



# บทความ เรื่อง ลานเบียร์

โดย สมาคมธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไทย (TABBA)



เครื่องดื่มแอลกอฮอล์กับสังคมมนุษย์นั้น จากหลักฐานทางโบราณคดีพบว่ามีการเริ่มต้นตั้งแต่ในสมัยอียิปต์โบราณด้วยเหตุแห่งการบังเอิญ และต่อมาได้ถูกนำมาเป็นเครื่องดื่มที่ใช้ในการบริโภคในหลายมิติ อาทิ พิธีกรรมและพิธีการในบางกิจกรรมของบางศาสนา การเซ่นไหว้บวงสรวง การประกอบอาหาร การสังสรรค์รื่นเริง การบันเทิงและหย่อนใจ เป็นต้น ในส่วนของการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้กลายเป็นส่วนหนึ่งของการประกอบธุรกิจการค้าและบริการหลายประเภท ทั้งร้านอาหาร สถานบริการ ผับ บาร์ คาเฟ่ ไนต์คลับ โดยเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่เสนอขายก็แตกต่างกันไป เช่น วิสกี้ บรั่นดี รัม ยิน ลิเคียว ไวน์ และเบียร์ เป็นต้น

**เบียร์** เป็นหนึ่งในเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ซึ่งเป็นที่นิยมของผู้บริโภค มีรูปแบบการขายและสถานที่ขายที่ค่อนข้างจะหลากหลาย และ “ลานเบียร์” ก็เป็นสถานที่ขายอีกรูปแบบหนึ่งซึ่งไม่ต่างไปจากการขายเพื่อการบริโภคในสถานบริการและร้านอาหารทั่วไป เพียงแต่เป็นวิธีการขายเฉพาะช่วงเวลาและในระยะเวลาอันสั้นช่วงระยะเวลาหนึ่ง ณ สถานที่ที่มีลักษณะเป็นลานกว้าง อาจกล่าวได้ว่าลานเบียร์เป็นวัฒนธรรมการขายอีกรูปแบบที่มีมาเป็นเวลายาวนาน โดยเสนอขายทั้งอาหารและเครื่องดื่ม ทั้งที่มีแอลกอฮอล์และไม่มีแอลกอฮอล์ สามารถพบเห็นได้ในหลายประเทศทั่วโลก ลานเบียร์ถือเป็นวัฒนธรรมการดื่มกินของชาวตะวันตกซึ่งแพร่หลายไปในหลายประเทศ สำหรับเทศกาลลานเบียร์ที่จัดอย่างยิ่งใหญ่และเป็นที่ยอมรับทั่วโลก คือ งาน Oktoberfest ซึ่งจัดขึ้นเป็นประจำทุกปีในช่วงปลายเดือนกันยายนถึงต้นเดือนตุลาคม ที่นอกมุนฮานคริมุนิก (Munich) สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี ซึ่งในแต่ละปีจะมีผู้คนจำนวนไม่น้อยกว่า 6 ล้านคนหลั่งไหลเข้ามาสัมผัสเทศกาลนี้ เพื่อที่จะดื่มเบียร์ รับประทานอาหารอร่อย และเพลิดเพลินไปกับบรรยากาศและขบวนพาเหรด สำหรับบางประเทศ เทศกาลเบียร์ (Beer Garden) จะจัดขึ้นในช่วงเวลาแห่งการเริ่มต้นของฤดูหนาว ซึ่งเป็นเวลาแห่งเทศกาลเฉลิมฉลองความสุข ต้อนรับคริสมาสต์ ต่อเนื่องไปจนถึงช่วงใกล้สิ้นปีและล่วงเลยไปจนถึงปีใหม่





แม้ผู้ประกอบการลานเบียร์จะปฏิบัติตามกฎหมายที่ควบคุมดูแลในเรื่องดังกล่าวอย่างเคร่งครัดแล้วก็ตามแต่ปัญหาของลานเบียร์ยังไม่จบเพียงแค่นี้เนื่องจากเจ้าหน้าที่ของหน่วยงานภาครัฐบางท่านยังคงมีดุลพินิจในทำนองที่ว่าลานเบียร์เป็นสถานที่ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ผิดกฎหมายเพราะถือว่าลานเบียร์เป็นเสมือนกิจกรรมสื่อสารการตลาด จึงส่งผลให้เกิดการตีความไปไกลว่าลานเบียร์เป็นการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ฝ่าฝืนต่อมาตรา 32 แห่งพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ดังนั้น เจ้าหน้าที่ภาครัฐบางท่านจึงใช้ดุลพินิจห้ามแสดงภาพเครื่องหมายการค้าของสินค้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์บนป้ายชื่อบริเวณที่จำหน่ายเบียร์ หรือ บนอุปกรณ์ที่ใช้ในสถานที่ดังกล่าว ได้แก่ ผ้าปูโต๊ะ จานรองแก้ว ภาชนะบรรจุเบียร์ (ทาวเวอร์) อุปกรณ์สำหรับจ่ายน้ำเบียร์ (หัวจ่าย) ซึ่งการแสดงภาพเครื่องหมายการค้าของสินค้าในสถานที่ขาย (ลานเบียร์) เป็นไปเพื่อมิให้เกิดความสับสนในตัวของสินค้าและสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้บริโภคที่เข้ามาใช้บริการในสถานที่ดังกล่าวว่าสินค้าที่ผู้จำหน่ายนำมาส่งมอบให้แก่ผู้บริโภคคนนั้น เป็นสินค้าที่ถูกต้องตรงตามความต้องการของผู้บริโภค เนื่องจากในปัจจุบันมีเบียร์หลายชนิดที่มีความคล้ายคลึงกันวางจำหน่ายซึ่งอาจสร้างความสับสนให้แก่ผู้บริโภคได้ จึงมีความจำเป็นที่ผู้ประกอบการจะต้องแสดงภาพเครื่องหมายการค้าของสินค้าแต่ละชนิดให้ผู้บริโภคได้รับทราบเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจในการซื้อ

เมื่อการบังคับใช้และการตีความกฎหมายในมาตรา 32 แห่งพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ในปัจจุบันมีความเห็นแยกเป็นหลายฝ่าย ก่อให้เกิดการบังคับใช้กฎหมายตามแนวทางการตีความของแต่ละภาคส่วน ทั้งในฝ่ายของเจ้าหน้าที่รัฐซึ่งเป็นผู้บังคับใช้กฎหมาย และฝ่ายผู้ประกอบการซึ่งอยู่ภายใต้กฎหมายและมีหน้าที่ปฏิบัติให้ถูกต้องตามกฎหมาย หากฝ่าฝืนย่อมมีโทษทางอาญา ได้แก่ โทษจำคุกและโทษปรับที่มีจำนวนเงินที่สูง ซึ่งในหลักการของกฎหมายอาญานั้น บุคคลจักต้องรับโทษในทางอาญาต่อเมื่อได้กระทำการอันกฎหมายที่ใช้ในขณะกระทำนั้นบัญญัติเป็นความผิดและกำหนดโทษไว้

ดังนั้น เมื่อในปัจจุบันยังคงมีปัญหาในการตีความว่าการแสดงเพียงภาพเครื่องหมายการค้าของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยไม่มีการแสดงข้อความอื่นใดประกอบด้วยถือเป็นการโฆษณาที่ฝ่าฝืนต่อมาตรา 32 หรือไม่ ซึ่งในประเด็นปัญหาการตีความในมาตรา 32 ดังกล่าวนี้อันปรากฏข้อมูลให้เห็นมาโดยตลอด ทั้งจากกรณีที่มีการประชุมวิชาการซึ่งจัดโดยกระทรวงสาธารณสุขร่วมกับคณะนิติศาสตร์ของ 3 สถาบัน ได้แก่ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และสถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ (NIDA) เรื่อง การตีความและการบังคับใช้กฎหมาย มาตรา 32 ตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 และโดยสภาสถาบันนักวิชาการสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย (สสมท.) ซึ่งในการประชุมดังกล่าวมีผู้เข้าร่วมการประชุมที่เป็นนักวิชาการและอาจารย์ทางด้านนิติศาสตร์ ด้านนิเทศศาสตร์ และมีผู้แสดงความคิดเห็นในประเด็นการตีความมาตรา 32 จากหน่วยงานหรือองค์กรต่างๆ

อีกหลายท่าน ตอกย้ำให้เห็นได้อย่างชัดเจนว่าปัญหาการตีความของมาตรา 32 นี้ยังไม่มียุติ เพราะหากมีแนวทางที่ยุติชัดเจนแล้วคงไม่เกิดการใช้ดุลพินิจที่แตกต่างออกเป็นหลายฝักหลายฝ่ายดังที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน ผู้เขียนจึงขอเสนอให้หน่วยงานภาครัฐ ที่เกี่ยวข้องโดยเฉพาะสำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้โปรดส่งประเด็นปัญหาการตีความในมาตรา 32 แห่งพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 นี้ ให้หน่วยงานของรัฐที่เป็นที่ยอมรับนับถือซึ่งมีความรู้ความชำนาญเชี่ยวชาญ ตลอดจนเป็นหน่วยที่ให้คำปรึกษาด้านกฎหมายแก่รัฐบาลและหน่วยงานของรัฐโดยตรง ได้แก่ สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกาเป็นผู้พิจารณาจนได้ข้อยุติ เพื่อมิให้ประเด็นการตีความกฎหมายที่มีโทษทางอาญานี้ขึ้นอยู่กับการใช้ดุลพินิจของเจ้าหน้าที่ ซึ่งสร้างความเดือดร้อนให้แก่ผู้ประกอบการและร้านค้าที่เขาเหล่านั้นประกอบสัมมาชีพโดยสุจริต แต่กลับต้องเดือดร้อนหรือได้รับโทษทางอาญาที่กระทบต่อสิทธิและเสรีภาพของประชาชน อีกทั้งเพื่อลดความขัดแย้ง ความวุ่นวายในสังคม ภายใต้แนวทางการปฏิบัติที่ถูกต้องตามเจตนารมณ์ของกฎหมายต่อไป



## ในประเทศไทย เทศกาลเบียร์ ในลักษณะของลานเบียร์ (Beer Garden)

มีการจัดขึ้นมาเป็นเวลายาวนานกว่า 20 ปี โดยสถานที่แรกที่มีการจัดลานเบียร์ คือ ลานจอตรด ศูนย์การค้าสยามเซ็นเตอร์ หรือบริเวณห้างสรรพสินค้าสยามดิสคัฟเวอรีในปัจจุบัน และ จากความนิยมอย่างล้นหลาม ของผู้บริโภคต่อลานเบียร์สยามเซ็นเตอร์ จึงทำให้เกิดลานเบียร์หน้าตึก SCB Park รัชโยธิน ซึ่งต่อมาในปี พ.ศ. 2545 ได้ย้ายสถานที่ไปตั้งอยู่หน้าบริเวณห้างสรรพสินค้าเวสต์เทรตเซ็นเตอร์ หรือ ลานเบียร์หน้าห้างเซ็นทรัลเวิลด์ในปัจจุบันนั่นเอง

นอกจากสถานที่ตามที่ได้กล่าวมาแล้ว ปัจจุบันผู้ประกอบการแต่ละรายต่างตกแต่งร้านค้าสำหรับขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบลานเบียร์ในอีกหลายพื้นที่ทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด ทั้งที่อยู่ในบริเวณห้างสรรพสินค้าและสถานที่อื่นนอกห้างสรรพสินค้า เป็นที่ยอมรับกันว่ากิจกรรมการขายประเภทลานเบียร์นั้น เป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมที่ช่วยเพิ่มรายได้ให้กับพื้นที่นั้นๆ และบริเวณโดยรอบ ตลอดจนมีส่วนช่วยส่งเสริมบรรยากาศของการท่องเที่ยวอีกด้วย

อย่างไรก็ดี เมื่อลานเบียร์กลายเป็นสถานที่ขายอาหารและเครื่องดื่มทั้งที่มีแอลกอฮอล์ และไม่มีแอลกอฮอล์ และ ไม่มีแอลกอฮอล์ ดังนั้น เจ้าของสถานที่หรือผู้ประกอบการลานเบียร์ จึงมีหน้าที่ต้องปฏิบัติตามกฎเกณฑ์และกติกากฎหมายที่ควบคุมในแต่ละเรื่องที่เกี่ยวข้องด้วย ยกตัวอย่างเช่น ในการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ผู้ประกอบการต้องขอใบอนุญาตขายสุราจากกรมสรรพสามิต ซึ่งเป็นไปตามพระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2560 หรือในการขายอาหารผู้ประกอบการจำเป็นต้องขออนุญาตขายอาหารและสะสมอาหารด้วย เป็นต้น นอกจากนี้หากจัดให้มีการแสดงดนตรีสด การเปิดแผ่นเสียง หรือมีกิจกรรมที่ต้องใช้เครื่องขยายเสียง ผู้ประกอบการจำเป็นต้องได้รับอนุญาตจากเจ้าหน้าที่ก่อนและต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขที่ได้รับการอนุญาตจากเจ้าหน้าที่ในแต่ละท้องถิ่นด้วย

ถัดมาอีกประการหนึ่งที่สำคัญสำหรับการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ไม่ว่าจะเป็นการขายในลานเบียร์ หรือ สถานที่อื่นใดก็ตาม ผู้ประกอบการต้องควบคุมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้อยู่ภายใต้ข้อกำหนดของกฎหมาย ซึ่งปัจจุบันมีกฎหมายเฉพาะที่ภาครัฐใช้ควบคุมในเรื่องการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ คือ พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ซึ่งควบคุมในเรื่องดังต่อไปนี้ ได้แก่ วัน เวลา วิธีการ และสถานที่ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ตลอดจนบุคคลที่ห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้ เช่น บุคคลที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ หรือ บุคคลที่มีอาการมึนเมาจนครองสติไม่ได้ จากหลักเกณฑ์ของกฎหมายดังกล่าวจึงทำให้ผู้ประกอบการลานเบียร์ในปัจจุบันต่างมีมาตรการควบคุมดูแลและกวดขันให้ผู้ที่เข้าไปในลานเบียร์ต้องเป็นผู้ที่มีอายุเกิน 20 ปี โดยใช้วิธีการตรวจ บัตรประชาชนของผู้ที่มาใช้บริการ