



การส่งเสริมอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ที่ผลิตในประเทศไทย
INDUSTRIAL PROMOTION OF THAILAND'S FRUIT-ALCOHOLIC BEVERAGES

มนตรี ลือเลิศ

นิติศาสตรมหาบัณฑิต

สำนักวิชานิติศาสตร์
มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

2567

©ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

การส่งเสริมอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ที่ผลิตในประเทศไทย
INDUSTRIAL PROMOTION OF THAILAND'S FRUIT-ALCOHOLIC BEVERAGES

มนตรี ลือเลิศ

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

สำนักวิทยานิติศาสตร์
มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

2567

©ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง



หน้าอนุมัติวิทยานิพนธ์
มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง
ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

วิทยานิพนธ์เรื่อง การส่งเสริมอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ที่ผลิตในประเทศไทย
Industrial Promotion of Thailand's Fruit-alcoholic Beverages

ผู้ประพันธ์ มนตรี ลือเลิศ

คณะกรรมการสอบ

ศาสตราจารย์ (พิเศษ) ดร.วรรณชัย บุญบำรุง

ประธานกรรมการ

รองศาสตราจารย์ ดร.ชูเกียรติ น้อยฉิม

กรรมการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรัชมน พิเชฐวรกุล

กรรมการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐกร วิทิตานนท์

กรรมการ

ดร.ปิยะนิตย์ โอนพรัตน์วิบูล

กรรมการ

อาจารย์ที่ปรึกษา

.....อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก

(รองศาสตราจารย์ ดร.ชูเกียรติ น้อยฉิม)

คณบดี

.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุชิน กฤตลักษณ์วงศ์)

กิตติกรรมประกาศ

ผู้เขียนขอขอบคุณมหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวงที่ได้ให้ทุนสนับสนุนการทำวิทยานิพนธ์และการเผยแพร่ผลงานวิจัย และขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร. ชูเกียรติ น้อยฉิม อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่ได้กรุณาให้คำแนะนำ อบรมสั่งสอน และให้ข้อเสนอแนะอันเป็นประโยชน์อย่างยิ่งตลอดระยะเวลาการดำเนินงานวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ด้วยความเอาใจใส่และความเมตตาอย่างสูง ทำให้ผู้เขียนสามารถดำเนินการทำวิทยานิพนธ์จนสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

ผู้เขียนขอกราบขอบพระคุณ ศาสตราจารย์ (พิเศษ) ดร.วรรณชัย บุญบำรุง ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรัชมน พิเชฐวรกุล ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐกร วิทิตานนท์ และ ดร.ปิยะนิตย์ โอนพรัตน์วิบูล คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ที่ได้กรุณาใช้เวลาให้ข้อคิดเห็นอันทรงคุณค่า อันเป็นแนวทางสำคัญในการปรับปรุงวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ให้สมบูรณ์และมีคุณภาพยิ่งขึ้น

ทั้งนี้ ผู้เขียนขอขอบคุณเป็นอย่างสูงต่อผู้ให้สัมภาษณ์เชิงลึกทุกท่านที่ได้สละเวลาและให้ข้อมูลเชิงวิชาการ อันเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการจัดทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้

นอกจากนี้ ผู้เขียนขอแสดงความขอบคุณอย่างสุดซึ้งต่อครอบครัวที่เป็นกำลังใจสำคัญในทุกช่วงเวลา ซึ่งเป็นแรงผลักดันให้ผู้เขียนมีความมุ่งมั่นในการศึกษาค้นคว้าและพัฒนางานวิทยานิพนธ์ฉบับนี้จนสำเร็จ รวมถึงขอขอบคุณ เพื่อนนักศึกษาร่วมรุ่น รุ่นพี่ และรุ่นน้อง และผู้มีพระคุณทุกท่าน ที่ให้กำลังใจและสนับสนุนผู้เขียนด้วยความห่วงใย ตลอดระยะเวลาการศึกษาและการจัดทำวิทยานิพนธ์

ท้ายที่สุดนี้ ผู้เขียนหวังเป็นอย่างยิ่งว่าวิทยานิพนธ์ฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อการศึกษา ด้านการส่งเสริมอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ที่ผลิตในประเทศไทย ทั้งในด้านกฎหมาย และการพัฒนานโยบาย และหากมีข้อบกพร่องหรือความผิดพลาดประการใดในเนื้อหาของวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้เขียนขอน้อมรับไว้ด้วยความเคารพ และขออภัยมา ณ โอกาสนี้

มนตรี ลือเลิศ

ชื่อเรื่องวิทยานิพนธ์	การส่งเสริมอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ที่ผลิตในประเทศไทย
ผู้ประพันธ์	มนตรี ลือเลิศ
หลักสูตร	นิติศาสตรมหาบัณฑิต
อาจารย์ที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์ ดร.ชูเกียรติ น้อยฉิม

บทคัดย่อ

อุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ในประเทศไทยมีศักยภาพสูงในการส่งเสริมเศรษฐกิจฐานรากและการพัฒนาอย่างยั่งยืน อย่างไรก็ตาม นโยบายระดับชาติเช่น ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 ยังคงมุ่งเน้นการแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรโดยรวม โดยขาดนโยบายเฉพาะสำหรับส่งเสริมอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้โดยตรง แตกต่างจากประเทศญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา รัฐแคลิฟอร์เนีย สาธารณรัฐเกาหลี และฝรั่งเศส ที่มีมาตรการทางกฎหมายและนโยบายสนับสนุนอย่างชัดเจนและเป็นระบบ ปัจจุบันผู้ประกอบการรายย่อยและวิสาหกิจชุมชนในประเทศไทยเผชิญข้อจำกัดด้านกฎหมายและกฎระเบียบที่เข้มงวด รวมถึงขาดระบบสนับสนุนทางการตลาด เทคโนโลยี และมาตรฐานผลิตภัณฑ์ ส่งผลให้การพัฒนาอุตสาหกรรมมีอุปสรรค ดังนั้น รัฐบาลจึงควรกำหนดนโยบายและมาตรการทางกฎหมายที่ชัดเจนและเหมาะสมกับบริบทของประเทศ เพื่อส่งเสริมการเติบโตและการแข่งขันอย่างยั่งยืนของอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ในประเทศไทย

คำสำคัญ: เครื่องดื่มแอลกอฮอล์, ผลไม้, อุตสาหกรรม, ผู้ประกอบการ

Thesis Title	Industrial Promotion of Thailand's Fruit-alcoholic Beverages
Author	Montree Luelert
Degree	Master of Laws
Advisor	Associate Professor Chukeat Noichim, Ph. D.

ABSTRACT

The fruit-based alcoholic beverage industry in Thailand holds significant potential to promote grassroots economic development and sustainable growth. However, national policies, such as the 20-Year National Strategy, the master plans under this strategy, and the 13th National Economic and Social Development Plan, continue to focus broadly on the processing of agricultural products without specific policies targeted at promoting the fruit-based alcoholic beverage sector. This contrasts with countries like Japan, the United States (particularly California), the Republic of Korea, and France, which have established clear and systematic legal frameworks and policies to support this industry.

Currently, small-scale producers and community enterprises in Thailand face stringent legal and regulatory constraints, alongside a lack of support systems in marketing, technology, and product standards, which hinder the industry's development. Therefore, the government should formulate clear and appropriate policies and legal measures tailored to the national context to foster sustainable growth and enhance the competitiveness of the fruit-based alcoholic beverage industry in Thailand.

Keywords: Alcoholic Beverages, Fruits, Industry, Entrepreneurs

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญ	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	7
1.3 สมมุติฐานของการศึกษา	7
1.4 วิธีดำเนินการวิจัย	8
1.5 ขอบเขตการศึกษา	8
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษา	8
1.7 คำนิยามศัพท์	9
2 แนวความคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้	10
2.1 ความเป็นมาและประเภทของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	10
2.2 แนวความคิดที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้	12
2.3 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้	17
3 นโยบายและมาตรการทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ในต่างประเทศและประเทศไทย	23
3.1 ประเทศญี่ปุ่น	24
3.2 สาธารณรัฐเกาหลี	43
3.3 สหรัฐอเมริกา รัฐแคลิฟอร์เนีย	65
3.4 ประเทศฝรั่งเศส	84
3.5 ประเทศไทย	100
4 สภาพปัญหาเกี่ยวกับนโยบายและมาตรการทางกฎหมายในการส่งเสริมอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ที่ผลิตในประเทศไทย	125

สารบัญ

บทที่	หน้า
4.1 สภาพปัญหาที่เกี่ยวกับนโยบายและมาตรการทางกฎหมายในการส่งเสริม อุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ที่ผลิตในประเทศไทย: กรณี กระบวนการเริ่มต้นของอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ (กระบวนการต้นน้ำ)	126
4.2 สภาพปัญหาที่เกี่ยวกับนโยบายและมาตรการทางกฎหมายในการส่งเสริม อุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ที่ผลิตในประเทศไทย: กรณี กระบวนการผลิตของอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ (กระบวนการกลางน้ำ)	134
4.3 สภาพปัญหาที่เกี่ยวกับนโยบายและมาตรการทางกฎหมายในการส่งเสริม อุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ที่ผลิตในประเทศไทย: กรณี กระบวนการด้านตลาดของอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ (กระบวนการปลายน้ำ)	144
5 วิเคราะห์หาแนวทางและมาตรการทางกฎหมายของประเทศไทยเกี่ยวกับ การส่งเสริมอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้	151
5.1 วิเคราะห์หาแนวทางและมาตรการทางกฎหมายของประเทศไทยเกี่ยวกับ การส่งเสริมอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้: กรณีกระบวนการ การเริ่มต้นของอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ (กระบวนการต้นน้ำ)	151
5.2 วิเคราะห์หาแนวทางและมาตรการทางกฎหมายของประเทศไทยเกี่ยวกับ การส่งเสริมอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้: กรณีกระบวนการผลิต ของอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ (กระบวนการกลางน้ำ)	160
5.3 วิเคราะห์หาแนวทางและมาตรการทางกฎหมายของประเทศไทยเกี่ยวกับ การส่งเสริมอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้: กรณีกระบวนการ ด้านตลาดของอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ (กระบวนการ ปลายน้ำ)	171

สารบัญ

บทที่	หน้า
6 สรุปและข้อเสนอแนะ	179
6.1 สรุป	179
6.2 ข้อเสนอแนะ	183
รายการอ้างอิง	186
ภาคผนวก	192
ภาคผนวก ก เอกสารรับรองจริยธรรมในมนุษย์	192
ภาคผนวก ข แบบสัมภาษณ์เชิงคุณภาพ	192
ประวัติผู้ประพันธ์	194



สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1.1 มูลค่าการส่งออกสินค้าเกษตรของไทย ปี 2567	1
1.2 มูลค่าการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรของไทย ปี 2566	2
3.1 กำลังการผลิตขั้นต่ำของเครื่องดีมแอลกอฮอล์ในประเทศญี่ปุ่น	39
3.2 อัตราภาษีของเครื่องดีมแอลกอฮอล์ในประเทศญี่ปุ่น	42
3.3 สรุปมาตรการทางกฎหมายการส่งเสริมการผลิตเครื่องดีมแอลกอฮอล์ที่ผลิตจาก ผลผลิตทางการเกษตรประเภทผลไม้ของประเทศญี่ปุ่น	43
3.4 อัตราภาษีเครื่องดีมแอลกอฮอล์ของประเทศสาธารณรัฐเกาหลี	58
3.5 สรุปมาตรการทางกฎหมายที่เกี่ยวกับการส่งเสริมอุตสาหกรรมเครื่องดีมแอลกอฮอล์ จากผลไม้ของประเทศสาธารณรัฐเกาหลี	57
3.6 สรุปมาตรการทางภาษีที่เกี่ยวกับการผลิตเครื่องดีมแอลกอฮอล์จากผลไม้ของ สหรัฐอเมริกา	75
3.7 สรุปมาตรการทางกฎหมายที่เกี่ยวกับการส่งเสริมอุตสาหกรรมเครื่องดีม แอลกอฮอล์	84
3.8 สรุปมาตรการทางภาษีที่เกี่ยวกับการผลิตเครื่องดีมแอลกอฮอล์จากผลไม้ของ ประเทศฝรั่งเศส	92
3.9 สรุปมาตรการทางกฎหมายที่เกี่ยวกับการส่งเสริมอุตสาหกรรมเครื่องดีม แอลกอฮอล์จากผลไม้ของประเทศฝรั่งเศส	99
3.10 อัตราภาษีการผลิตเครื่องดีมแอลกอฮอล์เพื่อการค้าของประเทศไทย	118
3.11 อัตราภาษีการผลิตเครื่องดีมแอลกอฮอล์ที่มีใช้เพื่อการค้าของประเทศไทย	119
3.12 สรุปมาตรการทางกฎหมายที่เกี่ยวกับการส่งเสริมอุตสาหกรรมเครื่องดีม แอลกอฮอล์จากผลไม้ของประเทศไทย	123
4.1 สรุปมาตรฐานสิ่งแวดล้อมในอุตสาหกรรมเครื่องดีมแอลกอฮอล์ในประเทศไทย	138
5.1 สรุปเปรียบเทียบนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมอุตสาหกรรมเครื่องดีม แอลกอฮอล์จากผลไม้	152
5.2 มูลค่าตลาดส่งออกเครื่องดีมแอลกอฮอล์ของแต่ละประเทศ	154

สารบัญภาพ

ภาพ	หน้า
1.1 อัตราการเติบโตของตลาดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และผลิตภัณฑ์ ปี พ.ศ. 2561-2565	4
4.1 ข้าวจาก TheThaiger	134



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญ

ภาคเกษตรกรรมเป็นภาคเศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศไทย ซึ่งในแต่ละปีมีผลผลิตมากมายหลายประเภทที่หมุนเวียนตลอดทั้งปีที่ผลิตเพื่อบริโภคภายในประเทศและส่งออกไปยังต่างประเทศ จึงมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทยเป็นอย่างมาก และในปี พ.ศ. 2566 มูลค่าเพิ่มภาคการเกษตรมีสัดส่วนร้อยละ 8.56¹ ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (Gross Domestic Product: GDP) น้อยกว่าภาคอุตสาหกรรมและบริการที่มีสัดส่วนมูลค่าเพิ่มอยู่ที่ร้อยละ 30.53 และ 60.91 ตามลำดับ อย่างไรก็ตามภาคเกษตรเป็นภาคเศรษฐกิจที่รองรับการจ้างงานสูงกว่าภาคเศรษฐกิจอื่นโดยมีการจ้างงานถึงร้อยละ 40² ของแรงงานทั้งหมด อีกทั้งจากการศึกษาพบว่า สินค้าประเภทผลไม้เป็นสินค้าที่มีมูลค่าส่งออกสูงที่สุดเป็นอันดับ 1 ในสัดส่วนร้อยละ 25.9 ของมูลค่าส่งออกสินค้าเกษตรทั้งหมด³

ตารางที่ 1.1 มูลค่าการส่งออกสินค้าเกษตรของไทย ปี 2567

ลำดับ	รายการสินค้า	มูลค่าในปี พ.ศ. 2566 (ล้าน USD)	สัดส่วนสินค้า เกษตรส่งออก	ตลาดส่งออก 3 อันดับแรก
1	ผลไม้สด แช่เย็น แช่แข็งและแห้ง	6,941.6	25.9	จีน (89.7%) สหรััฐฯ (1.6%) มาเลเซีย (1.6%)
2	ข้าว	5,144.4	19.2	อินโดนีเซีย (14.2%) สหรััฐฯ (12.3%) แอฟริกาใต้ (8.9%)

¹ สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า, ข่าวสาร สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า กระทรวงพาณิชย์ (20 กุมภาพันธ์ 2567) <https://uploads.tpso.go.th/รมช.พณ.%20เผยแพร่สถิติการส่งออกสินค้าเกษตรไทย_1.pdf> สืบค้นเมื่อ 9 เมษายน 2567.

² ศูนย์วิจัยและนวัตกรรมการแรงงาน กองเศรษฐกิจการแรงงาน สำนักงานปลัดกระทรวงแรงงาน, สถิติแรงงานรายเดือน มีนาคม 2567, (2567) 2.

³ เพ็งอ้าง (เชิงอรรถ 1).

ตารางที่ 1.1 (ต่อ)

ลำดับ	รายการสินค้า	มูลค่าในปี พ.ศ. 2566 (ล้าน USD)	สัดส่วนสินค้า เกษตรส่งออก	ตลาดส่งออก 3 อันดับแรก
3	ไก่สดแช่เย็นแช่แข็งและแปรรูป	4,082.3	15.2	ญี่ปุ่น (44.3%) สหราชอาณาจักร (17.3%) จีน (12.3%)
4	ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง	3,704.4	13.8	จีน (63.3%) ญี่ปุ่น (8.3%) ไต้หวัน (4.2%)
5	ยางพารา	3,648.6	13.6	จีน (38.7%) มาเลเซีย (10.1%) สหรัฐฯ (9.1%)

ที่มา สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (2567)

นอกจากนี้ ในตลาดส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรของไทย มีเครื่องดื่มซึ่งมีมูลค่าส่งออกเป็นอันดับที่ 5 ในสัดส่วนอัตราร้อยละ 9.1 ของมูลค่าการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมเกษตร

ตารางที่ 1.2 มูลค่าการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรของไทย ปี 2566

ลำดับ	รายการสินค้า	มูลค่าในปี พ.ศ. 2566 (ล้าน USD)	สัดส่วนสินค้า อุตสาหกรรมเกษตร ส่งออก	ตลาดส่งออก 3 อันดับแรก
1	อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป	3,477.8	15.5	สหรัฐฯ (24.6%) ญี่ปุ่น (18.5%) ออสเตรเลีย (7.1%)
2	น้ำตาลทราย	3,452.0	15.4	อินโดนีเซีย (31.2%) ฟิลิปปินส์ (10.7%) เกาหลีใต้ (10.3%)
3	อาหารสัตว์เลี้ยง	2,464.3	11.0	สหรัฐฯ (24.2%) ญี่ปุ่น (13.8%) มาเลเซีย (6.0%)

ตารางที่ 1.2 (ต่อ)

ลำดับ	รายการสินค้า	มูลค่าในปี พ.ศ. 2566 (ล้าน USD)	สัดส่วนสินค้า อุตสาหกรรมเกษตร ส่งออก	ตลาดส่งออก 3 อันดับ แรก
4	ผลิตภัณฑ์ข้าวสาลี และอาหาร สำเร็จรูปอื่น ๆ	3,704.4	10.9	สหรัฐฯ (15.1%) จีน (8.9%) เมียนมา (7.8%)
5	เครื่องดื่ม	2,045.6	9.1	กัมพูชา (20.6%) เวียดนาม (19.5%) เมียนมา (18.1%)

ที่มา สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (2567)

จึงเห็นได้ว่าผลไม้ที่มีความสำคัญอย่างยิ่งในภาคเกษตรกรรมของประเทศไทย นอกจากนี้ผลไม้ยังสามารถนำไปสร้างมูลค่าเพิ่มได้โดยการนำไปแปรรูป ซึ่งส่งผลให้ผู้ผลิตได้รับผลกำไรที่มากขึ้น และจากการศึกษา พบว่า มีสัดส่วนปริมาณของการส่งออกของผลไม้แปรรูปน้อยกว่าผลไม้สด แต่เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างด้านราคาต่อหน่วยแล้ว จะเห็นได้ว่า ผลไม้แปรรูปของประเทศไทยให้ผลตอบแทนสูงกว่า จึงสามารถสร้างความคุ้มค่าได้มากกว่าผลไม้สด⁴ และยังได้รับประโยชน์จากหลายมิติจากการแปรรูปผลไม้ เช่น ช่วยในการถนอมวัตถุดิบ เพิ่มความหลากหลายให้กับผลิตภัณฑ์ และเพื่อสะดวกในการขนส่ง เป็นต้น⁵

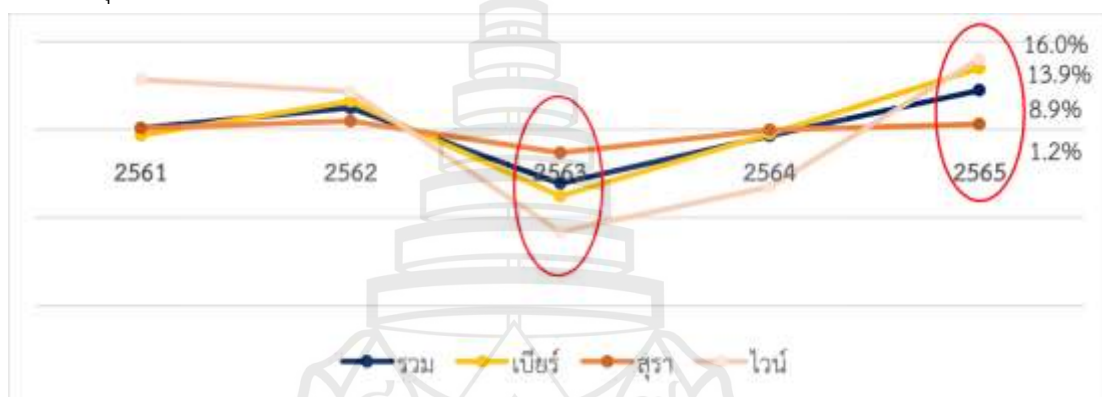
อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันผลิตภัณฑ์ที่แปรรูปจากผลไม้ในประเทศไทยนั้นส่วนใหญ่ เป็นการแปรรูปขั้นต้นที่มีการผลิตที่ไม่ซับซ้อนมาก เช่น ผลไม้อบแห้ง ผลไม้แช่แข็ง และผลไม้กระป๋อง เป็นต้น⁶ และการแปรรูปผลไม้ด้วยการวิธีอื่น ๆ ยังมีอยู่น้อยมากในปัจจุบัน ซึ่งตลาดของสินค้าแปรรูปเป็น

⁴ กระทรวงพาณิชย์, สินค้าส่งออกสำคัญของไทยตามโครงสร้างสินค้าส่งออก <<https://tradereport.moc.go.th/Report/Default.aspx?Report=MenucomRecode&lmExType=1&Lang=Th>> สืบค้นเมื่อ 19 กุมภาพันธ์ 2567; และ มนัสนันท์ แจ่มศรีใส, รูปแบบการถ่ายทอดความรู้เพื่อเพิ่มผลผลิตภาพการผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้แปรรูปตามนโยบายส่งเสริมอุตสาหกรรม 4.0 (ครุศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนศึกษา, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 2563) 59.

⁵ กรมส่งเสริมการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, การแปรรูปผัก ผลไม้ เพื่อเพิ่มมูลค่า (กลุ่มโรงพิมพ์ สำนักพัฒนาการถ่ายทอดเทคโนโลยี, 2563) 3.

⁶ แนวทางการพัฒนาผลไม้ไทย พ.ศ. 2565–2570 16–17.

ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ยังมีโอกาสที่จะสามารถเติบโตได้อีก โดยข้อมูลจากช่วงปี พ.ศ. 2564-2566 ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีแนวโน้มในการเติบโตเพิ่มขึ้นจากในปี พ.ศ. 2563 ที่ประสบปัญหาโรคระบาด COVID-19 ซึ่งการขยายตัวที่เพิ่มขึ้นนั้น ส่วนใหญ่เป็นไปตามตลาดภายในประเทศ (สัดส่วนร้อยละ 90 ของปริมาณการผลิต) และในตลาดส่งออกนั้นก็มีการเติบโตเพิ่มมากขึ้นเช่นกัน เนื่องจากภาวะการฟื้นตัวจากเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า⁷ ทั้งนี้ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีมูลค่าสูงที่สุดในตลาดคือ สุรา เบียร์ และไวน์ ตามลำดับ แต่ในปี พ.ศ. 2565 นั้นไวน์มีอัตราการขยายตัวที่สูงมากขึ้นกว่า สุรา และเบียร์⁸



ที่มา สถาบันอาหาร (2567)

ภาพที่ 1.1 อัตราการเติบโตของตลาดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และผลิตภัณฑ์ ปี พ.ศ. 2561-2565

ไวน์จัดเป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ได้จากกระบวนการหมักผลไม้ชนิดต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งองุ่น ซึ่งถือเป็นวัตถุดิบหลักในการผลิต แตกต่างจากสุราและเบียร์ที่มีวัตถุดิบและกระบวนการผลิตที่ต่างกัน ส่งผลให้ไวน์และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ผลิตจากผลไม้จัดอยู่ในหมวดหมู่ที่แยกต่างหากจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทอื่น แม้ว่าในปัจจุบันตลาดของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีผลไม้เป็นวัตถุดิบหลักจะยังมีมูลค่าทางเศรษฐกิจไม่สูงนัก แต่มีแนวโน้มที่จะสามารถเติบโตได้ในอนาคต ซึ่งเป็นโอกาสในการขยายตลาดใหม่ของผู้ประกอบการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ ดังนั้น ภาครัฐจึงควรมีบทบาทในการส่งเสริมและสนับสนุนทั้งในด้านนโยบายและมาตรการทางกฎหมาย เพื่อเร่งสร้างการเติบโตในกลุ่มผลิตภัณฑ์ดังกล่าว

⁷ Wana Yongpisanphob, แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรมปี 2565-2567: อุตสาหกรรมเครื่องดื่ม <<https://www.krungsri.com/th/research/industry/industry-outlook/food-beverage/beverage/io/io-beverage-2022>> สืบค้นเมื่อ 24 พฤษภาคม 2567.

⁸ สถาบันอาหาร, ตลาดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ รายงานตลาดอาหารในประเทศไทย <https://fic.nfi.or.th/upload/market_overview/pdf379.pdf> สืบค้นเมื่อ 24 พฤษภาคม 2567.

นอกจากนี้ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ยังมีความเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมของมนุษย์มาอย่างยาวนาน เช่น ในประเทศญี่ปุ่น เครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีบทบาทที่เกี่ยวข้องกับ พิธีแต่งงาน หรือพิธีการอวยพรต่าง ๆ รวมถึงวัฒนธรรมการดื่มในงานเลี้ยงรื่นเริง ซึ่งเป็นการชี้ให้เห็นถึงสุนทรียะในการรับประทานอาหารกับเหล้าสาเกของญี่ปุ่น อีกทั้ง วัฒนธรรมการดื่มสาเกก็ปรากฏในศิลปะและวรรณกรรมต่าง ๆ ทั้งบทกลอน และศิลปะการแสดง⁹ หรือในประเทศฝรั่งเศส ที่มีประวัติการผลิตไวน์มายาวนานนับพันปี และมีชื่อเสียงในด้านคุณภาพของไวน์จากแคว้นต่าง ๆ เช่น บอร์กโดซ์ (Bordeaux) เบอร์กันดี (Burgundy) และชองปาญ (Champagne) การผลิตไวน์ไม่เพียงเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจ หากแต่ยังเป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่สะท้อนภูมิปัญญาท้องถิ่นและความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับธรรมชาติ อีกทั้งไวน์ยังเป็นส่วนสำคัญในพิธีกรรมและวิถีชีวิตประจำวันของชาวฝรั่งเศส ไม่ว่าจะเป็นในมื้ออาหาร งานเฉลิมฉลอง หรืองานพิธีต่าง ๆ ซึ่งสะท้อนถึงบทบาทของไวน์ในฐานะสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่มีอิทธิพลต่อการดำรงชีวิต¹⁰ รวมทั้งประเทศไทย มีวัฒนธรรมการดื่มมาอย่างยาวนานไม่ว่าจะใช้เป็นสื่อกลางในการพบปะสังสรรค์ทางสังคม ประเพณี หรือพิธีกรรมต่าง ๆ เช่น งานบวช งานแต่ง เป็นต้น¹¹ นอกจากนี้ ในแต่ละสังคมหรือในบางพื้นที่ในประเทศไทยมีการคิดค้นสูตรวิธีการหมักสุราในแบบเฉพาะของตนเองที่มีความเป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่นั้น ๆ ซึ่งวัตถุดิบส่วนใหญ่ล้วนมาจากผลผลิตทางการเกษตรที่พบได้มากของบริเวณนั้น ส่งผลให้แม้จะเป็นสุราเหมือนกัน หรือทำมาจากวัตถุดิบเดียวกัน แต่รสชาติ กลิ่น การออกฤทธิ์ของสุราก็แตกต่างกันตามภูมิปัญญาท้องถิ่นของแต่ละพื้นที่

อย่างไรก็ตาม กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการแปรรูปผลไม้เพื่อผลิตเป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในปัจจุบันยังคงเป็นอุปสรรคสำคัญต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ โดยเฉพาะในด้านการขออนุญาตประกอบกิจการ การดำเนินกระบวนการผลิต และการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นปัจจัยที่จำกัดศักยภาพในการเติบโตของอุตสาหกรรมดังกล่าว เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบกับอุตสาหกรรมอื่น ๆ เช่น อุตสาหกรรมรถยนต์และชิ้นส่วนรถยนต์ซึ่งมีมูลค่าการส่งออกในปี พ.ศ. 2567 ประมาณ 10,000 ล้านบาทสหรัฐฯและอุตสาหกรรมอาหารซึ่งมีมูลค่าส่งออกถึง 41,387 ล้านบาท

⁹ ปิยาภรณ์ จันทร์สวย, ปัจจัยที่ทำให้สุราพื้นบ้านยังคงได้รับความนิยมในญี่ปุ่น (ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาญี่ปุ่น, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ 2549) 10.

¹⁰ France-Amérique, 'The Symbolism of Wine in France' <<https://france-amerique.com/the-symbolism-of-wine-in-france/>> สืบค้นเมื่อ 12 พฤษภาคม 2025.

¹¹ เกษม เพ็ญภินันท์ และคณะ, ผลิตรายการเชิงวัฒนธรรมของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์: ความเสมือนจริง, วัฒนธรรมเชิงทัศน์และการแปรเปลี่ยนการส่งเสริมการขายในอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์: รายงานฉบับสมบูรณ์ (ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ, 2555) 11.

เหรียญสหรัฐ¹² จะเห็นได้ว่าอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้มีมูลค่าน้อยกว่าอุตสาหกรรมอื่น และยังไม่สามารถเติบโตได้เต็มที่จนสามารถผลักดันให้เกิดนโยบายการส่งเสริมจากภาครัฐอย่างเฉพาะเจาะจงได้ อันเนื่องมาจากข้อจำกัดทางกฎหมายที่ยังไม่ได้รับการปรับปรุงให้สอดคล้องกับบริบททางเศรษฐกิจและศักยภาพของอุตสาหกรรมดังกล่าว

ดังนั้น ผู้วิจัยเห็นว่า หากมีการส่งเสริมให้มีการแปรรูปผลไม้สดด้วยวิธีการอื่น โดยเฉพาะอย่างยิ่งการส่งเสริมอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ที่ผลิตในประเทศไทย เป็นหนึ่งในวิธีที่จะช่วยเพิ่มช่องทางในการแปรรูปผลไม้สดของไทยให้ขยายฐานมากยิ่งขึ้น และปัจจุบันมีผลไม้สดในประเทศไทยกว่า 30 ชนิด¹³ ถือเป็นวัตถุดิบที่มีศักยภาพในการพัฒนาเป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์¹⁴ ทั้งยังเป็นการสร้างโอกาสทางการตลาดที่ดี จะช่วยสามารถรายได้ให้กับเกษตรกรและผู้ประกอบการ และช่วยสร้างรายได้ให้กับประเทศได้มากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่ง หากมีการผสมผสานอัตลักษณ์ท้องถิ่นในสินค้าก็จะช่วยเพิ่มมูลค่าสินค้าทางผลไม้ของไทยให้สูงขึ้น รวมทั้งเป็นการช่วยเหลือเกษตรกรและท้องถิ่นให้มีรายได้มากขึ้น โดยผู้วิจัยสนใจศึกษาประเด็นด้านนโยบายและมาตรการทางกฎหมายที่เป็นอุปสรรคต่ออุตสาหกรรมแปรรูปผลไม้ให้เป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ทั้งนี้จะได้ทำการศึกษา นโยบายและมาตรการทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ของประเทศญี่ปุ่น สาธารณรัฐเกาหลี สหรัฐอเมริกา และประเทศฝรั่งเศส เนื่องจากตัวอย่างที่สะท้อนให้เห็นถึงการพัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากวัตถุดิบท้องถิ่นอย่างเป็นระบบ โดยประเทศญี่ปุ่นมีสาเกและโซจูที่ผลิตจากข้าวและผลไม้พื้นถิ่น ประเทศฝรั่งเศสมีไวน์ที่หลากหลายจากองุ่นหลายสายพันธุ์ แคลิฟอร์เนียมีระบบ American Viticultural Area ที่สนับสนุนการผลิตไวน์อย่างครบวงจร และสาธารณรัฐมีสุราแบบดั้งเดิม เช่น มักกอลลี ซึ่งได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ ทั้งหมดนี้เป็นตัวอย่างของการใช้วัตถุดิบในประเทศควบคู่กับกลไกนโยบายรัฐที่ชัดเจน ทั้งในด้านกฎหมาย การให้เงินทุน การส่งเสริมสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ และการส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่ตลาดสากล การศึกษาประเทศเหล่านี้จึงเปิดโอกาสให้สามารถวิเคราะห์และ

¹² กระทรวงอุตสาหกรรม, รายงานภาวะเศรษฐกิจอุตสาหกรรม ปี 2567 และแนวโน้มปี 2568 <<https://www.oie.go.th/assets/portals/1/fileups/2/files/Industry%20conditions/annual2024trends2025.pdf>> สืบค้นเมื่อ 15 มิถุนายน 2568.

¹³ เช่น แก้วมังกร, องุ่น, ฝรั่ง, ลิ้นจี่, มะม่วงดิบ, เสาวรส, ส้มโอ, ส้มเขียว, ส้มเขียวหวาน, พลัม, มังกรฝรั่ง, สตอร์เบอร์รี่, มะเขือเทศ, มะเดื่อฝรั่ง, มะเฟือง, ทูเรียน, ชมพู, พุทรา, ลำไย, ลองกอง, มังคุด, ชมพู่มะเหมี่ยว, สับปะรด, ทับทิม, เงาะ, มะไฟ, สละ, กระท้อน, ละมุด, น้อยหน่า, มะขามหวาน, ลูกตาล, แตงโม, มะพร้าว เป็นต้น.

¹⁴ โกเมศ สัตยาภู และคณะ, การแปรรูปและยกระดับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (กองวิจัยและพัฒนาวิทยาการหลังการเก็บเกี่ยวและแปรรูปผลิตผลเกษตร 2558).

ประยุกต์ใช้แนวทางการส่งเสริมอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ในประเทศไทย อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลในอนาคต

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1.2.1 เพื่อศึกษาแนวความคิดและทฤษฎี ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้

1.2.2 เพื่อศึกษานโยบาย และมาตรการทางกฎหมาย ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ของต่างประเทศ (ประกอบด้วย ประเทศญี่ปุ่น สาธารณรัฐเกาหลี สหรัฐอเมริกา และประเทศฝรั่งเศส) และประเทศไทย

1.2.3 เพื่อศึกษาสภาพปัญหาในปัจจุบันที่เกี่ยวกับนโยบายและมาตรการทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ในประเทศไทย

1.2.4 เพื่อวิเคราะห์หาแนวทางปรับปรุงนโยบายและมาตรการทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องให้เอื้อต่อการส่งเสริมอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ผลิตจากผลไม้ในประเทศไทย

1.3 สมมุติฐานของการศึกษา

อุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ในประเทศไทย เป็นอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพในการส่งเสริมเศรษฐกิจฐานรากของตนเอง และเป็นอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพในการเติบโตทางเศรษฐกิจสูง ซึ่งเป็นส่วนช่วยชุมชนและท้องถิ่น ให้สามารถพึ่งพาตนเองได้และช่วยให้มีการเติบโตอย่างยั่งยืน อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบันมียุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561 – 2580) แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. 2566 – 2580) และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566 – 2570) ซึ่งเป็นนโยบายที่กล่าวถึง การส่งเสริมการแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรเป็นภาพรวมเท่านั้น ไม่มีนโยบายโดยเฉพาะที่ส่งเสริมเกี่ยวกับอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ที่ผลิตในประเทศไทย และมาตรการที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในปัจจุบันนั้นยังมีข้อจำกัดอยู่มากในด้านการขออนุญาต การผลิต และการตลาด ซึ่งเป็นอุปสรรคสำคัญที่ขัดขวางการเติบโตของอุตสาหกรรมดังกล่าว ดังนั้น จึงเห็นควรที่จะปรับปรุงแก้ไขนโยบายและมาตรการทางกฎหมายที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้มีความเหมาะสมและเอื้อต่อการเติบโตของอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ในประเทศไทย

1.4 วิธีดำเนินการวิจัย

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ใช้วิธีการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้วิธีวิจัยทางเอกสาร (Documentary Research) ประกอบด้วย เอกสารชั้นต้น (Primary Sources) ได้แก่ เอกสารทางกฎหมาย รายงานการประชุม หนังสือราชการ และเอกสารชั้นรอง (Secondary Sources) ได้แก่ หนังสือ บทความ วารสาร สื่ออิเล็กทรอนิกส์ วิทยานิพนธ์ งานวิจัย และเอกสารอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง และทำการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) จากผู้ที่มีความรู้ความสามารถด้านอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้

1.5 ขอบเขตของการศึกษา

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มุ่งศึกษามาตรการส่งเสริมอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ รวมทั้งแนวความคิด ทฤษฎี นโยบายและบทบัญญัติทางกฎหมายในส่วนที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ผลิตจากผลไม้ ตั้งแต่กระบวนการต้นน้ำถึงปลายน้ำ (วัตถุดิบจนถึงการตลาด) ทั้งของต่างประเทศ (ประกอบด้วย ประเทศญี่ปุ่น สาธารณรัฐเกาหลี สหรัฐอเมริกา และประเทศฝรั่งเศส) และประเทศไทย โดยมุ่งเน้นศึกษาเฉพาะอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ใช้วัตถุดิบจากผลไม้ภายในประเทศไทยเท่านั้น ไม่ครอบคลุมถึงการผลิตจากวัตถุดิบผลผลิตทางการเกษตรประเภทอื่น ๆ

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษา

1.6.1 ได้รับความรู้ความเข้าใจในแนวความคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้

1.6.2 ได้รับความรู้ความเข้าใจในนโยบายและมาตรการทางกฎหมาย ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ของต่างประเทศ (ประกอบด้วย ประเทศญี่ปุ่น สาธารณรัฐเกาหลี เบลเยียม และสหรัฐอเมริกา) และประเทศไทย

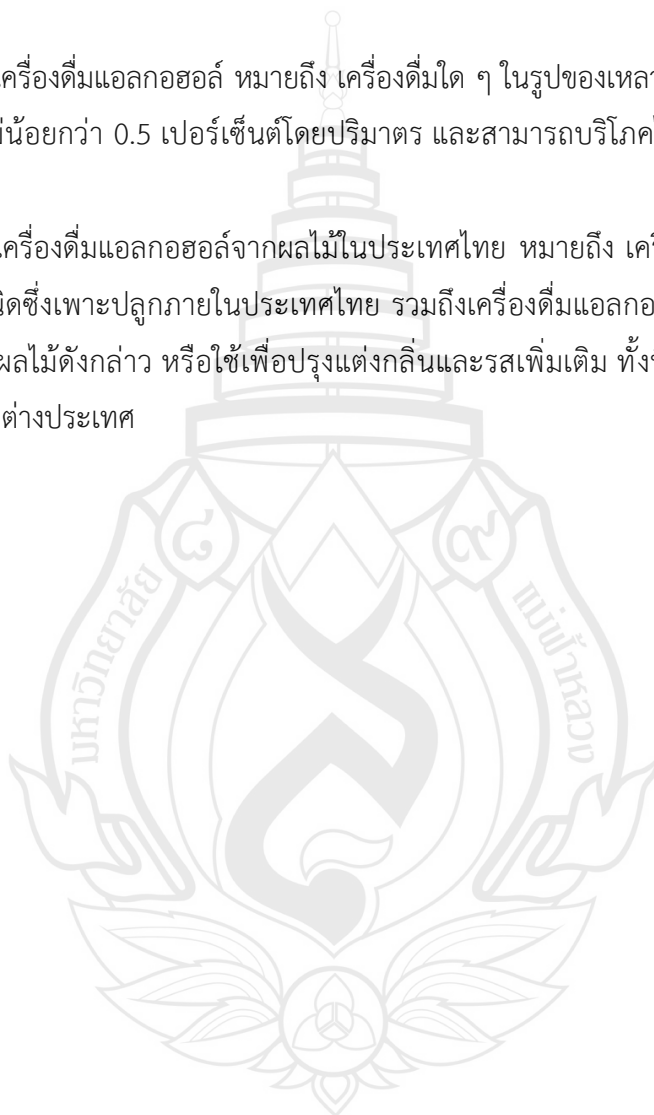
1.6.3 มีความเข้าใจถึงสภาพปัญหาในปัจจุบันในด้านนโยบายและมาตรการทางกฎหมาย ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ในประเทศไทย

1.6.4 ได้ข้อเสนอแนวทางการปรับปรุงนโยบายและมาตรการทางกฎหมายที่เกี่ยวข้อง เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ในประเทศไทยให้เติบโตได้อย่างเข้มแข็ง

1.7 คำนิยามศัพท์

1.7.1 เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หมายถึง เครื่องดื่มใด ๆ ในรูปของเหลวที่มีเอทิลแอลกอฮอล์เป็นองค์ประกอบไม่น้อยกว่า 0.5 เปอร์เซ็นต์โดยปริมาตร และสามารถบริโภคได้ เช่น สุรากลั่น สุราแช่ ไวน์ เบียร์ ฯลฯ

1.7.2 เครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ในประเทศไทย หมายถึง เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ผลิตจากผลไม้ทุกชนิดซึ่งเพาะปลูกภายในประเทศไทย รวมถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ผ่านการหมัก ดอง หรือแช่ร่วมกับผลไม้มากแล้ว หรือใช้เพื่อปรุงแต่งกลิ่นและรสเพิ่มเติม ทั้งนี้ไม่รวมถึงเครื่องดื่มที่ใช้ผลไม้นำเข้าจากต่างประเทศ



บทที่ 2

แนวความคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จากผลไม้

2.1 ความเป็นมาและประเภทของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

2.1.1 ความเป็นมาของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

คำว่า “แอลกอฮอล์” มาจากภาษาอารบิกคำว่า al-kohl ที่ชาวอาหรับใช้เรียกเครื่องสำอางประเภทยาตองและของมีนเมาต่าง ๆ ได้แก่ รัม บรั่นดี วิสกี้ เหล้า สาเก ไวน์องุ่น เบียร์ ฯลฯ ซึ่งในอดีตแอลกอฮอล์สามารถเกิดได้เองตามธรรมชาติก่อนที่มนุษย์จะรู้จักวิธีการผลิตแอลกอฮอล์เป็นครั้งแรก จากการที่เมื่อเวลาผลไม้สุกแล้วตกจากต้นลงแช่ในน้ำเป็นเวลานาน จะทำให้เกิดของเหลวชั้นสามารถนำมาดื่มได้ ทำให้ผู้ดื่มรู้สึกกระชุ่มกระชวย และกระปรี้กระเปร่า โดยปกติแอลกอฮอล์มีหลายชนิด หลายรูปแบบ ตามน้ำหนักของโมเลกุลที่ประกอบขึ้นมา เช่น เอทิลแอลกอฮอล์ เมทิลแอลกอฮอล์ บิวทิลแอลกอฮอล์ โพรพิลแอลกอฮอล์ เป็นต้น¹⁵ ซึ่งในกฎหมายไทยได้ให้ความหมายว่า “เครื่องดื่มแอลกอฮอล์” หมายถึง เครื่องดื่มใด ๆ ในรูปของเหลวที่มีเอทิลแอลกอฮอล์เป็นองค์ประกอบไม่น้อยกว่าร้อยละ 0.5 โดยปริมาตรและสามารถบริโภคได้¹⁶

การผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้น ยังไม่ปรากฏแน่ชัดว่าเกิดขึ้นในช่วงใดในประวัติศาสตร์ของโลกและใครคือผู้ค้นพบ แต่มีการคาดการณ์ว่าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้นมีมาตั้งแต่ยุคหินใหม่ (New Stone Age) ก่อนคริสตกาลถึง 10,000 ปี ในวารสาร Scientific American ปี ค.ศ. 2000 ได้มีการตีพิมพ์บทความเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่เขียนโดย Bert L. Vallee ศาสตราจารย์จาก Harvard Medical School ซึ่งคาดว่าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้นถือกำเนิดขึ้นมาพร้อม ๆ กับการทำเกษตรของมนุษย์¹⁷ ในบริบทของประเทศไทย มีหลักฐานทางประวัติศาสตร์ที่

¹⁵ องค์การสุรา กรมสรรพสามิต, ‘แอลกอฮอล์ คืออะไร’ (2560) <https://www.liquor.or.th/aic/detail/แอลกอฮอล์-คืออะไร> สืบค้นเมื่อ 2 กรกฎาคม 2025.

¹⁶ พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 และ พระราชบัญญัติสุรา พ.ศ. 2493.

¹⁷ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ, ส่งเสริมการพัฒนาทักษะชีวิต สำหรับเด็กและเยาวชน เรื่อง “เหล้าอยากเล่า” <<https://resourcecenter.thaihealth.or.th/files/7/Manual/Final%20>> สืบค้นเมื่อ 26 เมษายน 2567.

เก่าแก่ที่สุดปรากฏในบันทึกของชาวจีนช่วงสมัยกรุงศรีอยุธยา ระหว่างปี พ.ศ. 1650–1852 ซึ่งระบุว่าคนไทยมีการกลั่นสุรจากอ้อย ทั้งนี้ ในรัชสมัยสมเด็จพระนารายณ์มหาราช สุราที่ผลิตโดยชาวไทยมักเรียกกันว่า “เหล้าโรง” ต่อมาเมื่อมีการติดต่อค้าขายและแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมกับชาติตะวันตกมากขึ้น ทำให้คนไทยเริ่มรู้จักเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ชนิดอื่น ๆ เช่น ไวน์ (เหล้าองุ่น) เบียร์ แชมเปญ วิสกี้ และบรั่นดี¹⁸

ในสังคมไทย วัฒนธรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีนัยมากกว่าการดื่มเพื่อการบริโภคเท่านั้น หากแต่ทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการสร้างปฏิสัมพันธ์ทางสังคม การดื่มจึงกลายเป็นกิจกรรมที่ฝังรากลึกในบริบทของประเพณี พิธีกรรม และกิจกรรมสำคัญต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นงานบวช งานแต่งงาน งานศพ หรือแม้แต่ในโอกาสสำคัญทางศาสนา โดยมักมีการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในปริมาณมากเพื่อส่งเสริมบรรยากาศแห่งความรื่นเริงและความสนุกสนานของผู้เข้าร่วมงาน¹⁹

2.1.2 ประเภทของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ตามพระราชบัญญัติสุรา พ.ศ. 2493 ได้แยกประเภทของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไว้ตามกรรมวิธีการผลิตหลัก ๆ 2 ประเภท ได้แก่

1. สุราแช่ หมายถึง สุราที่ไม่ได้กลั่นและให้หมายความรวมถึงสุราแช่ที่ได้ผลกับสุรากลั่นแล้ว แต่ยังมีแรงแอลกอฮอล์ไม่เกิน 15 ดีกรีด้วย เช่น เบียร์ ไวน์ สปรักกลิ้งไวน์ และสุรา
2. สุรากลั่น หมายถึง สุราที่ได้กลั่นแล้ว และให้หมายความรวมถึงสุรากลั่นที่ได้ผสมกับสุราแช่ แต่มีแรงแอลกอฮอล์เกินกว่า 15 ดีกรีด้วย เช่น สุราสามทับ สุราขาว สุราผสม สุราปรุงพิเศษ และสุราพิเศษ เป็นต้น²⁰

นอกจากนี้ โดยทั่วไปเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แบ่งเป็นประเภทหลัก ๆ ได้ 4 ประเภทคือ

1. เหล้า เครื่องดื่มที่ได้จากการกลั่นโดยใช้วัตถุดิบจากธรรมชาติ เช่น ข้าว ข้าวสาลี กากน้ำตาล อ้อย เป็นต้น
2. เบียร์ เครื่องดื่มที่ได้จากการหมักส่วนผสมจากธรรมชาติ เช่น ข้าวบาร์เลย์ เป็นต้น
3. ไวน์ เกิดจากการหมักน้ำตาลของผลไม้ เช่น องุ่น ลูกพลัม เป็นต้น
4. เครื่องดื่มแอลกอฮอล์พื้นบ้าน ซึ่งอาจแยกเป็นประเภทต่าง ๆ ได้ดังนี้

¹⁸ พระไพศาล วิสาโล, ประวัติศาสตร์การบริโภคสุราในประเทศไทย (2538) <<http://www.shi.or.th/upload/SHI%20annual%20conf%202015/Songkran.pdf>> สืบค้นเมื่อ 2 กรกฎาคม 2025.

¹⁹ เกษม เพ็ญภินันท์ และคณะ, ผลกระทบเชิงวัฒนธรรมของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์: ความเสมือนจริง, วัฒนธรรมเชิงทัศน์และการแปรเปลี่ยนการส่งเสริมการขายในอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์: รายงานฉบับสมบูรณ์ (ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ 2555) 14.

²⁰ พระราชบัญญัติสุรา พ.ศ. 2493.

1) กระแช่หรือน้ำตาลเมา เป็นเครื่องต้มแอลกอฮอล์ที่ทำมาจากน้ำตาลโตนดเกิดจากการหมักน้ำตาลที่ได้จากการปาดจั่น มะพร้าว งวงตาล งวงระกำ เป็นต้น

2) สาโท เครื่องต้มแอลกอฮอล์ประเภทไวน์ทำจากข้าวเหนียวหมักสา

3) น้ำข้าว เกิดจากการหมักข้าวเหนียวและแป้งเหล้า

4) อุ ทำมาจากปลายข้าวและเกลบผสมแป้งข้าวหมักนำไปหมักในไห²¹

ทั้งนี้ การนำผลไม้ไปแปรรูปเป็นเครื่องต้มแอลกอฮอล์ส่วนใหญ่มักทำเป็นในประเภทของสุราแช่ เช่น เหล้าผลไม้ ไวน์ผลไม้ หรือสุราพื้นบ้าน เป็นต้น ส่วนเครื่องต้มแอลกอฮอล์ประเภทอื่นอาจนำผลไม้ไปแปรรูปได้บ้างหรืออาจนำมาเสริมตกแต่งกลิ่น ซึ่งไม่ได้ใช้เป็นวัตถุดิบหลัก

2.2 แนวความคิดที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมอุตสาหกรรมเครื่องต้มแอลกอฮอล์จากผลไม้

2.2.1 แนวความคิดการสร้างมูลค่าเพิ่ม

การสร้างมูลค่าเพิ่ม หมายถึง การพัฒนาตัวผลิตภัณฑ์ให้เกิดความพึงพอใจต่อผู้บริโภคสูงสุด และเกินความคาดหวังของผู้บริโภค อีกทั้ง มูลค่าเพิ่มอาจเกิดจากการเพิ่มสิ่งทีนอกเหนือจากสิ่งที่ผู้บริโภคคาดว่าจะได้รับในตลาดที่มีการแข่งขันกันอย่างรุนแรงและอุตสาหกรรมอยู่ในสภาวะอิ่มตัว ซึ่งจะเห็นว่าผลิตภัณฑ์หลักจะไม่ค่อยมีความแตกต่างกันเท่าใด ดังนั้น ธุรกิจแต่ละรายจึงพยายามหาโอกาสพัฒนาและยกระดับคุณลักษณะต่าง ๆ ของผลิตภัณฑ์เสนอแก่ลูกค้า เครื่องมือที่จะช่วยให้ธุรกิจอยู่รอดและเติบโต สามารถสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้าเหนือคู่แข่งในภาวะที่มีการแข่งขันอย่างรุนแรงได้ คือ การดึงดูดด้วยการสร้างมูลค่าเพิ่มที่มอบให้แก่ผู้บริโภค ซึ่งเป็นมูลค่าเพิ่มที่ทำให้ลูกค้ามีความรู้สึกมากกว่าความพอใจ²²

บรรจุภัณฑ์ ถือเป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยเพิ่มมูลค่าสินค้าได้ดี ส่งผลในการตัดสินใจซื้อสินค้าของลูกค้า ถ้าบรรจุภัณฑ์ออกแบบสวยงาม มีความโดดเด่นน่าสนใจ เพิ่มความน่าเชื่อถือให้กับสินค้าในการเพิ่มมูลค่าที่ให้สินค้าของเราดูดีมีความแตกต่างจากคู่แข่งนั้น จะยังทำให้สามารถเพิ่มมูลค่าของราคาสินค้าได้มากยิ่งขึ้น เป็นการเพิ่มโอกาสที่จะทำให้สินค้าเป็นที่รู้จัก และแนะนำสินค้าต่อ ๆ กันไปอย่างต่อเนื่อง ซึ่งการเพิ่มมูลค่านั้น จะต้องมีความคิดสร้างสรรค์ และแปลกใหม่เพื่อดึงดูดผู้บริโภคให้เกิด

²¹ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (เชิงอรรถ 17).

²² ศุภชัย เหมียรโพธิ์, ‘วิจัยและพัฒนาารูปแบบการพัฒนาธุรกิจชุมชน โดยใช้ฐานคิดการตลาดสมัยใหม่ 3.0’ (2562) 3 วารสารการเมือง การบริหาร และกฎหมาย 386.

การตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการแนวคิดเรื่องการสร้าง มูลค่าเพิ่ม ในปัจจุบัน ผู้บริโภคมีทางเลือกในการบริโภคสินค้าหรือบริการที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น ส่งผลให้ภาคธุรกิจจำเป็นต้องให้ความสำคัญทั้งในด้านการดึงดูดผู้บริโภครายใหม่ และการรักษาสถานลูกค้าเดิมให้ยังคงเลือกใช้สินค้าหรือบริการอย่างต่อเนื่อง แนวคิดเรื่องการสร้างมูลค่าเพิ่มจึงกลายเป็นองค์ประกอบที่มีบทบาทสำคัญ โดยในอดีต ความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หรือบริการมักพิจารณาจากคุณภาพหลักของสินค้าเป็นสำคัญ ซึ่งต้องสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้เหนือกว่าคู่แข่ง อย่างไรก็ตาม มุมมองทางธุรกิจในปัจจุบันได้มุ่งเน้นเพียงการจำหน่ายผลิตภัณฑ์หรือบริการเท่านั้น แต่ยังให้ความสำคัญกับองค์ประกอบเสริมที่สามารถสร้างคุณค่าและประสบการณ์ให้แก่ผู้บริโภคได้อย่างเต็มที่ โดยเฉพาะในภาคการท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์ที่มีความโดดเด่นและสามารถสร้างความประทับใจให้นักท่องเที่ยวมีแนวโน้มได้รับความนิยมและมียอดการซื้อที่สูงขึ้น²³

อุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้เป็นกลไกหนึ่งในการเพิ่มมูลค่าให้แก่สินค้าเกษตรประเภทผลไม้ โดย “การสร้างมูลค่าเพิ่ม” หมายถึง การแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรจากลักษณะดั้งเดิมให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะตรงตามความต้องการของตลาด ซึ่งอาจใช้วิธีการแปรรูปทั้งในรูปแบบที่ง่ายหรือซับซ้อน ทั้งในลักษณะของผลิตภัณฑ์อาหารและไม่ใช่อาหาร การดำเนินการดังกล่าวจะช่วยเพิ่มมูลค่าของผลผลิต ลดปัญหาผลผลิตล้นตลาด ลดต้นทุนด้านการขนส่ง และสร้างอาชีพหรือธุรกิจที่เกี่ยวข้องในระดับชุมชนและท้องถิ่น ตัวอย่างที่สะท้อนแนวคิดดังกล่าว ได้แก่ การแปรรูปอ้อยในโรงงานน้ำตาล ซึ่งนอกจากจะได้ผลิตภัณฑ์หลักคือ น้ำตาล ยังได้ผลพลอยได้ เช่น ชานอ้อย ซึ่งสามารถนำไปใช้เป็นวัตถุดิบในอุตสาหกรรมอื่นต่อไป สำหรับการแปรรูปผลไม้เป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ถือเป็นตัวอย่างหนึ่งของการสร้างมูลค่าเพิ่มโดยใช้กระบวนการหมัก ซึ่งนอกจากจะช่วยยืดอายุการเก็บรักษาผลไม้แล้ว ยังสามารถใช้ผลผลิตที่ไม่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานของตลาดสดหรือการส่งออกได้อย่างมีประสิทธิภาพ²⁴

การพัฒนาและเพิ่มมูลค่าสินค้าเกษตรยังครอบคลุมถึงการผลิตสินค้าให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด เช่น การผลิตนอกฤดู การลดการใช้สารเคมีในกระบวนการผลิตตามแนวทางเกษตรอินทรีย์ การส่งเสริมมาตรฐานการผลิตตามระบบการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี (Good

²³ คมสัน อยู่เป็นสุข, ‘แนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยกระบวนการขายผ่านออนไลน์ในวิถีชีวิตใหม่ของกลุ่มโอท็อป อำเภอสามพราณจังหวัดนครปฐม’ (พุทธศาสนคณาภิธานิต สาขาวิชาการพัฒนาสังคม มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย 2565) 13.

²⁴ กลุ่มส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชน กองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน กรมส่งเสริมการเกษตร, ‘ความสำคัญของการสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตร ความสำคัญของการสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตร’ <<http://www.sceb.doe.go.th/data/ktank/>> สืบค้นเมื่อ 25 เมษายน 2567.

Agricultural Practice: GAP) และการจัดให้มีระบบการตรวจสอบย้อนกลับ (Traceability) ตลอดห่วงโซ่การผลิต นอกจากนี้ ด้านการตลาดยังควรมีการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่าย เช่น การขยายตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ การส่งเสริมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ การสร้างยี่ห้อสินค้า ตลอดจนการเชื่อมโยงข้อมูลตลาดในระดับท้องถิ่นและระดับชาติ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการกระจายสินค้า²⁵

ดังนั้น การประยุกต์ใช้ “แนวคิดการสร้างมูลค่าเพิ่ม” เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ในประเทศไทยนั้น ผู้วิจัยเห็นว่า การแปรรูปผลไม้เป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีศักยภาพในการเติบโตอย่างต่อเนื่องในอนาคต และสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลผลิตทางการเกษตรประเภทผลไม้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะการนำผลไม้ตามฤดูกาลหรือผลไม้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานสำหรับการส่งออกมาใช้ในกระบวนการผลิต ซึ่งไม่เพียงแต่ช่วยลดปัญหาผลผลิตล้นตลาดเท่านั้น แต่ยังช่วยยืดอายุของผลผลิตผ่านการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถจัดจำหน่ายในระยะยาว

นอกจากนี้ การแปรรูปผลไม้เป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ยังถือเป็นกลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ในตลาดเดิม กล่าวคือ แม้ตลาดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จะมีผลิตภัณฑ์หลากหลายประเภทอยู่แล้ว แต่ผลิตภัณฑ์ที่มีที่มาจากผลไม้ยังคงมีสัดส่วนที่น้อยเมื่อเทียบกับเครื่องดื่มประเภทอื่น อันเป็นผลมาจากข้อจำกัดด้านนโยบายและกฎหมายที่ยังไม่เอื้อต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมดังกล่าวอย่างเต็มศักยภาพ

2.2.2 แนวความคิดส่งเสริมธุรกิจชุมชน

ธุรกิจชุมชน เป็นการร่วมมือกันเพื่อดำเนินการทางธุรกิจของคนในชุมชน ที่ไม่ใช่มุ่งเน้นแต่การสร้าง ผลกำไร แต่เน้นการเกิดประโยชน์กับชุมชนและสร้างความเข้มแข็งของชุมชน โดยขณะเดียวกันสามารถแข่งขันด้านคุณภาพในการผลิตกับธุรกิจเอกชนได้ เป็นการประกอบกิจการของชุมชนและเพื่อชุมชน ตั้งแต่การระดมทุนต่าง ๆ การทำกิจการร่วมกัน การแบ่งปัน ผลประโยชน์ เกิดจากการใช้สิ่งที่มีอยู่ในชุมชนทั้งทุนทางสังคม ทุนทางวัฒนธรรม ทุนทางเศรษฐกิจและทุนทางสิ่งแวดล้อม เพื่อการพึ่งตนเองและการเพิ่มรายได้ให้กับชุมชน

ดังนั้น ธุรกิจชุมชนจึงเป็นกิจกรรมที่บุคคล หรือองค์กรในชุมชนมีส่วนร่วมเป็นเจ้าของกิจการและช่วยกันดำเนินการ มีการเรียนรู้ และจัดการร่วมกัน เพื่อดำเนินการในกิจกรรมการผลิต แปรรูป การค้า และการบริหารที่สอดคล้องกับสังคม วัฒนธรรม ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมของชุมชน อันจะนำไปสู่วิถีชีวิตและความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นของคนในชุมชน แต่เป็นธุรกิจที่สามารถช่วยเหลือเศรษฐกิจของประเทศได้ในระดับหนึ่ง ธุรกิจในระดับนี้ ยังมีปัญหาที่ประสบอยู่ คือ (1) ไม่เป็นที่รองรับ

²⁵ เพ็งอ้าง (เชิงอรรถ 24).

ของหน่วยงานรัฐหรือเอกชนอื่น ๆ เนื่องจากไม่มีกฎหมายรองรับ และ (2) การสนับสนุนจากภาครัฐไม่ตรงกับความต้องการที่แท้จริง เนื่องจากข้อมูลกลุ่มเป้าหมายและความต้องการไม่ชัดเจน รัฐจึงกำหนดให้มีการออกกฎหมายรองรับการประกอบการ

2.2.2.1 ความเป็นมาของธุรกิจชุมชน

แม้ว่าการช่วยเหลือกันในการประกอบอาชีพจะมีอยู่ในสังคมไทยมาเป็นเวลาช้านาน แต่การรวมตัวกันในรูปแบบของธุรกิจชุมชนนั้น เป็นรูปเป็นร่างชัดเจนหลังจากที่มีการทำสนธิสัญญาเบาว์ริงกับประเทศอังกฤษ เมื่อปี พ.ศ. 2398 ซึ่งมีผลทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการผลิตจากการผลิตเพื่อยังชีพมาเป็นการผลิตเพื่อการค้า มีการนำเอาวิธีการผลิตแบบอุตสาหกรรมเข้ามาปรับใช้ โดยมุ่งผลิตสินค้าเฉพาะอย่างตามที่ตลาดต้องการ ครั่งละจำนวนมาก ๆ เพื่อจำหน่ายแลกเงิน ซึ่งทวีความสำคัญมากขึ้นในฐานะสื่อกลางในการซื้อขายแลกเปลี่ยน ในระยะนี้ ประชาชนบางส่วนต้องประสบกับความเดือดร้อนในการทำมาหากินอย่างรุนแรง เนื่องจากได้กู้หนี้ยืมสินจากภายนอกมาลงทุนขยายการผลิตเพื่อตลาด แต่เมื่อผลผลิตและราคาผลผลิตที่ได้รับไม่เป็นไปตามที่คาดหมายไว้ ทำให้ต้องประสบกับการขาดทุน ไม่สามารถชำระหนี้คืนแก่เจ้าหนี้ได้ และต้องสูญเสียกรรมสิทธิ์ที่ดินในที่สุด ปัญหาเหล่านี้มีแนวโน้มรุนแรงมากขึ้นเรื่อย ๆ ในที่สุดรัฐบาลจึงได้นำเอาวิธีการธุรกิจชุมชนเข้ามาใช้ โดยในระยะแรกจัดตั้งขึ้นในรูปแบบของสหกรณ์หาทุน (เริ่มเมื่อปี พ.ศ. 2459) ซึ่งต่อมาได้ขยายไปสู่ธุรกิจชุมชนรูปแบบอื่น ๆ อีกหลายรูป ที่สำคัญได้แก่ ธุรกิจชุมชนด้านการผลิต ธุรกิจชุมชนด้านการเงิน และ ธุรกิจชุมชนด้านการจัดหาสินค้าอุปโภคบริโภค ซึ่งธุรกิจชุมชนเหล่านี้มีทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ²⁶

2.2.2.2 ธุรกิจชุมชนกับอุตสาหกรรม

จากการศึกษา พบว่า ได้มีการนำเอาวิธีการผลิตแบบอุตสาหกรรมเข้ามาใช้นับแต่มีการทำสนธิสัญญาเบาว์ริง อย่างไรก็ตาม กิจกรรมทางด้านอุตสาหกรรมของไทยในขณะนั้นยังไม่มีการพัฒนา และทิศทางการพัฒนาอุตสาหกรรมยังไม่มีอะไรเด่นชัดนัก จนกระทั่งถึงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 3 รัฐบาลเริ่มนำเอามาตรการส่งเสริมการลงทุนเข้ามาใช้ และการพัฒนาอุตสาหกรรมเริ่มมีแนวทางชัดเจนมากขึ้นในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 4 ซึ่งเน้นการพัฒนาอุตสาหกรรมที่ผลิตสินค้าทดแทนการนำเข้า ตามด้วยแผนฯ ฉบับต่อ ๆ มา (ฉบับที่ 5 - 7) เน้นการผลิตเพื่อการส่งออก อย่างไรก็ตาม มีข้อสังเกตว่า ไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาในระยะที่เน้นอุตสาหกรรมทดแทนการนำเข้าหรือเน้นการส่งออกก็ตาม สิ่งเหมือนกันคือการพัฒนาที่ยังคงยึดมั่น

²⁶ รังสรรค์ ปิติปัญญา และคณะ, 'แนวทางการพัฒนาธุรกิจภายใต้กระแสการพัฒนาอุตสาหกรรมในประเทศไทย' ใน มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (บรรณานุกรม), การประชุมทางวิชาการของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ครั้งที่ 37 (มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ 2543) 363.

อยู่กับอุดมการณ์ทางเศรษฐกิจแบบทุนนิยม อุตสาหกรรมที่พัฒนาขึ้นมาเกือบทั้งหมดอาศัยความได้เปรียบจากวัตถุดิบและทรัพยากรราคาถูกเป็นหลัก ไม่มีการพัฒนาเทคโนโลยีเป็นของตนเอง²⁷ ทั้งนี้ อุตสาหกรรมผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ ถือว่าเป็นการใช้ผลผลิตที่มาจากเกษตรกรรมโดยส่วนใหญ่แล้วมาจากชุมชน และยังไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร แม้รัฐได้ให้การสนับสนุนการแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 13 แต่การสนับสนุนดังกล่าวยังไม่ตรงตามความต้องการของชุมชน ส่งผลให้อุตสาหกรรมผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ยังไม่เติบโตเท่าที่ควร

ดังนั้น การนำ “แนวความคิดธุรกิจชุมชน” มาปรับใช้กับการส่งเสริมอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ในประเทศไทย ผู้วิจัยเห็นว่า อุตสาหกรรมผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ นั้น เป็นการใช้ผลผลิตที่มาจากเกษตรกรรมและชุมชนต่าง ๆ อีกทั้ง มีความเกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจฐานรากของประเทศไทยโดยตรง ซึ่งรัฐได้ให้การสนับสนุนผ่านนโยบายยุทธศาสตร์ชาติชาติ 20 ปี โดยมุ่งเน้นส่งเสริมธุรกิจในพื้นที่จังหวัดหรือภูมิภาคในประเทศ โดยจะช่วยเพิ่มปริมาณการผลิตหรือสร้างรายได้ให้กับพื้นที่นั้น ๆ ต่อไป เช่น การช่วยเพิ่มรายได้ของผู้คนในพื้นที่ หรือช่วยลดความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจ นอกจากนี้ ผลไม้ในประเทศไทยมีความหลากหลายและมีเอกลักษณ์ที่แตกต่างกันในแต่ละภูมิภาค การที่นำผลไม้ในแต่ละภูมิภาคมาแปรรูปเป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ยังช่วยส่งเสริมแนวความคิด soft power อีกด้วย ซึ่งจะส่งผลดีด้านวัฒนธรรมและธุรกิจของประเทศไทย และจะช่วยเผยแพร่วัฒนธรรมของประเทศไทยในด้านของเครื่องดื่ม เช่นเดียวกับประเทศญี่ปุ่นที่มีชื่อเสียงในด้านของอุเมซุหรือเหล้าบ๊วย ซึ่งเป็นที่รู้จักทั่วโลก และในด้านธุรกิจถือว่าเป็นสินค้าทางวัฒนธรรมอีกด้วย โดยจะส่งผลดีในการสร้างแรงดึงดูดและความนิยมต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศไทยในระยะยาว ในปัจจุบัน ประเทศไทยได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของซอฟต์แวร์ (Soft Power) โดยผ่านการจัดตั้งหน่วยงานที่สำคัญคือ สำนักงานส่งเสริมวัฒนธรรมสร้างสรรค์ (Thailand Creative Content Agency) ซึ่งเป็นหน่วยงานที่รวบรวมงบประมาณ และภารกิจที่เคยใช้สนับสนุนอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ไว้ที่เดียวไม่ให้เกิดการกระจาย และมีการวางแผนงานร่วมกันทั้งหน่วยงานรัฐและเอกชนผ่านนโยบาย เพื่อให้การสนับสนุนอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ของประเทศไทยเป็นไปอย่างเต็มประสิทธิภาพ²⁸ผ่านอุตสาหกรรมทั้ง 11 ด้าน²⁹

²⁷ เฟื่องอ้าง (เชิงอรรถ 26) 364.

²⁸ THACC, ‘เกี่ยวกับ THACC’ <<https://thacca.go.th/about/>> สืบค้นเมื่อ 29 กุมภาพันธ์ 2567.

²⁹ ได้แก่ (1) ด้านหนังสือ (2) ด้านเทศกาล (3) ด้านอาหาร (4) ด้านการท่องเที่ยว (5) ด้านดนตรี (6) ด้านเกม (7) ด้านกีฬา (8) ด้านศิลปะ (9) ด้านการออกแบบ (10) ด้านภาพยนตร์ ละครและซีรีส์ (11) ด้านแฟชั่น.

2.3 ทฤษฎีที่เกี่ยวกับการส่งเสริมอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้

2.3.1 ทฤษฎีตลาดผู้ขายน้อยราย

ตลาดผู้ขายน้อยราย เป็นส่วนหนึ่งของตลาดแข่งขันไม่สมบูรณ์ โดยมีโครงสร้างตลาดที่มีข้อจำกัดบางอย่างทำให้การแข่งขันไม่เป็นไปตามกลไกตลาดเสรี เช่น มีผู้ขายจำนวนน้อยที่สามารถกำหนดราคาได้ สินค้าอาจมีความแตกต่างกัน และมีอุปสรรคในการเข้าสู่ตลาด³⁰ ตลาดประเภทนี้แบ่งออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ (1) ตลาดผูกขาด (Monopoly) ที่มีผู้ขายรายเดียว (2) ตลาดผู้ขายน้อยราย (Oligopoly) ที่มีผู้ขายไม่กี่ราย (3) และตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด (Monopolistic Competition) ที่มีผู้ขายหลายรายแต่มีกลยุทธ์สร้างความแตกต่างของสินค้า ซึ่งตลาดผู้ขายน้อยรายมักทำให้ราคาสูงขึ้นและการเข้าถึงของผู้ประกอบการรายใหม่ยากขึ้น แต่ก็ช่วยกระตุ้นนวัตกรรมและการพัฒนาสินค้าใหม่ ๆ ซึ่งตลาดผู้ขายน้อยรายนี้อยู่ระหว่างตลาดผู้ขายมารายและตลาดผูกขาด การแข่งขันในตลาดผู้ขายน้อยรายจะเกิดขึ้นในกลุ่มผู้ขายจำนวนไม่มาก (Competition among the few) ในขณะที่การแข่งขันของตลาดผู้ขายมารายเกิดขึ้นในกลุ่มผู้ขายจำนวนมาก (Competition among the many)

2.3.3.1 ประเภทโครงสร้างตลาดผู้ขายน้อยราย

มีการแบ่งคุณลักษณะสินค้าในอุตสาหกรรมตลาดผู้ขายน้อยรายแบ่งได้เป็น 2 ชนิด ได้แก่

1. ตลาดผู้ขายน้อยแบบมีความแตกต่างของสินค้า (Differentiated Oligopoly) หมายถึง โครงสร้างตลาดที่มีผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายเพียงไม่กี่ราย ซึ่งนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะแตกต่างกันในด้านคุณลักษณะ รูปลักษณ์ คุณภาพ หรือภาพลักษณ์ของยี่ห้อสินค้า แม้ว่าผลิตภัณฑ์เหล่านั้นจะสามารถใช้ทดแทนกันได้ในระดับหนึ่ง เช่น ผงซักฟอก เครื่องดื่ม หรือผลิตภัณฑ์อุปโภคบริโภคประเภทอื่น ๆ ที่มีคุณลักษณะคล้ายคลึงกัน แต่มีความแตกต่างในด้านการออกแบบ การตลาด และคุณสมบัติเฉพาะตัว ซึ่งบ่งชี้ถึงการแข่งขันระหว่างกันในระดับสูง แม้จะมีใช้สินค้าที่เป็นเนื้อเดียวกันโดยสมบูรณ์ก็ตาม อย่างไรก็ตาม สินค้าของผู้ผลิตแต่ละรายยังคงมีลักษณะเฉพาะที่สะท้อนเอกลักษณ์ของยี่ห้อสินค้าหรือกลยุทธ์ของบริษัท ทำให้เกิดความแตกต่างจากคู่แข่งภายในตลาด

2. ตลาดผู้ขายน้อยที่ไม่มีความแตกต่างของสินค้า (Pure Oligopoly) หมายถึง อุตสาหกรรมที่ผู้ผลิตมีการผลิตสินค้าที่มีลักษณะเหมือนกันหรือมาตรฐานเดียวกัน เช่น เหล็กกล้า ซีเมนต์ หรือลูมิเนียม ซึ่งผู้ซื้อไม่มีแรงจูงใจอย่างอื่นให้ขอสินค้าของผู้ผลิตรายหนึ่งรายใดมากหรือ

³⁰ Antoine Augustin Cournot, *Recherches sur les Principes Mathématiques de la Théorie des Richesses* (Hachette 1838).

น้อยกว่า ยกเว้นเรื่องราคา ดังนั้น หากสินค้ามีความเหมือนกันทุกประการ ราคาจากผู้ผลิตจะเป็นราคาเดียวกันเพื่อป้องกันการไม่ให้ผู้ซื้อไปซื้อผู้ผลิตรายอื่นแล้วทำให้ยอดขายหรือกำไรลดลง เพราะหากผู้ผลิตรายใดตั้งราคาสูงหรือขายในราคาที่สูงกว่าราคาตลาดผู้ซื้อก็จะหันไปซื้อสินค้าของผู้ผลิตรายอื่นที่ราคาถูกกว่าและทดแทนกันได้ หรืออาจเรียกได้ว่าเป็นสินค้าที่มีการทดแทนกันอย่างสมบูรณ์³¹

2.3.3.2 ลักษณะโดยทั่วไปของโครงสร้างตลาดผู้ขายน้อยราย แบ่งออกเป็น 3 ประการ ได้แก่

1. ในตลาดผู้ขายน้อยรายจะมีผู้ขายหรือผู้ผลิตจำนวนน้อยราย ซึ่งเป็นผลให้ปริมาณการขายของผู้ผลิตแต่ละรายมีสัดส่วนค่อนข้างสูง แต่ไม่ได้หมายความว่าหน่วยธุรกิจในตลาดผู้ขายน้อยรายจะต้องเป็นรายใหญ่เสมอไป ผู้ผลิตแต่ละรายอาจเป็นรายเล็ก อย่างไรก็ตาม การที่มีผู้ผลิตจำนวนน้อยรายในตลาดจะทำให้การดำเนินนโยบายของผู้ผลิตแต่ละรายมีผลกระทบซึ่งกันและกันอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ไม่ว่าผู้ผลิตรายใดรายหนึ่งจะมีการเปลี่ยนแปลงนโยบายของตนเองไปเป็นอย่างไร เช่น อาจจะเป็นการเปลี่ยนแปลงรูปแบบบรรจุภัณฑ์หรือการลดราคา ผู้ผลิตหรือคู่แข่งในตลาดอีกสองสามรายจะสามารถสังเกตพฤติกรรมของคู่แข่งได้ทันที เพื่อหาวิธีหรือแนวทางที่จะแก้ไขปรับปรุงนโยบายของตน ให้ส่งผลกระทบกลับมายังผู้ผลิตรายแรกที่มีการเปลี่ยนแปลงนโยบาย ดังนั้น การกำหนดนโยบายใด ผู้ผลิตจะต้องคำนึงถึงผลกระทบที่จะได้รับกลับมาจากการดำเนินนโยบายนั้นและคำนึงถึงปฏิกิริยาของผู้ผลิตรายอื่นที่จะส่งผลกระทบถึงตนเองด้วย

2. สินค้าของผู้ผลิตแต่ละรายมีความแตกต่างกันบ้างหรืออาจจะเหมือนกันทุกประการในความคิดของผู้บริโภค ถ้าเป็นสินค้าที่มีความเหมือนกันทุกประการผู้บริโภคจะให้ความสำคัญกับราคามากที่สุด แต่หากเป็นสินค้าที่ผู้บริโภคมีความรู้สึกว่าแตกต่างกันบ้างผู้บริโภคมักจะให้ความสำคัญกับปัจจัยอื่นนอกจากราคา เช่น การบริการหลังการขายที่จะได้รับจากผู้ผลิต รูปแบบหรือลักษณะของหีบห่อบรรจุภัณฑ์ เป็นต้น

3. การเข้าหรือออกจากตลาด หากเป็นผู้ผลิตรายใหม่อาจทำได้ยากเนื่องจากปัจจัยหลาย ๆ ประการที่เป็นอุปสรรคในการเข้าตลาด เช่น ข้อกำหนดหรือใบอนุญาตตามกฎหมาย หรือการที่ผู้ผลิตไม่สามารถเข้าถึงทรัพยากรหรือวัตถุดิบในการผลิตได้ เนื่องจากผู้ผลิตเจ้าเดิมในตลาดมีอำนาจในการต่อรองและควบคุมแหล่งวัตถุดิบนั้นได้ ที่สำคัญคือการเข้ามาแข่งขันของผู้ผลิตรายใหม่นั้นจำเป็นต้องลงทุนมากเพื่อให้กิจการใหญ่พอที่ได้ความประหยัดจากขนาด (Economies of

³¹ ดวงทิพย์ ร่วมความคิด, ‘อุตสาหกรรมน้ำมันถั่วเหลือง : โครงสร้างและพฤติกรรมตลาดและปัจจัยในการเลือกซื้อของผู้บริโภค’ (เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ 2557) 9.

Scale)³² จึงจะสามารถแข่งขันในด้านของราคาได้ ถ้าเป็นตลาดน้อยรายที่มีผู้ผลิต สินค้าที่มีความแตกต่างกันบ้างในสายตาของผู้ซื้อ เป็นการยากที่ผู้ผลิตรายใหม่จะเข้ามาแข่งในตลาดเพราะเจ้าตลาดได้วางจำหน่ายสินค้าหรือกระจายสินค้าในเชิงกว้างหรือทั่วประเทศ ซึ่งมีผลให้ผู้บริโภคคุ้นชินกับตราสินค้านั้น ๆ ในตลาดเป็นอย่างดี หรือบางทีอาจจะมีความชอบสินค้าบางตราสินค้าเป็นพิเศษ ซึ่งเหตุผลมาจากหลายปัจจัย เช่น ความน่าเชื่อถือในตัวสินค้า คุณภาพอันเนื่องจากการเป็นผู้ผลิตรายใหญ่มายาวนาน ดังนั้น การที่ผู้ผลิตรายใหม่จะผันตัวเข้าสู่การแข่งขันในตลาด จึงเป็นไปได้ค่อนข้างยากเนื่องจากมีต้นทุนในการใช้จ่ายในการก่อตั้งค่อนข้างสูง ซึ่งโอกาสที่ผู้ผลิตรายใหม่จะเข้ามาแข่งขันได้ ก็ต่อเมื่อตลาดสินค้ามีการปรับหรือเริ่มขยายตัวมากเกินไปจนกำลังการผลิตของผู้ผลิตรายใหญ่ที่อยู่ในตลาด อย่างไรก็ตาม บางกรณีที่ผู้ผลิตรายใหม่สามารถเข้ามาผลิตแข่งขันได้ อาจมาจากการผลิตสินค้าเฉพาะกลุ่ม เช่น ตลาดเปียร์ก็มีผู้บริโภคบางส่วนสนใจกราฟท์เปียร์ ซึ่งจัดเป็นสินค้าในกลุ่มเปียร์เช่นกัน ผู้แข่งขันรายใหม่อาจจะทำตลาดได้กับผู้บริโภคในบางกลุ่ม ซึ่งส่วนแบ่งทางการตลาดเมื่อเทียบกับเปียร์อุตสาหกรรมยังไม่ถือว่ามีส่วนแบ่งทางการตลาดที่มากจึงไม่กระทบกับผู้ผลิตรายใหญ่ในตลาด³³

ดังนั้น การนำ “ทฤษฎีตลาดผู้ขายน้อยราย” (Oligopoly) มาปรับใช้กับการส่งเสริมอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ในประเทศไทย ผู้วิจัยเห็นว่า ทฤษฎีตลาดผู้ขายน้อยรายจะช่วยอธิบายเกี่ยวกับสภาพปัญหาของตลาดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ผลิตจากผลไม้ในประเทศไทย ซึ่งจะเปรียบเทียบกับในเรื่องของส่วนแบ่งทางการตลาด สำหรับประเทศไทยว่ามีปริมาณการขายของผู้ผลิตรายใหญ่แต่ละรายมีสัดส่วนค่อนข้างสูง และผู้ผลิตรายเล็กมีส่วนแบ่งทางการตลาดที่น้อยมาก³⁴ เนื่องจากไม่สามารถเข้ามาในตลาดได้เพราะอุปสรรคต่าง ๆ ทั้งทางด้านนโยบาย ด้านกฎหมาย และด้านปฏิบัติ อุปสรรคเหล่านี้ได้ส่งผลเสียที่ตามมา คือ เกิดการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรมระหว่างผู้ผลิตรายใหญ่กับผู้ผลิตรายเล็ก และสินค้าประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ผลิตจากผลผลิตทางการเกษตรประเภทผลไม้ที่สร้างซอฟต์แวร์ให้ประเทศไทยก็ไม่สามารถเกิดขึ้นมาได้จากอุปสรรคและข้อจำกัดดังกล่าว

³² Economies of Scale หมายถึง การประหยัดต่อขนาด ที่เกิดจากการผลิตสินค้าในจำนวนที่มากพอจะทำให้ได้เปรียบในด้านต้นทุนจากการที่ต้นทุนต่อหน่วยต่ำลง เนื่องจากเมื่อผลิตสินค้าออกมามากขึ้นก็จะยังใช้ต้นทุนคงที่ได้คุ้มค่ามากขึ้น

³³ จิรวิภากร ชินบุตร, ‘บทบาทของกฎกระทรวงการผลิตสุรา พ.ศ. 2565 กับการเกิดธุรกิจกราฟท์เปียร์ในประเทศไทย’ (ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิติศาสตรศาสตรการค้ำระหว่างประเทศ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ 2565) 15-17.

³⁴ วรณดา ยงพิศาลภพ, แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรม ปี 2565-2567: อุตสาหกรรมเครื่องดื่ม (วิจัยกรุงศรี 2565) 7.

2.3.2 ทฤษฎีการบริหารงานของรัฐ

ทฤษฎีการบริหารงานของรัฐ (Public Administration Theory) เป็นทฤษฎีที่อธิบายถึงการบริหารราชการของรัฐในรูปแบบของการบูรณาการศาสตร์หลายแขนงเข้าด้วยกันไม่ว่าจะเป็น วิทยาศาสตร์ สังคมศาสตร์ เศรษฐศาสตร์ รัฐศาสตร์ และนิติศาสตร์ ในการส่งเสริมให้การบริหารงานของรัฐมีประสิทธิภาพมากขึ้นในด้านการกำหนดนโยบายและการตรากฎหมาย เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อสาธารณชนในประเทศ³⁵ อย่างไรก็ตาม การบริหารราชการของหน่วยงานของรัฐตามทฤษฎีดังกล่าวต้องคำนึงถึงประเด็นต่าง ๆ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและความเหมาะสม ดังต่อไปนี้

1. การสนับสนุน

ภาครัฐมีหน้าที่เป็นผู้สนับสนุนประชาชนที่ต้องการความช่วยเหลือและรับรองว่าประชาชนมีสิทธิมีเสียงในกระบวนการกำหนดนโยบาย และภาครัฐยังมีหน้าที่ในการพัฒนากลยุทธ์ที่จะส่งเสริมให้ชุมชนใช้บริการตามนโยบายที่ให้ไว้ รวมถึงหน้าที่ในการติดต่อโดยตรงกับประชาชนเพื่ออธิบายนโยบาย กฎหมาย และกฎระเบียบ ให้มีความตระหนักรู้และมีความเข้าใจมากยิ่งขึ้น

2. การเปลี่ยนนโยบายให้เป็นความจริง

ภาครัฐมีส่วนร่วมในทุกขั้นตอนของวงจรนโยบายเพื่อให้แน่ใจว่านโยบายนั้น มีประสิทธิภาพในทางปฏิบัติ ในขั้นตอนของการวางแผน การพัฒนา การดำเนินการ และการติดตามผล

3. ความสอดคล้องของกฎหมาย

ภาครัฐที่กำหนดนโยบาย กฎหมาย และกฎระเบียบ เช่น การดำเนินธุรกิจ กฎระเบียบด้านสิ่งแวดล้อม สาธารณสุข และการคุ้มครองผู้บริโภค ผู้บริหารภาครัฐตรวจสอบให้แน่ใจว่ามีแนวทางปฏิบัติที่ยุติธรรม ปลอดภัย และมีจริยธรรมในภาครัฐและเอกชน โดยรวมแล้ว พวกเขากำลังดำเนินการดังกล่าวเพื่อดูแลสมาชิกในชุมชน พนักงาน และผู้บริโภค

4. การพัฒนาเศรษฐกิจ

ในหน่วยงานของภาครัฐที่มีหน้าที่วางแผนและพัฒนาเศรษฐกิจ นโยบายที่ได้รับการกำหนดให้มุ่งเน้นการส่งเสริมการเติบโตทางเศรษฐกิจ การดึงดูดการลงทุน และการสร้างโอกาสในการจ้างงานอย่างมีประสิทธิภาพ เช่น นโยบายทางการเงิน เพื่อสร้างความมั่นคงในระบบการเงินและส่งเสริมการลงทุน รวมถึงกฎระเบียบที่ส่งเสริมอุตสาหกรรมต่าง ๆ โดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องของรัฐสามารถส่งเสริมและสนับสนุนธุรกิจ โดยการให้สิ่งจูงใจและปรับปรุงขั้นตอนการลงทุน เพื่อให้ธุรกิจมีโอกาสเติบโตและประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ โดยการส่งเสริมการส่งออก ลดการกีดกัน

³⁵ Lamidi and Kazeem Oyedele, 'Theories of Public Administration: An Anthology of Essays' (2015) 6 *International Journal of Politics and Good Governance* 10.

ทางการค้า และการเจรจาข้อตกลงทางการค้า เพื่อสร้างตลาดที่เหมาะสมเอื้อต่อการค้าและการลงทุนทั้งในระดับภูมิภาคและระดับนานาชาติ³⁶

เห็นได้ว่า ทฤษฎีการบริหารงานของรัฐบาลมีบทบาทสำคัญในการกำกับและส่งเสริมการดำเนินงานของภาคเอกชน โดยมีเหตุผลหลักคือ การแก้ไขปัญหาทางสังคมหรือให้สอดคล้องกับนโยบายของรัฐ เพื่อให้การบริหารงานและการปฏิบัติงานของรัฐบาลมีประสิทธิภาพและผลลัพธ์ที่ดีขึ้น หรือเรียกได้ว่า การเข้าไปแทรกแซงของรัฐในกิจกรรมของภาคเอกชนมีประโยชน์ต่อการบริหารจัดการของรัฐบาลหรือการกำกับดูแลของรัฐบาลอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น แนวทางนี้ได้รับการนำไปใช้ในหลายประเทศโดยรัฐบาล เพื่อปรับปรุงความมีประสิทธิภาพ ประสิทธิภาพ และความโปร่งใสของกฎเกณฑ์กำกับดูแลต่าง ๆ ที่เป็นเครื่องมือหลักในการบริหารงานของรัฐบาล การนำแนวคิดนี้มาใช้เป็นหนึ่งในกลไกสำคัญที่ช่วยให้ระบบการบริหารราชการดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพและมีความยืดหยุ่นในการปรับปรุงแก้ไข เมื่อทฤษฎีนี้ถูกนำเข้ามาใช้เป็นส่วนหนึ่งของการบริหารราชการ จะทำให้มีการวิเคราะห์และประเมินผลลัพธ์ของนโยบายและมาตรการที่นำมาใช้ให้สามารถปรับปรุงและปรับเปลี่ยนได้อย่างทันทั่วทั้งตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา

ทั้งนี้ จากผลดังกล่าวรัฐจึงเป็นผู้ที่มีหน้าที่วางนโยบาย (Policy-making) ออกกฎเกณฑ์ (Rule Making) ดำเนินการตามกฎเกณฑ์ (Implementing) และบังคับใช้กฎเกณฑ์ (Enforcing) ควรคำนึงถึงปฏิสัมพันธ์ระหว่างกฎเกณฑ์ สังคม เศรษฐกิจ เทคโนโลยี และการเมืองที่เกิดจากตัวแปรต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง หากกล่าวอีกนัยหนึ่งในการออกแบบการบริหารและการบังคับใช้กฎเกณฑ์นั้น รัฐควรต้องมีความเข้าใจลักษณะของกลุ่มที่เป็นเป้าหมายของการกำกับดูแลเนื้อหาและความจำเป็นของการกำกับดูแล และผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากการควบคุมกำกับดูแลต่าง ๆ รวมทั้งลักษณะและสภาพของเครื่องมือในเชิงนโยบายหลาย ๆ ประเภทที่แตกต่างกัน เพื่อที่จะได้สามารถจัดหาเครื่องมือที่ถูกต้องและเหมาะสมมาใช้ในการบรรลุเป้าหมายของการควบคุมกำกับดูแลได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ซึ่งจากเหตุผลนี้จึงได้นำไปสู่แนวความคิดในเรื่องการปฏิรูปและบริหารกฎเกณฑ์ในการควบคุมกำกับดูแล ตัวอย่างเช่น สหรัฐอเมริกาในยุคเริ่มแรกของการพัฒนาโทรคมนาคม รัฐบาลมีนโยบายที่ต้องการให้เครื่องใช้โทรศัพท์เป็นเครื่องใช้ประจำบ้าน รัฐจึงพยายามเข้าไปแทรกแซงการกำหนดทิศทางและลักษณะการให้บริการโทรคมนาคม เช่น การให้บริการราคาพิเศษแก่กลุ่มคนที่อยู่ห่างไกล การอุดหนุนข้ามภาค หรือการปรับเปลี่ยนรูปแบบ หรือเงื่อนไขการกำกับดูแลที่ผิดพลาด

³⁶ Point Loma Nazarene University, 'What is Public Administration? History, Impact, and Theories' <<https://www.pointloma.edu/resources/adult-degree-completion/what-public-administration-history-impact-theories>> สืบค้นเมื่อ 23 เมษายน 2024.

ล้ำสมัย หรือเข้มงวดเกินไป ทฤษฎีนี้สนับสนุนแนวความคิดเรื่องการลดหรือผ่อนคลายการกำกับดูแล การปฏิรูปการกำกับดูแล และใช้ในการปฏิรูปอุตสาหกรรม เป็นต้น³⁷

การนำ “ทฤษฎีการบริหารงานของรัฐ” (Public Administration Theory) มาปรับใช้กับการส่งเสริมอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องตีแอลกอฮอล์จากผลไม้ในประเทศไทย ผู้วิจัยเห็นว่า ทฤษฎีดังกล่าวจะช่วยอธิบายเกี่ยวกับสภาพปัญหาที่เกิดขึ้นในด้านนโยบายและด้านกฎหมาย จากการศึกษาพบว่า ปัจจุบันยังไม่มีนโยบายที่ให้การสนับสนุนการแปรรูปผลไม้เป็นเครื่องตีแอลกอฮอล์ไว้โดยตรง มีเพียงนโยบายที่ให้การสนับสนุนการแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรโดยทั่วไปเท่านั้น อีกทั้งในด้านกฎหมายก็มีข้อจำกัดต่าง ๆ ในด้านการอนุญาต มาตรการควบคุมการผลิต และการตลาด ซึ่งอาจส่งผลให้เป็นอุปสรรคในการเติบโตของอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องตีแอลกอฮอล์ได้ ทั้งนี้ ผู้วิจัยจะทำการศึกษาเกี่ยวกับสภาพปัญหาและอุปสรรคเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องตีแอลกอฮอล์จากผลไม้ในประเทศไทย อย่างละเอียดในบทที่ 4 ต่อไป

ดังนั้น จากการศึกษาอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องตีแอลกอฮอล์จากผลไม้ในประเทศไทย ทำให้พบว่า ความเป็นมา แนวความคิด และทฤษฎี เกี่ยวกับการส่งเสริมอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องตีแอลกอฮอล์จากผลไม้ในประเทศไทย มีประวัติความเป็นมาอย่างยาวนานและมีความสำคัญอย่างยิ่งบนพื้นฐานของเศรษฐกิจซึ่งจะช่วยสร้างมูลค่าเพิ่ม ช่วยให้ชุมชนมีรายได้ ส่งเสริมเศรษฐกิจฐานราก และช่วยแก้ไขปัญหาผลไม้ล้นตลาด อย่างไรก็ตาม การส่งเสริมอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องตีแอลกอฮอล์จากผลไม้มีความเหมือนแตกต่างอย่างมีนัยยะสำคัญในแต่ละประเทศ ซึ่งจะทำการศึกษาในบทต่อไป

³⁷ เฉลิมชัย กีกเกียรติกุล, ‘ทฤษฎีว่าด้วยการแทรกแซงของรัฐในกิจกรรมทางเศรษฐกิจ’ (2556) <<http://chalermchai-nbtc.blogspot.com/2013/06/public-interest-theory-common-well.html>> สืบค้นเมื่อ 2 กรกฎาคม 2025.

บทที่ 3

นโยบายและมาตรการทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมอุตสาหกรรมการผลิต เครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ในต่างประเทศและประเทศไทย

สำหรับหลักนโยบายและมาตรการทางกฎหมายในการส่งเสริม กำกับดูแล และควบคุม อุตสาหกรรมการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ของประเทศต่าง ๆ ได้แก่ ประเทศญี่ปุ่น สาธารณรัฐเกาหลี สหรัฐอเมริกา (รัฐแคลิฟอร์เนีย) และประเทศฝรั่งเศส พบว่ามีลักษณะที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญ ทั้งในแง่บริบททางวัฒนธรรม โครงสร้างทางเศรษฐกิจ ตลอดจนกลไกทางกฎหมาย และการบริหารจัดการ จึงเห็นควรศึกษานโยบายและมาตรการทางกฎหมายของประเทศเหล่านี้เพื่อใช้เป็นพื้นฐานในการวิเคราะห์หาแนวทางและมาตรการทางกฎหมายของประเทศไทยเกี่ยวกับการ ส่งเสริมอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ในบทที่ 5 ต่อไป

ประเทศญี่ปุ่น ผู้วิจัยเห็นว่า มีวัฒนธรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มาอย่างยาวนาน และ อุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ยังเติบโตอย่างต่อเนื่อง และอีกประการหนึ่งประเทศญี่ปุ่นยังเป็น หนึ่งในประเทศต้นแบบการส่งเสริมให้วิสาหกิจชุมชนมีการผลิตสุราพื้นบ้านขายควบคู่กับเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ที่ผลิตแบบอุตสาหกรรม ทำให้ผู้ขายสุราท้องถิ่นและผู้ผลิตรายใหญ่สามารถแข่งขันกันได้ อย่างเสรีภายใต้กติกาเดียวกัน ขณะเดียวกัน แต่ละพื้นที่ก็มีสุราและคราฟต์เบียร์ชุมชนเป็นของตัวเอง กลายเป็นอีกหนึ่งจุดขายและ Soft Power ที่น่าสนใจของประเทศนี้

สาธารณรัฐเกาหลี ผู้วิจัยเห็นว่า วัฒนธรรมการดื่มของสาธารณรัฐเกาหลีเป็นที่รู้จักอย่าง กว้างขวาง เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ได้รับความนิยมมากที่สุดในประเทศนี้คือ โซจู เป็นเครื่องดื่มที่คน ทั่วไปและนักท่องเที่ยวต่างชื่นชม โดยผ่านกระบวนการหมักแบบดั้งเดิม และหลังจากนั้นถูกกลั่นเอา ออกมาเป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เหตุนี้ทำให้โซจูกลายเป็นอีกหนึ่งส่วนสำคัญของวัฒนธรรมการกินดื่ม ของชาวเกาหลี ซึ่งพวกเขามักจะดื่มโซจูร่วมกับอาหารเพื่อเพิ่มรสชาติ นอกจากนี้ ราคาของโซจูไม่แพง มากเมื่อเทียบกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ชนิดอื่น ๆ ซึ่งทำให้มีการตั้งของโรงงานอุตสาหกรรมกระจายตัว อยู่ทั่วประเทศเพื่อตอบสนองความต้องการในตลาดนี้อย่างมาก ดังนั้น การเจริญเติบโตของ อุตสาหกรรมเหล้าโซจูในสาธารณรัฐเกาหลีจึงเป็นเรื่องที่น่าสนใจและมีความสำคัญที่ควร จะทำการศึกษาอย่างยิ่ง

สหรัฐอเมริกา รัฐแคลิฟอร์เนีย ผู้วิจัยเห็นว่า กฎหมายและนโยบายเกี่ยวกับการผลิตเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ของรัฐแคลิฟอร์เนียมีความสำคัญ เนื่องจากแคลิฟอร์เนียเป็นรัฐที่มีการผลิตและบริโภค

เครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากที่สุดในสหรัฐอเมริกา โดยเฉพาะในกลุ่มไวน์ เบียร์ และสุรากลั่น³⁸ ซึ่งมีอิทธิพลต่อเศรษฐกิจและนโยบายในระดับประเทศ อีกทั้งรัฐยังมีระบบการควบคุมและสนับสนุนอุตสาหกรรมที่ชัดเจน ทันสมัย และโปร่งใส ข้อมูลและแนวทางเหล่านี้สามารถใช้เป็นกรณีศึกษาเพื่อเปรียบเทียบหรือประยุกต์ใช้ในการพัฒนานโยบายในบริบทของประเทศอื่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งในเชิงเศรษฐกิจ สาธารณสุข และกฎหมาย เป็นเรื่องที่น่าสนใจและสำคัญที่ควรทำการศึกษาอย่างยิ่ง

ประเทศฝรั่งเศส ผู้วิจัยเห็นว่า ฝรั่งเศสเป็นผู้นำด้านอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ โดยเฉพาะไวน์ ไชเดอร์ และสุราท้องถิ่นที่มีชื่อเสียงระดับโลก อีกทั้งยังมีระบบการรับรองถิ่นกำเนิดสินค้าที่ช่วยยกระดับคุณภาพและมูลค่าของผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้ นโยบายของรัฐบาลฝรั่งเศสยังสนับสนุนกระบวนการผลิตอย่างครบวงจรตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ ไม่ว่าจะเป็นการวิจัย การส่งเสริมเกษตรกร การตลาด หรือการสร้างมูลค่าเพิ่มผ่านวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ทั้งยังมีการควบคุมและกำกับดูแลการบริโภคที่สมดุล จึงนับเป็นกรณีศึกษาที่สำคัญในการพัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้

3.1 ประเทศญี่ปุ่น

3.1.1 นโยบายที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้

จากการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่แปรรูปจากผลผลิตทางการเกษตรประเภทผลไม้ภายในประเทศญี่ปุ่น ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา และกำหนดประเด็นการศึกษาออกเป็น 3 กรณี คือ (1) มาตรการทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการเริ่มต้นอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ (กระบวนการต้นน้ำ) (2) มาตรการทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการผลิตของอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ (กระบวนการกลางน้ำ) (3) มาตรการทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการตลาดของอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ (กระบวนการปลายน้ำ) โดยมีรายละเอียดดังนี้

3.1.1.1 นโยบายที่เกี่ยวข้องกับการเริ่มต้นอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ (กระบวนการต้นน้ำ)

³⁸ Food Republic, 'Which State Drinks the Most Alcohol?' (2024) <<https://www.foodrepublic.com/1696711/which-state-drinks-most-alcohol/>> accessed 2 January 2025. and Vinetur, 'The Top Wine Drinking States in the US' (2024) <<https://www.vinetur.com/en/2025032686060/the-top-wine-drinking-states-in-the-us.html>> accessed 2 January 2025.

จากการศึกษานโยบายที่เกี่ยวข้องกับการเริ่มต้นอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้พบนโยบายที่เกี่ยวข้องดังนี้

1. นโยบายพื้นฐานเกี่ยวกับการรวมกลุ่มธุรกิจและการส่งเสริมการใช้ผลิตภัณฑ์เกษตรกรรม ป่าไม้ และการประมงในท้องถิ่น กับการส่งเสริมการแปรรูปผลผลิตทางการเกษตร ค.ศ. 2011³⁹ (農林漁業者等による農林漁業及び関連事業の総合化並びに地域の農林水産物の利用の促進に関する基本方針) กล่าวถึง

1) พื้นฐานเกี่ยวกับการส่งเสริมการสร้างธุรกิจใหม่โดยผู้ประกอบการด้านเกษตรกรรม ป่าไม้ และประมง

ในบริบทของการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางประชากรและเศรษฐกิจ อุตสาหกรรมเกษตรกรรม ป่าไม้ และการประมงในญี่ปุ่นกำลังเผชิญกับความท้าทายหลายประการ อาทิ การลดลงของแรงงานภาคการผลิต การเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ และรายได้ของเกษตรกรที่ถดถอยลงอย่างต่อเนื่อง เพื่อเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันและสร้างความยั่งยืนของอุตสาหกรรมเหล่านี้ จึงมีความจำเป็นต้องนำทรัพยากรในท้องถิ่นที่หลากหลายมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด โดยมุ่งเน้นการส่งเสริมการลงทุนใหม่ในภาคการผลิต การเพิ่มมูลค่าผลผลิต และการพัฒนาแนวทางการตลาดใหม่ ๆ นอกจากนี้ รัฐบาลยังให้ความสำคัญกับการพัฒนาแนวทางแบบบูรณาการที่เชื่อมโยงกับการใช้ทรัพยากรท้องถิ่นอย่างหลากหลาย อาทิ ความร่วมมือทางการเกษตร การใช้วัสดุชีวมวล การผลิตพลังงานทดแทน รวมถึงการส่งเสริมภาคการแพทย์ สวัสดิการ และอุตสาหกรรมอาหาร ซึ่งล้วนเป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์เพื่อการฟื้นฟูและสร้างควมมีชีวิตชีวาในพื้นที่ชนบท⁴⁰

2) หลักการและความสำคัญของการส่งเสริมการบูรณาการและธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับภาคเกษตรกรรม ป่าไม้ และประมง

แนวทางการบูรณาการกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องกับภาคเกษตรกรรม ป่าไม้ และประมงมีเป้าหมายหลักในการเพิ่มมูลค่าโดยการเชื่อมโยงกระบวนการผลิตกับกิจกรรมที่

³⁹ ประกอบไปด้วย 3 นโยบายย่อย ได้แก่ ก) นโยบายว่าด้วยการส่งเสริมการบูรณาการและธุรกิจเกษตรกรรม ป่าไม้ และประมง ข) นโยบายว่าด้วยการส่งเสริมการใช้ผลิตภัณฑ์เกษตรกรรม ป่าไม้ และประมงในท้องถิ่น และ ค) นโยบายว่าด้วยการส่งเสริมมาตรการและความร่วมมือระหว่างองค์กรที่เกี่ยวข้องอย่างครอบคลุม โดยนโยบายพื้นฐานฉบับนี้ได้มีการแก้ไขปรับปรุงถึง 4 ครั้ง และการแก้ไขล่าสุดได้เกิดขึ้นในปี ค.ศ. 2021 โดยมีวัตถุประสงค์หลักของนโยบายพื้นฐานฉบับนี้คือ เพื่อที่จะรับรองแผนโครงการที่ครอบคลุม ซึ่งจะช่วยเสริมสร้างฐานการจัดการและเพิ่มผลผลิต ด้านการเกษตร ป่าไม้ และการประมง.

⁴⁰ Chapter 1 of part 1. “農林漁業者等による農林漁業及び関連事業の総合化並びに地域の農林水産物の利用の促進に関する基本方針.”

ตอบสนองต่อความต้องการของตลาด ซึ่งไม่เพียงแต่ช่วยส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมให้มีความยั่งยืนและสมดุล หากยังมีบทบาทสำคัญต่อการฟื้นฟูเศรษฐกิจในพื้นที่ชนบท และการสร้างสังคมที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยลง รัฐยังเน้นการสนับสนุนผู้ประกอบการในภาคเกษตรกรรม ป่าไม้ และประมงให้สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ ๆ ตลอดจนสนับสนุนการวิจัยและพัฒนา ที่สามารถนำไปสู่การสร้างนวัตกรรม เพื่อยกระดับขีดความสามารถของภาคการผลิตเหล่านี้ อันเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาประเทศในภาพรวม โดยเฉพาะในบริบทของเศรษฐกิจญี่ปุ่น⁴¹

3) ความร่วมมือระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

จัดให้มีความร่วมมือระหว่างสำนักงานบริหารการเกษตรท้องถิ่น และรัฐบาลท้องถิ่น สำนักงานบริหารการเกษตรท้องถิ่น โดยให้คำแนะนำกับเกษตรกรผู้ประกอบการป่าไม้และการประมง และผู้ประกอบการธุรกิจท้องถิ่นต่าง ๆ และให้ความร่วมมือ กับองค์กรส่งเสริมและหน่วยงานปกครองส่วนท้องถิ่นอื่น ๆ ทำงานอย่างใกล้ชิดกับองค์กร หน่วยงานบริหารอิสระ Japan Finance Corporation⁴² รวมถึงการแบ่งปันข้อมูลต่าง ๆ ร่วมกัน นอกจากนี้หน่วยงานดังกล่าวต้องส่งเสริม ให้มีการศึกษาเรียนรู้ประสบการณ์จากผู้สูงอายุ เพื่อที่จะใช้ประโยชน์จากความรู้ที่ได้เป็นอย่างดี⁴³

2. ยุทธศาสตร์ในการขยายการส่งออกสินค้าเกษตร ป่าไม้ ประมง และผลิตภัณฑ์อาหาร ค.ศ. 2011⁴⁴ (農林漁業者等による農林漁業及び関連事業の総合化並びに地域の農林水産物の利用の促進に関する基本方針.) กล่าวถึง

⁴¹ Chapter 1 of part 2. “農林漁業者等による農林漁業及び関連事業の総合化並びに地域の農林水産物の利用の促進に関する基本方針.”

⁴² Japan Finance Corporation คือ สินเชื่อกองทุนรวม สำหรับบริษัทที่ดำเนินธุรกิจแปรรูปผลผลิตทางการเกษตร โดยสามารถกู้เงินที่ดอกเบี้ยต่ำได้ หากแผนธุรกิจได้รับการอนุมัติ.

⁴³ Chapter 3 of part 2. “農林漁業者等による農林漁業及び関連事業の総合化並びに地域の農林水産物の利用の促進に関する基本方針.”

⁴⁴ เป้าหมายเพื่อเร่งการขยายตัวของ การส่งออกผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร ป่าไม้ และประมง และผลิตภัณฑ์อาหารของญี่ปุ่น สิ่งที่สำคัญที่สุดคือการผลิตผลิตภัณฑ์ตามข้อกำหนด (ปริมาณ ราคา คุณภาพ มาตรฐาน) อย่างมีอาชีพ และต่อเนื่องตามที่ตลาดต่างประเทศกำหนด จัดตั้งระบบการส่งออกและพัฒนาช่องทางทางการค้าทุกรูปแบบ กล่าวอีกนัยหนึ่ง ห่วงโซ่คุณค่าทั้งหมดตั้งแต่การผลิต ไปจนถึงการขายในท้องถิ่น.

1) การสนับสนุนการผลิตวัตถุดิบทางการเกษตร

รัฐบาลส่งเสริมให้เกษตรกรและผู้ประกอบการด้านเกษตร ป่าไม้ และประมง เพิ่มขีดความสามารถในการผลิตผลผลิตที่มีคุณภาพตามข้อกำหนดของตลาดต่างประเทศ เช่น มาตรฐาน ราคา คุณภาพ

2) การพัฒนาพื้นที่การผลิตเพื่อการส่งออก

มีการพัฒนาพื้นที่การผลิตเพื่อการส่งออก ที่ผลิตสินค้าที่มีตลาดในต่างประเทศ และสนับสนุนผู้ประกอบการให้มีส่วนร่วมในการสร้างตลาดเข้าตามกฎระเบียบและความต้องการของประเทศและภูมิภาคปลายทาง มีการให้การสนับสนุนลำดับความสำคัญและการปรับปรุงสิ่งแวดล้อมให้แก่ผู้ประกอบการต่าง ๆ ซึ่งเป็นการสนับสนุนที่มุ่งหวังที่จะกระตุ้นการพัฒนาและส่งออกสินค้าในระยะยาว⁴⁵

3) การสนับสนุนผู้ผลิตรายย่อย

ลดอุปสรรคด้านต้นทุนและการทดลองพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ด้วยการให้เงินอุดหนุนและสนับสนุนในระยะยาวผ่านโครงการต่าง ๆ เช่น การประกวดธุรกิจเพื่อพิจารณาการพัฒนาและส่งเสริมเครื่องต้มแอลกอฮอล์⁴⁶ การจับคู่อาหารและผลิตภัณฑ์ที่ใช้ประโยชน์จากคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่น การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าเพิ่มสูงด้วยคุณลักษณะที่ไม่เคยมีมาก่อน ใช้วัตถุดิบใหม่ การสร้างความแตกต่างของ "การกลั่นสาเกแบบดั้งเดิม" การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าเพิ่มสูง เป็นต้น⁴⁷

3.1.1.2 นโยบายที่เกี่ยวข้องกับการผลิตของอุตสาหกรรมเครื่องต้มแอลกอฮอล์จากผลไม้ (กระบวนการกลั่นน้ำ)

1. นโยบายพื้นฐานเกี่ยวกับการรวมกลุ่มธุรกิจและการส่งเสริมการใช้ผลิตภัณฑ์เกษตรกรรม ป่าไม้ และการประมงในท้องถิ่น กับการส่งเสริมการแปรรูปผลผลิตทางการเกษตร ค.ศ. 2011 (農林漁業者等による農林漁業及び関連事業の総合化並びに地域の農林水産物の利用の促進に関する基本方針) กล่าวถึง

1) การพัฒนาผลิตภัณฑ์เกษตรแปรรูป

รัฐบาลระดับชาติและระดับท้องถิ่นควรเพิ่มผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร ป่าไม้ และการประมง เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคและผู้ใช้จริงผู้ผลิตดำเนินการแปรรูปเบื้องต้น

⁴⁵ 農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略.

⁴⁶ NATIONAL TAX AGENCY, ‘補助事業について’ <<https://www.nta.go.jp/taxes/sake/boshujoho/index.htm>> accessed 6 February 2024.

⁴⁷ フロンティア補助金.

ตลอดจนพัฒนาและผลิตผลิตภัณฑ์แปรรูปเพื่อปรับปรุงรายได้ของผู้ผลิตโดยการเพิ่มมูลค่าและรับรองว่าจะมีรายการผลิตภัณฑ์ตลอดทั้งปี⁴⁸

2) การใช้ประโยชน์จากสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีอยู่

รัฐบาลระดับชาติและระดับท้องถิ่นควรส่งเสริมการใช้สิ่งอำนวยความสะดวกที่มีอยู่อย่างมีประสิทธิภาพในพื้นที่ที่ขาดแคลนร้านค้าขายตรง และหากสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีอยู่พัฒนาผ่านโครงการเงินอุดหนุน ฯลฯ ถูกแปลงเป็นร้านค้าขายตรง ตามกฎหมายและข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง จะพยายามดำเนินการที่เกี่ยวข้องกับการเบี่ยงเบนอย่างรวดเร็วและเหมาะสม⁴⁹

2. ยุทธศาสตร์ในการขยายการส่งออกสินค้าเกษตร ป่าไม้ ประมง และผลิตภัณฑ์

อาหาร ค.ศ. 2011 (農林漁業者等による農林漁業及び関連事業の総合化並びに地域の農林水産物の利用の促進に関する基本方針.) กล่าวถึง

1) การสนับสนุนการแปรรูปผลผลิตเกษตรเป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

เพื่อขยายการส่งออกสุราญี่ปุ่นต่อไป มูลค่าเพิ่มสูง การจับคู่ราคา และกลยุทธ์แบรนด์เป็นสิ่งสำคัญ จึงได้สนับสนุนผู้ประกอบการธุรกิจในการสร้างตัวอย่างการสร้างแบรนด์สำหรับต่างประเทศ⁵⁰ (งบประมาณปีงบประมาณ 2020)

2) การส่งเสริมการพัฒนาทักษะและนวัตกรรม

ยกระดับคุณภาพสินค้าเพื่อส่งเสริมการส่งออกผลิตภัณฑ์เป้าหมายของประเทศ ดำเนินการผ่านการสนับสนุนจากองค์กรที่เกี่ยวข้องอย่างต่อเนื่อง โดยมีการประสานงานผ่านสถานเอกอัครราชทูตประจำภูมิภาค หรือสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศของประเทศญี่ปุ่น โดยเฉพาะอย่างยิ่ง มีการแต่งตั้งเจ้าหน้าที่ท้องถิ่นที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน เพื่อทำหน้าที่ให้คำแนะนำเชิงเทคนิคและข้อเสนอแนะด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์แก่สำนักงานในต่างประเทศในระยะยาว⁵¹

3.1.1.3 นโยบายที่เกี่ยวข้องกับการตลาดของอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ (กระบวนการปลายน้ำ)

⁴⁸ Chapter 2 of part 3. “農林漁業者等による農林漁業及び関連事業の総合化並びに地域の農林水産物の利用の促進に関する基本方針.”

⁴⁹ Chapter 2 of part 2. “農林漁業者等による農林漁業及び関連事業の総合化並びに地域の農林水産物の利用の促進に関する基本方針.”

⁵⁰ NATIONAL TAX AGENCY, ‘補助事業について’ <<https://www.nta.go.jp/taxes/sake/boshujoho/index.htm>> accessed 6 February 2024.

⁵¹ 農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略.

1. นโยบายพื้นฐานเกี่ยวกับการรวมกลุ่มธุรกิจและการส่งเสริมการใช้ผลิตภัณฑ์เกษตรกรรม ป่าไม้ และการประมงในท้องถิ่น กับ การส่งเสริมการแปรรูปผลผลิตทางการเกษตร ค.ศ. 2011 (農林漁業者等による農林漁業及び関連事業の総合化並びに地域の農林水産物の利用の促進に関する基本方針) กล่าวถึง

1) การส่งเสริมร้านขายตรง

โดยการเพิ่มประสิทธิภาพ และการดำเนินการของ รัฐบาลระดับชาติและระดับท้องถิ่น ด้วยการปรับปรุงประสิทธิภาพการจัดการและการดึงดูดลูกค้าให้ซื้อสินค้าจากร้านขายตรง นอกจากนี้ จะมีการพยายามสนับสนุนความพยายามในการรักษาความหลากหลายของผลิตภัณฑ์และการรวบรวมสินค้าร่วมกัน โดยการรักษาและเสริมสร้างความร่วมมือระหว่างร้านขายตรง เช่น โดยการสร้างเครือข่ายระหว่างร้านขายตรงในท้องถิ่นและเครือข่ายบริเวณกว้าง⁵²

2) การส่งเสริมมาตรการอย่างครอบคลุม

รัฐบาลระดับชาติและระดับท้องถิ่นควรใช้มาตรการตามกฎหมายเพื่อสนับสนุนการใช้ผลิตภัณฑ์เกษตรกรรม ป่าไม้ และประมงในท้องถิ่นเพื่อตอบสนองต่อความต้องการ เช่น การพัฒนาร้านจำหน่ายตรงซึ่งรวมถึง ในแผนธุรกิจแบบครบวงจร เพื่อส่งเสริมการบูรณาการ และธุรกิจที่เกี่ยวข้องอย่างครอบคลุมโดยประชาชนในภาคเกษตร ป่าไม้ และประมง⁵³

2. ยุทธศาสตร์ในการขยายการส่งออกสินค้าเกษตร ป่าไม้ ประมง และผลิตภัณฑ์อาหาร ค.ศ. 2011 (農林漁業者等による農林漁業及び関連事業の総合化並びに地域の農林水産物の利用の促進に関する基本方針.) กล่าวถึง การขยายตลาดในประเทศและต่างประเทศผ่านโครงการที่ได้รับการสนับสนุนจากรัฐ เช่น โครงการส่งเสริมกิจกรรมเพื่อขยายช่องทางการขายและกระตุ้นการบริโภคสุราญี่ปุ่น⁵⁴ การเปลี่ยนโรงเหล้าสาเกให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยว และกำหนดแผนการท่องเที่ยวโรงเหล้าสาเกในท้องถิ่น โครงการขยายช่องทางการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของญี่ปุ่นในต่างประเทศและเพิ่มมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์⁵⁵ เป็นต้น

⁵² Chapter 2 of part 1. “農林漁業者等による農林漁業及び関連事業の総合化並びに地域の農林水産物の利用の促進に関する基本方針.”

⁵³ Chapter 3 of part 1. “農林漁業者等による農林漁業及び関連事業の総合化並びに地域の農林水産物の利用の促進に関する基本方針.”

⁵⁴ มีวัตถุประสงค์เพื่อ สนับสนุนความการพัฒนาตลาดใหม่ในญี่ปุ่นและต่างประเทศ เพื่อแก้ไขปัญหาเชิงโครงสร้าง.

⁵⁵ 日本産酒類海外展開支援事業費補助金.

3.1.2 มาตรการทางกฎหมายเกี่ยวข้องกับการส่งเสริมอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้

จากการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับมาตรการทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่แปรรูปจากผลผลิตทางการเกษตรประเภทผลไม้ภายในประเทศญี่ปุ่น ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา และกำหนดประเด็นการศึกษาออกเป็น 3 กรณี คือ (1) มาตรการทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการเริ่มต้นอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ (กระบวนการต้นน้ำ) (2) มาตรการทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการผลิตของอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ (กระบวนการกลางน้ำ) (3) มาตรการทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการตลาดของอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ (กระบวนการปลายน้ำ) โดยมีรายละเอียดดังนี้

3.1.2.1 มาตรการทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการเริ่มต้นอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ (กระบวนการต้นน้ำ)

จากการศึกษามาตรการทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการเริ่มต้นอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้สามารถแบ่งได้ออกเป็น 2 มาตรการคือ 1. มาตรการส่งเสริมในการเริ่มต้นอุตสาหกรรม 2. มาตรการเกี่ยวกับการอนุญาต โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. มาตรการส่งเสริมในการเริ่มต้นอุตสาหกรรม

ประเทศญี่ปุ่นมีกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับมาตรการส่งเสริมในการเริ่มต้นอุตสาหกรรม 1 ฉบับ คือ พระราชบัญญัติมาตรการพิเศษเพื่อความยั่งยืนของอุตสาหกรรมการผลิตสาเก ค.ศ. 1970 พระราชบัญญัติมาตรการพิเศษเพื่อความยั่งยืนของอุตสาหกรรมการผลิตสาเก ค.ศ. 1970⁵⁶ (Act on Special Measures Concerning the Stability of the Sake Manufacturing Industry, etc) มีวัตถุประสงค์เพื่อรับมือกับการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจที่มีความสำคัญเกี่ยวข้องกับเงื่อนไขทางเศรษฐกิจของการผลิตสาเก และการผลิตโซจูกลั่นเดี่ยว โดยมุ่งเน้นการปรับปรุงความเข้มแข็งในการให้สินเชื่อสำหรับการผลิตสาเก และการผลิตโซจูกลั่นเดี่ยว เพื่อให้ขยายขอบเขตของธุรกิจให้กว้างมากยิ่งขึ้น ทั้งยังมุ่งหวังเพื่อให้มีความมั่นคงของพื้นฐานธุรกิจในการรักษาความมั่นคงของรายได้จากภาษี⁵⁷ ซึ่งในงานวิจัยฉบับนี้จะทำการศึกษาเฉพาะในส่วนของ (1) คำนิยาม (2)

⁵⁶ ฉบับนี้ มีทั้งหมด 19 มาตรา โดยไม่ได้มีการแบ่งหมวดหมู่เอาไว้ ซึ่งมีการแก้ไขทั้งหมด 9 ครั้ง แก้ไขล่าสุดในปี ค.ศ. 2017 <https://elaws.e-gov.go.jp/document?lawid=345AC0000000077_20170401_00000000000000&keyword=

酒類> สืบค้นเมื่อ 25 เมษายน 2568.

⁵⁷ Act on Special Measures Concerning the Stability of the Sake Manufacturing Industry, etc 1970, Article 1.

ข้อกำหนดพิเศษสำหรับขอบเขตธุรกิจของสมาคมกลาง และ (3) กองทุนของสมาคมกลาง ซึ่งเป็นมาตรการส่งเสริมในการเริ่มต้นอุตสาหกรรมมีรายละเอียด ดังนี้

1) คำนิยาม

“ผู้ผลิตสาเก” หมายถึง บุคคลที่ได้รับใบอนุญาตในการผลิตสาเกตามบทบัญญัติของมาตรา 7 วรรค 1 ของกฎหมายภาษีสุรา

“ผู้ผลิตโซจูกลั่นเดี่ยว” หมายถึง บุคคลที่ได้รับใบอนุญาตการผลิตโซจูกลั่นเดี่ยวตามบทบัญญัติของมาตรา 7 วรรค 1 ของกฎหมายภาษีสุรา

“สมาคมกลาง” หมายถึง สมาคมที่ได้รับการจัดตั้งขึ้นเพื่อรับผิดชอบต่อภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และให้การสนับสนุนธุรกิจที่เกี่ยวกับการผลิตสาเก และโซจูกลั่นเดี่ยว⁵⁸

2) ข้อกำหนดพิเศษสำหรับขอบเขตธุรกิจของสมาคมกลาง

สมาคมกลางจะต้องดำเนินการที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสาเกและโซจูกลั่นเดี่ยวต่อไปเพื่อให้บรรลุ วัตถุประสงค์

ก. ผู้ผลิตสาเกและโซจูกลั่นเดี่ยว ในฐานะสมาชิกของสมาคมกลาง สามารถชำระหนี้ให้กับธนาคาร หรือสถาบันการเงินอื่น ๆ โดยการกู้ยืมเงินที่ระบุไว้ในระเบียบบัญชีของสมาคม

ข. จัดให้มีโครงการที่มุ่งเน้นการปรับปรุงการบริหาร อุตสาหกรรมการผลิตสาเกและโซจูกลั่นเดี่ยว และการพัฒนาโรงเหล้า เพื่อให้เป็นไปตามกระแสทันสมัยของธุรกิจโรงเหล้า⁵⁹

3) กองทุนของสมาคมกลาง

ก. กองทุนประกันสินเชื่อ

คณะกรรมการสมาคมกลางจะต้องจัดตั้ง กองทุนค้ำประกัน โดยกองทุนดังกล่าวนี้ใช้ทุนจาก เงินบริจาคของสมาชิกสมาคมกลาง และเงินสนับสนุนจากภาครัฐ⁶⁰

⁵⁸ Act on Special Measures Concerning the Stability of the Sake Manufacturing Industry etc 1970 Article 2.

⁵⁹ Act on Special Measures Concerning the Stability of the Sake Manufacturing Industry etc 1970 Article 3.

⁶⁰ Act on Special Measures Concerning the Stability of the Sake Manufacturing Industry etc 1970 Article 6-1.

ข. กองทุนปรับปรุงธุรกิจให้ทันสมัย

คณะกรรมการสมาคมกลางจะต้องจัดตั้ง กองทุนปรับปรุงธุรกิจให้ทันสมัย โดยกองทุนดังกล่าวนี้ใช้ทุนจาก งบประมาณจากภาครัฐ และรัฐอาจให้สมาคมกลางยืมเงินทุนที่ใช้สำหรับกองทุนโครงการปรับปรุงให้ทันสมัย โดยไม่มีดอกเบี้ยตามคำสั่งคณะรัฐมนตรี⁶¹

ค. กองทุนสนับสนุนอุตสาหกรรมโชจูกลั่นเดี่ยว

คณะกรรมการสมาคมกลางจะต้องจัดตั้ง กองทุนสนับสนุนอุตสาหกรรมโชจูกลั่นเดี่ยว โดยกองทุนดังกล่าวนี้ใช้ทุนจาก งบประมาณจากภาครัฐ และรัฐอาจเพิ่มเงินทุนให้ทั้งหมด หรือบางส่วน รวมถึงให้ยืมเงินทุนที่ใช้สำหรับกองทุนโครงการสนับสนุนอุตสาหกรรมโชจูกลั่นเดี่ยว โดยไม่มีดอกเบี้ยตามคำสั่งคณะรัฐมนตรี⁶²

4) แผนและรายงานธุรกิจ

ให้คณะกรรมการสมาคมกลางจัดทำแผนธุรกิจ งบประมาณรายจ่าย และแผนการเงินที่เกี่ยวข้องกับโครงการต่าง ๆ ในแต่ละปี โดยต้องขอความเห็นชอบจากรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังก่อนเริ่มปีธุรกิจ⁶³ นอกจากนี้ คณะกรรมการสมาคมกลางจัดทำแผนธุรกิจต้องจัดทำ รายงานธุรกิจ สินค้าคงคลัง ทรัพย์สิน และงบรายรับรายจ่ายที่เกี่ยวข้องกับกองทุนต่าง ๆ สำหรับแต่ละปี และยื่นต่อรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลัง⁶⁴

2. มาตรการเกี่ยวกับการอนุญาต

ประเทศญี่ปุ่นมีกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการอนุญาตผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ผลิตจากผลไม้ 2 ฉบับ คือ (1) กฎหมายภาษีสุรา ค.ศ. 1940 (Liquor Tax Law) โดยกฎหมายฉบับนี้ มีมาตรการอนุญาตการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปของ “ใบอนุญาต” การผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์⁶⁵ เพื่อใช้เป็นหลักฐานในการจัดเก็บภาษีจากผู้ขออนุญาตฯตามพระราชบัญญัตินี้ และ (2) กฎหมายธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ค.ศ. 2000 (Alcohol Business Law) โดยกฎหมายฉบับนี้ จะ

⁶¹ Act on Special Measures Concerning the Stability of the Sake Manufacturing Industry etc 1970 Article 6-2.

⁶² Act on Special Measures Concerning the Stability of the Sake Manufacturing Industry etc 1970 Article 6-3.

⁶³ Act on Special Measures Concerning the Stability of the Sake Manufacturing Industry etc 1970 Article 11.

⁶⁴ Act on Special Measures Concerning the Stability of the Sake Manufacturing Industry etc 1970 Article 12.

⁶⁵ Liquor Tax Law 1940 Article 7(1).

กำหนดเกี่ยวกับวิธีการและรายละเอียดต่าง ๆ ในการดำเนินการขอใบอนุญาตผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่แปรรูปจากผลผลิตทางการเกษตรประเภทผลไม้ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1) กฎหมายภาษีสุรา ค.ศ. 1940

โดยกฎหมายภาษีสุรา ค.ศ. 1940⁶⁶ (Liquor Tax Law) ฉบับนี้ มีมาตรการอนุญาตการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปของ “ใบอนุญาต” การผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์⁶⁷ เพื่อใช้เป็นหลักฐานในการจัดเก็บภาษีจากผู้ขออนุญาตตามพระราชบัญญัติ⁶⁸ ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

ก. ใบอนุญาตผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ผู้ประสงค์จะผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต้องเลือกรายการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามวิธีการที่กำหนดในคำสั่งคณะรัฐมนตรี โรงงานผลิตแต่ละแห่งจะต้องได้รับใบอนุญาตแยกกัน จากหัวหน้าสำนักงานภาษีที่มีอำนาจของพื้นที่ที่โรงงานผลิตตั้งอยู่ อย่างไรก็ตาม ไม่รวมถึงกรณีกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ผลิตโดยบุคคลที่ได้รับใบอนุญาตการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เพื่อใช้เป็นวัตถุดิบสำหรับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในโรงงานผลิตที่ได้รับใบอนุญาตการผลิตแล้ว⁶⁹ โดยรายละเอียดต่าง ๆ ในการขออนุญาตผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้นจะขอล่าวเพิ่มเติมในข้อที่ 2. ตามกฎหมายธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ค.ศ. 2000 (Alcohol Business Law)

ข. ใบอนุญาตจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

การขายสุรา เป็นตัวแทนขายหรือธุรกิจตัวกลาง บุคคลที่ประสงค์จะประกอบธุรกิจดังกล่าวต้องแจ้งถึงสถานที่ประกอบการธุรกิจ ตามขั้นตอนที่กำหนดไว้ในคำสั่งคณะรัฐมนตรี ในกรณีที่ไม่มีสถานที่ประกอบการธุรกิจ ให้แจ้งหัวหน้าสำนักงานภาษีที่มีอำนาจของที่ตั้งของสถานที่ เพื่อขอใบอนุญาตจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ อย่างไรก็ตาม เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ผลิตโดยผู้ได้รับอนุญาตจำกัดเฉพาะเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แต่ไม่รวมถึงกรณีการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพื่อเป็นวัตถุดิบโดยรายละเอียดต่าง ๆ⁶⁹ ในการขออนุญาตจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้นจะขอล่าวเพิ่มเติมในข้อที่ 2. ตาม กฎหมายธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ค.ศ. 2000 (Alcohol Business Law)

⁶⁶ มีทั้งหมด 59 มาตรา ประกอบด้วย ก. บทที่ 1 บทบัญญัติทั่วไป ข. บทที่ 2 ใบอนุญาตผลิตสุราและใบอนุญาตขายสุรา ค. บทที่ 3 ฐานภาษีและอัตราภาษี ง. บทที่ 4 การยกเว้นภาษีและเครดิตภาษี จ. บทที่ 5 การประกาศและการชำระเงิน ฉ. บทที่ 6 หลักประกันในการชำระภาษี ช. บทที่ 7 ซึ่งถูกยกเลิกไปแล้ว ซ. บทที่ 8 เบ็ดเตล็ด บทที่ 9 บทลงโทษ ซึ่งมีการแก้ไขทั้งหมด 34 ครั้ง แก้ไขล่าสุดในปี ค.ศ. 2017; โปรดดู, <https://elaws.e-gov.go.jp/document?lawid=328AC0000000006>.

⁶⁷ Liquor Tax Law 1940 Article 7(1).

⁶⁸ Liquor Tax Law 1940 Article 7(1).

⁶⁹ Liquor Tax Law 1940 Article 8.

ค. ข้อกำหนดสำหรับใบอนุญาตการผลิต และจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
กรณีที่บุคคลประสงค์จะขอใบอนุญาตการผลิต และจำหน่ายเครื่องดื่ม
แอลกอฮอล์ ให้หัวหน้าสำนักงานภาษีมีคำสั่งไม่อนุญาต หากเป็นไปตามรายการใดรายการหนึ่ง
ดังต่อไปนี้

ก) บุคคลผู้ขอใบอนุญาตการผลิตหรือจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
ถูกเพิกถอนใบอนุญาต และยังไม่ครบกำหนดสามปี นับแต่วันที่ถูกเพิกถอน

ข) นิติบุคคลที่ขอใบอนุญาตการผลิตหรือจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
ถูกเพิกถอนใบอนุญาต และยังไม่ครบกำหนดหนึ่งปี นับแต่วันที่ถูกเพิกถอน

ค) ผู้ขอใบอนุญาตการผลิตหรือจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เป็น
ผู้เยาว์⁷⁰รวมไปถึงตัวแทนของผู้เยาว์หรือผู้มีอำนาจกระทำการแทนด้วย

ง) หากผู้ยื่นขอใบอนุญาตการผลิตหรือจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
เป็นบุคคลที่ได้รับการลงโทษในระหว่างสองปีก่อนการยื่นขอใบอนุญาตเนื่องจากการค้างชำระภาษี
ท้องถิ่นหรือภาษีรัฐ

จ) หากผู้ขอใบอนุญาตการผลิตหรือจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
ได้รับโทษทางภาษีจากการละเมิดกฎหมายเกี่ยวกับภาษีของรัฐ ทั้งที่เป็นภาษีรัฐหรือภาษีท้องถิ่น หรือ
ได้รับโทษทางภาษีตามกฎหมาย หรือตามกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทั้งหมด
หากผู้ขอใบอนุญาตการผลิตหรือจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ได้รับโทษทางภาษีเป็นการลงโทษด้วย
ค่าปรับ และการลงโทษนั้นได้หมดลงโดยไม่ครบกำหนดระยะเวลา 3 ปี นับจากวันที่ถูกลงโทษ หรือ
วันที่ประกาศให้ทราบถึงการลงโทษตามกฎหมายท้องถิ่นหรือกฎหมายรัฐ

ฉ) หากผู้ขอใบอนุญาตเป็นบุคคลที่มีอายุไม่ถึง 20 ปี และมีการละเมิด
กฎหมายที่ห้ามการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามกฎหมายในปี 1922 หรือมีการละเมิดกฎหมายที่
เกี่ยวกับการควบคุมและปรับวินัยในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับความเสียว ตามกฎหมายในปี 1948

ช) หากบุคคลผู้ยื่นขอใบอนุญาตการผลิตหรือจำหน่ายเครื่องดื่ม
แอลกอฮอล์ ได้รับโทษจำคุก หรือรอการลงโทษ โดยโทษจำคุกหรือรอการลงโทษนั้นได้หมดลง และไม่
ครบกำหนดระยะเวลา 3 ปี นับแต่วันที่รับโทษ หรือรอการลงโทษสิ้นสุดลง

ซ) ในกรณีที่พยายามจัดตั้งโรงงานผลิต ในสถานที่ที่เห็นว่าไม่เหมาะสม
โดยไม่มีเหตุอันสมควร

ฌ) ในกรณีที่ผู้ใบอนุญาตการผลิตหรือจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
อยู่ในสถานะเป็นบุคคลล้มละลาย

⁷⁰ กฎหมายประเทศญี่ปุ่นกำหนดให้บรรลุนิติภาวะเมื่ออายุครบ 18 ปี บริบูรณ์

ญ) กรณีที่เห็นว่าเป็นการไม่เหมาะสมที่จะให้ใบอนุญาตการผลิตหรือจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เนื่องจากจำเป็นต้องรักษาสมดุลระหว่างอุปสงค์และอุปทานของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพื่อรักษาภาษีสุรา

ฎ) หากถือว่าผู้ขอรับใบอนุญาตผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไม่มีความสามารถทางเทคนิคที่จำเป็นในการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หรือหากถือว่าโรงงานผลิตมีอุปกรณ์ไม่เพียงพอ

ฏ) หากผู้ขอรับใบอนุญาตประสงค์จะแต่งตั้งบุคคลตามข้อ ก. ข้อ ข. หรือข้อ จ. เป็นข้อ ข. เป็นผู้จัดการโรงงานผลิตหรือสถานที่จำหน่ายที่เกี่ยวข้องกับคำขอ

ฐ) หากผู้ขอรับใบอนุญาตหรือตัวแทนทางกฎหมายที่กำหนดไว้ในข้อกำหนดหน้าเป็นนิติบุคคลและมีเจ้าหน้าที่คนใดคนหนึ่งเป็นบุคคลที่กำหนดไว้ในข้อ ก ข้อ ข หรือข้อ จ ถึง ข⁷¹

ง. การรักษาสมดุลระหว่างอุปสงค์และอุปทาน

ในการออกใบอนุญาตผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือใบอนุญาตขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ถ้าเห็นว่าจำเป็น หัวหน้าสำนักงานภาษีจะรักษาสมดุลระหว่างอุปสงค์และอุปทานของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพื่อรักษาภาษีสุรา ให้จำกัดอัตราภาษีสุรา ปริมาณเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่จะผลิต หรือจะกำหนดเงื่อนไขไว้กับขอบเขตหรือช่วงของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่จะจำหน่ายหรือวิธีการจำหน่ายก็ได้ หากหลังจากกำหนดเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในวรรคก่อนแล้ว ไม่จำเป็นอีกต่อไป หัวหน้าสำนักงานภาษีจะผ่อนปรนหรือยกเลิกเงื่อนไขดังกล่าว⁷²

จ. การเพิกถอนใบอนุญาตผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

หากผู้ผลิตสุรายุ่ภายใต้รายการใดรายการหนึ่งต่อไปนี้ หัวหน้าสำนักงานภาษีมียอำนาจเพิกถอนใบอนุญาตผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้

ก) หากคุณได้รับใบอนุญาตผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เนื่องจากการกระทำที่ไม่สุจริต

ข) หากตกอยู่ภายใต้บุคคลที่กำหนดไว้ในมาตรา 10 ตัวอย่างเช่น เป็นผู้เยาว์ มีโทษทางอาญาจำคุกหรือประหารชีวิต หรือค้างชำระภาษีสุรา เป็นต้น

ค) หากคุณไม่ได้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่อไปนานกว่าสองปี

⁷¹ Liquor Tax Law 1940 Article 10.

⁷² Liquor Tax Law 1940 Article 11.

ง) หากท่านฝ่าฝืนคำสั่งตามพระราชบัญญัติสุรา ตาม มาตรา 84 วรรค 3 หรือมาตรา 86-4⁷³

ฉ. การขอย้ายสถานที่ผลิตหรือสถานที่จำหน่าย

เมื่อผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หรือผู้จัดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ประสงค์จะย้ายสถานที่ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หรือสถานที่จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ต้องได้รับอนุญาตจากสำนักงานภาษีที่มีอำนาจในเขตของปลายทางที่จะย้าย ตามขั้นตอนที่กำหนดไว้ใน คำสั่งคณะรัฐมนตรี⁷⁴

ช. การยกเลิกการผลิตและการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ก) การยกเลิกการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

เมื่อผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มีความประสงค์ที่จะยกเลิกการผลิต ทั้งหมดหรือบางส่วน จะต้องยื่นขอเพิกถอนใบอนุญาตการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ตามขั้นตอนที่กำหนดโดยกฎหมายของรัฐบาล

ข) การยกเลิกการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

เมื่อผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตั้งใจที่จะยกเลิกธุรกิจการจำหน่าย เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ รวมถึงเมื่อพยายามยกเลิกพื้นที่จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทั้งหมดหรือ บางส่วน ต้องขอเพิกถอนใบอนุญาตจำหน่ายสุราตามขั้นตอนตามคำสั่งคณะรัฐมนตรี⁷⁵

ซ. การสืบทอดใบอนุญาตการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และใบอนุญาตการ จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

การสืบทอดธุรกิจผลิตหรือจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หากมีการสืบทอด ธุรกิจ หรือโอนธุรกิจ ให้แก่บุคคลอื่น ต้องแจ้งให้เจ้าหน้าที่สำนักงานภาษิตราบ หากบุคคลนั้นไม่มี คุณสมบัติตรงตามเกณฑ์ที่กำหนด จะถือว่าใบอนุญาตผลิตหรือจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ดังกล่าว นั้นถือว่าถูกเพิกถอนไป ทั้งนี้ผู้รับโอน ต้องแจ้งเจ้าหน้าที่สำนักงานภาษี หากมีความประสงค์ที่จะ ประกอบธุรกิจต่อไป⁷⁶

⁷³ Liquor Tax Law 1940 Article 12.

⁷⁴ Liquor Tax Law 1940 Article 16.

⁷⁵ Liquor Tax Law 1940 Article 17.

⁷⁶ Liquor Tax Law 1940 Article 18.

2) กฎหมายธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ค.ศ. 2000 (Alcohol Business Law)

โดยกฎหมายธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ค.ศ. 2000⁷⁷ (Alcohol Business Law) ฉบับนี้ มีวัตถุประสงค์ เพื่อป้องกันการใช้วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตแอลกอฮอล์ในทางที่ไม่ถูกต้อง เนื่องจากการใช้แอลกอฮอล์มีบทบาทสำคัญในทั้งอุตสาหกรรมและชีวิตประจำวันของประชาชน และเพื่อให้ระบบธุรกิจแอลกอฮอล์ดำเนินไปอย่างเหมาะสมและถูกต้อง ซึ่งนอกจากนี้ยังเพื่อส่งเสริมการพัฒนาของธุรกิจแอลกอฮอล์ในประเทศเพื่อให้มีความก้าวหน้าและรักษาการผลิตแอลกอฮอล์ในปริมาณและคุณภาพที่เป็นที่นิยม พร้อมทั้งรักษาการจัดการแอลกอฮอล์ให้มีความเสถียรและสมดุลในท้องถิ่น เพื่อส่งเสริมการพัฒนาทางเศรษฐกิจของประเทศ⁷⁸ ซึ่งเป็นมาตรการที่เกี่ยวกับใบอนุญาตการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หรือใบอนุญาตการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มีรายละเอียด ดังนี้

ก. รายละเอียดการขออนุญาตผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

บุคคลใดมีความประสงค์ ผู้ประกอบธุรกิจผลิตแอลกอฮอล์จะต้องได้รับอนุญาตจากรัฐมนตรีว่าการกระทรวงเศรษฐกิจ การค้า และอุตสาหกรรม ต้องยื่นเอกสารโดยมีรายละเอียดประกอบด้วย

- ก) ชื่อ ชื่อทางการค้า และที่อยู่
- ข) กรณีมีตัวแทน ให้ระบุชื่อ และที่อยู่ของตัวแทน
- ค) ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ สถานที่ผลิต โกดังจัดเก็บ และอุปกรณ์สำหรับการผลิต
- ง) กำหนดการเริ่มโครงการ
- จ) และเรื่องอื่น ๆ ที่กำหนดเพิ่มเติม โดยกฤษฎีกา⁷⁹ กระทรวงเศรษฐกิจ การค้า และอุตสาหกรรม

ข. หลักเกณฑ์การอนุญาตผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

โดยที่ผู้ขอใบอนุญาตการผลิตแอลกอฮอล์นั้น ต้องมีการทำบัญชีและความสามารถทางเทคนิคเพียงพอในการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และปฏิบัติตามมาตรฐานที่กำหนด

⁷⁷ มีทั้งหมด 53 มาตรา ประกอบด้วย ก. บทที่ 1 บทบัญญัติทั่วไป ข. บทที่ 2 การอนุญาตประกอบธุรกิจ ค. บทที่ 3 การโอนแอลกอฮอล์ที่กำหนด ง. บทที่ 4 กฎเบ็ดเตล็ด จ. บทที่ 5 บทลงโทษ ซึ่งมีการแก้ไขทั้งหมด 8 ครั้ง แก้ไขล่าสุดในปี ค.ศ. 2020 <https://elaws.e-gov.go.jp/document?lawid=412AC0000000036_20220617_504AC0000000068&keyword=酒類> สืบค้นเมื่อ 25 เมษายน 2568.

⁷⁸ Alcohol Business Law 2000 Article 1.

⁷⁹ Alcohol Business Law 2000 Article 3.

โดยกระทรวง เศรษฐกิจ การค้า และอุตสาหกรรม นอกจากนี้ต้องไม่มีความเสี่ยงอื่นใดที่เป็นอุปสรรคต่อ สมดุลระหว่างอุปสงค์และอุปทาน⁸⁰

ค. การสืบทอด

กรณีผู้สืบทอดธุรกิจการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ที่มาจากการโอน รับมรดก ควบรวมบริษัท หรือแยกบริษัท บุคคลที่สืบทอดธุรกิจผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ต้องแจ้งให้รัฐมนตรีว่าการกระทรวงเศรษฐกิจ การค้า และอุตสาหกรรมทราบโดยไม่ชักช้า⁸¹

ง. คำสั่งให้ปรับปรุง

เมื่อรัฐมนตรีว่าการกระทรวงเศรษฐกิจ การค้า และอุตสาหกรรมเห็นว่าการปรับปรุงมีความจำเป็นเพื่อให้การจำหน่ายแอลกอฮอล์อย่างเหมาะสมในการดำเนินธุรกิจของผู้ผลิต รัฐมนตรีว่าการกระทรวงเศรษฐกิจ การค้า และอุตสาหกรรม มีอำนาจสั่งให้ผู้ผลิตดำเนินการตามมาตรการที่จำเป็นได้⁸²

จ. การขออนุญาตจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

บุคคลใดมีความประสงค์ ผู้ประกอบธุรกิจจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จะต้องได้รับอนุญาตจากรัฐมนตรีว่าการกระทรวงเศรษฐกิจ การค้า และอุตสาหกรรม ต้องยื่นเอกสาร โดยมีรายละเอียดประกอบด้วย

- ก) ชื่อ ชื่อทางการค้า และที่อยู่
- ข) กรณีมีตัวแทน ให้ระบุชื่อ และที่อยู่ของตัวแทน
- ค) ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ สถานที่จำหน่าย สถานที่จัดเก็บ และอุปกรณ์

สำหรับใช้จัดเก็บ

ง) กำหนดการเริ่มโครงการ

จ) และเรื่องอื่น ๆ ที่กำหนดเพิ่มเติม โดยกฎฎีกา⁸³

ฉ. หลักเกณฑ์การอนุญาตจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

โดยที่ผู้ขอใบอนุญาตการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้น ต้องมีการทำบัญชีเพียงพอ ต่อการดำเนินธุรกิจอย่างเหมาะสม และปฏิบัติตามมาตรฐานที่กำหนดโดยกระทรวง

⁸⁰ Alcohol Business Law 2000 Article 6.

⁸¹ Alcohol Business Law 2000 Article 7.

⁸² Alcohol Business Law 2000 Article 10.

⁸³ Alcohol Business Law 2000 Article 21.

เศรษฐกิจ การค้า และอุตสาหกรรม นอกจากนี้ต้องไม่มีความเสี่ยงอื่นใดที่เป็นอุปสรรคต่อ สมดุลระหว่างอุปสงค์และอุปทาน⁸⁴

3.1.2.2 มาตรการทางกฎหมายที่เกี่ยวกับการผลิตของอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ (กระบวนการกลั่นน้ำ)

จากการศึกษามาตรการทางกฎหมายที่เกี่ยวกับการผลิตของอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้สามารถแบ่งได้ออกเป็น 3 มาตรการคือ 1. มาตรการควบคุมและกำกับดูแลการผลิตเพื่อการค้า 2. มาตรการควบคุมและกำกับดูแลการผลิตที่มีใช้เพื่อการค้า 3. มาตรการทางภาษีที่เกี่ยวกับการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. มาตรการควบคุมและกำกับดูแลการผลิตเพื่อการค้า

จากการศึกษาเกี่ยวกับมาตรการควบคุมและกำกับดูแลการผลิตเพื่อการค้า ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา และผลจากการศึกษาพบว่า มีกฎหมายที่เกี่ยวข้อง 1 ฉบับ คือ กฎหมายภาษีสสุรา ค.ศ. 1940 (Liquor Tax Law) โดยมีรายละเอียดดังนี้

1) กฎหมายภาษีสสุรา ค.ศ. 1940

บุคคลจะไม่สามารถรับใบอนุญาตผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้หากปริมาณเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่คาดหวังซึ่งโรงงานผลิตแห่งแรกตั้งใจที่จะผลิตภายในหนึ่งปีหลังจากได้รับใบอนุญาตการผลิตไม่ถึงปริมาณกิโลลิตร⁸⁵ที่กำหนดไว้ดังปรากฏไว้ในตารางต่อไปนี้⁸⁶

ตารางที่ 3.1 กำลังการผลิตขั้นต่ำของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศญี่ปุ่น

ลำดับที่	ประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	กำลังผลิตขั้นต่ำ (กิโลลิตร)
1	สาเก	60
2	สาเกสังเคราะห์	60
3	โชจูกลั่นต่อเนื่อง	10
4	โชจูกลั่นเดี่ยว	10
5	มิริน	60
6	เปียร์	60
7	สุราผลไม้	6
8	ไวน์ผลไม้หวาน	6

⁸⁴ Alcohol Business Law 2000 Article 23.

⁸⁵ โดยหน่วยของปริมาณที่ให้ไว้ herein เป็นกิโลลิตร (kiloliter) ซึ่งเป็นหน่วยวัดปริมาณในระบบเมตริกของปริมาณน้ำ 1 กิโลลิตรเท่ากับ 1,000 ลิตร.

⁸⁶ Liquor Tax Law 1940 Article 7(2).

ตารางที่ 3.1 (ต่อ)

ลำดับที่	ประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	กำลังผลิตขั้นต่ำ (กิโลลิตร)
9	วีสกี	6
10	บรั่นดี	6
11	แอลกอฮอล์สำหรับทำเป็นวัตถุดิบ	6
12	เปียร์มอลต์ต่ำ	6
13	โซจู	6
14	สุรา (Liquor)	6
15	เหล้า (Spirit)	6
16	สาเกผง	6
17	เหล้าเบียร์เตลิด	6

ที่มา Liquor Tax Law (1940)

อย่างไรก็ตามการจำกัดกำลังผลิตที่ได้กล่าวไว้ในข้างต้นนั้น ไม่ใช่บังคับกับกรณีดังต่อไปนี้

- 1) เมื่อบุคคลที่มีใบอนุญาตผลิตสาเก ตั้งใจจะผลิตโซจูหรือมีรินกลั่นเดี่ยวที่โรงงานผลิตที่ได้รับใบอนุญาต หากบุคคลที่ได้รับใบอนุญาตการผลิต สำหรับโซจูกลั่นแบบต่อเนื่องหรือโซจูกลั่นเดี่ยวที่ประสงค์ผลิตมีรินที่ไซต์การผลิตที่ได้รับใบอนุญาตการผลิต
- 2) เมื่อบุคคลซึ่งมีใบอนุญาตให้ผลิตไวน์ผลไม้หรือไวน์ผลไม้หวาน ประสงค์ที่จะผลิตบรั่นดี
- 3) หากบุคคลใดต้องการผลิตแอลกอฮอล์สำหรับการทดสอบ
- 4) หากบุคคลใดต้องการผลิตสาเกกลั่นเพื่อการส่งออก
- 5) ในกรณีของการออกใบอนุญาตการผลิต หากได้รับการยอมรับว่ามีความจำเป็นเป็นพิเศษเนื่องจาก คุณภาพของสุราที่จะผลิตไม่เป็นไปตามที่กำหนด หัวหน้าสำนักงานภาษีอาจกำหนดระยะเวลาที่เหมาะสม เพื่อให้แก้ไขให้ถูกต้องภายในระยะเวลาที่กำหนด และรวมถึงกรณีที่ออกใบอนุญาตแล้ว คุณภาพของสุราที่จะผลิตไม่เป็นไปตามที่กำหนด เนื่องจากความจำเป็นพิเศษ หัวหน้าสำนักงานภาษี อาจกำหนดระยะเวลาที่เหมาะสม เพื่อให้แก้ไขให้ถูกต้องภายในระยะเวลาที่กำหนด⁸⁷

⁸⁷ Liquor Tax Law 1940 Article 7(3) – 7(5).

2. มาตรการควบคุมและกำกับดูแลการผลิตที่มีใช้เพื่อการค้า

จากการศึกษาเกี่ยวกับมาตรการควบคุมและกำกับดูแลการผลิตที่มีใช้เพื่อการค้า ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา และผลจากการศึกษาพบว่า มีกฎหมายที่เกี่ยวข้อง 1 ฉบับ คือ กฎหมายภาษีสุรา ค.ศ. 1940 (Liquor Tax Law) โดยมีรายละเอียดดังนี้

กฎหมายภาษีสุรา ค.ศ. 1940 กล่าวถึง

การหมักต้องผลไม้ในเครื่องต้มแอลกอฮอล์ โดยการแช่ผลไม้ต่าง ๆ เช่น ลูกบ๊วย ลูกพลัม ฯลฯ เป็นต้น ลงในโซจู โดยทั่วไปถือว่าเป็นการผลิตเครื่องต้มแอลกอฮอล์ชนิดใหม่ซึ่งเป็นการผิดตามกฎหมายหากไม่ได้ขออนุญาต อย่างไรก็ตามมีข้อยกเว้น หากใช้เครื่องต้มแอลกอฮอล์ที่มีแอลกอฮอล์ไม่เกิน 20% และสามารถทำการแช่หรือหมักตรงกับสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการเว้นแต่รายการดังต่อไปนี้

1) ข้าว ข้าวสาลี ข้าวโพด ข้าวฟ่าง หรือแป้ง

2) องุ่น (รวมทั้งองุ่นป่า)

3) กรดอะมิโน วิตามิน ผลิตภัณฑ์จากการสลายตัวของกรดนิวคลีอิก กรดอินทรีย์ เกลือ เม็ดสี น้ำหอม หรือกากแอลกอฮอล์

โดยการแช่หรือหมักเครื่องต้มแอลกอฮอล์ดังกล่าวนั้น ต้องมีไว้เพื่อบริโภคเองเท่านั้นห้ามจำหน่าย⁸⁸⁸⁹

3. มาตรการทางภาษีที่เกี่ยวกับการผลิตเครื่องต้มแอลกอฮอล์จากผลไม้

จากการศึกษาเกี่ยวกับมาตรการทางภาษีที่เกี่ยวกับการผลิตเครื่องต้มแอลกอฮอล์จากผลไม้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา และผลจากการศึกษาพบว่า มีกฎหมายที่เกี่ยวข้อง 1 ฉบับ คือ กฎหมายภาษีสุรา ค.ศ. 1940 (Liquor Tax Law) โดยมีรายละเอียดดังนี้

กฎหมายภาษีสุรา ค.ศ. 1940 กล่าวถึง

1) ฐานภาษี

ฐานภาษีของภาษีสุราคือปริมาณเครื่องต้มแอลกอฮอล์ที่นำออกจากสถานที่ผลิตหรือนำออกจากพื้นที่ที่ถูกผูกมัด นอกจากนี้การคำนวณปริมาณที่เกี่ยวข้องกับสาเกผงจะดำเนินการโดยวิธีการที่กำหนดโดยคำสั่งของคณะรัฐมนตรีตามน้ำหนัก⁹⁰

⁸⁸ Liquor Tax Law 1940 Article 43.

⁸⁹ National Tax Agency, 'Home Brew' <<https://www.nta.go.jp/taxes/sake/qa/06/32.htm>> accessed 2 March 2024.

⁹⁰ Liquor Tax Law 1940 Article 22.

2) อัตราภาษี

อัตราภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เป็นอัตราต่อกลิลลิตร ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับประเภทของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยได้ทำการสรุปรายละเอียดต่าง ๆ ไว้ในตารางดังนี้

ตารางที่ 3.2 อัตราภาษีของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศญี่ปุ่น

ลำดับที่	ประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	อัตราภาษี (ต่อ 1 อัตรากลิลลิตร)
1	สปาร์คกลิงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	155,000 เยน
2	เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ดื่ม	100,000 เยน
3	สุรากลั่น (แอลกอฮอล์น้อยกว่า 20%)	200,000 เยน และบวกเพิ่มทุก 1% แอลกอฮอล์เกินมา ต่อ 10,000 เยน
4	เครื่องดื่มแอลกอฮอล์แบบผสม (แอลกอฮอล์น้อยกว่า 20%)	200,000 เยน และบวกเพิ่มทุก 1% แอลกอฮอล์เกินมา ต่อ 10,000 เยน
5	เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ชนิดมีฟอง เช่น เบียร์ เบียร์มอลต์ต่ำ	100,000 เยน
6	วีสกี บรั่นดี และสุรา มีปริมาณ (แอลกอฮอล์น้อยกว่า 37%)	370,000 เยน
7	สาเกสังเคราะห์	100,000 เยน
8	มิรินและสุราเบ็ตเตล็ด (จำกัดเฉพาะที่กำหนดโดยคำสั่งคณะรัฐมนตรี)	20,000 เยน
9	ไวน์ผลไม้รสหวานและสุราผลไม้ (แอลกอฮอล์น้อยกว่า 12%)	120,000 เยน และบวกเพิ่มทุก 1% แอลกอฮอล์เกินมา ต่อ 10,000 เยน
10	ผงสุรา	390,000 เยน

ที่มา Liquor Tax Law 1940, Article 23.

3.1.2.3 มาตรการทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการตลาดของอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ (กระบวนการปลายน้ำ)

ทั้งนี้ จากการศึกษาพบว่า ประเทศญี่ปุ่น ไม่มีมาตรการที่เกี่ยวข้องกับการจำกัดการโฆษณาและมาตรการทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ที่มีความเกี่ยวข้องกับการส่งเสริมอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้โดยชัดเจน แต่อย่างไรก็ดี สาเหตุที่ผู้วิจัยเขียนหัวข้อนี้ขึ้นก็เพื่อแสดงให้เห็นว่าประเทศญี่ปุ่นไม่มีนโยบายดังกล่าวนี้จริง และเพื่อเป็นการสะดวกต่อการศึกษาวิเคราะห์เปรียบเทียบ (Comparative Analysis) ในประเด็นที่เกี่ยวข้อง

มาตรการทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการตลาดของอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ (กระบวนการปลายน้ำ) ของแต่ละประเทศที่ผู้วิจัยได้เลือกทำการศึกษาต่อไป

ตารางที่ 3.3 สรุปมาตรการทางกฎหมายการส่งเสริมการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ผลิตจาก ผลผลิตทางการเกษตรประเภทผลไม้ของประเทศญี่ปุ่น

มาตรการทางกฎหมายการส่งเสริม อุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จากผลไม้ในประเทศญี่ปุ่น	Liquor Tax Law	Alcohol Business Law	Act on Special Measures Concerning the Stability of the Sake Manufacturing Industry, etc
มาตรการส่งเสริมในการเริ่มต้น		]	
อุตสาหกรรม	×	×	✓
มาตรการที่เกี่ยวข้องกับการอนุญาต	✓	✓	×
มาตรการควบคุมและกำกับดูแลการ ผลิตเพื่อการค้า	✓	×	×
มาตรการควบคุมและกำกับดูแลการ ผลิตที่มีใช้เพื่อการค้า	✓	×	×
มาตรการทางภาษีที่เกี่ยวข้องกับการ ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้	✓	×	×
มาตรการที่เกี่ยวข้องกับการจำกัดการ โฆษณา	×	×	×
มาตรการที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการ จำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม แอลกอฮอล์	×	×	×

ที่มา ผู้วิจัยทำเอง

3.2 สาธารณรัฐเกาหลี

3.2.1 นโยบายที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้

จากการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ภายในสาธารณรัฐเกาหลี ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา และกำหนดประเด็นการศึกษาออกเป็น 3 กรณี คือ (1) นโยบายที่เกี่ยวข้องกับการเริ่มต้นอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ (กระบวนการต้นน้ำ) (2) นโยบายที่เกี่ยวข้องกับการผลิตของอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จาก

ผลไม้ (กระบวนการกลั่นน้ำ) (3) นโยบายที่เกี่ยวกับการตลาดของอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ (กระบวนการกลั่นน้ำ) โดยมีรายละเอียดดังนี้

3.2.1.1 นโยบายที่เกี่ยวกับการเริ่มต้นอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ (กระบวนการกลั่นน้ำ)

1. นโยบายระดับชาติ ของรัฐบาลยูนฮอกยอล ค.ศ. 2022 (윤석열정부국정목표)⁹¹ กล่าวถึง การสนับสนุนให้ลดภาระต่าง ๆ ในธุรกิจ และส่งเสริมการลงทุน โดยการสร้างหลักการแข่งขันที่เป็นธรรม รวมไปถึงการปรับปรุงแก้ไขกฎหมาย และกฎระเบียบที่จำกัดการแข่งขัน เพื่อการสร้างเศรษฐกิจที่ยั่งยืน ธุรกิจที่มีความคิดสร้างสรรค์สามารถเข้าสู่ตลาด เด็บโต และแข่งขันอย่างยุติธรรมได้⁹² และการสนับสนุนให้สร้างระบบในการสนับสนุนสินค้าท้องถิ่นโดยการสร้าง แปรนด์สินค้าท้องถิ่น และยกระดับวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยการฟื้นฟูย่านการค้าในใจกลางเมืองเก่า ซึ่งจัดให้มีโรงไฟฟ้า พื้นที่สำหรับทำงาน ที่พักอาศัย ความบันเทิง และจัดการระบบต่าง ๆ เช่น การวางแผนย่านการค้า กองทุนเพื่อพัฒนา และความร่วมมือกันระหว่างภาครัฐและเอกชนในการจัดหาเงินทุน นอกจากนี้ให้มีการจัดทำแผนแม่บทการสร้างแบรนด์ในท้องถิ่น เพื่อสนับสนุนให้เกิดสินค้าภายในท้องถิ่นผ่านการมีส่วนร่วมของผู้อยู่อาศัยในบริเวณดังกล่าว ดังนั้นแล้วจึงเป็นการส่งเสริมให้สร้างอุตสาหกรรมท้องถิ่นรูปแบบใหม่ โดยใช้ทรัพยากรในท้องถิ่น เพื่อให้ท้องถิ่นมีรายได้เติบโตในอนาคต⁹³

2. แผนพัฒนาอุตสาหกรรมสุราแบบดั้งเดิม ฉบับที่ 3 (ค.ศ 2023-2027) (제3차[2023~2027] 전통주 등의산업발전 기본계획)⁹⁴ กล่าวถึง

⁹¹ เป็นนโยบายระดับชาติ ซึ่งก่อนรัฐบาลชุดนี้มีชื่อว่า ยุทธศาสตร์การบริหารแห่งชาติ (กลยุทธ์ส่งเสริม) ซึ่งเป็นของรัฐบาลชุดก่อน ก่อนจะเปลี่ยนชื่อเป็น นโยบายระดับชาติ ของรัฐบาลยูนฮอกยอล ซึ่งมีเป้าหมายระดับชาติทั้งหมด 6 เป้าหมาย ได้แก่ 1. การเป็นประเทศที่ดีและการฟื้นฟูสามัญสำนึก 2. เศรษฐกิจอย่างยั่งยืนที่ขับเคลื่อนโดยภาครัฐและเอกชน 3. สร้างมิตรภาพและสังคมที่ทุกคนมีความสุข 4. การสร้างอนาคตที่เด่นชัดผ่านความคิดสร้างสรรค์และความเป็นอิสระ 5. เป็นประเทศที่สำคัญในระดับโลกที่เอื้อต่อ เสรีภาพ สันติภาพ และความเจริญรุ่งเรือง 6. สนับสนุนท้องถิ่นให้ผู้คนสามารถอยู่ได้อย่างสะดวกสบายทุกที่ในประเทศ โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อให้สาธารณรัฐเกาหลีเติบโตอย่างก้าวกระโดดอีกครั้ง และเป็นชาติที่ผู้คนสามารถอยู่ร่วมกันได้เป็นอย่างดี

⁹² 윤석열정부국정목표, 61.

⁹³ 윤석열정부국정목표, 196.

⁹⁴ เป็นแผนที่ออกโดยรัฐมนตรีกระทรวงเกษตร อาหาร และกิจการชนบท โดยอาศัยอำนาจตาม รัฐบัญญัติว่าด้วยอุตสาหกรรมสุราแบบดั้งเดิมของเกาหลี (Act on Promotion of Korean Traditional Liquor Industries 2010) มาตรา 4 ซึ่งมีกลยุทธ์ทั้งหมด 4 กลยุทธ์ ได้แก่ 1. อุตสาหกรรมสุราแบบดั้งเดิมโตด้วยวัฒนธรรม 2. การเผยแพร่สุราของเกาหลีให้กับผู้คนทั่วโลก 3. อุตสาหกรรมสุราดั้งเดิมที่อยู่ร่วมกับเกษตรกรรมและพื้นที่ชนบท 4. การฟื้นฟู

1) การขยายการใช้ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรภายในประเทศ

โดยการคัดเลือกวัตถุดิบชั้นดีเช่น ข้าวสาลี ข้าว อุ่น เป็นต้น ในการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เพื่อจำหน่ายให้กับ รัฐบาลท้องถิ่น องค์กรผู้ผลิตเครื่องดื่ม โดยการทำสัญญาเพื่อส่งเสริมการเพาะปลูก นอกจากนี้ส่งเสริมการสร้างแบรนด์เพื่อวัตถุประสงค์ในการส่งเสริมการจำหน่าย โดยเชื่อมโยงกับโรงผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในท้องถิ่น กับดารา และเซฟชื่อดัง⁹⁵

2) การฝึกอบรมและสนับสนุนสตาร์ทอัพสุราดั้งเดิม

การจัดตั้งกองทุนใหม่ เพื่อเป็นรากฐานสำหรับการเริ่มต้นและการเติบโตของบริษัทสุราแบบดั้งเดิม โดยสนับสนุนบริษัทที่เพิ่งเริ่มต้นธุรกิจและมีแนวโน้มในการพัฒนาที่ดี นอกจากนี้ยังสนับสนุนในเรื่องของขั้นตอนการจัดตั้งบริษัท มีการฝึกอบรมสำหรับผู้ต้องการเริ่มต้นทำธุรกิจสุราแบบดั้งเดิม โดยได้จัดตั้งสถาบันฝึกอบรมขึ้นมา ให้เป็นศูนย์สนับสนุนสตาร์ทอัพ เพื่อให้พัฒนา จัดจำหน่ายสินค้า และสนับสนุนการปรับแต่งสินค้าต่าง ๆ⁹⁶

3.2.1.2 นโยบายที่เกี่ยวกับการผลิตของอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ (กระบวนการกลั่นน้ำ) ปรากฏในแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสุราแบบดั้งเดิม ฉบับที่ 3 (ค.ศ 2023-2027) (제3차[2023~2027] 전통주 등의산업발전 기본계획) กล่าวถึง

1. การวิจัยและพัฒนาสุราแบบดั้งเดิมระดับพรีเมียม

โดยการจัดตั้งโครงการวิจัยและพัฒนาเพื่อส่งเสริมสุราแบบดั้งเดิมระดับพรีเมียม โดยมุ่งเน้นในเรื่องของ วัตถุดิบ กระบวนการทำสุรา และการจัดจำหน่าย เพื่อส่งเสริมสุราที่มีชื่อเสียงใหม่ ๆ เช่น วิสกี้ข้าว และสุรามาจากถั่วมิโอดัก เป็นต้น⁹⁷

2. ส่งเสริมความร่วมมือภายในอุตสาหกรรม

เสริมสร้างการทำงานร่วมกันในการส่งเสริมธุรกิจโดยการบูรณาการสมาคมผู้ผลิตที่เกี่ยวข้องกับสุราดั้งเดิม เช่น สนับสนุนการพัฒนานโยบาย และถ่ายทอดการดำเนินงานของการแข่งขันสุราเกาหลี เป็นต้น อีกทั้งมีการส่งเสริมการบริโภคโดย จัดกิจกรรมส่งเสริม จัดตั้งหน่วยงานให้คำปรึกษาระหว่างผู้ผลิต และผู้จัดจำหน่าย ดำเนินโครงการส่งเสริมการขาย เช่น จัดเทศกาล Makgeolli Expo เป็นต้น⁹⁸

อุตสาหกรรม โดยมีวิสัยทัศน์ สุราแบบดั้งเดิมของเกาหลีเป็นที่ต้องการของคนทั่วโลก และมีเป้าหมายคือ การสร้างระบบนิเวศเพื่อส่งเสริมสุราที่มีชื่อเสียงและส่งเสริมการส่งออกเชิงพาณิชย์ที่เชื่อมโยงกับอาหารเกาหลี.

⁹⁵ 전통주 등의산업발전 기본계획, P.17.

⁹⁶ 전통주 등의산업발전 기본계획, P.12.

⁹⁷ 전통주 등의산업발전 기본계획, P.13.

⁹⁸ เพิ่งอ้าง.

3. ผลักดันการปฏิรูประบบภาษี

ให้กระทรวงยุทธศาสตร์และการคลังจัดการประชุมเพื่อปรึกษา ในการวางรากฐาน สำหรับการส่งเสริมสุราระดับพรีเมียม ในประเด็นการเก็บภาษีตามมูลค่า เปลี่ยนไปเป็นภาษีปริมาณ เฉพาะ ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์คุณภาพสูงซึ่งมีต้นทุนวัตถุดิบสูง⁹⁹

3.2.1.3 นโยบายที่เกี่ยวกับการตลาดของอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ (กระบวนการปลายน้ำ) ปรากฏในแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสุราแบบดั้งเดิม ฉบับที่ 3 (ค.ศ 2023-2027) (제3차[2023~2027] 전통주 등의산업발전 기본계획) กล่าวถึง

1. การเผยแพร่สู่ตลาดต่างประเทศ

ส่งเสริมการขึ้นทะเบียนการทำมักกอลลีให้เป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ ของ UNESCO และวิจัยเกี่ยวกับคุณค่าทางวัฒนธรรมของการทำมักกอลลี สนับสนุนให้มีส่วนร่วมใน การแข่งขันสุราที่มีชื่อเสียงในระดับโลก พร้อมกับส่งเสริมการถ่ายโอนความรู้ไปยังบริษัทที่ได้รับรางวัล รวมทั้งสนับสนุนค่าใช้จ่ายในการเข้าร่วมการแข่งขันและส่งเสริมการขายไปยังต่างประเทศ¹⁰⁰ และ สนับสนุนสุราดั้งเดิม โดยเชื่อมโยงกับอาหารเกาหลี เชฟชื่อดัง และสถานทูตในต่างประเทศ สร้าง ระบบการจัดส่งข้อมูลไปยังร้านอาหารเกาหลีในประเทศและต่างประเทศ รวมถึงการแบ่งปันสูตรการ จับคู่อาหารเกาหลีและเหล้าแบบดั้งเดิม¹⁰¹

2. สร้างภาพลักษณ์สุราเกาหลีระดับโลก

บุกเบิกช่องทางการขายสุราดั้งเดิมระดับพรีเมียม วางกลยุทธ์การส่งออกสินค้าแต่ละ รายการ สร้างรากฐานสำหรับการขยายการส่งออกโดยการสร้างระบบสนับสนุนแบบครบวงจร เช่น บรรจุภัณฑ์คุณภาพสูง ส่งเสริมช่องทางการขายสุราแบบดั้งเดิมระดับพรีเมียมราคาสูง ผ่านการตลาดที่ เชื่อมโยงกับคนดังและร้านอาหารในต่างประเทศ¹⁰²

3. กระตุ้นการบริโภคในประเทศ

พัฒนาโรงผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว (18 ล้านวอนต่อแห่ง) เพื่อเป็นตัวแทนผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมและการท่องเที่ยว โดยการคัดเลือกจากการแข่งขันเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ 5 ประเภท คือ ทักจู โซจู สุราผลไม้ สุรากลั่น และสุราอื่น ๆ และมีการติดตามประเมินผล เพื่อจัดการติดตามผลและยกเลิกโรงผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ไม่มีประสิทธิภาพ อีกทั้งคัดเลือก

⁹⁹ 전통주 등의산업발전 기본계획, 18.

¹⁰⁰ 전통주 등의산업발전 기본계획, 14.

¹⁰¹ 전통주 등의산업발전 기본계획, 14-15.

¹⁰² 전통주 등의산업발전 기본계획, 15.

วัตถุดิบชั้นดีเช่น ข้าวสาลี ข้าว องุ่น เป็นต้น ในการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เพื่อจำหน่ายให้กับรัฐบาลท้องถิ่น องค์กรผู้ผลิตเครื่องดื่ม โดยการทำสัญญาเพื่อส่งเสริมการเพาะปลูก นอกจากนี้ส่งเสริมการสร้างแบรนด์เพื่อวัตถุประสงค์ในการส่งเสริมการจำหน่าย โดยเชื่อมโยงกับโรงผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในท้องถิ่น กับดารา และเซพชื่อดัง¹⁰³

3.2.2 มาตรการทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้

จากการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับมาตรการทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ภายในสาธารณรัฐเกาหลี ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา และกำหนดประเด็นการศึกษาออกเป็น 3 กรณี คือ (1) มาตรการที่เกี่ยวข้องกับการเริ่มต้นอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ (กระบวนการต้นน้ำ) (2) มาตรการที่เกี่ยวข้องกับการผลิตของอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ (กระบวนการกลางน้ำ) (3) มาตรการที่เกี่ยวข้องกับการตลาดของอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ (กระบวนการปลายน้ำ) โดยมีรายละเอียดดังนี้

3.2.2.1 มาตรการทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการเริ่มต้นอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ (กระบวนการต้นน้ำ)

จากการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับมาตรการทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการเริ่มต้นอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ (กระบวนการต้นน้ำ) ภายในประเทศสาธารณรัฐเกาหลี ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา และกำหนดประเด็นการศึกษาออกเป็น 2 กรณี คือ 1. มาตรการส่งเสริมในการเริ่มต้นอุตสาหกรรม 2. มาตรการที่เกี่ยวข้องกับการอนุญาต โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. มาตรการส่งเสริมในการเริ่มต้นอุตสาหกรรม

จากการศึกษาพบว่า สาธารณรัฐเกาหลี ไม่มีมาตรการส่งเสริมในการเริ่มต้นอุตสาหกรรมที่มีความเกี่ยวข้องกับการส่งเสริมอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ไว้โดยชัดเจน แต่อย่างไรก็ดี สาเหตุที่ผู้วิจัยเขียนหัวข้อนี้ขึ้นก็เพื่อแสดงให้เห็นว่าสาธารณรัฐเกาหลีไม่มีมาตรการดังกล่าวนี้จริง และเพื่อเป็นการสะดวกต่อการศึกษาวิเคราะห์เปรียบเทียบ (Comparative Analysis) ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับมาตรการที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ของแต่ละประเทศที่ผู้วิจัยได้เลือกทำการศึกษาต่อไป

2. มาตรการที่เกี่ยวข้องกับการอนุญาต

จากการศึกษามาตรการที่เกี่ยวข้องกับการอนุญาตนั้นพบว่า ประเทศสาธารณรัฐเกาหลีมีกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการอนุญาตผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่แปรรูปจากผลผลิตทางการเกษตร

¹⁰³ 전통주 등의산업발전 기본계획, 17.

ประเภทผลไม้ 1 ฉบับ คือ รัฐบัญญัติว่าด้วยใบอนุญาตสุรา ค.ศ. 2021 (Act on Liquor Licenses, etc.) โดยมีรายละเอียดดังนี้

รัฐบัญญัติว่าด้วยใบอนุญาตสุรา ค.ศ. 2021

รัฐบัญญัติว่าด้วยใบอนุญาตสุรา ค.ศ. 2021¹⁰⁴ (Act on Liquor Licenses, etc.)

ฉบับนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ ความปลอดภัยในการค้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และสร้างรายได้ให้กับรัฐจากภาษีสุรา เพื่อกำหนดมาตรฐานและขั้นตอนในการขออนุญาตผลิตและจำหน่ายสุรา รวมทั้งเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการทดสอบสุรา¹⁰⁵ ซึ่งเป็นมาตรการที่เกี่ยวกับใบอนุญาตการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือใบอนุญาตการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มีรายละเอียด ดังนี้

1) การขออนุญาตผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

บุคคลที่จะผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แต่ละประเภทภายใต้ มาตรา 5 ของรัฐบัญญัติภาษีสุรา (Liquor Tax Act) ประกอบด้วย ก.แอลกอฮอล์ (หมายถึงเอทานอลที่สามารถเจือจางเพื่อบริโภคได้ รวมถึงที่ไม่สามารถบริโภคได้เนื่องจากมีสิ่งเจือปน) ข. สุราแช่ ทักกู หยักกู ไวน์ข้าว เบียร์ ไวน์ผลไม้ ค. สุรากลั่น โซจู เหล้าวิสกี้ บรันดี สุรากลั่นทั่วไป และ ง. เครื่องดื่มแอลกอฮอล์อื่น ๆ¹⁰⁶ จะต้องได้รับใบอนุญาตจากหัวหน้าสำนักงานภาษี (National Tax Service) ที่มีอำนาจ และปฏิบัติตามมาตรฐาน ข้อกำหนดต่าง ๆ ที่กำหนดโดยคำสั่งของประธานาธิบดีโดยมีรายละเอียดดังนี้¹⁰⁷

ก. การยื่นเอกสารเพื่อขออนุญาตผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต้องยื่นต่อหัวหน้าสำนักงานภาษี ซึ่งประกอบไปด้วย ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้สมัคร ที่ตั้งโรงงานผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ประเภทของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ผลิต วิธีการผลิต และปริมาณการผลิตที่คาดว่าจะผลิตในแต่ละปี รวมทั้งในกรณีที่ประสงค์จะผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพื่อทดสอบ ชิม หรือใช้เพื่องานเทศกาล ต้องประกอบไปด้วย เหตุผล ระยะเวลาในการผลิต และปริมาณการผลิต

¹⁰⁴ มีทั้งหมด 38 มาตรา ประกอบด้วย ก. บทที่ 1 บทบัญญัติทั่วไป ข. บทที่ 2 การผลิตและการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยแยกออกเป็น 4 หมวด ได้แก่ หมวดที่ 1 ใบอนุญาตผลิตสุราและใบอนุญาตประกอบธุรกิจขายสุรา หมวดที่ 2 ได้แก่ การสืบทอดมรดกของใบอนุญาตการผลิตสุรา หมวดที่ 3 การระงับการผลิต การส่งออก และการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หมวดที่ 4 การเพิกถอนใบอนุญาตการผลิตและการขายสุรา ค. บทที่ 3 การเก็บรักษาภาษีสุรา ง. บทที่ 4 การรับรอง การตรวจสอบ และการอนุญาต จ. บทที่ 5 บทบัญญัติเพิ่มเติม ฉ. บทที่ 6 บทลงโทษ ซึ่งมีการแก้ไขทั้งหมด 1 ครั้งในปี ค.ศ. 2022 <<https://www.law.go.kr/법령/주류면허등에관한법률>> สืบค้นเมื่อ 25 เมษายน 2568.

¹⁰⁵ Act on Liquor Licenses etc 2021 Article 1.

¹⁰⁶ Liquor Tax Act, Article 5.

¹⁰⁷ Act on Liquor Licenses etc 2021 Article 3

ข. หัวหน้าสำนักงานภาษีที่มีอำนาจซึ่งได้รับการยื่นคำขอใบอนุญาตการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ สามารถออกใบอนุญาตผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ โดยมีเงื่อนไขว่า โรงงานผลิตจะติดตั้งอุปกรณ์ หรือเครื่องจักรตามมาตรฐานและข้อกำหนดต่าง ๆ ตามมาตรา 3 วรรคหนึ่ง แห่งรัฐกฤษฎีกาบังคับใช้รัฐบัญญัติใบอนุญาตสุรา (Enforcement Decree of the Act on Liquor Licenses, etc) ทั้งนี้มาตรฐานและข้อกำหนดทางเทคนิคปรากฏเพิ่มเติมอยู่ในภาคผนวกที่ 1¹⁰⁸

ค. บุคคลที่ได้รับใบอนุญาตผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ผลิตภายใน 1 ปี ในกรณีที่เป็นผู้ผลิตรายย่อยต้องทำการผลิตภายใน 6 เดือน ต้องเริ่มก่อสร้างสถานที่ให้แล้วเสร็จภายใน 3 ปี กรณีเป็นผู้ผลิตรายย่อยต้องเริ่มก่อสร้างให้แล้วเสร็จภายใน 1 ปี นับแต่วันที่ได้รับใบอนุญาตก่อสร้าง อย่างไรก็ตามหากหัวหน้าสำนักงานภาษีเห็นว่าเหตุผลอันสมควร ที่ไม่สามารถกระทำการให้แล้วเสร็จตามระยะเวลาที่กำหนดสามารถขยายระยะเวลาดังกล่าวออกไปได้อีก 1 ปี กรณีเป็นผู้ผลิตรายย่อยสามารถขยายออกไปได้อีก 6 เดือน หากไม่สามารถกระทำการให้แล้วเสร็จภายในระยะเวลาดังกล่าวให้ถือว่าใบอนุญาตฯ ล้มสิ้นสุดลง

ง. บุคคลที่ได้รับใบอนุญาตผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จะต้องรายงานต่อหัวหน้าสำนักงานภาษีที่มีอำนาจโดยไม่ชักช้า เมื่อก่อสร้างโรงงานแล้วเสร็จและเริ่มต้นการผลิต

จ. หัวหน้าสำนักงานภาษีที่มีอำนาจจะต้องออกใบอนุญาตผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ให้กับบุคคลที่ตั้งใจจะผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพื่อใช้ในการ ทดสอบ ชิม เพื่อใช้ในงานเทศกาล หรือการแข่งขันที่จัดขึ้นโดยหน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่งดังต่อไปนี้ จัดขึ้นโดยรัฐไม่ว่าระดับชาติหรือท้องถิ่น สถาบันของรัฐตามกฎหมายว่าด้วยการจัดการสถาบันของรัฐ (ไม่รวมโรงเรียน) รัฐวิสาหกิจท้องถิ่นตามรัฐบัญญัติวิสาหกิจท้องถิ่น องค์การธุรกิจสุรา ตามมาตรา 37 แห่งรัฐบัญญัติฯ องค์การตามมาตรา 17 แห่งรัฐบัญญัติส่งเสริมอุตสาหกรรมสุราดั้งเดิม แม้ว่าโรงงานผลิตจะไม่ได้ติดตั้งอุปกรณ์ตามมาตรฐาน ข้อกำหนดต่าง ๆ ที่กำหนดโดยคำสั่งของประธานาธิบดี โดยหัวหน้าสำนักงานภาษีมีหน้าที่ต้องกำหนดระยะเวลา และปริมาณการผลิต¹⁰⁹

ฉ. ผู้ที่ได้รับใบอนุญาตให้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตั้งแต่สองประเภทขึ้นไป ในโรงงานผลิตสุราแห่งเดียว หรือในโรงงานผลิตที่ตั้งอยู่ใกล้เคียงกันสามารถใช้อุปกรณ์ หรือเครื่องจักร ในการทำความสะอาดโรงงานผลิตร่วมกันได้ แทนการติดตั้งให้แก่โรงงานแต่ละประเภท

¹⁰⁸ Appendix 1, 주류 제조장의 시설기준(제3조제1항 관련).

¹⁰⁹ Enforcement Decree of the Act on Liquor Licenses etc Article 2.

ช. หากโรงงานที่ได้รับใบอนุญาตการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ขาดมาตรฐานของโรงงานตามที่กฎหมายกำหนด หัวหน้าสำนักงานภาษีมียอำนาจสั่งให้แก้ไข และกำหนดระยะเวลาเพิ่มเติมได้¹¹⁰

รวมทั้งให้ใช้บังคับกับโรงงานที่ประสงค์จะผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นอกเหนือจากประเภทที่ได้รับอนุญาตด้วย นอกจากกรณีที่กำลังมาข้างต้น การผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่อไปนี้สามารถผลิตได้โดยไม่ต้องขออนุญาต การผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพื่อทดสอบโดยองค์กรของรัฐในระดับชาติหรือระดับท้องถิ่น การผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพื่อการวิจัยทางวิชาการ โดยสถาบันวิจัย หรือโรงเรียน¹¹¹ อีกทั้งบุคคลที่ได้รับใบอนุญาตการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์สามารถมอบอำนาจ ให้บุคคลอื่นผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ ตามข้อกำหนดที่ได้รับในใบอนุญาตการผลิตเครื่องดื่มฯ โดยมีเงื่อนไขว่า บุคคลที่ได้รับมอบหมายให้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไม่สามารถมอบอำนาจช่วงให้บุคคลที่สามได้อีก¹¹² และต้องรายงานต่อหัวหน้าสำนักงานภาษีมียอำนาจ¹¹³

2) การขอใบอนุญาตประกอบธุรกิจจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

บุคคลใดที่ประสงค์จะจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ รวมไปถึงธุรกิจบริการที่จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จะต้องได้รับใบอนุญาตประกอบฯ จากหัวหน้าสำนักงานภาษี (National Tax Service) ที่มีอำนาจ และปฏิบัติตามมาตรฐาน ข้อกำหนดต่าง ๆ ที่กำหนดโดยคำสั่งของประธานาธิบดีโดยมีรายละเอียดดังนี้

ก. ประเภทของธุรกิจสามารถ สามารถแบ่งได้ดังนี้

ก) ธุรกิจค้าส่งเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แบบครบวงจร หมายถึง ธุรกิจที่ซื้อและขายส่งเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ แต่ไม่รวมถึงผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือผู้ได้รับใบอนุญาตนำเข้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ข) ธุรกิจค้าส่งเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เฉพาะ หมายถึง ธุรกิจที่ซื้อและขายส่งเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภท สุราแช่ แทกจู (Takju) ยักจู (Yakju) ชองจู (Cheongju) สุราท้องถิ่น เบียร์ที่ผลิตโดยผู้ผลิตรายเล็ก เบียร์ที่ผลิตโดยวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เครื่องดื่มแอลกอฮอล์อื่น ๆ ที่มีการเพิ่มส่วนผสมนอกเหนือจากสารปรุงแต่งที่ระบุไว้ใน ภาคผนวกที่ 1 เครื่องดื่ม

¹¹⁰ Enforcement Decree of the Act on Liquor Licenses etc Article 3.

¹¹¹ Act on Liquor Licenses etc 2021 Article 3 (7).

¹¹² Act on Liquor Licenses etc 2021 Article 3 (8).

¹¹³ Act on Liquor Licenses etc 2021 Article 3 (9).

แอลกอฮอล์หรือส่วนผสมที่สามารถผสมหรือเติมลงในเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้¹¹⁴ ตามรัฐกำหนดบังคับใช้พระราชบัญญัติภาษีสุรา

ค) ธุรกิจค้าส่งแอลกอฮอล์ หมายถึง ธุรกิจซื้อและขายส่งจากผู้ผลิตหรือผู้นำเข้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ง) ธุรกิจส่งออกและนำเข้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

จ) ธุรกิจนายหน้าค้าสุรา หมายถึง ธุรกิจนายหน้าซื้อขายสุรานำเข้าและส่งออกหรือซื้อขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ภายในประเทศ

ฉ) ธุรกิจค้าปลีกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หมายถึง ผู้ผลิตสุรา ผู้นำเข้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ธุรกิจค้าส่งเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แบบครบวงจรตาม ก) ธุรกิจค้าส่งเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เฉพาะตาม ข) หรือธุรกิจนายหน้าค้าสุราตาม จ). ธุรกิจที่ซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ รวมถึงธุรกิจที่จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้กับผู้บริโภคเป็นหลัก

ข. การยื่นเอกสารเพื่อขอใบอนุญาตประกอบธุรกิจจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ต้องยื่นเอกสารต่อต่อหัวหน้าสำนักงานภาษีที่มีเขตอำนาจเหนือพื้นที่ประกอบธุรกิจ¹¹⁵ ซึ่งประกอบไปด้วย เอกสารที่กำหนดตามหลักเกณฑ์การบังคับใช้รัฐบัญญัติว่าด้วยใบอนุญาตสุรา มาตรา 2 ซึ่งรายละเอียดปรากฏอยู่ในภาคผนวก¹¹⁶ ข้อมูลส่วนตัวของผู้ประกอบธุรกิจ ที่ตั้งสำนักงานขาย¹¹⁷ พื้นที่คลังสินค้า¹¹⁸ (เฉพาะธุรกิจค้าส่งเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แบบครบวงจร ธุรกิจค้าส่งเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เฉพาะ ธุรกิจค้าส่งแอลกอฮอล์ และธุรกิจส่งออกและนำเข้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งหากร้านค้าไม่สามารถปฏิบัติตามมาตรฐาน และข้อกำหนดต่าง ๆ ที่กำหนดโดยคำสั่งของประธานาธิบดี หัวหน้าสำนักงานภาษีที่อยู่ในเขตอำนาจ มีอำนาจสั่งให้แก้ไข และกำหนดระยะเวลาเพิ่มเติมได้¹¹⁹

¹¹⁴ Appendix 1, 주류에 혼합하거나 첨가할 수 있는 주류 또는 재료(제3조제1항 관련).

¹¹⁵ Act on Liquor Licenses etc 2021 Article 5.

¹¹⁶ Appendix, 주류 제조면허 신청 등 관련 첨부서류(제2조 관련)

¹¹⁷ เพิ่มเติม กรณีไม่มีหน้าร้านไม่ต้องจดทะเบียนสำนักงานขาย แต่ให้ระบุเหตุผลประกอบแทน.

¹¹⁸ เพิ่มเติม เฉพาะธุรกิจค้าส่งเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แบบครบวงจร ธุรกิจค้าส่งเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เฉพาะ ธุรกิจค้าส่งแอลกอฮอล์ และธุรกิจส่งออกและนำเข้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เท่านั้นที่ต้องจดทะเบียนพื้นที่คลังสินค้า.

¹¹⁹ Enforcement Decree of the Act on Liquor Licenses etc Article 8.

3) ข้อจำกัดเกี่ยวกับใบอนุญาต

สำหรับผู้ขอใบอนุญาตผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และใบอนุญาตประกอบธุรกิจจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ รวมไปถึงกรณีที่บุคคลธรรมดาได้รับใบอนุญาตต่าง ๆ และถูกแปลงเป็นนิติบุคคลโดยการสืบทอดสิทธิและภาระผูกพันต่าง ๆ¹²⁰ หัวหน้าสำนักงานภาษีที่มีอำนาจ มีอำนาจไม่อนุญาตได้หากมีกรณีดังต่อไปนี้ โดยที่กรณีดังกล่าวนี้ไม่สามารถแก้ไขให้ถูกต้องได้

- ก. หากยังไม่ผ่านไป 2 ปี นับแต่วันที่ถูกเพิกถอนใบอนุญาต
- ข. หากผู้ขอรับใบอนุญาตเป็นผู้เยาว์ หรือเป็นบุคคลที่อยู่ภายใต้การดูแลแบบจำกัด
- ค. ในกรณีของนิติบุคคลที่ยื่นขอรับใบอนุญาตหรือนิติบุคคลที่แปลงสภาพมาจากบุคคลธรรมดา หากมีผู้บริหารคนใดคนหนึ่งมีเงื่อนไขตามข้อ ก.
- ง. หากผู้ยื่นคำขอใบอนุญาตหรือผู้รายงานบริษัทที่แปลงสภาพมาจากบุคคลธรรมดา ไม่มีที่อยู่หรือถิ่นที่อยู่ในประเทศ และตัวแทนหรือผู้จัดการอยู่ภายใต้ข้อ ก. หรือ 7 ถึง 10
- จ. หากผู้ยื่นคำขอใบอนุญาตหรือผู้รายงานนิติบุคคลที่แปลงสภาพมาจากบุคคลธรรมดา ไม่ชำระภาษีของประเทศหรือท้องถิ่น ณ เวลาที่ยื่นคำขอหรือรายงาน
- ฉ. หากผ่านไปไม่ถึงห้าปีนับตั้งแต่ผู้ขอรับใบอนุญาตได้รับการลงโทษหรือจำหน่ายฐานหลบเลี่ยงภาษีของประเทศหรือท้องถิ่นที่มีมูลค่าตั้งแต่ 500,000 วอนขึ้นไป
- ช. หากผ่านไปไม่ถึงห้าปีนับตั้งแต่ผู้ยื่นคำขอรับใบอนุญาตถูกลงโทษตาม รัฐบาลปฏิบัติการลงโทษผู้กระทำความผิดด้านภาษี
- ซ. หากผู้ขอรับใบอนุญาตถูกพิพากษาให้จำคุกหรือมีโทษหนักกว่านั้น และยังไม่พ้นห้าปีนับตั้งแต่การบังคับคดีเสร็จสิ้น (รวมถึงกรณีที่ถือว่า การบังคับคดีเสร็จสิ้นแล้ว) หรือการบังคับคดี ได้รับการยกเว้น รวมถึงการรอลงอาญาและอยู่ในระยะเวลาคุมประพฤติด้วย เนื่องจากฝ่าฝืนกฎหมายข้อใดข้อหนึ่งต่อไปนี้

- ก) รัฐบาลยุติลงโทษผู้กระทำความผิดทางด้านภาษี
- ข) รัฐบาลยุติส่งเสริมสุขภาพแห่งชาติ ฉบับที่ 1 มาตรา 31-1
- ค) รัฐบาลยุติส่งเสริมอุตสาหกรรมสุราท้องถิ่น
- ง) รัฐบาลยุติสุขภาพโภชนาการ
- จ) รัฐบาลยุติพิเศษการจัดการความปลอดภัยด้านอาหารนำเข้า
- ฉ) รัฐบาลยุติคุ้มครองเยาวชน จำกัดเฉพาะที่มีการละเมิดตามมาตรา

30 วรรค 2, มาตรา 58 อนุวรรค 3 และ 6, และมาตรา 59 อนุวรรค 1 2 6 และ 7

¹²⁰ Act on Liquor Licenses etc 2021 Article 9.

ณ) หากผู้ขอรับใบอนุญาตพยายามจัดตั้งร้านขายของโดยไม่มีเหตุอันสมควรในสถานที่ที่ สำนักงานภาษีกำหนดและประกาศโดยสำนักงานภาษีแห่งชาติว่าไม่เหมาะสมต่อการอนุรักษ์รายได้ภาษี การจำหน่าย และการจัดการการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ญ) เมื่อผู้ขอรับใบอนุญาตถูกประกาศล้มละลายและไม่ได้รับการกลับคืนสู่สถานะ

ฎ) หากผู้ขอรับใบอนุญาตมีความประสงค์จะจัดตั้งร้านขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในพื้นที่ที่หัวหน้าสำนักงานภาษีกำหนดและประกาศกำหนดว่าน่าจะส่งผลเสียต่อความสมดุลของอุปสงค์และอุปทานของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างมีนัยสำคัญ โดยคำนึงถึงจำนวนประชากร การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จำนวน ของร้านจำหน่ายสินค้า¹²¹

4) การย้ายสถานที่ผลิตและสถานที่ขาย

สำหรับบุคคลที่ได้รับใบอนุญาต มีความประสงค์ที่จะย้ายสถานที่ผลิตหรือขายของตนต้องรายงานต่อหัวหน้าสำนักงานภาษีที่มีเขตอำนาจเหนือสถานที่ย้ายตามที่กำหนดในรัฐกฤษฎีกาบังคับใช้รัฐบัญญัติใบอนุญาตสุรา อย่างไรก็ตามผู้ได้รับใบอนุญาตประกอบธุรกิจขายสุราตามที่กำหนดในรัฐกฤษฎีกาบังคับใช้รัฐบัญญัติใบอนุญาตสุรา มีความประสงค์จะย้ายสถานที่จำหน่ายของตนไปยังสถานที่ซึ่งอยู่ในอนุวรรค 11 หรือ 13 ของมาตรา 7 ต้องได้รับอนุญาตจากอธิบดีคณะรัฐมนตรี หัวหน้าสำนักงานภาษีที่มีเขตอำนาจเหนือที่ตั้งใหม่ เมื่อหัวหน้าสำนักงานภาษีได้รับรายงานแล้ว ปรากฏว่าไม่ปฏิบัติตามมาตรฐาน และข้อกำหนด ที่ได้กำหนดไว้ให้คำสั่งไม่รับรายงานดังกล่าว โดยหัวหน้าสำนักงานภาษีต้องแจ้งให้ทราบภายใน 15 วัน ว่ารับรายงานดังกล่าวหรือไม่ หากไม่แจ้งให้ผู้รายงานทราบผลรายงานหรือการขยายระยะเวลา ตามประมวลกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการร้องเรียนทางแพ่งภายในระยะเวลาที่ระบุไว้ในวรรค 3 ระยะเวลาการรายงาน (หากการประมวลผลระยะเวลาจะขยายหรือขยายออกไปตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินการฟ้องร้องทางแพ่ง) ในกรณีนี้ถือว่ารายงานได้รับการยอมรับแล้วในวันถัดจากวันสิ้นสุดระยะเวลาดำเนินการที่เกี่ยวข้อง¹²²

5) การสืบทอดใบอนุญาต

ในกรณีที่บุคคลที่ได้รับใบอนุญาต ถูกแปลงเป็นนิติบุคคลโดยการสืบทอดสิทธิและภาระผูกพันทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจอย่างครอบคลุมมาตรา 3 ย่อหน้า 1, มาตรา 4 และ 5 ต้องเป็นไปตาม มาตรฐาน และข้อกำหนดอื่นๆ ที่กำหนดไว้ในวรรค 1 และต้องรายงานการสืบทอด

¹²¹ Act on Liquor Licenses etc 2021 Article 7.

¹²² Act on Liquor Licenses etc 2021 Article 8.

ใบอนุญาต ต่อหัวหน้าสำนักงานภาษีที่มีอำนาจในกรณีนี้ หากไม่อยู่ภายใต้ข้อจำกัดด้านใบอนุญาต ถือว่าบริษัทที่เกี่ยวข้องได้รับใบอนุญาต¹²³

อีกประการหนึ่ง บุคคลที่สืบทอดธุรกิจการผลิตสุรา หรือจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ต้องรายงานข้อเท็จจริงต่อหัวหน้าสำนักงานภาษีที่มีอำนาจโดยไม่ชักช้า หากทายาทที่รายงานไม่อยู่ภายใต้ข้อจำกัดเกี่ยวกับใบอนุญาตดังที่กล่าวข้างต้นในหัวข้อ ก, ข และ จ ถึง ช จะถือว่าบุคคลนั้นได้รับใบอนุญาตสำหรับธุรกิจการผลิตหรือการจำหน่าย ในกรณีนี้ ใน มาตรา 7 วรรค 6 “ในขณะที่ยื่นคำขอหรือรายงานโดยผู้ขอรับใบอนุญาตหรือผู้รายงานบริษัทที่แปลงสภาพ” ให้ถือเป็น “ในขณะที่รายงานโดยผู้ขอรับใบอนุญาต”¹²⁴

6) การระงับการผลิต และส่งออก เครื่องดื่มแอลกอฮอล์

การระงับการผลิต และส่งออก ให้หัวหน้าสำนักงานภาษีที่มีอำนาจสั่งระงับการผลิตและส่งออกเป็นระยะเวลาไม่เกิน 3 ปี ในกรณีเช่น การมอบหมายให้บุคคลอื่นผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ไม่ตรงกับที่ได้รับอนุญาต การมอบอำนาจช่วงให้บุคคลที่ 3 ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่เป็นการฝ่าฝืนข้อกำหนดต่าง ๆ ที่ได้กำหนดไว้ การหลีกเลี่ยงภาษี เป็นต้น แต่หากเป็นกรณี การไม่จัดให้มีหลักประกันหรือส่งวงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นหลักประกันการชำระภาษีตามที่หัวหน้าสำนักงานภาษีสั่งตามมาตรา 21 แห่งรัฐบัญญัติภาษีสุรา และกรณีการไม่ชำระภาษีมูลค่าเพิ่ม ให้หัวหน้าสำนักงานภาษีที่มีอำนาจสั่งระงับการผลิตและส่งออกจนกว่าเหตุดังกล่าวจะถูกแก้ไข¹²⁵

7) การระงับการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และการเพิกถอนใบอนุญาตจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ให้หัวหน้าสำนักงานภาษีที่มีอำนาจเป็นผู้สั่งระงับการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และการเพิกถอนใบอนุญาตจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ก. ระงับการจำหน่ายเป็นระยะเวลา 3 เดือน กรณีดังต่อไปนี้ เช่น ย้ายสถานที่จำหน่ายและไม่รายงาน หรือรายงานเท็จ ต่อหัวหน้าสำนักงานภาษี เมื่อจำหน่าย หรือครอบครอง เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ไม่มีการเสียภาษี, จงใจฝ่าฝืนหน้าที่การจัดทำบัญชี เป็นต้น

ข. การสั่งเพิกถอนใบอนุญาตจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ กรณีดังต่อไปนี้ เช่น ได้รับใบอนุญาตจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ด้วยวิธีที่ผิดกฎหมาย, ไม่ปฏิบัติตามข้อกำหนดและมาตรฐานตามที่กฎหมายกำหนดไว้, ฝ่าฝืนเงื่อนไขตามที่หัวหน้าสำนักงานภาษีกำหนดไว้ให้ตาม

¹²³ Act on Liquor Licenses etc 2021 Article 9.

¹²⁴ Act on Liquor Licenses etc 2021 Article 10.

¹²⁵ Act on Liquor Licenses etc 2021 Article 11.

มาตรา 6 รัฐบัญญัติว่าด้วยใบอนุญาตสุรา (Act on Liquor Licenses, etc.), พื้นที่ขายถูกย้ายโดยไม่ได้รับอนุญาต หรือได้รับอนุญาตด้วยวิธีที่ผิดกฎหมาย, เครื่องดื่มได้รับการปรุงแต่ง, ไม่จำหน่ายสุราเป็นระยะเวลา 2 ปี เป็นต้น นอกจากนี้เมื่อมีการเพิกถอนใบใบอนุญาตจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และมีสินค้าคงคลังหลงเหลืออยู่ หัวหน้าสำนักงานภาษีที่มีอำนาจสามารถกำหนดระยะเวลาไม่เกิน 1 เดือน เพื่อให้สามารถดำเนินการหรือจำหน่ายสินค้าในระยะเวลาดังกล่าวได้¹²⁶¹²⁷

8) การเพิกถอนใบอนุญาตการผลิตและ จำหน่าย

การให้หัวหน้าสำนักงานภาษี มีอำนาจในการเพิกถอนใบอนุญาตกรณีดังต่อไปนี้ เช่น การได้รับใบอนุญาตด้วยวิธีผิดกฎหมาย หลีกเหลี่ยงภาษี ใช้ใบภาษีปลอม ไม่ปฏิบัติตามมาตรฐาน และข้อกำหนด ฝ่าฝืนเงื่อนไขตามที่หัวหน้าสำนักงานภาษีกำหนดไว้ให้ตามมาตรา 6 รัฐบัญญัติว่าด้วยใบอนุญาตสุรา (Act on Liquor Licenses, etc.) ไม่ผลิตแอลกอฮอล์เป็นระยะเวลาเกิน 2 ปี ให้บุคคลอื่นเข้าใบอนุญาต ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ไม่ได้รับอนุญาตในโรงผลิตเดียวกัน เป็นต้น¹²⁸ หรือหากผู้ได้รับอนุญาตไม่ประสงค์ที่ดำเนินการต่อไปแล้ว หรือหยุดดำเนินการชั่วคราว ให้แจ้งยกเลิกใบอนุญาตต่อหัวหน้าสำนักงานภาษีที่มีอำนาจ¹²⁹

3.2.2.2 มาตรการทางกฎหมายที่เกี่ยวกับการผลิตของอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ (กระบวนการกลั่นน้ำ)

จากการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับมาตรการที่เกี่ยวกับการผลิตของอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ (กระบวนการกลั่นน้ำ) ภายในสาธารณรัฐเกาหลี ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา และกำหนดประเด็นการศึกษาออกเป็น 3 กรณี คือ 1. มาตรการควบคุมและกำกับดูแลการผลิตเพื่อการค้า 2. มาตรการควบคุมและกำกับดูแลการผลิตที่มีใช้เพื่อการค้า และ 3. มาตรการทางภาษีที่เกี่ยวกับการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. มาตรการควบคุมและกำกับดูแลการผลิตเพื่อการค้า

ทั้งนี้ จากการศึกษาพบว่า ไม่สามารถระบุหามาตรการควบคุมและกำกับดูแลการผลิตเพื่อการค้าของ สาธารณรัฐเกาหลี เนื่องจากข้อจำกัดด้านการเข้าถึงข้อมูลภาครัฐซึ่งเผยแพร่เฉพาะภาษาท้องถิ่นหรือยังไม่มีมีการแปลอย่างเป็นทางการ รวมทั้งการขาดข้อมูลอัปเดตในแหล่งข้อมูลสาธารณะ (public database) ที่เชื่อถือได้ ทำให้การวิเคราะห์ด้านนโยบายของภาครัฐมีความไม่ครบถ้วนเท่าที่ควร สาเหตุที่ผู้วิจัยเขียนหัวข้อนี้ขึ้นก็เพื่อเป็นการสะดวกต่อการศึกษาวิเคราะห์

¹²⁶ Enforcement Decree of the Act on Liquor Licenses etc Article 13.

¹²⁷ Act on Liquor Licenses etc 2021 Article 12.

¹²⁸ Act on Liquor Licenses etc 2021 Article 13.

¹²⁹ Act on Liquor Licenses etc 2021 Article 15.

เปรียบเทียบ (Comparative Analysis) ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับ. มาตรการควบคุมและกำกับดูแลการผลิตเพื่อการค้าของแต่ละประเทศที่ผู้วิจัยได้เลือกทำการศึกษาต่อไป

2. มาตรการควบคุมและกำกับดูแลการผลิตที่มีใช้เพื่อการค้า

จากการศึกษาพบว่า สาธารณรัฐเกาหลี ไม่มีมาตรการควบคุมและกำกับดูแลการผลิตที่มีใช้เพื่อการค้าที่มีความเกี่ยวข้องกับการส่งเสริมอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ได้โดยชัดเจน แต่อย่างไรก็ดี สาเหตุที่ผู้วิจัยเขียนหัวข้อนี้ขึ้นก็เพื่อแสดงให้เห็นว่าสาธารณรัฐเกาหลีไม่มีมาตรการดังกล่าวนี้จริง และเพื่อเป็นการสะท้อนต่อการศึกษาวิเคราะห์เปรียบเทียบ (Comparative Analysis) ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับมาตรการที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ของแต่ละประเทศที่ผู้วิจัยได้เลือกทำการศึกษาต่อไป

3. มาตรการทางภาษีที่เกี่ยวข้องกับการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้

จากการศึกษาเกี่ยวกับมาตรการที่เกี่ยวข้องกับภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา และผลจากการศึกษาพบว่า มีกฎหมายที่เกี่ยวข้อง 2 ฉบับ คือ (1) รัฐบาลบัญญัติว่าด้วยใบอนุญาตสุรา ค.ศ. 2021 (Act on Liquor Licenses, etc.) (2) รัฐบาลบัญญัติภาษีสสุรา ค.ศ. 1949 (Liquor Tax Act) โดยมีรายละเอียดดังนี้

1) รัฐบาลบัญญัติว่าด้วยใบอนุญาตสุรา ค.ศ. 2021 (Act on Liquor Licenses, etc.) มีมาตรการที่เกี่ยวข้องกับภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ดังนี้

ก. คำสั่งเพื่อรักษาภาษีสสุรา

ในกรณีที่จำเป็นต้องเก็บรักษาภาษีสสุรา หัวหน้าสำนักงานภาษีแห่งชาติอาจออกคำสั่งตาม ประกาศการมอบหมายคำสั่งเกี่ยวกับการจัดตั้งคำสั่งการค้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์¹³⁰ เกี่ยวกับเรื่องดังต่อไปนี้ เช่น เรื่องที่เกี่ยวข้องกับการจัดประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และฉลาก เรื่องเกี่ยวกับการทำเครื่องหมายยานพาหนะสำหรับขนส่งเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เรื่องที่เกี่ยวข้องกับการผลิตวัตถุดิบสำหรับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การควบคุมคุณภาพเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เรื่องที่เกี่ยวข้องกับการรายงานการเปลี่ยนแปลงในโรงงานและอุปกรณ์การผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เป็นต้น¹³¹

ข. การรายงานราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และการเปลี่ยนเครื่องหมายการค้า

หากผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เปลี่ยนแปลงราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ไม่รวมสุราและเบียร์ดิบ หรือผลิตและส่งออกเครื่องดื่มใหม่ ต้องรายงานราคาต่อกรมอาชญากรรมของสำนักงานภาษีแห่งชาติตามที่กำหนดโดย รัฐกฎหมายบังคับใช้รัฐบาลบัญญัติใบอนุญาตสุรา

¹³⁰ 주류 거래질서 확립에 관한 명령위임 고시.

¹³¹ Act on Liquor Licenses, etc 2021 Article 17.

(Enforcement Decree of the Act on Liquor Licenses, etc) มาตรา 23 และในกรณีของการใช้หรือเปลี่ยนเครื่องหมายการค้า ต้องแจ้งความประสงค์แก่หัวหน้าสำนักงานภาษีที่มีอำนาจก่อนอย่างน้อย 2 วัน ก่อนเริ่มใช้¹³²

ค. การกำหนดประเภทของวัตถุดิบสำหรับการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
หัวหน้าสำนักงานภาษีแห่งชาติอาจกำหนดประเภทของและปริมาณของวัตถุดิบที่จำเป็นสำหรับการผลิตเครื่องดื่ม

2) รัษฎบัญญัติภาษีสสุรา ค.ศ. 1949 (Liquor Tax Act)

รัษฎบัญญัติภาษีสสุรา ค.ศ. 1949¹³³ (Liquor Tax Act) ฉบับนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อเพื่อกำหนดข้อกำหนดและข้อบังคับในการจัดเก็บภาษีสสุราเพื่อการจัดเก็บภาษีสสุราอย่างเป็นธรรม ประกันการปฏิบัติตามความรับผิดชอบทางภาษีอย่างเหมาะสม และมีส่วนช่วยให้รายได้ทางการเงินเพิ่มขึ้นอย่างราบรื่น¹³⁴ ซึ่งในงานวิจัยฉบับนี้จะทำการศึกษาเฉพาะในส่วนของมาตรการที่เกี่ยวกับภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เท่านั้นซึ่งเป็นไปตามขอบเขตของการวิจัยโดยมีรายละเอียดดังนี้

ก. ฐานภาษีสสุรา มักโกลี และเบียร์ โดยแบ่งตามประเภท ปริมาณเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ปล่อยจากโรงงานโดยคำนวณอัตราภาษีต่อกิโลลิตร และนำเข้า ส่วนฐานภาษีสำหรับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ไม่ใช่ สสุรา มักโกลี และเบียร์ แบ่งตามประเภท ราคา ณ ที่ปล่อยจากโรงงาน และราคา ณ เวลารับเข้า โดยจะต้องไม่รวมจำนวนภาษีสำหรับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่เกี่ยวข้อง แต่ให้รวมค่าภาชนะและค่าบรรจุภัณฑ์ด้วย โดยไม่รวมค่าตู้คอนเทนเนอร์และค่าบรรจุหีบห่อ¹³⁵

ข. อัตราภาษีสสุรา

โดยมีการกำหนดอัตราภาษี ก. สสุรา ข. เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ซกแล้ว ค. แอลกอฮอล์กลั่น เครื่องดื่มที่ซกแล้วโดยแบ่งเป็น มักโกลี ไวน์ขาว เบียร์ ง. เครื่องดื่มแอลกอฮอล์อื่น ๆ จ. สสุราดั้งเดิม¹³⁶ โดยมีรายละเอียดปรากฏในตารางดังต่อไปนี้

¹³² Act on Liquor Licenses etc 2021 Article 18.

¹³³ มีทั้งหมด 27 มาตรา ประกอบด้วย ก. บทที่ 1 บทบัญญัติทั่วไป ข. บทที่ 2 ฐานภาษีและอัตราภาษี ค. บทที่ 3 ค่าชี้แจงและการชำระเงิน ง. บทที่ 4 บทบัญญัติเพิ่มเติม จ. บทที่ 5 การยกเว้นภาษี บทที่ 6 การรักษาความปลอดภัยในการชำระบัญชี บทที่ 7 บทกำหนดโทษ ซึ่งมีการแก้ไขทั้งหมด 58 ครั้ง มีการแก้ไขล่าสุดในปี ค.ศ. 2023.

¹³⁴ Liquor Tax Act 1949 Article 1.

¹³⁵ Liquor Tax Act 1949 Article 7.

¹³⁶ Liquor Tax Act 1949 Article 8.

ตารางที่ 3.4 อัตราภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศสาธารณรัฐเกาหลี

ลำดับ	ประเภทเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์	อัตราภาษี	หมายเหตุ
1	สุรา	57,000 วอน ต่อกิโลลิตร	เพิ่ม 600 วอนสำหรับแต่ละ เปอร์เซ็นต์ที่เกิน 95 เปอร์เซ็นต์
2	เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ขังแล้ว ก. ม้ากอลี ข. ไวน์ข้าว ไวน์ผลไม้ และไวน์ ข้าวกลั่น และ ค. เบียร์	N/A	
3	เครื่องดื่มแอลกอฮอล์กลั่น	N/A	
4	เครื่องดื่มแอลกอฮอล์อื่น ๆ	N/A	

ที่มา Liquor Tax Act 1949 Article 8 (1949)

3.2.2.3 มาตรการทางกฎหมายที่เกี่ยวกับการตลาดของอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ (กระบวนการปลายน้ำ)

จากการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับมาตรการทางกฎหมายที่เกี่ยวกับการเริ่มต้นอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ (กระบวนการต้นน้ำ) ภายในประเทศสาธารณรัฐเกาหลี ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา และกำหนดประเด็นการศึกษาออกเป็น 3 กรณี คือ 1. มาตรการที่เกี่ยวกับการโฆษณาผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ และ 2. มาตรการที่เกี่ยวกับการส่งเสริมการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. มาตรการที่เกี่ยวกับการโฆษณาผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้

จากการศึกษาเกี่ยวกับมาตรการที่เกี่ยวกับการจำกัดการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา และผลจากการศึกษาพบว่า มีกฎหมายที่เกี่ยวข้อง 1 ฉบับ คือ รัฐบัญญัติส่งเสริมสุขภาพ ค.ศ. 1995 (National Health Promotion Act) โดยมีรายละเอียดดังนี้

รัฐบัญญัติส่งเสริมสุขภาพ ค.ศ. 1995¹³⁷ (National Health Promotion Act) ฉบับนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมสุขภาพของประชาชนโดยการเผยแพร่ความรู้ที่ถูกต้องเกี่ยวกับสุขภาพ เพื่อปลูกฝังคุณค่าและความสำนึกรับผิดชอบต่อสุขภาพของประชาชน และสร้างเงื่อนไขในการประกอบอาชีพเพื่อสุขภาพที่ดีด้วยตนเอง¹³⁸ ซึ่งในงานวิจัยฉบับนี้จะทำการศึกษาเฉพาะในส่วนของมาตรการที่เกี่ยวกับการจำกัดการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เท่านั้นซึ่งเป็นไปตามขอบเขตของการวิจัยโดยมีรายละเอียด ดังนี้

1) การแก้ไขเปลี่ยนแปลงโฆษณา

รัฐมนตรืว่าการกระทรวงสาธารณสุขและสวัสดิการอาจขอให้แก้ไข เช่น การเปลี่ยนแปลงเนื้อหา หรือสั่งห้ามบุคคลที่ทำโฆษณาที่ทำให้ความตระหนักรู้ด้านสาธารณสุขเข้าใจผิด โฆษณาที่รัฐมนตรืว่าการกระทรวงสาธารณสุขและสวัสดิการอาจสั่งให้เปลี่ยนแปลงเนื้อหาโฆษณาหรือการห้ามโฆษณา¹³⁹

2) การสนับสนุนให้เลิกบุหรี่และดื่มพอประมาณ

รัฐและรัฐบาลท้องถิ่นจะต้องให้ความรู้และประชาสัมพันธ์แก่สาธารณชนว่าการสูบบุหรี่และการดื่มมากเกินไปทั้งทางตรงและทางอ้อมเป็นอันตรายต่อสุขภาพของประชาชน รัฐบาลของรัฐและท้องถิ่นอาจสนับสนุนบริษัทหรือองค์กรที่ทำการวิจัยและวิจัยเกี่ยวกับการเลิกบุหรี่และการกลั่นกรอง ผู้ที่ได้รับใบอนุญาตผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามกฎหมายว่าด้วยใบอนุญาตสุรา ฯลฯ หรือผู้นำเข้าและขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จะต้องปิดข้อความบนภาชนะขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามคำสั่งประธานาธิบดีโดยระบุข้อความว่าการดื่มมากเกินไป เป็นอันตรายต่อสุขภาพและการดื่มสุราระหว่างตั้งครรภ์เป็นอันตรายต่อสุขภาพของทารกในครรภ์ต้องแสดงข้อความเตือนว่าอาจก่อให้เกิดอันตรายได้ โดยเรื่องที่จำเป็นเกี่ยวกับเนื้อหา วิธีการของคำเตือน จะถูกกำหนดโดยกฤษฎีกากระทรวงสาธารณสุขและสวัสดิการ¹⁴⁰

¹³⁷ มีทั้งหมด 34 มาตรา ประกอบด้วย ก. บทที่ 1 บทบัญญัติทั่วไป ข. บทที่ 2 การจัดการสุขภาพแห่งชาติ ค. บทที่ 3 กองทุนส่งเสริมสุขภาพแห่งชาติ ง. บทที่ 4 บทบัญญัติเพิ่ม จ. บทที่ 5 บทลงโทษ ซึ่งมีการแก้ไขทั้งหมด 49 ครั้ง โดยมีการแก้ไขล่าสุดในปี ค.ศ. 2021 <<https://www.law.go.kr/법령/국민건강증진법시행령>> สืบค้นเมื่อ 28 เมษายน 2568.

¹³⁸ National Health Promotion Act 1995 Article 1.

¹³⁹ National Health Promotion Act 1995 Article 7.

¹⁴⁰ National Health Promotion Act 1995 Article 8.

3) ข้อกำหนดพิเศษสำหรับการจำกัดและห้ามการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ห้ามทำการโฆษณาเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ยกเว้นบุคคลที่ได้รับใบอนุญาตผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือใบอนุญาตขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และผู้นำเข้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามกฎหมายว่าด้วย ใบอนุญาตจำหน่ายสุรา ฯลฯ โดยสื่อโฆษณาที่ใช้ในนั้นจะต้องปฏิบัติตามเรื่องต่อไปนี้

ก. นอกจากการแจ้งชื่อ ประเภท และลักษณะของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ แล้ว ผู้ดื่มจะต้องไม่ระบุว่ามี การจัดให้มีรางวัลหรือของมีค่าเพื่อส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ข. ห้ามส่งเสริมหรือชักจูงการดื่มไม่ว่าทางตรงหรือทางอ้อม หรือพรรณนาถึงบุคคล น้ำเสียง หรือพฤติกรรมกรดื่มของหญิงตั้งครรภ์หรือผู้เยาว์

ค. ห้ามพรรณนาถึงการดื่มขณะขับรถหรือทำงาน

ง. ข้อความเตือน ให้แสดงบนโฆษณาและภาชนะบรรจุเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ อย่างไรก็ตาม หากจะลงโฆษณาในพื้นที่ที่ไม่ได้เขียนคำเตือน จะต้องเขียนคำเตือนแยกต่างหากที่ด้านล่างของภาชนะเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

จ. โฆษณาสุราจะต้องไม่แสดงเนื้อหาที่ไม่ผ่านการตรวจสอบซึ่งเกี่ยวข้องกับสุขภาพของผู้คน เช่น ข้อความที่ว่าการดื่มช่วยเพิ่มความแข็งแรงทางร่างกายหรือความสามารถในการออกกำลังกาย หรือว่าการดื่มนั้นมีประโยชน์ในการรักษาโรคหรือสุขภาพจิต

ฉ. เรื่องอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกัมาตรฐานการโฆษณาที่กำหนดโดยกฤษฎีกาประธานาธิบดี

หากโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ภายใต้พระราชบัญญัติภาษีสุราละเมิดมาตรฐานที่กำหนดไว้ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงสาธารณสุขและสวัสดิการอาจขอให้แก้ไข เช่น เปลี่ยนแปลงเนื้อหา หรือสั่งห้ามได้¹⁴¹

4) การสร้างวัฒนธรรมการดื่มที่ดีของเกาหลี และการจัดการการใช้หรือการพึ่งพาแอลกอฮอล์ในทางที่ผิด

รัฐและรัฐบาลท้องถิ่นจะต้องมุ่งมั่นที่จะสร้างวัฒนธรรมวัฒนธรรมการดื่มที่ดี และป้องกัน บำบัดการพึ่งพาแอลกอฮอล์ในทางที่ผิด และอาจส่งเสริมการสำรวจ การวิจัย หรือโครงการ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงสาธารณสุขและสวัสดิการจะจัดตั้งคณะกรรมการป้องกันอันตรายจากการดื่มเพื่อให้คำแนะนำในเรื่องต่อไปนี้ และเรื่องที่จำเป็นสำหรับองค์ประกอบและการดำเนินงานให้เป็นไปตามกฤษฎีกากระทรวงสาธารณสุขและสวัสดิการ

¹⁴¹ National Health Promotion Act 1995 Article 8-2.

- ก. การกำหนดนโยบายเพื่อสร้างวัฒนธรรมการดื่มที่ดี
- ข. เรื่องการกำหนดมาตรฐานการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
- ค. เรื่องการป้องกัน และการจัดการการใช้หรือพึ่งพาแอลกอฮอล์ในทางที่ผิด
- ง. เรื่องอื่นๆ ที่จำเป็นเพื่อลดอันตรายจากการดื่ม

โดยรัฐมนตรีว่าการกระทรวงสาธารณสุขและสวัสดิการจะดำเนินการสำรวจการใช้หรือพึ่งพาแอลกอฮอล์ในทางที่ผิดทุก ๆ ห้าปีที่เกี่ยวข้องกับการสำรวจตามมาตรา 10 ของพระราชบัญญัติการส่งเสริมสุขภาพจิตและการสนับสนุนการบริการสวัสดิการสำหรับผู้ป่วยทางจิต¹⁴²

5) การกำหนดเขตปลอดแอลกอฮอล์

หากรัฐบาลท้องถิ่นเห็นว่าจำเป็นต้องป้องกันผลกระทบที่เป็นอันตรายจากการดื่มและส่งเสริมสุขภาพของผู้อยู่อาศัย พวกเขาอาจกำหนดสถานที่บางแห่งภายในเขตอำนาจของตนเป็นโซนปลอดแอลกอฮอล์ และห้ามดื่มสุราในเขตปลอดแอลกอฮอล์ นอกจากนี้นายกเทศมนตรีเมืองปกครองตนเองพิเศษ ผู้ว่าราชการจังหวัดปกครองตนเองพิเศษ และหัวหน้าเมือง เทศมณฑล หรือเขตจะติดตั้งป้ายระบุเขตปลอดแอลกอฮอล์ ในกรณีนี้ เรื่องที่จำเป็น เช่น วิธีการติดตั้งป้ายแนะนำสำหรับพื้นที่ห้ามดื่มสุรา ให้เป็นไปตามข้อกำหนดของกระทรวงสาธารณสุขและสวัสดิการ¹⁴³

2. มาตรการที่เกี่ยวกับการส่งเสริมการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้

จากการศึกษาเกี่ยวกับมาตรการอื่นที่เกี่ยวกับการส่งเสริมการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา และผลจากการศึกษาพบว่า มีกฎหมายที่เกี่ยวข้อง 1 ฉบับ คือ รัฐบัญญัติว่าด้วยอุตสาหกรรมสุราแบบดั้งเดิมของเกาหลี ค.ศ. 2010 (Act on Promotion of Korean Traditional Liquor Industries) โดยมีรายละเอียดดังนี้

รัฐบัญญัติว่าด้วยอุตสาหกรรมสุราแบบดั้งเดิมของเกาหลี ค.ศ. 2010¹⁴⁴ (Act on Promotion of Korean Traditional Liquor Industries) ฉบับนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ ปรับปรุงคุณภาพของสุราแบบดั้งเดิมของเกาหลีในเรื่องที่จำเป็น และส่งเสริมอุตสาหกรรมเพื่อเพิ่ม

¹⁴² National Health Promotion Act 1995 Article 8-3.

¹⁴³ National Health Promotion Act 1995 Article 8-4.

¹⁴⁴ มีทั้งหมด 38 มาตรา ประกอบด้วย ก. บทที่ 1 บทบัญญัติทั่วไป ข. บทที่ 2 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมสุราดั้งเดิม ค. บทที่ 3 การอำนวยความสะดวกในการฟื้นฟูอุตสาหกรรมสุราแบบดั้งเดิม ง. บทที่ 4 การควบคุมคุณภาพ จ. บทที่ 5 บทบัญญัติเพิ่มเติม ฉ. บทที่ 6 บทลงโทษ ซึ่งมีการแก้ไขทั้งหมด 7 ครั้ง โดยมีการแก้ไขล่าสุดในปี ค.ศ. 2021 <<https://www.law.go.kr/eng/engLsSc.do?menuId=2§ion=lawNm&query=LIQUOR&x=43&y=31#liBgcolor0>> สืบค้นเมื่อ 25 เมษายน 2568.

ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมสุราแบบดั้งเดิมของเกาหลี และเพิ่มมูลค่าเพิ่มของการเกษตรซึ่งจะช่วยเพิ่มรายได้ของเกษตรกรและการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ¹⁴⁵ โดยจะทำการศึกษามาตรการอื่นที่เกี่ยวกับการส่งเสริมการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เท่านั้น โดยมีรายละเอียดดังนี้

1) การกำหนดแผนแม่บท

รัฐมนตรีว่าการกระทรวงเกษตร อาหาร และกิจการชนบท จะต้องกำหนดและดำเนินการตามแผนแม่บทสำหรับการพัฒนาอุตสาหกรรมสุราแบบดั้งเดิม โดยปรึกษาหารือกับหัวหน้าหน่วยงานบริหารส่วนกลางที่เกี่ยวข้องทุก ๆ ห้าปีเพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมสุราแบบดั้งเดิมโดยมีรายละเอียดต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

ก. ทิศทางพื้นฐาน สำหรับการส่งเสริมอุตสาหกรรมสุราแบบดั้งเดิม

ข. เรื่องเกี่ยวกับการพัฒนาและการแพร่กระจายของเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับสุราแบบดั้งเดิม

ค. เรื่องเกี่ยวกับการปรับปรุงคุณภาพของสุราแบบดั้งเดิม

ง. เรื่องเกี่ยวกับการฝึกอบรมทรัพยากรวิชาชีพสำหรับสุราแบบดั้งเดิม

จ. เรื่องเกี่ยวกับการสร้างวัฒนธรรมการดื่มที่มีประโยชน์

ฉ. เรื่องที่เกี่ยวกับการส่งเสริมการบริโภคและการส่งออกสุราแบบดั้งเดิม

ช. เรื่องอื่น ๆ ที่ระบุโดยรัฐกฤษฎีกาประธานาธิบดี

รัฐมนตรีว่าการกระทรวงเกษตร อาหาร และกิจการชนบทจะต้องกำหนดและดำเนินการตามแผนการดำเนินงานประจำปีตามแผน ผ่านการปรึกษาหารือกับหัวหน้าหน่วยงานบริหารส่วนกลางที่เกี่ยวข้อง และพยายามจัดหาทรัพยากรทางการเงินที่จำเป็น และเมื่อรัฐมนตรีว่าการกระทรวงเกษตร อาหาร และกิจการชนบทได้จัดทำแผนแม่บทและแผนการดำเนินงานให้ประกาศต่อสาธารณะตามรัฐกฤษฎีกาของกระทรวงเกษตร อาหาร และชนบท อีกทั้งในกรณีที่เป็นจำเป็นสำหรับการจัดทำแผนแม่บทหรือแผนการดำเนินงาน รัฐมนตรีว่าการกระทรวงเกษตร อาหาร และกิจการชนบท อาจขอให้หัวหน้าหน่วยงานปกครองส่วนกลางที่เกี่ยวข้องหรือนายกเทศมนตรี/ผู้ว่าราชการจังหวัด ส่งข้อมูลที่เกี่ยวข้อง ในกรณีดังกล่าว หัวหน้าหน่วยงานบริหารส่วนกลางที่เกี่ยวข้องหรือนายกเทศมนตรี/ผู้ว่าราชการจังหวัด ที่ร้องขอให้ส่งข้อมูลจะต้องปฏิบัติตาม เว้นแต่จะมีเหตุอันสมควร

¹⁴⁵ Act on Promotion of Korean Traditional Liquor Industries 2010 Article 1.

ในกรณีที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงมหาดสมุทรและการประมงจัดทำแผนแม่บททำเรือหรือ แผนการดำเนินงาน ให้แจ้งหัวหน้าหน่วยงานบริหารส่วนกลางที่เกี่ยวข้องและนายกเทศมนตรี/ผู้ว่าการท่าเรือ และยื่นแผนที่เกี่ยวข้องต่อคณะกรรมการประจำรัฐสภาที่มีอำนาจ¹⁴⁶

2) ความช่วยเหลือในการจัดการและปรับปรุงธุรกิจ

รัฐมนตรีว่าการกระทรวงเกษตร อาหาร และกิจการชนบทอาจดำเนินมาตรการสนับสนุนผู้ผลิตที่ประกอบธุรกิจด้วยใบอนุญาตการผลิตสุราตามมาตรา 8 เพื่อปรับปรุงการจัดการธุรกิจของตน เช่น การจัดหาวัตถุดิบ การปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวก การพัฒนาตลาด บริการให้คำปรึกษา และเรื่องที่เกี่ยวข้องสำหรับการมีสิทธิ์รับการสนับสนุน รายละเอียดของการสนับสนุนดังกล่าว และเรื่องอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องให้กำหนดโดยรัฐฎีกาประธานาธิบดี¹⁴⁷

3) การเสริมสร้างความเชื่อมโยงกับการเกษตรในท้องถิ่น

รัฐมนตรีว่าการกระทรวงเกษตร อาหาร และกิจการชนบทอาจกำหนดและดำเนินการตามแผนอุปสงค์และอุปทานที่มั่นคงของอุปทานของผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรที่ผลิตในท้องถิ่นที่ใช้เป็นวัตถุดิบสำหรับสุราแบบดั้งเดิม และส่งเสริมการบริโภคสุราแบบดั้งเดิม

¹⁴⁶ Act on Promotion of Korean Traditional Liquor Industries 2010 Article 4.

¹⁴⁷ Act on Promotion of Korean Traditional Liquor Industries 2010 Article 5.

ตารางที่ 3.5 สรุปมาตรการทางกฎหมายที่เกี่ยวกับการส่งเสริมอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
จากผลไม้ของประเทศสาธารณรัฐเกาหลี

มาตรการทางกฎหมาย การส่งเสริม อุตสาหกรรมเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์จากผลไม้	Act on Liquor Licenses, etc.	Liquor Tax Act	Act on Promotion of Korean Traditional Liquor Industries	National Health Promotion Act
มาตรการส่งเสริมในการ เริ่มต้นอุตสาหกรรม	×	×	×	×
มาตรการเกี่ยวกับการ อนุญาต	✓	×	×	×
มาตรการควบคุมและ กำกับดูแลการผลิตเพื่อ การค้า	×	×	×	×
มาตรการควบคุมและ กำกับดูแลการผลิตที่มีใช้ เพื่อการค้า	×	×	×	×
มาตรการทางด้านภาษี	✓	✓	×	×
มาตรการที่เกี่ยวกับการ จำกัดการโฆษณา	×	×	×	✓
มาตรการที่เกี่ยวกับการ ส่งเสริมการจำหน่าย ผลิตภัณฑ์ เครื่องดื่ม แอลกอฮอล์	×	×	✓	×

ที่มา ผู้วิจัยทำเอง

3.3 สหรัฐอเมริกา รัฐแคลิฟอร์เนีย

3.3.1 นโยบายที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้

การศึกษาวิจัยเกี่ยวกับแนวนโยบายทั้งหลายที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่แปรรูปจากผลผลิตทางการเกษตรประเภทผลไม้ภายใน สหรัฐอเมริกา รัฐแคลิฟอร์เนีย นั้นพบว่า ไม่มีนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ไว้โดยชัดเจน แต่อย่างไรก็ดี สาเหตุที่ผู้วิจัยเขียนหัวข้อนี้ขึ้นก็เพื่อแสดงให้เห็นว่าสหรัฐอเมริกา รัฐแคลิฟอร์เนียไม่มีนโยบายดังกล่าวนี้จริง และเพื่อเป็นการสะทกต่อการศึกษาวเคราะห์เปรียบเทียบ (Comparative Analysis) ในประเด็นที่เกี่ยวกับมาตรการทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ของแต่ละประเทศที่ผู้วิจัยได้เลือกทำการศึกษาต่อไป

3.3.2 มาตรการทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้

จากการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับมาตรการทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ภายในสหรัฐอเมริกา รัฐแคลิฟอร์เนีย ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา และกำหนดประเด็นการศึกษาออกเป็น 3 กรณี คือ (1) มาตรการที่เกี่ยวข้องกับการเริ่มต้นอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ (กระบวนการต้นน้ำ) (2) มาตรการที่เกี่ยวข้องกับการผลิตของอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ (กระบวนการกลางน้ำ) (3) มาตรการที่เกี่ยวข้องกับการตลาดของอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ (กระบวนการปลายน้ำ) โดยมีรายละเอียดดังนี้

3.3.2.1 มาตรการทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการเริ่มต้นอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ (กระบวนการต้นน้ำ)

จากการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับมาตรการทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการเริ่มต้นอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ (กระบวนการต้นน้ำ) ภายในสหรัฐอเมริกา รัฐแคลิฟอร์เนีย ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา และกำหนดประเด็นการศึกษาออกเป็น 2 กรณี คือ 1. มาตรการส่งเสริมในการเริ่มต้นอุตสาหกรรม 2. มาตรการที่เกี่ยวข้องกับการอนุญาต โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. มาตรการส่งเสริมในการเริ่มต้นอุตสาหกรรม

ทั้งนี้ จากการศึกษาพบว่า สหรัฐอเมริกา รัฐแคลิฟอร์เนีย ไม่มีมาตรการส่งเสริมในการเริ่มต้นอุตสาหกรรมไว้โดยชัดเจน แต่อย่างไรก็ดี สาเหตุที่ผู้วิจัยเขียนหัวข้อนี้ขึ้นก็เพื่อแสดงให้เห็นว่าสหรัฐอเมริกา รัฐแคลิฟอร์เนีย ไม่มีมาตรการดังกล่าวนี้จริง และเพื่อเป็นการสะทกต่อการศึกษา

วิเคราะห์เปรียบเทียบ (Comparative Analysis) ในประเด็นที่เกี่ยวกับมาตรการที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ของแต่ละประเทศที่ผู้วิจัยได้เลือกทำการศึกษาต่อไป

2. มาตรการที่เกี่ยวข้องกับการอนุญาต

จากการศึกษามาตรการที่เกี่ยวข้องกับการอนุญาตนั้นพบว่า สหรัฐอเมริกา รัฐแคลิฟอร์เนีย มีกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการอนุญาตผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่แปรรูปจากผลผลิตทางการเกษตรประเภทผลไม้ 1 ฉบับ คือ รัฐบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ค.ศ. 1953 (Alcoholic Beverage Control Act) โดยมีรายละเอียดดังนี้

รัฐบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ค.ศ. 1953

รัฐบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ค.ศ. 1953¹⁴⁸¹⁴⁹ (Alcoholic Beverage Control Act) ฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อใช้อำนาจตำรวจของรัฐในการคุ้มครองความปลอดภัย สวัสดิภาพ สุขภาพ ความสงบสุข และศีลธรรมของประชาชน ปรามปรามการผลิต การขาย และแอลกอฮอล์ โดยไม่ได้รับอนุญาตและผิดกฎหมาย และส่งเสริมความพอประมาณในการใช้และการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มีการประกาศ ณ ที่นี้ว่าเนื้อหาของแผนกนี้เกี่ยวข้องกับความอยู่ดีมีสุขทางเศรษฐกิจ สังคม และศีลธรรม ตลอดจนความปลอดภัยของรัฐและประชาชนทุกคนในระดับสูงสุด บทบัญญัติทั้งหมดของหมวดนี้จะได้รับการตีความอย่างเสรี¹⁵⁰ ซึ่งเป็นมาตรการที่เกี่ยวกับใบอนุญาตการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หรือใบอนุญาตการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มีรายละเอียด ดังนี้

1) การขอใบอนุญาตผลิตและจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

การขอใบอนุญาตผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้น ต้องดำเนินการผ่านหน่วยงานของรัฐแคลิฟอร์เนียที่เรียกว่า กรมควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (ABC: Alcoholic Beverage Control) โดยเป็นองค์กรที่บริหารและบังคับใช้กฎหมายเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของรัฐแคลิฟอร์เนีย¹⁵¹ และมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

ก. หน้าที่ของผู้สมัคร

¹⁴⁸ Business & Professions Code Division 9 23000.

¹⁴⁹ มีข้อ 100-26325 ข้อ ประกอบด้วย 10 หมวด คือ 1. กรมกิจการผู้บริโภค 1.5 การปฏิเสธ การระงับ การเพิกถอน 2. ศิลปะการรักษ 3. วิชาชีพและอาชีพโดยทั่วไป 4. อสังหาริมทรัพย์ 5. น้าหนักและมาตรการ 6. สิทธิทางธุรกิจ 7. กฎเกณฑ์การประกอบธุรกิจทั่วไป 8. ข้อบังคับทางธุรกิจพิเศษ 8.5 หยุดการเข้าถึงยาสูบตามพระราชบัญญัติการบังคับใช้กฎหมายเด็ก 8.6 พระราชบัญญัติการอนุญาตให้ใช้ผลิตภัณฑ์และยาสูบ 9. เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ 10. กัญชา.

¹⁵⁰ Business & Professions Code Division 9 23001.

¹⁵¹ Business & Professions Code Division 9 23049.

ผู้สมัครมีหน้าที่ติดประกาศ ณ สถานที่ที่ทำการขออนุญาต และให้ข้อมูลต่อกรมควบคุมเครื่องดัดแปลงแอลกอฮอล์ อีกทั้งในบางกรณีกรมควบคุมเครื่องดัดแปลงแอลกอฮอล์อาจกำหนดให้ผู้สมัคร ลงประกาศในหนังสือพิมพ์ ส่งจดหมายแจ้งเตือนไปยังประชาชนที่อยู่ในรัศมี 500 ฟุตของสถานที่ หรือรับหลักฐานจากแผนท้องถิ่นในเรื่องการแบ่งเขตอนุญาตให้ผลิตเครื่องดัดแปลงแอลกอฮอล์อย่างใดอย่างหนึ่ง

ข. ประกาศไปยังเจ้าหน้าที่ท้องถิ่น

กรมควบคุมเครื่องดัดแปลงแอลกอฮอล์จะส่งสำเนาใบสมัครไปยังเจ้าหน้าที่ท้องถิ่นตามที่กฎหมายกำหนด หากสถานที่นั้นอยู่ในเมือง สำเนาจะถูกส่งไปยังกรมตำรวจ สภามือเมือง และแผนกผังเมือง หากสถานที่นั้นอยู่ในเทศมณฑล สำเนาจะถูกส่งไปยังแผนกนายอำเภอ คณะกรรมการหัวหน้างาน และอัยการเขต หากเจ้าพนักงานท้องถิ่นมีความกังวลเกี่ยวกับการออกใบอนุญาตอาจร้องขอหรือกำหนดข้อจำกัดในการดำเนินธุรกิจหรือไม่อนุญาตให้ดำเนินธุรกิจได้ใด ๆ ซึ่งมีข้อพิจารณา คือ

- ก) สร้างความเดือดร้อนให้ประชาชนหรือไม่
- ข) จะก่อให้เกิดอาชญากรรมหรือเพิ่มอาชญากรรมในพื้นที่หรือไม่
- ค) จะขัดต่อกฎหมายการแบ่งเขตหรือไม่
- ง) อยู่ในพื้นที่ที่มีอาชญากรรมสูงหรือเป็นพื้นที่ที่มีใบอนุญาตมากเกินไป

และไม่สามารถรองรับความสะดวกของประชาชนได้

ซึ่งการพิจารณาดังกล่าวนั้น สภามือเมืองหรือคณะกรรมการกำกับดูแลมีเวลา 90 วัน ในการพิจารณาเรื่องและแจ้งให้กรมควบคุมเครื่องดัดแปลงแอลกอฮอล์ทราบ หากสภาเมืองหรือคณะกรรมการกำกับดูแลไม่แจ้งให้กรมควบคุมเครื่องดัดแปลงแอลกอฮอล์ทราบภายใน 90 วัน ให้ถือว่า กรมควบคุมเครื่องดัดแปลงแอลกอฮอล์มีอำนาจในการออกใบอนุญาตให้ผู้สมัครได้

ค. การสืบสวน

กรมควบคุมเครื่องดัดแปลงแอลกอฮอล์ดำเนินการสอบสวนอย่างละเอียดตามที่กฎหมายกำหนด เพื่อดูว่าผู้สมัครและสถานที่นั้นมีคุณสมบัติได้รับใบอนุญาตหรือไม่บุคคลใดอาจคัดค้านการออกใบอนุญาตได้ โดยจะต้องยื่นประท้วงเป็นลายลักษณ์อักษรภายใน 30 วัน นับจากวันที่ประกาศ ณ สถานที่ที่ทำการขออนุญาต หรือวันที่ผู้สมัครประกาศเจตนารมณ์ในการขออนุญาตไปยังบุคคลที่อยู่ในรัศมี 500 ฟุต แล้วแต่วันใดจะถึงกำหนดภายหลัง โดยเหตุที่จะประท้วงหรือปฏิเสธใบอนุญาตได้คือ ผู้สมัครไม่มีคุณสมบัติ เช่น พลอมใบสมัคร มีอายุต่ำกว่า 21 ปี ไม่ใช่เจ้าของที่แท้จริง หรือมีประวัติอาชญากรรม เป็นต้น หรือสถานที่ดังกล่าวไม่เหมาะสม เช่น ใกล้

โรงเรียน โบสถ์ สนามเด็กเล่น สถานพยาบาล สถานที่ดังกล่าวตั้งอยู่ในพื้นที่ที่มีอาชญากรรมสูง ไม่มีความจำเป็นต่อสาธารณะ หรือสถานที่ดังกล่าวจะสร้างความรำคาญให้กับสาธารณะ เป็นต้น

หากผู้สมัครสามารถแก้ไขเหตุที่บุคคลอื่นคัดค้านได้ หรือทำตามข้อเรียกร้องของผู้คัดค้านได้ กรมควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก็สามารถออกใบอนุญาตให้แก่ผู้สมัครได้ภายใต้เงื่อนไขที่กำหนด

ง. การพิจารณาครั้งสุดท้าย

ในการพิจารณาครั้งสุดท้าย กรมควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์สำนักงานใหญ่จะทำการตรวจสอบ เอกสาร ค่าธรรมเนียม และสถานที่ว่าถูกต้องหรือไม่ รวมถึงตรวจสอบร่วมกับหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง¹⁵²

2) ประเภทของและค่าธรรมเนียมของใบอนุญาตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

โดยใบอนุญาตที่อยู่ในรัฐแคลิฟอร์เนียทั้งหมดนั้นมีทั้งหมด 99 ประเภท ซึ่งจะขogl่าวถึงใบอนุญาตประเภท ก. เบียร์ ข. ไวน์ ค. สุรากลั่น และ ง. บรันดี้ เท่านั้นซึ่งเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัยดังต่อไปนี้

ก. เบียร์

เบียร์ หมายถึง เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ใดๆ ที่ได้จากการหมักหรือต้มข้าวบาร์เลย์ มอลต์ ฮีป หรือผลิตภัณฑ์อื่นที่คล้ายคลึงกัน หรือผสมกันในน้ำ และหมายความรวมถึงเบียร์เอล พอร์เตอร์ สีน้าตาล สเตาท์ เบียร์ลาเกอร์ แก้วเล็ก เบียร์และเบียร์เข้มข้น แต่ไม่รวมถึงสาเกที่เรียกว่าไวน์ข้าวญี่ปุ่น เบียร์อาจผลิตได้โดยใช้วัสดุต่อไปนี้เป็นสารเสริมในการหมัก: น้ำผึ้ง ผลไม้ น้ำผลไม้ ผลไม้เข้มข้น สมุนไพร เครื่องเทศ และวัตถุดิบอาหารอื่นๆ เบียร์ที่บ่มในถังไม้เปล่าที่เคยบรรจุไวน์หรือสุรากลั่นไว้ก่อนหน้านี้ ให้นิยามเฉพาะว่าเป็น “เบียร์” เท่านั้น และจะไม่ถือเป็นการเจือจางหรือส่วนผสมของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อื่นใด¹⁵³

ผู้ผลิตรายใหญ่ ผู้ผลิตเบียร์ในรัฐนี้กำหนดให้ต้องมีใบอนุญาตและผลิตได้มากกว่า 60,000 บาร์เรล¹⁵⁴ต่อปี¹⁵⁵

¹⁵² California Department of Alcoholic Beverage Control, ‘License Application Process’ <<https://www.abc.ca.gov/licensing/apply-for-a-new-license/license-application-process/>> accessed 12 June 2024.

¹⁵³ Business & Professions Code Division 9 23006.

¹⁵⁴ 1 บาร์เรล มีจำนวนเท่ากับ 158.987 ลิตร.

¹⁵⁵ Business & Professions Code Division 9 23320 (B) (1)(A).

ผู้ผลิตรายเล็ก อนุญาตให้ผลิตและจำหน่ายเบียร์โดยโรงเบียร์ที่ผลิตได้น้อยกว่า 60,000 บาร์เรลต่อปี สิทธิพิเศษและข้อจำกัดของใบอนุญาตประเภทนี้จะเหมือนกับผู้ผลิตเบียร์รายใหญ่ ข้อแตกต่างเพียงอย่างเดียวคือค่าธรรมเนียมใบอนุญาตจะต่ำกว่า¹⁵⁶

ผู้ผลิตและจำหน่าย ณ ที่ผลิต ต้องมีระบบการผลิตเบียร์เชิงพาณิชย์ขั้นต่ำเจ็ดถังซึ่งตั้งอยู่ในสถานที่อย่างถาวร สามารถผลิตเบียร์ได้ไม่ต่ำกว่าเจ็ดบาร์เรลต่อรอบการผลิต และผู้รับใบอนุญาตจะต้องผลิตเบียร์ได้ไม่น้อยกว่า 100 บาร์เรลหรือไม่เกิน 5,000 บาร์เรลต่อปี ณ สถานที่ที่ได้รับใบอนุญาต¹⁵⁷

ใบอนุญาตประเภทนี้เบียร์ทุกชนิดอยู่ภายใต้ข้อกำหนด Responsible Beverage Service (RBS)¹⁵⁸ ซึ่งเป็นโครงการฝึกอบรมให้เสิร์ฟเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม โดยมีจุดประสงค์เพื่อลดอันตรายที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่อชุมชนท้องถิ่น เพื่อให้พนักงานเสิร์ฟเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่และผู้จัดการได้รับความรู้เกี่ยวกับอันตรายของการเสิร์ฟเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่ผู้เยาว์และผู้ที่มีมากเกินไป และกำหนดให้พนักงานเสิร์ฟและผู้จัดการต้องได้รับการรับรอง RBS

ข. ไวน์

“ไวน์” หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการหมักแอลกอฮอล์ตามปกติของน้ำองุ่นสุกหรือผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรอื่นๆ ที่มีน้ำตาลธรรมชาติหรือน้ำตาลที่เติมเข้าไป หรือเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ใดๆ ก็ตามที่มีการเติมน้ำตาล ฝักรสผลไม้ หรือสุราหรือไวน์ ซึ่งกลั่นจากผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรเฉพาะหรือผลิตภัณฑ์ที่ใช้ผลิตไวน์ และผลิตภัณฑ์ไวน์ที่ผ่านการกลั่นอื่นๆ และไม่ว่าจะเรียกด้วยชื่อใดก็ตาม และไม่มีส่วนผสมของกลีเซอรีน และวัสดุผสมเกินร้อยละ 15 และมีแอลกอฮอล์ไม่เกินร้อยละ 24 โดยปริมาตร และรวมถึงเวอร์มุตและสาเก ซึ่งเรียกว่าไวน์ข้าวญี่ปุ่น¹⁵⁹

อนุญาตให้ผลิตและจำหน่ายไวน์โดยโรงบ่มไวน์ ผู้ปลูกไวน์จะต้องอุปกรณ์สำหรับการแปรรูปผลไม้เพื่อผลิตเป็นไวน์และมีส่วนร่วมในการผลิตไวน์¹⁶⁰ กฎระเบียบของสำนักงานภาษีและการค้าแอลกอฮอล์และยาสูบของรัฐบาลกลาง (TTB) อนุญาตให้ผู้ปลูกไวน์ใช้อุปกรณ์ของผู้ปลูกไวน์หรือผลิตไวน์รายอื่นได้ ใบอนุญาตผู้ปลูกไวน์แยกต่างหากจะออกให้กับนิติบุคคลที่ผลิตไวน์แต่

¹⁵⁶ Business & Professions Code Division 9 23356.2 (B) (1)(B).

¹⁵⁷ Business & Professions Code Division 9 23356.2 (B) (23)(A).

¹⁵⁸ Assembly Bill No. 1221 CHAPTER 847.

¹⁵⁹ Business & Professions Code Division 9 23007.

¹⁶⁰ Business & Professions Code Division 9 23013.

ละแห่งภายใต้ใบอนุญาตโรงกลั่นไวน์ที่ถูกผูกมัดของตนเอง ใบอนุญาตประเภทนี้อยู่ภายใต้ข้อกำหนด Responsible Beverage Service (RBS)

ผู้ผลิตไวน์ซึ่งมีโรงงานที่ขนาดแตกต่างกันนั้น มีใบอนุญาตที่แตกต่างกันด้วยเช่นกันโดยแบ่งได้ดังนี้

ประเภท A สำหรับผู้ผลิตไวน์ที่ผลิตได้น้อยกว่าหรือเท่ากับ 5,000 แกลลอน

ประเภท B สำหรับผู้ผลิตไวน์ที่ผลิตได้ 5,000 – 20,000 แกลลอน

ประเภท C สำหรับผู้ผลิตไวน์ที่ผลิตได้ 20,000 – 100,000 แกลลอน

ประเภท D สำหรับผู้ผลิตไวน์ที่ผลิตได้ 100,000 – 200,000 แกลลอน

ประเภท E สำหรับผู้ผลิตไวน์ที่ผลิตได้ 200,000 – 1,000,000 แกลลอน

ประเภท F สำหรับผู้ผลิตไวน์ที่ผลิตได้มากกว่า 1,000,000 แกลลอน ขึ้นไป โดยแต่ละประเภคนั้นจะมีค่าธรรมเนียมที่แตกต่างกัน¹⁶¹

ค. สุรากลั่น

สุรากลั่น หมายความว่า เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ได้จากการกลั่นผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรหมัก และหมายความรวมถึงแอลกอฮอล์ที่ใช้เป็นเครื่องดื่ม สุราไวน์ วิสกี้ เหล้ารัม บรั่นดี และจิน รวมทั้งสารเจือจางและส่วนผสมของสุราดังกล่าวด้วย¹⁶² ใบอนุญาตของผู้ผลิตสุรากลั่นตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (ABC) ให้คำจำกัดความของผู้ผลิตสุรากลั่นว่า “บุคคลใดก็ตามที่ผลิตสุรากลั่นจากวัสดุหมักตามธรรมชาติหรือในลักษณะอื่นใด” หน้าที่ของใบอนุญาตประเภทนี้ นอกเหนือจากการผลิตแล้ว ยังรวมถึงการบรรจุภัณฑ์ การบรรจุขวด การแก้ไข การปรุงแต่งรส และอื่นๆ ที่พบใน ฟังก์ชันนี้ใช้กับสุรากลั่นเท่านั้น ไม่รวมไวน์หรือเบียร์¹⁶³ ใบอนุญาตประเภทนี้อยู่ภายใต้ข้อกำหนด Responsible Beverage Service (RBS)

ง. บรั่นดี

ใบอนุญาตนี้อนุญาตให้ผู้ถือผลิตได้เฉพาะบรั่นดีเท่านั้น ไม่ใช่สุรากลั่นอื่นๆ บรั่นดีที่ทำโดยการกลั่นไวน์หรือผลไม้หมัก¹⁶⁴ ใบอนุญาตประเภทนี้อยู่ภายใต้ข้อกำหนด Responsible Beverage Service (RBS)

3.3.2.2 มาตรการทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการผลิตของอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ (กระบวนการกลั่นน้ำ)

¹⁶¹ Business & Professions Code Division 9 23356.2 (B) (2).

¹⁶² Business & Professions Code Division 9 23005.

¹⁶³ Business & Professions Code Division 9 23015.

¹⁶⁴ Business & Professions Code Division 9 23320 (B) (3).

จากการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับมาตรการทางกฎหมายที่เกี่ยวกับการผลิตของอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ (กระบวนการกลั่นน้ำ) ภายในสหรัฐอเมริกา รัฐแคลิฟอร์เนีย ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา และกำหนดประเด็นการศึกษาออกเป็น 3 กรณี คือ 1. มาตรการควบคุมและกำกับดูแลการผลิตเพื่อการค้า 2. มาตรการควบคุมและกำกับดูแลการผลิตที่มีใช้เพื่อการค้า และ 3. มาตรการทางภาษีที่เกี่ยวกับการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. มาตรการควบคุมและกำกับดูแลการผลิตเพื่อการค้า

จากการศึกษาเกี่ยวกับมาตรการควบคุมและกำกับดูแลการผลิตเพื่อการค้า ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา และผลจากการศึกษาพบว่า มีกฎหมายที่เกี่ยวข้อง 1 ฉบับ คือ รัฐบัญญัติการบริหารเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของรัฐบาลกลาง ค.ศ. 1996 (The Federal Alcohol Administration Act)¹⁶⁵ โดยมีรายละเอียดดังนี้

รัฐบัญญัติการบริหารเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของรัฐบาลกลาง ค.ศ. 1996 กล่าวถึง การดำเนินการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ภายใต้มาตรฐานที่กำหนดภายใต้กำกับดูแลของสำนักงานภาษีและการค้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และยาสูบ (The Alcohol and Tobacco Tax and Trade Bureau) ซึ่งเป็นหน่วยงานภายใต้กระทรวงการคลังและดูแลมาตรฐานการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทั่วประเทศ¹⁶⁶ รวมถึงรัฐแคลิฟอร์เนียด้วย โดยได้มีการแยกประเภทของอุตสาหกรรมการผลิตไว้ ดังนี้

1) สุรากลั่น

ก. มาตรฐานทั่วไป

กำหนดให้สถานประกอบการที่ดำเนินกิจการผลิตสุรากลั่น (distilled spirits plants – DSP) ต้องจัดหา อุปกรณ์หลัก (major equipment) ที่ใช้ในกระบวนการผลิต เช่น ถังหมัก หม้อกลั่น เครื่องควบแน่น และอุปกรณ์รองรับแรงดัน ให้มีความเหมาะสมต่อประเภทการผลิตที่ระบุไว้ในใบอนุญาต โดยต้องมี การระบุรายละเอียดของอุปกรณ์เหล่านี้ไว้ในแบบคำขอ และจะต้องดำเนินการให้เป็นไปตาม มาตรฐานความปลอดภัย และมีประสิทธิภาพในการควบคุมการผลิตสุราเพื่อป้องกันการรั่วไหลหรือความเสียหายที่อาจเกิดจากอุปกรณ์บกพร่อง¹⁶⁷

¹⁶⁵ Code of Federal Regulations Title 27 Chapter 1 Subchapter A Part 1 § 1.10 Meaning of terms.

¹⁶⁶ TTB Alcohol and Tobacco Tax and Trade Bureau, ‘About TTB’ <<https://www.ttb.gov/about-ttb>> accessed 1 August 2024.

¹⁶⁷ Code of Federal Regulations Title 27 Chapter 1 Subchapter A Part 19 Subpart D Requirements for Registering a Plant § 19.77.

ข. มาตรฐานสิ่งแวดล้อม

ในด้านของมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อมไม่ได้มีกฎหมายที่เกี่ยวข้องไว้ โดยเฉพาะ แต่จะใช้พระราชบัญญัติอากาศสะอาด Clean Air Act (CAA) ในการควบคุมโรงงานผลิตสุรากลั่นและต้องปฏิบัติตามข้อกำหนดของพระราชบัญญัติฯ ซึ่งรวมถึงการควบคุมการปล่อยสารมลพิษทางอากาศ เช่น เอทานอล ที่เกิดจากกระบวนการผลิตและการเก็บรักษา¹⁶⁸ และปฏิบัติตาม AP-42 Section 9.12.3 – Distilled Spirits ซึ่งเป็นเอกสารที่สำนักงานปกป้องสิ่งแวดล้อมแห่งสหรัฐอเมริกา (Environmental Protection Agency) ได้จัดทำขึ้นมาเพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยการปล่อยมลพิษจากกระบวนการผลิตสุรากลั่น ซึ่งช่วยในการประเมินและควบคุมการปล่อยมลพิษทางอากาศจากโรงงานผลิตสุรากลั่น¹⁶⁹

2) ไวน์

ก. มาตรฐานทั่วไป

สถานที่ผลิตไวน์ต้องได้รับการดูแลให้ สะอาดและปลอดภัยจากการปนเปื้อน ที่อาจมีผลต่อคุณภาพของผลิตภัณฑ์ โดยเฉพาะพื้นที่ที่เกี่ยวข้องกับการผลิต การเก็บรักษา การบรรจุ และการขนส่ง ต้องมีการทำความสะอาดอย่างสม่ำเสมอ อุปกรณ์ที่สัมผัสกับผลิตภัณฑ์ต้องไม่มีคราบตกค้าง ป้องกันสิ่งแปลกปลอม เช่น เชื้อรา แบคทีเรีย หรือสารเคมีตกค้าง¹⁷⁰

ข. มาตรฐานสิ่งแวดล้อม

ในด้านของมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อมไม่ได้มีกฎหมายที่เกี่ยวข้องไว้ โดยเฉพาะ แต่จะใช้พระราชบัญญัติน้ำสะอาด (Clean Water Act (CWA)) ในการควบคุมโรงงานผลิตไวน์ที่ปล่อยน้ำเสียจากกระบวนการผลิตต้องปฏิบัติตามข้อกำหนดของ CWA ซึ่งรวมถึงการขออนุญาตปล่อยน้ำเสียและการปฏิบัติตามมาตรฐานคุณภาพน้ำที่กำหนด¹⁷¹ และปฏิบัติตาม AP-42 Section 9.12.2 – Wines and Brandy ซึ่งเป็นเอกสารที่สำนักงานปกป้องสิ่งแวดล้อมแห่งสหรัฐอเมริกา (Environmental Protection Agency) ได้จัดทำขึ้นมาเพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยการปล่อยมลพิษจากกระบวนการผลิตไวน์และบรันดี ซึ่งช่วยในการประเมินและควบคุมการปล่อยมลพิษทางอากาศจากโรงงานผลิตไวน์¹⁷²

¹⁶⁸ โปรดดู Clean Water Act

¹⁶⁹ โปรดดู AP-42 Section 9.12.2 – Wines and Brandy

¹⁷⁰ Code of Federal Regulations Title 27 Chapter 1 Subchapter A Part 24 Subpart D § 24.140.

¹⁷¹ โปรดดู Clean Water Act.

¹⁷² โปรดดู AP-42 Section 9.12.2 – Wines and Brandy.

3) เบียร์

มาตรฐานทั่วไป

ในส่วนกรณีของเบียร์ที่เกี่ยวข้องกับ สุขอนามัย คุณภาพ และการบำรุงรักษาอุปกรณ์ นั้นไม่ได้ถูกกำหนดไว้ในกฎหมายหัวข้อเดียวกันไว้โดยตรง แต่ปรากฏอยู่ในพระราชบัญญัติอาหาร ยา และเครื่องสำอางของรัฐบาลกลาง (the Federal Food, Drug, and Cosmetic Act) ซึ่งเป็นกฎหมายที่ใช้ทั่วไปเกี่ยวกับความปลอดภัยของอาหาร ยา และเครื่องสำอาง โดยกล่าวถึง กระบวนการผลิตทั้งหมด ตั้งแต่การคัดเลือกวัตถุดิบ การแปรรูป การบรรจุ การจัดเก็บ ไปจนถึงการจัดส่ง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ ป้องกันการปนเปื้อนทางกายภาพ เคมี และชีวภาพ ในผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่ม¹⁷³

ข. มาตรฐานสิ่งแวดล้อม

ในด้านของมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อมไม่ได้มีกฎหมายที่เกี่ยวข้องไว้โดยเฉพาะ แต่จะใช้พระราชบัญญัติน้ำสะอาด (Clean Water Act (CWA)) ในการควบคุมโรงเบียร์ที่ปล่อยน้ำเสียจากกระบวนการผลิตต้องปฏิบัติตามข้อกำหนดของ CWA ซึ่งรวมถึงการขอใบอนุญาตปล่อยน้ำเสียและการปฏิบัติตามมาตรฐานคุณภาพน้ำที่กำหนด¹⁷⁴ และปฏิบัติตาม AP-42 Section 9.12.1 – Malt Beverages ซึ่งเป็นเอกสารที่สำนักงานปกป้องสิ่งแวดล้อมแห่งสหรัฐอเมริกา (Environmental Protection Agency) ได้จัดทำขึ้นมาเพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยการปล่อยมลพิษจากกระบวนการผลิตเบียร์ ซึ่งช่วยในการประเมินและควบคุมการปล่อยมลพิษทางอากาศจากโรงเบียร์¹⁷⁵

2. มาตรการควบคุมและกำกับดูแลการผลิตที่มีใช้เพื่อการค้า

จากการศึกษาเกี่ยวกับมาตรการควบคุมและกำกับดูแลการผลิตที่มีใช้เพื่อการค้า ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา และผลจากการศึกษาพบว่า มีกฎหมายที่เกี่ยวข้อง 1 ฉบับ คือ รัฐบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ค.ศ. 1953 (Alcoholic Beverage Control Act) โดยมีรายละเอียดดังนี้

รัฐบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ค.ศ. 1953 กล่าวถึง

การผลิตเบียร์หรือไวน์เพื่อใช้ส่วนตัวหรือในครอบครัวไม่ต้องมีใบอนุญาต โดยกำหนดให้ผู้ที่มิอายุ 21 ปีขึ้นไป เท่านั้นที่สามารถผลิตได้ จำนวนเบียร์หรือไวน์รวมที่เกี่ยวข้องกับครัวเรือนใด ๆ จะต้องไม่เกิน 100 แกลลอนต่อปี หากมีผู้ใหญ่เพียงคนเดียวในครัวเรือน หรือ 200

¹⁷³ Code of Federal Regulations Title 27 Chapter 1 Subchapter B Part 117.

¹⁷⁴ โปรดดู Clean Water Act.

¹⁷⁵ โปรดดู AP-42 Section 9.12.1 – Malt Beverages.

แกลลอนต่อปี หากมีผู้ใหญ่สองคนขึ้นไปในครัวเรือน ซึ่งเบียร์หรือไวน์ที่ถูกผลิตขึ้นเพื่อใช้ส่วนตัวหรือในครอบครัวจะไม่สามารถจำหน่ายได้¹⁷⁶

เบียร์หรือไวน์ที่ผลิตสามารถย้ายออกจากสถานที่ที่ผลิตภายใต้สถานการณ์ใด ๆ ต่อไปนี้เท่านั้น

- (1) เพื่อใช้ รวมทั้งในการแข่งขันหรือการตัดสิน หรือนิทรรศการหรือการชิม
- (2) สำหรับใช้ส่วนตัวหรือครอบครัว
- (3) เมื่อบริจาคให้กับองค์กรไม่แสวงหากำไรเพื่อใช้ตามที่กำหนดไว้
- (4) เบียร์หรือไวน์ที่ผลิตสามารถจัดหาหรือเสิร์ฟให้กับสาธารณะตามย่อหน้า (1)

และ (3) เท่านั้นภายในพื้นที่ระบุไว้อย่างชัดเจน

(5) (A) เบียร์ที่ผลิตนี้สามารถนำออกจากสถานที่ที่ได้หากผลิตขึ้นในระหว่างการประชุมชมรมผู้ผลิตเบียร์ที่บ้านหรือการแข่งขันเบียร์ที่บ้านที่จัดขึ้นในสถานที่ของผู้ได้รับอนุญาต ผู้ผลิตเบียร์ที่บ้านอาจแลกเปลี่ยนเบียร์ที่ผลิตเองที่บ้านระหว่างการประชุมชมรมหรือการแข่งขันเบียร์ที่เบียร์ที่ตนเองที่บ้านที่ผลิตโดยสมาชิกชมรมสามารถดื่มได้โดยสมาชิกชมรมในขณะที่อยู่ในสถานที่ที่มีใบอนุญาตระหว่างการประชุมชมรมหรือโดยผู้จัดการแข่งขัน ผู้ตัดสินการแข่งขัน และผู้ดูแลการแข่งขันในสถานที่ที่มีใบอนุญาตระหว่างการแข่งขันเบียร์ที่บ้าน (B) ผู้รับใบอนุญาตที่ได้รับอนุญาตจะต้องกำหนดโดยใช้ป้ายหรือรายการอื่นๆ ว่าสมาชิกสโมสรจะใช้ได้ภายในสถานที่ที่ได้รับใบอนุญาตในระหว่างการประชุมของสโมสรหรือการแข่งขันเบียร์ที่ผลิตเองที่บ้าน¹⁷⁷

3. มาตรการทางภาษีที่เกี่ยวกับการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้

จากการศึกษาเกี่ยวกับมาตรการทางภาษีที่เกี่ยวกับการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา และผลจากการศึกษาพบว่า มีกฎหมายที่เกี่ยวข้อง 1 ฉบับ คือ ประมวลกฎหมายภาษี (Taxation Code) โดยมีรายละเอียดดังนี้

ประมวลกฎหมายภาษี (Taxation Code)

ภาษีสรรพสามิตจะถูกเรียกเก็บจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทั้งหมดที่จำหน่ายในรัฐนี้หรือตามมาตรา 23384 ของประมวลกฎหมายธุรกิจและอาชีพ โดยผู้ผลิต หรือผู้นำเข้า หรือผู้ขายเบียร์หรือไวน์ที่ขายเบียร์หรือไวน์ซึ่งไม่มีการชำระภาษีภายในพื้นที่ที่รัฐบาลสหรัฐอเมริกามีเขตอำนาจศาล¹⁷⁸ และเสียภาษีเพิ่มเติม¹⁷⁹ ในอัตราดังต่อไปนี้

¹⁷⁶ Business & Professions Code Division 9 23356.2 (A).

¹⁷⁷ Business & Professions Code Division 9 23356.2 (B).

¹⁷⁸ Taxation Code Division 2 32151 and 32201.

¹⁷⁹ Taxation Code Division 2 32200.

ตารางที่ 3.6 สรุปมาตรการทางภาษีที่เกี่ยวกับการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ของ
สหรัฐอเมริกา

ลำดับที่	ประเภทใบอนุญาต	อัตราภาษี (ดอลลาร์สหรัฐ)
1	เบียร์ ต่อ 31 แกลลอน	1.24
	ภาษีเพิ่มเติมต่อแกลลอน	0.16
2	ไวน์ไม่เกินที่มีแอลกอฮอล์เกิน 14% โดยปริมาตรต่อ แกลลอน	0.01
	ภาษีเพิ่มเติมต่อแกลลอน	0.19
3	ไวน์ที่มีแอลกอฮอล์เกิน 14% โดยปริมาตรต่อแกลลอน	0.02
	ภาษีเพิ่มเติมต่อแกลลอน	0.18
4	แชมเปญและไวน์สปาร์กลิ่งต่อแกลลอน	0.30
5	สุรากลั่น ความเข้มข้นตามที่กำหนดหรือต่ำกว่าต่อ แกลลอน	2.00
	ภาษีเพิ่มเติมต่อแกลลอน	1.30
6	สุราที่กลั่นแล้วมีความเข้มข้นเกินกว่าที่กำหนด ต่อ แกลลอนไวน์	4.00
	ภาษีเพิ่มเติมต่อแกลลอน	2.60

ที่มา ประมวลกฎหมายภาษี (Taxation Code)

3.3.2.3 มาตรการทางกฎหมายที่เกี่ยวกับการตลาดของอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ (กระบวนการปลายน้ำ)

จากการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับมาตรการทางกฎหมายที่เกี่ยวกับการเริ่มต้นอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ (กระบวนการต้นน้ำ) ภายในประเทศสหรัฐอเมริกา รัฐแคลิฟอร์เนีย ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา และกำหนดประเด็นการศึกษาออกเป็น 2 กรณี คือ 1. มาตรการที่เกี่ยวกับการโฆษณาผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ และ 2. มาตรการที่เกี่ยวกับการส่งเสริมการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ โดยมีรายละเอียดดังนี้

มาตรการที่เกี่ยวกับการโฆษณาผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้

จากการศึกษาเกี่ยวกับมาตรการที่เกี่ยวกับการจำกัดการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา และผลจากการศึกษาพบว่า มีกฎหมายที่เกี่ยวข้อง 1 ฉบับ คือ รัฐบัญญัติ

ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ค.ศ. 1953 (Alcoholic Beverage Control Act) โดยมีรายละเอียดดังนี้

รัฐบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ค.ศ. 1953 (Alcoholic Beverage Control Act)

1. การโฆษณาโดยทั่วไป

1) ห้ามใช้เนื้อหา ภาษา หรือสโลแกนใดๆ ในการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เพื่อกระตุ้นให้ผู้เยาว์ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

2) ห้ามมีป้ายหรือใบปลิวโฆษณาสถานประกอบการที่จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลอายุต่ำกว่า 21 ปี ตามวรรค (1) หากกิจกรรมทางธุรกิจหลักอย่างหนึ่งของสถานประกอบการคือการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และโฆษณาได้ระบุอย่างชัดเจนว่าเขตอำนาจศาลที่สถานประกอบการตั้งอยู่มีอายุที่สามารถดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ตามกฎหมายต่ำกว่า 21 ปี หรือบุคคลอายุต่ำกว่า 21 ปีสามารถอุดหนุนสถานประกอบการนั้นได้

3) ไม่มีสิ่งใดในมาตรานี้ที่จะถือว่าเป็นการจำกัดหรือห้ามการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่อบุคคลซึ่งอยู่ในวัยดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ตามกฎหมาย¹⁸⁰

2. ข้อจำกัดการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แต่ละประเภท

1) สุรากลั่น

ก. นิยามและข้อห้ามทั่วไป

นิยามคำว่า "โฆษณา" ให้ครอบคลุมสื่อทุกประเภท (เช่น โทรทัศน์ สิ่งพิมพ์ เว็บไซต์) และห้ามโฆษณาโดยใช้ข้อความที่เป็นเท็จหรือทำให้เข้าใจผิด เช่น การกล่าวอ้างว่าเครื่องดื่มมีผลในการรักษาโรค หรือมีคุณภาพสูงเป็นพิเศษโดยไม่มีหลักฐาน¹⁸¹

ข. ข้อกำหนดเนื้อหาที่จำเป็นในโฆษณา ต้องแสดงข้อมูล เช่น ประเภทสุรา, ปริมาณแอลกอฮอล์ (% alc./vol), ชื่อและที่ตั้งผู้ผลิต/ผู้นำเข้า¹⁸²

ค. การโฆษณาที่มุ่งเป้าต่อเยาวชนหรือมีลักษณะขัดศีลธรรม ห้ามโฆษณาที่ใช้ภาพลามก หรือมีแนวโน้มดึงดูดกลุ่มเยาวชน เช่น ใช้ตัวการ์ตูน สีสันฉูดฉาด หรือรูปแบบที่คล้ายเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์¹⁸³

2) เบียร์

ก. นิยามและข้อห้ามทั่วไป

¹⁸⁰ Business & Professions Code Division 9 25664.

¹⁸¹ Code of Federal Regulations Title 27 CFR Part 5 Subpart N – §5.231–§5.233.

¹⁸² Code of Federal Regulations Title 27 CFR Part 5 Subpart N – §5.242–§5.245.

¹⁸³ Code of Federal Regulations Title 27 CFR Part 5 Subpart N – §5.251–§5.253.

นิยามคำว่า "โฆษณา" ให้ครอบคลุมสื่อทุกประเภท (เช่น โทรทัศน์ สิ่งพิมพ์ เว็บไซต์) และห้ามโฆษณาโดยใช้ข้อความที่เป็นเท็จหรือทำให้เข้าใจผิด เช่น การกล่าวอ้างว่าเครื่องดื่มมีผลในการรักษาโรค หรือมีคุณภาพสูงเป็นพิเศษโดยไม่มีหลักฐาน และห้ามใช้ข้อความที่ทำให้ผู้บริโภคเข้าใจผิด เช่น การอ้างว่าสามารถเพิ่มพลังชีวิต หรือรักษาโรคได้¹⁸⁴

ข. ข้อมูลบังคับในสื่อโฆษณา ต้องระบุประเภทไวน์, ปริมาณแอลกอฮอล์, ชื่อผู้ผลิตหรือผู้นำเข้า และประเทศต้นทางของสินค้า¹⁸⁵

ค. การกล่าวอ้างคุณสมบัติพิเศษ ห้ามใช้คำว่า "pure", "natural", "medicinal" หรือคำใด ๆ ที่อาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์¹⁸⁶

ง. การควบคุมช่องทางโฆษณาและเนื้อหาที่เหมาะสม
ห้ามโฆษณาในสื่อหรือสถานที่ที่สามารถเข้าถึงโดยเยาวชนอย่างง่ายดาย เช่น วิดีโอเกม หรือสื่อเด็ก¹⁸⁷

3) ไวน์

ก. นิยาม

นิยามคำว่า "โฆษณา" ให้ครอบคลุมสื่อทุกประเภท (เช่น โทรทัศน์ สิ่งพิมพ์ เว็บไซต์) และห้ามโฆษณาโดยใช้ข้อความที่เป็นเท็จหรือทำให้เข้าใจผิด เช่น การกล่าวอ้างว่าเครื่องดื่มมีผลในการรักษาโรค หรือมีคุณภาพสูงเป็นพิเศษโดยไม่มีหลักฐาน¹⁸⁸

ข. ข้อความที่ห้ามใช้ ห้ามใช้คำว่า "safe", "therapeutic", หรือคำที่สื่อถึงผลทางสุขภาพ เช่น "energizing" หรือ "diet"¹⁸⁹

ค. การกล่าวอ้างข้อมูลโภชนาการ หากระบุข้อความอย่าง "low-carb", "light beer" หรือ "low-calorie" ต้องสอดคล้องกับข้อกำหนดของ FDA และต้องมีข้อมูลโภชนาการประกอบ¹⁹⁰

¹⁸⁴ Code of Federal Regulations Title 27 CFR Part 4 Subpart N – §4.60–§4.61.

¹⁸⁵ Code of Federal Regulations Title 27 CFR Part 4 Subpart N – §4.62.

¹⁸⁶ Code of Federal Regulations Title 27 CFR Part 4 Subpart N – §4.64.

¹⁸⁷ Code of Federal Regulations Title 27 CFR Part 4 Subpart N – §4.65.

¹⁸⁸ Code of Federal Regulations Title 27 CFR Part 7 Subpart J – §7.230–§7.231.

¹⁸⁹ Code of Federal Regulations Title 27 CFR Part 7 Subpart J – §7.236.

¹⁹⁰ Code of Federal Regulations Title 27 CFR Part 7 Subpart J – §7.240–§7.243.

ง. การจัดวางภาพและเสียงในโฆษณา ห้ามใช้ภาพลักษณ์ของบุคคลที่ดู “แข็งแรง” หรือ “ประสบความสำเร็จ” มากเกินไปเพื่อจูงใจให้บริโภคเบียร์ และห้ามเชื่อมโยงการบริโภคเบียร์กับความสามารถในการขับขี่ยานยนต์¹⁹¹

มาตรการทางกฎหมายที่เกี่ยวกับการส่งเสริมการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม แอลกอฮอล์จากผลไม้

จากการศึกษาเกี่ยวกับมาตรการทางกฎหมายที่เกี่ยวกับการส่งเสริมการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา และผลจากการศึกษาพบว่ามีกฎหมายที่เกี่ยวข้อง 2 ฉบับ คือ ประมวลกฎหมายของรัฐบาลกลาง (Code of Federal Regulations) และประมวลกฎหมายอาหารและการเกษตร (Food and Agriculture Code) โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ประมวลกฎหมายของรัฐบาลกลาง (Code of Federal Regulations) กล่าวถึงระบบพื้นที่ปลูกองุ่นอเมริกัน (American Viticultural Area)

ระบบพื้นที่ปลูกองุ่นของสหรัฐอเมริกา หรือที่รู้จักกันในชื่อ American Viticultural Area (AVA) เป็นระบบที่รัฐบาลกลางสหรัฐอเมริกาส่งเสริมการตั้งขึ้นเพื่อกำหนดขอบเขตทางภูมิศาสตร์ที่มีลักษณะเฉพาะ ซึ่งส่งผลต่อคุณลักษณะของไวน์ที่ผลิตในพื้นที่ดังกล่าว กฎหมายว่าด้วยการควบคุมการแสดงฉลากไวน์ในสหรัฐฯ ได้ให้อำนาจแก่กรมภาษีและการค้าสินค้าแอลกอฮอล์และยาสูบ (Alcohol and Tobacco Tax and Trade Bureau: TTB)¹⁹² ในการพิจารณาและอนุมัติการกำหนดพื้นที่ AVA โดยมุ่งเน้นให้ผู้บริโภคสามารถระบุที่มาของไวน์ได้อย่างชัดเจน¹⁹³

1) การกำหนดเขต AVA

พื้นที่ AVA จะต้องมีความแตกต่างทางภูมิศาสตร์ที่แตกต่างจากพื้นที่โดยรอบอย่างชัดเจน องค์ประกอบที่ใช้ในการพิจารณาได้แก่ ลักษณะภูมิประเทศ ดิน ภูมิอากาศ และปัจจัยทางธรรมชาติอื่น ๆ ที่มีผลต่อการปลูกองุ่นและการผลิตไวน์ ผู้ที่เสนอขอกำหนด AVA จะต้องจัดทำคำร้องโดยแนบเอกสารแผนที่ คำอธิบายทางวิทยาศาสตร์ รวมถึงหลักฐานที่แสดงให้เห็นถึงลักษณะเฉพาะของพื้นที่ดังกล่าว เมื่อคำร้องได้รับการอนุมัติ พื้นที่นั้นจะได้รับการจดทะเบียนเป็น AVA อย่างเป็นทางการ¹⁹⁴

¹⁹¹ Code of Federal Regulations Title 27 CFR Part 7 Subpart J – §7.250–§7.253.

¹⁹² Code of Federal Regulations Title 27 Chapter I Subchapter A Part 9 Subpart A § 9.3.

¹⁹³ Alcohol and Tobacco Tax and Trade Bureau (TTB), ‘American Viticultural Areas (AVAs)’ <<https://www.ttb.gov/wine/american-viticultural-area-ava>>.

¹⁹⁴ Code of Federal Regulations Title 27 Chapter I Subchapter A Part 9 Subpart B § 9.11(A).

2) ความสำคัญของระบบ AVA

ระบบ AVA มีบทบาทสำคัญในอุตสาหกรรมไวน์ของสหรัฐอเมริกา โดยเป็นกลไกที่ช่วยส่งเสริมการตลาดและสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภค ไวน์ที่มีการระบุชื่อ AVA บนฉลากต้องมีไวน์อย่างน้อย 85% ที่มาจากองุ่นซึ่งปลูกภายในขอบเขตที่กำหนดของ AVA นั้น ๆ ¹⁹⁵ข้อกำหนดนี้ช่วยให้ผู้บริโภคสามารถเลือกไวน์ตามถิ่นกำเนิด และยังส่งเสริมให้ผู้ผลิตให้ความสำคัญกับคุณภาพและลักษณะเฉพาะของพื้นที่เพาะปลูก

3) การพัฒนาและการขยายตัวของ AVA

นับตั้งแต่ AVA แรกถูกกำหนดในปี ค.ศ. 1980 คือ Augusta AVA ในรัฐมิสซูรี ระบบ AVA ได้เติบโตอย่างต่อเนื่อง ปัจจุบันมีเขต AVA มากกว่า 270 แห่งทั่วสหรัฐอเมริกา ครอบคลุมพื้นที่ไวน์สำคัญ เช่น Napa Valley, Sonoma County, และ Willamette Valley ซึ่งแต่ละแห่งมีชื่อเสียงและลักษณะเฉพาะที่แตกต่างกัน ทั้งนี้ การกำหนดเขต AVA ไม่ได้เป็นการบ่งบอกถึงคุณภาพของไวน์โดยตรง แต่เน้นที่การให้ข้อมูลด้านแหล่งผลิตและภูมิศาสตร์ ¹⁹⁶

4) การยื่นคำร้อง

คำร้องขอจัดตั้ง AVA ใหม่ต้องมีเอกสารหลักฐานและข้อมูลอื่น ๆ ที่ระบุไว้ คำร้องขอจะต้องมีข้อมูล ข้อมูล และหลักฐานเพียงพอที่ TTB ไม่จำเป็นต้องมีการตรวจสอบหรือวิจัยโดยอิสระ

ก. การจัดตั้ง AVA โดยทั่วไป คำร้องขอจัดตั้ง AVA ใหม่ต้องมีเอกสารหลักฐานและข้อมูลอื่น ๆ ที่ระบุไว้ในมาตรานี้ คำร้องขอจะต้องมีข้อมูล ข้อมูล และหลักฐานเพียงพอที่ TTB ไม่จำเป็นต้องมีการตรวจสอบหรือวิจัยโดยอิสระ

ก) หลักฐาน ชื่อ ชื่อที่ระบุสำหรับ AVA ที่เสนอจะต้องเกี่ยวข้องกับโดยตรงกับพื้นที่ที่มีการปลูกองุ่น พื้นที่ทั้งหมดภายในขอบเขต AVA ที่เสนอจะต้องเป็นที่รู้จักในระดับประเทศหรือระดับท้องถิ่นโดยใช้ชื่อที่ระบุในคำร้อง แม้ว่าการใช้ชื่อดังกล่าวอาจขยายออกไปเกินขอบเขต AVA ที่เสนอก็ตาม หลักฐานชื่อจะต้องเป็นไปตามกฎต่อไปนี้

การใช้ชื่อ คำร้องจะต้องอธิบายอย่างครบถ้วนในรูปแบบคำบรรยายถึงลักษณะการใช้ชื่อสำหรับพื้นที่ที่ครอบคลุมโดย AVA ที่เสนอ

¹⁹⁵ Alcohol and Tobacco Tax and Trade Bureau (TTB), 'American Viticultural Areas (AVAs)' <<https://www.ttb.gov/wine/american-viticultural-area-ava>>.

¹⁹⁶ P. E. McGovern, *Ancient Wine: The Search for the Origins of Viniculture* (Princeton University Press 2018).

แหล่งที่มา ของชื่อและหลักฐาน ชื่อ ชื่อและหลักฐานที่สนับสนุน ชื่อนั้นต้องมาจากแหล่งที่มาที่เป็นอิสระจากผู้ยื่นคำร้อง แหล่งที่มาของหลักฐานชื่อที่เหมาะสม ได้แก่ แผนที่รัฐบาลหรือเชิงพาณิชย์ในอดีตและปัจจุบัน หนังสือ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร เอกสารส่งเสริมการขายสำหรับนักท่องเที่ยวและเอกสารอื่นๆ ชื่อธุรกิจหรือโรงเรียนในท้องถิ่น และชื่อถนน หากทำได้ ผู้ยื่นคำร้องต้องแนบสำเนาเอกสารหลักฐานชื่อพร้อมอ้างอิงอย่างเหมาะสมในคำบรรยายคำร้อง แม้ว่าข้อมูลเชิงพรรณนาเพียงอย่างเดียวจะไม่เพียงพอ แต่คำกล่าวจากผู้อยู่อาศัยในท้องถิ่นที่ทราบชื่อและการใช้งานชื่อนั้นอาจรวมอยู่ด้วยเพื่อสนับสนุนหลักฐานชื่ออื่นๆ

ข) หลักฐานขอบเขต คำร้องต้องอธิบายอย่างละเอียดเกี่ยวกับพื้นฐานในการกำหนดขอบเขตของ AVA ที่เสนอตามที่ระบุไว้ในคำร้อง คำอธิบายนี้ต้องมีการอ้างอิงถึงชื่อหลักฐานและข้อมูลลักษณะพิเศษอื่นๆ ที่จำเป็นภายใต้มาตรฐานนี้ เพื่อสนับสนุนขอบเขตที่เสนอ คำร้องต้องระบุจุดร่วมหรือความคล้ายคลึงภายในขอบเขตนั้น และต้องอธิบายอย่างเฉพาะเจาะจงว่าองค์ประกอบเหล่านั้นแตกต่างกันอย่างไรในพื้นที่ที่อยู่ติดกันนอกขอบเขตนั้น

ค) ลักษณะเด่น คำร้องต้องให้คำอธิบายลักษณะเด่นทั่วไปหรือคล้ายคลึงกันของ AVA ที่เสนอซึ่งส่งผลต่อการปลุกองุ่นที่ทำให้มีลักษณะโดดเด่น คำร้องต้องอธิบายอย่างเฉพาะเจาะจงด้วยว่าลักษณะเด่นเหล่านี้ส่งผลต่อการปลุกองุ่นอย่างไร และแยกแยะลักษณะเด่นเหล่านี้ออกจากลักษณะเด่นที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่ใกล้เคียงนอกขอบเขต AVA ที่เสนออย่างไร สำหรับวัตถุประสงค์ของส่วนนี้ ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับลักษณะเด่นที่ส่งผลต่อการปลุกองุ่นมีดังต่อไปนี้

สภาพภูมิอากาศ อุณหภูมิ ปริมาณน้ำฝน ลม หมอก ทิศทางและรังสีดวงอาทิตย์ และข้อมูลสภาพภูมิอากาศอื่นๆ

ธรณีวิทยา ลักษณะทางธรณีวิทยา ลักษณะภูมิประเทศ และเหตุการณ์ทางธรณีฟิสิกส์ เช่น แผ่นดินไหว การปะทุ และน้ำท่วมใหญ่

ดิน ชุดดินหรือระยะต่างๆ ของชุดดิน หมายถึง วัสดุต้นกำเนิด เนื้อสัมผัส ความลาดชัน ความสามารถในการซึมผ่าน ปฏิกริยาของดิน การระบายน้ำ และความอุดมสมบูรณ์

ลักษณะทางกายภาพ ภูมิประเทศที่ราบเรียบ เป็นเนินเขาหรือเป็นภูเขา ลักษณะทางภูมิศาสตร์ แหล่งน้ำ แหล่งน้ำชลประทาน และลักษณะทางกายภาพอื่นๆ

ระดับความสูง ระดับความสูงต่ำสุดและสูงสุด

ง. แผนที่และคำอธิบายขอบเขต

แผนที่ ผู้ยื่นคำร้องต้องส่งแผนที่ USGS ที่แสดงตำแหน่งของ AVA ที่เสนอในมาตราส่วนที่เหมาะสมพร้อมกับคำร้อง ขอบเขตที่แน่นอนของ AVA จะต้องถูกวาดไว้อย่าง

เด่นชัดและชัดเจนบนแผนที่โดยไม่บดบังลักษณะพื้นฐานที่กำหนดเส้นแบ่งเขต แผนที่ USGS สามารถขอได้จากสำนักงานสำรวจธรณีวิทยาแห่งสหรัฐอเมริกา สาขาการกระจาย หากไม่ทราบชื่อแผนที่ ผู้ยื่นคำร้องสามารถขอดัชนีแผนที่ตามรัฐได้

คำอธิบายขอบเขต คำร้องต้องมีคำอธิบายโดยละเอียดเกี่ยวกับขอบเขต AVA ที่เสนอโดยอ้างอิงจากเครื่องหมายบนแผนที่ USGS คำอธิบายนี้ต้องมีจุดเริ่มต้นที่ชัดเจน ต้องดำเนินต่อไปโดยไม่หยุดพักจากจุดนั้นในทิศทางตามเข็มนาฬิกา และต้องกลับไปยังจุดเริ่มต้นนั้นเพื่อให้คำอธิบายขอบเขตสมบูรณ์ คำอธิบายขอบเขตต้องอ้างอิงจุดอ้างอิงที่มองเห็นได้ง่ายบนแผนที่ USGS คำอธิบายขอบเขต AVA ที่เสนออาจอาศัยคุณลักษณะแผนที่ต่อไปนี้: (ก) เขตอำนาจรัฐ เขตเทศบาล เขตป่าไม้ และเขตการเมืองอื่น ๆ (ข) ทางหลวง ถนน (รวมทั้งถนนที่ไม่ได้ปรับปรุง) และเส้นทางเดินป่า (ค) เส้นชั้นความสูงหรือเส้นระดับ; (ง) ลักษณะทางภูมิศาสตร์ตามธรรมชาติ รวมทั้งแม่น้ำ ลำธาร สายน้ำ สันเขา และจุดสูงที่ทำเครื่องหมายไว้ (เช่น ยอดเขาหรือเกณฑ์มาตรฐาน) (จ) ลักษณะที่มนุษย์สร้างขึ้น (เช่น สะพาน อาคาร กังหันลม หรือถังเก็บน้ำ) และ (ฉ) เส้นตรงระหว่างจุดตัดที่ทำเครื่องหมายไว้ ลักษณะที่มนุษย์สร้างขึ้น หรือจุดบนแผนที่อื่น ๆ¹⁹⁷

5) ข้อกำหนดเกี่ยวกับฉลาก

ก. แหล่งกำเนิดของพันธุ์องุ่น: หากมีการระบุ AVA เฉพาะบนฉลากองุ่นที่ใช้จะต้องมาจากแหล่งผลิตที่ระบุอย่างน้อย 85% หากฉลากระบุเขต รัฐ หรือประเทศอื่นจะต้องมีอย่างน้อย 75% อย่างไรก็ตาม แคลิฟอร์เนีย วอชิงตัน และโอเรกอนเป็นข้อยกเว้น ไวน์ที่ติดฉลากว่าแคลิฟอร์เนียหรือโอเรกอนเป็นแหล่งผลิตจะต้องผลิตจากองุ่นที่ปลูกในรัฐเหล่านั้น ไวน์ที่ติดฉลากว่าวอชิงตันเป็นแหล่งผลิตจะต้องผลิตจากองุ่นที่ปลูกในรัฐ 95%

ข. เพอร์เซ็นต์พันธุ์องุ่นขั้นต่ำ: หากระบุชื่อเขต รัฐ หรือประเทศเป็นชื่อเรียก องุ่นที่ใช้ผลิตไวน์ 75% จะต้องมาจากชื่อเรียกที่ระบุ หากระบุ “ไวน์สหรัฐฯ” หรือ “ไวน์อเมริกัน” บนฉลาก องุ่นที่ใช้ผลิตไวน์อย่างน้อย 75% จะต้องมาจากภายในสหรัฐฯ และไวน์จะต้องผลิตในประเทศนั้น มิฉะนั้น หากระบุ AVA ที่เฉพาะเจาะจงกว่านี้ องุ่น 85% จะต้องมาจากชื่อเรียกที่ระบุ หากระบุไร่องุ่นแห่งเดียวบนฉลาก องุ่น 95% จะต้องมาจากไร่องุ่นแห่งนั้น

ค. กฎหมายเกี่ยวกับไวน์: ไวน์ที่ออกตามปีที่ผลิตทั้งหมดไม่ว่าจะมีแหล่งกำเนิดใด จะต้องมีการเรียกชื่อที่เล็กกว่าประเทศ หากไวน์ที่ออกตามปีที่ผลิตมีการระบุ AVA เฉพาะเจาะจง องุ่น 95% จะต้องมาจากปีที่ผลิตนั้น สำหรับไวน์ที่ติดฉลากระบุรัฐหรือเทศมณฑลจะต้องมีองุ่นอย่างน้อย 85%

¹⁹⁷ Code of Federal Regulations Title 27 Chapter I Subchapter A Part 9 Subpart B § 9.11(A).

ง. กฎหมายเกี่ยวกับพันธุ์องุ่น: ไวน์ทั้งหมดที่ระบุพันธุ์องุ่นจะต้องทำจากองุ่นพันธุ์ที่ระบุไว้ขั้นต่ำ 75% อย่างไรก็ตาม ไวน์ที่ทำจากองุ่น *Vitis labrusca* เช่น Concord จะต้องทำจากองุ่นพันธุ์ที่ระบุไว้ขั้นต่ำ 51% เท่านั้น สุดท้าย หากไวน์จะขายในตลาดต่างประเทศ ไวน์จะต้องทำจากองุ่นพันธุ์ที่ระบุไว้ขั้นต่ำ 85%

จ. กฎหมายเกี่ยวกับปริมาณแอลกอฮอล์: ปริมาณแอลกอฮอล์จะต้องระบุไว้บนฉลาก โดยสามารถระบุปริมาณแอลกอฮอล์ได้ไม่เกิน 1.5% ไวน์ที่มีปริมาณแอลกอฮอล์ระหว่าง 7 ถึง 14% สามารถเลือกระบุเป็น "ไวน์สำหรับโต๊ะอาหาร" หรือ "ไวน์รสเบา" ได้

ฉ. คำเตือนด้านสุขภาพ: ไวน์ทุกขวดต้องมีคำเตือนด้านสุขภาพจากรัฐบาล

ช. ข้อมูลชื่อและที่อยู่ผู้ผลิต: ไวน์ทุกขวดจะต้องระบุชื่อและที่อยู่ของผู้บรรจุขวด¹⁹⁸

2. ประมวลกฎหมายอาหารและการเกษตร (Food and Agriculture Code) กล่าวถึง

การส่งเสริมอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทไวน์เป็นหลัก โดยมีคณะกรรมการประกอบด้วย (1) ผู้ทำไวน์ 18 คน และอาจารย์สมาชิกสาธารณะหนึ่งคน ในการกำกับดูแลและส่งเสริมในด้านของการตลาด (2) สมาชิก Vintner จะได้รับการเลือกตั้งจากอุตสาหกรรมโดยรวมและทำหน้าที่ในคณะกรรมการโดยไม่อ้างอิงถึงเขต อำเภอ หรือพื้นที่ใด ๆ ของรัฐ (3) สมาชิกสาธารณะอาจได้รับแต่งตั้งให้ดำรงตำแหน่งคณะกรรมการโดยผู้อำนวยความสะดวกจากผู้ได้รับการเสนอชื่อตามที่คณะกรรมการแนะนำ (4) ผู้อำนวยความสะดวกและบุคคลที่เหมาะสมอื่น ๆ ตามที่คณะกรรมการกำหนด จะเป็นสมาชิกตามหน้าที่ของคณะกรรมการ¹⁹⁹ ซึ่งถูกก่อตั้งให้คอยดูแลเรื่องไวน์โดยตรง ซึ่งมีหน้าที่ดังต่อไปนี้

1) คณะกรรมการอาจมีส่วนร่วมในการพัฒนาตลาดและการวิจัยตลาดผ่านแผนและโปรแกรมเพื่อเพิ่มยอดขายไวน์แคลิฟอร์เนียและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับไวน์เพื่อวัตถุประสงค์ในการรักษาตลาดที่มีอยู่และสร้างตลาดในประเทศและต่างประเทศใหม่และใหญ่ขึ้น และเพื่อให้ความรู้และสอนประชาชนเกี่ยวกับการใช้และคุณค่าของไวน์แคลิฟอร์เนียและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับไวน์ อย่างไรก็ตาม แผนและโปรแกรมใด ๆ ที่พัฒนาขึ้นและดำเนินการดังกล่าวจะไม่ถูกนำไปยังแบรนด์หรือชื่อทางการค้าส่วนตัวโดยเฉพาะ แม้ว่าแบรนด์และชื่อทางการค้าส่วนตัวอาจใช้ในการชิมไวน์และโปรแกรมอื่น ๆ ที่คล้ายคลึงกันที่ได้รับอนุญาตจากคณะกรรมการ นอกจากนี้ แผน

¹⁹⁸ Code of Federal Regulations Title 27 Chapter I Subchapter A Part 9 Subpart B § 9.14.

¹⁹⁹ Food and Agriculture Code Division 22 Part 2 Chapter 12.5 Article 3 Section 74561.

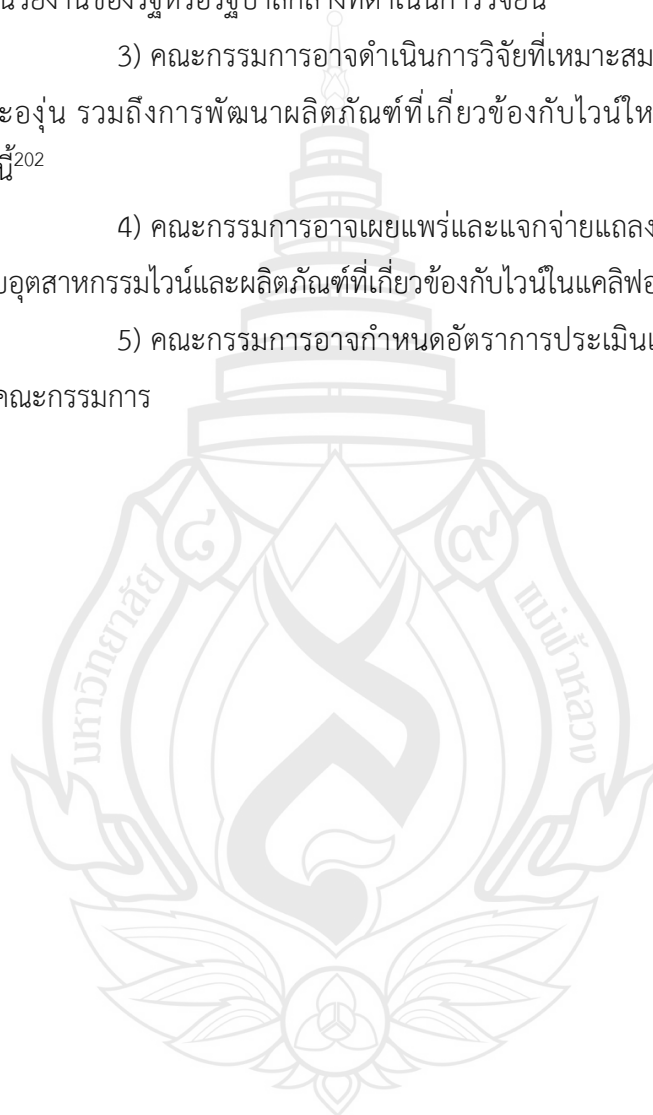
และโปรแกรมจะไม่ใช้การเรียกร้องที่เป็นเท็จหรือไม่มีเหตุผลในนามของไวน์แคลิฟอร์เนียหรือผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับไวน์ หรือคุณภาพ มूलค่า การขาย หรือการใช้สินค้าใด ๆ²⁰⁰

2) คณะกรรมการอาจรับเงินบริจาคจากกองทุนเอกชน รัฐ หรือรัฐบาลกลางที่อาจมีให้สำหรับวัตถุประสงค์เหล่านี้ และอาจจัดสรรเงินทุนตามสัญญาหรือข้อตกลงให้กับบุคคลอื่นหรือหน่วยงานของรัฐหรือรัฐบาลกลางที่ดำเนินการวิจัยนี้²⁰¹

3) คณะกรรมการอาจดำเนินการวิจัยที่เหมาะสมเกี่ยวกับการผลิตและการแปรรูปไวน์และองุ่น รวมถึงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับไวน์ใหม่และการทำงานสำหรับผลิตภัณฑ์เหล่านี้²⁰²

4) คณะกรรมการอาจเผยแพร่และแจกจ่ายแถลงการณ์หรือการสื่อสารอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไวน์และผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับไวน์ในแคลิฟอร์เนีย²⁰³

5) คณะกรรมการอาจกำหนดอัตราการประเมินเพื่อชำระค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานของคณะกรรมการ



²⁰⁰ Food and Agriculture Code Division 22 Part 2 Chapter 12.5 Article 4 Section 74600.

²⁰¹ Food and Agriculture Code Division 22 Part 2 Chapter 12.5 Article 4 Section 74601.

²⁰² Food and Agriculture Code Division 22 Part 2 Chapter 12.5 Article 4 Section 74602.

²⁰³ Food and Agriculture Code Division 22 Part 2 Chapter 12.5 Article 4 Section 74603.

ตารางที่ 3.7 สรุปมาตรการทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ของสหรัฐอเมริกา รัฐแคลิฟอร์เนีย

มาตรการทางกฎหมายการส่งเสริมอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้	Alcoholic Beverage Control Act	The Federal Alcohol Administration Act	Taxation Code	Code of Federal Regulations	Food and Agriculture Code
มาตรการส่งเสริมในการเริ่มต้นอุตสาหกรรม	x	x	x	x	x
มาตรการเกี่ยวกับการอนุญาต	✓	x	x	x	x
มาตรการควบคุมและกำกับดูแลการผลิตเพื่อการค้า	x	✓	x	x	x
มาตรการควบคุมและกำกับดูแลการผลิตที่มีใช้เพื่อการค้า	✓	x	x	x	x
มาตรการทางด้านภาษี	x	x	✓	x	x
มาตรการที่เกี่ยวข้องกับการจำกัดการโฆษณา	✓	x	x	x	x
มาตรการที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	x	x	x	✓	✓

ที่มา ผู้วิจัยทำเอง

3.4 ประเทศฝรั่งเศส

3.4.1 นโยบายที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้

จากการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ภายในประเทศฝรั่งเศส ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา และกำหนดประเด็นการศึกษาออกเป็น 3 กรณี คือ (1) นโยบายที่เกี่ยวข้องกับการเริ่มต้นอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ (กระบวนการต้นน้ำ) (2) นโยบายที่เกี่ยวข้องกับการผลิตของอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ (กระบวนการกลางน้ำ) (3) นโยบายที่เกี่ยวข้องกับการตลาดของอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

จากผลไม้ (กระบวนการปลายน้) อย่างไรก็ตาม จากการศึกษาพบว่าประเทศฝรั่งเศสมีเพียงนโยบายที่เกี่ยวกับการตลาดของอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ (กระบวนการปลายน้) เท่านั้น โดยมีรายละเอียดดังนี้

นโยบายที่เกี่ยวข้องกับการตลาดของอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ปรากฏในแผนชาติว่าด้วยการควบคุมตรวจสอบอย่างเป็นทางการระยะยาว ค.ศ. 2021-2025 (PLAN NATIONAL DE CONTROLES OFFICIELS PLURIANNUEL (PNCOPA) 2021-2025) ที่จัดทำขึ้นภายใต้กฎระเบียบของสหภาพยุโรป (Regulation (EU) 2017/625) ที่กำหนดให้ประเทศสมาชิกจัดทำแผนดังกล่าวขึ้นเพื่อส่งเสริมและควบคุมในด้าน การผลิตอาหาร อาหารสัตว์ สุขภาพสัตว์ ผลผลิตจากสัตว์ คุณภาพของพืช ผลิตภัณฑ์จากพืช ตลอดจนเกษตรอินทรีย์และการกำหนดสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์²⁰⁴ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

แผนควบคุมอย่างเป็นทางการระดับชาติ ค.ศ. 2021-2025²⁰⁵

ฝรั่งเศสมุ่งคุ้มครองผลิตภัณฑ์ที่มีเครื่องหมายแหล่งกำเนิดและภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีมาตรฐาน

1. ชื่อผลิตภัณฑ์ที่เชื่อมโยงกับแหล่งกำเนิดทางภูมิศาสตร์ (AOC)

เป็นชื่อประเทศ ภูมิภาค หรือท้องถิ่นที่ใช้เรียกผลิตภัณฑ์ที่มีต้นกำเนิดจากที่นั่น และมีคุณภาพหรือลักษณะเฉพาะเนื่องมาจากสภาพแวดล้อมทางภูมิศาสตร์รวมถึงปัจจัยธรรมชาติ และปัจจัยมนุษย์ รวมถึงผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับอย่างถูกต้อง และการผลิตอยู่ภายใต้ขั้นตอนต่าง ๆ รวมถึงการอนุญาตจากผู้ปฏิบัติงาน การควบคุมเงื่อนไขการผลิตและการควบคุมผลิตภัณฑ์

การกำหนดแหล่งกำเนิดสินค้าถือเป็นสัญญาณบ่งชี้คุณภาพที่เชื่อมโยงกับแหล่งกำเนิดที่ได้รับการยอมรับในประเทศฝรั่งเศสตั้งแต่ปี ค.ศ. 1905 แต่ในระดับนานาชาติได้รับการยอมรับตั้งแต่ปี ค.ศ. 1958 (ภายในกรอบของข้อตกลงลิซบอ) และในระดับยุโรป ภายใต้คำว่า AOP สำหรับผลิตภัณฑ์ในภาคไวน์เท่านั้น การยอมรับ AOC ในฝรั่งเศสเป็นขั้นตอนเบื้องต้นในการยอมรับ AOP ในสหภาพยุโรป (EU) หมายเลข 1308/2013

2. การกำหนดแหล่งสินค้าที่ได้รับการคุ้มครอง (POD)

เป็นการคุ้มครองชื่อภูมิภาค สถานที่เฉพาะ หรือใช้เพื่อกำหนดผลิตภัณฑ์ไวน์ ผลิตภัณฑ์ที่จะได้รับเครื่องหมายดังกล่าวต้องผลิตจากองุ่นที่มาจากพื้นที่ทางภูมิศาสตร์ที่พิจารณา และเป็นองุ่นพันธุ์

²⁰⁴ PLAN NATIONAL DE CONTROLES OFFICIELS PLURIANNUEL (PNCOPA) 2021-2025, p 3.

²⁰⁵ มีวัตถุประสงค์ในการควบคุมความปลอดภัยด้านอาหาร สัตว์ และพืช และควบคุมคุณภาพของผลิตภัณฑ์ และความปลอดภัยของการทำธุรกรรมต่างๆ โดยในส่วนที่เกี่ยวข้องกับเกี่ยวข้องกับการส่งเสริมอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ ในหัวข้อที่ 2.10 การใช้และการติดฉลากชื่อแหล่งกำเนิดสินค้าที่ได้รับการคุ้มครอง สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่ได้รับการคุ้มครอง และคุณสมบัติพิเศษดั้งเดิมที่ได้รับการรับรอง.

Vitis vinifera เท่านั้น หากผลิตภัณฑ์ไวน์ตรงตามข้อกำหนดดังกล่าวก็สามารถใช้ชื่อตามแหล่งกำเนิดสินค้าที่ได้รับการคุ้มครองได้

3. สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่ได้รับการคุ้มครอง (PGI)

เป็นการคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่อ้างถึงภูมิภาค สถานที่เฉพาะ ผลิตภัณฑ์ที่จะได้รับเครื่องหมายดังกล่าวต้อง

- 1) มีคุณภาพ ชื่อเสียง หรือลักษณะเฉพาะอื่น ๆ อันเนื่องมาจากแหล่งกำเนิดทางภูมิศาสตร์ที่ได้กำหนดไว้
- 2) ผลิตจากองุ่นอย่างน้อย 85% มาจากพื้นที่ทางภูมิศาสตร์ที่พิจารณาเท่านั้น
- 3) มีการผลิตจากองุ่นพันธุ์ Vitis vinifera หรือระหว่างองุ่นสายพันธุ์ดังกล่าวที่อยู่ในตระกูลเดียวกัน

AOP และ IGP ถือเป็นมรดกร่วมกัน ดังนั้นจึงไม่สามารถเป็นเจ้าของได้ สิทธิพิเศษสำหรับผู้ประกอบการเอกชน ไม่เหมือนแบรนด์ตัวอย่าง ผู้ดำเนินการใดๆ ที่ตั้งอยู่ในพื้นที่ทางภูมิศาสตร์ที่จำกัดและเคารพเงื่อนไขที่กำหนดโดยข้อกำหนดของ AOP หรือ IGP จะได้รับประโยชน์จากสิ่งหลัง คำขอลงทะเบียนถูกส่งโดยกลั่นที่ได้รับการยอมรับว่าเป็นองค์กรป้องกันและการจัดการ (ODG) ซึ่งรวบรวมผู้ปฏิบัติงานทั้งหมดในตลาดส่วนที่เกี่ยวข้องและเป็นผู้ติดต่ออย่างเป็นทางการสำหรับสถาบันแหล่งกำเนิดสินค้าและคุณภาพแห่งชาติ (INAO)

โดยแผนดังกล่าวเน้นย้ำในเรื่องของการควบคุมผู้ประกอบการที่จดทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ในฝรั่งเศส เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคที่ใช้ผลิตภัณฑ์ดังกล่าว เนื่องจากผลิตภัณฑ์เหล่านี้มีจำนวนมากซึ่งเป็นส่วนที่สร้างมูลค่าในภาคการผลิตอย่างมาก จึงต้องมีการควบคุมคุณภาพก่อนที่จะวางจำหน่ายโดย INAO ซึ่งจะเข้ามาแทรกแซงในทุกขั้นตอนของการผลิตและจำหน่าย²⁰⁶

3.4.2 มาตรการทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้

จากการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับมาตรการทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ภายในประเทศฝรั่งเศส ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา และกำหนดประเด็นการศึกษาออกเป็น 3 กรณี คือ (1) มาตรการที่เกี่ยวข้องกับการเริ่มต้นอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ (กระบวนการต้นน้ำ) (2) มาตรการที่เกี่ยวข้องกับการผลิตของอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ (กระบวนการกลางน้ำ) (3) มาตรการที่เกี่ยวข้องกับการตลาดของอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ (กระบวนการปลายน้ำ) โดยมีรายละเอียดดังนี้

²⁰⁶ PLAN NATIONAL DE CONTROLES OFFICIELS PLURIANNUUEL (PNCOPA) 2021-2025, p 51.

3.4.2.1 มาตรการทางกฎหมายที่เกี่ยวกับการเริ่มต้นอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ (กระบวนการต้นน้ำ)

จากการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับมาตรการทางกฎหมายที่เกี่ยวกับการเริ่มต้นอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ (กระบวนการต้นน้ำ) ภายในประเทศฝรั่งเศส ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา และกำหนดประเด็นการศึกษาออกเป็น 2 กรณี คือ (1) มาตรการส่งเสริมในการเริ่มต้นอุตสาหกรรม (2) มาตรการที่เกี่ยวกับการอนุญาต โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. มาตรการส่งเสริมในการเริ่มต้นอุตสาหกรรม

ทั้งนี้ จากการศึกษาพบว่า ประเทศฝรั่งเศส ไม่มีมาตรการส่งเสริมในการเริ่มต้นอุตสาหกรรม ที่มีความเกี่ยวข้องกับการส่งเสริมในการเริ่มต้นอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ไว้โดยชัดเจน แต่อย่างไรก็ดี สาเหตุที่ผู้วิจัยเขียนหัวข้อนี้ขึ้นก็เพื่อแสดงให้เห็นว่าประเทศฝรั่งเศสไม่มีนโยบายดังกล่าวนี้จริง และเพื่อเป็นการสะดวกต่อการศึกษาวิเคราะห์เปรียบเทียบ (Comparative Analysis) ในประเด็นที่เกี่ยวกับมาตรการที่เกี่ยวกับการเริ่มต้นของอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ (กระบวนการต้นน้ำ) ของแต่ละประเทศที่ผู้วิจัยได้เลือกทำการศึกษาคือ

2. มาตรการที่เกี่ยวกับการอนุญาต

จากการศึกษามาตรการที่เกี่ยวกับการอนุญาตนั้นพบว่า ประเทศฝรั่งเศส มีกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการอนุญาตผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่แปรรูปจากผลผลิตทางการเกษตรประเภทผลไม้ 1 ฉบับ คือ ประมวลรัษฎากรทั่วไป (General Tax Code) โดยมีรายละเอียดดังนี้

ประมวลรัษฎากรทั่วไป (General Tax Code) กล่าวถึง

ผู้ผลิตจะต้องแจ้งให้ฝ่ายบริหารทราบรายละเอียดในการผลิตภายใน 2 เดือนก่อนเริ่มการผลิต ดังนี้

1) รายละเอียดเกี่ยวกับการเตรียมการผลิต ซึ่งรวมถึงกระบวนการกลั่น การหมักเมล็ดพืช วัสดุที่มีลักษณะเป็นแป้งหรือแป้ง การหมักวัสดุที่มีน้ำตาล ตลอดจนกระบวนการทางเคมีอื่นใดที่มีผลโดยตรงหรือโดยอ้อมต่อการผลิตแอลกอฮอล์

2) รายละเอียดเกี่ยวกับการผลิตหรือการแปรรูปรันตี สุรา หรือของเหลวที่มีแอลกอฮอล์ทุกประเภท ไม่ว่าจะโดยวิธีการกลั่นหรือวิธีการอื่นใด

3) คำชี้แจงเกี่ยวกับสถานประกอบการหรือโรงงาน โดยระบุที่ตั้งของสำนักงานใหญ่ ลักษณะของผลิตภัณฑ์ และแหล่งที่มาของวัตถุดิบ ทั้งนี้ หากมีการเตรียมหรือแนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ ต้องจัดส่งข้อมูลเพิ่มเติม²⁰⁷

²⁰⁷ General Tax Code Article 312.

4) แถลงการณ์เกี่ยวกับการดำเนินงานทั่วไป ซึ่งระบุลักษณะการดำเนินงานภายในโรงงาน รวมถึงกิจกรรมที่เกี่ยวข้องภายในสถานประกอบการ วัตถุดิบแอลกอฮอล์ที่ใช้ และรายละเอียดของแอลกอฮอล์หรือเครื่องต้มแอลกอฮอล์ที่จัดเก็บอยู่ในสถานที่

5) แผนผังของสถานประกอบการ โดยแสดงที่ตั้งและความจุของอุปกรณ์ ภาชนะ หรือถังเก็บ โดยอ้างอิงมาตราส่วนเซนติเมตร พร้อมระบุชนิดของวัตถุดิบแอลกอฮอล์ สุรา และแอลกอฮอล์ที่ใช้ในกระบวนการผลิต

6) แผนผังของอุปกรณ์การผลิต ซึ่งแสดงรายละเอียดของระบบหมุนเวียนแอลกอฮอล์และผลพลอยได้ที่เกี่ยวข้องอย่างครบถ้วน

7) รายละเอียดเกี่ยวกับอุปกรณ์ป้องกันการดัดแปลง หรือขั้นตอนการควบคุมการผลิตแอลกอฮอล์ในกรณีที่โรงงานไม่มีการติดตั้งมาตรวัดที่ได้รับการรับรอง²⁰⁸

3.4.2.2 มาตรการทางกฎหมายที่เกี่ยวกับการผลิตของอุตสาหกรรมเครื่องต้มแอลกอฮอล์จากผลไม้ (กระบวนการกลั่นน้ำ)

จากการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับมาตรการทางกฎหมายที่เกี่ยวกับการผลิตของอุตสาหกรรมเครื่องต้มแอลกอฮอล์จากผลไม้ (กระบวนการกลั่นน้ำ) ภายในประเทศฝรั่งเศส ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาและกำหนดประเด็นการศึกษาออกเป็น 3 กรณี คือ 1. มาตรการควบคุมและกำกับดูแลการผลิตเพื่อการค้า 2. มาตรการควบคุมและกำกับดูแลการผลิตที่มีใช้เพื่อการค้า และ 3. มาตรการทางภาษีที่เกี่ยวกับการผลิตเครื่องต้มแอลกอฮอล์จากผลไม้ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. มาตรการควบคุมและกำกับดูแลการผลิตเพื่อการค้า

จากการศึกษาเกี่ยวกับมาตรการควบคุมและกำกับดูแลการผลิตเพื่อการค้า ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา และผลจากการศึกษาพบว่า มีกฎหมายที่เกี่ยวข้อง 2 ฉบับ คือ (1) ประมวลรัษฎากรทั่วไป (General Tax Code) และ (2) ประมวลกฎหมายผู้บริโภค (Consumer Code) โดยมีรายละเอียดดังนี้

ประมวลรัษฎากรทั่วไป (General Tax Code) กล่าวถึง

1) เครื่องต้มแอลกอฮอล์ที่ผลิตโดยวิธีการกลั่น

ก. ผู้ผลิตจะต้องแจ้งวิชาชีพของตนต่อฝ่ายบริหารอย่างน้อยสามวันก่อนเริ่มการผลิต และกำหนดหมายเลขทะเบียน ลักษณะ และความจุของอุปกรณ์หรือส่วนของอุปกรณ์ที่ตนมีอยู่ในสถานที่ฟาร์มหรือที่อื่น ๆ²⁰⁹

²⁰⁸ General Tax Code Annexe I Article 58.

²⁰⁹ General Tax Code Article 303.

ข. เครื่องกลั่นเป็นอุปกรณ์ที่อยู่ในการควบคุมดูแลของศุลกากร เนื่องจากการผลิตเครื่องต้มแอลกอฮอล์โดยการกลั่นหากไม่มีการควบคุมอาจก่อให้เกิดความเสี่ยงต่อสุขภาพ เนื่องจากมีองค์ประกอบที่เป็นพิษและอาจก่อให้เกิดอันตรายได้ โดยห้ามมิให้ผู้ใดนำเข้า ได้มาโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย หรือคัดค้านการจ่ายเงิน ให้เช่า หรือซ่อมแซมหรือดัดแปลงเครื่องมือหรือส่วนของเครื่องมือที่เหมาะสมสำหรับการกลั่น การผลิต หรือการรืดสุราหรือสุรา โดยไม่ได้รับอนุญาตจากฝ่ายบริหารมาก่อนและขัดแย้งตามเงื่อนไขที่กำหนด ตามพระราชกฤษฎีกา (1) จะต้องแสดงเหตุผลของการอนุญาตนี้แก่ผู้นำเข้า ผู้ขาย ผู้บริจาคน ผู้ให้เช่า หรือผู้ซ่อมแซม หรือผู้ดำเนินการ บุคคลใดก็ตามที่ถ่ายโอนภาพนิ่งหรือบางส่วนโดยไม่ตั้งใจจะต้องแจ้งให้ฝ่ายบริหารทราบภายใน 15 วันนับจากวันที่โอนชื่อและที่อยู่ของผู้ซื้อ²¹⁰ โดยข้อกำหนดดังกล่าวนี้ใช้กับอุปกรณ์อื่น ๆ ที่สามารถใช้ผลิตแอลกอฮอล์ได้²¹¹

ค. หน้าที่ของผู้ครอบครองเครื่องกลั่น เจ้าของอุปกรณ์หรือส่วนของอุปกรณ์ที่เหมาะสมสำหรับการกลั่น การผลิต หรือการรืดสุราหรือสุรา จะต้องรายงานต่อฝ่ายบริหารภายในห้าวันหลังจากการครอบครอง โดยต้องมีการประกาศระบุจำนวน ลักษณะ และความจุของอุปกรณ์ หรือบางส่วนของอุปกรณ์ อุปกรณ์ต่างๆ จะถูกทำเครื่องหมายกำกับไว้ หากจำเป็น อุปกรณ์จะต้องปิดผนึกไว้ในช่วงเวลาที่ไม่ได้ใช้งาน สามารถเก็บไว้ที่บ้านหรือวางไว้ในสถานที่ที่ได้รับอนุมัติจากฝ่ายบริหาร²¹²

2) การตรวจสอบเครื่องต้มแอลกอฮอล์

ภาชนะที่มีไว้สำหรับการผลิตหรือการจัดเก็บผลิตภัณฑ์ชั้นกลางและแอลกอฮอล์ที่กล่าวถึงในมาตรา 402 ทวิและ 403 ของรหัสภาษีทั่วไปจะต้องจัดเตรียมโดยผู้ปฏิบัติงานเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายและก่อนที่จะใช้งานใด ๆ โดยมีใบรับรองการวัดที่ออกและต่ออายุภายใต้เงื่อนไขที่กำหนด โดยพระราชกฤษฎีกาหมายเลข 2001-387 วันที่ 3 พฤษภาคม 2544 ที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมเครื่องมือวัด ใบรับรองนี้ถูกส่งไปยังฝ่ายศุลกากรและสรรพสามิต ภาชนะเหล่านี้ต้องอนุญาตให้เก็บตัวอย่างได้

ในกรณีที่มีการเสียรูป ดัดแปลง หรือซ่อมแซมซึ่งมีแนวโน้มที่จะเปลี่ยนความจุของคอนเทนเนอร์ ห้ามใช้งานจนกว่าจะมีการจัดทำใบรับรองน้ำหนักใหม่และส่งไปยังฝ่ายศุลกากรและสรรพสามิต²¹³

²¹⁰ General Tax Code Article 306.

²¹¹ General Tax Code Article 309.

²¹² General Tax Code Article 308.

²¹³ General Tax Code Annexe I, Article 59.

การทดสอบการใช้งานมาตรฐาน การปรับ และการบำรุงรักษาสามารถดำเนินการโดยองค์กรที่เกี่ยวข้อง แม้ว่ามาตรฐานจะเป็นทรัพย์สินของผู้กลั่นก็ตาม ผู้ดำเนินการมีสิทธิ์เข้าร่วมการปฏิบัติงานเหล่านี้หรือเป็นตัวแทนที่นั่น เขาจำเป็นต้องใช้การติดตั้งตามเงื่อนไขที่องค์กรเดียวกันนี้กำหนด²¹⁴

ประมวลกฎหมายผู้บริโภค (Consumer Code)

การผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศฝรั่งเศสนั้นได้ใช้มาตรฐานความปลอดภัยในระดับเดียวกันกับผลิตภัณฑ์ชนิดอื่น ๆ ตามประมวลกฎหมายผู้บริโภค²¹⁵ (Consumer Code) โดยกล่าวถึง

ผลิตภัณฑ์และบริการจะต้องในขณะจำหน่ายต้องมีสถานะการใช้งานปกติหรือภายใต้เงื่อนไขอื่น ๆ ที่ผู้เชี่ยวชาญคาดการณ์ได้อย่างสมเหตุสมผล ถึงความปลอดภัย และไม่เป็นอันตรายต่อสุขภาพของผู้คน²¹⁶

ผลิตภัณฑ์จะต้องเป็นไปตามข้อกำหนดด้านความปลอดภัยทั่วไปตามที่บัญญัติไว้ในมาตรา L. 421-3 โดยจะต้องพิจารณาถึงลักษณะของความเสี่ยงและประเภทของความเสี่ยงที่ครอบคลุมอยู่ภายใต้มาตรฐานที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ หากผลิตภัณฑ์ดังกล่าวเป็นไปตามมาตรฐานแห่งชาติที่มีใช้อยู่บังคับ ซึ่งได้รับการปรับเปลี่ยนจากมาตรฐานยุโรปที่ได้รับการอ้างอิงโดยคณะกรรมการยุโรป และได้มีการประกาศเผยแพร่ในวารสารทางการของสหภาพยุโรป (Official Journal of the European Union) ตามบทบัญญัติแห่ง Article 4 แห่ง Directive 2001/95/EC ลงวันที่ 3 ธันวาคม ค.ศ. 2001 ว่าด้วยเรื่องความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ทั่วไป ย่อมถือได้ว่าผลิตภัณฑ์นั้นสอดคล้องกับข้อกำหนดด้านความปลอดภัยที่เกี่ยวข้องตามกฎหมาย²¹⁷

2. มาตรการควบคุมและกำกับดูแลการผลิตที่มีใช้เพื่อการค้า

จากการศึกษาเกี่ยวกับมาตรการควบคุมและกำกับดูแลการผลิตเพื่อการค้า ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา และผลจากการศึกษาพบว่าไม่มีกฎหมายที่เกี่ยวข้องที่ระบุไว้โดยเฉพาะเจาะจง ดังนั้นแล้วบุคคลทั่วไปสามารถผลิตเบียร์ ไวน์หรือเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ใช้วิธีการหมักได้ภายในบ้านของตนเองได้ อย่างไรก็ตามผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีใช้เพื่อการค้า ไม่สามารถผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ใช้วิธีการกลั่นได้เนื่องจากอุปกรณ์การกลั่นนั้นถูกควบคุมตามประมวลกฎหมายทั่วไป (General Tax Code) โดยผู้ที่ได้รับอุปกรณ์การกลั่นนั้นต้องเป็นผู้ที่ประกอบวิชาชีพในโรงกลั่น

²¹⁴ General Tax Code Annexe I, Article 62.

²¹⁵ Consumer Code Article L3322-11.

²¹⁶ Consumer Code Article L421-3.

²¹⁷ Consumer Code Article L421-6.

เท่านั้น²¹⁸ นอกจากนี้การผลิตภายในบ้านของตนจะไม่สามารถจำหน่ายได้เนื่องจากการละเมิดต่อประมวลรัษฎากรทั่วไป (General Tax Code) โดยการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มาจากการแปรรูปแอลกอฮอล์ชนิดอื่น หรือที่ผลิตขึ้นมาต้องทำการเสียภาษีสรรพสามิตรก่อนจะจำหน่าย²¹⁹

จากการศึกษาเกี่ยวกับมาตรการควบคุมและกำกับดูแลการผลิตเพื่อการค้า ของประเทศฝรั่งเศส ผู้วิจัยจึงสรุปได้ว่า (1) สามารถผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพื่อบริโภคเองได้ (2) สามารถผลิตได้เฉพาะเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ใช้วิธีการหมักเท่านั้น (3) ห้ามจำหน่ายแก่บุคคลภายนอก (4) ไม่ต้องเสียภาษีสรรพสามิตร

3. มาตรการทางภาษีที่เกี่ยวกับการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้

จากการศึกษาเกี่ยวกับมาตรการทางภาษีที่เกี่ยวกับการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา และผลจากการศึกษาพบว่า มีกฎหมายที่เกี่ยวข้อง 1 ฉบับ คือ ประมวลรัษฎากรว่าด้วยภาษีสินค้าและบริการ (Code of taxation on goods and services)²²⁰ โดยมีรายละเอียดดังนี้

ประมวลรัษฎากรว่าด้วยภาษีสินค้าและบริการ (Code of taxation on goods and services) กล่าวถึง

ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีความแรงของแอลกอฮอล์ตามปริมาตรเกิน 1.2%²²¹ จะต้องเสียภาษีสรรพสามิตร²²² ในอัตราดังต่อไปนี้

²¹⁸ General Tax Code Article 306.

²¹⁹ General Tax Code Article 302G.

²²⁰ ประมวลรัษฎากรว่าด้วยภาษีสินค้าและบริการ (Code of taxation on goods and services) เป็นกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการจัดเก็บภาษีในการผลิตสินค้าในประเทศ นำเข้า และบริการ โดยที่เกี่ยวข้องกับมาตรการทางภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้นปรากฏใน ส่วนนิติบัญญัติ เล่มที่ 3 พลังงาน แอลกอฮอล์ และยาสูบ หัวข้อที่ 1 ระบบสรรพสามิตรทั่วไป บทที่ 3 แอลกอฮอล์.

²²¹ Code of taxation on goods and services Article L. 111-4.

²²² Code of taxation on goods and services Article L. 311-1.

ตารางที่ 3.8 สรุปมาตรการทางภาษีที่เกี่ยวข้องกับการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ของประเทศฝรั่งเศส

ลำดับที่	ประเภท	อัตราภาษี
1	ไวน์	4,05 € ต่อ 10 ลิตร
2	เครื่องดื่มหมักที่ไม่ใช่ไวน์และเบียร์	4,05 € ต่อ 10 ลิตร
3	สปาร์คกลิ้งไวน์	10,02 € ต่อ 10 ลิตร
4	ไซเดอร์/เพอร์/มิดส์	1,41 € ต่อ 10 ลิตร
5	เบียร์แอลกอฮอล์น้อยกว่าร้อยละ 2.8	3,98 € ต่อ 10 ลิตร
6	เบียร์แอลกอฮอล์มากกว่าร้อยละ 2.8	7,96 € ต่อ 10 ลิตร
7	โรงเบียร์ขนาดเล็กผลิตได้น้อยกว่า 2 ล้าน ลิตร ต่อปี	3,98 € ต่อ 10 ลิตร
8	เหล้ารัม	933,78 € ต่อ แอลกอฮอล์บริสุทธิ์ 10 ลิตร
9	แอลกอฮอล์อื่นๆ	1 866,52 € ต่อ แอลกอฮอล์บริสุทธิ์ 10 ลิตร

ที่มา Code of taxation on goods and services

3.4.2.3 มาตรการทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการตลาดของอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ (กระบวนการปลายน้ำ)

จากการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับมาตรการทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการเริ่มต้นอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ (กระบวนการต้นน้ำ) ภายในประเทศฝรั่งเศส ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา และกำหนดประเด็นการศึกษาออกเป็น 2 กรณี คือ (1) มาตรการที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณาผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ และ (2) มาตรการที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. มาตรการที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณาผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้

จากการศึกษาเกี่ยวกับมาตรการที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณาผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา และผลจากการศึกษาพบว่า มีกฎหมายที่เกี่ยวข้อง 2 ฉบับ คือ (1) ประมวลกฎหมายสาธารณสุข (Public Health Code) และ (2) ประมวลกฎหมายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และมาตรการป้องกันโรคพิษสุราเรื้อรัง (Code des débits de boissons et des mesures contre l'alcoolisme) โดยมีรายละเอียดดังนี้

ประมวลกฎหมายสาธารณสุข (Public Health Code) กล่าวถึง

1) เงื่อนไขในการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

การโฆษณาเชิงจูงใจทั้งทางตรงและทางอ้อมสำหรับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งมิได้ถูกห้ามผลิตหรือจำหน่าย เป็นกิจกรรมที่สามารถกระทำได้ภายใต้เงื่อนไขและบริบทที่กฎหมายบัญญัติไว้ ดังนี้

ก. ในสื่อสิ่งพิมพ์ที่เป็นลายลักษณ์อักษร ยกเว้นสิ่งพิมพ์ที่มีวัตถุประสงค์หลักมุ่งเป้าไปที่เยาวชน ตามที่กำหนดไว้ในวรรคแรกของมาตรา 1 แห่งกฎหมายหมายเลข 49-956 ลงวันที่ 16 กรกฎาคม ค.ศ. 1949 ว่าด้วยสิ่งพิมพ์สำหรับเยาวชน

ข. ผ่านสื่อกระจายเสียง เฉพาะสำหรับสถานีวิทยุประเภทที่กำหนด และในช่วงเวลาเฉพาะที่ระบุไว้โดยพระราชกฤษฎีกา

ค. ในรูปแบบโปสเตอร์และป้ายโฆษณา รวมถึงโปสเตอร์ขนาดเล็กและวัตถุโฆษณาภายในสถานประกอบการที่จำหน่ายโดยเฉพาะ โดยเป็นไปตามมาตรา L. 3323-5-1 และเงื่อนไขที่บัญญัติโดยพระราชกฤษฎีกา

ง. ในลักษณะของสื่อสิ่งพิมพ์ทางการค้า ซึ่งจัดทำขึ้นโดยผู้ผลิต ผู้นำเข้า ผู้ค้า ตัวแทนจำหน่าย หรือเจ้าของคลังสินค้า โดยมีเนื้อหาจำกัดอยู่เฉพาะข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และเงื่อนไขการจำหน่ายตามที่กำหนดไว้ในมาตรา L. 3323-4

จ. บนยานพาหนะที่ใช้สำหรับการขนส่งผลิตภัณฑ์ โดยระบุเฉพาะชื่อผลิตภัณฑ์ ชื่อ และที่อยู่ของผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่ายเท่านั้น โดยต้องไม่มีข้อมูลเชิงส่งเสริมอื่นใด

ฉ. ในการสนับสนุนกิจกรรมทางวัฒนธรรมประเพณี เช่น เทศกาลและงานแสดงสินค้าที่จัดขึ้นเพื่อส่งเสริมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในท้องถิ่น ซึ่งจะต้องเป็นไปตามข้อกำหนดของพระราชกฤษฎีกา

ช. ในการส่งเสริมกิจกรรมทางการศึกษาและวัฒนธรรม เช่น พิพิธภัณฑสถาน หอสมุด หรือหลักสูตรการศึกษาเกี่ยวกับวินัยที่มีลักษณะตามประเพณี รวมถึงกิจกรรมการนำเสนอและการชิม ภายใต้เงื่อนไขที่กำหนดโดยพระราชกฤษฎีกา

ซ. ในลักษณะของการให้ของขวัญหรือวัตถุอื่นใด ที่สงวนไว้สำหรับการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยเฉพาะ ซึ่งได้รับการแจกจ่ายโดยไม่มีค่าใช้จ่ายหรือมีค่าธรรมเนียม โดยมีการระบุชื่อผลิตภัณฑ์และดำเนินการโดยผู้ผลิตในโอกาสการขายตรงให้แก่ผู้บริโภค หรือการเปิดสถานที่ผลิตให้นักท่องเที่ยวเข้าชม

ณ. ผ่านบริการสื่อสารออนไลน์ ยกเว้นในกรณีที่บริการดังกล่าวมีลักษณะหรือวัตถุประสงค์ที่มุ่งเน้นไปยังเยาวชนโดยตรงหรือโดยนัย รวมถึงบริการที่เผยแพร่โดยสมาคม บริษัท

หรือองค์กรด้านกีฬา ตามนิยามในประมวลกฎหมายกีฬา ทั้งนี้ การโฆษณาดังกล่าวต้องไม่รบกวนหรือแทรกแซงกิจกรรมสนับสนุนที่กำหนดไว้โดยกฎหมาย

นอกจากนี้ กฎหมายยังห้ามมิให้การโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ใด ๆ มีเนื้อหาที่แสดงถึงคุณประโยชน์ทางสุขภาพหรือทางการแพทย์ และกำหนดให้หน่วยบรรจุกัญช์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต้องแสดงข้อความคำเตือนเกี่ยวกับสุขภาพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการแนะนำให้สตรีมีครรภ์งดเว้นการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ภายใต้หลักเกณฑ์ที่กำหนดโดยคำสั่งของรัฐมนตรีผู้รับผิดชอบด้านสาธารณสุข²²³

2) รายละเอียดในการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

การโฆษณาที่ได้รับอนุญาตสำหรับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ถูกจำกัดให้อยู่ภายใต้กรอบเนื้อหาที่ระบุอย่างชัดเจน ซึ่งรวมถึงการให้ข้อมูลเกี่ยวกับระดับปริมาณแอลกอฮอล์ แห่่งกำเนิดผลิตภัณฑ์ ชื่อทางการค้า ส่วนประกอบ ชื่อและที่อยู่ของผู้ผลิต ตัวแทนจำหน่าย หรือผู้เก็บรักษา ตลอดจนวิธีการผลิต เงื่อนไขในการจำหน่าย และแนวทางการบริโภคผลิตภัณฑ์อย่างเหมาะสม

ทั้งนี้ การโฆษณาดังกล่าวอาจประกอบด้วยการอ้างอิงถึงภูมิภาคที่เป็นแหล่งผลิต ความแตกต่างหรือคุณลักษณะเฉพาะที่ได้รับการรับรอง การระบุแหล่งกำเนิด (appellation d'origine) ตามที่บัญญัติไว้ในมาตรา L. 431-1 แห่งประมวลกฎหมายผู้บริโภค (Code de la consommation) หรือการบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (indication géographique) ซึ่งได้รับการรับรองตามอนุสัญญาและสนธิสัญญาระหว่างประเทศที่ฝรั่งเศสให้สัตยาบัน และเป็นไปตามมาตรฐานสากลที่มีการปรับใช้โดยต่อเนื่อง

นอกจากนี้ ยังสามารถมีการอ้างอิงเชิงวัตถุประสงค์ที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะทางประสาทสัมผัสของผลิตภัณฑ์ เช่น สี กลิ่น และรสชาติ ภายใต้เงื่อนไขที่ไม่เข้าข่ายการชักจูงที่เกินจริงหรือการโฆษณาเชิงส่งเสริมสุขภาพ²²⁴

ประมวลกฎหมายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และมาตรการป้องกันโรคพิษสุราเรื้อรัง (Code des débits de boissons et des mesures contre l'alcoolisme) กล่าวถึง

1) กำหนดว่า “การโฆษณาชวนเชื่อหรือการโฆษณาใด ๆ ทั้งทางตรงและทางอ้อมเพื่อประโยชน์แก่เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การผลิตและการขายไม่สามารถกระทำ ได้ เว้นแต่จะได้รับการอนุญาตเฉพาะ ดังนี้

²²³ Public Health Code Article L3322-2.

²²⁴ Public Health Code Article L3323-4.

ก. ในสื่อสิ่งพิมพ์ยกเว้นสิ่งพิมพ์สำหรับคนหนุ่มสาวที่กำหนดไว้ในวรรคแรกของ มาตรา 1 ของกฎหมาย n 49-956 ของวันที่ 16 กรกฎาคม 2492 เกี่ยวกับสิ่งพิมพ์สำหรับคนหนุ่มสาว

ข. โดยวิธีกระจายเสียงตามสถานีวิทยุและในช่วงเวลาที่กำหนดโดยรัฐสภา

ค. ในรูปแบบของโปสเตอร์และป้ายในพื้นที่การผลิต ไม่ว่าจะเป็นโปสเตอร์ขนาดเล็กและวัตถุภายในร้านจำหน่ายเฉพาะภายใต้เงื่อนไขที่กำหนดโดยรัฐสภา

ง. ในรูปแบบของการส่งโดยผู้ผลิต ผู้นำเข้า ผู้รับสัมปทาน หรือผู้ดูแลคลังสินค้า ข้อความ หนังสือเวียนทางการค้า แคตตาล็อก และโบรชัวร์ โดยเอกสารเหล่านี้มีเฉพาะรายการที่กำหนดในมาตรา 18 แห่งประมวลกฎหมายฉบับดังกล่าวและเงื่อนไขการขายผลิตภัณฑ์ที่นำเสนอ

จ. การโฆษณาบนยานพาหนะที่ใช้ในการขนส่งเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยจะระบุ ได้เฉพาะชื่อของผลิตภัณฑ์ชื่อและที่อยู่ของผู้ผลิต ผู้นำเข้า หรือผู้จำหน่ายเท่านั้น โดยห้ามระบุข้อความหรือข้อมูลอื่น ๆ ทั้งสิ้น เนื่องจากการลงทะเบียนนี้รวมเฉพาะรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ตลอดจนชื่อและที่อยู่ของผู้ผลิต ตัวแทน หรือผู้ดูแลเท่านั้น ยกเว้นสิ่งบ่งชี้อื่น ๆ

ฉ. เพื่อสนับสนุนเทศกาลและงานแสดงสินค้าตามประเพณีที่สนับสนุนเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ในท้องถิ่นและภายในบริเวณสถานที่จัดงานแสดงสินค้าหรืองานประเพณีเฉพาะสำหรับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของท้องถิ่นนั้นภายใต้เงื่อนไขที่กำหนดโดยพระราชกฤษฎีกา

ช. เพื่อสนับสนุนการประชาสัมพันธ์หรือแนะนำข้อมูลเกี่ยวกับการผลิต การเก็บรักษา และศาสตร์เกี่ยวกับไวน์ภายในบริเวณพิพิธภัณฑ (ที่เก็บรวบรวมประวัติความเป็นมาของเครื่องดื่มไวน์ประจำท้องถิ่น) มหาวิทยาลัยสมาคมทางศาสนา (คริสต์) หรือสถานศึกษาที่มีหลักสูตรการเรียนการสอนเกี่ยวกับไวน์ เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์การชิมไวน์ตามประเพณีทั้งนี้ภายใต้เงื่อนไขที่กำหนดในรัฐสภา

ห้ามดำเนินการสนับสนุนทางการเงินใด ๆ ไม่ว่าทางตรงหรือทางอ้อมเมื่อวัตถุหรือผลของการสนับสนุนทางการเงินดังกล่าวคือการโฆษณาชวนเชื่อหรือการโฆษณาเพื่อสนับสนุนเครื่องดื่มแอลกอฮอล์”²²⁵

2) “การโฆษณาชวนเชื่อหรือการโฆษณาทางอ้อม” หมายถึง การโฆษณาชวนเชื่อหรือการโฆษณาเพื่อประโยชน์ขององค์กร บริการ กิจกรรม ผลิตภัณฑ์ หรือสิ่งอื่นใดนอกเหนือจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งโดยภาพกราฟิก การนำเสนอ การใช้ชื่อ เครื่องหมาย สัญลักษณ์โฆษณา หรือสัญลักษณ์เฉพาะอื่น ๆ ที่เห็นเด่นชัดและทำให้เข้าใจว่าเป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ อย่างไรก็ตาม

²²⁵ Code des débits de boissons et des mesures contre l'alcoolisme Article L17.

บทบัญญัตินี้ไม่ใช้บังคับกับการโฆษณาชวนเชื่อหรือการโฆษณาเพื่อผลประโยชน์ของผลิตภัณฑ์อื่น นอกเหนือจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ออกสู่ตลาดก่อนวันที่ 1 มกราคม 1990 โดยองค์กรที่แตกต่าง ทางกฎหมายหรือทางการเงินจากองค์กรใด ๆ ที่ผลิต นำเข้า หรือทำการตลาดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์²²⁶

3) “การโฆษณาที่ได้รับอนุญาตสำหรับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จำกัดเฉพาะการ บ่งชี้ปริมาณแอลกอฮอล์ตามปริมาตร แหล่งกำเนิด ชื่อ องค์กรประกอบของผลิตภัณฑ์ ชื่อและที่อยู่ของ ผู้ผลิต ตัวแทน และผู้รับฝากทรัพย์สิน ตลอดจนวิธีการผลิต เงื่อนไขการขาย และวิธีการบริโภคของ ผลิตภัณฑ์ การโฆษณาดังกล่าวอาจรวมถึงการอ้างอิงที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่การผลิตและการบ่งชี้ที่ทำให้ เข้าใจได้ว่าเป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การผลิตบรรจุภัณฑ์สามารถทำซ้ำได้ก็ต่อเมื่อเป็นไปตาม ข้อกำหนดข้างต้น การโฆษณาทั้งหมดที่มีวัตถุประสงค์เพื่อสนับสนุนเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ยกเว้น หนังสือเวียนเชิงพาณิชย์ที่มีไว้สำหรับบุคคลผู้มีหน้าที่ตามกฎหมาย จะต้องมาพร้อมกับข้อความด้าน สุขภาพที่ระบุว่า ‘การใช้แอลกอฮอล์ในทางที่ผิดเป็นอันตรายต่อสุขภาพ’²²⁷

2. มาตรการที่เกี่ยวกับการส่งเสริมการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ จากการศึกษาเกี่ยวกับมาตรการที่เกี่ยวกับการส่งเสริมการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา และผลจากการศึกษาพบว่า มีกฎหมายที่ เกี่ยวข้อง 1 ฉบับ คือ ประมวลกฎหมายการประมงในชนบทและทางทะเล (Rural and maritime fishing code) โดยมีรายละเอียดดังนี้

ประมวลกฎหมายการประมงในชนบทและทางทะเล (Rural and maritime fishing code) กล่าวถึง

การส่งเสริมคุณภาพของสินค้าและแหล่งกำเนิดของสินค้า หรือที่เรียกว่าสิ่งบ่งชี้ทาง ภูมิศาสตร์ที่ได้รับการคุ้มครอง (Protected Geographical Indications: PGI) มีวัตถุประสงค์เพื่อ ระบุผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร ทั้งในรูปแบบดิบและแปรรูป ซึ่งมีคุณภาพ ชื่อเสียง หรือคุณลักษณะ เฉพาะที่เชื่อมโยงกับแหล่งกำเนิดทางภูมิศาสตร์ โดยผลิตภัณฑ์ดังกล่าวจะได้รับเครื่องหมายอย่างเป็นทางการที่เรียกว่า "เครื่องหมายคุณภาพและแหล่งกำเนิดสินค้า" (Signes d'Identification de la Qualité et de l'Origine: SIQO)²²⁸ การผลิต การแปรรูป หรือการพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างน้อยหนึ่ง ขั้นตอน ต้องดำเนินการภายในพื้นที่ทางภูมิศาสตร์ที่กำหนด โดยในกรณีของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

²²⁶ Code des débits de boissons et des mesures contre l'alcoolisme Article L17-1.

²²⁷ Code des débits de boissons et des mesures contre l'alcoolisme Article L18.

²²⁸ Institut national de l'origine et de la qualité (INAO), "Signes d'Identification de la Qualité et de l'Origine (SIQO)," accessed April 2025.

ประเภทไวน์ การประเมินจะครอบคลุมตั้งแต่การเก็บเกี่ยวจนถึงสิ้นสุดกระบวนการผลิตไวน์ทั้งหมดภายในพื้นที่ดังกล่าว โดยขั้นตอนการขอรับเครื่องหมาย SIQO มีรายละเอียดดังนี้

1) การยื่นคำร้องเพื่อขอการรับรองฉลากสีแดง ผู้สมัครจะต้องยื่นคำร้องขอการอนุมัติข้อกำหนดเฉพาะต่อสถาบันแหล่งกำเนิดสินค้าและคุณภาพแห่งชาติ²²⁹

2) ร่างข้อกำหนดเฉพาะที่ยื่นพร้อมคำร้องจะต้องผ่านกระบวนการคัดค้านภายในประเทศเป็นระยะเวลาสองเดือน ซึ่งจัดโดยผู้อำนวยความสะดวก INAO โดยพิจารณาตามความเห็นของคณะกรรมการระดับชาติที่มีอำนาจ²³⁰ การเปิดกระบวนการนี้รวมถึงการระบุดูประสงค์และระยะเวลา จะถูกเผยแพร่ในวารสารทางการของสาธารณรัฐฝรั่งเศส (Journal Officiel de la République Française) พร้อมทั้งแจ้งที่อยู่และเว็บไซต์ของ INAO ที่สามารถเข้าถึงร่างข้อกำหนดได้ ผู้มีส่วนได้เสียสามารถยื่นคัดค้านเป็นลายลักษณ์อักษรภายในสองเดือน และ INAO จะเปิดโอกาสให้ผู้สมัครตอบกลับภายในสองเดือนเช่นกัน²³¹

3) เงื่อนไขการผลิตทั่วไปสำหรับผลิตภัณฑ์หลายประเภทที่ระบุไว้ในมาตรา L.641-4 แห่งประมวลกฎหมายชนบทและการประมงทางทะเล กำหนดโดยคำสั่งของรัฐมนตรีผู้รับผิดชอบด้านการเกษตรและการบริโภค ซึ่งประกาศเผยแพร่ในวารสารอย่างเป็นทางการของกระทรวงที่รับผิดชอบด้านการเกษตร

การจัดทำร่างพระราชกฤษฎีกาดังกล่าวต้องดำเนินการภายหลังการปรึกษาหารือกับองค์กรด้านการป้องกันและการจัดการที่เกี่ยวข้อง โดยอยู่ภายใต้กระบวนการคัดค้านในระดับชาติ ซึ่งจัดขึ้นโดยผู้อำนวยความสะดวกสถาบันแหล่งกำเนิดสินค้าและคุณภาพแห่งชาติ ภายหลังจากได้รับความเห็นจากคณะกรรมการระดับชาติที่มีอำนาจ

การประกาศเปิดกระบวนการดังกล่าว รวมถึงวัตถุประสงค์และระยะเวลาของการดำเนินการ จะได้รับการตีพิมพ์ในวารสารทางการของสาธารณรัฐฝรั่งเศส พร้อมทั้งระบุที่อยู่ของสถาบันแหล่งกำเนิดสินค้าและคุณภาพแห่งชาติ รวมถึงเว็บไซต์ที่สามารถเข้าถึงร่างคำสั่งได้

ผู้มีส่วนได้เสียสามารถยื่นคัดค้านอย่างมีเหตุผลเป็นลายลักษณ์อักษรต่อสถาบันแหล่งกำเนิดสินค้าและคุณภาพแห่งชาติภายในระยะเวลาสองเดือนที่จัดไว้เพื่อการให้คำปรึกษา ทั้งนี้สถาบันมีหน้าที่แจ้งให้ผู้ยื่นคำร้องทราบถึงการคัดค้านที่เกิดขึ้น เพื่อดำเนินการในขั้นตอนต่อไป²³²

²²⁹ Rural and maritime fishing code Article R.641-1.

²³⁰ INAO, "Procédure de reconnaissance du Label Rouge," Journal Officiel de la République Française 2025.

²³¹ Rural and maritime fishing code Article R.641-3.

²³² Rural and maritime fishing code Article R.641-3-1.

เมื่อสถาบันแหล่งกำเนิดสินค้าและคุณภาพแห่งชาติพิจารณาแล้วเห็นว่าผลิตภัณฑ์ไม่เป็นไปตามเงื่อนไขที่บัญญัติไว้ในมาตรา L. 641-1 อันเป็นเงื่อนไขสำหรับการได้รับสิทธิประโยชน์จากการแสดงฉลากสีแดง หรือเห็นว่าการเปลี่ยนแปลงข้อกำหนดเฉพาะของผลิตภัณฑ์ที่ได้รับสิทธิประโยชน์จากฉลากดังกล่าวไม่อยู่บนพื้นฐานแห่งความสมเหตุสมผล สถาบันฯ จะดำเนินการแจ้งให้ผู้ยื่นคำขอและคู่กรณีที่เกี่ยวข้องทราบถึงการปฏิเสธการรับรองผลิตภัณฑ์ที่ได้รับสิทธิประโยชน์จากฉลากสีแดง หรือการไม่อนุมัติการแก้ไขข้อกำหนดเฉพาะของผลิตภัณฑ์นั้น²³³

4) ป้ายแสดงฉลากสีแดงแต่ละรายการจะได้รับการประเมินเพื่อรับรองว่ามีคุณภาพในระดับที่สูงกว่าผลิตภัณฑ์อาหารหรือผลิตภัณฑ์ประเภทเดียวกันที่มีวางจำหน่ายทั่วไปในท้องตลาด ระบบการประเมินและการติดตามคุณภาพที่เหนือกว่าซึ่งนำเสนอโดยองค์การด้านการป้องกันและการจัดการจะถูกเสนอต่อคณะกรรมการระดับชาติที่มีอำนาจของสถาบันแหล่งกำเนิดสินค้าและคุณภาพแห่งชาติ และต้องได้รับความเห็นชอบจากผู้อำนวยการของสถาบันฯ ทั้งนี้ สถาบันแหล่งกำเนิดสินค้าและคุณภาพแห่งชาติจะได้รับแจ้งผลการประเมินและติดตามคุณภาพที่เหนือกว่าโดยต่อเนื่อง

ในกรณีที่คุณภาพของผลิตภัณฑ์อาหารหรือผลิตภัณฑ์ประเภทเดียวกันในท้องตลาดมีการพัฒนาสูงขึ้น หรือกรณีที่การติดตามตามที่ระบุไว้ข้างต้นไม่สามารถรับรองคุณภาพในระดับที่สูงกว่าต่อไปได้อีก คุณภาพขั้นต่ำที่จำเป็นสำหรับการคงไว้ซึ่งสิทธิประโยชน์ของการแสดงฉลากสีแดงจะต้องได้รับการปรับให้เหมาะสม สังเกตด้วยว่า การตัดสินใจอนุมัติที่ได้ดำเนินการไปก่อนหน้านี้จะต้องได้รับการทบทวนและแก้ไขตามความเหมาะสม ภายใต้ข้อเสนอแนะของคณะกรรมการระดับชาติที่มีอำนาจ และหลังจากให้องค์การด้านการป้องกันและการจัดการที่เกี่ยวข้องมีโอกาสแสดงข้อคิดเห็นหรือข้อสังเกตอย่างเหมาะสม²³⁴

5) การอนุมัติให้ใช้ฉลากสีแดงอาจถูกเพิกถอนหรือระงับได้ตลอดเวลาในกรณีดังต่อไปนี้

ก. มีการเพิกถอนหรือระงับการอนุมัติของหน่วยรับรองสำหรับประเภทผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้อง

ข. ผู้ได้รับสิทธิประโยชน์จากฉลากสีแดงปฏิเสธการยกระดับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ในกรณีที่มีการปรับปรุงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ทั่วไปในตลาด หรือเมื่อการประเมินและการติดตามคุณภาพที่เหนือกว่าชี้ให้เห็นถึงความจำเป็นในการปรับปรุงคุณภาพดังกล่าว

²³³ Rural and maritime fishing code Article R.641-5.

²³⁴ Rural and maritime fishing code Article R.641-9.

ค. ไม่มีการทำการตลาดผลิตภัณฑ์ภายใต้ฉลากสีแดงเป็นระยะเวลาติดต่อกันไม่น้อยกว่าห้าปี

การเพิกถอนหรือระงับการอนุมัติจะกระทำโดยอาศัยข้อเสนอของสถาบันแหล่งกำเนิดสินค้าและคุณภาพแห่งชาติ และประกาศโดยคำสั่งของรัฐมนตรีที่มีอำนาจ ภายหลังจากที่องค์กรด้านการป้องกันและการจัดการที่เกี่ยวข้องได้รับแจ้งและมีโอกาสเสนอข้อคิดเห็นของตนแล้ว

ทั้งนี้ มาตรการระงับอาจถูกยกเลิกได้ทุกเมื่อ หากมีคำร้องขอยกเลิกจากองค์กรด้านการป้องกันและการจัดการ ตามขั้นตอนที่ระบุไว้ในย่อหน้าข้างต้น²³⁵

ตารางที่ 3.9 สรุปมาตรการทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ของประเทศฝรั่งเศส

มาตรการทางกฎหมายการส่งเสริมอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้	General Tax Code	Consumer Code	Code of taxation on goods and services	Public Health Code. And Code des débits de boissons et des mesures contre l'alcoolism.	Rural and maritime fishing code
มาตรการส่งเสริมในการเริ่มต้นอุตสาหกรรม	x	x	x	x	x
มาตรการเกี่ยวกับการอนุญาต	✓	x	x	x	x
มาตรการควบคุมและกำกับดูแลการผลิตเพื่อการค้า	✓	✓	x	x	x
มาตรการควบคุมและกำกับดูแลการผลิตที่มีใช้เพื่อการค้า	x	x	x	x	x
มาตรการทางด้านภาษี	x	x	✓	x	x
มาตรการที่เกี่ยวข้องกับการจำกัดการโฆษณา	x	x	x	✓	x
มาตรการที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	x	x	x	x	✓

ที่มา ผู้วิจัยทำเอง

²³⁵ Rural and maritime fishing code Article R.641-10.

3.5 ประเทศไทย

3.5.1 นโยบายที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้

จากการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ภายในประเทศไทย ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา และกำหนดประเด็นการศึกษาออกเป็น 3 กรณี คือ (1) นโยบายที่เกี่ยวข้องกับการเริ่มต้นอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ (กระบวนการต้นน้ำ) (2) นโยบายที่เกี่ยวข้องกับการผลิตของอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ (กระบวนการกลางน้ำ) (3) นโยบายที่เกี่ยวข้องกับการตลาดของอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ (กระบวนการปลายน้ำ) โดยมีรายละเอียดดังนี้

3.5.1.1 นโยบายที่เกี่ยวข้องกับการเริ่มต้นอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ (กระบวนการต้นน้ำ)

1. ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561 – 2580)²³⁶ กล่าวถึง ในหัวข้อ 4.1.1 เกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่น ยุทธศาสตร์มุ่งเน้นการนำอัตลักษณ์ของท้องถิ่น ภูมิปัญญาชาวบ้าน และสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (Geographical Indications - GI) นำมาใช้ในการพัฒนาผลผลิตผลไม้ให้มีความโดดเด่นเฉพาะถิ่นและตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคยุคใหม่ทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยรัฐให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการผลิตผลไม้ตามฤดูกาลและนอกฤดูกาล การปรับปรุงคุณภาพให้ได้มาตรฐานสากล รวมทั้งการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ และการสร้างเรื่องราวสินค้า (product storytelling) เพื่อยกระดับความน่าสนใจในเชิงวัฒนธรรมและการตลาด²³⁷

2. แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ (2566 - 2580)²³⁸ กล่าวถึง แผนย่อยเกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่น เป็นนโยบายที่มีเป้าหมายหลักเพื่อยกระดับมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าเกษตรที่มี

²³⁶ เป็นยุทธศาสตร์ชาติฉบับแรก ของประเทศไทยตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย โดยมีเป้าหมายการพัฒนาประเทศ คือ “ประเทศชาติมั่นคง ประชาชนมีความสุข เศรษฐกิจพัฒนาอย่างต่อเนื่อง สังคมเป็นธรรม ฐานทรัพยากรธรรมชาติยั่งยืน” โดยยกระดับศักยภาพของประเทศในหลากหลายมิติ พัฒนาคอนในทุมิติ และในทุกช่วงวัยให้เป็นคนดี เก่ง และมีคุณภาพ สร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม สร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และมีภาครัฐของประชาชนเพื่อประชาชนและประโยชน์ส่วนรวม.

²³⁷ ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561 – 2580) 19-20.

²³⁸ เป็นแผนแม่บทเพื่อบรรลุเป้าหมายตามที่กำหนดไว้ในยุทธศาสตร์ชาติ ตามพระราชบัญญัติการจัดทำยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. 2560 มาตรา 3 โดยเป็นแผนระดับที่ 2 หลักที่ได้มีการถ้อยระดับเป้าหมายและประเด็นการพัฒนาของยุทธศาสตร์ชาติทั้ง 6 ด้าน มากำหนดประเด็นการพัฒนาในลักษณะที่มีความบูรณาการและเชื่อมโยงระหว่างยุทธศาสตร์ชาติด้านที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ส่วนราชการสามารถนำแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ (2566 - 2580) ไป

เอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ผ่านการส่งเสริมการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นและการสร้างอัตลักษณ์ที่โดดเด่นของสินค้าในแต่ละพื้นที่ โดยเน้นการพัฒนาสินค้าเกษตรและผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรที่สะท้อนความเป็นท้องถิ่น เช่น สินค้าศิลปาชีพ สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) สินค้าที่ได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) รวมถึงผลไม้เขตร้อนที่มีความหลากหลายทางชีวภาพ ทั้งนี้เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทั้งในประเทศและระดับสากล โดยมีแนวทางการพัฒนาสำคัญ 3 ด้าน ได้แก่ (1) การส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์อัตลักษณ์พื้นถิ่น ด้วยการประยุกต์ใช้ภูมิปัญญา นวัตกรรมและเทคโนโลยี เพื่อให้สามารถผลิตสินค้าได้อย่างต่อเนื่องทั้งในฤดูกาลและนอกฤดูกาล พร้อมทั้งยกระดับคุณภาพมาตรฐานให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคที่หลากหลาย (2) การส่งเสริมการพัฒนาและยกระดับศักยภาพของเกษตรกร วิสาหกิจชุมชน และกลุ่มผู้ผลิตท้องถิ่นให้สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ได้อย่างยั่งยืน และสร้างรายได้ที่มั่นคง และ (3) การสร้างอัตลักษณ์สินค้าให้มีเรื่องราวเชิงพื้นที่ที่โดดเด่น พร้อมกับการพัฒนาตราสินค้า การจัดทำระบบฐานข้อมูลสินค้าเกษตรอัตลักษณ์ รวมทั้งการเชื่อมโยงไปยังอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง เช่น การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและบริการ ตลอดจนการส่งเสริมการบริโภคทั้งในประเทศและต่างประเทศ นโยบายนี้จึงมีบทบาทสำคัญในการสร้างความแตกต่างของสินค้าเกษตรไทย และต่อยอดให้เกิดการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน²³⁹

3. แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566 - 2570)²⁴⁰ กล่าวถึง กลยุทธ์ย่อยที่ 2.3 มุ่งส่งเสริมให้เกษตรกรนำวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้ในการวางแผนการผลิตผลไม้ให้เหมาะสมกับศักยภาพของพื้นที่และความต้องการของตลาด เช่น การเลือกพันธุ์ผลไม้ที่มีคุณภาพสูง มีปริมาณน้ำตาลเหมาะสมต่อการหมัก และให้ผลผลิตสม่ำเสมอ โดยยังคำนึงถึงอัตลักษณ์ท้องถิ่นเพื่อต่อยอดเป็นสินค้าพิเศษเฉพาะถิ่น²⁴¹

ใช้ในทางปฏิบัติร่วมกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ และป้องกันการเกิดความสับสน ซึ่งแผนแม่บทฯเป็นแผนระดับชาติ มิได้เป็นแผนของหน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่ง โดยประกอบไปด้วย 23 ประเด็น.

²³⁹ แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ (2566 - 2580) หน้า 3-7 ถึง 3-8.

²⁴⁰ มีวัตถุประสงค์เพื่อ พลิกโฉมประเทศไทยสู่ “สังคมก้าวหน้า เศรษฐกิจสร้างมูลค่า อย่างยั่งยืน” ซึ่งหมายถึงการสร้างการเปลี่ยนแปลงที่ครอบคลุมตั้งแต่ระดับโครงสร้าง นโยบาย และกลไก เพื่อมุ่งเสริมสร้างสังคมที่ก้าวหน้าพลวัตของโลก และเกื้อหนุนให้คนไทยมีโอกาสที่จะพัฒนาตนเองได้อย่างเต็มศักยภาพ พร้อมกับการยกระดับกิจกรรมการผลิตและการให้บริการให้สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มที่สูงขึ้นโดยอยู่บนพื้นฐานของความยั่งยืนทางสิ่งแวดล้อมเพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์

²⁴¹ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566 - 2570) หน้า 31.

3.5.1.2 นโยบายที่เกี่ยวกับการผลิตของอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ (กระบวนการกลั่นน้ำ)

1. ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561 – 2580) กล่าวถึง ในหัวข้อ 4.1.4 เกษตรแปรรูป เน้นการยกระดับผลผลิตทางการเกษตรจากวัตถุดิบสู่ผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าเพิ่ม²⁴² โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสนับสนุนให้เกิดการแปรรูปที่ทันสมัย มีนวัตกรรม และมีมาตรฐานด้านคุณภาพ ความปลอดภัย และความสามารถในการแข่งขัน ซึ่งเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยตรงกล่าวคือ ผลไม้ที่เคยถูกขายในรูปแบบวัตถุดิบสดสามารถถูกนำมาแปรรูปผ่านกระบวนการหมัก การกลั่น หรือ การบ่ม เพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีอัตลักษณ์ รสชาติที่ซับซ้อน และสามารถตอบสนองต่อความต้องการของตลาดได้

2. แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ (2566 - 2580) กล่าวถึง แผนย่อยเกษตรแปรรูป มีเป้าหมายหลักในการยกระดับสินค้าเกษตรให้มีมูลค่าเพิ่ม ผ่านการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมในกระบวนการแปรรูปตลอดห่วงโซ่อุปทาน ซึ่งมีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับกระบวนการกลั่นน้ำ ของอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ กล่าวคือ จากวัตถุดิบทางการเกษตรที่เป็นผลไม้ท้องถิ่นหรือพืชผลพื้นถิ่น จะต้องเข้าสู่กระบวนการแปรรูปที่มีมาตรฐาน ทั้งในด้านการหมัก กลั่น ผสม บรรจุ และควบคุมคุณภาพ โดยนโยบายในแผนนี้เน้นการส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัย อาทิ การควบคุมอุณหภูมิในการหมัก ระบบกรองอากาศปลอดเชื้อ การใช้เอนไซม์เร่งกระบวนการแปรรูป และเทคโนโลยีบรรจุภัณฑ์อัจฉริยะ (smart packaging) ที่สามารถควบคุมคุณภาพของผลิตภัณฑ์ระหว่างการขนส่งและยืดอายุการเก็บรักษา ซึ่งล้วนเป็นกลไกสำคัญต่อการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์คุณภาพสูง²⁴³

3. แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566 - 2570) กล่าวถึง

1) กลยุทธ์ย่อยที่ 2.1 เน้นการพัฒนาและส่งเสริมผลิตภัณฑ์เกษตรแปรรูปมูลค่าเพิ่มสูงอย่างครบวงจร โดยมุ่งให้มีการจัดทำ แผนที่นำทาง (roadmap) สำหรับการพัฒนาแต่ละผลิตภัณฑ์อย่างเป็นระบบ เช่น การกำหนดขั้นตอนการแปรรูปผลไม้ให้เป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทต่าง ๆ (ไวน์ผลไม้ สาโทผลไม้ ฯลฯ) พร้อมการสนับสนุนด้านข้อมูลเศรษฐกิจ การตลาด และมูลค่าผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างความมั่นใจแก่ผู้ประกอบการ²⁴⁴

2) กลยุทธ์ย่อยที่ 6.2 มุ่งลดต้นทุนการทำธุรกรรมที่เกี่ยวข้องกับการขอรับรองมาตรฐานต่าง ๆ เช่น มาตรฐาน GI สำหรับสินค้าพื้นถิ่น ค่าธรรมเนียม หรือแม้กระทั่งค่าใช้จ่ายในการ

²⁴² ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561 – 2580) หน้า 19 ถึง 20.

²⁴³ แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ (2566 - 2580) หน้า 3-10 ถึง 3-11.

²⁴⁴ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566 - 2570) หน้า 31.

วิเคราะห์สิ่งแวดล้อม โดยสนับสนุนให้ผู้ประกอบการเข้าถึงบริการรับรองได้ง่ายขึ้นด้วยค่าใช้จ่ายที่เหมาะสม ซึ่งจะช่วยเพิ่มผลิตภัณท์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้สามารถเข้าสู่ตลาดได้อย่างถูกต้องตามกฎหมาย สร้างความน่าเชื่อถือ และขยายโอกาสเชิงพาณิชย์ในระดับสูงขึ้น²⁴⁵

4. ยุทธศาสตร์เกษตรและสหกรณ์ ระยะ 20 ปี (พ.ศ.2560 – 2579)²⁴⁶ ในยุทธศาสตร์ที่ 2 เพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการสินค้าเกษตรตลอดโซ่อุปทาน²⁴⁷ กล่าวถึง

ข้อ 2.2 ที่เน้นการส่งเสริมให้เกษตรกรและสถาบันเกษตรกรรวมกลุ่มกันในลักษณะกลุ่มการผลิต (Cluster) หรือเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน รวมถึงการทำ เกษตรพันธสัญญา (Contract Farming) กับผู้ประกอบการธุรกิจแปรรูป ซึ่งจะช่วยให้เกิดความต่อเนื่องในห่วงโซ่อุปทาน มีการรับซื้อผลผลิตที่แน่นอน และยกระดับมาตรฐานการผลิตให้พร้อมเข้าสู่อุตสาหกรรมแปรรูป เช่น โรงงานผลิตไวน์หรือน้ำหมักผลไม้เพื่อการส่งออก²⁴⁸

ข้อ 3.2 สนับสนุนการนำ ภูมิปัญญาท้องถิ่น มาใช้ในการแปรรูปสินค้าเกษตร เช่น การผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์พื้นบ้านจากผลไม้ในชุมชน ซึ่งสามารถพัฒนาให้เป็นผลิตภัณท์ที่มีอัตลักษณ์เฉพาะถิ่น ผ่านโครงการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมสินค้า OTOP เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของชุมชน และสร้างความหลากหลายทางวัฒนธรรมให้กับตลาดสินค้าแปรรูป²⁴⁹

5. แผนยุทธศาสตร์กระทรวงอุตสาหกรรม พ.ศ. 2560-2564²⁵⁰ ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาปัจจัยสนับสนุนให้เอื้อต่อการลงทุนและการพัฒนาอุตสาหกรรม กล่าวถึง การปรับปรุงกฎหมาย

²⁴⁵ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2560 - 2570) 43-45.

²⁴⁶ ประกอบด้วย 5 ยุทธศาสตร์ ยุทธศาสตร์ที่ 1 การสร้างความเข้มแข็งให้กับเกษตรกรและสถาบันเกษตรกร ยุทธศาสตร์ที่ 2 การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและยกระดับมาตรฐานสินค้าเกษตร ยุทธศาสตร์ที่ 3 การเพิ่มความสามารถในการแข่งขันภาคเกษตรด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม ยุทธศาสตร์ที่ 4 การบริหารจัดการทรัพยากรการเกษตรและสิ่งแวดล้อมอย่างสมดุลและยั่งยืน และยุทธศาสตร์ที่ 5 การพัฒนาระบบบริหารจัดการภาครัฐ.

²⁴⁷ โดยมีวัตถุประสงค์ ก. เพื่อให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิต การค้า และการแปรรูปสินค้าเกษตรที่สำคัญของภูมิภาคอาเซียน ข. เพื่อสนับสนุนกระบวนการผลิต การแปรรูป การตลาดสินค้าเกษตรไปสู่คุณภาพและมาตรฐานสินค้าปลอดภัย ค. เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการโซ่อุปทานสินค้าเกษตร.

²⁴⁸ ยุทธศาสตร์เกษตรและสหกรณ์ ระยะ 20 ปี (พ.ศ.2560 – 2579) 43.

²⁴⁹ ยุทธศาสตร์เกษตรและสหกรณ์ ระยะ 20 ปี (พ.ศ.2560 – 2579) 63.

²⁵⁰ มีการกำหนดยุทธศาสตร์ไว้ทั้งหมด 4 ยุทธศาสตร์ ยุทธศาสตร์ที่ 1 การเสริมสร้างศักยภาพของอุตสาหกรรมให้เติบโตแข็งแรง ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาปัจจัยสนับสนุนให้เอื้อต่อการลงทุนและการพัฒนาอุตสาหกรรม ยุทธศาสตร์ที่ 3 การส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมให้เป็นมิตรกับสังคมและสิ่งแวดล้อม ยุทธศาสตร์ที่ 4 การพัฒนาสมรรถนะองค์กรเพื่อให้บริการอย่างมีคุณภาพ.

กฎระเบียบ และกระบวนการต่างๆ ให้เอื้อต่อการลงทุนและการประกอบธุรกิจอุตสาหกรรม และบูรณาการกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อพัฒนาปัจจัยสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรม²⁵¹

3.5.1.3 นโยบายที่เกี่ยวกับการตลาดของอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ (กระบวนการปลายน้ำ)

1. แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ (2566 - 2580) กล่าวถึง แผนย่อย เกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่น และเกษตรแปรรูป มีบทบาทสำคัญในการสร้างคุณค่าและขยายตลาดสำหรับสินค้าเกษตรและผลิตภัณฑ์แปรรูป โดยแผนเกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่นเน้นการสร้างจุดขายที่แตกต่างผ่านการนำเสนอเรื่องราวและเอกลักษณ์ของแหล่งกำเนิดสินค้า รวมถึงการสร้างตราสินค้าและเครื่องหมายทางภูมิศาสตร์ที่ชัดเจน ซึ่งช่วยเพิ่มความน่าสนใจและความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคทั้งในประเทศและต่างประเทศ นอกจากนี้ยังเชื่อมโยงกับภาคการบริการ เช่น การท่องเที่ยวเชิงเกษตร เพื่อสร้างประสบการณ์ที่ยั่งยืนและส่งเสริมการบริโภคสินค้าพื้นถิ่นให้กว้างขวางขึ้น²⁵² ในส่วนของแผนเกษตรแปรรูป ในกระบวนการปลายน้ำมุ่งเน้นการขยายช่องทางตลาดผ่านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและการตลาดดิจิทัล การส่งเสริมการสร้างแบรนด์สินค้าที่มีคุณภาพสูง และการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาเพื่อรักษาสิทธิของผู้ผลิตและสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน นอกจากนี้ยังมีการส่งเสริมการจัดจำหน่ายในตลาดต่างประเทศ รวมถึงการพัฒนาระบบโลจิสติกส์และการจัดการหลังการขายเพื่อเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้า ซึ่งทั้งหมดนี้ช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าเกษตรและผลิตภัณฑ์แปรรูป²⁵³ พร้อมสร้างความยั่งยืนและความสามารถในการแข่งขันในตลาดทั้งในและต่างประเทศอย่างมีประสิทธิภาพ

2. แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566 - 2570) กล่าวถึง

1) กลยุทธ์ย่อย 2.5 มุ่งเน้นการ รณรงค์และส่งเสริมให้ผู้บริโภคตระหนักถึงคุณภาพและความปลอดภัยของสินค้าเกษตรและเกษตรแปรรูป ผ่านการเลือกใช้และบริโภคผลิตภัณฑ์ที่ปลอดภัย มีคุณภาพ และได้มาตรฐาน ซึ่งจะช่วยสร้างตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ที่ผลิตอย่างมีความรับผิดชอบต่อและใส่ใจผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น²⁵⁴

2) กลยุทธ์ย่อย 5.1 เน้นการ พัฒนาและจูงใจให้ภาคเอกชนลงทุนในระบบตลาดกลางและตลาดออนไลน์ โดยเฉพาะตลาดในชุมชนหรือระดับภูมิภาค ซึ่งเป็นช่องทางสำคัญในการกระจายสินค้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ที่ยังไม่สามารถแข่งขันในตลาดค้าปลีกขนาดใหญ่ได้ การ

²⁵¹ แผนยุทธศาสตร์กระทรวงอุตสาหกรรม พ.ศ. 2560-2564 หน้า 36.

²⁵² แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ (2566 - 2580) หน้า 3-7 ถึง 3-8.

²⁵³ แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ (2566 - 2580) หน้า 3-10 ถึง 3-11.

²⁵⁴ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566 - 2570) หน้า 31.

มีโครงสร้างพื้นฐานตลาดที่เอื้อต่อผู้ประกอบการรายย่อยจะช่วยให้สินค้าท้องถิ่นเข้าถึงผู้บริโภคได้โดยตรง เพิ่มรายได้และลดการพึ่งพาช่องทางการจัดจำหน่ายของรายใหญ่²⁵⁵

3. ยุทธศาสตร์เกษตรและสหกรณ์ ระยะ 20 ปี (พ.ศ.2560 – 2579) ในยุทธศาสตร์ที่ 2 เพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการสินค้าเกษตรตลอดโซ่อุปทาน กล่าวถึง

ข้อ 3.1 มุ่งเน้นการส่งเสริมให้สินค้าเกษตรมีคุณภาพ เอกลักษณ์ และตรงกับความต้องการของตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche Market) เช่น ตลาดเกษตรอินทรีย์ เกษตรปลอดภัย หรือฮาลาล ซึ่งกระบวนการเปลี่ยนน้ำในที่นี่ ได้แก่ การออกแบบตราสินค้า การบรรจุภัณฑ์ที่สื่อสารอัตลักษณ์สินค้า การทำการตลาดผ่านช่องทางดิจิทัล และการสร้างความเชื่อมั่นให้ผู้บริโภคผ่านการรับรองคุณภาพต่าง ๆ ตลอดจนการผลักดันการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) เพื่อสร้างความแตกต่างของสินค้าตามแหล่งที่มา

ข้อ 3.4 มุ่งเน้นการสนับสนุน “การท่องเที่ยวเชิงเกษตร” ซึ่งเป็นการเชื่อมโยงสินค้าเกษตรกับภาคบริการ โดยใช้สินค้าท้องถิ่นเป็นจุดขายร่วมกับกิจกรรมในชุมชน เช่น การดำนา ทอผ้า หรือทำอาหารพื้นบ้าน เพื่อสร้างประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยว กระบวนการเปลี่ยนน้ำในประเด็นนี้ เน้นการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ศูนย์เรียนรู้ และการประชาสัมพันธ์อย่างเป็นระบบ รวมถึงการพัฒนาเครือข่ายธุรกิจบริการที่เชื่อมกับสินค้าเกษตร สร้างรายได้ทั้งจากการจำหน่ายสินค้าและบริการควบคู่กัน อันเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้าเกษตรอย่างยั่งยืนในระยะยาว²⁵⁶

3.5.2 มาตรการทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้

จากการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับมาตรการทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ภายในประเทศไทย ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา และกำหนดประเด็นการศึกษาออกเป็น 3 กรณี คือ (1) มาตรการที่เกี่ยวกับการเริ่มต้นอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ (กระบวนการต้นน้ำ) (2) มาตรการที่เกี่ยวกับการผลิตของอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ (กระบวนการกลั่นน้ำ) (3) มาตรการที่เกี่ยวกับการตลาดของอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ (กระบวนการปลายน้ำ) โดยมีรายละเอียดดังนี้

3.5.2.1 มาตรการทางกฎหมายที่เกี่ยวกับการเริ่มต้นอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ (กระบวนการต้นน้ำ)

จากการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับมาตรการทางกฎหมายที่เกี่ยวกับการเริ่มต้นอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ (กระบวนการต้นน้ำ) ภายในประเทศไทย ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา

²⁵⁵ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566 - 2570) หน้า 46.

²⁵⁶ ยุทธศาสตร์เกษตรและสหกรณ์ ระยะ 20 ปี (พ.ศ.2560 – 2579) หน้า 63.

และกำหนดประเด็นการศึกษาออกเป็น 2 กรณี คือ (1) มาตรการส่งเสริมในการเริ่มต้นอุตสาหกรรม (2) มาตรการที่เกี่ยวกับการอนุญาต โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. มาตรการส่งเสริมในการเริ่มต้นอุตสาหกรรม

จากการศึกษามาตรการที่เกี่ยวกับการอนุญาตนั้นพบว่า ประเทศไทยมีกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับมาตรการที่เกี่ยวกับการอนุญาต 1 ฉบับ ปรากฏในพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 โดยมีรายละเอียดดังนี้

พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548²⁵⁷ ฉบับนี้มีเหตุผลในการประกาศใช้คือ โดยที่เศรษฐกิจชุมชนเป็นพื้นฐานของ การพัฒนาเศรษฐกิจแบบพอเพียง และโดยที่เศรษฐกิจชุมชนในปัจจุบันจำนวนหนึ่งยังอยู่ในระดับที่ไม่พร้อม จะเข้ามาแข่งขันทางการค้าทั้งในระดับภายในประเทศและระหว่างประเทศ สมควรให้มีการส่งเสริมความรู้และ ภูมิปัญญาท้องถิ่น การสร้างรายได้ การช่วยเหลือซึ่งกันและกัน การพัฒนาความสามารถในการจัดการ และการพัฒนารูปแบบของวิสาหกิจชุมชน อันจะยังผลให้ชุมชนพึ่งพาตนเองได้และพัฒนาระบบเศรษฐกิจชุมชน ให้มีความเข้มแข็งพร้อมสำหรับการแข่งขันทางการค้าในอนาคตไม่ว่าในระดับใด รวมไปถึงการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน ไปสู่การเป็นผู้ประกอบการกิจการขนาดย่อมและขนาดกลางต่อไป จึงจำเป็นต้องตราพระราชบัญญัตินี้ โดยจะทำการศึกษาเกี่ยวกับมาตรการส่งเสริมในการเริ่มต้นอุตสาหกรรม ดังนี้

1) ความหมายของวิสาหกิจชุมชน หมายถึงกิจการของบุคคลธรรมดาหรือกลุ่มบุคคลที่รวมตัวกันเพื่อดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจในชุมชน เพื่อการผลิต การจำหน่าย การบริการ หรืออื่น ๆ ซึ่งใช้ทรัพยากรภายในชุมชน โดยมุ่งเน้นการพึ่งพาตนเองและความยั่งยืน²⁵⁸

2) วิสาหกิจชุมชนใดที่จะขอรับการส่งเสริมตามพระราชบัญญัตินี้ ต้องยื่นคำขอจดทะเบียนต่อ กรมส่งเสริมเกษตรตามระเบียบที่คณะกรรมการประกาศกำหนด²⁵⁹

3) การส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน

ก. วิสาหกิจชุมชนหรือเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนที่จดทะเบียนต่อดกรมส่งเสริมการเกษตร แล้วสามารถขอรับการส่งเสริม หรือสนับสนุนจากคณะกรรมการได้ ตามวิธีการที่คณะกรรมการกำหนด²⁶⁰

ข. ให้คณะกรรมการจัดให้มีมาตรการในการส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนากิจการ วิสาหกิจชุมชนระดับปฐมภูมิ ในการประกอบกิจการอย่างครบวงจร รวมถึงการให้

²⁵⁷ นายกรัฐมนตรีเป็นผู้รักษาการตามพระราชบัญญัตินี้ มีทั้งหมด 4 หมวด 34 มาตรา.

²⁵⁸ พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 มาตรา 4.

²⁵⁹ พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 มาตรา 5.

²⁶⁰ พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 มาตรา 25.

ความรู้และการสนับสนุน ในการจัดตั้ง การร่วมมือซึ่งกันและกัน การศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการนำวัตถุดิบ ทรัพยากร หรือภูมิปัญญาของ ชุมชนมาใช้ให้เหมาะสมกับกิจการวิสาหกิจชุมชนและสภาพท้องถิ่นนั้น ๆ หรือการให้ความรู้เกี่ยวกับ ขบวนการผลิตและการบริหารจัดการธุรกิจทุกด้าน ไม่ว่าจะเป็นการบริหารงาน บุคคล การบัญชี การจัดหาทุน หรือ การตลาด ทั้งนี้ เพื่อให้กิจการวิสาหกิจชุมชนในระดับปฐมภูมิมีความเข้มแข็งและพึ่งพาตนเองได้²⁶¹

ค. ให้คณะกรรมการจัดให้มีมาตรการในการส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนากิจการ วิสาหกิจชุมชนที่มีความเข้มแข็งและพึ่งพาตนเองได้แล้วตามมาตรา ๒๖ อย่างต่อเนื่อง รวมถึงการให้ความรู้ และการสนับสนุนในการประกอบกิจการวิสาหกิจชุมชนในระดับที่สูงขึ้น ตามความพร้อมและความต้องการของ กิจการวิสาหกิจชุมชน เช่น การส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของ กิจการวิสาหกิจชุมชนและการออกแบบ ที่ทันสมัยตามความต้องการของตลาด การร่วมมือซึ่งกันและกัน หรือให้ความช่วยเหลือในการศึกษาวิจัย เพื่อพัฒนาเทคโนโลยีในด้านต่าง ๆ ทั้งในด้านคุณภาพ การผลิต การจัดการ และการตลาด เพื่อสร้างความพร้อม ให้แก่กิจการวิสาหกิจชุมชนในระดับที่สูงยิ่งขึ้น²⁶²

ง. ในกรณีที่วิสาหกิจชุมชน ประสงค์จะรวมตัวกันจัดตั้งเป็นเครือข่าย วิสาหกิจชุมชนหรือ ดำเนินการจัดตั้งเป็นองค์กรธุรกิจใด ๆ ให้คณะกรรมการให้การสนับสนุนในการ จัดตั้ง การประกอบการ การตลาด รวมทั้งส่งเสริมความสัมพันธ์และความร่วมมือกันระหว่างเครือข่าย วิสาหกิจชุมชนหรือภาคธุรกิจ หรืออุตสาหกรรมอื่น เพื่อขยายและสร้างความมั่นคงให้แก่กิจการ วิสาหกิจชุมชน²⁶³

จ. ให้คณะกรรมการส่งเสริมการดำเนินกิจการวิสาหกิจชุมชน เกี่ยวกับการ รักษาคุณภาพ ผลิตภัณฑ์และการรับรองเกี่ยวกับแหล่งกำเนิด ส่วนประกอบ วิธีการผลิต คุณภาพ หรือคุณลักษณะอื่นใด ของสินค้าหรือการรับรองเกี่ยวกับสภาพ คุณภาพ ชนิด หรือคุณลักษณะอื่นใด ของบริการ เพื่อให้สินค้าหรือ บริการของกิจการวิสาหกิจชุมชนเป็นที่เชื่อถือ รวมทั้งปลอดภัยต่อ ผู้บริโภคหรือผู้ใช้บริการ ในการส่งเสริมตามวรรคหนึ่ง ให้คณะกรรมการพิจารณาให้คำปรึกษาหรือให้ความช่วยเหลือแก่กิจการ วิสาหกิจชุมชนในการขอจดทะเบียนเครื่องหมายรับรองตามกฎหมายว่าด้วย เครื่องหมายการค้า หรือ ให้คำปรึกษา หรือให้ความช่วยเหลืออื่นใด เพื่อให้ความคุ้มครองแก่สินค้า หรือบริการของกิจการวิสาหกิจชุมชนนั้น ตามที่เห็นสมควร²⁶⁴

²⁶¹ พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 มาตรา 26.

²⁶² พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 มาตรา 27.

²⁶³ พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 มาตรา 28.

²⁶⁴ พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 มาตรา 29.

จ. ให้มีคณะกรรมการประสานนโยบายกองทุนเพื่อพัฒนากิจการวิสาหกิจชุมชน ประกอบด้วย รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังเป็นประธานกรรมการ และกรรมการอื่นอีกไม่เกินสิบสองคน ซึ่งคณะกรรมการแต่งตั้ง มีหน้าที่ดังต่อไปนี้ (1) ประสานการดำเนินการของกองทุนต่าง ๆ เพื่อให้สามารถสนับสนุนกิจการวิสาหกิจชุมชนอย่างมีประสิทธิภาพ ลดการซ้ำซ้อนที่ไม่เกิดประโยชน์ และส่งเสริมสนับสนุนซึ่งกันและกัน (2) ติดตาม และประเมินการดำเนินงานของกองทุนต่าง ๆ ที่มีวัตถุประสงค์เกี่ยวกับกิจการวิสาหกิจชุมชน (3) เสนอแนะต่อกองทุนที่เกี่ยวข้องหรือคณะกรรมการ เกี่ยวกับแนวทางการดำเนินการหรือการแก้ไข ปัญหาเงินทุนในการสนับสนุนกิจการวิสาหกิจชุมชน (4) ดำเนินการอื่นใดตามที่คณะกรรมการมอบหมาย ให้นำความในมาตรา 15 มาตรา 16 และมาตรา 17 มาใช้บังคับแก่กรรมการประสานนโยบาย กองทุนเพื่อพัฒนากิจการวิสาหกิจชุมชน ซึ่งคณะกรรมการแต่งตั้งโดยอนุโลม เว้นแต่ การพ้นจากตำแหน่งของ กรรมการดังกล่าว ตามมาตรา 16 (3) ให้พ้นจากตำแหน่งเมื่อคณะกรรมการให้ออก ให้นำความในมาตรา 18 มาตรา 19 และมาตรา 24 มาใช้บังคับแก่คณะกรรมการประสานนโยบาย กองทุนเพื่อพัฒนากิจการวิสาหกิจชุมชนโดยอนุโลม²⁶⁵

2. มาตรการที่เกี่ยวกับการอนุญาต

จากการศึกษามาตรการที่เกี่ยวกับการอนุญาตนั้นพบว่า ประเทศไทยมีกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับมาตรการที่เกี่ยวกับการอนุญาต 1 ฉบับ ปรากฏในกฎกระทรวงการผลิตสุรา พ.ศ. 2565 โดยมีรายละเอียดดังนี้

กฎกระทรวงการผลิตสุรา พ.ศ. 2565²⁶⁶ ฉบับนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับสุรา รวมทั้งปรับปรุงขั้นตอนและวิธีการขอใบอนุญาตและการออกใบอนุญาตผลิตสุราทั้งการผลิตสุราที่มีใช้เพื่อการค้า และการผลิตสุราเพื่อการค้าให้เกิดความชัดเจน อันจะทำให้การบริหารการจัดเก็บภาษี และการควบคุมคุณภาพ และมาตรฐานการผลิตสุราเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ²⁶⁷ โดยจะทำการศึกษาเกี่ยวกับมาตรการที่เกี่ยวข้องใบอนุญาตการผลิตและการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ดังนี้

²⁶⁵ พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 มาตรา 31.

²⁶⁶ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังเป็นผู้มีอำนาจออกกฎกระทรวงนี้ มีทั้งหมด 26 ข้อ ประกอบด้วย ก. หมวดที่ 1 การผลิตสุราเพื่อมีใช้เพื่อการค้า ข. หมวดที่ 2 การผลิตสุราเพื่อการค้า.

²⁶⁷ กฎกระทรวงการผลิตสุรา พ.ศ. 2565.

1. คำนิยาม

“ผลิตสุราเพื่อการค้า” หมายความว่า ผลิตสุราโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อขาย แลกเปลี่ยน หรือเพื่อการอื่นใด โดยได้รับประโยชน์ตอบแทน และให้หมายความรวมถึงผลิตสุราที่มีปริมาณเกินสองร้อยลิตรต่อปีด้วย

“โรงอุตสาหกรรมสุรขนาดเล็ก” หมายความว่า โรงอุตสาหกรรมผลิตสุราที่ใช้ เครื่องจักรที่มีกำลังรวมหรือกำลังเทียบเท่าต่ำกว่าห้าแรงม้า หรือใช้คนงานน้อยกว่าเจ็ดคน หรือกรณี ใช้ทั้งเครื่องจักรและคนงาน เครื่องจักรมีกำลังรวมหรือกำลังเทียบเท่าต่ำกว่าห้าแรงม้าและคนงานมี จำนวนน้อยกว่าเจ็ดคน

“โรงอุตสาหกรรมสุรขนาดกลาง” หมายความว่า โรงอุตสาหกรรมผลิตสุราที่ใช้ เครื่องจักรที่มีกำลังรวมหรือกำลังเทียบเท่าตั้งแต่ห้าแรงม้าแต่น้อยกว่าห้าสิบแรงม้า หรือใช้คนงาน ตั้งแต่เจ็ดคนแต่น้อยกว่าห้าสิบคน หรือกรณีใช้ทั้งเครื่องจักรและคนงาน เครื่องจักรมีกำลังรวมหรือ กำลังเทียบเท่าตั้งแต่ห้าแรงม้าแต่น้อยกว่าห้าสิบแรงม้าและคนงานมีจำนวนตั้งแต่เจ็ดคนแต่น้อยกว่า ห้าสิบคน²⁶⁸

2. การผลิตสุราเพื่อการค้า

กล่าวถึง ผู้ใดประสงค์จะผลิตสุราเพื่อการค้า ให้ยื่นคำขอรับใบอนุญาตพร้อมทั้ง เอกสารหรือหลักฐานตามที่กำหนดในแบบคำขอต่ออธิบดี โดยต้องแสดงรายละเอียดเกี่ยวกับผู้ยื่นคำ ขอรับใบอนุญาตและโรงอุตสาหกรรมสุรา โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1) เอกสารหรือฐานในการยื่นขอใบอนุญาตผลิตสุราเพื่อการค้า

ก. เลขประจำตัวประชาชนหรือเลขทะเบียนนิติบุคคลของผู้ยื่นคำขอรับ ใบอนุญาต

ข. แผนที่หรือพิกัดแสดงที่ตั้งของสถานที่ที่จะใช้ผลิตสุราเพื่อการค้า

ค. รายละเอียดของเครื่องกลั่นสำหรับผลิตสุรา ชนิดสุราที่จะผลิต ส่วนผสม หรือส่วนประกอบที่ใช้ในการผลิต ขั้นตอนการผลิต และปริมาณการผลิต

ง. คำยินยอมให้อธิบดีหรือผู้ซึ่งอธิบดีมอบหมายเข้าถึงข้อมูลตามข้อ 1)²⁶⁹

2) เกณฑ์สำหรับ ผู้ยื่นคำขอรับใบอนุญาตผลิตสุราแก่เพื่อการค้า

ผู้ยื่นคำขอรับใบอนุญาตผลิตสุราแก่เพื่อการค้า ต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์และ เงื่อนไข ดังต่อไปนี้

²⁶⁸ กฎกระทรวงการผลิตสุรา พ.ศ. 2565 ข้อ 3.

²⁶⁹ กฎกระทรวงการผลิตสุรา พ.ศ. 2565 ข้อ 13.

ก. กรณีสุราแช่ชนิดเบียร์และสุราแช่ชนิดอื่นนอกจาก ข. และ ค. ผู้ยื่นคำขอรับใบอนุญาตต้องเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้น ตามกฎหมายไทยและต้องมีผู้ถือหุ้นสัญชาติไทยไม่น้อยกว่าร้อยละห้าสิบเอ็ดของจำนวนหุ้นทั้งหมด เว้นแต่กรณีนิติบุคคลที่ประสงค์จะขอรับใบอนุญาตผลิตสุราโดยอาศัยสนธิสัญญาที่ประเทศไทยเป็นภาคีหรือมีความผูกพันตามพันธกรณี ให้ผู้ถือหุ้นเป็นไปตามบทบัญญัติและเงื่อนไขของสนธิสัญญานั้น

ข. กรณีสุราแช่ที่ไม่ใช่สุราแช่ชนิดเบียร์ที่ผลิตจากโรงอุตสาหกรรมสุรารขนาดเล็ก ผู้ยื่นคำขอรับใบอนุญาตต้อง

ก) เป็นสหกรณ์หรือกลุ่มเกษตรกรที่จดทะเบียนตามกฎหมายว่าด้วยสหกรณ์ หรือ

ข) เป็นวิสาหกิจชุมชนตามกฎหมายว่าด้วยการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน หรือ

ค) เป็นองค์กรเกษตรกรที่ขึ้นทะเบียนตามกฎหมายว่าด้วยกองทุนฟื้นฟูและพัฒนาเกษตรกร หรือ

ง) เป็นนิติบุคคลประเภทห้างหุ้นส่วนสามัญจดทะเบียน ห้างหุ้นส่วนจำกัด หรือบริษัทจำกัดตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ที่หุ้นส่วนหรือผู้ถือหุ้นทุกคนเป็นบุคคลธรรมดาซึ่งมีสัญชาติไทย เว้นแต่กรณีนิติบุคคลที่ประสงค์จะขอรับใบอนุญาตผลิตสุราโดยอาศัยสนธิสัญญาที่ประเทศไทยเป็นภาคีหรือมีความผูกพันตามพันธกรณี ให้หุ้นส่วนหรือผู้ถือหุ้นเป็นไปตามบทบัญญัติและเงื่อนไขของสนธิสัญญานั้น

ค. กรณีสุราแช่ที่ไม่ใช่สุราแช่ชนิดเบียร์ที่ผลิตจากโรงอุตสาหกรรมสุรารขนาดเล็ก ผู้ยื่นคำขอรับใบอนุญาตต้องเป็นผู้ได้รับใบอนุญาตผลิตสุราแช่ที่ไม่ใช่สุราแช่ชนิดเบียร์ตาม (2) มาแล้วไม่น้อยกว่าหนึ่งปีนับถึงวันที่ยื่นคำขอ ทั้งนี้ หากปรากฏว่าเคยมีประวัติการกระทำความผิดตามกฎหมายว่าด้วยภาษีสรรพสามิต จะขออนุญาตได้เมื่อพ้นกำหนดระยะเวลาหนึ่งปีนับแต่วันที่พ้นโทษหรือวันที่ชำระเงินค่าปรับตามจำนวนที่เปรียบเทียบ แล้วแต่กรณี

3) เกณฑ์สำหรับ ผู้ยื่นคำขอรับใบอนุญาตผลิตสุรากลั่นเพื่อการค้า

ผู้ยื่นคำขอรับใบอนุญาตผลิตสุรากลั่นเพื่อการค้า ต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไข ดังต่อไปนี้

ก. กรณีสุรากลั่นชนิดสุราสามทับที่ผลิตเพื่อส่งออกไปนอกราชอาณาจักร และสุรากลั่นชนิดเอทานอล ผู้ยื่นคำขอรับใบอนุญาตต้องเป็นนิติบุคคลประเภทบริษัทจำกัดหรือบริษัทมหาชนจำกัดที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย

ข. กรณีสุรากลั่นชนิดสุราสามทับที่ผลิตเพื่อขายในราชอาณาจักร ผู้ยื่นคำขอรับใบอนุญาตต้องเป็นรัฐวิสาหกิจที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย

ค. กรณีสุรากลั่นชนิดสุราขาวที่ผลิตจากโรงอุตสาหกรรมสุรขนาดเล็ก ผู้ยื่นคำขอรับใบอนุญาตต้อง

ก) เป็นสหกรณ์หรือกลุ่มเกษตรกรที่จดทะเบียนตามกฎหมายว่าด้วยสหกรณ์ หรือ

ข) เป็นวิสาหกิจชุมชนตามกฎหมายว่าด้วยการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน หรือ

ค) เป็นองค์กรเกษตรกรที่ขึ้นทะเบียนตามกฎหมายว่าด้วยกองทุนฟื้นฟูและพัฒนาเกษตรกร หรือ

ง) เป็นนิติบุคคลประเภทห้างหุ้นส่วนสามัญจดทะเบียน ห้างหุ้นส่วนจำกัด หรือบริษัทจำกัดตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ที่หุ้นส่วนหรือผู้ถือหุ้นทุกคนเป็นบุคคลธรรมดาซึ่งมีสัญชาติไทย เว้นแต่กรณีนิติบุคคลที่ประสงค์จะขอรับใบอนุญาตผลิตสุราโดยอาศัยสนธิสัญญาที่ประเทศไทยเป็นภาคีหรือมีความผูกพันตามพันธกรณี ให้หุ้นส่วนหรือผู้ถือหุ้นเป็นไปตามบทบัญญัติและเงื่อนไขของสนธิสัญญานั้น

จ. กรณีสุรากลั่นชนิดสุราขาวที่ผลิตจากโรงอุตสาหกรรมสุรขนาดกลาง ผู้ยื่นคำขอรับใบอนุญาตต้องเป็นผู้ได้รับใบอนุญาตผลิตสุรากลั่นชนิดสุราขาวตามข้อ ค. มาแล้ว ไม่น้อยกว่าหนึ่งปีนับถึงวันที่ยื่นคำขอ ทั้งนี้ หากปรากฏว่าเคยมีประวัติการกระทำความผิดตามกฎหมายว่าด้วยภาษีสรรพสามิต จะขออนุญาตได้เมื่อพ้นกำหนดระยะเวลาหนึ่งปีนับแต่วันที่พ้นโทษหรือวันที่ชำระเงินค่าปรับตามจำนวนที่เปรียบเทียบ แล้วแต่กรณี

จ. กรณีสุรากลั่นทุกชนิดนอกจากสุรากลั่นตามข้อ ก. ข. ค. และ ง. ผู้ยื่นคำขอรับใบอนุญาตต้องเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทยและต้องมีผู้ถือหุ้นสัญชาติไทยไม่น้อยกว่าร้อยละห้าสิบเอ็ดของจำนวนหุ้นทั้งหมด เว้นแต่กรณีนิติบุคคลที่ประสงค์จะขอรับใบอนุญาตผลิตสุรา โดยอาศัยสนธิสัญญาที่ประเทศไทยเป็นภาคีหรือมีความผูกพันตามพันธกรณี ให้ผู้ถือหุ้นเป็นไปตามบทบัญญัติและเงื่อนไขของสนธิสัญญานั้น²⁷⁰

4) การตรวจสอบคำขอ

เมื่อได้รับคำขอรับใบอนุญาตแล้ว ให้เจ้าพนักงานสรรพสามิตซึ่งอธิบดีมอบหมายตรวจสอบรายละเอียดในคำขอ รวมทั้งเอกสารและหลักฐานว่าถูกต้องและครบถ้วนหรือไม่ หากไม่ถูกต้องหรือไม่ครบถ้วน ให้แจ้งผู้ยื่นคำขอรับใบอนุญาตทราบ ถ้าเป็นกรณีที่สามารถแก้ไขหรือ

²⁷⁰ กฎกระทรวงการผลิตสุรา พ.ศ. 2565 ข้อ 15.

เพิ่มเติมได้ในขณะนั้น ให้แจ้งให้ผู้ยื่นคำขอรับใบอนุญาตดำเนินการแก้ไขเพิ่มเติมคำขอหรือจัดส่งเอกสารหลักฐานให้ถูกต้องและครบถ้วนภายในระยะเวลาที่เจ้าพนักงานสรรพสามิตซึ่งอธิบดีมอบหมายกำหนด เว้นแต่เป็นกรณีที่ไม่อาจดำเนินการได้ในขณะนั้น ให้บันทึกความบกพร่องนั้นไว้ และแจ้งให้ผู้ยื่นคำขอรับใบอนุญาตแก้ไขเพิ่มเติมคำขอรับใบอนุญาตหรือจัดส่งเอกสารหรือหลักฐานให้ถูกต้องครบถ้วนภายในระยะเวลาที่เจ้าพนักงานสรรพสามิตซึ่งอธิบดีมอบหมายกำหนด โดยให้เจ้าพนักงานสรรพสามิตซึ่งอธิบดีมอบหมายและผู้ยื่นคำขอรับใบอนุญาตลงนามในแบบคำขอนั้นด้วย เว้นแต่กรณีการดำเนินการโดยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ ให้ถือว่าผู้ยื่นคำขอรับใบอนุญาตลงนามในแบบคำขอนั้นเมื่อได้รับแจ้งแล้ว หากผู้ยื่นคำขอรับใบอนุญาตไม่แก้ไขเพิ่มเติมคำขอหรือไม่จัดส่งเอกสารหรือหลักฐานให้ถูกต้องและครบถ้วน ภายในระยะเวลาที่เจ้าพนักงานสรรพสามิตซึ่งอธิบดีมอบหมายกำหนด ให้ถือว่าผู้ยื่นคำขอรับใบอนุญาตไม่ประสงค์จะขอรับใบอนุญาตต่อไป และให้เจ้าพนักงานสรรพสามิตซึ่งอธิบดีมอบหมายจำหน่ายเรื่องออกจากสารบบ โดยให้อธิบดีพิจารณาคำขอให้แล้วเสร็จภายในสามสิบวันนับจากวันที่ได้รับคำขอรับใบอนุญาต และมีเอกสารและหลักฐานครบถ้วนแล้ว²⁷¹

5) กรณีอนุญาต

ในกรณีที่อธิบดีพิจารณาแล้วเห็นว่า ผู้ยื่นคำขอรับใบอนุญาตและโรงอุตสาหกรรมเป็นไปตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไขที่กำหนด ให้มีคำสั่งอนุญาตและแจ้งคำสั่งดังกล่าวให้ผู้ยื่นคำขอรับใบอนุญาตทราบเป็นหนังสือ และให้มาชำระค่าธรรมเนียมตามกฎหมายว่าด้วยภาษีสรรพสามิตภายในระยะเวลาที่กำหนด หากผู้ยื่นคำขอรับใบอนุญาตไม่ชำระค่าธรรมเนียมภายในกำหนดเวลา ให้ถือว่าสละสิทธิการเป็นผู้ได้รับใบอนุญาตผลิตสุรา²⁷²

6) กรณีไม่อนุญาต

ในกรณีที่อธิบดีพิจารณาแล้วเห็นว่า คำขอไม่เป็นไปตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไขที่กำหนด ให้มีคำสั่งไม่อนุญาตและแจ้งคำสั่งดังกล่าวให้ผู้ยื่นคำขอรับใบอนุญาตทราบเป็นหนังสือ ทั้งนี้ ให้ระบุเหตุผลของการไม่อนุญาต รวมทั้งแจ้งสิทธิอุทธรณ์ การยื่นอุทธรณ์ และระยะเวลาสำหรับการอุทธรณ์ให้ผู้ยื่นคำขอรับใบอนุญาตทราบด้วย²⁷³

²⁷¹ กฎกระทรวงการผลิตสุรา พ.ศ. 2565 ข้อ 18 วรรค 1.

²⁷² กฎกระทรวงการผลิตสุรา พ.ศ. 2565 ข้อ 18 วรรค 2.

²⁷³ กฎกระทรวงการผลิตสุรา พ.ศ. 2565 ข้อ 18 วรรค 3.

7) เงื่อนไขสำหรับผู้ได้รับใบอนุญาต

ในการออกใบอนุญาต อธิบดีจะกำหนดเงื่อนไขให้ผู้ได้รับใบอนุญาตต้องปฏิบัติไว้ในใบอนุญาตด้วยก็ได้ โดยอย่างน้อยต้องกำหนดระยะเวลาดำเนินการก่อสร้างโรงอุตสาหกรรมและกำหนดเวลาเปิดดำเนินการ รวมทั้งเงื่อนไขดังต่อไปนี้

ก. ผู้ได้รับใบอนุญาตผลิตสุราต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไขที่ตลอดระยะเวลาที่ได้รับใบอนุญาต

ข. ผู้ได้รับใบอนุญาตผลิตสุราต้องติดฉลากบนภาชนะบรรจุสุราก่อนนำสุราออกจากโรงอุตสาหกรรม

ค. ผู้ได้รับใบอนุญาตผลิตสุราต้องส่งตัวอย่างสุราตามปริมาณอันสมควรโดยไม่คิดค่าใช้จ่ายจากกรมสรรพสามิต เมื่ออธิบดีมีคำสั่งให้ผู้ได้รับใบอนุญาตส่งตัวอย่างสุราที่ได้รับอนุญาตมาเพื่อตรวจวิเคราะห์

ง. ผู้ได้รับใบอนุญาตผลิตสุราต้องเรียกเก็บสุราที่ผลิตในคราวเดียวกันกลับคืนทั้งหมด หากพบว่าสุราที่ผลิตมีคุณภาพหรือมาตรฐานไม่เป็นไปตามที่อธิบดีประกาศกำหนด²⁷⁴

นอกจากนี้ ผู้ได้รับใบอนุญาตผลิตสุราต้องดำเนินการก่อสร้างโรงอุตสาหกรรมผลิตสุรา ติดตั้งเครื่องจักรและอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตสุรา และต้องเปิดดำเนินการผลิตสุราระยะเวลาที่กำหนดไว้ในใบอนุญาตผลิตสุรา เว้นแต่ในกรณีมีเหตุจำเป็นอธิบดีจะขยายระยะเวลาให้ก็ได้ ทั้งนี้ ตามที่อธิบดีประกาศกำหนด²⁷⁵

3.5.2.2 มาตรการทางกฎหมายที่เกี่ยวกับการผลิตของอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ (กระบวนการกลั่นน้ำ)

จากการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับมาตรการทางกฎหมายที่เกี่ยวกับการผลิตของอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ (กระบวนการกลั่นน้ำ) ภายในประเทศไทย ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาและกำหนดประเด็นการศึกษาออกเป็น 3 กรณี คือ (1) มาตรการควบคุมและกำกับดูแลการผลิตเพื่อการค้า (2) มาตรการควบคุมและกำกับดูแลการผลิตที่มีใช้เพื่อการค้า และ (3) มาตรการทางภาษีที่เกี่ยวข้องกับการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. มาตรการควบคุมและกำกับดูแลการผลิตเพื่อการค้า

จากการศึกษาเกี่ยวกับมาตรการควบคุมและกำกับดูแลการผลิตเพื่อการค้า

²⁷⁴ กฎกระทรวงการผลิตสุรา พ.ศ. 2565 ข้อ 19.

²⁷⁵ กฎกระทรวงการผลิตสุรา พ.ศ. 2565 ข้อ 20.

ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา และผลจากการศึกษาพบว่า มีกฎหมายที่เกี่ยวข้อง 1 ฉบับ คือ กฎกระทรวงการผลิตสุรา พ.ศ. 2565 ซึ่งมีมาตรการควบคุมและกำกับดูแลการผลิตเพื่อการค้า ดังนี้

1) เกณฑ์โรงอุตสาหกรรมสุราแช่

โรงอุตสาหกรรมสุราแช่ต้องเป็นไปตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไข ดังต่อไปนี้

ก. โรงอุตสาหกรรมสุราแช่ชนิดเบียร์

ก) โรงอุตสาหกรรมสุราแช่ชนิดเบียร์ประเภทผลิตเพื่อขาย ณ สถานที่ผลิต ต้องเป็นโรงงานที่ได้รับใบอนุญาตตามกฎหมายว่าด้วยโรงงาน หรือใช้เครื่องจักรหรืออุปกรณ์การผลิตสุราแช่ชนิดเบียร์ตามมาตรฐานตามที่อธิบดีกำหนด และต้องปฏิบัติตามกฎหมายเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม และกฎหมายเกี่ยวกับการสาธารณสุขที่เกี่ยวข้องกับการประกอบกิจการโรงอุตสาหกรรมสุรา

ข) โรงอุตสาหกรรมสุราแช่ชนิดเบียร์นอกจากข้อ ก) ต้องเป็นโรงงานที่ได้รับใบอนุญาตตามกฎหมายว่าด้วยโรงงาน และต้องมีเครื่องจักร อุปกรณ์การผลิต รวมทั้งมีสายการผลิตในกระบวนการบรรจุภาชนะที่สามารถติดตั้งระบบการพิมพ์เครื่องหมายแสดงการเสียภาษีของทางราชการ หรืออุปกรณ์หรือเครื่องมือใด ๆ ที่ติดตั้งขึ้นตามกฎหมายว่าด้วยภาษีสรรพสามิตเพื่อประโยชน์ในการจัดเก็บภาษี ทั้งนี้ การจัดตั้งโรงอุตสาหกรรมสุราดังกล่าวต้องได้รับความเห็นชอบรายงานการวิเคราะห์ผลกระทบสิ่งแวดล้อมตามกฎหมายว่าด้วยการส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมแห่งชาติแล้ว

ข. โรงอุตสาหกรรมสุราแช่ที่ไม่ใช่สุราแช่ชนิดเบียร์ ซึ่งเป็นโรงอุตสาหกรรมสุราขนาดเล็ก ต้องเป็นไปตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไข ดังนี้

ก) ต้องแยกออกจากที่อยู่อาศัยอย่างชัดเจน

ข) ต้องผลิตสุราที่มีคุณภาพและมาตรฐานตามที่อธิบดีประกาศกำหนด

ค) ต้องใช้ผลผลิตทางการเกษตรเป็นวัตถุดิบหรือส่วนประกอบในการผลิต

ง) ต้องตั้งอยู่ในทำเลและสภาพแวดล้อมที่เหมาะสม มีพื้นที่เพียงพอที่จะผลิตสุราโดยไม่ก่อให้เกิดอันตราย เหตุเดือดร้อนรำคาญ หรือความเสียหายต่อบุคคลหรือทรัพย์สินของผู้อื่น

ค. โรงอุตสาหกรรมสุราแช่ที่ไม่ใช่สุราแช่ชนิดเบียร์ ซึ่งเป็นโรงอุตสาหกรรมสุราขนาดกลาง นอกจากจะต้องเป็นไปตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไขตามข้อ ข. แล้ว ต้องใช้เครื่องจักรหรืออุปกรณ์การผลิตสุราแช่ตามมาตรฐานตามที่อธิบดีประกาศกำหนด และปฏิบัติตามกฎหมาย

เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมและกฎหมายเกี่ยวกับการสาธารณสุขที่เกี่ยวข้องกับการประกอบกิจการโรงอุตสาหกรรมสุราด้วย

ง. โรงอุตสาหกรรมสุราเข้าอื่นนอกจากข้อ ก. ข. และ ค. ต้องเป็นโรงงานที่ได้รับใบอนุญาตตามกฎหมายว่าด้วยโรงงาน และต้องปฏิบัติตามกฎหมายเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมและกฎหมายเกี่ยวกับการสาธารณสุขที่เกี่ยวข้องกับการประกอบกิจการโรงอุตสาหกรรมสุรา²⁷⁶

2) เกณฑ์โรงอุตสาหกรรมสุรากลั่น

โรงอุตสาหกรรมสุรากลั่นต้องเป็นไปตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไข ดังต่อไปนี้

ก. โรงอุตสาหกรรมสุรากลั่นชนิดสุราขาว ซึ่งเป็นโรงอุตสาหกรรมสุราขนาดเล็ก ต้องเป็นไปตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไข ดังนี้

- ก) ต้องแยกออกจากที่อยู่อาศัยอย่างชัดเจน
- ข) ต้องผลิตสุราที่มีคุณภาพและมาตรฐานตามที่อธิบดีประกาศกำหนด
- ค) ต้องใช้ผลผลิตทางการเกษตรเป็นวัตถุดิบหรือส่วนประกอบในการผลิต
- ง) ต้องตั้งอยู่ในทำเลและสภาพแวดล้อมที่เหมาะสม มีพื้นที่เพียงพอที่จะผลิตสุราโดยไม่ก่อให้เกิดอันตราย เหตุเดือดร้อนรำคาญ หรือความเสียหายต่อบุคคลหรือทรัพย์สินของผู้อื่น
- จ) ต้องตั้งอยู่ห่างจากแหล่งน้ำสาธารณะไม่น้อยกว่าหนึ่งร้อยเมตรและต้องมีระบบบำบัดน้ำเสียที่ไม่ก่อให้เกิดมลภาวะต่อสิ่งแวดล้อมตามมาตรฐานที่กรมควบคุมมลพิษกำหนด

ข. โรงอุตสาหกรรมสุรากลั่นชนิดสุราขาว ซึ่งเป็นโรงอุตสาหกรรมสุราขนาดกลาง นอกจากจะต้องเป็นไปตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไขตามข้อ ก. แล้ว ต้องใช้เครื่องจักรหรืออุปกรณ์การผลิตสุรากลั่นตามมาตรฐานตามที่อธิบดีประกาศกำหนด และปฏิบัติตามกฎหมายเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมและกฎหมายเกี่ยวกับการสาธารณสุขที่เกี่ยวข้องกับการประกอบกิจการโรงอุตสาหกรรมสุราด้วย

ค. โรงอุตสาหกรรมสุรากลั่นชนิดสุราพิเศษ ประเภทวิสกี้ บรั่นดี และยีน ต้องเป็นโรงงานที่ได้รับใบอนุญาตตามกฎหมายว่าด้วยโรงงานและต้องมีขนาดกำลังการผลิตคิดเทียบเป็นน้ำสุราที่มีแรงแอลกอฮอล์ยีสับแปดดีกรีไม่ต่ำกว่าสามหมื่นลิตรต่อวัน²⁷⁷

²⁷⁶ กฎกระทรวงการผลิตสุรา พ.ศ. 2565 ข้อ 16.

²⁷⁷ กฎกระทรวงการผลิตสุรา พ.ศ. 2565 ข้อ 17.

2. มาตรการควบคุมและกำกับดูแลการผลิตที่มีใช้เพื่อการค้า

จากการศึกษาเกี่ยวกับมาตรการควบคุมและกำกับดูแลการผลิตที่มีใช้เพื่อการค้า ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา และผลจากการศึกษาพบว่า มีกฎหมายที่เกี่ยวข้อง 1 ฉบับ คือ กฎกระทรวงการผลิตสุรา พ.ศ. 2565 โดยมีรายละเอียดดังนี้

กฎกระทรวงการผลิตสุรา พ.ศ. 2565

ในหมวดที่ 1 การผลิตสุราที่มีใช้เพื่อการค้า

กล่าวถึง บุคคลที่มีความประสงค์ที่จะผลิตสุราโดยมีใช้เพื่อการค้า ให้ยื่นคำขอรับใบอนุญาต พร้อมทั้งเอกสารหรือหลักฐาน โดยผู้ยื่นคำขอรับใบอนุญาตผลิตดังกล่าว ต้องมีอายุไม่น้อยกว่ายี่สิบปี²⁷⁸ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1) เอกสารหรือฐานในการยื่นขอใบอนุญาตผลิตสุราที่มีใช้เพื่อการค้า

ก. เลขประจำตัวประชาชนหรือเลขทะเบียนนิติบุคคลของผู้ยื่นคำขอรับใบอนุญาต

ข. แผนที่หรือพิกัดแสดงที่ตั้งของสถานที่ที่จะใช้ผลิตสุราที่มีใช้เพื่อการค้า

ค. รายละเอียดของเครื่องกลั่นสำหรับผลิตสุรา ชนิดสุราที่จะผลิต ส่วนผสมหรือส่วนประกอบที่ใช้ในการผลิต ขั้นตอนการผลิต และปริมาณการผลิต

ง. คำยินยอมให้อธิบดีหรือผู้ซึ่งอธิบดีมอบหมายเข้าถึงข้อมูลตามข้อ 1)²⁷⁹

2) การตรวจสอบคำขอ

เมื่อได้รับคำขอรับใบอนุญาตแล้ว ให้เจ้าพนักงานสรรพสามิตซึ่งอธิบดีมอบหมายตรวจสอบรายละเอียดในคำขอ รวมทั้งเอกสารและหลักฐานว่าถูกต้องและครบถ้วนหรือไม่ หากไม่ถูกต้องหรือไม่ครบถ้วน ให้แจ้งผู้ยื่นคำขอรับใบอนุญาตทราบ ถ้าเป็นกรณีที่สามารภแก้ไขหรือเพิ่มเติมได้ในขณะนั้น ให้แจ้งให้ผู้ยื่นคำขอรับใบอนุญาตดำเนินการแก้ไขเพิ่มเติมคำขอหรือจัดส่งเอกสารหลักฐานให้ถูกต้องและครบถ้วนภายในระยะเวลาที่เจ้าพนักงานสรรพสามิตซึ่งอธิบดีมอบหมายกำหนด เว้นแต่เป็นกรณีที่ไมอาจดำเนินการได้ในขณะนั้น ให้บันทึกความบกพร่องนั้นไว้ และแจ้งให้ผู้ยื่นคำขอรับใบอนุญาตแก้ไขเพิ่มเติมคำขอรับใบอนุญาตหรือจัดส่งเอกสารหรือหลักฐานให้ถูกต้องครบถ้วนภายในระยะเวลาที่เจ้าพนักงานสรรพสามิตซึ่งอธิบดีมอบหมายกำหนด โดยให้เจ้าพนักงานสรรพสามิตซึ่งอธิบดีมอบหมายและผู้ยื่นคำขอรับใบอนุญาตลงนามในแบบคำขอนั้นด้วย เว้นแต่กรณีการดำเนินการโดยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ ให้ถือว่าผู้ยื่นคำขอรับใบอนุญาตลงนามในแบบคำขอนั้นเมื่อได้รับแจ้งแล้ว หากผู้ยื่นคำขอรับใบอนุญาตไม่แก้ไขเพิ่มเติมคำขอหรือไม่จัดส่งเอกสาร

²⁷⁸ กฎกระทรวงการผลิตสุรา พ.ศ. 2565 ข้อ 7.

²⁷⁹ กฎกระทรวงการผลิตสุรา พ.ศ. 2565 ข้อ 8.

หรือหลักฐานให้ถูกต้องและครบถ้วน ภายในระยะเวลาที่เจ้าพนักงานสรรพสามิตซึ่งอธิบดีมอบหมาย กำหนด ให้ถือว่าผู้ยื่นคำขอรับใบอนุญาตไม่ประสงค์จะขอรับใบอนุญาตต่อไป และให้เจ้าพนักงานสรรพสามิตซึ่งอธิบดีมอบหมายจำหน่ายเรื่องออกจากสารบบ²⁸⁰ โดยให้อธิบดีพิจารณาคำขอให้แล้วเสร็จภายในสิบห้าวันนับจากวันที่ได้รับคำขอรับใบอนุญาต และมีเอกสารและหลักฐานครบถ้วนแล้ว²⁸¹

3) กรณีอนุญาต

หากอธิบดีพิจารณาแล้วเห็นว่า คำขอรับใบอนุญาตเป็นไปตามที่กำหนดไว้ และสถานที่ที่จะผลิตสุรามีพื้นที่เพียงพอที่จะผลิตสุราโดยไม่ก่อให้เกิดอันตรายหรืออาจก่อเหตุเดือดร้อนรำคาญแก่ผู้อื่น และมีใช้สถานที่ผลิตสุราของผู้ได้รับใบอนุญาตผลิตสุรารายอื่น ให้มีคำสั่งอนุญาตและแจ้งคำสั่งดังกล่าวให้ผู้ยื่นคำขอรับใบอนุญาตทราบเป็นหนังสือ และให้มาชำระค่าธรรมเนียมตามกฎหมายว่า ฎกระทรวงว่าด้วยการกำหนดค่าธรรมเนียมและยกเว้นค่าธรรมเนียมการอนุญาตตามกฎหมายว่า ด้วยภาษีสรรพสามิตภายในระยะเวลาที่กำหนด หากผู้ยื่นคำขอรับใบอนุญาตไม่ชำระค่าธรรมเนียม ภายในกำหนดเวลา ให้ถือว่าสละสิทธิการเป็นผู้ได้รับใบอนุญาตผลิตสุรา²⁸²

4) กรณีไม่อนุญาต

ในกรณีที่อธิบดีพิจารณาแล้วเห็นว่า คำขอไม่เป็นไปตามที่กำหนดไว้ ให้มีคำสั่ง ไม่อนุญาตและแจ้งคำสั่งดังกล่าวให้ผู้ยื่นคำขอรับใบอนุญาตทราบเป็นหนังสือ ทั้งนี้ ให้ระบุเหตุผลของการไม่อนุญาต รวมทั้งแจ้งสิทธิอุทธรณ์ การยื่นอุทธรณ์ และระยะเวลาสำหรับการอุทธรณ์ให้ผู้ยื่นคำขอรับใบอนุญาตทราบด้วย²⁸³

3. มาตรการทางภาษีที่เกี่ยวกับการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้

จากการศึกษาเกี่ยวกับมาตรการทางภาษีที่เกี่ยวกับการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา และผลจากการศึกษาพบว่า มีกฎหมายที่เกี่ยวข้อง 1 ฉบับ คือ พระราชบัญญัติสุรา พ.ศ. 2493 โดยมีรายละเอียดดังนี้

พระราชบัญญัติสุรา พ.ศ. 2493 มีมาตรการที่เกี่ยวข้องกับภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ดังนี้

โดยผู้ได้รับใบอนุญาตทำสุรานอกจากทำสุราสำหรับใช้ในบ้านเรือนต้องเสียภาษี สำหรับสุราที่ทำได้อีกก่อนขนสุราออกจากโรงงาน ตามอัตราที่กำหนดในกฎกระทรวง โดยให้เสียในอัตรา

²⁸⁰ กฎกระทรวงการผลิตสุรา พ.ศ. 2565 ข้อ 9.

²⁸¹ กฎกระทรวงการผลิตสุรา พ.ศ. 2565 ข้อ 12 วรรค 3.

²⁸² กฎกระทรวงการผลิตสุรา พ.ศ. 2565 ข้อ 12 วรรค 1.

²⁸³ กฎกระทรวงการผลิตสุรา พ.ศ. 2565 ข้อ 12 วรรค 2.

ทั้งตามมูลค่าและตามปริมาณ²⁸⁴ การเสียภาษีให้กระทำโดย การปิดแสตมป์สุราที่ภาษณะบรรจสุรา ใน ความควบคุมของพนักงานเจ้าหน้าที่ เว้นแต่ในกรณีที่รัฐมนตรีเห็นสมควรเพื่อประโยชน์ในการจัดเก็บ ภาษีจะกำหนดวิธีกำหนด วิธีการเสียภาษีโดยวิธีอื่นโดยออกเป็น กฎกระทรวงก็ได้²⁸⁵

โดยอัตราภาษีปรากฏตาม กฎกระทรวงกำหนดพิกัดอัตราภาษีสรรพสามิต (ฉบับที่ 39) พ.ศ.2567 อาศัยอำนาจตามความในมาตรา 5 วรรคหนึ่ง แห่งพระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2560 ซึ่งให้เรียกเก็บภาษีสุราสำหรับสุราที่ทำในราชอาณาจักรและสุราที่นำเข้ามาใน ราชอาณาจักรในอัตราทั้งตามมูลค่าและตามปริมาณตามตาราง ดังนี้

ตารางที่ 3.10 อัตราภาษีการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพื่อการค้าของประเทศไทย

ประเภทที่	รายการ	อัตราภาษี		
		ตาม มูลค่า ร้อยละ	ตามปริมาณ หน่วย	หน่วยละ- บาท
"13.01	(1) สุราแช่			
	(ก) ชนิดเบียร์	22	ต่อปริมาณ หนึ่งลิตร แห่ง	430
	(ข) ชนิดไวน์และสปาร์กลิ้งไวน์ที่ทำจากองุ่น	5	ต่อปริมาณ หนึ่งลิตร แห่ง	1,000
	(ค) ชนิดสุราแช่ผลไม้ที่มีส่วนผสมขององุ่น หรือไวน์ที่ทำจากองุ่น ที่มีแรงแอลกอฮอล์ เกิน 7 ดีกรี	0	ต่อปริมาณ หนึ่งลิตร แห่ง	900
	(ง) ชนิดอื่น ๆ นอกจาก (ก) (ข) และ (ค)		ต่อปริมาณ หนึ่งลิตร แห่ง	

²⁸⁴ พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 มาตรา 8 ตี.

²⁸⁵ พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 มาตรา 7.

ตารางที่ 3.10 (ต่อ)

ประเภทที่	รายการ	อัตราภาษี		
		ตามมูลค่า ร้อยละ	ตามปริมาณ หน่วย	หน่วยละ- บาท
	1) อุ กระแซ่ สาโท หรือสุราแช่พื้นเมืองอื่น และสุราแช่ที่ใช้วัตถุดิบเป็นน้ำตาลหรือข้าว ที่มีแรงแอลกอฮอล์ไม่เกิน 7 ดีกรี	0	ต่อปริมาณหนึ่ง ลิตร แห่งแอลกอฮอล์ บริสุทธิ์	150
	2) สุราแช่ที่มีการผสมสุรากลั่น และมีแรง แอลกอฮอล์เกิน 7 ดีกรี	10	ต่อปริมาณหนึ่ง ลิตร แห่งแอลกอฮอล์ บริสุทธิ์	255
	3) สุราแช่อื่น ๆ นอกจาก 1) และ 2)	10	ต่อปริมาณหนึ่ง ลิตร แห่งแอลกอฮอล์ บริสุทธิ์	150"

ที่มา กฎกระทรวงกำหนดพิกัดอัตราภาษีสรรพสามิต (ฉบับที่ 39) พ.ศ. 2567

ตารางที่ 3.11 อัตราภาษีการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีใช้เพื่อการค้าของประเทศไทย

ประเภท ที่	รายการ	อัตราภาษี		
		ตาม มูลค่า ร้อยละ	ตามปริมาณ หน่วย	หน่วยละ- บาท
	“(1/1) สุราแช่ที่ผลิตโดยมิใช่เพื่อการค้า (ก) ชนิดเบียร์	0	ต่อปริมาณ หนึ่งลิตร แห่ง แอลกอฮอล์ บริสุทธิ์	430

ตารางที่ 3.11 (ต่อ)

ประเภทที่	รายการ	อัตราภาษี		
		ตาม มูลค่า ร้อยละ	ตามปริมาณ หน่วย	หน่วยละ- บาท
	(ข) ชนิดไวน์และสปาร์กลิงไวน์ที่ทำจากองุ่น	0	ต่อปริมาณ หนึ่งลิตร	1,000
			แห่ง	
			แอลกอฮอล์	
			บริสุทธิ์	
	(ค) ชนิดสุราแช่ผลไม้ที่มีส่วนผสมขององุ่นหรือ ไวน์ที่ทำจากองุ่น ที่มีแรงแอลกอฮอล์เกิน 7 ดีกรี	0	ต่อปริมาณ หนึ่งลิตร	900
			แห่ง	
			แอลกอฮอล์	
			บริสุทธิ์	
	(ง) ชนิดอื่น ๆ นอกจาก (ก) (ข) และ (ค)			
	1) อุ กระแช่ สาโท หรือสุราแช่พื้นเมือง อื่น และสุราแช่ที่ชั่วตฤติบ เป็นน้ำตาลหรือข้าว ที่มีแรงแอลกอฮอล์ ไม่เกิน 7 ดีกรี	0	ต่อปริมาณ หนึ่งลิตร	150
			แห่ง	
			แอลกอฮอล์	
			บริสุทธิ์	
	2) สุราแช่ที่มีการผสมสุรากลั่น และมี แรงแอลกอฮอล์เกิน 7 ดีกรี	0	ต่อปริมาณ หนึ่งลิตร	255
			แห่ง	
			แอลกอฮอล์	
			บริสุทธิ์	
	3) สุราแช่อื่น ๆ นอกจาก 1) และ 2)	0	ต่อปริมาณ หนึ่งลิตร	150"
			แห่ง	
			แอลกอฮอล์	
			บริสุทธิ์	

ที่มา กฎกระทรวงกำหนดพิกัดอัตราภาษีสรรพสามิต (ฉบับที่ 39) พ.ศ. 2567

3.5.2.3 มาตรการทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการตลาดของอุตสาหกรรมเครื่องตีมัลลอกฮอลล์จากผลไม้ (กระบวนการปลายน้ำ)

จากการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับมาตรการทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการเริ่มต้นอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องตีมัลลอกฮอลล์จากผลไม้ (กระบวนการต้นน้ำ) ภายในประเทศไทย ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาและกำหนดประเด็นการศึกษาออกเป็น 2 กรณี คือ (1) มาตรการที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณาผลิตภัณฑ์เครื่องตีมัลลอกฮอลล์จากผลไม้ และ (2) มาตรการที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องตีมัลลอกฮอลล์จากผลไม้ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. มาตรการที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณาผลิตภัณฑ์เครื่องตีมัลลอกฮอลล์จากผลไม้

จากการศึกษาเกี่ยวกับมาตรการที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณาผลิตภัณฑ์เครื่องตีมัลลอกฮอลล์จากผลไม้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา และผลจากการศึกษาพบว่า มีกฎหมายที่เกี่ยวข้องข้อ 1 ฉบับ คือ พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องตีมัลลอกฮอลล์ พ.ศ. 2551 โดยมีรายละเอียดดังนี้

พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องตีมัลลอกฮอลล์ พ.ศ. 2551²⁸⁶ ฉบับนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อกำหนดมาตรการต่าง ๆ ในการควบคุมเครื่องตีมัลลอกฮอลล์ รวมทั้งการบำบัดรักษาหรือฟื้นฟูผู้ติดเครื่องตีมัลลอกฮอลล์ เพื่อช่วยลดปัญหาและผลกระทบทั้งด้านสังคมและเศรษฐกิจ ช่วยสร้างเสริมสุขภาพของประชาชนโดยให้ตระหนักถึงพิษภัยของเครื่องตีมัลลอกฮอลล์ ตลอดจนช่วยป้องกันเด็กและเยาวชนมิให้เข้าถึงเครื่องตีมัลลอกฮอลล์ได้โดยง่าย²⁸⁷ ซึ่งในงานวิจัยฉบับนี้จะทำการศึกษาเฉพาะในส่วนของ มาตรการที่เกี่ยวข้องกับการจำกัดการโฆษณาเครื่องตีมัลลอกฮอลล์ เท่านั้นซึ่งเป็นไปตามขอบเขตของการวิจัยโดยมีรายละเอียดดังนี้

1) คำนิยาม

“เครื่องตีมัลลอกฮอลล์” หมายความว่า สุธาตามกฎหมายว่าด้วยสุรา ทั้งนี้ ไม่รวมถึงยาวัตถุออกฤทธิ์ต่อจิตและประสาท ยาเสพติดให้โทษตามกฎหมายว่าด้วยการนั้น

“ขาย” หมายความว่ารวมถึง จำหน่าย จ่าย แจก แลกเปลี่ยน ให้ เพื่อประโยชน์ในทางการค้า

²⁸⁶ นายกรัฐมนตรีเป็นผู้รักษาการ มีทั้งหมด 45 มาตรา ประกอบด้วย ก. หมวดที่ 1 คณะกรรมการนโยบายเครื่องตีมัลลอกฮอลล์แห่งชาติ ข. หมวดที่ 2 คณะกรรมการควบคุมเครื่องตีมัลลอกฮอลล์ ค. หมวดที่ 3 คณะกรรมการควบคุมเครื่องตีมัลลอกฮอลล์ ง. หมวดที่ 4 การควบคุมเครื่องตีมัลลอกฮอลล์ จ. หมวดที่ 5 การบำบัดรักษาหรือฟื้นฟูสภาพผู้ติดเครื่องตีมัลลอกฮอลล์ ฉ. หมวดที่ 6 พนักงานเจ้าหน้าที่ ช. หมวดที่ 7 บทกำหนดโทษ ซึ่งมีการแก้ไขทั้งหมด 6 ครั้ง แก้ไขล่าสุดในปี พ.ศ. 2556.

²⁸⁷ พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องตีมัลลอกฮอลล์ พ.ศ. 2551.

“โฆษณา” หมายความว่า การกระทำไม่ว่าโดยวิธีใด ๆ ให้ประชาชนเน ได้ยินหรือทราบข้อความเพื่อประโยชน์ในทางการค้า และให้หมายความรวมถึงการสื่อสารการตลาด

“การสื่อสารการตลาด” หมายความว่า การกระทำกิจกรรมในรูปแบบต่าง ๆ โดยมี วัตถุประสงค์เพื่อขายสินค้า บริการหรือภาพลักษณ์ การประชาสัมพันธ์ การเผยแพร่ข่าวสาร การส่งเสริมการขายการแสดงสินค้า การจัดหรือสนับสนุนให้มีการจัดกิจกรรมพิเศษ และการตลาดแบบตรง

“ข้อความ” หมายความว่า รวมถึง การกระทำทำให้ปรากฏด้วยตัวอักษร ภาพ ภาพยนตร์ แสงเสียง เครื่องหมายหรือการกระทำอย่างใด ๆ ที่ทำให้บุคคลทั่วไปสามารถเข้าใจความหมายได้

“ฉลาก” หมายความว่า รูป รอยประดิษฐ์ กระจกหรือสิ่งอื่นใดที่ทำให้ปรากฏข้อความเกี่ยวกับสินค้าซึ่งแสดงไว้ที่สินค้าหรือภาชนะบรรจุหรือหีบห่อบรรจุสินค้า หรือสอดแทรกหรือรวมไว้กับสินค้าหรือภาชนะบรรจุหรือหีบห่อบรรจุสินค้าและหมายความรวมถึงเอกสาร หรือคู่มือสำหรับใช้ประกอบกับสินค้า ป้ายที่ติดตั้งหรือแสดงไว้ที่สินค้าหรือภาชนะบรรจุหรือหีบห่อบรรจุสินค้านั้น

2) การแจก หรือแลกเปลี่ยนเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

โดยกล่าวถึง การจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ด้วยการใช้ เครื่องขายอัตโนมัติ การเร่ขาย การลดราคาเพื่อประโยชน์ในการส่งเสริมการขาย หรือเสนอให้สิทธิการเข้าชม การแข่งขัน การให้บริการชิงโชค หรือสิทธิประโยชน์อื่นใดเป็นการตอบแทนแก่ผู้ซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หรือแก่มีสลาหรือสิ่งอื่นใดมาเกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยนเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ นอกจากนี้ ห้ามแจก แถม ให้ หรือแลกเปลี่ยนกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หรือกับสินค้าอื่น หรือการให้บริการอย่างอื่นแล้วแต่กรณี หรือแจกจ่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในลักษณะเป็นตัวอย่างของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หรือเป็นการจูงใจสาธารณชนให้บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ รวมถึงการกำหนดเงื่อนไขการขายในลักษณะที่เป็นการบังคับซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยตรงหรือทางอ้อม²⁸⁸

3) ข้อจำกัดโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

กล่าวถึง การห้ามมิให้ผู้ใดโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือแสดงชื่อหรือเครื่องหมายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อันเป็นการอวดอ้างสรรพคุณ หรือชักจูงใจให้ผู้อื่นดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไม่ว่าจะทางตรงหรือทางอ้อม โดยจะกระทำได้เฉพาะการให้ข้อมูลข่าวสาร และความรู้เชิงสร้างสรรค์สังคม โดยต้องไม่มีการปรากฏภาพสินค้า บรรจุภัณฑ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้น เว้นแต่

²⁸⁸ พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 มาตรา 30.

เป็นการปรากฏของภาพสัญลักษณ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หรือสัญลักษณ์ของบริษัทผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เท่านั้น แต่ข้อจำกัดดังกล่าวมิให้ใช้บังคับกับโฆษณาที่มีต้นกำเนิดนอกราชอาณาจักร²⁸⁹

2. มาตรการที่เกี่ยวกับการส่งเสริมการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้

ทั้งนี้ จากการศึกษาพบว่า ประเทศไทย ไม่มีมาตรการที่เกี่ยวกับการส่งเสริมการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ไว้โดยเฉพาะเจาะจง แต่อย่างไรก็ดี สาเหตุที่ผู้วิจัยเขียนหัวข้อนี้ขึ้นก็เพื่อแสดงให้เห็นว่าประเทศไทยไม่มีมาตรการดังกล่าวนี้จริง และเพื่อเป็นการสะดวกต่อการศึกษาวเคราะห์เปรียบเทียบ (Comparative Analysis) ในประเด็นที่เกี่ยวกับมาตรการที่เกี่ยวกับการส่งเสริมการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ของแต่ละประเทศที่ผู้วิจัยได้เลือกทำการศึกษาต่อไป

ตารางที่ 3.12 สรุปมาตรการทางกฎหมายที่เกี่ยวกับการส่งเสริมอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ของประเทศไทย

มาตรการทางกฎหมาย	กฎกระทรวง	พระราชบัญญัติ	พระราชบัญญัติ	พระราชบัญญัติ
การส่งเสริม	การผลิตสุรา	สุรา พ.ศ. 2493	ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551	ส่งเสริมวิสาหกิจ
อุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้	พ.ศ. 2565			ชุมชน พ.ศ. 2548
มาตรการส่งเสริมในการเริ่มต้นอุตสาหกรรม	×	×	×	✓
มาตรการเกี่ยวกับการอนุญาต	✓	×	×	×
มาตรการควบคุมและกำกับดูแลการผลิตเพื่อการค้า	✓	×	×	×
มาตรการควบคุมและกำกับดูแลการผลิตที่มีใช้เพื่อการค้า	✓	×	×	×
มาตรการทางด้านภาษี	×	✓	×	×

²⁸⁹ พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 มาตรา 32.

ตารางที่ 3.12 (ต่อ)

มาตรการทางกฎหมาย	กฎกระทรวง	พระราชบัญญัติ	พระราชบัญญัติ	พระราชบัญญัติ
การส่งเสริม	การผลิตสุรา	สุรา พ.ศ. 2493	ควบคุมเครื่องดื่ม	ส่งเสริมวิสาหกิจ
อุตสาหกรรมเครื่องดื่ม	พ.ศ. 2565		แอลกอฮอล์ พ.ศ.	ชุมชน พ.ศ. 2548
แอลกอฮอล์จากผลไม้			2551	
มาตรการที่เกี่ยวกับการ	x	x	✓	x
จำกัดการโฆษณา				
มาตรการที่เกี่ยวกับการ	x	x	x	x
ส่งเสริมการจำหน่าย				
ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม				
แอลกอฮอล์				

ที่มา ผู้วิจัยทำเอง

ทั้งนี้ จากการศึกษา มาตรการทางด้านนโยบายและด้านกฎหมายในการส่งเสริมอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ของต่างประเทศ และประเทศไทย ผู้วิจัยเห็นว่า สามารถนำไปปรับใช้เพื่อเป็นแนวทางกับประเทศไทย หลังจากที่มีการศึกษาสภาพปัญหาในปัจจุบันเกี่ยวกับมาตรการทางกฎหมายในการส่งเสริมอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ในประเทศไทยในบทต่อไป

บทที่ 4

สภาพปัญหาเกี่ยวกับนโยบายและมาตรการทางกฎหมายในการส่งเสริมอุตสาหกรรม เครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ที่ผลิตในประเทศไทย

โครงสร้างตลาดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทยถือเป็นประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับทั้งมิติทางเศรษฐกิจ สังคม นโยบายและกฎหมาย เนื่องจากอุตสาหกรรมนี้มีมูลค่าทางเศรษฐกิจสูง แต่กลับดำเนินอยู่ภายใต้โครงสร้างแบบผู้ขายน้อยราย ตามทฤษฎีตลาดผู้ขายน้อยราย (Oligopoly) กล่าวคือ มีผู้ประกอบการรายใหญ่จำนวนไม่มากที่ครอบครองส่วนแบ่งทางการตลาดในสัดส่วนสูง โดยเฉพาะในกลุ่มผลิตภัณฑ์เบียร์และสุรา ในกลุ่มผลิตภัณฑ์เบียร์ แม้ว่ากฎกระทรวงผลิตสุรา พ.ศ. 2565 ได้มีการผ่อนปรนเงื่อนไขการอนุญาตผลิตเบียร์ โดยยกเลิกข้อกำหนดกำลังการผลิตขั้นต่ำเดิมที่ 100,000 ลิตรต่อปี และทุนจดทะเบียนขั้นต่ำที่ 10 ล้านบาท เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการรายย่อยสามารถเข้าสู่ตลาดได้มากขึ้น อย่างไรก็ตาม ตลาดเบียร์ยังคงถูกครอบครองโดยผู้ผลิตรายใหญ่ ได้แก่ บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด (แบรนด์ลีโอ, สิงห์, สโนว์ไวเซ็น และยู เบียร์) บริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด มหาชน (แบรนด์ช้าง, อาชา และเฟเดอร์บรอย) และบริษัท ไฮเนเก้น ประเทศไทย จำกัด (แบรนด์ไฮเนเก้น) ซึ่งรวมกันมีส่วนแบ่งตลาดในปี 2565 มากกว่า 95.7% ของมูลค่าตลาดเบียร์ทั้งประเทศ ในกลุ่มผลิตภัณฑ์สุรา แม้จะมีการปรับปรุงเงื่อนไขบางประการให้เอื้อต่อผู้ผลิตรายใหม่ แต่กฎเกณฑ์เกี่ยวกับปริมาณการผลิตขั้นต่ำสำหรับสุรากลั่นบางประเภท เช่น สุราชนิดพิเศษ ยังคงกำหนดไว้ในระดับที่สูงเกินกว่าศักยภาพของผู้ประกอบการรายย่อยทั่วไป ทำให้ตลาดสุรายังคงถูกครอบงำโดยผู้ผลิตรายใหญ่ เช่น บริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด มหาชน (แบรนด์รวงข้าว, หงษ์ทอง และเบลนด์ 285) บริษัท ดิอาจีโอ โมเอ็ท เฮนเนสซี่ ประเทศไทย จำกัด (แบรนด์จอห์นนี่ วอลก์เกอร์, สเมอ์รโนฟ และเบนมอร์) และบริษัท รีเจนซี่ บรันดีไทย จำกัด (แบรนด์รีเจนซี่) ซึ่งมีส่วนแบ่งตลาดรวมกันกว่า 71.2% ของมูลค่าตลาดสุราในปี 2565²⁹⁰

จึงเห็นได้ว่า โครงสร้างตลาดที่มีการแข่งขันเช่นนี้ สะท้อนให้เห็นถึงข้อจำกัดในการเข้าสู่ตลาดของผู้ประกอบการรายใหม่ โดยเฉพาะข้อจำกัดเชิงโครงสร้างที่เกิดจากนโยบายและข้อกฎหมายที่ยัง

²⁹⁰ Suppakorn Kornboontritos, แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรมปี 2567-2569: อุตสาหกรรมเครื่องดื่ม, (กรุงเทพฯ, 14 พ.ค. 2566) < <https://www.krungsri.com/th/research/industry/industry-outlook/food-beverage/beverage/io/io-beverage-2024-2026> > สืบค้นเมื่อ 15 มิถุนายน 2568.

ไม่เอื้อต่อการแข่งขันอย่างเสรีและเป็นธรรม อันเป็นอุปสรรคสำคัญที่จะนำไปสู่การวิเคราะห์เกี่ยวกับสภาพปัญหาเชิงนโยบายและกฎหมายในส่วนต่อไป

4.1 สภาพปัญหาที่เกี่ยวข้องกับนโยบายและมาตรการทางกฎหมายในการส่งเสริมอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ที่ผลิตในประเทศไทย: กรณีกระบวนการเริ่มต้นของอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ (กระบวนการต้นน้ำ)

สำหรับสภาพปัญหาการส่งเสริมอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ที่ผลิตในประเทศไทย: กรณีกระบวนการเริ่มต้นของอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ (กระบวนการต้นน้ำ) ของประเทศไทยนั้น จะทำการศึกษาวิจัยอยู่ 3 ประเด็นหลักที่สำคัญประกอบด้วย (1) สภาพปัญหาทางด้านนโยบาย (2) สภาพปัญหาทางกฎหมาย และ (3) สภาพปัญหาทางด้านปฏิบัติ

4.1.1 สภาพปัญหาทางด้านนโยบาย

จากการศึกษาสภาพปัญหาทางด้านนโยบายที่เกี่ยวกับการส่งเสริมอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ที่ผลิตในประเทศไทย: กรณีกระบวนการเริ่มต้นของอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ (กระบวนการต้นน้ำ) พบว่า ไม่มีนโยบายเฉพาะด้านในการส่งเสริมอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยปัจจุบันประเทศไทยมีนโยบายการส่งเสริมการแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรปรากฏอยู่ใน

แผนระดับที่ 1 ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561 – 2580) โดยที่เกี่ยวข้องกับการเริ่มต้นของอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ปรากฏใน หัวข้อ ประเด็นยุทธศาสตร์ชาติ ด้านความสามารถในการแข่งขัน 4.1 การสร้างมูลค่าเกษตร ที่ให้ความสำคัญกับการเพิ่มผลิตภาพการผลิตทั้งเชิงปริมาณและมูลค่า และความหลากหลายของสินค้าเกษตร เพื่อรักษารายได้เดิมและสร้างฐานอนาคตใหม่ที่สร้างรายได้สูง โดยในหัวข้อย่อย 4.1.4 เกษตรแปรรูป ได้กล่าวถึง การส่งเสริมการแปรรูปจากสินค้าเกษตรให้สอดคล้องกับตลาดที่มีความหลากหลาย

แผนระดับที่ 2 พบว่ามีอยู่ด้วยกัน 2 แผน ดังนี้

1. แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ (2566 – 2580) โดยที่เกี่ยวข้องกับการเริ่มต้นของอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ปรากฏใน ประเด็นที่ 3 การเกษตร ในหัวข้อย่อย 3.4 แผนย่อย เกษตรแปรรูป กล่าวถึง การเชื่อมโยงผลผลิตทางการเกษตรเข้าสู่กระบวนการแปรรูป

ส่งเสริมการแปรรูปโดยประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม รวมถึงองค์ความรู้และภูมิปัญญาที่ทันสมัย เพื่อสร้างความแตกต่าง รวมทั้งส่งเสริมการสร้างตราสินค้า

2. แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566 – 2570) โดยที่เกี่ยวกับการเริ่มต้นของอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ปรากฏใน ส่วนที่ 4 แผนกลยุทธ์รายหมุดหมาย หมุดหมายที่ 1 ไทยเป็นประเทศชั้นนำด้านสินค้าเกษตรและเกษตรแปรรูปมูลค่าสูง ในกลยุทธ์การพัฒนา การส่งเสริมการผลิตและการขยายตัวของตลาดสินค้าเกษตรและผลิตภัณฑ์เกษตรแปรรูปที่มีมูลค่าเพิ่มสูง เช่น สมุนไพรแปรรูป อาหารทางการแพทย์ อาหารทางเลือก อาหารฟังก์ชัน พลังงาน วัสดุและเคมีชีวภาพ โปรตีนจากพืชและแมลง

แผนระดับที่ 3 พบว่ามีอยู่ด้วยกัน 2 แผน ดังนี้

1. ยุทธศาสตร์เกษตรและสหกรณ์ ระยะ 20 ปี (พ.ศ.2560 – 2579)²⁹¹ โดยที่เกี่ยวกับการเริ่มต้นของอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ปรากฏใน ยุทธศาสตร์ที่ 2 เพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการสินค้าเกษตรตลอดโซ่อุปทาน โดยกล่าวถึง การส่งเสริมสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าทางการเกษตร โดยสร้างเอกลักษณ์ ตราสินค้า และส่งเสริมการขึ้นทะเบียนทางภูมิศาสตร์ รวมไปถึงการส่งเสริมการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ โดยสร้างความเชื่อมโยงผลิตภัณฑ์เหล่านั้นกับสินค้าเกษตร

2. แผนยุทธศาสตร์กระทรวงอุตสาหกรรม (พ.ศ. 2560-2564) โดยที่เกี่ยวกับการเริ่มต้นของอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ปรากฏใน ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาปัจจัยสนับสนุนให้เอื้อต่อการลงทุนและการพัฒนาอุตสาหกรรม กล่าวถึง การสนับสนุน สร้างโอกาสและลดอุปสรรค ในการประกอบธุรกิจอุตสาหกรรม โดยมีกลยุทธ์ 5 กลยุทธ์²⁹²

จากการศึกษานโยบายต่าง ๆ ดังที่กล่าวมาข้างต้น สามารถพิจารณาได้ว่า ในปัจจุบันถึงแม้ประเทศไทยมีนโยบายส่งเสริมการแปรรูปด้านการเกษตรดังที่ปรากฏอยู่ตามแผนดังที่กล่าวมา แต่

²⁹¹ ประกอบด้วย 5 ยุทธศาสตร์ ยุทธศาสตร์ที่ 1 การสร้างความเข้มแข็งให้กับเกษตรกรและสถาบันเกษตรกร ยุทธศาสตร์ที่ 2 การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและยกระดับมาตรฐานสินค้าเกษตร ยุทธศาสตร์ที่ 3 การเพิ่มความสามารถในการแข่งขันภาคเกษตรด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม ยุทธศาสตร์ที่ 4 การบริหารจัดการทรัพยากรการเกษตรและสิ่งแวดล้อมอย่างสมดุลและยั่งยืน และยุทธศาสตร์ที่ 5 การพัฒนาระบบบริหารจัดการภาครัฐ.

²⁹² 1) ปรับปรุงกฎหมาย กฎระเบียบ และกระบวนการต่าง ๆ ให้เอื้อต่อการลงทุนและการประกอบธุรกิจอุตสาหกรรม 2) กำหนดทิศทางการพัฒนาอุตสาหกรรม และพัฒนาระบบข้อมูลเชิงลึกด้านเศรษฐกิจอุตสาหกรรม เพื่อชี้แนะและเตือนภัยภาคอุตสาหกรรม 3) ศึกษาและกำหนดพื้นที่/ปรับปรุงผังเมืองให้เหมาะสมกับการพัฒนาอุตสาหกรรม 4) สนับสนุนการจัดตั้ง/การเพิ่มขีดความสามารถของศูนย์การออกแบบและตรวจสอบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมและกระบวนการผลิต 5) บูรณาการกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อพัฒนาปัจจัยสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรม.

นโยบายดังกล่าว พบว่า ยังไม่มีความชัดเจน อาทิเช่น อาหาร ทางการแพทย์ อาหารสุขภาพ สารสำคัญจากพืชสมุนไพร เคมีชีวภาพ²⁹³ รวมถึงการส่งเสริมแปรรูปผลไม้สดของไทยเป็นเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ เป็นต้น ซึ่งนโยบายส่วนใหญ่ของประเทศไทยออกมาเป็นเพียงการกล่าวถึง การแปรรูป ผลผลิตทางการเกษตรทุกประเภทโดยภาพรวมกว้าง ๆ เท่านั้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งมุ่งเน้นในด้านการ แปรรูป อาหาร เป็นส่วนใหญ่

นโยบายในปัจจุบันกล่าวถึง "การแปรรูปผลผลิตทางการเกษตร" โดยไม่จำแนกหรือแยกแยะ ประเภทของการแปรรูปที่ชัดเจน โดยเฉพาะการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ที่ยังไม่ได้รับการ กล่าวถึงหรือผลักดันอย่างเป็นรูปธรรมจากหน่วยงานระดับกระทรวง ทั้งที่เป็นกระบวนการต้นน้ำของ อุตสาหกรรมแอลกอฮอล์ ซึ่งต้องอาศัยการสนับสนุนด้านการลงทุน และการปรับแก้กฎหมาย เมื่อ เปรียบเทียบกับประเทศที่ประสบความสำเร็จในการส่งเสริมอุตสาหกรรมสุราพื้นบ้านและเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์จากผลไม้ เช่น ญี่ปุ่น²⁹⁴ และ สาธารณรัฐเกาหลี²⁹⁵ จะเห็นได้ว่า ประเทศเหล่านั้นมี นโยบายในระดับกระทรวงที่มุ่งเน้นการพัฒนาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ในเชิงเศรษฐกิจ สร้างสรรค์ และเป็นเครื่องมือทางวัฒนธรรมอย่างเป็นระบบ ในขณะที่ประเทศไทยไม่มีนโยบายลำดับ รองที่รองรับหรือขับเคลื่อนนโยบายหลักนี้ให้เกิดผลในทางปฏิบัติอย่างแท้จริง ดังนั้น การขาดนโยบาย ที่ชัดเจนและเป็นรูปธรรมในการส่งเสริมการแปรรูปผลไม้เป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทย อาจนำไปสู่ข้อจำกัดในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรม ทั้งในแง่การพัฒนากฎหมาย การลงทุน และการ ส่งเสริมตลาด โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับผู้ประกอบการรายย่อยในท้องถิ่นที่ต้องการต่อยอดผลผลิต ทางการเกษตรของตน

4.1.2 สภาพปัญหาทางด้านกฎหมาย

จากการศึกษาสภาพปัญหาทางด้านกฎหมายที่เกี่ยวกับการส่งเสริมอุตสาหกรรมเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์จากผลไม้ที่ผลิตในประเทศไทย: กรณีกระบวนการเริ่มต้นของอุตสาหกรรมการผลิต เครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ (กระบวนการต้นน้ำ) พบว่ามีสภาพปัญหา 1 กรณีด้วยกันดังต่อไปนี้

1. ปัญหาการขออนุญาตตั้งโรงงานผลิตขนาดกลาง

สภาพปัญหาการขออนุญาตตั้งโรงงานผลิตขนาดกลางในด้านกฎหมาย พบว่า กฎกระทรวงการผลิตสุรา พ.ศ. 2565 ได้กำหนดเงื่อนไขที่มีหลักเกณฑ์และมาตรฐานที่แตกต่างกัน ระหว่างอุตสาหกรรมขนาดเล็ก อุตสาหกรรมขนาดกลาง และอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ โดยกำหนดให้

²⁹³ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่สิบสาม พ.ศ. 2566 – 2570 หน้า 27.

²⁹⁴ 農林漁業者等による農林漁業及び関連事業の総合化並びに地域の農林水産物の利用の促進に関する基本方針.

²⁹⁵ 제3차[2023~2027] 전통주 등의산업발전 기본계획.

โรงอุตสาหกรรมขนาดเล็ก (ที่กำลังเครื่องจักรไม่เกิน 5 แรงม้า จำนวนคนไม่เกิน 5 คน)²⁹⁶ ต้องมีมาตรฐาน 4 ประการ คือ (1) ต้องแยกออกจากที่อยู่อาศัยอย่างชัดเจน (2) ต้องผลิตสุราที่มีคุณภาพและมาตรฐานตามที่อธิบดีกำหนด (3) ต้องใช้วัตถุดิบทางการเกษตรเป็นวัตถุดิบหรือส่วนประกอบในการผลิต และ (4) ต้องตั้งอยู่ในทำเลและสภาพแวดล้อมที่เหมาะสม มีพื้นที่เพียงพอที่จะผลิตสุราโดยไม่ก่อให้เกิดอันตราย เหตุเดือดร้อนรำคาญ หรือความเสียหายต่อบุคคลหรือทรัพย์สินของผู้อื่น²⁹⁷

โรงอุตสาหกรรมขนาดกลาง (ที่กำลังเครื่องจักรไม่เกิน 50 แรงม้า จำนวนคนไม่เกิน 50 คน)²⁹⁸ นั้นต้องมีมาตรฐาน 3 ประการ คือ (1) มาตรฐานเกี่ยวกับการจัดตั้งโรงงานผลิต (2) มาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อม และ (3) มาตรฐานด้านเครื่องจักรและอุปกรณ์²⁹⁹

และโรงงานอุตสาหกรรมขนาดใหญ่³⁰⁰ นั้นต้องมีมาตรฐาน 4 ประการ คือ (1) มาตรฐานเกี่ยวกับการจัดตั้งโรงงานผลิต (2) มาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อม และ (3) มาตรฐานด้านเครื่องจักรและอุปกรณ์ (4) มีใบอนุญาตตามกฎหมายว่าด้วยโรงงาน³⁰⁰

จะเห็นได้ว่า กรณีดังกล่าว การกำหนดกำลังเครื่องจักรและจำนวนคนในอุตสาหกรรมขนาดเล็ก สร้างอุปสรรคให้กับผู้ประกอบการในการผลิต ผู้ประกอบการจะไม่สามารถผลิตในปริมาณมากได้ อันเนื่องมาจากสภาพปัญหาเกี่ยวกับการกำหนดกำลังเครื่องจักรและจำนวนคน (จะขออธิบายอย่างละเอียดต่อไปในหัวข้อ 4.2.2 ในข้อที่ 1) เช่นนี้แล้วหากผู้ประกอบการต้องการผลิตมากขึ้น จึงมีความจำเป็นที่จะต้องขยายเป็นโรงงานขนาดกลางขึ้นไปและมีมาตรฐานที่สูงมากขึ้น ทำให้ต้องใช้ต้นทุนที่สูงมากขึ้นไปอีก จึงเป็นอุปสรรคที่สำคัญสำหรับผู้ประกอบการที่มีต้นทุนน้อย

อย่างไรก็ตาม สำหรับผู้ประกอบการที่มีศักยภาพและมีต้นทุนที่เพียงพอที่จะขออนุญาตตั้งโรงอุตสาหกรรมขนาดกลางก็ไม่สามารถทำได้ เนื่องจากข้อจำกัดในทางกฎหมายตาม กฎกระทรวงการผลิตสุรา พ.ศ. 2565 ได้กำหนดไว้ว่า หากต้องการที่จะตั้งโรงอุตสาหกรรมขนาดกลางนั้น ไม่ว่าจะเป็นส่วนของ สุรากลั่นและสุราแช่ที่ไม่ใช่ชนิดเบียร์ ต้องเป็นผู้ประกอบการที่ประกอบกิจการเป็นอุตสาหกรรมขนาดเล็กมาไม่น้อยกว่า 1 ปี³⁰¹ เช่นนี้แล้วจึงกลายเป็นอุปสรรคทางกฎหมายที่ขัดขวางไม่ให้ผู้ประกอบการที่มีศักยภาพและพร้อมลงทุนสามารถเข้าสู่ระบบการผลิตในระดับที่มีประสิทธิภาพ

²⁹⁶ กฎกระทรวงการผลิตสุรา พ.ศ. 2565 ข้อ 3.

²⁹⁷ กฎกระทรวงการผลิตสุรา พ.ศ. 2565 ข้อ 16(2) และ 17(1)

²⁹⁸ กฎกระทรวงการผลิตสุรา พ.ศ. 2565 ข้อ 3.

²⁹⁹ กฎกระทรวงการผลิตสุรา พ.ศ. 2565 ข้อ 16(3) และ 17(2).

³⁰⁰ กฎกระทรวงการผลิตสุรา พ.ศ. 2565 ข้อ 16(4) และ 17(4)(5).

³⁰¹ กฎกระทรวงการผลิตสุรา พ.ศ. 2565 ข้อ 14(3) และ 15(4).

และสอดคล้องกับกำลังการผลิตที่แท้จริงได้ ซึ่งไม่สอดคล้องกับหลักการส่งเสริมอุตสาหกรรมและนวัตกรรมในภาคเกษตรแปรรูป และยังขัดกับเจตนารมณ์ของการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก เพราะผู้ประกอบการรายย่อยที่มีต้นทุนน้อยก็ไม่สามารถขยายกำลังการผลิตได้ ขณะที่รายที่มีต้นทุนและความพร้อมก็ถูกจำกัดไม่ให้เริ่มต้นในระดับที่เหมาะสมกับศักยภาพของตนเอง อันเป็นอุปสรรคต่อการเติบโตอย่างยั่งยืนของอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ในประเทศโดยรวม

นอกจากนี้ อุปสรรคดังกล่าวยังส่งผลให้ผู้ประกอบการต้องลงทุนสร้างโรงงานขนาดเล็กที่อาจไม่ตอบโจทย์ทางธุรกิจในระยะยาว เพียงเพื่อให้ผ่านเกณฑ์ทางกฎหมาย ทั้งที่มีศักยภาพและงบประมาณเพียงพอในการตั้งโรงงานขนาดกลางตั้งแต่แรก การลงทุนในโรงงานขนาดเล็กนั้นอาจไม่สามารถนำไปใช้ได้หากต้องเปลี่ยนมาตรฐานการผลิต ระบบเครื่องจักร หรือขยายพื้นที่ ส่งผลให้ต้องลงทุนซ้ำในโรงงานใหม่อีกครั้ง เมื่อต้องการยกระดับการผลิต กลายเป็นภาระต้นทุนที่ไม่มีความจำเป็นในเชิงเศรษฐกิจ และทำให้ธุรกิจไม่มีประสิทธิภาพในการเติบโต ขณะเดียวกัน ข้อกำหนดนี้ยังถือเป็นการกีดกันทางกฎหมายที่ไม่เปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการใหม่หรือผู้ที่มีทุนพร้อมเข้ามาดำเนินกิจการได้อย่างเสรี แต่กลับบังคับให้ต้องเริ่มจากระดับล่างสุดเท่านั้น ส่งผลให้การแข่งขันในตลาดไม่เป็นธรรมและยังขัดกับหลักการเสรีภาพในการประกอบอาชีพตามรัฐธรรมนูญ การรวมกันของการลงทุนซ้ำซ้อนและการกีดกันเช่นนี้ ทำให้เกิดแรงจูงใจน้อยลงในการพัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ในประเทศ

2. มาตรการส่งเสริมในการเริ่มต้นอุตสาหกรรม

จากการศึกษา การส่งเสริมในการเริ่มต้นอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในด้านมาตรการทางกฎหมายพบว่า พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 เป็นกฎหมายที่มุ่งส่งเสริมและสนับสนุนการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในประเทศไทย สาระสำคัญของกฎหมายฉบับนี้มุ่งเน้นการส่งเสริมความรู้ ภูมิปัญญาท้องถิ่น การสร้างรายได้ การช่วยเหลือซึ่งกันและกัน การพัฒนาความสามารถในการจัดการ และการพัฒนารูปแบบของวิสาหกิจชุมชน

โดยในส่วนของการส่งเสริมด้านเงินทุนต่าง ๆ ก็ได้กำหนดให้คณะกรรมการมีหน้าที่ประสานการดำเนินการเพื่อขอกองทุนต่าง ๆ เพื่อให้สามารถสนับสนุนกิจการวิสาหกิจชุมชนอย่างมีประสิทธิภาพ ลดการซ้ำซ้อนที่ไม่เกิดประโยชน์ และส่งเสริมสนับสนุนซึ่งกันและกัน³⁰²

อย่างไรก็ตาม การขาดการส่งเสริมในการเริ่มต้นอุตสาหกรรม โดยเฉพาะในกรณีของอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในระดับชุมชน สะท้อนถึงช่องว่างสำคัญทางนโยบายที่ยังไม่มีมาตรการเฉพาะรองรับผู้ประกอบการรายใหม่ ซึ่งกำลังเผชิญข้อจำกัดทั้งในเชิงกฎหมาย โครงสร้างพื้นฐาน และเงินทุน การเริ่มต้นธุรกิจในการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จำเป็นต้องผ่าน

³⁰² พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 มาตรา 31.

กระบวนการขออนุญาตที่มีขั้นตอนซับซ้อน ส่งผลให้ผู้ประกอบการรายย่อยไม่สามารถเข้าถึงระบบที่ถูกต้องตามกฎหมาย ทั้งในด้านทุน ใบอนุญาต และความรู้ทางเทคนิค ส่งผลให้บางส่วนต้องดำเนินการนอกระบบ ซึ่งกระทบต่อคุณภาพ ความปลอดภัย และรายได้ของรัฐ นอกจากนี้ยังทำให้เกิดความเหลื่อมล้ำระหว่างผู้ผลิตรายใหญ่กับรายย่อย และชะลอการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีศักยภาพต่อการสร้างรายได้และการท่องเที่ยว นอกจากนี้ ยังพบว่าไม่มีหน่วยงานของรัฐใดที่มีภารกิจเฉพาะในการส่งเสริมผู้ประกอบการรายใหม่ในอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ แม้จะมีพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 แต่กฎหมายเหล่านี้ไม่ได้ออกแบบมาให้ครอบคลุมกิจการที่อยู่ภายใต้การควบคุมพิเศษ เช่น สุราหรือไวน์ ทำให้ผู้ผลิตรายใหม่ไม่สามารถเข้าถึงกลไกสนับสนุนอย่างเป็นระบบ เช่น เงินทุนเริ่มต้น คำแนะนำทางเทคนิค หรือระบบเร่งสร้างธุรกิจ ที่จะช่วยลดความเสี่ยงในการเริ่มต้นธุรกิจ และเพิ่มโอกาสแข่งขันในตลาด

4.1.3 สภาพปัญหาทางด้านปฏิบัติ

จากการศึกษาสภาพปัญหาทางด้านปฏิบัติที่เกี่ยวกับการส่งเสริมอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ที่ผลิตในประเทศไทย: กรณีกระบวนการเริ่มต้นของอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ (กระบวนการต้นน้ำ) พบว่ามีสภาพปัญหา 3 กรณีด้วยกันดังต่อไปนี้

1. ปัญหาการแปรรูปผลไม้เป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ปัญหาภาวะผลไม้ล้นตลาดเป็นปัญหาที่ประเทศไทยต้องพบเจอ เนื่องจาก การผลิตผลไม้ในแต่ละปี มีปริมาณและคุณภาพการผลิตที่ไม่แน่นอน อันเนื่องมาจากหลาย ๆ ปัจจัย เช่น สภาพอากาศในแต่ละปีมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ภัยธรรมชาติ น้ำท่วม ภัยแล้ง สภาพอากาศไม่เป็นไปตามฤดูกาล ภาวะโลกร้อน โรคระบาด หรือในฤดูเก็บเกี่ยว เกษตรกรเก็บเกี่ยวผลผลิตในช่วงเวลาเดียวกัน ทำให้มีผลไม้เข้าสู่ตลาดพร้อมกันเป็นปริมาณมาก ส่งผลให้ราคาผลไม้ตกต่ำอันเนื่องมาจากภาวะผลไม้ล้นตลาด³⁰³ เช่น ในช่วงเดือนมิถุนายน – กรกฎาคม พ.ศ. 2566 เป็นช่วงที่ผลผลิตมังคุดทั้งประเทศมีการเก็บเกี่ยวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 58.63 ของผลผลิตทั้งปี³⁰⁴ ส่งผลให้มังคุดล้นตลาด ในปี พ.ศ. 2566 เกษตรกรที่ปลูกผลไม้ชนิดอื่น ๆ เช่น ลองกอง เงาะ หรือมังคุด³⁰⁵ หันไปปลูกทุเรียนกันมากขึ้น เนื่องจากคาดว่ามีความตอบแทนที่ดีกว่า จึงเห็นได้ว่าการผลิตผลไม้ในแต่ละปีมีปัจจัยที่ไม่สามารถควบคุมได้หลายปัจจัย จึงเห็นได้ว่าประเทศไทยยังประสบปัญหาในด้านการผลิตผลไม้ ซึ่งหลายหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน ได้ร่วมกันดำเนินการพัฒนาและแก้ไข

³⁰³ สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า, ‘ข่าวสารสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้ากระทรวงพาณิชย์’, <<https://tpso.go.th/news/2312-0000000016>> สืบค้นเมื่อ 15 กุมภาพันธ์ 2567.

³⁰⁴ สำนักเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, เศรษฐกิจ การเกษตร 69, 801 (สิงหาคม 2566) 1.

³⁰⁵ สำนักเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, ‘รายงานภาวะเศรษฐกิจการเกษตรไตรมาส 2 ปี 2566’ 4.

ปัญหาต่าง ๆ มาอย่างต่อเนื่อง แต่การดำเนินงานที่ผ่านมา ยังคงมุ่งเน้นการแก้ไขปัญหาในระยะสั้น ในช่วงฤดูกาลเก็บเกี่ยว ซึ่งรัฐต้องสูญเสียงบประมาณในการแทรกแซงราคาเป็นจำนวนมาก แต่ไม่สามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างมีประสิทธิภาพ เกษตรกรชาวสวนผลไม้ยังคงได้รับความเดือดร้อนจากปัญหาการตลาดและราคาผลผลิตตกต่ำเป็นประจำเกือบทุกปี เนื่องจากการดำเนินงานดังกล่าวไม่ครอบคลุมการแก้ไขปัญหาในระยะยาวได้อย่างยั่งยืน³⁰⁶ สำหรับกรณีปัญหาผลไม้สดล้นตลาดส่งผลให้ราคาตกต่ำ การแปรรูปเป็นหนึ่งในวิธีการที่สามารถช่วยแก้ไขปัญหานี้ได้ เพราะสามารถทำให้ยืดอายุผลไม้ที่แปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์พร้อมบริโภคได้นานขึ้น และช่วยเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ที่แปรรูปมาจากผลไม้สดให้สูงขึ้น โดยการแปรรูปนั้นมีหลากหลายรูปแบบ สามารถเลือกใช้ให้เหมาะสมกับวัตถุดิบตามความต้องการของผู้บริโภค อีกทั้งการแปรรูปผลไม้ในท้องถิ่นให้เป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีโอกาสด้านการตลาดที่ดี จะช่วยสามารถรายได้ให้กับเกษตรกรและผู้ประกอบการ และช่วยสร้างรายได้ให้กับประเทศได้มาก

อย่างไรก็ตาม ประเทศไทยในปัจจุบันยังไม่มีนโยบายหรือมาตรการทางกฎหมายที่สนับสนุนให้มีการแปรรูปผลไม้เป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เช่น สุราผลไม้ หรือเปียร์ผลไม้ ฯลฯ ไว้โดยตรงเพื่อสนับสนุนให้ประชาชนทั่วไปหรือเกษตรกรสามารถนำเอาผลไม้สดที่เป็นผลผลิตทางการเกษตรของตนที่ผลิตได้หรือซื้อมาจากเกษตรกรรายอื่นมาทำการแปรรูปด้วยวิธีการหมักดองให้เป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพื่อแก้ไขปัญหาผลไม้ล้นตลาด นอกจากนี้ ยังพบว่า หากประชาชนทั่วไปหรือเกษตรกรประสงค์ที่จะนำเอาผลผลิตทางการเกษตรของตนที่ผลิตได้หรือซื้อมาจากเกษตรกรรายอื่นมาทำการแปรรูปผลไม้สดด้วยวิธีการหมักดองให้เป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพื่อแก้ไขปัญหาผลไม้ล้นตลาดจนทำให้ราคาผลไม้ตกต่ำ รวมทั้งต้องการการพัฒนาสินค้าทางการเกษตรของไทยให้มีความหลากหลายและยั่งยืน ต้องพบกับปัญหาและอุปสรรคสำคัญ อันเนื่องมาจากข้อจำกัดทั้งทางด้านนโยบายและด้านกฎหมายอีกด้วย

2. ปัญหาการผลิตเพื่อทดลองสูตร

สำหรับปัญหาทางด้านปฏิบัติการทดลองสูตรเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เกิดขึ้นอันเนื่องมาจากการใช้ดุลพินิจของเจ้าหน้าที่ตีความว่าการกระทำใดของผู้ผลิตเป็นการกระทำผิดกฎหมายหรือไม่ อันเนื่องมาจากความไม่ชัดเจนของกฎหมายหรือช่องว่างของกฎหมายที่เกิดขึ้น ตัวอย่างเช่น เหตุการณ์ตามข่าวที่เกิดขึ้นเมื่อวันที่ 8 เมษายน 2565 โดยในวันเกิดเหตุผู้กระทำความผิดได้นำเหล่าหลายประเภทที่ได้ซื้อมาจากร้านโดยถูกกฎหมาย นำมาบรรจุใส่ภาชนะที่อยู่ในร้านจำหน่ายสุราของตน เพื่อทำการดองผลบ๊วยที่ซื้อมาจากเกษตรกรในประเทศไทย ซึ่งเป็นช่วงที่เจ้าหน้าที่ของกรมสรรพสามิตเข้ามาตรวจใบอนุญาตจำหน่ายสุรา เนื่องจากผู้กระทำความผิดนั้นประกอบกิจการ

³⁰⁶ แนวทางการพัฒนาผลไม้ไทย (พ.ศ. 2565 – 2570).

จำหน่ายสุราจากญี่ปุ่น เช่น อุเมซุ สาเก โชจู รวมทั้งสุราผสมชนิดอื่นด้วย ดังนั้น ผู้กระทำจึงถูกตั้งข้อหา “เปลี่ยนแปลงน้ำสุราเพื่อการค้า”³⁰⁷ และข้อหา “เปลี่ยนแปลงภาชนะบรรจุสุราเพื่อการค้า”³⁰⁸ เนื่องจากอยู่ภายในร้านจำหน่ายสุรา ไม่ว่าจะเจตนาหรือไม่ก็ตาม จึงตีความว่ามีเจตนาทำการค้า³⁰⁹ ซึ่งการใช้ดุลพินิจของเจ้าหน้าที่ตีความเช่นนี้ มีประเด็นปัญหาสำคัญ 2 ประการ ที่ต้องพิจารณาคือ

1) ปัญหาเกี่ยวกับการทดลองสูตรเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทำจากการแปรรูปผลไม้สด

การปฏิบัติหน้าที่ของเจ้าหน้าที่ตามที่กล่าวมาข้างต้นนั้นไม่ได้ส่งผลดีต่อการส่งเสริมการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ทำจากการแปรรูปผลไม้สดของไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งการกระทำการทดลองสูตรเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทำจากการแปรรูปผลไม้สดของไทย เนื่องจากกฎหมายที่ปรับใช้ในปัจจุบันไม่ได้กำหนดการขออนุญาตไว้โดยตรงเกี่ยวกับการกระทำการทดลองสูตรเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไว้แต่อย่างใด ซึ่งจากสาเหตุที่เกิดขึ้นนี้สะท้อนให้เห็นถึงปัญหาในทางปฏิบัติของเจ้าหน้าที่เนื่องจากตาม พระราชบัญญัติสรรพสามิต พ.ศ. 2560 มาตรา 4 บัญญัติไว้ว่า “ ‘ผลิต’ หมายความว่า ทำ ประกอบ ปรับปรุงแปรรูป หรือทำการอย่างใดอย่างหนึ่งให้มีขึ้นซึ่งสินค้าไม่ว่าด้วยวิธีใด ๆ แต่มิให้หมายความรวมถึง (1) การประดิษฐ์ค้นคว้าที่มีได้ทำขึ้นเพื่อขาย” เมื่อบุคคลดังกล่าวมีเจตนาเพื่อทดลองสูตร หรือเป็นการประดิษฐ์ค้นคว้าเท่านั้นไม่มีเจตนาที่จะกระทำความผิดแต่อย่างใด แต่หากเจ้าหน้าที่รัฐปรับใช้กฎหมายไม่เอื้อประโยชน์ต่อการทดลองสูตรหรือประดิษฐ์ค้นคว้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ทำจากการแปรรูปผลไม้สดของไทย จึงทำให้การส่งเสริมการแปรรูปนั้นสามารถทำได้ยาก อีกทั้งแม้จะคิดค้นสูตรการผลิตขึ้นมาได้ แต่ก็ไม่สามารถที่จะพัฒนาแจกจ่ายให้ผู้อื่นได้³¹⁰ ทำให้เกิดอุปสรรคสำคัญในการแปรรูปผลไม้สดของไทยเป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และ

2) ปัญหาเกี่ยวกับการตีความการมีสภาพเป็นเหล้าหรือไม่เป็นเหล้าต้อง

จากเหตุการณ์ดังกล่าวหากพิจารณาให้ดีพบว่า เหล้าบ๊วยดังกล่าวยังไม่มีสภาพการเป็นเหล้าบ๊วยหรืออุเมซุ เพราะผู้กระทำผิดเพิ่งทำการดองเหล้าในวันที่ถูกจับกุม ซึ่งการที่จะเป็นเหล้าบ๊วยหรืออุเมซุที่พร้อมดื่มแล้วนั้นต้องใช้เวลาในการดองไม่ต่ำกว่า 8 เดือน ถึง 1 ปี นอกจากนี้ สุราที่

³⁰⁷ พระราชบัญญัติสรรพสามิต พ.ศ. 2560 มาตรา 158 บัญญัติว่า “ห้ามมิให้ผู้ใดเปลี่ยนแปลงสุราโดยนำสุราอื่นใด หรือน้ำหรือของเหลวหรือวัตถุอื่นใดเจือปนลงในสุราเพื่อการค้า”.

³⁰⁸ พระราชบัญญัติสรรพสามิต พ.ศ. 2560 มาตรา 157.

³⁰⁹ TheThaiger, ‘สรุปตรามา ดองเหล้าบ๊วย ปมวันโดนจับใน 20 นาที รู้ตัวอีกทีอยู่ท้ายกระบะเจ้าหน้าที่แล้ว’ <<https://thethaiger.com/th/news/556477/>> สืบค้นเมื่อ 21 กุมภาพันธ์ 2567.

³¹⁰ พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 มาตรา 30

ผู้กระทำความผิดได้นำการดองผลบ๊วยนั้นเป็นหลักฐานที่ได้ซื้อมาโดยถูกกฎหมาย และนำมาเทลงในภาชนะที่ใช้ดองผลบ๊วยดังรูป



ที่มา TheThaiger (2567)

ภาพที่ 4.1 ข้าวจาก TheThaiger

ซึ่งในทางข้อเท็จจริงและข้อกฎหมายไม่น่าจะถือว่าเป็นการกระทำความผิด เพราะยังไม่มีสภาพเป็นเหล้าบ๊วยหรืออุเมซุ แต่ในทางปฏิบัติเจ้าหน้าที่ของกรมสรรพสามิตมองว่า เป็นการกระทำที่ผิดกฎหมายแล้วถึงแม้สุราดังกล่าวยังไม่มีสภาพของการเป็นเหล้าบ๊วยหรืออุเมซุที่ผ่านการหมักดองตามกระบวนการที่ควรจะเป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ทำจากการแปรรูปผลไม้สดก็ตาม

4.2 สภาพปัญหาที่เกี่ยวข้องกับนโยบายและมาตรการทางกฎหมายในการส่งเสริมอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ที่ผลิตในประเทศไทย: กรณีกระบวนการผลิตของอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ (กระบวนการกลั่นน้ำ)

สำหรับสภาพปัญหาการส่งเสริมอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ที่ผลิตในประเทศไทย: กรณีกระบวนการผลิตของอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ (กระบวนการกลั่นน้ำ) ของประเทศไทยนั้น จะทำการศึกษาวิจัยอยู่ 3 ประเด็นหลักที่สำคัญ ประกอบด้วย (1)

สภาพปัญหาทางด้านนโยบาย (2) สภาพปัญหาทางกฎหมาย และ (3) สภาพปัญหาทางด้านปฏิบัติ ซึ่งมีผลการศึกษา ดังนี้

4.2.1 สภาพปัญหาทางด้านนโยบาย

สำหรับนโยบายการส่งเสริมอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ที่ผลิตในประเทศไทย: กรณีกระบวนการผลิตของอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ (กระบวนการกลั่นน้ำ) จากการศึกษาพบว่า ปัจจุบันประเทศไทยมีนโยบายการส่งเสริมการผลิตของอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ปรากฏอยู่ใน แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566 - 2570) หมวดที่ 7 ไทยมีวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เข้มแข็ง มีศักยภาพสูงและสามารถแข่งขันได้

กลยุทธ์ที่ 1 การพัฒนาระบบนิเวศให้เอื้ออำนวยต่อการทำธุรกิจและการยกระดับความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

กลยุทธ์ย่อย 1.1 เร่งปรับปรุงกฎระเบียบที่เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจ และสร้างให้เกิดการแข่งขันที่เป็นธรรมระหว่างวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และรายใหญ่ โดยพัฒนาเครื่องมือตรวจจับพฤติกรรมจำกัดการแข่งขัน เพื่อนำไปใช้กำหนดมาตรการแก้ไข ควบคุมการมีอำนาจเหนือตลาด และกำหนดแนวปฏิบัติทางธุรกิจที่เหมาะสมและเป็นธรรมในการแข่งขันระหว่างผู้ประกอบการ พร้อมทั้งการบังคับใช้ที่เข้มแข็ง ตลอดจนทบทวนกฎหมายและกฎระเบียบที่ไม่จำเป็น

จากการศึกษานโยบายต่าง ๆ ดังที่กล่าวมานี้ สามารถพิจารณาได้ว่า ในปัจจุบันถึงแม้ประเทศไทยมีนโยบายการพัฒนาระบบนิเวศให้เอื้ออำนวยต่อการทำธุรกิจและการยกระดับความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และเร่งปรับปรุงกฎระเบียบที่เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจ และสร้างให้เกิดการแข่งขันที่เป็นธรรมระหว่างวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ตลอดจนทบทวนกฎหมายและกฎระเบียบที่ไม่จำเป็น แต่ในปัจจุบันกฎระเบียบหรือกฎหมายที่เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ในประเทศไทยพบว่ายังมีอยู่ ซึ่งจะขอกล่าวถึงสภาพปัญหาทางด้านกฎหมายต่อไปในหัวข้อ 4.2.2 จึงเห็นได้ว่านโยบายดังกล่าวนี้ ยังไม่มีความสอดคล้องกับมาตรการทางกฎหมายที่จะช่วยส่งเสริมความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และสร้างความสามารถในการแข่งขันที่เป็นธรรม

ดังนั้น การที่นโยบายไม่สอดคล้องกับกฎหมายส่งผลเสียหลายประการ ได้แก่ การปฏิบัติที่ไม่ชัดเจน ซึ่งอาจทำให้เจ้าหน้าที่หรือผู้ปฏิบัติงานสับสน เนื่องจากแนวทางของนโยบายและกฎหมายขัดแย้งกัน นำไปสู่ความไม่สม่ำเสมอในการบังคับใช้กฎหมาย อีกทั้งอาจทำให้ประชาชนสูญเสียความเชื่อมั่นต่อระบบการบริหารของรัฐ หากเห็นว่ารัฐมีแนวทางดำเนินงานที่ไม่ชัดเจนและไม่เป็นเอกภาพ นอกจากนี้ อาจก่อให้เกิดความสูญเสียทางทรัพยากร ทั้งในรูปของเวลา งบประมาณ และแรงงานของ

ภาครัฐ ที่ต้องนำมาใช้ในการแก้ไขปัญหาหรือปรับปรุงแนวทางที่ไม่ชัดเจนเหล่านั้น ซึ่งส่งผลให้การพัฒนาในภาพรวมเกิดความล่าช้าและไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร

4.2.2 สภาพปัญหาทางด้านกฎหมาย

จากการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับสภาพปัญหาทางด้านกฎหมายที่เกี่ยวกับการผลิตของอุตสาหกรรมเครื่องต้มแอลกอฮอล์จากผลไม้ (กระบวนการกลั่นน้ำ) ภายในประเทศไทย ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาพบว่า มีสภาพปัญหา 5 กรณีด้วยกัน โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ปัญหาการกำหนดแรงคนและแรงม้าของเครื่องจักร

จากการศึกษาปัญหาการกำหนดแรงคนและแรงม้าของเครื่องจักร พบว่า กฎกระทรวงการผลิตสุรา พ.ศ. 2565 กำหนดให้

โรงอุตสาหกรรมขนาดเล็ก กำหนดให้มีกำลังเครื่องจักรไม่เกิน 5 แรงม้า จำนวนคนไม่เกิน 5 คน³¹¹

โรงอุตสาหกรรมขนาดกลาง กำหนดให้มีกำลังเครื่องจักรไม่เกิน 50 แรงม้า จำนวนคนไม่เกิน 50 คน³¹²

การกำหนดขีดจำกัดกำลังเครื่องจักร และจำนวนแรงงาน สำหรับโรงงานอุตสาหกรรมขนาดเล็ก ส่งผลเสียต่อผู้ประกอบการอย่างชัดเจน ซึ่งจากการที่ผู้วิจัยได้ไปสัมภาษณ์ผู้ประกอบการที่มีความรู้ความสามารถที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมเครื่องต้มแอลกอฮอล์ ซึ่งได้ให้ความเห็นว่า “กรณีที่โรงอุตสาหกรรมขนาดเล็กนั้นกำหนดกำลังเครื่องจักรไม่เกิน 5 แรงม้านั้นน้อยเกินไป ไม่เพียงพอต่อการที่จะผลิตเครื่องต้มแอลกอฮอล์ได้โดยใช้เตาแก๊ส ใช้ได้แต่เพียงผืนในการผลิตเท่านั้น ทำให้ผลิตได้ไม่เพียงพอต่อความต้องการในตลาด และหากต้องการขยายเป็นอุตสาหกรรมขนาดกลางต้องใช้ต้นทุนที่สูงขึ้นไปอีก” ทั้งที่เตาแก๊สมีประสิทธิภาพสูงกว่า สะอาดกว่า และควบคุมอุณหภูมิได้แม่นยำกว่า ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อคุณภาพของสินค้าและความสามารถในการแข่งขันในตลาด กล่าวอีกนัยหนึ่งข้อจำกัดด้านแรงม้าเป็นการบังคับให้ผู้ผลิตใช้เทคโนโลยีล้าสมัย ไม่สามารถใช้เครื่องจักรที่มีประสิทธิภาพได้ ทั้งยังผลิตได้ในปริมาณน้อย ไม่สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดได้อย่างเพียงพอ

จากการศึกษา พบว่า การคำนวณแรงม้า จากคู่มือการประเมินแรงม้าเครื่องจักร ของกรมโรงงานอุตสาหกรรม พบว่า ถ้าใช้เตาแก๊ส จะต้องคำนวณแรงม้าจากน้ำหนักของแก๊สที่ใช้ไปต่อเวลาหนึ่งชั่วโมง ซึ่งหากใช้จริงแล้วจะคำนวณแรงม้าได้เกิน 5 แรงม้า โดยมีวิธีคำนวณดังนี้

$$\text{แรงม้า} = 3.8 \times \text{ปริมาณแก๊สที่ใช้ (กิโลกรัมต่อชั่วโมง)}$$

³¹¹ กฎกระทรวงการผลิตสุรา พ.ศ. 2565 มาตรา 3.

³¹² กฎกระทรวงการผลิตสุรา พ.ศ. 2565 มาตรา 3.

หากใช้เตาฟืน จะอยู่ในกลุ่มของเตาอังโล่ ซึ่งกำหนดแรงม้าดังนี้

1) เส้นผ่านศูนย์กลางโดยเฉลี่ยของเตาไม่เกิน 40 เซนติเมตร คิดเป็น 0.25

แรงม้า

2) เส้นผ่านศูนย์กลางโดยเฉลี่ยของเตาเกิน 40 เซนติเมตร แต่ไม่เกิน 100

เซนติเมตร คิดเป็น 0.5 แรงม้า

3) เส้นผ่านศูนย์กลางโดยเฉลี่ยของเตามากกว่า 100 เซนติเมตรขึ้นไป คิดเป็น 2

แรงม้า

ดังนั้น จึงเห็นได้ว่าผู้ประกอบการขนาดเล็กไม่สามารถที่จะใช้ก๊าซหุงต้มหรือใช้เตาแก๊สในการผลิตได้ โดยข้อกำหนดนี้จำกัดศักยภาพของผู้ประกอบการรายย่อยไม่ให้อาจผลิตในระดับที่คุ้มทุนหรือขยายกำลังการผลิตได้อย่างเหมาะสมตั้งแต่เริ่มต้น อีกทั้งยังไม่สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมทางเทคโนโลยีในปัจจุบัน หากผู้ประกอบการต้องการขยายการผลิตโดยการยกระดับไปเป็นอุตสาหกรรมขนาดกลาง กลับต้องเผชิญกับภาระต้นทุนที่สูงขึ้นอย่างมาก ทั้งด้านการลงทุนในเครื่องจักร พื้นที่ และการปฏิบัติตามมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อมและกฎหมายอื่น ๆ ทำให้เกิดภาวะ "ลงทุนซ้ำซ้อน" และก่อให้เกิดแรงกดดันทางเศรษฐกิจต่อผู้ประกอบการรายย่อยที่ต้องการเติบโต ข้อจำกัดดังกล่าวจึงถือเป็นการกีดกันทางการค้า ต่อผู้ประกอบการขนาดเล็ก โดยไม่เปิดโอกาสให้เข้าถึงระบบการผลิตที่มีประสิทธิภาพหรือเติบโตตามกลไกตลาดอย่างเป็นธรรม

2. ปัญหาการกำหนดกำลังผลิตขั้นต่ำ

จากการศึกษาปัญหาการกำหนดกำลังผลิตขั้นต่ำ พบว่า มีการกำหนดกำลังผลิตขั้นต่ำในการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไว้ใน กฎกระทรวงการผลิตสุรา พ.ศ. 2565 ได้กำหนดกำลังผลิตขั้นต่ำไว้คือ ในส่วนของสุรากลั่นชนิดพิเศษ วิสกี้ บรั่นดี และยีน ต้องมีกำลังผลิตขั้นต่ำไม่น้อยกว่า 30,000 ลิตร ต่อวัน³¹³

จากมาตรการทางกฎหมายดังกล่าวจึงสามารถวิเคราะห์สภาพปัญหาได้ว่า กฎกระทรวงการผลิตสุรา พ.ศ. 2565 ที่ได้กำหนดควบคุมกำลังผลิตขั้นต่ำไว้นั้น มีข้อจำกัดในด้านของกำลังผลิตที่ต้องผลิตในปริมาณมาก โดยต้องเป็นโรงงานขนาดใหญ่เท่านั้นจึงสามารถทำได้ แม้ข้อกำหนดนี้มีจุดประสงค์เพื่อควบคุมคุณภาพและมาตรฐานการผลิต แต่ส่งผลกระทบทางลบในหลากหลายด้าน โดยเฉพาะในมิติของเศรษฐกิจ การแข่งขัน และความยั่งยืน ในเชิงเศรษฐกิจ ข้อจำกัดกำลังผลิตขั้นต่ำในระดับสูงถือเป็นอุปสรรคสำคัญสำหรับผู้ประกอบการรายย่อย วิสาหกิจชุมชน หรือผู้ที่ต้องการเริ่มต้นธุรกิจใหม่ เนื่องจากการลงทุนในกำลังการผลิตระดับดังกล่าวต้องใช้เงินทุนสูง ทั้งในด้านเครื่องจักร อาคาร บุคลากร และระบบบำบัดสิ่งแวดล้อม ผู้ประกอบการขนาดเล็กที่ไม่มีทุนทรัพย์หรือ

³¹³ กฎกระทรวงการผลิตสุรา พ.ศ. 2565 ข้อ 17(13).

ศักยภาพเพียงพอจึงไม่สามารถเข้าสู่ตลาดได้ ซึ่งจำกัดโอกาสในการสร้างรายได้ การจ้างงาน และการสร้างเศรษฐกิจหมุนเวียนในระดับท้องถิ่น โดยเฉพาะในพื้นที่ชนบทที่มีทรัพยากรวัตถุดิบพื้นที่ที่สามารถนำมาแปรรูปเป็นสุราคุณภาพได้ ในด้านการแข่งขัน การกำหนดกำลังผลิตขั้นต่ำในระดับที่สูงมากก่อให้เกิดภาวะผูกขาดหรือกึ่งผูกขาดในตลาดสุรา เนื่องจากมีเพียงผู้ประกอบการรายใหญ่เท่านั้นที่สามารถปฏิบัติตามข้อกำหนดนี้ได้ ส่งผลให้ผู้บริโภคมีทางเลือกน้อยลง ราคาสินค้าอาจสูงขึ้น และตลาดขาดแรงจูงใจในการพัฒนาหรือปรับปรุงคุณภาพสินค้า นอกจากนี้ ยังลดโอกาสในการเกิดนวัตกรรมจากผู้ประกอบการรายใหม่ที่มีแนวคิดสร้างสรรค์ หรือสูตรสุราท้องถิ่นที่แตกต่าง แต่ก็ไม่สามารถผลิตในปริมาณสูงตามข้อกำหนดได้ ดังนั้น การกำหนดกำลังการผลิตขั้นต่ำที่สูงตามกฎหมายการผลิตสุรา พ.ศ. 2565 ถือเป็นมาตรการทางกฎหมายในการควบคุมคุณภาพ แต่ในทางปฏิบัติกลับกลายเป็นกลไกที่สร้างความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจ และลดทอนความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการรายย่อย

3. ปัญหาเกี่ยวกับมาตรฐานสิ่งแวดล้อม

จากการศึกษา สภาพปัญหามาตรฐานสิ่งแวดล้อมในด้านกฎหมาย พบว่า กฎกระทรวงการผลิตสุรา พ.ศ. 2565 ได้กำหนดเงื่อนไขที่มีหลักเกณฑ์และมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อมที่แตกต่างกันระหว่างอุตสาหกรรมขนาดเล็ก อุตสาหกรรมขนาดกลาง และอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ โดยมีรายละเอียดปรากฏตามตาราง ดังนี้

ตารางที่ 4.1 สรุปมาตรฐานสิ่งแวดล้อมในอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทย

ประเภท	โรงอุตสาหกรรมขนาดเล็ก	โรงอุตสาหกรรมขนาดกลาง	โรงอุตสาหกรรมขนาดใหญ่
สุรากลั่น	ก) ต้องตั้งอยู่ในทำเลและสภาพแวดล้อมที่เหมาะสม มีพื้นที่เพียงพอที่จะผลิตสุราโดยไม่ก่อให้เกิดอันตราย เหตุเดือดร้อนรำคาญ หรือความเสียหายต่อบุคคลหรือทรัพย์สินของผู้อื่น ข) ต้องตั้งอยู่ห่างจากแหล่งน้ำสาธารณะไม่น้อยกว่าหนึ่งร้อยเมตรและต้องมีระบบบำบัดน้ำเสียที่ไม่ก่อให้เกิดมลภาวะต่อสิ่งแวดล้อมตามมาตรฐานที่กรมควบคุมมลพิษกำหนด	ปฏิบัติตามกฎหมายเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมและกฎหมายเกี่ยวกับการสาธารณสุขที่เกี่ยวข้องกับการประกอบกิจการโรงอุตสาหกรรมสุรา	

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ประเภท	โรงอุตสาหกรรมขนาดเล็ก	โรงอุตสาหกรรมขนาดกลาง	โรงอุตสาหกรรมขนาดใหญ่
เบียร์	ต้องได้รับความเห็นชอบรายงานการวิเคราะห์ผลกระทบสิ่งแวดล้อมตามกฎหมายว่าด้วยการส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมแห่งชาติแล้ว		
เบียร์บริวดิ้ง	ปฏิบัติตามกฎหมายเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม และกฎหมายเกี่ยวกับการสาธารณสุขที่เกี่ยวข้องกับการประกอบกิจการโรงอุตสาหกรรมสุรา		
สุราแช่	ต้องตั้งอยู่ในทำเลและสภาพแวดล้อมที่เหมาะสม มีพื้นที่เพียงพอที่จะผลิตสุราโดยไม่ก่อให้เกิดอันตราย เหตุเดือดร้อนรำคาญ หรือความเสียหายต่อบุคคลหรือทรัพย์สินของผู้อื่น	ปฏิบัติตามกฎหมายเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมและกฎหมายเกี่ยวกับการสาธารณสุขที่เกี่ยวข้องกับการประกอบกิจการโรงอุตสาหกรรมสุรา	

ที่มา ผู้วิจัยทำเอง

จากตารางจึงสามารถพิจารณาได้ว่า หลักเกณฑ์และมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อมนั้น ในส่วนของสุรากลั่นและสุราแช่นั้น จะเห็นได้ว่าจะแบ่งแยกออกเป็น 2 ระดับ คือ โรงอุตสาหกรรมขนาดเล็กซึ่งใช้มาตรฐานไม่สูงมาก ส่วนโรงอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดใหญ่นั้นใช้มาตรฐานเดียวกัน ในขณะที่เครื่องต้มแอลกอฮอล์ประเภทเบียร์และเบียร์บริวดิ้งนั้น ใช้มาตรฐานเดียวกันทั้งอุตสาหกรรมขนาดเล็ก กลาง และขนาดใหญ่ การกำหนดมาตรฐานสิ่งแวดล้อมเช่นนี้ ทำให้ไม่ได้สัดส่วนระหว่างอุตสาหกรรมทั้ง 3 ขนาด ซึ่งหากพิจารณาแล้ว การที่อุตสาหกรรมขนาดเล็ก หรือขนาดกลาง ต้องใช้มาตรฐานเดียวกันกับอุตสาหกรรมขนาดใหญ่นั้น ถือเป็นมาตรฐานที่สูงมากจึงไม่ได้สัดส่วนกันกับขนาดอุตสาหกรรม ซึ่งเป็นอุปสรรคสำคัญและส่งผลต่อผู้ประกอบการเนื่องจากมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อมนี้ล้วนต้องมีค่าใช้จ่ายและเป็นการเพิ่มต้นทุนให้กับผู้ผลิต

นอกจากนี้ จากการที่ผู้วิจัยได้ไปสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ³¹⁴ที่มีความรู้ความสามารถเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมเครื่องต้มแอลกอฮอล์ ซึ่งได้ให้ความเห็นว่า “การผลิตเบียร์เป็นที่ทำได้ยากมากไม่ว่าจะเป็นในส่วนของการเบียร์คราฟท์หรือเบียร์ทั่วไป ถึงแม้จะไม่มีกำหนดกำลังผลิตขั้นต่ำไว้ก็ตามแต่กฎหมายกำหนดให้ ต้องได้รับความเห็นชอบรายงานการวิเคราะห์ผลกระทบสิ่งแวดล้อมตามกฎหมายว่าด้วยการส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ (EIA)³¹⁵ ซึ่งการที่จะยื่นเรื่องตามมาตรฐาน

³¹⁴ สัมภาษณ์ ธนชัย สมจิตร และ ธนาวัฒน์ จันทอง (20 ธันวาคม 2567).

³¹⁵ กฎกระทรวงการผลิตสุรา พ.ศ. 2565 ข้อ 16(1)(ข).

(EIA) นั้นต้องมีกำลังผลิตไม่ต่ำกว่า 600,000 ลิตร ต่อเดือน³¹⁶ จึงคาดว่าจะต้องใช้ต้นทุนจำนวนมากเกินกว่า 1 ล้านบาท ทำให้ผู้ประกอบการรายย่อยไม่สามารถเกิดขึ้นมาได้เลย ในอุตสาหกรรมเบียร์”

ดังนั้น สภาพปัญหาทางด้านกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อมในอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยเฉพาะในกลุ่มเครื่องดื่มประเภทเบียร์และเบียร์บริวฟ์ แสดงให้เห็นถึงความไม่สอดคล้องระหว่างขนาดของกิจการกับมาตรฐานที่กฎหมายกำหนด กล่าวคือ ในขณะที่สุรากลั่นและสุราแช่มีการแบ่งแยกมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อมตามระดับของโรงงาน (ขนาดเล็ก กลาง และใหญ่) อย่างเหมาะสม แต่สำหรับเบียร์และเบียร์บริวฟ์กลับกำหนดให้ต้องปฏิบัติตาม มาตรฐานเดียวกันทุกขนาดกิจการซึ่งถือเป็นการกำหนดมาตรฐานที่ไม่สัดส่วนกับขนาดของผู้ประกอบการ และส่งผลให้เกิดภาระต้นทุนสูงเกินความจำเป็นสำหรับรายย่อยหรือรายใหม่ อีกทั้งข้อกำหนดที่ให้โรงงานผลิตเบียร์ต้องได้รับความเห็นชอบจากรายงานวิเคราะห์ผลกระทบสิ่งแวดล้อม (Environmental Impact Assessment: EIA) ข้อกำหนดเช่นนี้จึงเป็นการขัดต่อแนวทางส่งเสริมเศรษฐกิจฐานราก และสะท้อนให้เห็นถึงกฎหมายที่ไม่มีความยืดหยุ่นและขาดการพิจารณาตามลักษณะเฉพาะของแต่ละระดับอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ส่งผลให้ผู้ประกอบการรายย่อยไม่สามารถแข่งขันหรือเข้าสู่ตลาดได้ ซึ่งเป็นอุปสรรคที่ขัดขวางการเติบโตของอุตสาหกรรมเบียร์ภายในประเทศ และส่งผลให้เกิดการย้ายฐานการผลิตไปยังต่างประเทศ หรือการดำเนินการผลิตนอกระบบอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

4. ปัญหาการผลิตเพื่อบริโภคเอง

จากการศึกษาพบว่า มีปัญหาการผลิตเพื่อบริโภคเองปรากฏใน กฎกระทรวงการผลิตสุรา พ.ศ. 2565 โดยกำหนดให้

- 1) ต้องผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยใช้วัตถุดิบ และอุปกรณ์ตามที่แจ้งไว้เท่านั้น
- 2) ต้องผลิตให้ได้คุณภาพและมาตรฐานตามที่อธิบดีประกาศกำหนด
- 3) ต้องผลิตไม่เกิน 200 ลิตรต่อปี และ
- 4) ต้องเสียภาษีตามปริมาณแอลกอฮอล์เช่นเดียวกับการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

เพื่อการค้า³¹⁷

จากมาตรการทางกฎหมายดังกล่าว จึงสามารถวิเคราะห์สภาพปัญหาได้ว่า การผลิตเพื่อบริโภคเองมีลักษณะเป็นกิจกรรมในลักษณะที่ผู้บริโภคเป็นผู้ผลิตและเป็นผู้บริโภคเอง ซึ่งโดยธรรมชาติย่อมคำนึงถึงความปลอดภัยและคุณภาพของผลิตภัณฑ์เป็นสำคัญ เพราะส่งผลต่อสุขภาพ

³¹⁶ ประกาศกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเรื่อง กำหนดโครงการ กิจการ หรือการดำเนินการ ซึ่งต้องจัดทำรายงานประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อมและหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขในการจัดทำรายงานการประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อม, เอกสาขายประกาศ 3.

³¹⁷ กฎกระทรวงการผลิตสุรา พ.ศ. 2565 ข้อ 8 และ 11.

ของตนเองและครอบครัวโดยตรง จึงไม่มีความจำเป็นต้องบังคับให้ต้องได้มาตรฐานแบบเดียวกับผู้ประกอบการเพื่อการค้า ข้อกำหนดเช่นนี้จึงถือเป็นการออกแบบมาตรการควบคุมที่ขาดความสมเหตุสมผล ไม่ยึดตามระดับความเสี่ยง และกลายเป็นการแทรกแซงสิทธิเสรีภาพของประชาชนโดยไม่จำเป็น ทั้งนี้ การจำกัดปริมาณการผลิตไว้ไม่เกิน 200 ลิตรต่อปี ถือว่าน้อยเกินไปในระยะเวลาตลอดปี นอกจากนี้ การกำหนดให้ต้องเสียภาษีในอัตราเดียวกับผู้ผลิตเพื่อการค้า ยังเป็นต้นทุนที่ผู้ผลิตไม่สมควรที่จะแบกรับไว้ เนื่องจากการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพื่อบริโภคในครัวเรือนนั้น ไม่ได้เป็นการทำเพื่อแสวงหาผลกำไรเป็นกิจกรรมที่อยู่ในขอบเขตของการดำรงชีวิตประจำวัน ดังนั้น การควบคุมการผลิตเพื่อบริโภคเองควรเน้นเฉพาะด้านความปลอดภัยสาธารณะ เช่น การไม่ก่อให้เกิดมลภาวะหรือความเดือดร้อนรำคาญเป็นสำคัญ

5. ปัญหาทางภาษี

จากการศึกษาพบว่า มีปัญหาทางภาษี ปรากฏไว้ใน กฎกระทรวงกำหนดชนิดของสุราและอัตราภาษีสุรา พ.ศ.2556 โดยใช้การคิดอัตราภาษีตามปริมาณและมูลค่า หากอัตราภาษีใดมีมูลค่าสูงกว่าให้นำอัตราภาษีนั้นมาปรับใช้³¹⁸

จากมาตรการทางกฎหมายดังกล่าวจึงสามารถวิเคราะห์สภาพปัญหาได้ว่า กฎกระทรวงกำหนดชนิดของสุราและอัตราภาษีสุรา พ.ศ.2556 ที่ออกมาเพื่อใช้ควบคุมและกำกับดูแลการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่า จะใช้อัตราภาษีสุรา 2 แบบ คือ (1) อัตราภาษีตามปริมาณ (ซึ่งภาษีตามปริมาณนั้นส่งผลให้กับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีราคาวัตถุดิบสูง) และ (2) อัตราภาษีตามมูลค่า (ซึ่งภาษีตามมูลค่านั้นส่งผลให้กับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีราคาวัตถุดิบต่ำ) แต่แต่ละประเภทของสุราโดยหาคำนวณแล้วอัตราใดจำนวนภาษีมูลค่าสูงกว่าให้ใช้อัตรา นั้นในการจัดเก็บ ส่งผลให้ผู้ประกอบการรายเล็กโดยเฉพาะกลุ่มที่ใช้วัตถุดิบจากท้องถิ่นต้องเผชิญกับความไม่เป็นธรรม กล่าวคือ ผู้ประกอบการรายเล็กมักใช้วัตถุดิบพื้นถิ่นซึ่งมีราคาสูงและไม่สามารถผลิตในปริมาณมาก ส่งผลให้เมื่อคำนวณภาษีตามมูลค่าแล้วต้องเสียภาษีในอัตราที่สูง ทั้งที่จำนวนการผลิตในปริมาณไม่มาก

อย่างไรก็ตาม ในกรณีของสุราชุมชนหรือเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ที่ใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นผลิตในระดับอุตสาหกรรมขนาดเล็กหรือกลุ่มวิสาหกิจชุมชน การจัดเก็บภาษีในอัตราเดียวกับผู้ประกอบการรายใหญ่ โดยไม่พิจารณาถึงขนาดกิจการและต้นทุนจริง ส่งผลให้เป็นการเอื้อประโยชน์ต่อผู้ประกอบการรายใหญ่ที่มีต้นทุนการผลิตต่ำจากการผลิตในปริมาณมาก (Economies of Scale) มากกว่าที่จะเป็นการสนับสนุนผู้ประกอบการรายเล็ก ผลกระทบที่เกิดขึ้นคือ ผู้ผลิตรายเล็กไม่สามารถตั้งราคาขายที่สามารถแข่งขันในตลาดได้ เนื่องจากเมื่อรวมต้นทุนภาษีเข้ากับต้นทุนวัตถุดิบ ผู้ประกอบการเหล่านี้จึงเสียเปรียบทางราคา และถูกผลักออกจากระบบการผลิตที่ถูกต้องตาม

³¹⁸ กฎกระทรวงกำหนดชนิดของสุราและอัตราภาษีสุรา พ.ศ.2556 ข้อ 2.

กฎหมาย อาจกลายเป็นแรงจูงใจให้ผลิตนอกระบบ หลีกเลี่ยงภาษี หรือย้ายฐานการผลิตไปต่างประเทศ ซึ่งมีกฎหมายและภาษีที่เอื้อต่อรายย่อยมากกว่า ดังนั้น การใช้อัตราภาษีสุราแบบผสม และไม่แยกตามขนาดของผู้ผลิต ถือเป็นอุปสรรคทางกฎหมายที่สำคัญต่อการส่งเสริมอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ในระดับชุมชน ซึ่งสวนทางกับนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ การเพิ่มมูลค่าสินค้าเกษตร และการกระจายโอกาสทางเศรษฐกิจอย่างเป็นธรรมในสังคมไทย

4.2.3 สภาพปัญหาทางด้านปฏิบัติ

จากการศึกษาสภาพปัญหาทางด้านปฏิบัติที่เกี่ยวกับการส่งเสริมอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ที่ผลิตในประเทศไทย: กรณีกระบวนการผลิตของอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ (กระบวนการกลั่นน้ำ) ภายในประเทศไทย ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา พบ การลักลอบผลิตสุราเถื่อน

ปัญหาการลักลอบผลิตสุราเถื่อนในประเทศไทยนั้นส่วนหนึ่งเกิดขึ้นมาจากปัญหาทางด้านนโยบายและมาตรการทางกฎหมายที่เป็นอุปสรรคเช่น การขออนุญาต มาตรฐานการผลิต หรือภาษี ที่มีมาตรฐานที่สูงเกินไป ทำให้ประชาชนทั่วไปเลือกที่จะลักลอบผลิตสุราเถื่อนขึ้นเพื่อหลีกเลี่ยงมาตรการต่าง ๆ ที่รัฐได้กำหนดขึ้น แม้กรมสรรพสามิตมีการดำเนินมาตรการเชิงรุกในการป้องกันและปราบปรามการลักลอบผลิตสุราเถื่อน ดังที่ปรากฏไว้ในข่าวกรมสรรพสามิตในวันที่ 25 ตุลาคม 2562 ฉบับที่ 59/2562 ได้ประกาศเอาไว้ว่า นายณัฐกร อุเทนสุต ผู้อำนวยการสำนักแผนภาษี ในฐานะรองโฆษกกรมสรรพสามิตเปิดเผยว่า จากกรณีชาวบ้านในตำบลเสม็ด อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ถูกนำตัวส่งโรงพยาบาลชลบุรีหลังมีอาการแน่นหน้าอก อาเจียนจากการซื้อเหล้ายาตองที่มีส่วนผสมของสมุนไพรสามสิบผสมคางคกและเหล้าขาว มาบริโภคเป็นเหตุให้เสียชีวิตจำนวน 3 ราย กรมสรรพสามิตได้ตรวจสอบข้อเท็จจริงจากสำนักงานสรรพสามิตพื้นที่ชลบุรี 1 พบว่าในสถานที่ทำเหล้ายาตองดังกล่าว พบทั้ง ถังกลั่นแอลกอฮอล์และชนิดเอทิลแอลกอฮอล์ ซึ่งพนักงานสอบสวนอยู่ระหว่างการหาข้อเท็จจริง เพื่อสรุปสาเหตุการเสียชีวิตและแจ้งข้อกล่าวหาต่อผู้กระทำผิดต่อไป กรมสรรพสามิตขอเรียนให้ทราบว่า "การทำเหล้ายาตองเพื่อขาย" ดังกล่าว เป็นการลักลอบทำโดยชาวบ้าน ซึ่งภายใต้พระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2560 กรมสรรพสามิตไม่มีการอนุญาตให้ทำเหล้ายาตองเพื่อขายได้ อย่างไรก็ตาม กรมสรรพสามิตควบคุมการผลิตสุราโดยยกใบอนุญาตผลิตรวมทั้งมีการควบคุมการผลิต การจำหน่ายและการตรวจสอบคุณภาพสุราที่ได้มาตรฐานสุราตามที่กรมสรรพสามิตกำหนด ซึ่งกรมสรรพสามิตจะมีการตรวจสอบตั้งแต่การใช้วัตถุดิบ กรรมวิธีการผลิต ตรวจสอบคุณภาพสุราก่อนนำออกจากโรงอุตสาหกรรม และตรวจสอบการใช้ฉลากและภาชนะตาม

ประกาศกรมสรรพสามิต เรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขในการผลิตสุราและการนำสุราออกจากโรงอุตสาหกรรมเพื่อตรวจวิเคราะห์ในขั้นตอนการผลิต³¹⁹

อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบันพบว่ายังมีการลักลอบผลิตสุราเถื่อนและส่งผลกระทบต่อความปลอดภัยต่อสุขภาพของประชาชน และมีผู้เสียชีวิตจากเหตุการณ์ดังที่ปรากฏตามข่าว เมื่อวันที่ 25 สิงหาคม 2567 กรมการแพทย์ เผยตัวเลขผู้ป่วยจากการดื่มสุราเถื่อนจากแหล่งเดียวกัน ขณะนี้มี 21 คน ในจำนวนนี้เสียชีวิตแล้ว 1 คน และอาการวิกฤตอีก 1 คน ขณะที่กรมสรรพสามิต ตรวจสอบต้นตอโรงงานผลิตพบลักลอบผสมเมทานอล สังกัด 18 แห่ง รองอธิบดีกรมการแพทย์ เปิดเผยว่า ระหว่างวันที่ 22 - 25 สิงหาคม 2567 มีผู้ป่วยเข้ารับการรักษาด้วยอาการพิษจากเมทานอล รวม 21 คน ในจำนวนนี้มี 1 คนที่ถูกส่งรักษาตัวที่โรงพยาบาลสินแพทย์เสรีรักษ์ เสียชีวิตแล้ว และอีก 1 คน อาการวิกฤต ส่วนผู้ป่วยที่เหลือมีรักษาตัวที่โรงพยาบาลนพรัตนราชธานี 13 คน โรงพยาบาลนวมินทร์ 9 จำนวน 5 คน โรงพยาบาลราชวิถี โรงพยาบาลเกษมราษฎร์รามคำแหง ในแต่ละ 1 คน นายพุง บุญสมสุวรรณ ผู้อำนวยการสำนักตรวจสอบป้องกันและปราบปราม กรมสรรพสามิต เปิดเผยว่า ได้เก็บตัวอย่างสุราที่ขายในซุ้มยาตอง 3 แห่ง ในเขตคลองสามวาและมีนบุรี ไปตรวจสอบพบว่า มีสารเมทานอลเป็นส่วนผสม ขณะที่การตรวจโรงงานแห่งหนึ่งในเขตสะพานสูง พบเป็นแหล่งผลิตที่นำเมทานอลมาผสมกับน้ำเปล่า ให้กลายเป็นเหล้าขาว 40 ดีกรี จากนั้นแม่ค้าคนกลางจะมารับซื้อเพื่อนำไปผสมเป็นเหล้าตองยาและขายต่อให้กับซุ้มยาตองอีก 18 ร้าน ใน 6 เขตพื้นที่³²⁰ จากข้อมูลจากศูนย์พิษวิทยารามาธิบดี พบว่า ช่วงปี พ.ศ. 2551 ถึง พ.ศ. 2562 พบผู้ป่วยที่ได้รับพิษจากเอทานอล 573 คน และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง³²¹

ดังนั้น ปัญหาการลักลอบผลิตสุราเถื่อนในประเทศไทยเกิดจากหลายปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับมาตรการทางกฎหมายที่เป็นอุปสรรคต่อผู้ผลิตสุราชุมชนหรือผู้ประกอบการรายย่อย เช่น การขออนุญาตที่ซับซ้อน มาตรฐานการผลิตที่สูงเกินไป และอัตราภาษีที่ทำให้ต้นทุนการผลิตเพิ่มสูงขึ้น ทำให้ผู้ประกอบการบางรายเลือกที่จะผลิตสุราเถื่อนเพื่อลดต้นทุนและหลีกเลี่ยงข้อบังคับต่าง ๆ ส่งผลให้เกิดการใช้สารอันตรายอย่างเมทานอลในกระบวนการผลิต ซึ่งเป็นอันตรายอย่างยิ่งต่อสุขภาพของ

³¹⁹ กรมสรรพสามิต, ‘ข่าวกรมสรรพสามิต ผู้นำการจัดเก็บภาษีเพื่อสังคม สิ่งแวดล้อม และพลังงาน’, ฉบับที่ 59/2562 (25 ตุลาคม 2562) <<https://webdev.excise.go.th/act2560/images/59-2562สรรพสามิตตอนทำสรณคกฎหมาย.pdf>> สืบค้นเมื่อ 25 สิงหาคม 2567.

³²⁰ ThaiPBS, ‘สังกัด 18 ร้านสุราเถื่อน หลังเสียชีวิต 1 ยังนอน รพ. 20 อาการโคม่า 1’ (25 สิงหาคม 2567) <<https://www.thaipbs.or.th/news/content/343472>> สืบค้นเมื่อ 25 สิงหาคม 2567.

³²¹ กรมสรรพสามิต, ‘ข่าวกรมสรรพสามิต ผู้นำการจัดเก็บภาษีเพื่อสังคม สิ่งแวดล้อม และพลังงาน’, ฉบับที่ 59/2562 (25 ตุลาคม 2562) <<https://webdev.excise.go.th/act2560/images/59-2562สรรพสามิตตอนทำสรณคกฎหมาย.pdf>> สืบค้นเมื่อ 25 สิงหาคม 2567.

ผู้บริโภค อย่างเช่นในกรณีที่พบว่าผู้เสียชีวิตจากการบริโภคสุราเถื่อนที่มีการผสมเมทานอล ซึ่งเป็นสารที่มีพิษร้ายแรง หากถูกบริโภคเข้าไปอาจทำให้เกิดอาการพิษร้ายแรงจนถึงขั้นเสียชีวิต นอกจากนี้พบว่า การลักลอบผลิตสุราเถื่อนทำให้รัฐสูญเสียรายได้จากภาษี และไม่สามารถควบคุมคุณภาพของสุราได้ ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศไทยและผู้ประกอบการที่ดำเนินการผลิตสุราอย่างถูกต้องตามกฎหมายไม่ได้รับการสนับสนุนอย่างเพียงพอในการแข่งขันกับผู้ผลิตสุราเถื่อนที่มีต้นทุนต่ำกว่า

4.3 สภาพปัญหาที่เกี่ยวกับนโยบายและมาตรการทางกฎหมายในการส่งเสริมอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ที่ผลิตในประเทศไทย: กรณีกระบวนการด้านตลาดของอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ (กระบวนการปลายน้ำ)

สำหรับสภาพปัญหาการส่งเสริมอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ที่ผลิตในประเทศไทย: กรณีกระบวนการด้านตลาดของอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ (กระบวนการปลายน้ำ) ของประเทศไทยนั้น จะทำการศึกษาวิจัยอยู่ 3 ประเด็นหลักที่สำคัญ ประกอบด้วย (1) สภาพปัญหาทางด้านนโยบาย (2) สภาพปัญหาทางกฎหมาย และ (3) สภาพปัญหาทางด้านปฏิบัติ

4.3.1 สภาพปัญหาทางด้านนโยบาย

สำหรับนโยบายการส่งเสริมอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ที่ผลิตในประเทศไทย: กรณีกระบวนการด้านตลาดของอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ (กระบวนการปลายน้ำ) จากการศึกษา พบว่า ปัจจุบันประเทศไทยมีนโยบายการส่งเสริมกระบวนการด้านตลาดของอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ปรากฏอยู่ใน

แผนลำดับที่ 1 ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561 – 2580) ปรากฏในยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน ข้อที่ 1 ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน หัวข้อที่ 4.1 การเกษตรมูลค่าเพิ่ม หัวข้อย่อย 4.1.1 เกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่น กล่าวถึง

การนำอัตลักษณ์พื้นถิ่นและภูมิปัญญาท้องถิ่นของไทยมาเป็นผลิตภัณฑ์การเกษตร รวมทั้งสินค้าที่ได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ โดยส่งเสริมการนำอัตลักษณ์พื้นถิ่นและภูมิปัญญาท้องถิ่นของไทยมาใช้ในการผลิตสินค้าและผลิตภัณฑ์การเกษตรที่มีมูลค่าเพิ่มสูง เป็นสินค้าเกษตรชนิดใหม่ ให้รองรับความต้องการของตลาดยุคใหม่ เพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจของท้องถิ่น และสร้างจุดเด่นความแตกต่างของสินค้าเกษตรไทยในตลาดโลก เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่แตกต่างกัน ในประเทศต่าง ๆ ได้ พร้อมทั้งส่งเสริมการประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาและเทคโนโลยีในการพัฒนา

กระบวนการผลิตและบรรจุภัณฑ์ เพื่อให้มีสินค้าอัตลักษณ์พื้นถิ่นออกสู่ตลาดสม่ำเสมอ รวมถึงสินค้าเกษตรนอกฤดูกาลการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์เกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่นให้ได้รับการรับรองมาตรฐานทั้งระดับในประเทศและต่างประเทศ การส่งเสริมการขึ้นทะเบียนรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ การส่งเสริมการสร้างแบรนด์สินค้า ของเกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่น และการสร้างความต้องการของสินค้าด้วยการสร้างเรื่องราวของสินค้าให้เป็นที่รู้จักและยอมรับในคุณภาพทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมทั้งการผลักดันการส่งออกสินค้าเกษตรอัตลักษณ์ไทยและสินค้าที่ได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ และพืชผลเกษตรและผลไม้เขตร้อนอื่น ๆ สู่ตลาดโลก³²²

แผนลำดับที่ 2 แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ (2566 - 2580) ปรากฏในประเด็น (03) การเกษตร ในข้อ 4.1 การสร้างเกษตรมูลค่า ในหัวข้อย่อย 4.1.1 เกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่น ในแผนย่อยที่ 1 เกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่น โดยกล่าวถึง

การส่งเสริมสินค้าเกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่นมีมูลค่าเพิ่มขึ้น ผ่านการพัฒนาและต่อยอดสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าเกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่น ซึ่งครอบคลุมสินค้าเกษตรและผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรที่มีเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะพื้นที่ สินค้าจากภูมิปัญญาท้องถิ่นของไทย สินค้าศิลปาชีพ สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ รวมถึงสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ และพืชผลเกษตรและผลไม้เขตร้อน โดยการนำจุดเด่นของอัตลักษณ์พื้นถิ่นและภูมิปัญญาท้องถิ่นของไทยมาใช้ในการผลิตและจำหน่ายสินค้าเกษตรที่มีมูลค่าเพิ่มสูง รวมทั้งสินค้าที่ได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ซึ่งมีความโดดเด่นจากทำเลที่ตั้งในเขตร้อน และความหลากหลายของผลผลิตทางการเกษตรของไทยในแต่ละพื้นที่ที่มีเอกลักษณ์ และนำมาผสมผสานภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยมีแนวทางการพัฒนา 3 ข้อ

1. ส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์เกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่น ด้วยการประยุกต์ใช้ภูมิปัญญานวัตกรรมและเทคโนโลยีการพัฒนาระบบการผลิตและบรรจุภัณฑ์ เพื่อให้มีสินค้าอัตลักษณ์พื้นถิ่นออกสู่ตลาดสม่ำเสมอรวมถึงสินค้าเกษตรนอกฤดูกาล ตลอดจนส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพมาตรฐานที่ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคที่หลากหลาย

2. ส่งเสริมการพัฒนาและยกระดับความสามารถของเกษตรกรและชุมชนในการพัฒนาสินค้าเกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่น เพื่อสร้างรายได้ให้กับเกษตรกร และผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนท้องถิ่นอย่างยั่งยืน

3. สร้างอัตลักษณ์หรือนำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับแหล่งกำเนิดให้กับสินค้า สร้างความแตกต่าง และโดดเด่นของสินค้าในแต่ละท้องถิ่น และสร้างตราสินค้าของเกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่น รวมถึงการพัฒนาระบบฐานข้อมูลเกษตรอัตลักษณ์ ตลอดจนใช้ประโยชน์จากเอกลักษณ์แต่ละพื้นที่ใน

³²² ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561 – 2580) หน้า 19 ถึง 20.

การเชื่อมโยงไปสู่ภาคการผลิตอื่น เช่น การท่องเที่ยวและบริการ ส่งเสริมการบริโภคสินค้าเกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่นในระดับประเทศ และเพื่อการส่งออกไปยังตลาดโลก³²³

จากการศึกษานโยบายต่าง ๆ ดังที่กล่าวมานี้ สามารถพิจารณาได้ว่า ในปัจจุบันถึงแม้ประเทศไทยมีนโยบายส่งเสริมการสร้างอัตลักษณ์ให้กับสินค้าเกษตรนำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับแหล่งกำเนิดให้กับสินค้า สร้างความแตกต่าง และโดดเด่นของสินค้าในแต่ละท้องถิ่น และสร้างตราสินค้าของเกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่น รวมถึงการพัฒนาระบบฐานข้อมูลเกษตรอัตลักษณ์ ตลอดจนใช้ประโยชน์จากเอกลักษณ์แต่ละพื้นที่ในการเชื่อมโยงไปสู่ภาคการผลิตอื่น เช่น การท่องเที่ยวและบริการ ส่งเสริมการบริโภคสินค้าเกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่นในระดับประเทศ และเพื่อการส่งออกไปยังตลาดโลก แต่ในปัจจุบันพบว่า ในประเทศไทยในด้านของอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้นมีการจดทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์คือ ไวน์ที่ราบสูงภูเขาและไวน์เขาใหญ่ 2 แบรินด์เท่านั้น การที่ไม่สามารถปฏิบัติให้เป็นไปตามนโยบายนั้นเกิดขึ้นอันเนื่องมาจากสภาพปัญหาทางด้านกฎหมายและสภาพปัญหาทางด้านปฏิบัติซึ่งจะกล่าวต่อไปในหัวข้อที่ 4.3.2 และ 4.3.3

ดังนั้น การที่ไม่สามารถจดทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) สำหรับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ส่งผลให้เครื่องดื่มท้องถิ่นสูญเสียอัตลักษณ์และความภาคภูมิใจในเอกลักษณ์เฉพาะ ขาดการปกป้องจากการลอกเลียนแบบ ทำให้เสียเปรียบในตลาดสากลเมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์จากต่างประเทศที่มี GI และส่งผลกระทบต่อรายได้และเศรษฐกิจท้องถิ่นที่พลาดโอกาสสร้างมูลค่าเพิ่มจากการรับรอง GI อีกทั้งยังไม่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวและขยายตลาดไปยังกลุ่มผู้บริโภคที่สนใจสินค้าพื้นเมืองได้อย่างเต็มที่

4.3.2 สภาพปัญหาทางด้านกฎหมาย

จากการศึกษาสภาพปัญหาทางด้านกฎหมายที่เกี่ยวกับการส่งเสริมอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ที่ผลิตในประเทศไทย: กรณีกระบวนการด้านตลาดของอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ (กระบวนการปลายน้ำ) ภายในประเทศไทย ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา พบ ปัญหาเกี่ยวกับการโฆษณา

จากการศึกษา พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ได้ห้ามมิให้โฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกประเภท³²⁴ แต่ในทางปฏิบัติ พบว่า ผู้ประกอบการรายใหญ่จำนวนมากใช้การตลาดแฝงผ่านสินค้าประเภทอื่น เช่น น้ำแร่ เสื้อผ้า หรือกิจกรรมบันเทิงที่มีชื่อหรือตราสัญลักษณ์

³²³ แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ (2566 - 2580) หน้า 3-7 และ 3-8.

³²⁴ พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ข้อ 32 ห้ามมิให้ผู้ใดโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือแสดงชื่อหรือเครื่องหมายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อันเป็นการอวดอ้างสรรพคุณหรือชักจูงใจให้ผู้อื่นดื่มโดยตรงหรือโดยอ้อม.

เดียวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ทำให้สามารถสร้างการจดจำแบรนด์ในหมู่ผู้บริโภคได้³²⁵ แม้ไม่ได้โฆษณาตรง ๆ กับผลิตภัณฑ์แอลกอฮอล์ ซึ่งเป็นการหลีกเลี่ยงข้อจำกัดตามกฎหมาย ส่งผลให้ผู้ผลิตรายใหญ่มีความแข็งแกร่งของตราสินค้าที่มากกว่า³²⁶ ซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ประกอบการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์รายเล็กไม่สามารถทำได้ จึงเห็นว่าการจำกัดการโฆษณาเป็นการสร้างอุปสรรคและข้อจำกัดของผู้ประกอบ นอกจากนี้ การโฆษณาผ่านสินค้าประเภทอื่นของผู้ประกอบการรายใหญ่ในอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ส่งผลเสียในหลายด้าน เนื่องจากการสร้างความได้เปรียบในการตลาด ผู้ประกอบการรายใหญ่ที่มีความแข็งแกร่งด้านแบรนด์และงบประมาณสามารถโฆษณาผ่านสินค้าแอลกอฮอล์ได้ผ่านสินค้าประเภทอื่น ซึ่งช่วยเสริมการรับรู้ตราสินค้าในหมู่ผู้บริโภค ทั้งที่กฎหมายจำกัดการโฆษณาตรง ๆ ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ทำให้ผู้ประกอบการรายเล็กขาดโอกาสแข่งขัน ไม่มีทรัพยากรมากพอในการสร้างการจดจำแบรนด์ในลักษณะนี้ จึงไม่สามารถเข้าถึงตลาดได้อย่างเท่าเทียม ทำให้ตลาดขาดความยุติธรรมและเพิ่มการผูกขาดของรายใหญ่ แสดงให้เห็นถึงความไม่เท่าเทียมกันในทางปฏิบัติระหว่างผู้ผลิตหรือผู้ประกอบการรายใหญ่และรายเล็กที่เกิดขึ้นในประเทศไทย

ดังนั้น สภาพปัญหานี้แสดงให้เห็นถึง ความล้มเหลวในการจัดการช่องว่างทางกฎหมาย ส่งผลเสียต่อการแข่งขันในตลาด การพัฒนาของผู้ประกอบการรายย่อย และความเป็นธรรมในระบบเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ จำเป็นอย่างยิ่งที่ภาครัฐจะต้องมีการทบทวนกฎหมายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ให้สามารถตอบสนองต่อการตลาดยุคใหม่ได้อย่างเท่าทัน และมีแนวทางสนับสนุนผู้ประกอบการรายย่อยให้สามารถแข่งขันได้อย่างเป็นธรรมภายใต้กรอบกฎหมายเดียวกัน

4.3.3 สภาพปัญหาทางด้านปฏิบัติ

จากการศึกษาสภาพปัญหาทางด้านปฏิบัติที่เกี่ยวกับการส่งเสริมอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ที่ผลิตในประเทศไทย: กรณีกระบวนการด้านตลาดของอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ (กระบวนการปลายน้ำ) ภายในประเทศไทย ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา พบ ปัญหาด้านสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (Geographical Indications หรือ GI) เป็นทรัพย์สินทางปัญญาประเภทหนึ่ง จะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อมีความเชื่อมโยง ระหว่างปัจจัยสำคัญสองประการ คือ ธรรมชาติ

³²⁵ นิวส์ทีวี, ‘ดีแฟกธุรกิจน้ำเมาแอบแฝงใช้แบรนด์ DNA โฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์’ (2563) <<https://www.newtv.co.th/news/46309>> สืบค้นเมื่อ 25 สิงหาคม 2567.

³²⁶ เสริมศักดิ์ ขุนพล, ‘รูปแบบโฆษณาตราเหมือนของธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทย’, วารสารนิเทศสยามปริทัศน์ ปีที่ 23 ฉบับที่ 1 (มกราคม - มิถุนายน 2567) <<https://so05.tcithaijo.org/index.php/commartsreviewsiamu/article/view/272711/182126>> สืบค้นเมื่อ 25 สิงหาคม 2567.

และมนุษย์ กล่าวคือ ชุมชนได้อาศัยลักษณะเฉพาะที่มีอยู่ในแหล่งภูมิศาสตร์ตามธรรมชาติ เช่น สภาพดินฟ้าอากาศ หรือวัตถุดิบเฉพาะในพื้นที่ มาใช้ประโยชน์ในการผลิตสินค้าในท้องถิ่นของตนขึ้นมา ทำให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณลักษณะพิเศษที่มาจากพื้นที่ดังกล่าว³²⁷ คุณลักษณะพิเศษนี้หมายถึง คุณภาพชื่อเสียงหรือคุณลักษณะเฉพาะอื่น ๆ ที่มาจากแหล่งภูมิศาสตร์นั้น ๆ เช่นนี้สินค้าที่ใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์มักจะเป็นสินค้าที่มีชื่อเสียงและได้รับความนิยม เนื่องจากมีคุณสมบัติพิเศษหรือมีลักษณะเฉพาะที่เกิดจากอิทธิพลสิ่งแวดล้อมทางภูมิศาสตร์ เช่น สภาพแวดล้อม ดิน ฟ้า อากาศ ของแหล่งภูมิศาสตร์นั้นๆ ตลอดจนทักษะความชำนาญและภูมิปัญญาของกลุ่มคนที่อาศัยอยู่ในแหล่งภูมิศาสตร์นั้นๆ ประกอบด้วย สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์มีความแตกต่างจากทรัพย์สินทางปัญญาประเภทอื่น กล่าวคือ ผู้เป็นเจ้าของไม่ใช่บุคคลหนึ่งบุคคลใดแต่เป็นกลุ่มชุมชนที่เป็นผู้ผลิตหรือผู้ประกอบการในพื้นที่ทางภูมิศาสตร์นั้นๆ ส่งผลให้ผู้ผลิตที่อาศัยอยู่ในสถานที่หรือแหล่งภูมิศาสตร์ และผู้ประกอบการเกี่ยวกับสินค้าที่ใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เท่านั้นที่มีสิทธิผลิตสินค้าดังกล่าวโดยใช้ชื่อทางภูมิศาสตร์นั้นได้ ผู้ผลิตคนอื่นที่อยู่นอกแหล่งภูมิศาสตร์จะไม่สามารถผลิตสินค้าโดยใช้ชื่อแหล่งภูมิศาสตร์เดียวกันมาแข่งขันได้ สิทธิในลักษณะดังกล่าวนี้ นักวิชาการบางท่านเรียกว่า “สิทธิชุมชน” ซึ่งไม่สามารถนำสิทธิที่ได้รับไปอนุญาตให้บุคคลอื่นใช้ได้ ผู้ที่อยู่ในพื้นที่แหล่งภูมิศาสตร์เท่านั้นที่มีสิทธิใช้³²⁸

1. ผู้มีสิทธิขอขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ มีดังนี้

- 1) ส่วนราชการ หน่วยงานของรัฐ รัฐวิสาหกิจ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น หรือองค์กรอื่นของรัฐที่เป็นนิติบุคคล ซึ่งมีเขตรับผิดชอบครอบคลุมบริเวณแหล่งภูมิศาสตร์ของสินค้านั้น
- 2) บุคคลธรรมดา กลุ่มบุคคล หรือนิติบุคคล ซึ่งประกอบกิจการเกี่ยวข้องกับสินค้าที่ใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ และมีถิ่นที่อยู่ในแหล่งภูมิศาสตร์ของสินค้า
- 3) กลุ่มผู้บริโภคหรือองค์กรผู้บริโภคสินค้าที่ใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ คือ พระราชบัญญัติคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พ.ศ. 2546 พระราชบัญญัติฯ ฉบับนี้ ได้กำหนดคำนิยามของ "สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์" หมายถึง ชื่อ สัญลักษณ์ หรือสิ่งอื่นใดที่ใช้เรียกหรือใช้แทนแหล่งภูมิศาสตร์ และสามารถบ่งบอกว่าสินค้าที่เกิดจากแหล่งทางภูมิศาสตร์นั้นเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ ชื่อเสียง หรือคุณลักษณะเฉพาะของแหล่งภูมิศาสตร์ดังกล่าว

³²⁷ อุษา ขุนทอง, ‘การคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของไทย: ปัญหาและข้อเสนอแนะ’, วารสารนิติศาสตร์ปริทัศน์ 6, no. 1 (2560) 45–62.

³²⁸ ศุภย์ทรัพย์สินทางปัญญาและบ่มเพาะวิสาหกิจ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ‘สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (Geographical Indications: GI)’, <<https://tuipi.tu.ac.th/tuip06.php>> สืบค้นเมื่อ 2 มีนาคม 2568.

2. เงื่อนไขของการขอรับความคุ้มครอง

เงื่อนไขสำคัญในการขอขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ได้แก่ คุณภาพ ชื่อเสียงหรือคุณลักษณะเฉพาะอื่น ๆ ของสินค้าที่จะใช้กับสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ จะต้องมีความสัมพันธ์กับท้องถิ่นหรือสถานที่ภูมิศาสตร์ ตัวอย่างเช่น กรณีของไข่เค็มไชยาที่มีลักษณะเฉพาะที่นักชิมทั้งหลายติดใจ คือ ไข่แดงที่ใหญ่และแดงสด เป็นผลมาจากอาหารตามธรรมชาติที่เปิดกินและมีอยู่เฉพาะในท้องถิ่นนั้นเท่านั้น ดังนั้น แม้จะนำเปิดพันธุ์เดียวกันไปเลี้ยงที่จังหวัดอื่น ก็จะได้ไข่ที่มีลักษณะเดียวกันกับที่ได้จากการเลี้ยงในอำเภอไชยา เช่นนี้ถือได้ว่าคุณภาพของไข่เค็มไชยานั้นมีความสัมพันธ์กับท้องถิ่นนั้นแล้ว³²⁹

3. ขั้นตอนการได้มาซึ่งความคุ้มครองในสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

1) รวมกลุ่มผู้ประกอบการทั้งสายการผลิต เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ของการขอขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์และข้อกำหนดของสินค้า รวมทั้งในแง่มุมมองการตลาดว่า การขึ้นทะเบียนดังกล่าวจะให้ผลที่คุ้มค่าต่อกลุ่มหรือไม่ เมื่อเทียบกับค่าใช้จ่ายในระบบรับรองมาตรฐานและจะมีแผนทำการตลาดในการประชาสัมพันธ์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์นั้นๆ อย่างไรให้ติดตลาด

2) นำร่างข้อกำหนดมาขอรับรองกับหน่วยงานรับรองว่าได้มาตรฐานหรือไม่ พร้อมทั้งยกร่างมาตรการควบคุมการผลิตสินค้านั้น ๆ และเพื่อใช้เป็นหลักฐานในการขอขึ้นทะเบียน

3) กระบวนการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ตามกฎหมาย

4) จัดตั้งกลไกควบคุมการใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ หรือมาตรการควบคุมการผลิตสินค้าตามที่นายทะเบียนได้กำหนดไว้เป็นเงื่อนไขของการใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ เพื่อรักษาไว้ซึ่งความมีเอกลักษณ์ของสินค้านั้น ๆ

ประชาสัมพันธ์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ โดยใช้คุณลักษณะพิเศษของสินค้าจากแหล่งภูมิศาสตร์นั้น ๆ เป็นตัวนำ เพื่อให้ผู้บริโภคสนใจและเกิดภาพลักษณ์เชื่อมโยงระหว่างคุณลักษณะพิเศษนั้น กับพื้นที่แหล่งผลิต

ในปัจจุบัน เครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ในประเทศไทยที่ขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ในปัจจุบันนั้นมีอยู่ 2 ชื่อด้วยกัน ได้แก่ ไวน์ที่ราบสูงภูเรือและไวน์เขาใหญ่³³⁰ ซึ่งไม่มีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ชนิดอื่น ๆ ที่ขึ้นทะเบียนเป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์อีก ซึ่งการที่จะขึ้นทะเบียนได้

³²⁹ อนงค์นารถ บุญเรือง, ‘การศึกษาเปรียบเทียบการส่งเสริมสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของต่างประเทศบริบทของประเทศไทย’ (วิทยาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการบริหารเทคโนโลยี, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ 2556) 48.

³³⁰ กรมทรัพย์สินทางปัญญา, วารสาร สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไทย, ฉบับที่ 7 เมษายน 2567, จาก <https://www.ipthailand.go.th/images/26669/GI/Issue/GI_Issue-7-24-THA.pdf> สืบค้นเมื่อ 2 มีนาคม 2568.

นั้นนอกจากจะต้องปฏิบัติตามข้อกำหนดของกรมทรัพย์สินทางปัญญาและพระราชบัญญัติคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พ.ศ. 2546 ยังต้องปฏิบัติตามมาตรฐานการผลิตต่าง ๆ ที่กฎหมายได้กำหนดเอาไว้อีกด้วย อย่างไรก็ตามจากการที่ผู้วิจัย ได้ไปสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ³³¹ที่มีความรู้ความสามารถที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งได้ให้ความเห็นว่า “การขอสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์นั้น ส่วนตัวแล้วมีความเห็นว่า อาจมีอุปสรรคในการตรวจสอบหลายครั้งแต่ไม่ยากจนเกินไปซึ่งปัจจุบันได้ขึ้นทะเบียนเป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์คือข้าวเขียว ซึ่งนำไปผลิตเป็นเบียร์คราฟท์ และสุรากลั่น แต่ติดตรงที่มีอุปสรรคทางด้านกฎหมายทำให้ไม่สามารถผลิตและจำหน่ายสู่ท้องตลาดได้” จึงถือได้ว่าสภาพปัญหาในด้านมาตรการทางกฎหมายเป็นอุปสรรคสำคัญทำให้อุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไม่เติบโตเท่าที่ควรจะเป็น และยังส่งผลกระทบต่อการขึ้นทะเบียนเป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

ดังนั้น สภาพปัญหาด้านสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ กรณีที่ไม่มีผู้ประกอบการขอขึ้นทะเบียนเกี่ยวกับสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ในด้านของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่า วัตถุประสงค์ต่าง ๆ ที่มีความพิเศษเฉพาะท้องถิ่นส่วนใหญ่เป็นวัตถุประสงค์ในท้องถิ่น เนื่องจากข้อกำหนดทางกฎหมายกีดกันเป็นอุปสรรคต่อผู้ประกอบการรายย่อย ย่อมไม่มีผู้ให้นำเอาวัตถุดิบเหล่านั้นมาทำเป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และนำมาจดทะเบียนเป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์กับกรมทรัพย์สินทางปัญญา จึงส่งผลกระทบต่อผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทย ทำให้มีผู้ที่จดทะเบียนน้อยและทำให้ขาดความน่าเชื่อถือในสายตาผู้บริโภคสากล ส่งผลให้เสียโอกาสในการสร้างแบรนด์และรายได้จากการส่งออก ตัวอย่างเช่น เครื่องดื่มที่มีเอกลักษณ์ทางท้องถิ่น เช่น ไวน์จากองุ่นในบางพื้นที่ หรือสุราพื้นบ้าน อาจถูกลอกเลียนแบบจากต่างประเทศ ทำให้ศักยภาพทางการแข่งขันในตลาดลดลง และหากไม่มีการจดทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์อาจทำให้เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ชนิดนั้นสูญเสียความเชื่อมโยงกับแหล่งกำเนิดทางวัฒนธรรม เนื่องจากสุรากลั่นพื้นบ้านหรือไวน์จากผลไม้ท้องถิ่นมีส่วนสำคัญในการแสดงถึงเอกลักษณ์และวัฒนธรรมประจำถิ่น

จากการศึกษาสภาพปัญหาเกี่ยวกับนโยบายและมาตรการทางกฎหมายในการส่งเสริมอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ที่ผลิตในประเทศไทย ซึ่งครอบคลุมกระบวนการในการเริ่มต้น การผลิต และการตลาด พบว่าอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ในประเทศ ยังคงเผชิญข้อจำกัดและอุปสรรคในด้านนโยบาย กฎหมาย และการปฏิบัติ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาดังกล่าวไปวิเคราะห์ต่อไปเพื่อหา นโยบาย มาตรการทางกฎหมาย และหาแนวทางที่เหมาะสมกับประเทศไทยในการส่งเสริมอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ต่อไป

³³¹ สัมภาษณ์ ธนาวัฒน์ จันทพงษ์ (20 ธันวาคม 2567).

บทที่ 5

วิเคราะห์หาแนวทางและมาตรการทางกฎหมายของประเทศไทยเกี่ยวกับการส่งเสริม อุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้

5.1 วิเคราะห์หาแนวทางและมาตรการทางกฎหมายของประเทศไทยเกี่ยวกับการ การส่งเสริมอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้: กรณีกระบวนการเริ่มต้น ของอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ (กระบวนการต้นน้ำ)

5.1.1 วิเคราะห์หาแนวทางด้านนโยบาย

จากการศึกษาเกี่ยวกับสภาพปัญหาที่เกิดขึ้นในปัจจุบันเกี่ยวกับอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ กรณีกระบวนการเริ่มต้นของอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ (กระบวนการต้นน้ำ) ในมิติด้านนโยบาย โดยวิเคราะห์จากสภาพปัญหาที่เกิดขึ้นคือ ไม่มีนโยบายเฉพาะด้านในการส่งเสริมอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

จากการศึกษาพบว่า ในปัจจุบันถึงแม้ประเทศไทยมีนโยบายส่งเสริมอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้โดย ซึ่งนโยบายส่วนใหญ่ของประเทศไทยกล่าวถึงการแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรทุกประเภทโดยภาพรวมกว้าง ๆ เท่านั้น ไม่มีนโยบายส่งเสริมเป็นการเฉพาะ เพื่อนำไปสู่การบัญญัติกฎหมาย และนำไปใช้ในทางปฏิบัติ เหมือนดังเช่นประเทศญี่ปุ่นหรือสาธารณรัฐเกาหลี ซึ่งมีนโยบายลำดับรองภายใต้นโยบายหลักในการสร้างระบบนิเวศเพื่อส่งเสริมสุราพื้นบ้านและสุราผลไม้ให้มีชื่อเสียงในฐานะที่เป็นซอฟต์แวร์ของประเทศไทยและเป็นสินค้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพื่อการส่งออกเชิงพาณิชย์

จากแนวความคิดส่งเสริมธุรกิจชุมชน เป็นการร่วมมือกันเพื่อดำเนินการทางธุรกิจของคนในชุมชนที่ไม่ใช่มุ่งเน้นแต่การสร้างผลกำไร แต่เน้นการเกิดประโยชน์กับชุมชนและสร้างความเข้มแข็งของชุมชนขณะเดียวกันสามารถแข่งขันด้านคุณภาพในการผลิตกับธุรกิจเอกชนได้ อย่างไรก็ตามภาครัฐสนับสนุนด้านนโยบายไม่ตรงกับความต้องการที่แท้จริงของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้

จากการศึกษานโยบายการส่งเสริมอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ พบว่า

ตารางที่ 5.1 สรุปเปรียบเทียบนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้

ประเทศ	นโยบายส่งเสริมการผลิต เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่แปรรูป มาจากผลผลิตทางการเกษตร ประเภทผลไม้	หมายเหตุ
ญี่ปุ่น	✓	ประเทศญี่ปุ่นและเกาหลีมีนโยบายที่ชัดเจนและมี ความเฉพาะเจาะจงกับการส่งเสริมอุตสาหกรรม เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ทำจากผลไม้
สาธารณรัฐ เกาหลี	✓	
สหรัฐอเมริกา	×	
รัฐแคลิฟอร์เนีย	×	
ฝรั่งเศส	✓	ประเทศฝรั่งเศสมีนโยบายในที่มุ่งเน้นการจดทะเบียน สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์และ ความปลอดภัยให้กับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภท ไวน์เป็นหลัก
ไทย	×	

ที่มา ผู้วิจัยทำเอง

ประเทศญี่ปุ่นมีการกำหนดนโยบายการส่งเสริมอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ผลิตจากผลไม้ไวน์ นโยบายพื้นฐานเกี่ยวกับการรวมกลุ่มธุรกิจและการส่งเสริมการใช้ผลิตภัณฑ์เกษตรกรรมป่าไม้ และการประมงในท้องถิ่น กับการส่งเสริมการแปรรูปผลผลิตทางการเกษตร ค.ศ. 2011³³² กล่าวถึง การสร้างระบบนิเวศและเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้สามารถแข่งขันกับเอกชนได้ อีกทั้งส่งเสริมในการสร้างมูลค่าเพิ่มโดยการขยายตลาด สร้างมูลค่าเพิ่ม และมุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรในท้องถิ่นให้หลากหลาย เพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ตามความต้องการของตลาด และจัดให้มีความร่วมมือระหว่างสำนักงานบริหารการเกษตรท้องถิ่น รัฐบาลท้องถิ่น และสำนักงานบริหารการเกษตรท้องถิ่น โดยให้คำแนะนำกับเกษตรกรผู้ประกอบการป่าไม้

332 農林漁業者等による農林漁業及び関連事業の総合化並びに地域の農林水産物の利用の促進に関する基本方針.

และการประมง ผู้ประกอบการธุรกิจท้องถิ่นต่าง ๆ และหน่วยงานดังกล่าวต้องส่งเสริมให้มีการศึกษาเรียนรู้ประสบการณ์จากผู้สูงอายุ เพื่อที่จะใช้ประโยชน์จากความรู้ที่ได้นั้นได้อย่างเต็มที่

สาธารณรัฐเกาหลี มีนโยบายการส่งเสริมอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ผลิตจากผลไม้ไวน์ แผนพัฒนาอุตสาหกรรมสุราแบบดั้งเดิม ฉบับที่ 3 (ค.ศ. 2023-2027)³³³ ซึ่งเป็นนโยบายลำดับรองภายใต้นโยบายระดับชาติของรัฐบาลยูนซอกยอล ค.ศ. 2022³³⁴ โดยมุ่งเน้นการจัดตั้งกองทุนใหม่เพื่อเป็นรากฐานสำหรับการเริ่มต้นและการเติบโตของบริษัทสุราแบบดั้งเดิม โดยสนับสนุนบริษัทที่เพิ่งเริ่มต้นธุรกิจและมีแนวโน้มในการพัฒนาที่ดี นอกจากนี้ สนับสนุนในเรื่องของขั้นตอนการจัดตั้งบริษัท มีการฝึกอบรมสำหรับผู้ต้องการเริ่มต้นทำธุรกิจสุราแบบดั้งเดิม โดยได้จัดตั้งสถาบันฝึกอบรมขึ้นมาให้เป็นศูนย์สนับสนุนสตาร์ทอัพ เพื่อให้พัฒนา จัดจำหน่ายสินค้า และสนับสนุนการปรับปรุงสินค้าต่าง ๆ

และประเทศฝรั่งเศส มีนโยบายการส่งเสริมอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ผลิตจากผลไม้ไวน์ในแผนควบคุมอย่างเป็นทางการระดับชาติ³³⁵ (ค.ศ. 2021-2025) โดยสนับสนุนอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทไวน์ โดยมุ่งเน้นการคุ้มครองและควบคุมการใช้ชื่อแหล่งกำเนิดสินค้าที่ได้รับการรับรอง ซึ่งเชื่อมโยงกับคุณภาพ ลักษณะเฉพาะ และภูมิปัญญาท้องถิ่น ระบบนี้ช่วยยกระดับมูลค่าและความน่าเชื่อถือของผลิตภัณฑ์ไวน์ ควบคู่กับการควบคุมคุณภาพอย่างเข้มงวดโดยสถาบันต้นกำเนิดและคุณภาพแห่งชาติ ในทุกขั้นตอนของการผลิตและจำหน่าย พร้อมทั้งส่งเสริมความร่วมมือของผู้ผลิตในพื้นที่ผ่านองค์กรป้องกันและจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ เพื่อปกป้องชื่อเสียงและสร้างโอกาสทางการตลาดทั้งในและต่างประเทศ ทำให้ไวน์ฝรั่งเศสมีจุดยืนที่แข็งแกร่งในตลาดโลกทั้งในด้านมาตรฐานและเอกลักษณ์ของสินค้า

ในขณะที่สหรัฐอเมริกาและประเทศไทย ไม่มีนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ไวน์โดยเฉพาะเจาะจง

ผู้วิจัยเห็นว่า กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการแปรรูปผลไม้เพื่อผลิตเป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในปัจจุบันยังคงเป็นอุปสรรคสำคัญที่จำกัดศักยภาพในการเติบโตของอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ในประเทศไทย ส่งผลให้ปัจจุบันประเทศไทยไม่มีนโยบายเฉพาะด้าน เนื่องจากมูลค่าทางการตลาดยังไม่สูงมากหากเปรียบเทียบกับประเทศที่มีนโยบายเฉพาะด้าน

³³³ 전통주 등의산업발전 기본계획.

³³⁴ 윤석열정부국정목표.

³³⁵ Plan National De Contrôles Officiels Pluriannuel 2021-2025.

ตารางที่ 5.2 มูลค่าตลาดส่งออกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของแต่ละประเทศ

ประเทศ	มูลค่าตลาดส่งออกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (USD)	ปี (พ.ศ.)
ญี่ปุ่น	586 ล้านดอลลาร์	2566
สาธารณรัฐเกาหลี	9.66 ล้านดอลลาร์	2566
ฝรั่งเศส	2,100 ล้านดอลลาร์	2566
ไทย	409 ล้านดอลลาร์	2566

ที่มา ผู้วิจัยทำเอง

อย่างไรก็ตาม หากวิเคราะห์ข้อมูลจากตารางจะเห็นว่าสาธารณรัฐเกาหลีมีมูลค่าทางการตลาดส่งออกน้อยกว่าของประเทศไทย แต่มูลค่าตลาดภายในประเทศนั้นมีมูลค่าสูงถึง 2,800³³⁶ ล้านดอลลาร์ ในขณะที่ประเทศไทยมีมูลค่าตลาดภายในประเทศ 1,560³³⁷ ล้านดอลลาร์ ซึ่งน้อยกว่าสาธารณรัฐเกาหลี จึงเห็นควรให้มีการส่งเสริมทางด้านนโยบายโดยใช้นโยบายที่เป็นภาพใหญ่ก็เพียงพอแล้วเนื่องจากมูลค่าทางการตลาดภายในประเทศยังไม่เติบโตเต็มที่ ซึ่งกำหนดให้ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 14 ในอนาคตมีการส่งเสริมการแปรรูปผลไม้ให้ครบวงจร โดยให้มีตัวแทนจากทุกหน่วยงานเพื่อกำหนดแผนบูรณาการกลาง ซึ่งกำหนดให้

1. กระบวนการเริ่มต้นของอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ (กระบวนการต้นน้ำ) ให้กระทรวงเกษตรและสหกรณ์เป็นหน่วยงานที่รับผิดชอบ
2. กระบวนการผลิตของอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ (กระบวนการกลางน้ำ) ให้กระทรวงอุตสาหกรรมเป็นหน่วยงานที่รับผิดชอบ โดยรายละเอียดในการส่งเสริมจะกล่าวต่อไปในข้อ 5.2.1
3. กระบวนการด้านตลาดของอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ (กระบวนการปลายน้ำ) ให้กระทรวงพาณิชย์เป็นหน่วยงานที่รับผิดชอบ โดยรายละเอียดในการส่งเสริมจะกล่าวต่อไปในข้อ 5.3.1

กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ควรกำหนดบทบาทเชิงรุกในการส่งเสริมการเพาะปลูกผลไม้ที่เหมาะสมต่อการแปรรูปเป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ผ่านโครงการสนับสนุนเฉพาะด้าน เช่นเดียวกับ

³³⁶ Markets & Data, South Korea Alcoholic Beverages Market Assessment, Opportunities and Forecast, 2017-2031F, <<https://www.marketsanddata.com/industry-reports/south-korea-alcoholic-beverages-market?>> accessed 2 January 2025.

³³⁷ ศูนย์วิจัยกรุงศรี, ‘แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรม ปี 2565-67 อุตสาหกรรมเครื่องดื่ม’, <https://fic.nfi.or.th/upload/market_overview/pdf379.pdf> สืบค้นเมื่อ 2 มีนาคม 2568.

ประเทศญี่ปุ่น ที่จัดตั้งนโยบายส่งเสริมการแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรร่วมกับท้องถิ่นโดยใช้ทรัพยากรพื้นถิ่นและภูมิปัญญาท้องถิ่นมาสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีความเป็นเอกลักษณ์ เพื่อเพิ่มมูลค่าและสร้างจุดเด่นของสินค้า และจัดตั้งศูนย์สนับสนุนในระดับท้องถิ่นที่ทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางการให้ความรู้ ฝึกอบรม ความรู้ต่าง ๆ ในการแปรรูปผลไม้เป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยสินค้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จะเป็นส่วนสำคัญในการที่จะพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากของประเทศไทยให้มีความยั่งยืนมากยิ่งขึ้นในอนาคต และการส่งเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ออกไปยังต่างประเทศ จะเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างชื่อเสียงให้กับประเทศไทยในฐานะที่เป็นซอฟต์แวร์และเป็นการพัฒนาสินค้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างยั่งยืน

5.1.2 วิเคราะห์หาแนวทางด้านกฎหมาย

จากการศึกษาเกี่ยวกับสภาพปัญหาที่เกิดขึ้นในปัจจุบันเกี่ยวกับอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ กระบวนการเริ่มต้นของอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ (กระบวนการต้นน้ำ) ในมิติด้านกฎหมาย พบว่า ยังประสบข้อจำกัดและอุปสรรคหลายประการ ดังนั้น จึงมีความจำเป็นที่จะต้องหามาตรการทางกฎหมายที่เหมาะสมเพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้เป็นรูปธรรม โดยวิเคราะห์จากสภาพปัญหาที่เกิดขึ้นดังนี้

1. ปัญหาการขออนุญาตตั้งโรงงานผลิตขนาดกลาง

ซึ่งการขออนุญาตตั้งโรงงานขนาดกลางไม่สามารถทำได้ภายในปีแรกที่จัดตั้งโรงอุตสาหกรรมเนื่องจากกฎกระทรวงการผลิตสุรา พ.ศ. 2565 กำหนดให้ผู้ประกอบการที่ต้องการจะจัดตั้งโรงอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ขนาดกลาง ต้องประกอบกิจการโรงอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ขนาดเล็กมาไม่น้อยกว่า 1 ปี³³⁸ ทำให้ผู้ประกอบการไม่สามารถเริ่มต้นตั้งโรงอุตสาหกรรมขนาดกลางได้ตั้งแต่เริ่มธุรกิจ ส่งผลให้ผู้ประกอบการต้องลงทุนสร้างโรงงานขนาดเล็กที่อาจไม่ตอบโจทย์ทางธุรกิจในระยะยาว เพียงเพื่อให้ผ่านเกณฑ์ทางกฎหมาย ทั้งที่มีศักยภาพและงบประมาณเพียงพอในการตั้งโรงงานขนาดกลางตั้งแต่แรก

จากการศึกษากฎหมายการขออนุญาตตั้งโรงงานผลิตขนาดกลางในต่างประเทศ พบว่า ประเทศญี่ปุ่น สาธารณรัฐเกาหลี สหรัฐอเมริกา และประเทศฝรั่งเศส หากต้องการตั้งโรงอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ขนาดกลาง ไม่จำเป็นต้องเป็นโรงอุตสาหกรรมขนาดเล็กมาก่อน จึงเปิดโอกาสให้ผู้ที่มีความพร้อมสามารถลงทุนตั้งโรงงานขนาดกลางได้ทันที เพียงแต่ต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขที่ชัดเจน เช่น มีสถานที่ผลิตที่ได้มาตรฐาน แผนธุรกิจที่สมเหตุสมผล และระบบควบคุมคุณภาพที่เข้มงวด

ผู้วิจัยเห็นว่า แม้จะกำหนดให้เป็นโรงอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ขนาดเล็กมาไม่น้อยกว่า 1 ปี ซึ่งเป็นการควบคุมคุณภาพและความปลอดภัย แต่ก็ยังเป็นข้อจำกัดต่อผู้ประกอบการราย

³³⁸ กฎกระทรวงการผลิตสุรา พ.ศ. 2565 ข้อ 14(3) 15(4).

ใหม่ที่มีศักยภาพสูง เห็นควรให้แก้ไขหรือเพิ่มเติมข้อยกเว้นในกฎกระทรวงการผลิตสุรา พ.ศ. 2565 สามารถอนุญาตให้ผู้ประกอบการที่มีคุณสมบัติเหมาะสมจัดตั้งโรงงานขนาดกลางได้ตั้งแต่เริ่มธุรกิจ โดยอาจใช้เกณฑ์พิจารณาจากทุนจดทะเบียนหรือแผนธุรกิจ เพื่อเปิดโอกาสให้กับเอกชนพร้อมสำหรับอุตสาหกรรมขนาดกลาง ซึ่งเป็นการเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับผู้ประกอบการรายใหม่ในอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของไทย และเป็นการลดการแข่งขันอันไม่เป็นธรรมสำหรับตลาดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

2. มาตรการส่งเสริมในการเริ่มต้นอุตสาหกรรม

จากการขาดการส่งเสริมในการเริ่มต้นอุตสาหกรรม โดยเฉพาะในกรณีของอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในระดับชุมชน ตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 ทำให้เกิดช่องว่างสำคัญทางนโยบายที่ยังไม่มีมาตรการเฉพาะรองรับผู้ประกอบการรายใหม่ ส่งผลให้ผู้ประกอบการรายย่อยไม่สามารถเข้าถึงระบบที่ถูกต้องตามกฎหมาย ทั้งในด้านทุน ใบอนุญาต และความรู้ทางเทคนิค ส่งผลให้บางส่วนต้องดำเนินการนอกระบบ ซึ่งกระทบต่อคุณภาพ ความปลอดภัย และรายได้ของรัฐ นอกจากนี้ยังทำให้เกิดความเหลื่อมล้ำระหว่างผู้ผลิตรายใหญ่กับรายย่อย และชะลอการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีศักยภาพต่อการสร้างรายได้และการท่องเที่ยว

จากการศึกษา มาตรการส่งเสริมในการเริ่มต้นอุตสาหกรรม ของต่างประเทศพบว่า

ประเทศญี่ปุ่น มีกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับมาตรการส่งเสริมในการเริ่มต้นอุตสาหกรรม 1 ฉบับ คือ พระราชบัญญัติมาตรการพิเศษเพื่อความยั่งยืนของอุตสาหกรรมการผลิตสาเก ค.ศ. 1970 มีกองทุนทั้งสามประเภทที่คณะกรรมการสมาคมกลางมีหน้าที่จัดตั้ง ได้แก่ กองทุนประกันสินเชื่อ ซึ่งใช้เงินบริจาคจากสมาชิกและเงินสนับสนุนจากรัฐ กองทุนปรับปรุงธุรกิจให้ทันสมัย ซึ่งใช้เงินจากงบประมาณภาครัฐหรือเงินยืมแบบไม่มีดอกเบี้ยตามคำสั่งคณะรัฐมนตรี และกองทุนสนับสนุนอุตสาหกรรมโชจูกลั่นเดี่ยว ซึ่งได้รับทุนสนับสนุนหรือเงินยืมจากรัฐโดยสามารถกู้ยืมได้ตั้งแต่เริ่มต้นอุตสาหกรรม³³⁹

ประเทศฝรั่งเศส มีโครงการ LEADER³⁴⁰ (EU) ซึ่งเป็นโครงการภายใต้กรอบนโยบายการพัฒนาชนบทของสหภาพยุโรป (EU) ที่มุ่งเน้นการกระตุ้นเศรษฐกิจในพื้นที่ชนบทโดยใช้วิธีการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น โครงการนี้สนับสนุนการพัฒนาแผนงานและกิจกรรมที่หลากหลาย รวมถึงการสร้างและขยายวิสาหกิจท้องถิ่นที่ใช้ทรัพยากรและภูมิปัญญาท้องถิ่น เช่น การผลิตเครื่องดื่ม

³³⁹ Act on Special Measures Concerning the Stability of the Sake Manufacturing Industry etc 1970 Article 6-3.

³⁴⁰ Liaison Entre Actions de Développement de l'Économie Rurale.

แอลกอฮอล์พื้นถิ่น เช่น ไวน์ คอนยัค และสุราพื้นเมืองอื่น ๆ โดยมีการจัดสรรงบประมาณและเงินทุนหมุนเวียนให้กับกลุ่มผู้ประกอบการที่มีแนวคิดสร้างสรรค์และความยั่งยืน และกองทุนอื่น ๆ ของรัฐฝรั่งเศส เช่น France Active Prêt d'honneur ที่ให้กู้แบบไม่มีดอกเบี้ยแก่ธุรกิจเริ่มต้น รวมถึงสินค้าท้องถิ่นและแอลกอฮอล์พื้นถิ่น

ผู้วิจัยเห็นว่า ตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 แม้จะเป็นกฎหมายสำคัญที่สนับสนุนวิสาหกิจชุมชนโดยรวม แต่ยังไม่มีการจัดการหรือกลไกทางการเงินที่ชัดเจนสำหรับการให้ทุนเริ่มต้นหรือเงินกู้ดอกเบี้ยต่ำแก่ผู้ประกอบการรายย่อย โดยเฉพาะในอุตสาหกรรมที่มีข้อจำกัดทางกฎหมาย เช่น เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ส่งผลให้ผู้ประกอบการรายใหม่ในชุมชนขาดโอกาสในการเข้าถึงทุนและต้องเผชิญกับอุปสรรคในการขออนุญาตและการพัฒนาธุรกิจ ทำให้บางส่วนต้องดำเนินงานนอกระบบ ซึ่งสร้างผลเสียทั้งด้านคุณภาพ ความปลอดภัย และรายได้ของรัฐ เห็นควรให้ปรับปรุงพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 ให้มีการจัดตั้งกองทุนเงินทุนเริ่มต้นที่ได้รับการสนับสนุนจากรัฐ ภาคเอกชน และสมาชิกวิสาหกิจชุมชน เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงเงินกู้ดอกเบี้ยต่ำหรือเงินสนับสนุนแบบไม่คิดดอกเบี้ย รวมถึงพัฒนากลไกการให้คำปรึกษาฝึกอบรม และช่วยเหลือด้านการขออนุญาตควบคู่ไปกับการสนับสนุนทางการเงิน นอกจากนี้ควรเปิดโอกาสให้กลุ่มผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้รับสิทธิ์เข้าถึงมาตรการส่งเสริมเหล่านี้อย่างเท่าเทียม โดยเรียนรู้จากโมเดลต่างประเทศเช่นญี่ปุ่นและฝรั่งเศสที่มีระบบกองทุนและโครงการสนับสนุนธุรกิจเริ่มต้นอย่างครบวงจร เพื่อส่งเสริมการเติบโตของวิสาหกิจชุมชนอย่างยั่งยืนและลดการดำเนินงานนอกระบบที่ส่งผลเสียต่อเศรษฐกิจและสังคม

5.1.3 วิเคราะห์หาแนวทางด้านปฏิบัติ

จากการศึกษาเกี่ยวกับสภาพปัญหาที่เกิดขึ้นในปัจจุบันเกี่ยวกับอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ กรณีกระบวนการเริ่มต้นของอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ (กระบวนการต้นน้ำ) ในทางด้านปฏิบัติ พบว่า ยังประสบปัญหาหลายประการต่อผู้ประกอบการ ดังนั้น จึงมีความจำเป็นที่จะต้องหาแนวทางปฏิบัติที่เหมาะสมเพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้เป็นรูปธรรมโดยวิเคราะห์จากสภาพปัญหาที่เกิดขึ้น ดังนี้

1. ปัญหาด้านการแปรรูปผลไม้เป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

จากการศึกษาสภาพปัญหาดังกล่าวจะเห็นได้ว่า ประเทศไทยยังประสบปัญหาในด้านการผลิตผลไม้ ซึ่งหลายหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน ได้ร่วมกันดำเนินการพัฒนาและแก้ไขปัญหาต่างๆ มาอย่างต่อเนื่อง แต่การดำเนินงานที่ผ่านมา คงมุ่งเน้นการแก้ไขปัญหาระยะสั้นในช่วงฤดูกาลเก็บเกี่ยว ซึ่งรัฐต้องสูญเสียงบประมาณในการแทรกแซงราคาเป็นจำนวนมาก แต่ไม่สามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างมีประสิทธิภาพ เกษตรกรชาวสวนผลไม้ยังคงได้รับความเดือดร้อนจากปัญหา

การตลาดและราคาผลผลิตตกต่ำเป็นประจำเกือบทุกปี เนื่องจากการดำเนินงานดังกล่าวไม่ครอบคลุม การแก้ไขปัญหาในระยะยาวได้อย่างยั่งยืน สำหรับกรณีปัญหาผลไม้สดล้นตลาดส่งผลให้ราคาตกต่ำ ผู้วิจัยเห็นว่า การแปรรูปเป็นหนึ่งในวิธีการที่สามารถช่วยแก้ไขปัญหานี้ได้ เพราะสามารถทำให้ยืดอายุ ผลไม้ที่แปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์พร้อมบริโภคได้นานขึ้น และช่วยเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ที่แปรรูปมาจากผลไม้สดให้สูงขึ้น โดยการแปรรูปนั้นมีหลากหลายรูปแบบ สามารถเลือกใช้ให้เหมาะสมกับวัตถุดิบ ตามความต้องการของผู้บริโภค อีกทั้งการแปรรูปผลไม้ในท้องถิ่นให้เป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีโอกาสด้านการตลาดที่ดี จะช่วยสามารถรายได้ให้กับเกษตรกร ผู้ประกอบการ และช่วยสร้างรายได้ให้กับประเทศได้มาก

อย่างไรก็ตาม ประเทศไทยในปัจจุบันยังไม่มีนโยบายหรือมาตรการทางกฎหมายที่สนับสนุนให้มีการแปรรูปผลไม้เป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เช่น สุราผลไม้ หรือเบียร์ผลไม้ ฯลฯ ไว้โดยตรงเพื่อสนับสนุนให้ประชาชนทั่วไปหรือเกษตรกรสามารถนำเอาผลไม้สดที่เป็นผลผลิตทางการเกษตรของตนที่ผลิตได้หรือซื้อมาจากเกษตรกรรายอื่นมาทำการแปรรูปด้วยวิธีการหมักดองให้เป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพื่อแก้ไขปัญหาผลไม้ล้นตลาด นอกจากนี้ หากประชาชนทั่วไปหรือเกษตรกรประสงค์ที่จะนำเอาผลผลิตทางการเกษตรของตนที่ผลิตได้หรือซื้อมาจากเกษตรกรรายอื่นมาทำการแปรรูปผลไม้สดด้วยวิธีการหมักดองให้เป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เพื่อแก้ไขปัญหาผลไม้ล้นตลาดจนทำให้ราคาผลไม้ตกต่ำ รวมทั้งต้องการการพัฒนาสินค้าทางการเกษตรของไทยให้มีความหลากหลายและยั่งยืน ต้องพบกับปัญหาและอุปสรรคสำคัญอันเนื่องมาจากข้อจำกัดทั้งทางด้านนโยบายและด้านกฎหมายอีกด้วย

ผู้วิจัยเห็นว่า ควรกำหนดให้มีนโยบายที่ให้ความช่วยเหลือชั่วคราว ซึ่งต้องมีความยืดหยุ่น และสามารถนำมาใช้เพื่อแก้ไขปัญหาผลไม้ล้นตลาดได้อย่างเป็นรูปธรรม โดยเฉพาะในช่วงฤดูเก็บเกี่ยวที่ผลผลิตออกสู่ตลาดพร้อมกันจำนวนมาก จนส่งผลให้ราคาผลไม้ตกต่ำอย่างรุนแรง การเปิดโอกาสให้มีการแปรรูปผลไม้เป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเวลาจำกัดตามกฎหมาย จะเป็นการบริหารจัดการผลผลิตส่วนเกินได้อย่างทันท่วงที ลดภาระของภาครัฐในการแทรกแซงราคา และช่วยยืดอายุการเก็บรักษาผลไม้ผ่านกระบวนการหมักหรือแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าเพิ่ม เช่น ไวน์ผลไม้ สุราผลไม้ หรือเบียร์ผลไม้ แนวทางนี้สามารถดำเนินการได้โดยกำหนดให้มีช่วงเวลาผ่อนปรนตามกฎหมาย ที่เปิดให้เกษตรกร วิสาหกิจชุมชน หรือผู้ประกอบการรายย่อยสามารถขอใบอนุญาตชั่วคราวหรือใบอนุญาตเฉพาะกิจในการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ได้ โดยต้องมีระบบควบคุมความปลอดภัย และอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อีกทั้ง มาตรการนี้ยังเป็นโอกาสในการส่งเสริมผู้ประกอบการหน้าใหม่ให้ทดลองเข้าสู่ตลาดการแปรรูปเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้อย่างถูกกฎหมาย เปิดช่องทางรายได้ใหม่ให้กับเกษตรกร และพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีอัตลักษณ์ท้องถิ่น โดยไม่จำเป็นต้องลงทุน

ในระบบโรงงานถาวรแต่แรก ซึ่งลดความเสี่ยงและต้นทุนให้กับผู้ประกอบการในช่วงเริ่มต้นได้อย่างมาก ในระยะยาว แนวทาง “พิเศษเฉพาะฤดูกาล” นี้สามารถนำไปสู่การพัฒนาอุตสาหกรรมแปรรูประดับชุมชนอย่างยั่งยืน และส่งเสริมเศรษฐกิจท้องถิ่นให้เติบโตควบคู่กับการจัดการผลไม้ล้นตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพและเป็นระบบมากยิ่งขึ้น

2. ปัญหาการผลิตเพื่อทดลองสูตร

สำหรับปัญหาทางด้านปฏิบัติการทดลองสูตรเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เกิดขึ้นมาจากการใช้ดุลพินิจของเจ้าหน้าที่ตีความว่า การกระทำของผู้ผลิตเป็นการกระทำผิดกฎหมายหรือไม่ อันเนื่องมาจากความไม่ชัดเจนของกฎหมายหรือช่องโหว่ของกฎหมายที่เกิดขึ้น ซึ่งกฎหมายที่ปรับใช้ในปัจจุบันไม่ได้กำหนดการขออนุญาตไว้โดยตรงเกี่ยวกับการทดลองสูตรเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไว้แต่อย่างใด สาเหตุที่เกิดขึ้นนี้สะท้อนให้เห็นถึงปัญหาในทางปฏิบัติของเจ้าหน้าที่ เนื่องจากตามพระราชบัญญัติสรรพสามิต พ.ศ. 2560 มาตรา 4 บัญญัติไว้ว่า “ ‘ผลิต’ หมายความว่า ทำ ประกอบ ปรับปรุงแปรรูป หรือทำการอย่างใดอย่างหนึ่งให้มีขึ้นซึ่งสินค้าไม่ว่าด้วยวิธีใด ๆ แต่มิให้หมายความรวมถึง (1) การประดิษฐ์ค้นคว้าที่มีได้ทำขึ้นเพื่อขาย” เมื่อบุคคลดังกล่าวมีเจตนาเพื่อทดลองสูตร หรือเป็นการประดิษฐ์ค้นคว้าเท่านั้นไม่มีเจตนาที่จะกระทำผิดแต่อย่างใด แต่หากเจ้าหน้าที่รัฐปรับใช้กฎหมายไม่เอื้อประโยชน์ต่อการทดลองสูตรหรือประดิษฐ์ค้นคว้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ทำจากการแปรรูปผลไม้สดของไทย จึงทำให้การส่งเสริมการแปรรูปนั้นสามารถทำได้ยาก อีกทั้ง แม้จะคิดค้นสูตรการผลิตขึ้นมาได้ แต่ก็ไม่สามารถที่จะพัฒนาแจกจ่ายให้ผู้อื่นได้³⁴¹ ทำให้เกิดอุปสรรคสำคัญในการทดลองผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ชนิดใหม่ และไม่สามารถส่งเสริมอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ของประเทศไทยได้เท่าที่ควร

ผู้วิจัยเห็นว่า สภาพปัญหาดังกล่าว เกิดจากการเปิดช่องว่างให้เจ้าหน้าที่ของรัฐ สามารถใช้ดุลพินิจในการจับกุมว่าเป็นการผลิตเพื่อการค้าหรือไม่ ซึ่งแนวทางในการแก้ไขปัญหาดังกล่าวนั้น เห็นว่าควรตรากฎหมายหรือแก้ไขกฎหมาย เพื่อเพิ่มเติมประเภทของใบอนุญาตที่เรียกว่า “ใบอนุญาตการทดลอง” ในกฎกระทรวงการผลิตสุรา พ.ศ. 2565 ซึ่งจะเป็นกลไกทางกฎหมายที่เปิดโอกาสให้บุคคลธรรมดา กลุ่มเกษตรกร วิสาหกิจชุมชน หรือผู้ประกอบการรายย่อย สามารถดำเนินการทดลองผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ได้อย่างถูกต้องตามกฎหมาย โดยไม่ถือเป็นการผลิตเพื่อจำหน่าย ตามนิยามในพระราชบัญญัติสรรพสามิต พ.ศ. 2560 ใบอนุญาตประเภทดังกล่าวควรกำหนดขอบเขตการผลิตที่จำกัดในด้านปริมาณ ระยะเวลา และวัตถุประสงค์อย่างชัดเจน เช่น การทดลองผลิตไม่เกินจำนวนลิตรที่กำหนด มีระยะเวลาในการผลิต และต้องมีวัตถุประสงค์เพื่อการวิจัย พัฒนา ทดสอบสูตร หรือการประเมินคุณภาพเท่านั้น โดยไม่อนุญาตให้จำหน่ายหรือแจกจ่ายในเชิงพาณิชย์ ทั้งนี้ ผู้ถือ

³⁴¹ พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 มาตรา 30

ใบอนุญาตการทดลองควรได้รับการยกเว้นภาษีสรรพสามิตตลอดระยะเวลาการทดลอง เนื่องจากยังไม่มี การสร้างรายได้เชิงพาณิชย์ และเป็นเพียงกิจกรรมเพื่อพัฒนาองค์ความรู้และนวัตกรรม การจัดทำ ใบอนุญาตการทดลองนี้ควรมีการออกระเบียบหรือประกาศโดยกรมสรรพสามิต ภายใต้กรอบของ พ.ร.บ. สรรพสามิตฯ โดยมีการกำหนดหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขในการยื่นคำขอ การกำกับดูแล ตลอดจนการรายงานผลการทดลองอย่างรัดกุม เพื่อให้การดำเนินการมีความโปร่งใสและไม่ถูกนำไปใช้ เป็นช่องทางหลีกเลี่ยงภาษี ซึ่งใบอนุญาตดังกล่าวยังสอดคล้องกับแนวทางการส่งเสริมเศรษฐกิจฐาน ราก และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ซึ่งจะช่วยสร้างโอกาสใหม่ทางเศรษฐกิจให้กับเกษตรกรและ ผู้ประกอบการรายย่อยได้อย่างยั่งยืน ทั้งยังลดภาระการตีความของเจ้าหน้าที่ในการวินิจฉัยเจตนา ซึ่ง เป็นจุดอ่อนสำคัญของการทดลองสูตรเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีอยู่ในปัจจุบัน

5.2 วิเคราะห์หาแนวทางและมาตรการทางกฎหมายของประเทศไทยเกี่ยวกับการ ส่งเสริมอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้: กรณีกระบวนการผลิต ของอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ (กระบวนการกลั่นน้ำ)

5.2.1 วิเคราะห์หาแนวทางด้านนโยบาย

จากการศึกษาเกี่ยวกับสภาพปัญหาที่เกิดขึ้นในปัจจุบันเกี่ยวกับอุตสาหกรรมเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์จากผลไม้ กรณีกระบวนการผลิตของอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ (กระบวนการกลั่นน้ำ) ในมิติด้านนโยบาย พบว่า ไม่มีนโยบายในการส่งเสริมกระบวนการผลิต ของอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ดังนั้น จึงมีความจำเป็นที่จะต้องพัฒนานโยบายที่เหมาะสม เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้เป็นรูปธรรม โดยวิเคราะห์จาก สภาพปัญหาที่เกิดขึ้น จากการศึกษา พบว่า นโยบายในปัจจุบันไม่มีความสอดคล้องกับมาตรการทาง กฎหมาย แม้ประเทศไทยมีนโยบายการพัฒนาระบบนิเวศให้เอื้ออำนวยต่อการทำธุรกิจและการ ยกระดับความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และเร่งให้ปรับปรุง กฎระเบียบที่เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจ อีกทั้งสร้างให้เกิดการแข่งขันที่เป็นธรรมระหว่าง วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ตลอดจนทบทวนกฎหมายและกฎระเบียบที่ไม่จำเป็น แต่ใน ปัจจุบันกฎระเบียบหรือกฎหมายที่เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จากผลไม้ในประเทศไทย จากการศึกษา พบว่า นโยบายยังไม่มีมีความสอดคล้องกับมาตรการทาง กฎหมายที่จะช่วยส่งเสริมความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และสร้าง ความสามารถในการแข่งขันที่เป็นธรรม

จากทฤษฎีการบริหารงานของรัฐ (Public Administration Theory) กล่าวถึง การบริหารราชการของรัฐในรูปแบบของการบูรณาการศาสตร์หลายแขนงเข้าด้วยกันไม่ว่าจะเป็น วิทยาศาสตร์ สังคมศาสตร์ เศรษฐศาสตร์ รัฐศาสตร์ และนิติศาสตร์ ในการส่งเสริมให้การบริหารงานของรัฐมีประสิทธิภาพมากขึ้นในด้านการกำหนดนโยบายและการตรากฎหมาย เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อสาธารณชนในประเทศ ซึ่งแนวนโยบายและกฎหมายของรัฐไม่ควรที่จะขัดแย้งกันตามสภาพปัญหาที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน ทฤษฎีการบริหารงานของรัฐมีบทบาทสำคัญในการกำกับและส่งเสริมการดำเนินงานของภาคเอกชน โดยมีเหตุผลหลักคือ การแก้ไขปัญหาทางสังคมหรือให้สอดคล้องกับนโยบายของรัฐ เพื่อให้การบริหารงานและการปฏิบัติงานของรัฐมีประสิทธิภาพและผลลัพธ์ที่ดีขึ้น หรือเรียกได้ว่าการเข้าไปแทรกแซงของรัฐในกิจกรรมของภาคเอกชนมีประโยชน์ต่อการบริหารจัดการของรัฐหรือการกำกับดูแลของรัฐอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น แนวทางนี้ได้รับการนำไปใช้ในหลายประเทศโดยรัฐบาลเพื่อปรับปรุงความมีประสิทธิภาพ ประสิทธิภาพ และความโปร่งใสของกฎเกณฑ์ กำกับดูแลต่าง ๆ ที่เป็นเครื่องมือหลักในการบริหารงานของรัฐบาล การนำแนวคิดนี้มาใช้เป็นหนึ่งในกลไกสำคัญที่ช่วยให้ระบบการบริหารราชการดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพและมีความยืดหยุ่นในการปรับปรุงแก้ไข เมื่อทฤษฎีนี้ถูกนำเข้ามาใช้เป็นส่วนหนึ่งของการบริหารราชการ จะทำให้มีการวิเคราะห์และประเมินผลลัพธ์ของนโยบายและมาตรการทางกฎหมายที่นำมาใช้ เพื่อให้สามารถปรับปรุงและปรับเปลี่ยนได้อย่างทันทั่วทั้งที่ตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา

จากการศึกษานโยบายการส่งเสริมอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ พบว่าประเทศญี่ปุ่นมีการกำหนดนโยบายการส่งเสริมการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่แปรรูปจากผลผลิตทางการเกษตรประเภทผลไม้ไว้ใน นโยบายพื้นฐานเกี่ยวกับการรวมกลุ่มธุรกิจและการส่งเสริมการใช้ผลิตภัณฑ์เกษตรกรรม ป่าไม้ และการประมงในท้องถิ่น กับการส่งเสริมการแปรรูปผลผลิตทางการเกษตร ค.ศ. 2011³⁴² โดยมุ่งเน้นในส่วนของการปรับปรุงอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ล้ำสมัยให้เป็นไปตามกระแสนิยม และมีความทันสมัยมากยิ่งขึ้น อีกทั้ง ยังมีในส่วนของการสนับสนุนในการปรับปรุงธุรกิจ โดยกองทุนดังกล่าวใช้นั้นใช้ทุนจากงบประมาณของภาครัฐ และรัฐอาจให้สมาคมกลางยืมเงินทุนที่ใช้สำหรับกองทุนโครงการปรับปรุงให้ทันสมัย โดยไม่มีดอกเบี้ยตามคำสั่งคณะรัฐมนตรีได้³⁴³

³⁴² 農林漁業者等による農林漁業及び関連事業の総合化並びに地域の農林水産物の利用の促進に関する基本方針.

³⁴³ Act on Special Measures Concerning the Stability of the Sake Manufacturing Industry etc 1970 Article 6-2.

สาธารณรัฐเกาหลีมีนโยบายในการส่งเสริมอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เช่นกัน ปรากฏใน แผนพัฒนาอุตสาหกรรมสุราแบบดั้งเดิม ฉบับที่ 3³⁴⁴ (ค.ศ. 2023-2027) เป็นแผนที่ออกโดย รัฐมนตรีกระทรวงเกษตร อาหาร และกิจการชนบท โดยอาศัยอำนาจตาม รัฐบัญญัติว่าด้วย อุตสาหกรรมสุราแบบดั้งเดิมของเกาหลี (Act on Promotion of Korean Traditional Liquor Industries 2010) มาตรา 4 โดยมุ่งเน้นการจัดตั้งโครงการวิจัยและพัฒนาเพื่อส่งเสริมสุราแบบดั้งเดิม ระดับพรีเมียม โดยมุ่งเน้นในเรื่องของวัตถุดิบ กระบวนการทำสุรา และการจัดจำหน่าย เพื่อส่งเสริม สุราที่มีชื่อเสียงใหม่ ๆ เช่น วิสกี้ข้าว และสุรามาจากถั่งไม่ไผ่ นอกจากนี้ยังส่งเสริมในเรื่องของการคง มาตรฐานอุตสาหกรรมสุราดั้งเดิมและการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์โดยการใช้สถิติต่าง ๆ นำมา ประเมินผลเป็นข้อมูลพื้นฐานสำหรับการจัดทำนโยบาย และจัดตั้งหลักสูตรการผลิตเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ในมหาวิทยาลัย เพื่อส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

ผู้วิจัยเห็นว่า ให้มีการส่งเสริมกระบวนการผลิตของอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จากผลไม้ (กระบวนการกลั่นน้ำ) ต้องพัฒนานโยบายที่เหมาะสมตาม แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม แห่งชาติฉบับที่ 14 ในอนาคตเพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ อย่าง เป็นรูปธรรม โดยให้กระทรวงอุตสาหกรรมเป็นหน่วยงานที่รับผิดชอบในการปรับปรุงโรงอุตสาหกรรม เครื่องจักร เทคโนโลยี และกระบวนการผลิตให้ทันสมัย ส่งเสริมให้มีการใช้วัตถุดิบจากท้องถิ่นในการ ผลิต ช่วยเหลือผู้ประกอบการในการปรับปรุงธุรกิจ และพัฒนาสินค้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของตน

5.2.2 วิเคราะห์หาแนวทางด้านกฎหมาย

จากการศึกษาเกี่ยวกับสภาพปัญหาที่เกิดขึ้นในปัจจุบันเกี่ยวกับอุตสาหกรรมเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์จากผลไม้ กรณีกระบวนการเริ่มต้นของอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จาก ผลไม้ (กระบวนการกลั่นน้ำ) ในมิติด้านกฎหมาย พบว่า ยังประสบข้อจำกัดและอุปสรรคหลาย ประการ ดังนั้น จึงมีความจำเป็นที่จะต้องหามาตรการทางกฎหมายที่เหมาะสม เพื่อส่งเสริม อุตสาหกรรมการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้เป็นรูปธรรม โดยวิเคราะห์จากสภาพปัญหาที่ เกิดขึ้น ดังนี้

1. ปัญหาการกำหนดแรงคนและแรงม้าของเครื่องจักร

จากการศึกษา พบว่า ข้อจำกัดในการกำหนดกำลังแรงม้าเครื่องจักรและจำนวนแรงงาน ตามกฎกระทรวงการผลิตสุรา พ.ศ. 2565 ส่งผลกระทบต่อขีดความสามารถในการผลิตของ ผู้ประกอบการขนาดเล็ก โดยเฉพาะการจำกัดกำลังเครื่องจักรไม่เกิน 5 แรงม้า³⁴⁵ ซึ่งไม่เพียงพอ สำหรับการใช้งานเตาแก๊สที่มีประสิทธิภาพสูง ทำให้ผู้ประกอบการต้องหันไปใช้เตาฟืนที่ล่าช้าและไม่

³⁴⁴ 전통주 등의산업발전 기본계획.

³⁴⁵ กฎกระทรวงการผลิตสุรา พ.ศ. 2565 ข้อ 3.

มีประสิทธิภาพเทียบเท่า ทั้งนี้ วิธีการคำนวณแรงม้าตามแนวทางของกรมโรงงานอุตสาหกรรมยังทำให้การใช้เชื้อเพลิงสมัยใหม่กลายเป็นข้อจำกัดทางกฎหมาย ส่งผลให้ไม่สามารถผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพหรือเพียงพอต่อความต้องการของตลาดได้ อีกทั้งการขยายไปสู่ระดับอุตสาหกรรมขนาดกลางกลับต้องแบกรับต้นทุนสูง จึงเป็นอุปสรรคต่อการเติบโตของผู้ประกอบการรายย่อย โดยมาตรการทางกฎหมายนี้เป็นการจำกัดศักยภาพการแข่งขันของผู้ประกอบการรายย่อย

จากการศึกษา มาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับเกณฑ์การแบ่งขนาดของอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของต่างประเทศ พบว่า

ประเทศญี่ปุ่น มีการกำหนดเกณฑ์การแบ่งขนาดของอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามขนาดทุนจดทะเบียนและจำนวนพนักงาน ในอุตสาหกรรมขนาดเล็กกำหนดให้ทุนจดทะเบียนไม่เกิน 50 ล้านบาท หรือพนักงานประจำไม่เกิน 50 คน³⁴⁶

สาธารณรัฐเกาหลี มีการกำหนดเกณฑ์การแบ่งขนาดของอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามปริมาณการผลิต เช่น โรงอุตสาหกรรมสุราแบบดั้งเดิมที่ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไม่เกิน 5 แสนลิตรต่อปี ถือเป็นอุตสาหกรรมขนาดเล็ก³⁴⁷

สหรัฐอเมริกา มีการกำหนดเกณฑ์การแบ่งขนาดของอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามปริมาณการผลิต³⁴⁸ โดยหากผลิตน้อยถือเป็นอุตสาหกรรมขนาดเล็ก หากผลิตมากก็เป็นอุตสาหกรรมขนาดกลางหรือขนาดใหญ่ เช่นเดียวกับของสาธารณรัฐเกาหลี

ผู้วิจัยเห็นว่า เมื่อเปรียบเทียบกับแนวทางของต่างประเทศ เช่น ญี่ปุ่น สาธารณรัฐเกาหลี และสหรัฐอเมริกา จะพบว่า ประเทศเหล่านี้ไม่ได้ใช้ “กำลังแรงม้าเครื่องจักร” เป็นเกณฑ์หลักในการแบ่งขนาดของผู้ผลิต แต่เลือกใช้ตัวชี้วัดที่สะท้อนความสามารถในการดำเนินธุรกิจจริงมากกว่า เช่น ขนาดทุนจดทะเบียน จำนวนพนักงาน หรือปริมาณการผลิตต่อปี ซึ่งเป็นตัวชี้วัดที่มีความยืดหยุ่นและสอดคล้องกับลักษณะของธุรกิจ จึงเห็นควรให้มีการปรับปรุงแก้ไข กฎกระทรวงการผลิตสุรา พ.ศ. 2565 มาตรา 3 ที่ใช้แบ่งขนาดของโรงงานผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ โดยยกเลิกการใช้เกณฑ์กำลังแรงม้าเครื่องจักร และ เปลี่ยนมาใช้เกณฑ์ที่ยืดหยุ่นและสะท้อนสภาพการดำเนินธุรกิจจริงมากขึ้น เช่น ใช้ปริมาณการผลิตต่อปีเป็นหลัก (เช่น ไม่เกิน 500,000 ลิตรต่อปี ถือเป็นขนาดเล็ก) หรือใช้ทุนจดทะเบียนและจำนวนพนักงานประจำ เหมือนประเทศญี่ปุ่นเป็นตัวชี้วัดว่าเป็นอุตสาหกรรมขนาดใด

³⁴⁶ Order for Enforcement of the Act on Strengthening Industrial Competitiveness (Cabinet Order No. 13 of 2014).

³⁴⁷ Act on Promotion of Korean Traditional Liquor Industries.

³⁴⁸ Business & Professions Code Division 9 23320 (B) (1)(A) and 23356.2 (B) (1)(B).

2. ปัญหาการกำหนดกำลังผลิตขั้นต่ำ

กฎกระทรวงการผลิตสุรา พ.ศ. 2565 ได้กำหนดควบคุมกำลังผลิตขั้นต่ำไว้ นั่นทำให้ประชาชนไม่สามารถโรงงานขนาดเล็กหรือโรงงานขนาดกลาง สำหรับการผลิตสุราชนิดพิเศษได้ เนื่องจากมีข้อจำกัดในด้านของกำลังผลิตที่ต้องผลิตในปริมาณมาก โดยต้องเป็นโรงงานขนาดใหญ่เท่านั้นจึงสามารถทำได้ ในส่วนของสุรากลั่น การตั้งโรงงานขนาดใหญ่ต้องมีกำลังผลิตขั้นต่ำที่สูงมาก ทำให้ผู้ที่ต้องการขยายกำลังผลิตจากขนาดโรงงานขนาดกลางเป็นโรงงานขนาดใหญ่ต้องใช้จ่ายเงินในการลงทุนที่สูงมาก ซึ่งการจำกัดกำลังผลิตดังกล่าวจึงเป็นอุปสรรคสำคัญในการขัดขวางการเติบโตในอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ผู้ผลิตในประเทศไทยนั้นต้องเผชิญ

จากแนวความคิดธุรกิจชุมชน กล่าวถึงการร่วมมือกันเพื่อดำเนินการทางธุรกิจของคนในชุมชน ไม่ใช่มุ่งเน้นแต่การสร้าง ผลกำไร แต่เน้นการเกิดประโยชน์กับชุมชนและสร้างความเข้มแข็งของชุมชน โดยขณะเดียวกันสามารถแข่งขันด้านคุณภาพในการผลิตกับธุรกิจเอกชนได้ เป็นการประกอบกิจการของชุมชน โดยชุมชนและเพื่อชุมชน ตั้งแต่การระดมทุนต่าง ๆ การทำกิจการร่วมกัน การแบ่งปัน ผลประโยชน์ เกิดจากการใช้สิ่งที่มีอยู่ในชุมชนทั้งทุนทางสังคม ทุนทางวัฒนธรรม ทุนทางเศรษฐกิจทุนทางสิ่งแวดล้อม เพื่อการพึ่งตนเองและการเพิ่มรายได้ให้กับชุมชน ซึ่งในปัจจุบัน อุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ขนาดเล็กซึ่งเป็นอุตสาหกรรมในระดับชุมชนไม่ได้รับการส่งเสริมเท่าที่ควร และมีอุปสรรคทางด้านข้อจำกัดทางด้านมาตรการทางกฎหมาย ส่งผลให้ไม่เกิดการเติบโตเท่าที่ควรและการเข้าสู่อุตสาหกรรมในระดับชุมชนก็เป็นไปได้ยาก

จากการศึกษา มาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ พบว่า

ประเทศญี่ปุ่น มีการกำหนดมาตรการและกระบวนการที่เกี่ยวกับการผลิตขั้นต่ำเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไว้ใน กฎหมายภาษีสุรา ค.ศ. 1940 (Liquor Tax Law) กล่าวถึง การกำหนดกำลังผลิตขั้นต่ำโดยภายใน 1 ปี นับแต่วันที่ได้รับใบอนุญาตให้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์³⁴⁹ ต้องผลิตให้ได้ตามปริมาณที่กำหนดไว้ขั้นต่ำ เช่น สาเกและเบียร์ 60 กิโลลิตร โชจูกลั่น 10 กิโลลิตร สุราผลไม้ ไวน์ผลไม้ วิสกี้ และบรันดี 6 กิโลลิตร เป็นต้น³⁵⁰

ประเทศสหรัฐอเมริกา รัฐแคลิฟอร์เนีย มีการกำหนดกำลังผลิตขั้นต่ำเอาไว้ใน รัฐบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ค.ศ. 1953³⁵¹ (Alcoholic Beverage Control Act) กล่าวถึง หาก

³⁴⁹ โดยหน่วยของปริมาณที่ให้ไว้เป็นกิโลลิตร (kiloliter) ซึ่งเป็นหน่วยวัดปริมาณในระบบเมตริกของปริมาณน้ำ 1 กิโลลิตรเท่ากับ 1,000 ลิตร.

³⁵⁰ Liquor Tax Law 1940 Article 7(2).

³⁵¹ Business & Professions Code Division 9 23000.

ต้องการผลิตเบียร์ในเชิงพาณิชย์ต้องมีระบบการผลิตเบียร์ขั้นต่ำเจ็ดถังซึ่งตั้งอยู่ในสถานที่อย่างถาวร สามารถผลิตเบียร์ได้ไม่ต่ำกว่าเจ็ดบาร์เรลต่อการผลิต และผู้รับใบอนุญาตจะต้องผลิตเบียร์ได้ไม่น้อยกว่า 100 บาร์เรล ต่อปี³⁵² ในส่วนไวน์ สุรากลั่น หรือบรันดี ไม่ได้กำหนดกำลังผลิตขั้นต่ำเอาไว้

ประเทศไทย มีมาตรการที่เกี่ยวกับการกำหนดกำลังผลิตขั้นต่ำในการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไว้ใน กฎกระทรวงการผลิตสุรา พ.ศ. 2565 ได้กำหนดกำลังผลิตขั้นต่ำไว้คือ ในส่วนของ สุรากลั่นชนิดพิเศษ วิสกี้ บรันดี และยีน ต้องมีกำลังผลิตขั้นต่ำไม่น้อยกว่า 30,000 ลิตร ต่อวัน และใน ส่วนของสุรากลั่นชุมชนหากต้องการขยายเป็นโรงงานขนาดใหญ่ก็มีกำลังผลิตขั้นต่ำไม่น้อยกว่า 90,000 ลิตรต่อวัน³⁵³

ผู้วิจัยเห็นว่า จากมาตรการทางกฎหมายดังกล่าวส่งผลให้ประชาชนไม่สามารถตั้งโรงงานขนาดเล็ก หรือโรงงานขนาดกลาง สำหรับการผลิตสุราชนิดพิเศษได้ ต้องเป็นโรงงานขนาดใหญ่เท่านั้น ในขณะที่ประเทศญี่ปุ่นแม้จะมีการจำกัดกำลังผลิตไว้ แต่อย่างไรก็ตามการจำกัดกำลังผลิตขั้นต่านั้นมี ปริมาณที่น้อยกว่ามาก ทั้งยังมีความยืดหยุ่นสูง เนื่องจากได้กำหนดกำลังผลิตขั้นต่ำไว้เป็นรายปี แม้แต่ สาธารณรัฐเกาหลีก็ไม่ได้กำหนดเอาไว้ หรือสหรัฐอเมริกากำหนดเอาไว้เฉพาะในส่วนของเบียร์เท่านั้น การกำหนดกำลังผลิตขั้นต่ำดังกล่าวนี้จึงเป็นอุปสรรคสำคัญในการขัดขวางการเติบโตในอุตสาหกรรม เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ผู้ผลิตในประเทศไทยนั้นต้องเผชิญ เห็นควรให้ปรับลดหรือยืดหยุ่นข้อกำหนด เรื่องกำลังผลิตขั้นต่ำลงโดยแก้ไขเพิ่มเติมในกฎกระทรวงการผลิตสุรา พ.ศ. 2565 ข้อ 17(3) เพื่อให้ เปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการขนาดเล็กเข้าสู่ตลาดสุราชนิดพิเศษได้

3. ปัญหามาตรฐานสิ่งแวดล้อม พบว่า กฎกระทรวงการผลิตสุรา พ.ศ. 2565 ได้กำหนด เงื่อนไขที่มีหลักเกณฑ์และมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อมที่แตกต่างกันระหว่างอุตสาหกรรมขนาดเล็ก อุตสาหกรรมขนาดกลาง และอุตสาหกรรมขนาดใหญ่

จากการศึกษา พบว่า หลักเกณฑ์และมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อมนั้น ในส่วนของสุรากลั่น และสุราแช่ จะเห็นได้ว่าจะแบ่งแยกออกเป็น 3 ระดับ คือ โรงอุตสาหกรรมขนาดเล็กซึ่งใช้มาตรฐานที่ไม่สูงมาก ส่วนโรงอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดนั้นใหญ่นั้นใช้มาตรฐานเดียวกัน ในขณะที่ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภท เบียร์และเบียร์บริวฟ์นั้น ใช้มาตรฐานเดียวกันทั้งอุตสาหกรรมขนาดเล็ก กลาง และขนาดใหญ่ การกำหนดมาตรฐานสิ่งแวดล้อมเช่นนี้ทำให้ไม่ได้สัดส่วนระหว่าง อุตสาหกรรมทั้ง 3 ขนาด ซึ่งหากพิจารณาแล้ว การที่อุตสาหกรรมขนาดเล็ก หรือขนาดกลาง ต้องใช้ มาตรฐานเดียวกันกับอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ ถือเป็นมาตรฐานที่สูงมากจึงไม่ได้สัดส่วนกันกับขนาด อุตสาหกรรม ซึ่งเป็นอุปสรรคสำคัญและส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการ เนื่องจากมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อมนี้ล้วน

³⁵² Business & Professions Code Division 9 23356.2 (B) (23)(A).

³⁵³ กฎกระทรวงการผลิตสุรา พ.ศ. 2565 ข้อ 17(3).

ต้องมีค่าใช้จ่ายและเป็นการเพิ่มต้นทุนให้กับผู้ผลิต และเป็นการกีดกันทางการค้าแก่ผู้ผลิตอุตสาหกรรมขนาดเล็กและขนาดกลางอีกด้วย โดยหากพิจารณาร่วมกับข้อจำกัดเครื่องจักรและจำนวนคน รวมไปถึงเงื่อนไขการตั้งโรงอุตสาหกรรมขนาดกลางแล้ว กลไกดังกล่าวล้วนเป็นอุปสรรคอย่างมากในการจัดตั้งโรงอุตสาหกรรมเครื่องตีแอลกอฮอล์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งโรงอุตสาหกรรมขนาดกลาง และขนาดใหญ่ ต้องใช้ต้นทุนจำนวนมาก อีกทั้งมีมาตรฐานที่สูงมากเช่นกัน

จากการศึกษา มาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับอุตสาหกรรมเครื่องตีแอลกอฮอล์จากผลไม้ ประเทศญี่ปุ่น สาธารณรัฐเกาหลี สหรัฐอเมริกา และประเทศฝรั่งเศส ในส่วนของมาตรฐานสิ่งแวดล้อมในด้านกฎหมาย พบว่าในแต่ละประเทศนั้นล้วนมีมาตรการในการควบคุมกำกับดูแลสิ่งแวดล้อม ไม่ว่าจะเป็นการให้หน่วยงานของรัฐเป็นผู้ที่เข้ามาตรวจสอบ หรือการให้เอกชนเข้ามาตรวจสอบ โดยให้ผู้ประกอบการเป็นผู้เสียค่าใช้จ่ายด้วยตนเอง ซึ่งปัจจุบันประเทศไทยได้กำหนดให้เจ้าหน้าที่ของรัฐเป็นผู้เข้ามาตรวจสอบเบื้องต้น และในอุตสาหกรรมเครื่องตีแอลกอฮอล์ขนาดใหญ่ นั้นผู้ประกอบการผ่านการตรวจสอบที่เรียกว่า รายงานการวิเคราะห์ผลกระทบสิ่งแวดล้อมตามกฎหมายว่าด้วยการส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ (Environmental Impact Assessment: EIA) ซึ่งมาตรฐานนี้ไม่ได้ใช้กับอุตสาหกรรมขนาดใหญ่เท่านั้น แต่ได้ใช้อุตสาหกรรมการผลิตเบียร์ตั้งแต่ขนาดเล็กจนถึงขนาดใหญ่ ซึ่งตามกฎหมายกระทรวงการผลิตสุรา พ.ศ. 2560 (ฉบับเดิม) ในการผลิตเบียร์ขนาดเล็กนั้นไม่ได้กำหนดให้มีรายงานการวิเคราะห์ผลกระทบสิ่งแวดล้อมฯ ซึ่งมีค่าใช้จ่ายที่สูงและกำหนดกำลังผลิตเอาไว้อีกด้วย ในกรณีของการผลิตเบียร์ต้องผลิตเกิด 600,000 ลิตร ต่อเดือน ถึงจะได้รับการประเมินรายงานการวิเคราะห์ผลกระทบสิ่งแวดล้อมฯ ซึ่งเป็นการเพิ่มต้นทุนและเป็นการบังคับให้ผลิตในปริมาณมากสำหรับผู้ประกอบการที่ผลิตเบียร์ ซึ่งเฉพาะในประเทศญี่ปุ่น³⁵⁴ ก็มีการกำหนดให้จัดทำรายงานการวิเคราะห์ผลกระทบสิ่งแวดล้อมฯ เอาไว้เฉพาะอุตสาหกรรมขนาดใหญ่เท่านั้น ส่วนประเทศอื่น ๆ นั้นให้หน่วยงานของรัฐเป็นผู้ตรวจสอบในเรื่องของสิ่งแวดล้อม ในอุตสาหกรรมเครื่องตีแอลกอฮอล์

ผู้วิจัยเห็นว่า จากการเปรียบเทียบกับประเทศต่าง ๆ เช่น ญี่ปุ่น สาธารณรัฐเกาหลี สหรัฐอเมริกา และฝรั่งเศส พบว่า ประเทศเหล่านี้มีแนวทางแยกการควบคุมตามขนาดกิจการอย่างชัดเจน โดยเฉพาะในเรื่องการจัดทำรายงานการวิเคราะห์ผลกระทบสิ่งแวดล้อม (EIA) ที่กำหนดใช้เฉพาะในกิจการขนาดใหญ่เท่านั้น ขณะที่ในประเทศไทยการให้จัดทำรายงานวิเคราะห์ผลกระทบสิ่งแวดล้อม สำหรับการผลิตเบียร์แม้ในขนาดเล็กถือเป็นภาระเกินสมควรและไม่ได้สัดส่วน ซึ่งไม่สอดคล้องกับแนวความคิดธุรกิจชุมชนในการสนับสนุนผู้ประกอบการขนาดเล็ก คือเป็นการกีดกันทางการค้า จึงเห็นควรให้ แก้ไขกฎกระทรวงการผลิตสุรา พ.ศ. 2565 มาตรา 16 (1)(ข) โดยแยกเกณฑ์

³⁵⁴ Environmental Impact Assessment Act.

ด้านสิ่งแวดล้อมอย่างชัดเจนตามขนาดของกิจการและ กำหนดเกณฑ์การจัดทำ EIA สำหรับเฉพาะ กิจการที่มีผลกระทบสูงเท่านั้น และไม่ควรบังคับใช้กับกิจการที่มีขนาดกำลังผลิตต่ำหรืออยู่ในระดับ ชุมชน ซึ่งมีผลกระทบสิ่งแวดล้อมต่ำ โดยให้มีมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อมในการควบคุมกำกับดูแลใน ระดับที่เหมาะสมก็เพียงพอแล้วเช่นเดียวกับอุตสาหกรรมขนาดเล็กของสุรากลั่น โดยกำหนดให้โรง เปียรขนาดเล็ก (ก) ต้องตั้งอยู่ในทำเลและสภาพแวดล้อมที่เหมาะสม มีพื้นที่เพียงพอที่จะผลิตสุราโดย ไม่ก่อให้เกิดอันตราย เหตุเดือดร้อนรำคาญ หรือความเสียหายต่อบุคคลหรือทรัพย์สินของผู้อื่น (ข) ต้องตั้งอยู่ห่างจากแหล่งน้ำสาธารณะไม่น้อยกว่าหนึ่งร้อยเมตรและต้องมีระบบบำบัดน้ำเสียที่ไม่ ก่อให้เกิดมลภาวะต่อสิ่งแวดล้อมตามมาตรฐานที่กรมควบคุมมลพิษกำหนด (ค) จัดให้มีการสุ่มตรวจ คุณภาพน้ำทิ้งปีละ 1 ครั้ง (ง) ให้จัดทำรายงานการจัดการของเสียรายไตรมาส เพื่อให้ส่งผลกระทบต่อ สิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด อีกทั้งเป็นส่งเสริมให้เกิดการแข่งขันที่เป็นธรรมและเอื้อต่อการเติบโตของ อุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ในประเทศไทย

4. ปัญหาการผลิตเพื่อบริโภคเอง

ประเทศไทยมีมาตรการควบคุมและกำกับดูแลการผลิตที่มีใช้เพื่อการค้าใน กฎกระทรวง การผลิตสุรา พ.ศ. 2565 ซึ่งการที่ประชาชนผลิตเพื่อบริโภคเองในครัวเรือนย่อมเล็งเห็นคุณภาพและ ความปลอดภัยของสุขภาพของตนเองเป็นสิ่งสำคัญ จึงไม่มีความจำเป็นในการกำหนดคุณภาพและ มาตรฐานเอาไว้ โดยกำหนดไว้เพียงการกระบวนการผลิตต้องไม่สร้างความรำคาญต่อสาธารณะและไม่ ทำให้สิ่งแวดล้อมเสื่อมโทรมก็เพียงพอแล้ว และในส่วนของกาผลิตที่กำหนดไว้ไม่เกิน 200 ลิตรต่อปี มีปริมาณที่น้อยเกินไปไม่เพียงพอต่อการบริโภค

จากการศึกษามาตรการควบคุมและกำกับดูแลการผลิตที่มีใช้เพื่อการค้าพบว่า ประเทศ ญี่ปุ่น มีมาตรการที่เกี่ยวกับการผลิตที่มีใช้เพื่อการค้าไว้ (1) กฎหมายภาษีสุรา ค.ศ. 1940 (Liquor Tax Law) และ (2) พระราชบัญญัติมาตรการพิเศษเพื่อความมั่นคงของอุตสาหกรรมกาผลิตสาเก ค.ศ. 1970 โดยอนุญาตให้ประชาชนสามารถหมักดองผลไม้ในเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยการแช่ผลไม้ ต่าง ๆ เช่น ลูกบ๊วย ลูกพลัม ฯลฯ เป็นต้น ลงในโซจูได้โดยมีแอลกอฮอล์ไม่เกินร้อยละ 20 โดยมีไว้เพื่อ บริโภคเองและไม่ต้องขออนุญาต³⁵⁵

สหรัฐอเมริกา รัฐแคลิฟอร์เนีย มีมาตรการที่เกี่ยวกับการผลิตที่มีใช้เพื่อการค้าไว้ รัฐ บัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ค.ศ. 1953 (Alcoholic Beverage Control Act) กล่าวถึง การผลิตเบียร์หรือไวน์เพื่อใช้ส่วนตัวหรือในครอบครัวไม่ต้องมีใบอนุญาต โดยกำหนดให้ผู้ที่มิอายุ 21 ปีขึ้น

³⁵⁵ Liquor Tax Law 1940 Article 43. And National Tax Agency, 'Home Brew', <<https://www.nta.go.jp/taxes/sake/qa/06/32.htm>> accessed 2 March 2024.

ไปเท่านั้นที่สามารถผลิตได้ จำนวนเปียร์หรือไวน์รวมที่เกี่ยวข้องกับคร้วเรือนใด ๆ จะต้องไม่เกิน 100 แกลลอนต่อปี หากมีผู้ใหญ่เพียงคนเดียวในคร้วเรือน หรือ 200 แกลลอนต่อปี หากมีผู้ใหญ่อสองคนขึ้นไปในคร้วเรือน ซึ่งเปียร์หรือไวน์ที่ถูกผลิตขึ้นเพื่อใช้ส่วนตัวหรือในครอบครัวจะไม่สามารถจำหน่ายได้³⁵⁶

ประเทศฝรั่งเศส ไม่มีกฎหมายที่เกี่ยวข้องที่ระบุไว้โดยเฉพาะเจาะจง ดังนั้นแล้วบุคคลทั่วไปสามารถผลิตเปียร์ ไวน์หรือเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ใช้วิธีการหมักได้ภายในบ้านของตนเอง อย่างไรก็ตามผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีใช้เพื่อการค้า ไม่สามารถผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ใช้วิธีการกลั่นได้ เนื่องจากอุปกรณ์การกลั่นนั้นถูกควบคุมตามประมวลรัษฎากรทั่วไป (General Tax Code) โดยผู้ที่ได้รับอุปกรณ์การกลั่นนั้นต้องเป็นผู้ที่ประกอบวิชาชีพในโรงกลั่นเท่านั้น³⁵⁷ นอกจากนี้การผลิตภายในบ้านของตนเองจะไม่สามารถจำหน่ายได้เนื่องจากการละเมิดต่อประมวลรัษฎากรทั่วไป (General Tax Code) โดยการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มาจาก การแปรรูปแอลกอฮอล์ชนิดอื่น หรือที่ผลิตขึ้นมาต้องทำการเสียภาษีสรรพสามิตรก่อนจะจำหน่าย³⁵⁸ จึงสรุปได้ว่า (1) สามารถผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพื่อบริโภคเองได้ (2) สามารถผลิตได้เฉพาะเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ใช้วิธีการหมักเท่านั้น (3) ห้ามจำหน่ายแก่บุคคลภายนอก (4) ไม่ต้องเสียภาษีสรรพสามิตร

ผู้วิจัยเห็นว่า ควรปรับปรุงแก้ไขกฎกระทรวงการผลิตสุรา พ.ศ. 2565 หมวดที่ 1 การผลิตสุราที่มีใช้เพื่อการค้า ให้มีความยืดหยุ่นและเหมาะสมกับวัตถุประสงค์ของการบริโภคในคร้วเรือน โดยเฉพาะในแง่ของการยกเว้นการขออนุญาตสำหรับการผลิตที่มีใช้เพื่อการค้าโดยเปรียบเทียบกับแนวทางของประเทศญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา และฝรั่งเศสใช้บังคับอยู่ ซึ่งล้วนอนุญาตให้ประชาชนสามารถผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพื่อบริโภคเองได้ โดยไม่ต้องขออนุญาตและไม่ต้องเสียภาษี ตราบใดที่ไม่มีการจำหน่าย นอกจากนี้ควร เพิ่มปริมาณการผลิตต่อปีให้เพียงพอต่อการบริโภคภายในคร้วเรือนอย่างเหมาะสม เช่น ปรับจาก 200 ลิตรต่อปีเป็น 360 ลิตรต่อปี หรือมากกว่านั้นตามเกณฑ์ของสหรัฐอเมริกา พร้อมทั้งยกเว้นการจัดเก็บภาษีสรรพสามิตรในกรณีที่ไม่มีจำหน่าย เพื่อไม่ให้เป็นการกีดกันผู้ผลิตรายย่อยหรือเกษตรกรที่ต้องการแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรเพื่อใช้บริโภคในคร้วเรือน สำหรับข้อกำหนดกระบวนการผลิตต้องไม่สร้างความรำคาญต่อสาธารณะและไม่ทำให้สิ่งแวดล้อมเสื่อมโทรมเห็นว่าควรให้มีไว้เช่นเดิม เพื่อรักษาสมดุลระหว่างสิทธิส่วนบุคคลและความสงบเรียบร้อยของสังคมโดยรวม

³⁵⁶ Business & Professions Code Division 9 23356.2 (A).

³⁵⁷ General Tax Code Article 306.

³⁵⁸ General Tax Code Article 302G.

อย่างไรก็ตาม สำหรับสุรากลั่นเห็นควรให้ประชาชนทั่วไปยังไม่สามารถผลิตเพื่อบริโภคเองได้ เนื่องจากกระบวนการกลั่นมีความเสี่ยงสูง ทั้งในด้านความปลอดภัย ความร้อนและแรงดันที่อาจก่อให้เกิดอุบัติเหตุรุนแรง เช่น การระเบิด ไฟไหม้ หรือด้านสุขภาพ โดยเฉพาะการเกิดสารพิษจำพวกเมทานอล ซึ่งเป็นอันตรายถึงชีวิตหากบริโภคเข้าไปและอาจปนเปื้อนในผลิตภัณฑ์ได้ง่ายหากผู้ผลิตไม่มีความรู้ในการควบคุมกระบวนการอย่างเหมาะสม อีกทั้งยังมีข้อจำกัดในการบังคับใช้กฎหมายที่อาจไม่สามารถแยกแยะได้อย่างชัดเจนว่าการผลิตเพื่อบริโภคเองจะไม่ถูกนำไปจำหน่ายโดยผิดกฎหมาย จึงเห็นสมควรให้การผลิตสุรากลั่นยังคงต้องอยู่ภายใต้ระบบการขออนุญาตและการควบคุมของรัฐอย่างเข้มงวดต่อไป

5. ปัญหาทางภาษี

ในประเด็นการกำหนดอัตราภาษีสุรา พบว่า จะใช้อัตราภาษีสุรา 2 แบบ คือ (1) อัตราภาษีตามปริมาณ (ซึ่งภาษีตามปริมาณนั้นส่งผลดีกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีราคาวัตถุดิบสูง) และ (2) อัตราภาษีตามมูลค่าแต่ละประเภทของสุรา (ซึ่งภาษีตามมูลค่านั้นเหมาะสมกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีราคาวัตถุดิบต่ำ) โดยหากคำนวณแล้วอัตราใดจำนวนภาษีมูลค่าสูงกว่าให้ใช้อัตราในการจัดเก็บ ถือได้ว่าเป็นการเพิ่มต้นทุนทางภาษีให้กับผู้ผลิต และหากผู้ผลิตนำภาษีนั้นไปเพิ่มในราคาขาย เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก็จะทำให้มีราคาสูงขึ้น ส่งผลกระทบให้ผู้ผลิตหรือผู้ประกอบการรายเล็กไม่สามารถสู้ราคาขายของผู้ประกอบการรายใหญ่ที่ผลิตในปริมาณมากที่ใช้ข้อได้เปรียบจากการผลิตจำนวนมากและใช้ต้นทุนการผลิตที่ต่ำกว่า ซึ่งจะเห็นได้ว่าการที่กำหนดให้เสียภาษีสุราในอัตราเท่ากัน ไม่ว่าจะเป็นสุราชุมชนหรือโรงอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ โดยใช้อัตราภาษี 2 แบบดังกล่าว เป็นการสร้างอุปสรรคและเป็นการเพิ่มต้นทุนการผลิตให้กับประชาชนทั่วไปและเกษตรกรที่ต้องการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ทำจากการแปรรูปผลไม้สดของไทย

ประเทศญี่ปุ่น มีมาตรการทางด้านภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไว้ใน กฎหมายภาษีสุรา ค.ศ. 1940 (Liquor Tax Law) โดยใช้อัตราภาษีตามปริมาณ³⁵⁹

สาธารณรัฐเกาหลี มีมาตรการที่เกี่ยวกับภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไว้ใน (1) รัฐบัญญัติว่าด้วยใบอนุญาตสุรา ค.ศ. 2021 (Act on Liquor Licenses, etc.) (2) รัฐบัญญัติภาษีสุรา ค.ศ. 1949 (Liquor Tax Act) โดยใช้อัตราภาษีตามปริมาณและมูลค่า³⁶⁰

ประเทศสหรัฐอเมริกา รัฐแคลิฟอร์เนีย มีมาตรการที่เกี่ยวกับภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไว้ใน ประมวลกฎหมายภาษี (Taxation Code) โดยใช้อัตราภาษีตามปริมาณ³⁶¹

³⁵⁹ Liquor Tax Law 1940 Article 23.

³⁶⁰ Liquor Tax Act 1949 Article 8.

³⁶¹ Taxation Code Division 2 32200.

ประเทศฝรั่งเศส มีมาตรการที่เกี่ยวกับภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไว้ใน ประมวลรัษฎากร ว่าด้วยภาษีสินค้าและบริการ (Code of taxation on goods and services) โดยใช้การคิดอัตรา ภาษีตามปริมาณ³⁶²

ผู้วิจัยเห็นว่า การกำหนดอัตราภาษีสุราตามกฎหมายกระทรวง พ.ศ. 2556 ควรมุ่งเน้นไปที่ การจัดระบบภาษีที่มีความเป็นธรรมและเหมาะสมกับขนาดของผู้ประกอบการ โดยเฉพาะผู้ผลิตสุรา รายย่อยหรือสุราชุมชน ซึ่งมีต้นทุนต่อหน่วยสูงกว่าผู้ประกอบการรายใหญ่และไม่สามารถใช้ประโยชน์ จากการผลิตในระดับอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ได้ ดังนั้น ควรยกเว้นการคิดภาษีตามมูลค่า สำหรับสุรา ชุมชนหรือผู้ประกอบการรายย่อยที่ใช้วัตถุดิบท้องถิ่น และใช้เฉพาะการคิดภาษีตามปริมาณในอัตราที่ เหมาะสมและต่ำกว่าอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ ซึ่งเป็นแนวทางที่ประเทศพัฒนาแล้วหลายประเทศ เช่น ญี่ปุ่น ฝรั่งเศส และสหรัฐอเมริกา ซึ่งจะช่วยส่งเสริมเศรษฐกิจฐานราก สร้างโอกาสให้ผู้ประกอบการ รายย่อยเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจได้อย่างเป็นธรรม และลดความเหลื่อมล้ำในการแข่งขันทางการตลาด

5.2.3 วิเคราะห์หาแนวทางด้านปฏิบัติ

จากการศึกษาเกี่ยวกับสภาพปัญหาที่เกิดขึ้นในปัจจุบันเกี่ยวกับอุตสาหกรรมเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์จากผลไม้ กรณีกระบวนการเริ่มต้นของอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จาก ผลไม้ (กระบวนการกลั่นน้ำ) ในทางด้านปฏิบัติพบ ปัญหาการลักลอบผลิตสุราเถื่อน

การลักลอบผลิตสุราเถื่อนในประเทศไทยเป็นปัญหาที่เกิดจากหลายปัจจัย โดยเฉพาะนโยบาย และมาตรการทางกฎหมายที่มีข้อจำกัดสูง เช่น กระบวนการขออนุญาตที่ยุ่งยาก มาตรฐานการผลิตที่ สูงเกินไป และอัตราภาษีที่ทำให้ต้นทุนการผลิตเพิ่มขึ้น จึงส่งผลให้ประชาชนทั่วไปเลือกที่จะลักลอบ ผลิตสุราเถื่อนเพื่อลดต้นทุนและหลีกเลี่ยงข้อบังคับต่าง ๆ ที่รัฐได้กำหนดขึ้น เหตุการณ์การลักลอบ ผลิตสุราเถื่อนเช่นนี้มีผลกระทบโดยตรงต่อความปลอดภัยของประชาชน เนื่องจากการใช้สารอันตราย เช่น เมทานอล ในกระบวนการผลิต ซึ่งมีพิษร้ายแรงและอาจทำให้ผู้บริโภคเสียชีวิตจากการดื่มสุรา เถื่อน สถานการณ์ที่เกิดขึ้นบ่อยครั้ง เช่น การเสียชีวิตจากการดื่มเหล้ายาแดงที่มีเมทานอลผสมเข้าไป แสดงให้เห็นถึงอันตรายจากการผลิตสุราเถื่อนที่ไม่ได้มาตรฐาน นอกจากการสูญเสียชีวิตและสุขภาพ ของประชาชนแล้ว การลักลอบผลิตสุราเถื่อนยังส่งผลให้รัฐสูญเสียรายได้จากภาษีและไม่สามารถ ควบคุมคุณภาพของผลิตภัณฑ์ได้ ทำให้เกิดปัญหากับอุตสาหกรรมสุราในประเทศ โดยเฉพาะ ผู้ประกอบการที่ผลิตสุราอย่างถูกต้องตามกฎหมายซึ่งได้รับผลกระทบจากการที่ผู้ผลิตสุราเถื่อน สามารถขายในราคาต่ำกว่า เนื่องจากไม่ต้องเสียภาษีและไม่ต้องปฏิบัติตามมาตรฐานการผลิตที่ เข้มงวด

³⁶² Code of taxation on goods and services Article L. 313-15 L. 313-20 and L. 312-21.

ผู้วิจัยเห็นว่า การแก้ไขปัญหาลักลอบผลิตสุราเถื่อนในประเทศไทย จำเป็นต้องมีการแก้ไขปรับปรุง ทั้งด้านนโยบาย กฎหมาย และมาตรฐานที่เข้มงวด ซึ่งเป็นต้นเหตุของปัญหาดังกล่าว โดยเริ่มจากการปรับปรุงกระบวนการขออนุญาตผลิตสุราให้มีความสะดวกและไม่ซับซ้อนเกินไป ซึ่งปัจจุบันการขออนุญาตมีขั้นตอนที่ยุ่งยากและเป็นอุปสรรคสำคัญ ทำให้ผู้ผลิตสุราชุมชนหันไปลักลอบผลิตสุราเถื่อน นอกจากนี้ ควรทบทวนมาตรฐานการผลิตและอัตราภาษีให้เหมาะสมกับผู้ผลิตรายย่อย เพื่อลดต้นทุนการผลิตและไม่ให้มีภาระภาษีที่สูงเกินไป อีกทั้งเป็นการสนับสนุนให้ผู้ผลิตที่ลักลอบผลิตเข้ามาอยู่ในระบบอย่างถูกต้องตามกฎหมาย เพื่อที่รัฐจะสามารถควบคุมคุณภาพและตรวจสอบความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ได้

5.3 วิเคราะห์หาแนวทางและมาตรการทางกฎหมายของประเทศไทยเกี่ยวกับการส่งเสริมอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้: กรณีกระบวนการด้านการตลาดของอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ (กระบวนการปลายน้ำ)

5.3.1 วิเคราะห์หาแนวทางด้านนโยบาย

จากการศึกษาเกี่ยวกับสภาพปัญหาที่เกิดขึ้นในปัจจุบันเกี่ยวกับอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ กรณีกระบวนการเริ่มต้นของอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ (กระบวนการปลายน้ำ) ในมิติด้านนโยบาย พบว่า ไม่มีนโยบายเฉพาะในการส่งเสริมด้านการตลาดของอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ ดังนั้น จึงมีความจำเป็นที่จะต้องพัฒนานโยบายที่เหมาะสมเพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้เป็นรูปธรรม โดยวิเคราะห์จากสภาพปัญหาที่เกิดขึ้น ซึ่งปัญหาที่เกิดขึ้น คือ ผู้ประกอบการไม่สามารถปฏิบัติให้เป็นไปตามนโยบายได้ โดยในปัจจุบัน ประเทศไทยมีนโยบายส่งเสริมการสร้างอัตลักษณ์ให้กับสินค้าเกษตรนำเสนองานเกี่ยวกับแหล่งกำเนิดให้กับสินค้า สร้างความแตกต่างและโดดเด่นของสินค้าในแต่ละท้องถิ่น สร้างตราสินค้าของเกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่น รวมถึงการพัฒนาฐานข้อมูลเกษตรอัตลักษณ์ ตลอดจนใช้ประโยชน์จากเอกลักษณ์แต่ละพื้นที่ในการเชื่อมโยงไปสู่ภาคการผลิตอื่น เช่น การท่องเที่ยวและบริการ ส่งเสริมการบริโภคสินค้าเกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่นในระดับประเทศ และเพื่อการส่งออกไปยังตลาดโลก แต่ในปัจจุบันพบว่า ในประเทศไทยในด้านของอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้นมีการจดทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์คือ ไวน์ที่ราบสูงสุพรรณภูมิ และไวน์เขาใหญ่เท่า 2 แบรินด์เท่านั้น การที่ไม่สามารถปฏิบัติให้เป็นไปตามนโยบายได้นั้น เกิดขึ้นอันเนื่องมาจากสภาพปัญหาทางด้านกฎหมายอีกด้วย

จากการศึกษานโยบายของประเทศต่าง ๆ เกี่ยวกับการส่งเสริมอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ พบว่า

ประเทศญี่ปุ่น มีการกำหนดนโยบายการส่งเสริมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ด้านการตลาด ไว้ในยุทธศาสตร์ในการขยายการส่งออกสินค้าเกษตร ป่าไม้ ประมง และผลิตภัณฑ์อาหาร ค.ศ. 2011³⁶³ กล่าวถึง การพัฒนาพื้นที่การผลิตเพื่อการส่งออกและการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการสามารถปฏิบัติตามกฎระเบียบของตลาดต่างประเทศ ถือเป็นแนวทางสำคัญในการขยายศักยภาพทางการค้า นอกจากนี้มีการดำเนินโครงการสนับสนุนอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของญี่ปุ่นผ่านมาตรการเงินอุดหนุน ซึ่งครอบคลุมการสร้างแบรนด์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ และการใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) เพื่อเพิ่มมูลค่าทางการตลาด อีกทั้ง ยังมีการดำเนินโครงการปรับเปลี่ยนโรงกลั่นสาเกให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมการบริโภคจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ รวมถึงการจัดสรรเงินอุดหนุนภายในประเทศ เพื่อแก้ไขปัญหาการลดลงของอุปสงค์และการขาดแคลนแรงงานในอุตสาหกรรมสุรา ซึ่งเป็นมาตรการสำคัญในการรักษาและพัฒนาอุตสาหกรรมดังกล่าวอย่างยั่งยืน

สาธารณรัฐเกาหลี มีการกำหนดนโยบายการส่งเสริมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ด้านการตลาดไว้ในแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสุราแบบดั้งเดิม ฉบับที่ 3 (ค.ศ. 2023-2027)³⁶⁴ กล่าวถึง การส่งเสริมสุราเกาหลีสู่ระดับโลกมุ่งเน้นการยกระดับสถานะของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เกาหลีผ่านการผลักดันให้มักกอลลีได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ขององค์การยูเนสโก (UNESCO) รวมถึงการสนับสนุนการเข้าร่วมการแข่งขันสุราระดับนานาชาติ นอกจากนี้ ยังมีการส่งเสริมสุราดั้งเดิมโดยบูรณาการกับอาหารเกาหลี ผ่านการสนับสนุนจากเซฟที่มีชื่อเสียง สถานเอกอัครราชทูต และร้านอาหารทั้งในและต่างประเทศ ตลอดจนการเผยแพร่ข้อมูลและการพัฒนาแนวทางการจับคู่อาหารและสุราดั้งเดิมเพื่อเสริมสร้างการรับรู้ ทั้งนี้ มีการดำเนินกลยุทธ์ขยายตลาดสุราในต่างประเทศ ผ่านการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายสุราดั้งเดิมระดับพรีเมียม การยกระดับคุณภาพบรรจุภัณฑ์ และการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดร่วมกับบุคคลที่มีชื่อเสียงและร้านอาหารชั้นนำ เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันและขยายการส่งออกสุราเกาหลีในระดับสากล อีกทั้ง มีการส่งเสริมอุตสาหกรรมสุราดั้งเดิมที่มีความเชื่อมโยงกับภาคเกษตรกรรมในพื้นที่ชนบทมุ่งเน้นการพัฒนาโรงผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยคัดเลือกจากการแข่งขันเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ 5 ประเภท พร้อมดำเนินการติดตามและประเมินผลเพื่อคงไว้เฉพาะโรงผลิตที่มีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ ยังมีการส่งเสริมการใช้วัตถุดิบทางการเกษตรภายในประเทศ เช่น ข้าวสาลี ข้าว และองุ่น ผ่านการทำ

³⁶³ 農林漁業者等による農林漁業及び関連事業の総合化並びに地域の農林水産物の利用の促進に関する基本方針.

³⁶⁴ 전통주 등의산업발전 기본계획.

สัญญากับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อสนับสนุนการเพาะปลูก พร้อมทั้งพัฒนาแนวทางการสร้างแบรนด์ ร่วมกับโรงผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในท้องถิ่น บุคคลที่มีชื่อเสียง และเซพระดับแนวหน้า เพื่อส่งเสริม การจำหน่ายและขยายตลาดของผลิตภัณฑ์สุราท้องถิ่นให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง

ประเทศฝรั่งเศส มีการกำหนดนโยบายการส่งเสริมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ด้านการตลาด ไว้ใน แผนควบคุมอย่างเป็นทางการระดับชาติ (ค.ศ. 2021-2025)³⁶⁵ มุ่งส่งเสริมและควบคุมการใช้ แหล่งกำเนิดสินค้าที่ได้รับการคุ้มครองเพื่อยกระดับคุณภาพและมูลค่าผลิตภัณฑ์ในตลาด โดยการ กำหนดชื่อแหล่งกำเนิดทางภูมิศาสตร์ที่ได้รับการคุ้มครองช่วยสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคว่า ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและเป็นของแท้ มีการควบคุมการผลิตในทุกขั้นตอนของการผลิตและ จำหน่ายทำให้ผู้ประกอบการในพื้นที่ที่ได้รับการคุ้มครองสามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันใน ตลาด ทั้งยังสามารถยกระดับการรับรู้และการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในระดับนานาชาติ ผ่านเครื่องหมาย แหล่งกำเนิดที่ได้รับการคุ้มครอง ซึ่งช่วยส่งเสริมการตลาดและเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับ อุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ดังนั้น ผู้วิจัยเห็นว่า การที่ผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ไม่สามารถจดทะเบียนสิ่งบ่งชี้ ทางภูมิศาสตร์ (GI) สำหรับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ ส่งผลให้เครื่องดื่มท้องถิ่นสูญเสียอัตลักษณ์และ ความภาคภูมิใจในเอกลักษณ์เฉพาะ ขาดการปกป้องจากการลอกเลียนแบบ ทำให้เสียเปรียบในตลาด สาทกลเมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์จากต่างประเทศที่มี GI และส่งผลกระทบต่อรายได้และเศรษฐกิจท้องถิ่น ที่พลาดโอกาสสร้างมูลค่าเพิ่มจากการรับรอง GI อีกทั้งยังไม่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวและขยาย ตลาดไปยังกลุ่มผู้บริโภคที่สนใจสินค้าพื้นเมืองได้อย่างเต็มที่ จึงมีความจำเป็นที่ต้องพัฒนานโยบายที่ เหมาะสมตาม แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 14 ในอนาคต โดยให้กระทรวงพาณิชย์ เป็นหน่วยงานที่มีหน้าที่ดำเนินการผ่านนโยบาย โดยส่งเสริมการสร้างอัตลักษณ์สินค้าเกษตรพื้นถิ่น ผ่านการส่งเสริมการจดทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) ซึ่งจะช่วยปกป้องสินค้าจากการ ลอกเลียนแบบ และเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น นอกจากนี้ กระทรวงพาณิชย์ควร กำหนดกลยุทธ์การตลาดที่สามารถเชื่อมโยงอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้กับภาคการ ท่องเที่ยว เช่น การสร้างกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ท้องถิ่น รวมถึงการพัฒนาเครือข่ายการจัดจำหน่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยให้ความสำคัญ กับการพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ผ่านการสร้างแบรนด์ที่มีความชัดเจน และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ใหม่ที่สามารถตอบสนองความต้องการของตลาด เพื่อช่วยเสริมสร้างศักยภาพในการแข่งขันของผู้ผลิต เครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ในตลาดโลกได้อย่างยั่งยืน

³⁶⁵ Plan National De Contrôles Officiels Pluriannuel 2021-2025.

5.3.2 วิเคราะห์หาแนวทางด้านกฎหมาย

จากการศึกษาเกี่ยวกับสภาพปัญหาที่เกิดขึ้นในปัจจุบันเกี่ยวกับอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ กรณีกระบวนการเริ่มต้นของอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ (กระบวนการปลายน้ำ) ในมิติด้านกฎหมาย พบว่ามีความจำเป็นที่จะต้องหามาตรการทางกฎหมายที่เหมาะสมเพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ให้เป็นรูปธรรม โดยวิเคราะห์จากสภาพปัญหาที่เกิดขึ้นคือ ปัญหาเกี่ยวกับการโฆษณา

จากการศึกษาพบว่า พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ได้ห้ามมิให้โฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกประเภท แต่ในทางปฏิบัติพบว่า ผู้ประกอบการรายใหญ่สามารถโฆษณาสินค้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้โดยอ้อม ผ่านการโฆษณาแฝงผ่านสินค้าประเภทอื่น ทั้งผู้ผลิตรายใหญ่ยังมีความแข็งแกร่งของตราสินค้าที่มากกว่าอีกด้วย ซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ประกอบการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์รายเล็กไม่สามารถทำได้ ผู้ประกอบการรายเล็กไม่มีทรัพยากรมากพอในการสร้างการจดจำแบรนด์ในลักษณะนี้ จึงไม่สามารถเข้าถึงตลาดได้อย่างเท่าเทียม ทำให้ตลาดขาดความยุติธรรมและเพิ่มการผูกขาดของรายใหญ่ แสดงให้เห็นถึงความไม่เท่าเทียมกันในทางปฏิบัติระหว่างผู้ผลิตหรือผู้ประกอบการรายใหญ่และรายเล็กที่เกิดขึ้นในประเทศไทย

จากทฤษฎีตลาดผู้ขายน้อยราย (Oligopoly) เป็นโครงสร้างตลาดที่มีผู้ผลิตหรือผู้ขายเพียงไม่กี่รายที่ครองส่วนแบ่งตลาดส่วนใหญ่ ส่งผลให้มีอำนาจในการกำหนดราคาหรือกลยุทธ์ทางการตลาดที่สามารถส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการรายเล็กได้อย่างมีนัยสำคัญ ในกรณีของอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีกฎระเบียบจำกัดการโฆษณา ผู้ผลิตรายใหญ่สามารถใช้ความได้เปรียบทางแบรนด์และทรัพยากรที่มีอยู่เพื่อทำการตลาดทางอ้อม เช่น การใช้โฆษณาแฝงผ่านผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ที่ใช้ตราสินค้าร่วมกัน (Brand Extension) หรือการสนับสนุนกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิต ซึ่งช่วยสร้างการรับรู้และตอกย้ำภาพลักษณ์ของแบรนด์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้โดยไม่ละเมิดข้อบังคับโดยตรง ในขณะที่ผู้ผลิตรายใหญ่สามารถใช้กลยุทธ์เหล่านี้เพื่อรักษาการรับรู้ของแบรนด์และสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ผู้ผลิตรายเล็กที่ขาดทรัพยากรและเครือข่ายที่แข็งแกร่งมักไม่สามารถทำการตลาดในลักษณะเดียวกันได้ ทำให้เกิดภาวะความไม่สมดุลทางการแข่งขัน (Market Inefficiency) ซึ่งเป็นลักษณะสำคัญของตลาดผู้ขายน้อยราย โดยที่ผู้ผลิตรายใหญ่สามารถรักษาตำแหน่งทางการตลาดและสร้างอุปสรรคในการเข้าสู่ตลาด (Barriers to Entry) ให้กับผู้เล่นรายใหม่ ส่งผลให้โครงสร้างตลาดยังคงมีลักษณะการกระจุกตัวของผู้ขายเพียงไม่กี่รายและจำกัดโอกาสของผู้ประกอบการรายเล็กในการแข่งขันอย่างเป็นธรรม

จากการศึกษา มาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้พบว่า

สาธารณรัฐเกาหลี มีมาตรการที่เกี่ยวกับการจำกัดการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไว้ใน รัฐบัญญัติส่งเสริมสุขภาพ ค.ศ. 1995³⁶⁶ โดยให้บุคคลที่ได้รับใบอนุญาตผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือใบอนุญาตขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และผู้นำเข้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ สามารถทำการโฆษณาได้ภายใต้เงื่อนไขดังต่อไปนี้ (1) ห้ามทำการโฆษณาเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ยกเว้นบุคคลที่ได้รับใบอนุญาตผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือใบอนุญาตขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และผู้นำเข้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามกฎหมาย (2) นอกจากการแจ้งชื่อ ประเภท และลักษณะของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แล้ว ผู้ดื่มจะต้องไม่ระบุว่ามี การจัดให้มีรางวัลหรือของมีค่าเพื่อส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (3) ห้ามส่งเสริมหรือชักจูงการดื่มไม่ว่าทางตรงหรือทางอ้อม หรือพรรณนาถึงบุคคล น้ำเสียง หรือพฤติกรรมกระตุ้นของหญิงตั้งครรภ์หรือผู้เยาว์ (4) ห้ามพรรณนาถึงการดื่มขณะขับรถหรือทำงาน (5) ข้อความเตือน ให้แสดงบนโฆษณาและภาชนะบรรจุเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ อย่างไรก็ตาม หากจะลงโฆษณาในพื้นที่ที่ไม่ได้เขียนคำเตือน จะต้องเขียนคำเตือนแยกต่างหากที่ด้านล่างของภาชนะเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (6) โฆษณาสุราจะต้องไม่แสดงเนื้อหาที่ไม่ผ่านการตรวจสอบซึ่งเกี่ยวข้องกับสุขภาพของบุคคล เช่น ข้อความที่ว่า การดื่มช่วยเพิ่มความแข็งแรงทางร่างกายหรือความสามารถในการออกกำลังกาย หรือว่าการดื่มนั้นมีประโยชน์ในการรักษาโรคหรือสุขภาพจิต

สหรัฐอเมริกา มีมาตรการที่เกี่ยวกับการจำกัดการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไว้ใน รัฐบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ค.ศ. 1953³⁶⁷ โดยให้บุคคลที่ได้รับใบอนุญาตผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือใบอนุญาตขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และผู้นำเข้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ สามารถทำการโฆษณาได้ภายใต้เงื่อนไขดังต่อไปนี้ (1) ห้ามใช้เนื้อหา ภาษา หรือสโลแกนใดๆ ในการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เพื่อกระตุ้นให้ผู้เยาว์ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (2) ห้ามมีป้ายหรือใบปลิวโฆษณาสถานประกอบการที่จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลอายุต่ำกว่า 21 ปี ตามวรรค (1) หากกิจกรรมทางธุรกิจหลักอย่างหนึ่งของสถานประกอบการคือการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และโฆษณาได้ระบุอย่างชัดเจนว่าเขตอำนาจศาลที่สถานประกอบการตั้งอยู่มีอายุที่สามารถดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ตามกฎหมายต่ำกว่า 21 ปี หรือบุคคลอายุต่ำกว่า 21 ปีสามารถอุดหนุนสถานประกอบการนั้นได้ (3) ไม่มีสิ่งใดในมาตรานี้ที่จะถือว่าเป็นการจำกัดหรือห้ามการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่อบุคคลซึ่งอยู่ในวัยดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ตามกฎหมาย

ประเทศฝรั่งเศส มีมาตรการที่เกี่ยวกับการจำกัดการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไว้ใน ประมวลกฎหมายสาธารณสุข³⁶⁸ โดยการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้รับอนุญาตภายใต้ข้อจำกัด

³⁶⁶ National Health Promotion Act.

³⁶⁷ Alcoholic Beverage Control Act.

³⁶⁸ Public Health Code.

บางประการเพื่อป้องกันการส่งเสริมการบริโภคที่เกินควร โดยสามารถทำได้ในสื่อสิ่งพิมพ์ ผ่านวิทยุในช่วงเวลาที่กำหนด บนโปสเตอร์และป้ายในพื้นที่ขาย เอกสารโฆษณาของผู้ผลิต ป้ายบนยานพาหนะส่งสินค้า และงานเทศกาลหรือพิธีภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ นอกจากนี้ การส่งเสริมการขายผ่านของที่ระลึกที่มีตราสินค้า หรือการโฆษณาทางออนไลน์ก็สามารถทำได้ อย่างไรก็ตาม การโฆษณาดังกล่าวต้องไม่มุ่งเป้าไปที่เยาวชน อย่างไรก็ตาม ประมวลกฎหมายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และมาตรการป้องกันโรคพิษสุราเรื้อรัง กำหนดให้จำกัดเฉพาะในสื่อสิ่งพิมพ์ที่ไม่ใช่สำหรับเยาวชน การโฆษณาทางวิทยุในเวลาที่รัฐกำหนด โปสเตอร์ในพื้นที่ผลิตและจำหน่าย เอกสารทางการค้า รวมถึงการติดชื่อผู้ผลิตบนยานพาหนะโดยไม่อนุญาตข้อความเพิ่มเติม และการสนับสนุนงานเทศกาลหรืองานแสดงสินค้าท้องถิ่นตามเงื่อนไข ห้ามสนับสนุนทางการเงินเพื่อโฆษณาชวนเชื่อ รวมถึงห้ามใช้การโฆษณาทางอ้อมที่สื่อถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยไม่ชัดเจน ส่วนการโฆษณาที่ได้รับอนุญาตจำกัดเฉพาะการระบุข้อมูลสำคัญ เช่น ปริมาณแอลกอฮอล์ แหล่งผลิต ชื่อและที่อยู่ผู้ผลิต วิธีการผลิตและการบริโภค พร้อมข้อความเตือนสุขภาพที่ว่า “การใช้แอลกอฮอล์ในทางที่ผิดเป็นอันตรายต่อสุขภาพ” เพื่อควบคุมไม่ให้เกิดการส่งเสริมการบริโภคที่ไม่เหมาะสมและปกป้องสุขภาพประชาชน.

ผู้วิจัยเห็นว่า ประเทศไทยควรพิจารณาปรับปรุงมาตรการทางกฎหมายตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 มาตรา 32 ที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ให้มีความยืดหยุ่นและสอดคล้องกับบริบททางเศรษฐกิจและการแข่งขันที่เป็นธรรมมากขึ้น โดยอาจใช้แนวทางจากต่างประเทศ เช่น การกำหนดเงื่อนไขที่ชัดเจนสำหรับการโฆษณาเพื่อป้องกันการเข้าถึงของเยาวชน ขณะเดียวกันควรลดอุปสรรคที่เป็นผลเสียต่อผู้ประกอบการรายเล็ก ยกตัวอย่างเช่น การพิจารณาอนุญาตให้มีการโฆษณาได้ในบางช่องทางภายใต้ข้อจำกัดที่เหมาะสม เช่น ข้อความเตือนเกี่ยวกับผลกระทบของแอลกอฮอล์ การห้ามใช้เนื้อหาที่ชักจูงให้บริโภคเกินควร หรืออนุญาตให้โฆษณาได้เป็นกรณีเฉพาะเพื่อสนับสนุนเทศกาลและงานแสดงสินค้าตามประเพณีที่สนับสนุนเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในท้องถิ่นและภายในบริเวณสถานที่จัดงานแสดงสินค้าหรืองานประเพณีเฉพาะสำหรับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของท้องถิ่นนั้นภายใต้เงื่อนไขที่กำหนดโดยกำหนดขึ้นในพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 เป็นต้น ซึ่งจะช่วยสร้างสมดุลทางการแข่งขันและส่งเสริมการเติบโตของอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ได้อย่างยั่งยืน

5.3.3 วิเคราะห์หาแนวทางด้านปฏิบัติ

จากการศึกษาเกี่ยวกับสภาพปัญหาที่เกิดขึ้นในปัจจุบันเกี่ยวกับอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ กรณีกระบวนการเริ่มต้นของอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ (กระบวนการปลายน้ำ) ในทางด้านปฏิบัติ พบว่า มีความจำเป็นที่จะต้องหาแนวทางปฏิบัติที่

เหมาะสมเพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์จากผลไม้เป็นรูปธรรมโดยวิเคราะห์จากสภาพปัญหาที่เกิดขึ้นคือ ปัญหาการขอสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ในด้านของเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์ ในปัจจุบันเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์จากผลไม้ในประเทศไทยที่ขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ในปัจจุบันนั้นมีอยู่ 2 ชื่อด้วยกัน ได้แก่ ไวน์ที่ราบสูงภูเขาและไวน์เขาใหญ่ ซึ่งไม่มีเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์ชนิดอื่น ๆ ที่ขึ้นทะเบียนเป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ซึ่งการที่จะขึ้นทะเบียนได้นั้นนอกจากจะต้องปฏิบัติตามข้อกำหนดของกรมทรัพย์สินทางปัญญาและพระราชบัญญัติคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พ.ศ. 2546 ยังต้องปฏิบัติตามมาตรฐานการผลิตต่าง ๆ ที่กฎหมายได้กำหนดเอาไว้ ซึ่งสภาพปัญหาในด้านมาตรการทางกฎหมายดังที่กล่าวมาข้างต้นนั้นเป็นอุปสรรคสำคัญทำให้อุตสาหกรรมเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์ไม่เติบโตเท่าที่ควรจะเป็น และยังส่งผลกระทบต่อการขึ้นทะเบียนเป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

จากการสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้องที่มีความรู้ความสามารถได้ตั้งข้อสังเกตไว้ว่า กรณีการขอสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ในปัจจุบันมีเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์จากผลไม้ในประเทศไทยที่ขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์มีเพียง 2 ชื่อเท่านั้น อุปสรรคดังกล่าวนี้ อาจไม่ได้เกิดจากมาตรฐานหรือขั้นตอนในการขออนุญาตโดยตรง แต่เกิดจากสภาพปัญหาในการขออนุญาตและมาตรฐานการผลิต ทำให้ผู้ที่มีวัตถุดิบที่เป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์แล้ว ไม่นิยมนำมาผลิตเป็นเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์ เนื่องจากอุปสรรคทางกฎหมาย ส่งผลให้อุตสาหกรรมเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์ที่ขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์มีเพียงไวน์ที่ราบสูงภูเขาและไวน์เขาใหญ่เท่านั้น

ดังนั้น ผู้วิจัยเห็นว่า สภาพปัญหาการขอขึ้นทะเบียนเป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์ในประเทศไทยส่งผลกระทบต่อผลิตภัณฑ์ ทำให้ขาดความน่าเชื่อถือในสายตาผู้บริโภค ส่งผลให้เสียโอกาสในการสร้างแบรนด์และรายได้จากการส่งออก ตัวอย่างเช่น เครื่องดื่มน้ำที่มีเอกลักษณ์ทางท้องถิ่น เช่น ไวน์จากองุ่นในบางพื้นที่ หรือสุราพื้นบ้าน อาจถูกลอกเลียนแบบจากต่างประเทศ ทำให้ศักยภาพทางการแข่งขันในตลาดลดลง และหากไม่มีการจดทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์อาจทำให้เครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์ชนิดนั้นสูญเสียความเชื่อมโยงกับแหล่งกำเนิดทางวัฒนธรรม เนื่องจากสุรากลั่นพื้นบ้านหรือไวน์จากผลไม้ท้องถิ่น มีส่วนสำคัญในการแสดงถึงเอกลักษณ์และวัฒนธรรมประจำถิ่น จึงเห็นว่าประเทศไทยควรแก้ไขปัญหาการขอขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) ของเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์จากผลไม้โดยปรับปรุงกฎหมายและมาตรฐานการขอ GI ให้เอื้อต่อผู้ประกอบการมากขึ้น เช่น การผ่อนปรนข้อกำหนดที่เป็นอุปสรรค และทบทวนมาตรฐานการผลิตให้รองรับเครื่องดื่มน้ำจากผลไม้ท้องถิ่นได้มากขึ้น พร้อมทั้งส่งเสริมให้เกษตรกรและผู้ผลิตใช้วัตถุดิบที่มี GI ผ่านโครงการความร่วมมือเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ และเพิ่มมาตรการด้านการตลาด เช่น การสร้าง

ตราสัญลักษณ์รับรอง GI และส่งเสริมการส่งออก ซึ่งจะช่วยเพิ่มจำนวนเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ได้รับ GI สร้างมูลค่าเพิ่ม และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลก

จากการวิเคราะห์เปรียบเทียบนโยบายและมาตรการทางกฎหมาย เกี่ยวกับมาตรการส่งเสริมอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ในต่างประเทศ ได้แก่ ประเทศญี่ปุ่น สาธารณรัฐเกาหลี สหรัฐอเมริกา ประเทศฝรั่งเศส และประเทศไทย ผู้วิจัยสามารถวิเคราะห์หานโยบายและมาตรการทางกฎหมายที่มีความเหมาะสมในการส่งเสริมอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ ซึ่งจะสรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะด้านนโยบาย กฎหมาย และแนวทางปฏิบัติในบทถัดไป



บทที่ 6

สรุปและข้อเสนอแนะ

6.1 สรุป

อุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ในประเทศไทย เป็นอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพในการส่งเสริมเศรษฐกิจฐานราก และมีแนวโน้มการเติบโตทางเศรษฐกิจในระดับสูง อุตสาหกรรมดังกล่าวมีบทบาทสำคัญในการเสริมสร้างศักยภาพของชุมชนและท้องถิ่นให้สามารถพึ่งพาตนเองได้ อีกทั้ง ยังเป็นกลไกในการขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจในระดับท้องถิ่นอย่างยั่งยืน เครื่องดื่มแอลกอฮอล์มิได้เป็นเพียงผลิตภัณฑ์สำหรับการบริโภคเท่านั้น หากแต่ยังมีบทบาทสำคัญในด้านวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของมนุษยชาติมาอย่างยาวนาน เครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นองค์ประกอบหลักในกิจกรรมทางสังคมและประเพณีในหลากหลายวัฒนธรรมทั่วโลก รวมทั้งยังมีความเกี่ยวข้องกับสาขาวิชาวิทยาศาสตร์ การแพทย์ และอุตสาหกรรมอื่น ๆ จากการศึกษาประวัติความเป็นมาคำว่า "แอลกอฮอล์" มีรากศัพท์มาจากภาษาอาหรับ “al-kohl” ซึ่งในเดิมหมายถึงสารที่ได้จากกระบวนการกลั่น ต่อมาได้มีการนำมาใช้เรียกสารละลายแอลกอฮอล์ รวมถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทต่าง ๆ เช่น รัม บรั่นดี วิสกี้ เหล้า สาเก ไวน์ และเบียร์ แอลกอฮอล์สามารถเกิดขึ้นเองตามธรรมชาติผ่านกระบวนการหมักน้ำตาล ก่อนที่มนุษย์จะเรียนรู้กระบวนการผลิตอย่างมีแบบแผน แอลกอฮอล์ที่ใช้ในการบริโภคส่วนใหญ่ คือ เอทิลแอลกอฮอล์ (Ethanol) ซึ่งตามกฎหมายไทยกำหนดว่าเครื่องดื่มที่มีปริมาณเอทิลแอลกอฮอล์ตั้งแต่ร้อยละ 0.5 โดยปริมาตรขึ้นไป ถือเป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

สำหรับประวัติการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ แม้จะไม่ปรากฏหลักฐานแน่ชัดว่ามนุษย์เริ่มต้นผลิตเมื่อใด แต่มีการสันนิษฐานว่าการผลิตและบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีมานานกว่า 10,000 ปี และมีความเกี่ยวข้องกับการทำเกษตรกรรม ในบริบทของประเทศไทย มีหลักฐานเกี่ยวกับการผลิตสุรามาตั้งแต่สมัยกรุงศรีอยุธยา และได้รับอิทธิพลจากวัฒนธรรมตะวันตกในช่วงเวลาต่อมา ปัจจุบันวัฒนธรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้กลายเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมทางสังคมและประเพณีต่าง ๆ เช่น งานบวช งานแต่งงาน และงานศพ

จากการศึกษาประวัติความเป็นมาของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้น พบว่าสามารถนำไปสู่การศึกษาแนวความคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ได้ ดังต่อไปนี้

1. แนวความคิดการสร้างมูลค่าเพิ่ม

แนวคิดนี้ถูกนำมาใช้ในการเพิ่มมูลค่าสินค้าเกษตร โดยการแปรรูปผลผลิต เช่น การผลิตสินค้าเกษตรนอกฤดูกาล การตอบสนองตลาดเฉพาะ ซึ่งช่วยให้สินค้ามีราคาสูงขึ้น ลดปัญหาผลผลิตล้นตลาด ส่งเสริมอาชีพ และก่อให้เกิดอุตสาหกรรม แม้ว่าอุตสาหกรรมนี้จะช่วยเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ แต่ยังเผชิญกับข้อจำกัดด้านกฎหมายและนโยบาย หากได้รับการพัฒนาอย่างเหมาะสม จะสามารถสร้างโอกาสทางธุรกิจและขยายตลาดต่อไปได้

2. แนวความคิดส่งเสริมธุรกิจชุมชน

ธุรกิจชุมชนในไทยเริ่มมีบทบาทชัดเจนขึ้นหลังสนธิสัญญาเบาว์ริง (พ.ศ. 2398) ซึ่งเปลี่ยนระบบเศรษฐกิจจากการผลิตเพื่อยังชีพเป็นการผลิตเพื่อการค้า แม้ว่าจะสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจ แต่ส่งผลให้เกิดปัญหาหนี้สินและการสูญเสียที่ดินของเกษตรกร ทำให้รัฐบาลต้องส่งเสริมธุรกิจชุมชนในรูปแบบสหกรณ์และขยายไปสู่ภาคการผลิต การเงิน และการค้าปลีก โดยธุรกิจชุมชนมุ่งเน้นการพึ่งพาตนเองของคนในชุมชนผ่านการระดมทุน การดำเนินกิจการ และการแบ่งปันผลประโยชน์มากกว่าการมุ่งแสวงหากำไรสูงสุด

3. ทฤษฎีตลาดผู้ขายน้อยราย (Oligopoly)

อุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทยมีลักษณะเป็นตลาดผู้ขายน้อยราย (Oligopoly) โดยมีผู้ผลิตรายใหญ่เพียงไม่กี่รายที่ครองส่วนแบ่งตลาดหลัก เนื่องจากมีข้อจำกัดด้านกฎหมาย การควบคุมการผลิต การโฆษณา และต้นทุนการลงทุนที่สูง ส่งผลให้ผู้ประกอบการรายใหม่หรือผู้ผลิตรายย่อยเข้าสู่ตลาดได้ยาก ผู้ประกอบการในตลาดนี้จึงมีอำนาจต่อรองสูง และมีการพึ่งพาซึ่งกันและกันในเชิงกลยุทธ์ เช่น การตั้งราคาและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ซึ่งล้วนส่งผลต่อโครงสร้างการแข่งขันในตลาดโดยรวม

4. ทฤษฎีการบริหารงานของรัฐ (Public Administration Theory)

ทฤษฎีการบริหารงานของรัฐ (Public Administration Theory) เป็นแนวคิดที่นำศาสตร์หลายแขนง มาประยุกต์ใช้เพื่อให้ภาครัฐสามารถบริหารงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเน้นไปที่การกำหนดนโยบายและการออกกฎหมายที่เป็นประโยชน์สูงสุดต่อประชาชน ภาครัฐจึงมีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนประชาชนผ่านการให้ข้อมูล ช่วยเหลือ และส่งเสริมให้ประชาชนสามารถเข้าถึงบริการและนโยบายของรัฐได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงแนวความคิด ทฤษฎี นโยบาย มาตรการ และบทบัญญัติกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ในประเทศไทย เปรียบเทียบกับมาตรการและกฎหมายของต่างประเทศ ได้แก่ ประเทศญี่ปุ่น สาธารณรัฐเกาหลี สหรัฐอเมริกา และประเทศฝรั่งเศส ทั้งอุตสาหกรรมขนาดเล็ก ขนาดกลาง และ

ขนาดใหญ่ พร้อมทั้งวิเคราะห์สภาพปัญหาในปัจจุบัน และเสนอแนวทางในการปรับปรุงกฎหมายและมาตรการที่เกี่ยวข้อง จากการศึกษาพบว่า การแปรรูปผลไม้เป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เป็นแนวทางหนึ่งในการเพิ่มมูลค่าให้แก่สินค้าเกษตร ช่วยลดปัญหาผลผลิตล้นตลาด เพิ่มโอกาสทางเศรษฐกิจให้แก่เกษตรกรและผู้ประกอบการ และสามารถสร้างอัตลักษณ์สินค้าไทยในระดับสากลได้ ทั้งยังสอดคล้องกับแนวคิดเรื่องการส่งเสริมเศรษฐกิจฐานรากตามนโยบายยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบันประเทศไทยยังประสบกับข้อจำกัดสำคัญหลายประการ ได้แก่

1. ปัญหาทางด้านนโยบาย

นโยบายการส่งเสริมอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ที่ผลิตในประเทศไทยเป็นประเด็นที่ได้รับความสนใจในช่วงหลายปีที่ผ่านมา เนื่องจากอุตสาหกรรมนี้สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลผลิตทางการเกษตร ส่งเสริมเศรษฐกิจฐานราก และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการในประเทศ อย่างไรก็ตาม นโยบายที่เกี่ยวข้องยังมีความคลุมเครือและไม่ชัดเจน ส่งผลต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ในประเทศไทยให้เติบโตอย่างยั่งยืน

ปัจจุบันอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ในประเทศไทยยังต้องเผชิญกับข้อจำกัดหลายประการ โดยเฉพาะกฎหมายและกฎระเบียบที่เข้มงวดเกี่ยวกับการผลิตและจำหน่าย ซึ่งส่งผลให้ผู้ประกอบการรายย่อยและวิสาหกิจชุมชนไม่สามารถแข่งขันได้อย่างเท่าเทียม แม้ว่าจะมีแนวทางในการปรับปรุงกฎระเบียบเพื่อให้เกิดการแข่งขันที่เป็นธรรม แต่ยังคงมีข้อจำกัดทางกฎหมายที่เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจ นอกจากนี้ การขาดระบบสนับสนุนจากภาครัฐในด้านการตลาด การพัฒนาเทคโนโลยีการผลิต และการสร้างมาตรฐานผลิตภัณฑ์ ยังเป็นอีกปัจจัยที่ทำให้การพัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้เป็นไปอย่างล่าช้า

ดังนั้น เพื่อให้การส่งเสริมอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ในประเทศไทยเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ รัฐบาลควรมีการกำหนดนโยบายที่ชัดเจนและสอดคล้องกับบริบทของประเทศ เช่น การปรับปรุงกฎหมายให้เอื้อต่อการพัฒนาอุตสาหกรรม การสนับสนุนเงินทุนและเทคโนโลยีให้แก่ผู้ประกอบการรายย่อย รวมถึงการส่งเสริมให้เกิดมาตรฐานสินค้าและการรับรองคุณภาพที่เป็นที่ยอมรับในระดับสากล นอกจากนี้ ควรมีการศึกษาแนวทางจากประเทศที่ประสบความสำเร็จและนำมาปรับใช้ให้เหมาะสมกับบริบทของประเทศไทย เพื่อให้เกิดการพัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้อย่างยั่งยืนและสามารถแข่งขันในตลาดโลกได้

2. ปัญหาทางด้านกฎหมาย

สภาพปัญหาของอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทยมีหลายประการที่จำเป็นต้องได้รับการปรับปรุงและพัฒนา โดยเฉพาะการขาดกฎหมายที่สนับสนุนการเริ่มต้นและ

เติบโตของอุตสาหกรรม เครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ เช่น การขาดกองทุนพัฒนาหรือมาตรการสนับสนุนการลงทุน ซึ่งส่งผลให้อุตสาหกรรมเติบโตช้าและขาดการจ้างงานในท้องถิ่น อีกทั้งยังมีอุปสรรคจากข้อกำหนดที่ไม่สอดคล้องกับความเป็นจริงในการผลิต เช่น กฎกระทรวงการผลิตสุรา พ.ศ. 2565 ที่กำหนดกำลังเครื่องจักรและจำนวนแรงงานในโรงงานขนาดเล็ก ซึ่งทำให้ผู้ประกอบการขนาดเล็กไม่สามารถแข่งขันได้กับผู้ประกอบการรายใหญ่ ขณะเดียวกันข้อกำหนดที่เข้มงวดเกี่ยวกับมาตรฐานสิ่งแวดล้อมและการขออนุญาตทำให้การขยายธุรกิจเป็นไปได้ยาก การกำหนดภาษีที่สูงสำหรับผู้ผลิตในไทยยังส่งผลให้ต้นทุนการผลิตสูงและผู้ประกอบการรายเล็กไม่สามารถแข่งขันได้

เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศญี่ปุ่น สาธารณรัฐ สหรัฐอเมริกา และฝรั่งเศสที่มีความยืดหยุ่นในเรื่องมาตรการสนับสนุน เช่น การปรับปรุงมาตรฐานการผลิตให้เหมาะสมกับขนาดของโรงงานและการมีระบบการภาษีที่เป็นธรรมและยืดหยุ่น ทำให้ธุรกิจสามารถเติบโตและขยายได้อย่างยั่งยืน ซึ่งประเทศไทยควรใช้แนวทางเหล่านี้ในการปรับปรุงมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวข้อง โดยการสนับสนุนอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ให้มีความยืดหยุ่นมากขึ้น เช่น การสร้างกองทุนพัฒนาหรือการผ่อนปรนกฎระเบียบ เพื่อสนับสนุนการลงทุนและการเติบโตของธุรกิจในระดับชุมชน

นอกจากนี้ การปรับปรุงกฎหมายเกี่ยวกับการโฆษณาก็เป็นสิ่งสำคัญ เนื่องจากข้อจำกัดในการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ทำให้ผู้ประกอบการรายใหญ่สามารถใช้กลยุทธ์การโฆษณาแฝงได้ ซึ่งส่งผลให้เกิดความไม่เท่าเทียมในการแข่งขันในตลาด การผ่อนปรนข้อกำหนดการโฆษณาในบางรูปแบบ หรือการควบคุมการโฆษณาแฝงจะช่วยสร้างการแข่งขันที่เป็นธรรมและลดการผูกขาดในอุตสาหกรรมนี้

ดังนั้น เพื่อส่งเสริมการเติบโตของอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ในประเทศไทย ควรมีการปรับปรุงมาตรการทางกฎหมายที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะการออกกฎหมายที่สนับสนุนการเริ่มต้นและการขยายตัวของธุรกิจในระดับท้องถิ่น เช่น การจัดตั้งกองทุนพัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ การผ่อนปรนกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับกำลังเครื่องจักรและจำนวนแรงงานในโรงงานขนาดเล็ก เพื่อให้สอดคล้องกับความเป็นจริงในการผลิต การปรับปรุงขั้นตอนและระยะเวลาในการขออนุญาตให้สั้นลง รวมถึงการปรับปรุงมาตรฐานสิ่งแวดล้อมให้มีความยืดหยุ่นและเหมาะสมกับขนาดของโรงงาน อีกทั้ง ควรมีการปรับปรุงระบบภาษีเพื่อให้เกิดความยืดหยุ่นและเหมาะสมกับขนาดของผู้ประกอบการ ทั้งนี้ ควรคำนึงถึงความเป็นธรรมในการแข่งขัน โดยการลดอัตราภาษีสำหรับผู้ผลิตในระดับชุมชนและเกษตรกร นอกจากนี้ การปรับปรุงกฎหมายเกี่ยวกับการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพื่อสร้างความเป็นธรรมในการแข่งขันและลดการผูกขาดจากผู้ประกอบการรายใหญ่ ถือว่าเป็นอีกหนึ่งกุญแจสำคัญในการเปิดโอกาสให้ผู้เล่นรายใหม่สามารถเข้าสู่ตลาดได้อย่างเป็นธรรมและยั่งยืน

3. ปัญหาทางด้านปฏิบัติ

การศึกษาปัญหาทางปฏิบัติในการส่งเสริมอุตสาหกรรมเครื่องตีแอลกอฮอล์จากผลไม้ในประเทศไทยได้แสดงให้เห็นถึงอุปสรรคหลายประการที่ขัดขวางการพัฒนาภาคอุตสาหกรรมนี้ โดยเฉพาะในกระบวนการต้นน้ำที่เกี่ยวข้องกับการแปรรูปผลไม้สดให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่า เช่น เครื่องตีแอลกอฮอล์จากผลไม้ ซึ่งมีปัญหาหลักทั้งในด้านการขาดการสนับสนุนทางนโยบายและข้อกำหนดทางกฎหมายที่ยังไม่เอื้อต่อการพัฒนาธุรกิจดังกล่าว ข้อจำกัดในการขออนุญาตและข้อบังคับในการทดลองสูตรผลิตภัณฑ์ ทำให้ผู้ประกอบการต้องเผชิญกับความยากลำบากในการพัฒนาและทดสอบผลิตภัณฑ์ใหม่ ซึ่งบางครั้งอาจถูกตีความว่าเป็นการผลิตสุราเถื่อนที่ผิดกฎหมาย ทั้งที่ไม่ได้มีเจตนาเช่นนั้น นอกจากนี้การผลิตสุราเถื่อนยังคงเป็นปัญหาที่สำคัญ ซึ่งไม่เพียงแต่ส่งผลกระทบต่อสุขภาพของประชาชนจากการบริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีสารปนเปื้อนอันตราย เช่น เมทานอล แต่ยังส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจครัวเรือนและภาครัฐจากค่าใช้จ่ายในการรักษาผลกระทบทางสุขภาพและปราบปรามการลักลอบผลิตสุราเถื่อน

จากการศึกษาดังกล่าว ผู้วิจัยเห็นว่าการส่งเสริมอุตสาหกรรมเครื่องตีแอลกอฮอล์จากผลไม้ในประเทศไทยจะต้องมีการแก้ไขและพัฒนานโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องให้เอื้อต่อการลงทุนและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ การลดข้อจำกัดในการขออนุญาตและการทดลองสูตร รวมถึงการกำหนดมาตรฐานการผลิตที่เหมาะสมกับขนาดและลักษณะของธุรกิจ และสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเติบโตของอุตสาหกรรมในประเทศ อีกทั้งยังต้องมีการส่งเสริมและสนับสนุนการแปรรูปผลไม้ให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าสูงเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจและการจ้างงานในท้องถิ่น

6.2 ข้อเสนอแนะ

6.2.1 กระบวนการต้นน้ำ

1. ข้อเสนอแนะด้านนโยบาย

1) รัฐบาลควรมุ่งเน้นส่งเสริมในการแปรรูปผลไม้ตาม แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 14 เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมเครื่องตีแอลกอฮอล์จากผลไม้ เพื่อเพิ่มมูลค่าผลผลิตทางการเกษตรสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน และส่งเสริมให้มีการพัฒนาในด้านของเครื่องตีแอลกอฮอล์จากผลไม้ของประเทศไทย

2) บูรณาการนโยบายร่วมระหว่างกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กระทรวงอุตสาหกรรม และกระทรวงพาณิชย์ เพื่อสนับสนุนอุตสาหกรรมเครื่องตีแอลกอฮอล์จากผลไม้ตั้งแต่

ต้นน้ำถึงปลายน้ำ โดยให้กระทรวงเกษตรและสหกรณ์เป็นผู้มีบทบาทหน้าที่ในการส่งเสริมอุตสาหกรรมต้นน้ำ

2. ข้อเสนอแนะด้านกฎหมาย

1) แก้ไขกฎกระทรวงการผลิตสุรา พ.ศ. 2565 ที่ออกมาเพื่อใช้ควบคุมและกำกับดูแลการขออนุญาตตั้งโรงงานขนาดกลาง โดยยกเลิกข้อกำหนดกรณีที่ต้องเป็นอุตสาหกรรมขนาดเล็กมาก่อน 1 ปี จึงจะขยายเป็นโรงงานขนาดกลางได้

2) ปรับปรุงพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 ให้มีการจัดตั้งกองทุนเงินทุนเริ่มต้นที่ได้รับการสนับสนุนจากรัฐ ภาคเอกชน และสมาชิกวิสาหกิจชุมชน เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงเงินกู้ดอกเบี้ยต่ำหรือเงินสนับสนุนแบบไม่คิดดอกเบี้ย

3. ข้อเสนอแนะด้านปฏิบัติ

1) ส่งเสริมให้สามารถนำผลไม้ที่ล้นตลาดให้สามารถนำมาแปรรูปได้ง่ายมากยิ่งขึ้น โดยใช้แนวทาง “พิเศษเฉพาะฤดูกาล” เมื่อเกิดภาวะผลไม้ล้นตลาด ให้เปิดช่วงเวลาผลิตได้เป็นกรณีเฉพาะ

2) ตรากฎหมายตาม กฎกระทรวงการผลิตสุรา พ.ศ. 2565 ในส่วนของใบอนุญาต โดยเพิ่มเติม “ใบอนุญาตการตลาด” โดยทดลองผลิตแอลกอฮอล์ในปริมาณจำกัด เพื่อให้สามารถวิจัย พัฒนา และทดลองสูตร โดยไม่ต้องเสียภาษี

6.2.2 กระบวนการกลางน้ำ

1. ข้อเสนอแนะด้านนโยบาย

ภายใต้ภายใต้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 14 ให้กระทรวงอุตสาหกรรม เป็นผู้มีบทบาทหน้าที่ในการส่งเสริมอุตสาหกรรมกลางน้ำ โดยส่งเสริมให้มีการปรับปรุงโรงอุตสาหกรรม เครื่องจักร เทคโนโลยี และกระบวนการผลิตให้ทันสมัย ส่งเสริมให้มีการใช้วัตถุดิบจากท้องถิ่นในการผลิต

2. ข้อเสนอแนะด้านกฎหมาย

1) แก้ไขกฎกระทรวงการผลิตสุรา พ.ศ. 2565 ข้อ 3 โดยการปรับปรุงแก้ไขข้อกำหนดเกี่ยวกับกำลังเครื่องจักรและจำนวนแรงงานในโรงงานขนาดเล็กและขนาดกลาง เพื่อให้การขยายกิจการเป็นไปได้อย่างราบรื่นและไม่จำกัดการเติบโตของผู้ประกอบการรายย่อย

2) ยกเลิกการกำหนดกำลังผลิตขั้นต่ำในส่วนของ สุรากลั่น และสุราชนิดพิเศษ ตามกฎกระทรวงการผลิตสุรา พ.ศ. 2565 ข้อ 17(3)

3) แก้ไขกฎกระทรวงการผลิตสุรา พ.ศ. 2565 ข้อ 16(1)(ข) ในส่วนของมาตรฐานของสิ่งแวดล้อมเพื่อให้มีความได้สัดส่วนระหว่างอุตสาหกรรมขนาดเล็ก ขนาดกลาง และขนาดใหญ่ และ

ปรับปรุงมาตรฐานสิ่งแวดล้อมให้เหมาะสมกับขนาดของโรงงาน โดยไม่บังคับให้โรงงานขนาดเล็กต้องทำรายงานวิเคราะห์ผลกระทบสิ่งแวดล้อม (EIA) เช่นเดียวกับโรงงานขนาดใหญ่

4) แก้ไขกฎกระทรวงการผลิตสุรา พ.ศ. 2565 หมวดที่ 1 ในมาตรการที่เกี่ยวกับการผลิตที่มีใช้เพื่อการค้า โดยลดขั้นตอนในการขออนุญาตลง เพิ่มจำนวนการผลิตต่อปี และยกเลิกภาษีในส่วนการผลิตไว้เพื่อบริโภคเอง

5) แก้ไขกฎกระทรวงกำหนดชนิดของสุราและอัตราภาษีสุรา พ.ศ. 2556 เกี่ยวกับวิธีคิดอัตราภาษี โดยมีการปรับอัตราภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เหมาะสมกับขนาดของผู้ประกอบการ โดยเฉพาะภาษีที่เรียกเก็บจากผู้ผลิตในระดับชุมชนและเกษตรกร ควรมีการลดอัตราภาษีหรือกำหนดภาษีตามปริมาณการผลิตและมูลค่าที่แตกต่างกัน

3. ข้อเสนอแนะด้านปฏิบัติ

ส่งเสริมและสนับสนุนให้ผู้ผลิตที่ลักลอบให้เข้ามาอยู่ในระบบอย่างถูกต้อง

6.2.3 กระบวนการปลายน้ำ

1. ข้อเสนอแนะด้านนโยบาย

ภายใต้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 14 ในอนาคต ให้กระทรวงพาณิชย์ เป็นผู้รับผิดชอบหน้าที่ในการส่งเสริมอุตสาหกรรมปลายน้ำ โดยส่งเสริมการสร้างอัตลักษณ์สินค้าเกษตรพื้นถิ่นผ่านการส่งเสริมการตลาดที่เป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) และกำหนดกลยุทธ์การตลาดที่สามารถเชื่อมโยงอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้กับภาคการท่องเที่ยว

2. ข้อเสนอแนะด้านกฎหมาย

แก้ไขเพิ่มเติมพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 มาตรา 32 เกี่ยวกับการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทย ควรพิจารณาผ่อนปรนข้อห้ามในการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยการพิจารณาอนุญาตให้มีการโฆษณาได้ในบางช่องทางภายใต้ข้อจำกัดที่เหมาะสม

3. ข้อเสนอแนะด้านปฏิบัติ

ผลักดันให้เครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ของแต่ละพื้นที่จดทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ให้มากขึ้น เพื่อสนับสนุนด้านการตลาดและการส่งออก

รายการอ้างอิง

หนังสือ

ภาษาไทย

กรมส่งเสริมการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, *การแปรรูปผัก ผลไม้ เพื่อเพิ่มมูลค่า* (กลุ่มโรงพิมพ์ สำนักพัฒนาการถ่ายทอดเทคโนโลยี 2563).

ภาษาต่างประเทศ

Antoine Augustin Cournot, *Recherches sur les Principes Mathématiques de la Théorie des Richesses* (Paris: Hachette 1838).

P. E. McGovern, *Ancient Wine: The Search for the Origins of Viniculture* (Princeton University Press 2018).

คู่มือ

ประกาศกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเรื่อง กำหนดโครงการ กิจกรรม หรือการดำเนินการ ซึ่งต้องจัดทำรายงานประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อมและหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขในการจัดทำรายงานการประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อม, เอกสาท่ายประกาศ 3.

บทความ

ภาษาไทย

กรมทรัพย์สินทางปัญญา, วารสาร สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไทย, ฉบับที่ 7 เมษายน 2567.

รังสรรค์ ปิติปัญญา และคณะ, ‘แนวทางการพัฒนาธุรกิจภายใต้กระแสการพัฒนาอุตสาหกรรมในประเทศไทย’ ใน มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (บรรณาธิการ), การประชุมทางวิชาการของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ครั้งที่ 37 (มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ 2543).

ศุภชัย เหมือรโพธิ์, ‘วิจัยและพัฒนารูปแบบการพัฒนาธุรกิจชุมชน โดยใช้ฐานคิดการตลาดสมัยใหม่ 3.0’ (2562) 11(3) วารสารการเมือง การบริหาร และกฎหมาย.

เสริมศักดิ์ ขุนพล, ‘รูปแบบโฆษณาตราเสมือนของธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทย’, วารสารนิเทศสยามปริทัศน์ ปีที่ 23 ฉบับที่ 1 (มกราคม - มิถุนายน 2567).

อุษา ขุนทอง, ‘การคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของไทย: ปัญหาและข้อเสนอแนะ’, วารสารนิติศาสตร์ปริทัศน์ 6, No. 1 (2560).

ภาษาต่างประเทศ

Lamidi and Kazeem Oyedele, 'Theories of Public Administration: An Anthology of Essays' (2015) 6 *International Journal of Politics and Good Governance*.

วิทยานิพนธ์ การค้นคว้าอิสระ รายงานส่วนบุคคล

โกเมศ สัตยาวิธ และคณะ, การแปรรูปและยกระดับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (กองวิจัยและพัฒนา วิทยาการหลังการเก็บเกี่ยวและแปรรูปผลิตผลเกษตร 2558).

คมสัน อยู่เป็นสุข, 'แนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยกระบวนการขายผ่านออนไลน์ในวิถีชีวิตใหม่ของ กลุ่มโอท็อป อำเภอสามพรานจังหวัดนครปฐม' (พุทธศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการพัฒนา สังคม, มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, 2565).

จิรัฐฎิกา ชินบุตร, 'บทบาทของกฎกระทรวงการผลิตสุรา พ.ศ. 2565 กับการเกิดธุรกิจคราฟต์เบียร์ในประเทศไทย' (ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิติเศรษฐศาสตร์การค้าระหว่างประเทศ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ 2565).

ดวงทิพย์ ร่วมความคิด, 'อุตสาหกรรมน้ำมันถั่วเหลือง: โครงสร้างและพฤติกรรมตลาดและปัจจัยในการเลือกซื้อของผู้บริโภค' (เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ 2557).

ปิยาภรณ์ จันทรสวาย, ปัจจัยที่ทำให้สุราพื้นบ้านยังคงได้รับความนิยมในญี่ปุ่น (ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาญี่ปุ่น มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ 2549).

มนัสนันท์ แจ่มศรีใส, รูปแบบการถ่ายโอนความรู้เพื่อเพิ่มผลผลิตการผลิตในอุตสาหกรรมผลไม้แปรรูปตาม นโยบายส่งเสริมอุตสาหกรรม 4.0 (ครุศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 2563).

อนงค์นารถ บุญเรือง, 'การศึกษาเปรียบเทียบการส่งเสริมสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของต่างประเทศบริบทของประเทศไทย' (วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารเทคโนโลยี มหาวิทยาลัย ธรรมศาสตร์ 2556).

รายงานผลการวิจัย

เกษม เพ็ญภินันท์ และคณะ, ผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรมของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์: ความเสมือนจริง, วัฒนธรรมเชิงทัศน์และการแปรเปลี่ยนการส่งเสริมการขายในอุตสาหกรรมเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์: รายงานฉบับสมบูรณ์ (ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้าง เสริมสุขภาพ 2555).

บล็อกและเว็บไซต์

ภาษาไทย

กรมสรรพสามิต, ‘ข่าวกรมสรรพสามิต ผู้นำการจัดเก็บภาษีเพื่อสังคม สิ่งแวดล้อม และพลังงาน’, ฉบับที่ 59/2562 (25 ตุลาคม 2562) <<https://webdev.excise.go.th/act2560/images/59-2562สรรพสามิตตอนทำสราผดกฎหมาย.pdf>> สืบค้นเมื่อ 25 สิงหาคม 2567.

กระทรวงพาณิชย์, สินค้าส่งออกสำคัญของไทยตามโครงสร้างสินค้าส่งออก <<https://tradereport.moc.go.th/Report/Default.aspx?Report=MenucomRecode&lmExType=1&Lang=Th>> สืบค้นเมื่อ 19 กุมภาพันธ์ 2567.

กระทรวงอุตสาหกรรม, รายงานภาวะเศรษฐกิจอุตสาหกรรม ปี 2567 และแนวโน้มปี 2568 <<https://www.oie.go.th/assets/portals/1/fileups/2/files/Industry%20conditions/annual2024trends2025.pdf>> สืบค้นเมื่อ 15 มิถุนายน 2568.

กลุ่มส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชน กองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน กรมส่งเสริมการเกษตร, ความสำคัญของการสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตร <<http://www.sceb.doae.go.th/data/ktank/>> ความสำคัญของการสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตร.pdf สืบค้นเมื่อ 25 เมษายน 2567.

เฉลิมชัย กีกเกียรติกุล, ‘ทฤษฎีว่าด้วยการแทรกแซงของรัฐในกิจกรรมทางเศรษฐกิจ’ (2556) <<http://chalerchai-nbtc.blogspot.com/2013/06/public-interest-theory-common-well.html>> สืบค้นเมื่อ 2 กรกฎาคม 2025.

ไทยพีบีเอส (ThaiPBS), ‘สั่งปิด 18 ร้านสุราเถื่อน หลังเสียชีวิต 1 ยับนอน รพ. 20 อาการโคม่า 1’ (25 สิงหาคม 2567) <<https://www.thaipbs.or.th/news/content/343472>> สืบค้นเมื่อ 25 สิงหาคม 2567.

นิวส์ทีวี, ‘ตีแผ่ธุรกิจน้ำเมาแอบแฝงใช้แบรนด์ DNA โฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์’ (2563) <<https://www.newtv.co.th/news/46309>> สืบค้นเมื่อ 25 สิงหาคม 2567.

พระไพศาล วิสาโล, ประวัติศาสตร์การบริโภคสุราในประเทศไทย (2538) <<http://www.shi.or.th/upload/SHI%20annual%20conf%202015/Songkran.pdf>>f สืบค้นเมื่อ 2 กรกฎาคม 2025.

ศูนย์ทรัพย์สินทางปัญญาและบ่มเพาะวิสาหกิจ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ‘สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (Geographical Indications: GI)’, <<https://tuipi.tu.ac.th/tuip06.php>> สืบค้นเมื่อ 2 มีนาคม 2568.

ศูนย์วิจัยกรุงศรี, ‘แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรม ปี 2565-67 อุตสาหกรรมเครื่องดื่ม’, <https://fic.nfi.or.th/upload/market_overview/pdf379.pdf> สืบค้นเมื่อ 2 มีนาคม 2568.

สถาบันอาหาร, ตลาดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ รายงานตลาดอาหารในประเทศไทย <https://fic.nfi.or.th/upload/market_overview/pdf379.pdf> สืบค้นเมื่อ 24 พฤษภาคม 2567.

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ, ส่งเสริมการพัฒนาทักษะชีวิต สำหรับเด็กและเยาวชน เรื่อง “เหล้าอยากเล่า” <<https://resourcecenter.thaihealth.or.th/files/7/Maua1/Final%20>> เนื้อหาอ่านประกอบสื่อ%20สุราคือยาเสพติด.pdf สืบค้นเมื่อ 26 เมษายน 2567.

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า, ข่าวสาร สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า กระทรวงพาณิชย์ (20 กุมภาพันธ์ 2567) <https://uploads.tpso.go.th/รมช.พณ.%20เผยสถิติการส่งออกสินค้าเกษตรไทย_1.pdf> สืบค้นเมื่อ 9 เมษายน 2567.

องค์การสุรา กรมสรรพสามิต, ‘แอลกอฮอล์ คืออะไร’ (2560) <<https://www.liquor.or.th/aic/detail/แอลกอฮอล์-คืออะไร>> สืบค้นเมื่อ 2 กรกฎาคม 2025.

ภาษาต่างประเทศ

Alcohol and Tobacco Tax and Trade Bureau (TTB), ‘American Viticultural Areas (AVAs)’ <<https://www.ttb.gov/wine/american-viticultural-area-ava>>.

Food Republic, ‘Which State Drinks the Most Alcohol?’ (2024) <<https://www.foodrepublic.com/1696711/which-state-drinks-most-alcohol/>> accessed 2 January 2025.

France-Amérique, ‘The Symbolism of Wine in France’ <<https://france-amerique.com/the-symbolism-of-wine-in-france/>> สืบค้นเมื่อ 12 พฤษภาคม 2025.

Markets & Data, South Korea Alcoholic Beverages Market Assessment, Opportunities and Forecast, 2017-2031F, <<https://www.marketsanddata.com/industry-reports/south-korea-alcoholic-beverages-market?>> accessed 2 January 2025.

National Tax Agency, ‘Home Brew’ <<https://www.nta.go.jp/taxes/sake/qa/06/32.htm>> accessed 2 March 2024.

NATIONAL TAX AGENCY, ‘補助事業について’ <<https://www.nta.go.jp/taxes/sake/boshujoho/index.htm>> accessed 6 February 2024.

Point Loma Nazarene University, ‘What is Public Administration? History, Impact, and Theories’ <<https://www.pointloma.edu/resources/adult-degree-completion/what-public-administration-history-impact-theories>> accessed 23 April 2024.

Suppakom Komboontritos, แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรมปี 2567-2569: อุตสาหกรรมเครื่องดื่ม, <<https://www.krungsri.com/th/research/industry/industry-outlook/food-beverage/beverage/io/io-beverage-2024-2026>> สืบค้นเมื่อวันที่ 15 มิถุนายน 2568.

THACC, เกี่ยวกับ THACC <<https://thacca.go.th/about/>> สืบค้นเมื่อ 29 กุมภาพันธ์ 2567.

TheThaiger, ‘สรุปไตรมาส ต้องเหล้าขี้ขี้ ปมวันโดนจับใน 20 นาที รู้ตัวอีกทีอยู่ท้ายกระบะเจ้าหน้าที่แล้ว’ <<https://thethaiger.com/th/news/556477/>> สืบค้นเมื่อ 21 กุมภาพันธ์ 2567.

TTB Alcohol and Tobacco Tax and Trade Bureau, ‘About TTB’ <<https://www.ttb.gov/about-ttb>> accessed 1 August 2024.

Vinetur, ‘The Top Wine Drinking States in the US’ (2024) <<https://www.vinetur.com/en/2025032686060/the-top-wine-drinking-states-in-the-us.html>> accessed 2 January 2025.

Wanna Yongpisanphob, แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรมปี 2565-2567: อุตสาหกรรมเครื่องดื่ม <<https://www.krungsri.com/th/research/industry/industry-outlook/food-beverage/beverage/io/io-beverage-2022>> สืบค้นเมื่อ 24 พฤษภาคม 2567.

สัมภาษณ์

ธนาวัฒน์ จันทอง (20 ธันวาคม 2567).

สัมภาษณ์ ธนชัย สมจิตร (20 ธันวาคม 2567).

อื่น ๆ

ศูนย์วิจัยและนวัตกรรมแรงงาน กองเศรษฐกิจการแรงงาน สำนักงานปลัดกระทรวงแรงงาน, สถิติแรงงานรายเดือน มีนาคม 2567, (2567).

ภาคผนวก ก

เอกสารรับรองการวิจัยในมนุษย์



The Mae Fah Luang University Ethics Committee on Human Research
333 Moo 1, Thasud, Muang, Chiang Rai 57100
Tel: (053) 917-170 to 71 Fax: (053) 917-170 E-mail: rec.human@mfl.ac.th

หนังสือยกเว้นการพิจารณาด้านจริยธรรมการวิจัย

COE: 223/2024

รหัสโครงการวิจัย: EC 24207-16

ชื่อโครงการวิจัย: การส่งเสริมอุตสาหกรรมเครื่องตีแม่เหล็กออกจากผลไม้ที่ผลิตในประเทศไทย

ชื่อผู้วิจัยหลัก: นายมนตรี ลือเลิศ

สำนักวิชา: นิติศาสตร์

คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง พิจารณาโครงการวิจัย โดยยึด แนวทางจริยธรรมสากล ได้แก่ ปฏิญญาเฮลซิงกิ (Declaration of Helsinki) รายงานเบลมอนต์ (Belmont Report) แนวทางจริยธรรมสากลสำหรับการวิจัยในมนุษย์ของสภาองค์การการศึกษาด้านวิทยาศาสตร์ การแพทย์ (CIOMS) และแนวทางการปฏิบัติการวิจัยที่ดี (ICH GCP) ได้พิจารณาแล้วเห็นว่า โครงการวิจัย ดังกล่าวข้างต้น เข้าข่ายยกเว้นการพิจารณาด้านจริยธรรมการวิจัย

วันที่รับรองยกเว้นการพิจารณาด้านจริยธรรมการวิจัย: 25 พฤศจิกายน 2567

ลงนาม

(อาจารย์ นพ.จุลพงศ์ อจลพงศ์)

ประธานคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

ผู้วิจัยที่โครงการวิจัยได้รับยกเว้นการพิจารณาด้านจริยธรรมการวิจัย จากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัย ในมนุษย์ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง ต้องปฏิบัติตามดังต่อไปนี้

- ไม่ต้องส่งรายงานความก้าวหน้าของการวิจัย
- ในกรณีที่มีการเปลี่ยนแปลงโครงการวิจัย ส่งแบบรายงานการแก้ไขเพิ่มเติมโครงการวิจัย (AP 06/2022) และโครงการวิจัยที่มีการแก้ไขเพิ่มเติม เพื่อแจ้งให้คณะกรรมการฯ พิจารณา ก่อนดำเนินการวิจัยตามที่ต้องการเปลี่ยนแปลง
- ส่งแบบรายงานสรุปผลการวิจัย (AP 09_2022)

หมายเหตุ สามารถ Download แบบรายงานต่าง ๆ ได้ที่ <https://ec.mfu.ac.th>

ข้าพเจ้าในฐานะ ผู้วิจัย ยินยอมที่จะปฏิบัติตามข้อกำหนดดังกล่าว

นายมนตรี ลือเลิศ

วันที่ 30 / 11 / 67

ภาคผนวก ข

แบบสัมภาษณ์เชิงคุณภาพ

คำถามหลักข้อที่ 1 แนวความคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้

ปัจจุบันประเทศไทยหรือหน่วยงานได้ทำการศึกษา เกี่ยวกับ (ถ้ามี โปรดระบุรายละเอียดเพิ่มเติม)

1.1 แนวความคิดที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้หรือไม่

1.2 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้หรือไม่

คำถามหลักข้อที่ 2 นโยบายและมาตรการทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ของประเทศไทย

ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ประเทศไทยหรือหน่วยงานของท่าน (ถ้ามี โปรดระบุรายละเอียดเพิ่มเติม)

2.1 มีแนวนโยบายในการส่งเสริมอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ของประเทศไทยหรือไม่

2.2 มีมาตรการทางกฎหมายต่อไปนี้ในการส่งเสริมอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ของประเทศไทยหรือไม่ อย่างไร

2.2.1 มาตรการส่งเสริมในการเริ่มต้นอุตสาหกรรม

2.2.2 มาตรการที่เกี่ยวข้องกับการอนุญาต

2.2.3. มาตรการควบคุมและกำกับดูแลการผลิตเพื่อการค้า

2.2.4. มาตรการควบคุมและกำกับดูแลการผลิตที่มีไซ้เพื่อการค้า

2.2.5. มาตรการทางภาษีที่เกี่ยวข้องกับการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้

2.2.6. มาตรการที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณาผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้

2.2.7. มาตรการที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้

คำถามหลักข้อที่ 3 สภาพปัญหาในปัจจุบันที่เกี่ยวกับนโยบายและมาตรการและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ในประเทศไทย

ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ประเทศไทยหรือหน่วยงานของท่าน (ถ้ามี โปรดระบุรายละเอียดเพิ่มเติม พร้อมเหตุผลประกอบ และมีวิธีการแก้ไขปัญหานั้นอย่างไร)

3.1 มีสภาพปัญหาทางด้านนโยบายใดบ้างที่เป็นอุปสรรคต่อการส่งเสริมอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ที่ผลิตในประเทศไทย

3.2 มีสภาพปัญหาทางด้านกฎหมายใดบ้างที่เป็นอุปสรรคต่อการส่งเสริมอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ที่ผลิตในประเทศไทย

3.3 มีสภาพปัญหาทางปฏิบัติใดบ้างที่เป็นอุปสรรคในการทำอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ที่ผลิตในประเทศไทย

3.4 ในความเห็นของท่าน ท่านเห็นว่ามีปัญหาอื่นใดในมิติด้านอื่น ๆ (เช่น ด้านสังคมและการเมือง ด้านศาสนา ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านสุขภาพ ฯลฯ) ที่เป็นอุปสรรคต่อการทำอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ที่ผลิตในประเทศไทยหรือไม่

คำถามหลักข้อที่ 4 นโยบายมาตรการและกฎหมายที่เอื้อต่อการส่งเสริมอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ผลิตจากผลไม้ในประเทศไทย

4.1 ท่านเห็นว่าประเทศไทยควรมีนโยบายที่เอื้อต่อการส่งเสริมอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ผลิตจากผลไม้ในประเทศไทยหรือไม่ อย่างไร

4.2 ท่านเห็นว่าประเทศไทยควรมีมาตรการทางกฎหมายที่เอื้อต่อการส่งเสริมอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ผลิตจากผลไม้ในประเทศไทยดังต่อไปนี้หรือไม่ อย่างไร

4.2.1 มาตรการส่งเสริมในการเริ่มต้นอุตสาหกรรม

4.2.2 มาตรการที่เกี่ยวกับการอนุญาต

4.2.3. มาตรการควบคุมและกำกับดูแลการผลิตเพื่อการค้า

4.2.4. มาตรการควบคุมและกำกับดูแลการผลิตที่มีใช้เพื่อการค้า

4.2.5. มาตรการทางภาษีที่เกี่ยวกับการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้

4.2.6. มาตรการที่เกี่ยวกับการโฆษณาผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้

4.2.7. มาตรการที่เกี่ยวกับการส่งเสริมการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้

4.3 ท่านเห็นว่าภาครัฐและภาคเอกชน ที่เกี่ยวข้อง ควรเริ่มต้นดำเนินการอย่างไรเพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ที่ผลิตในประเทศไทย

4.4 ท่านเห็นว่าประเทศไทยหรือหน่วยงานของท่าน จะได้ประโยชน์อะไรบ้าง หากมีนโยบายและมาตรการทางกฎหมายในการส่งเสริมอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผลไม้ที่ผลิตในประเทศไทย

ประวัติผู้ประพันธ์

ชื่อ

มนตรี ลือเลิศ

ประวัติการศึกษา

2561

นิติศาสตรบัณฑิต สาขานิติศาสตร์

มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

