร้อง 3 ข้อ ได้แก่ 1) ทำเบียร์บริโภคเองได้ 2) พุดถึงเบียร์ในที่สาธารณะได้และ 3) ขายเบียร์ออนไลน์ได้

แนวทางการเคลื่อนไหวทางสังคมของกลุ่ม ฯ มีอยู่ 6 ประการ ได้แก่ 1) การรวบรวมรายชื่อขอแก้ไขกฎหมายห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ 2) การช่วยเหลือผู้ได้รับผลกระทบจากกฎหมายผูกขาดเบียร์ 3) การฟ้องศาลปกครองขอให้ยกเลิกกฎหมายห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทางออนไลน์ 4) การทำกิจกรรมร่วมกับภาคีเครือข่าย 5) การเคลื่อนไหวร่วมกับมวลชนที่เรียกร้องให้ปฏิรูปสถาบันหลักของชาติและ 6) การแลกเปลี่ยนความรู้เกี่ยวกับคราฟต์เบียร์บนสื่อออนไลน์

คำสำคัญ: ข้อเรียกร้อง; แนวทางการเคลื่อนไหวทางสังคม; ประชาชนเบียร์

Abstracts

The main question this research paper seeks to address is how the free beer movement of the *Prachachon Beer* group mobilized its campaign. The objectives are to study the demands and social movement strategy of the *Prachachon Beer* group. Based on qualitative research, the research used purposive sampling and in-depth interviews with four leaders and members of the *Prachachon Beer* group. In addition, the study used document research based on books, research papers, academic articles and online media articles. A content analysis was conducted in order to identify interlinkages and categorize the information. The study found that the *Prachachon Beer* group employed both online and offline campaign strategies. For example, the group used Facebook and its page named “Prachachon Beer” to publicly disseminate its various ideas and proposals. The group demands can be summarized in three points: 1) Brewing beer for self-consumption should be permitted; 2) Talking about beer in public should be permitted; 3) Selling beer online should be permitted.

The social movement strategy of the group can be summarized in six points: 1) Collecting signatures for a petition to amend the law that bans the advertisement of alcoholic beverages; 2) Supporting those affected by the beer monopoly laws; 3) Petitioning the administrative court to abolish the law that bans the online sale of alcoholic beverages; 4) Organize activities with the members of the network; 5) Joining hands with the citizens calling for a reform of the country’s main institutions; and 6) Exchange of knowledge about craft beer through online channels.

Keywords: Demands; Approaches to Social Movement; PrachachonbeerGroup

บทนำ

ตามรายงาน Freedom in The World ปี 2021 ของสถาบัน Freedom House ระบุว่า ประเทศไทยเป็นประเทศ “ไม่เสรี” (not free) ซึ่งอิงอยู่ปัจจัยหลักๆ คือ การจัดการกับผู้ชุมนุมประท้วงที่เรียกร้องการปฏิรูปด้วยการจับกุมที่ไม่เป็นธรรม และการยุบพรรคการเมืองฝ่ายตรงข้าม (Freedom House, 2021 : online) ส่วนรายงานของ Economist Intelligent Unit เมื่อปี 2020 อ้างว่าประเทศไทยเป็นประเทศ “ประชาธิปไตยบกพร่อง”(Flawed democracy) ได้คะแนน 6.04 จากคะแนนเต็ม 10 ลดลงจากปี 2019 ที่ได้ 6.32 คะแนน โดยปัจจัยหลักในรายงานดังกล่าวก็ชี้ชัดไว้คล้ายๆ กัน คือ การจัดการกับกลุ่มต่อต้านและการควบคุมเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็น รวมทั้งการที่รัฐบาลจัดการกลุ่มเรียกร้องขอให้ปฏิรูปสถาบันหลักของชาติด้วยการจับกุม การควบคุมสื่อต่างชาติและสื่อในประเทศ

จากรายงาน The Inclusive Development Index 2018 ของสถาบัน World Economics Forum ได้จัดอันดับประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก โดยใช้ดัชนีชี้วัดการพัฒนาย่างทั่วถึง (Inclusive Development Index) ซึ่งมีตัวชี้วัดที่สำคัญอยู่ 3 ประการคือ 1. การเติบโตและการพัฒนา 2. การกระจายทั่วถึง 3. ความเสมอภาคและความยั่งยืน ผลปรากฏว่าประเทศไทยซึ่งจัดอยู่ในกลุ่มประเทศรุ่งเรืองใหม่ มี 4.24 คะแนน อยู่ในอันดับที่

17 จาก 77 ประเทศในกลุ่มประเทศดังกล่าว ปัญหาความเหลื่อมล้ำของไทยจึงยังอยู่ในระดับสูง (World Economics Forum, 2018 : online)

ปัญหาการผูกขาดโดยเฉพาะการผูกขาดทางเศรษฐกิจถือเป็นปัญหาที่สำคัญของประเทศไทย การผูกขาดถือเป็นช่องทางการแสวงหากำไรทางลัดของธุรกิจ ทำให้กลุ่มทุนใหญ่สามารถเอาเปรียบคู่แข่งเพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งการตลาดได้เป็นอย่างดี ประเทศที่ถูกครอบงำโดยกลุ่มทุนขนาดใหญ่ มีแนวโน้มที่จะส่งผลให้ช่องว่างระหว่างคนจนและคนรวยถ่างมากขึ้น การผูกขาดในภาคธุรกิจไทยมีการแพร่หลายมาก โดยธุรกิจที่มีการผูกขาดสามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภทหลัก คือ 1. ธุรกิจที่มีลักษณะ “ครบวงจร” และ 2. ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับสัมปทานของรัฐ (เดือนเด่น นิคมบริรักษ์, 2557 : ออนไลน์)

ในห้วงหลายปีที่ผ่านมา ประเทศไทยประสบปัญหาขาดแคลนเสรีภาพ ประชาธิปไตยบกพร่อง มีความเหลื่อมล้ำเพิ่มขึ้นมาก ประกอบกับการผูกขาดทางเศรษฐกิจ การชุมนุมประท้วงจึงบังเกิดให้เห็นเป็นการทั่วไป ท้องถนนกลายเป็นพื้นที่หนึ่งในการแสดงความคิดเห็นหรือเรียกร้องคุณค่าหลักในสังคมเสรีนิยมประชาธิปไตยที่ขาดหายไป ดังนั้นการชุมนุมเรียกร้องก็เป็นภาพสะท้อนของความไม่สมบูรณ์ของสังคม เมื่อมนุษย์เรียกร้องตามระบบไม่ได้ ก็เกิดความต้องการเรียกร้องให้รื้อระบบ เพื่อสร้างระบบใหม่ที่เป็นธรรมมากขึ้นกว่าเดิม

การชุมนุมประท้วงในประเทศไทย เพื่อเรียกร้องให้มีการปฏิรูปสถาบันหลักของชาติในห้วงปี พ.ศ. 2563 ที่ผ่านมามีตัวอย่างหนึ่งของการเรียกร้องสิทธิและเสรีภาพในสังคมสมัยใหม่ และตามที่ปรากฏให้เห็นได้ตามสื่อมวลชนทั่วไป การชุมนุมประท้วงดังกล่าว ประกอบด้วยหลายข้อเรียกร้องจากหลายกลุ่ม มีการใช้พื้นที่ทางกายภาพร่วมกัน เพื่อเรียกร้องอุดมการณ์เดียวกัน

การชุมนุมประท้วง เมื่อวันที่ 16 สิงหาคม 2563 ปรากฏกลุ่มชุมนุมที่ใช้ชื่อว่า “ประชาชนเบียร์” มีข้อเรียกร้องให้ลดการผูกขาดเบียร์ในประเทศ ประเด็นเรียกร้องที่สำคัญคือการขอให้มีการแก้ไขพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 มาตรา 32 อันเป็นกฎหมายเกี่ยวกับการห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งกลุ่มประชาชนเบียร์มองว่าเป็นการผูกขาดธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยเฉพาะเบียร์ การจัดกิจกรรมมีจุดประสงค์สำคัญอย่างหนึ่งคือ การรวบรวมรายชื่อให้ได้เกินหนึ่งหมื่นคนเพื่อสนับสนุนข้อเรียกร้องให้แก้ไขกฎหมายดังกล่าว เพื่อส่งต่อให้รัฐสภาพิจารณาแก้ไขกฎหมายต่อไป อันเป็นการใช้สิทธิของประชาชนตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย (The Matter, 2563 : ออนไลน์)

หากลองพิจารณาข้อมูลแผนที่เบียร์โลก ตามรายงาน World Beer Index 2021 ของเว็บไซต์ Expensivity.com พบว่าคนไทยดื่มเบียร์เฉลี่ย 142 ขวด (1 ขวด มี ปริมาตร 330 มล.) ต่อคนต่อปี คนไทยบริโภคเบียร์แพ่งเป็นอันดับที่ 4 ในเอเชีย คือ 4.82 ดอลลาร์สหรัฐ หรือ 143.94 บาท ต่อขวด นั่นทำให้คนไทยมีค่าใช้จ่ายในการดื่มเบียร์ เฉลี่ย 686 ดอลลาร์สหรัฐ หรือ 20,486.70 บาท ต่อคนต่อปี (เทียบอัตรา

แลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ของธนาคารแห่งประเทศไทย ประจำวันที่ 15 กุมภาพันธ์ 2564) ถือว่ามากเป็นอันดับ 1 ของทวีปเอเชียอีกด้วย เบียร์จึงมีความเกี่ยวข้องกับชีวิตความเป็นอยู่ของสังคมไทยเป็นอย่างมาก (Expensivity, 2021 : ออนไลน์)

หากเปรียบเทียบกับสัดส่วนของเบียร์ทั้งหมดในตลาดของไทย จากข้อมูลของสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (TDRI) เมื่อปี 2561 มูลค่าทางการตลาดเกือบสองแสนล้านบาท เบียร์จากค่ายใหญ่สองถึงสามเจ้ารวมกันมีสัดส่วนกว่าร้อยละ 95 ส่วนที่เหลือประมาณไม่ถึงร้อยละ 5 เป็นสัดส่วนของคราฟต์เบียร์ นั่นแสดงให้เห็นถึงความไม่หลากหลายของประเภทหรือชนิดของเบียร์ ที่ประชาชนภายในประเทศสามารถผลิตและบริโภคได้ภายในประเทศ ตลาดเบียร์ของไทยจึงมีลักษณะผูกขาด (ศศิ สุมา, 2562 : ออนไลน์)

ถ้าจะกล่าวถึงนิยามของคราฟต์เบียร์ สถาบัน the Brewers Association กล่าวว่า ครัวคือเบียร์ที่ผลิตโดยโรงผลิตที่มีกำลังผลิตขนาดเล็ก เจ้าของเป็นผู้ถือหุ้นมากกว่าร้อยละ 75 หรือมีความเป็นอิสระและใช้วัตถุดิบดั้งเดิม ตามความหมายกล่าว หากมองตลาดเบียร์ภายในประเทศไทย พบว่ามีบริษัทใหญ่เพียงไม่กี่เจ้า ผู้ผลิตคราฟต์เบียร์ไม่สามารถเกิดและเติบโตขึ้นได้ด้วยข้อจำกัดทางกฎหมาย การผลิตและบริโภคคราฟต์เบียร์จึงเป็นเรื่องที่ค่อนข้างใหม่ในสังคมไทย แต่นับวันคราฟต์เบียร์ยิ่งได้รับกระแสความนิยมเพิ่มมากขึ้น (Thomas, ม.ป.ป. : ออนไลน์)

สถานการณ์การผูกขาดการผลิตและการบริโภคคราฟต์เบียร์ในประเทศ ทำให้เกิดการรณรงค์ขับเคลื่อนเบียร์เสรีหรือคราฟต์เบียร์ในประเทศไทย โดยถ้าแบ่งประเภทของข้อเรียกร้องสามารถแยกออกเป็นสองกลุ่มใหญ่ๆ ได้ดังนี้

1. ข้อเรียกร้องเกี่ยวกับการขอแก้ไขกฎหมายให้รัฐลดข้อจำกัดเรื่องทุนจดทะเบียนและการกำหนดปริมาณการผลิตเบียร์

2. ข้อเรียกร้องเกี่ยวกับการขอแก้ไขกฎหมายเกี่ยวกับการห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เนื่องจากเห็นว่าคำนิยามตามกฎหมายมีความกำกวม มีปัญหาในทางปฏิบัติจากเจ้าหน้าที่

การใช้สื่อออนไลน์นำเสนอภาพการนำขวดเบียร์มาวางเรียงกัน โดยมองเห็นฉากเบื้องหลังเป็นอนุสาวรีย์ประชาธิปไตย เป็นภาพที่ทรงพลัง และมีความหมายอัดแน่นอยู่เป็นจำนวนมาก ทำให้ผู้วิจัยต้องการตั้งคำถามว่าเบียร์เกี่ยวข้องกับสัญลักษณ์ของประชาธิปไตย การรณรงค์ขับเคลื่อนของกลุ่มประชาชนเบียร์ที่ถูกรับเห็นอย่างเด่นชัดในการเคลื่อนไหวพร้อมกับมวลชนผู้เรียกร้องให้ปฏิรูปสถาบันหลักของชาติมีความหมายอย่างไร ในสภาพสังคมปัจจุบัน (The Matter, 2563 : ออนไลน์)

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาข้อเรียกร้องและแนวทางการเคลื่อนไหวทางสังคมของกลุ่ม “ประชาชนเปียร์”

ระเบียบวิธีวิจัย

อาศัยการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ประกอบกับการเก็บข้อมูลจากเอกสาร (Document Research)

กลุ่มเป้าหมาย

กลุ่ม “ประชาชนเปียร์” จำนวน 4 คน ประกอบด้วยแกนนำ 2 คน และสมาชิกซึ่งร่วมกิจกรรมเป็นประจำ และได้รับเลือกจากแกนนำ จำนวน 2 คน

เครื่องมือการวิจัย

แบบสัมภาษณ์จากแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ออกแบบให้เป็นบทสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง แนวคำถามเกี่ยวกับข้อเรียกร้องและแนวทางการเคลื่อนไหวทางสังคมของกลุ่ม “ประชาชนเปียร์”

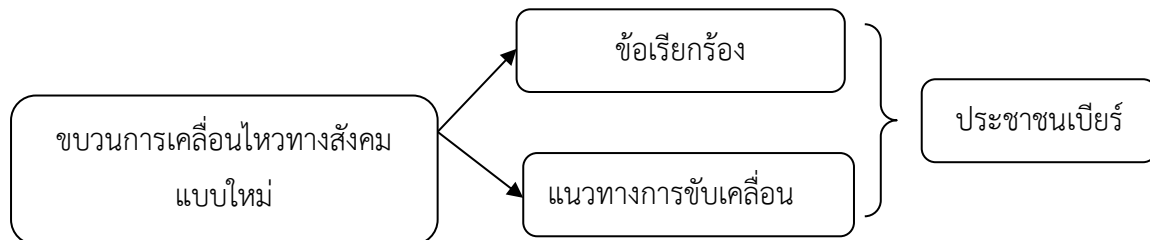
การเก็บข้อมูล

ติดต่อสัมภาษณ์ผ่านทางโทรศัพท์ พร้อมทั้งขออนุญาตบันทึกเสียงโดยสัมภาษณ์แกนนำผู้ดูแล เฟซบุ๊กแฟนเพจ “ประชาชนเปียร์” จำนวน 2 คน ก่อน และขอให้แกนนำดังกล่าวแนะนำสมาชิกของกลุ่มซึ่งเข้าร่วมกิจกรรมเป็นประจำ อีกจำนวน 2 คน ประกอบกับการหาข้อมูลบน เฟซบุ๊กแฟนเพจ “ประชาชนเปียร์” และข้อมูลบนเว็บไซต์หรือเอกสารที่เกี่ยวข้อง

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยแยกข้อมูลออกเป็นสามส่วน ส่วนแรกเป็นข้อมูลจากการสัมภาษณ์ ส่วนที่สองเป็นข้อมูลจากเฟซบุ๊กแฟนเพจ “ประชาชนเปียร์” และส่วนที่สามเป็นข้อมูลจากเว็บไซต์และเอกสารที่เกี่ยวข้อง การวิเคราะห์ข้อมูลเป็นการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา อาศัยข้อมูลจากบทสัมภาษณ์แกนนำและสมาชิก รวม 4 คน ประกอบกับข้อมูลจาก เฟซบุ๊กแฟนเพจ “ประชาชนเปียร์” พร้อมเปรียบเทียบข้อมูลที่ปรากฏในเว็บไซต์หรือเอกสารที่เกี่ยวข้อง การวิเคราะห์ข้อมูลเป็นไปตามแนวทางการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative analysis) ได้แก่ การวิเคราะห์ข้อมูลเนื้อหาตามปรากฏการณ์ สรุปข้อมูลที่มีความสอดคล้องกันในเชิงเนื้อหา เพื่อนำไปสู่ข้อค้นพบเกี่ยวกับข้อเรียกร้องและแนวทางการเคลื่อนไหวทางสังคมของกลุ่ม “ประชาชนเปียร์”

กรอบแนวคิดในการวิจัย



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ผลการวิจัย

บทความวิจัยชิ้นนี้ ผู้วิจัยแบ่งข้อมูลการวิจัยออกเป็น 2 ประเด็น ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย คือ

1. ข้อเรียกร้อง ประกอบด้วย

1.1 ทำเปียร์บริโภคเองได้

ปัญหาเนื่องจากในปัจจุบันประเทศไทยมีประกาศกระทรวงการคลัง เรื่อง วิธีการบริหารงานสุรา พ.ศ. 2543 ถือว่าเป็นกฎหมายจำกัดการผลิตเปียร์ โดยมีเงื่อนไขสำคัญ คือผู้ประสงค์จะขออนุญาตทำและจำหน่ายเปียร์ ต้อง

1) ต้องมีทุนจดทะเบียน 10 ล้านบาท

2) ปริมาณการผลิต

2.1) โรงงานเปียร์ขนาดเล็ก ประเภทผลิตเพื่อขาย ณ สถานที่ผลิต (Brewpub) จะต้องมียุติมาณการผลิตไม่ต่ำกว่า 1 แสนลิตร แต่ไม่เกิน 1 ล้านลิตร ต่อปี

2.2) โรงงานเปียร์ขนาดใหญ่ จะต้องมียุติมาณการผลิตเกิน 1 ล้านลิตร ต่อปี

ผลกระทบจากประกาศกระทรวงการคลังดังกล่าว ทำให้บุคคลไม่สามารถผลิตเปียร์ แม้เพียงในปริมาณเล็กน้อย เพื่อบริโภคหรือจำหน่ายเองได้ ทำให้เกิดการตั้งคำถามมากมายถึงการผูกขาดเปียร์ภายในประเทศ ดังคำสัมภาษณ์แกนนำกลุ่มที่ระบุว่า

“ เปียร์เป็นเครื่องดื่มชนิดหนึ่งซึ่งมีปัญหาต้องแก้ไข ”

(แกนนำ, สัมภาษณ์, พฤศจิกายน 2563)

1.2 พุดถึงเบียร์ในที่สาธารณะได้

ปัญหาในปัจจุบัน ประเทศไทยมีพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 มาตรา 32 ซึ่งวางหลักไว้ว่า “ห้ามมิให้ผู้ใดโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือแสดงชื่อหรือเครื่องหมายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อันเป็นการอวดอ้างสรรพคุณ หรือชักจูงใจให้ผู้อื่นดื่มโดยตรงหรือโดยอ้อม...” มาตราดังกล่าวถูกมองว่าเป็นกฎหมายที่ไม่มีความชัดเจน ก่อให้เกิดความสงสัยในการปฏิบัติมีความกำกวมในคำนิยามเรื่องการอวดอ้างสรรพคุณ การชักจูงใจให้ผู้อื่นดื่ม และประเด็นการให้สินบนนำจับ กฎหมายดังกล่าวมีบทลงโทษค่อนข้างรุนแรง ไม่ได้สัดส่วนกับกฎหมายอื่น เช่นถ้าเปรียบเทียบกับกฎหมายเกี่ยวกับการกระทำความผิดมาแล้วซ้ำแล้ว การโฆษณาเหล้าเบียร์กลับมีโทษปรับมากกว่า เป็นต้น

1.3 ขายเบียร์ออนไลน์ได้

ปัญหาคือปัจจุบันมีประกาศสำนักนายกรัฐมนตรี เรื่องห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยวิธีการหรือในลักษณะการขายทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. 2563 มีผลบังคับใช้เมื่อวันที่ 7 ธันวาคม พ.ศ. 2563 ที่ผ่านมาทำให้เกิดข้อโต้แย้งในประเด็นเกี่ยวกับการที่รัฐออกกฎหมายโดยไม่สอบถามความคิดเห็นของประชาชนเสียก่อนที่จะบัญญัติกฎหมายดังกล่าว เป็นการปิดช่องทางการค้าขายของผู้ผลิตและผู้ค้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์รายเล็ก

2. แนวทางการขับเคลื่อน

2.1 การรวบรวมรายชื่อเพื่อขอแก้ไขกฎหมายมาตรา 32 แห่ง พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 อันเป็นการใช้สิทธิตามมาตรา 133 (3) ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย กลุ่ม “ประชาชนเบียร์” มีการตั้งโต๊ะเพื่อรวบรวมรายชื่อจากประชาชนที่เห็นด้วยกับข้อเรียกร้องของกลุ่ม ฯ เพื่อเสนอขอแก้ไขมาตรา 32 แห่งพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 โดยเมื่อวันที่ 17 มีนาคม 2564 กลุ่มประชาชนเบียร์สามารถรวบรวม 11,169 รายชื่อ เพื่อยื่นต่อรัฐสภา และขั้นตอนต่อไปรัฐสภาจะตรวจสอบรายชื่อ ยืนยันความถูกต้องของรายชื่อ ทำประชามติผ่านเว็บไซต์ของรัฐสภา และเข้าสู่กระบวนการพิจารณาแก้ไขกฎหมายต่อไป

2.2 การรับเรื่องร้องเรียนจากบุคคลที่ได้รับผลกระทบจากกฎหมายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ไม่เป็นธรรม พร้อมให้ความช่วยเหลือทางด้านกฎหมายเนื่องจากมีผู้ได้รับผลกระทบจากการบังคับกฎหมายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ทางกลุ่มประชาชนเบียร์มองว่า ไม่มีความชัดเจนในทางปฏิบัติ ทางกลุ่มจึงดำเนินการช่วยเหลือผู้ตกเป็นผู้ต้องหาในฐานความผิดตามกฎหมายดังกล่าว โดยการระดมทุนทางแพนเพจ “ประชาชนเบียร์” ด้วยการผลิตเสื้อ “ประชาชนเบียร์/Beer People” เพื่อจำหน่าย ประกอบกับการรับบริจาค

จากผู้มีอุดมการณ์เดียวกัน ทั้งนี้เพื่อใช้ทุนในการจ้างนายให้ความช่วยเหลือแก่ผู้ต้องหาในฐานะความผิดตามกฎหมายที่ไม่เป็นธรรม

2.3 การร่วมเสวนากับกลุ่มภาคีเครือข่ายเหล่า เบียร์ ไวน์ เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้เกี่ยวกับคราฟต์เบียร์ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ กิจกรรมอีกอย่างของกลุ่มประชาชนเบียร์ที่เป็นการสร้างเครือข่ายคราฟต์เบียร์คือการเข้าร่วมเวทีการเสวนาเกี่ยวกับคราฟต์เบียร์ เท่าที่จะสามารถร่วมได้ ทั้งนี้เพื่อผลักดันประเด็นการรณรงค์ของกลุ่มฯ ให้บรรลุผล โดยการสร้างพันธมิตรหรือเครือข่ายที่เข้มแข็งดังคำสัมภาษณ์แกนนำกลุ่มที่ระบุว่า

“ คนดื่ม คนต้ม คนขาย มารวมกัน เพื่อแก้ไขกฎหมายของประเทศนี้ กลุ่มของนักเคลื่อนไหว ไม่ได้อิงกับใครเป็นหลัก แต่อิงกับเป้าหมายและอุดมการณ์ที่คล้ายกัน มีทั้งคนอาสา ทนาย สมาชิกช่วยออกบูธ และจัดของเป็นต้น ”

(แกนนำ, สัมภาษณ์, 15 พฤศจิกายน 2563)

“ คล้ายกับกลุ่มอื่นๆ ตรงที่ถูกมองว่าไม่ดี แตกต่างตรงที่มีเบียร์ เข้าถึงได้ง่าย ชูแนวคิดต่อต้านการผูกขาด ”

(แกนนำ, สัมภาษณ์, 15 พฤศจิกายน 2563)

2.4 การฟ้องศาลปกครองเพื่อขอให้ยกเลิกประกาศสำนักนายกรัฐมนตรี เรื่อง “ห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยวิธีการหรือในลักษณะการขายทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. 2563” แกนนำของกลุ่ม “ ประชาชนเบียร์ ” พร้อมด้วยทนายได้เดินทางไปศาลปกครองเพื่อยื่นคำฟ้องต่อศาลปกครอง ขอให้ยกเลิกประกาศสำนักนายกรัฐมนตรีดังกล่าว โดยศาลได้มีหนังสือแจ้งการรับคำฟ้องดังกล่าวไว้พิจารณาแล้ว

2.5 การเรียกร้องสิทธิและเสรีภาพควบคู่กับการเคลื่อนไหวของมวลชนที่เรียกร้องให้มีการปฏิรูปสถาบันหลักกลุ่มประชาชนเบียร์ได้เข้าร่วมชุมนุมกับมวลชนที่เรียกร้องการปฏิรูปสถาบันหลักของประเทศครั้งแรกเมื่อ 16 สิงหาคม 2563 และต่อมาเมื่อวันที่ 19 กันยายน 2563 กลุ่ม “ ประชาชนเบียร์ ” จัดกิจกรรมดื่มเบียร์ในมือ โดยทางกลุ่มเห็นว่าสถาบันทางการเมืองในปัจจุบันไม่เอื้อต่อการเกิดขึ้นของคราฟต์เบียร์หรือเบียร์เสรีดังคำสัมภาษณ์แกนนำกลุ่มที่ระบุว่า

“ เบียร์ แยกไม่ออกจากการเมือง การเมืองไม่เอื้อ เบียร์ก็เลยไม่พัฒนาสิ่งที่เราต้องการ ก็อยู่ในการเมืองด้วย ”

(แกนนำ, สัมภาษณ์, 15 พฤศจิกายน 2563)

“ ตั้งแต่ออยู่ในมือ ได้รับความนิยมและเป็นที่สนใจมากขึ้น มีคนเข้าถึงเดือนละล้านกว่า ”

(แกนนำ, สัมภาษณ์, 15 พฤศจิกายน 2563)

“ มีข้อเรียกร้องสิทธิและเสรีภาพเหมือนกัน ”

(แกนนำ, สัมภาษณ์, 22 พฤศจิกายน 2563)

“ เปียร์ของเราหมายถึงเสรีภาพ เปียร์ถูกกดทับด้วยกฎหมาย ถูกขังในกรงขังของกฎหมาย เปียร์ถูกตีกรอบ ถ้าเอาเปียร์ออกมาได้ เปียร์จึงอาจจะเป็นเสรีภาพ ”

(แกนนำ, สัมภาษณ์, 22 พฤศจิกายน 2563)

2.6 การแลกเปลี่ยนความรู้เกี่ยวกับคราฟต์เปียร์บนสื่อออนไลน์ต่างๆ แอดมินเพจ จำนวน 2 คน มีการแสดงข้อคิดเห็นของตนเองในเฟซบุ๊กแฟนเพจ “ประชาชนเปียร์” อย่างต่อเนื่อง ซึ่งปัจจุบัน มีผู้ติดตามเพจดังกล่าวกว่าหกหมื่นบัญชีผู้ใช้มีการจัดกิจกรรมเปียร์ (ข้อมูลเมื่อวันที่ 20 เมษายน 2564) ดังคำสัมภาษณ์แกนนำกลุ่มที่ระบุว่า

“ ออนไลน์เป็นหลัก เพราะมันโตไว เรียกสมาชิกได้เยอะ ”

(แกนนำ, สัมภาษณ์, 15 พฤศจิกายน 2563)

อภิปรายผลการวิจัย

บทความงานวิจัยชิ้นนี้ศึกษาข้อเรียกร้องและแนวทางการขับเคลื่อนทางสังคมของกลุ่ม “ประชาชนเปียร์” พบว่ากลุ่ม ฯ มีข้อเรียกร้อง 3 ข้อ คือ 1) ทำเปียร์บริโภคนเองได้ 2) พุดถึงเปียร์ในที่สาธารณะได้ 3) ขายเปียร์ออนไลน์ได้ และกลุ่ม ฯ มีแนวทางการเคลื่อนไหวทางสังคมทั้งหมด 6 ประการ คือ 1) การรวบรวมรายชื่อขอแก้ไขกฎหมายห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ 2) การช่วยเหลือผู้ได้รับผลกระทบจากกฎหมายผูกขาดเปียร์ 3) การฟ้องศาลปกครองขอให้ยกเลิกกฎหมายห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทางออนไลน์ 4) การทำกิจกรรมร่วมกับภาคีเครือข่าย 5) การเคลื่อนไหวร่วมกับมวลชนที่เรียกร้องให้ปฏิรูปสถาบันหลักของชาติและ 6) การแลกเปลี่ยนความรู้เกี่ยวกับคราฟต์เปียร์บนสื่อออนไลน์

จากข้อเรียกร้องทั้งหมด 3 ข้อ กลุ่ม “ประชาชนเปียร์” มีการขับเคลื่อนโดยกลุ่ม ฯ เอง ทั้งหมด 2 ข้อ คือ การขอแก้ไขกฎหมายห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และการฟ้องขอให้ยกเลิกประกาศนายกรัฐมนตรี เรื่อง การห้ามขายเปียร์ออนไลน์ ส่วนข้อเรียกร้องเรื่องการทำเปียร์บริโภคนเองได้ นั้น กลุ่ม ฯ อาศัยอาศัยพันธมิตรที่มีอุดมการณ์เดียวกันอย่าง นายเท่าพิภพ ลิ้มจิตรรัตน์ สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร พรรคก้าวไกล ช่วยขับเคลื่อนและผลักดันโดยอาศัยกลไกของรัฐสภา ในการเสนอร่างกฎหมาย ให้รัฐสภาพิจารณาแก้ไขกฎหมายเกี่ยวกับข้อจำกัดการผลิตเปียร์ต่อไป

กลุ่ม “ประชาชนเปียร์” ผนวกขับเคลื่อนทั้งออนไลน์และออฟไลน์ควบคู่กัน มีการใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมสมัยใหม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เฟซบุ๊ก ซึ่งเป็นแพลตฟอร์มที่ได้รับความนิยมอย่างสูงจากผู้คนใน

ปัจจุบัน ผู้วิจัยเห็นว่าการสื่อสารผ่านช่องทางดังกล่าว ทำให้สารที่ต้องการจะสื่อ มีการเผยแพร่เป็นวงกว้าง และเป็นที่ยอมรับได้อย่างรวดเร็ว สร้างการรับรู้ความคิดความเชื่อได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้มีผู้เข้าร่วมกลุ่ม เพื่อรณรงค์และขับเคลื่อนทางสังคมมากขึ้น

และผู้วิจัยเห็นว่าการรณรงค์ขับเคลื่อนคราฟต์เปียร์หรือเปียร์เสรีของกลุ่ม “ประชาชนเปียร์” ในเวที ชุมชนเรียกร้องการปฏิรูปสถาบันหลักของชาติ เป็นการทำกิจกรรมที่ทำให้กลุ่ม ฯ ได้รับความสนใจมากขึ้น สอดคล้องกับแนวความคิดการเคลื่อนไหวทางสังคมแบบใหม่ เป็นการรวมคนที่ไม่ได้อยู่ในชนชั้นหรือกลุ่ม ผลประโยชน์เดียวกันเท่านั้น แต่การรณรงค์ดังกล่าวเป็นการขับเคลื่อนทางสังคม เพื่อให้บรรลุเป้าหมาย เดียวกันคือสิทธิและเสรีภาพในสังคม

แม้บทความวิจัยนี้ไม่อาจชี้ให้เห็นถึงผลลัพธ์สุดท้ายของกระบวนการเรียกร้องเปียร์เสรีหรือ คราฟต์เปียร์ ทว่าผู้วิจัยพยายามอธิบายให้เห็นการก่อร่างสร้างเครือข่ายความคิดในการรณรงค์สนับสนุนเปียร์ เสรีหรือคราฟต์เปียร์ในสังคมไทยในห้วงเวลาร่วมสมัย ซึ่งยังจะเป็นการต่อสู้ในเชิงความคิดอีกเป็นเวลานาน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ

จากการสำรวจและทบทวนวรรณกรรมของผู้วิจัย พบว่างานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับประเด็นเปียร์เสรี ส่วน ใหญ่จะเป็นงานวิจัยอันเกี่ยวกับข้อจำกัดทางกฎหมายในการผลิตและการโฆษณาเปียร์หรือเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ การวิจัยในครั้งต่อไป ควรศึกษาเปียร์ในประเด็นทางสังคมและวัฒนธรรมในสังคมไทย การศึกษาประเด็นการเกิดขึ้นใหม่ของวัฒนธรรมใหม่ในการผลิตหรือบริโภคเปียร์ และผลกระทบทางสังคมของ วัฒนธรรมดังกล่าว เป็นต้น

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

จากข้อเรียกร้องของกลุ่ม “ประชาชนเปียร์” ผู้วิจัยเห็นว่าเราทุกคนควรเรียกร้องให้ สามารถทำเปียร์ ได้เองอย่างถูกต้องตามกฎหมาย ไม่มีข้อจำกัดด้านทุนหรือปริมาณการผลิต บุคคลสามารถแสดงความคิดเห็น วิจัยหรือโฆษณาเปียร์ได้อย่างเหมาะสม ทั้งนี้ผู้วิจัยมองว่าเปียร์เสรีที่มีคุณภาพและมีความหลากหลาย เป็นสิ่งที่ควรส่งเสริมให้มีการผลิตและจำหน่าย เพื่อเป็นการสร้างและกระจายรายได้ ลดความเหลื่อมล้ำทาง เศรษฐกิจ ให้แก่ประชาชนในประเทศอย่างทั่วถึงและเป็นธรรมต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- เดือนเด่น นิคมบริรักษ์. (2557). การผูกขาดกับความเหลื่อมล้ำในภาคธุรกิจ. *ออนไลน์*. สืบค้นเมื่อ 20 เมษายน 2564. แหล่งที่มา: https://tdri.or.th/wp-content/uploads/2013/05/A151_Chapter2.pdf.
- ศศิ สุมา. (2562). “ คราฟต์เบียร์ไทย ” เสียท่า ด้วยกติกาขัดขาตัวเอง. *ออนไลน์*. สืบค้นเมื่อ 20 เมษายน 2564. แหล่งที่มา: <https://tdri.or.th/2019/04/th-craft-beer-industry/>.
- Expensivity. (2021). World Beer Index 2021: The Cost and Consumption of Beer Around the World. *Online*. Retrieved April 20, 2021. From <https://www.expensivity.com/beer-around-the-world/>.
- Freedom House. (2021). Freedom in The World 2021. *Online*. Retrieved April 20, 2021. From: <https://freedomhouse.org/country/thailand/freedom-world/2021>.
- The Matter. (2563). เมื่อท้องฟ้าสีทองผ่องอำไพ คราฟต์เบียร์ไทยจะยืนได้ในสังคม : ว่าด้วยเสรีภาพคราฟต์เบียร์. *ออนไลน์*. สืบค้นเมื่อ 20 เมษายน 2564. แหล่งที่มา: <https://thematter.co/social/thai-craft-beer-and-alcohol-law/121069>.
- Thomas. (ม.ป.ป.). บุกล้างบาร์ รู้จักที่มา “ คราฟต์เบียร์ ” พร้อมแนะนำคราฟต์เบียร์ที่ควรลอง. *ออนไลน์*. สืบค้นเมื่อ 20 เมษายน 2564. แหล่งที่มา: <https://thomasthailand.co/lifestyle/craft-beer/>.
- World Economics Forum. (2018). The Inclusive Development Index 2018 Summary and Data Highlights. *online*. Retrieved April 20, 2021. From: http://www3.weforum.org/docs/WEF_Forum_IncGrwth_2018.pdf.