

**มาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับการผลิตคราฟต์เบียร์
ตามกฎกระทรวงกฎกระทรวงการผลิตสุรา พ.ศ. 2565**

**Legal Measures Concerning Craft Beer Production
under the Role of Ministerial Regulation on Liquor Production
B.E. 2565 (2022)**

**วรัยuth พูลสุข¹
Vorrayuth Poonsuk²**

วันที่รับบทความ: 20 ตุลาคม 2568
วันที่แก้ไขบทความ: 31 ตุลาคม 2568
วันที่ตอบรับ: 5 พฤศจิกายน 2568
วันที่เผยแพร่: 30 ธันวาคม 2568

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงพัฒนาการและลักษณะของสุรารวมถึงลักษณะของเบียร์ เพื่อศึกษามาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับการผลิตคราฟต์เบียร์ภายใต้หลักเกณฑ์และเงื่อนไขของกฎกระทรวงการผลิตสุรา พ.ศ. 2565 และเพื่อเสนอแนะมาตรการทางกฎหมายในการผลิตคราฟต์เบียร์อย่างยั่งยืน

ผลการศึกษาพบว่า การผลิตคราฟต์เบียร์ภายใต้หลักเกณฑ์และเงื่อนไขของกฎกระทรวงการผลิตสุรา พ.ศ. 2565 นั้นมีปัญหา กล่าวคือ ประการแรก กฎหมายไม่เปิดช่องให้บุคคลธรรมดาสามารถขออนุญาตผลิตเพื่อจำหน่ายได้ ซึ่งไม่เปิดโอกาสให้มีการแข่งขันทางการค้า อันเป็นการผู้ขาดของผู้ผลิตรายใหญ่ ประการที่สอง การขออนุญาตเพื่อจำหน่ายนั้นกฎหมายไม่ได้กำหนดให้ผู้จำหน่ายต้องอบรมเกี่ยวกับการขายคราฟต์เบียร์ ซึ่งเป็น

¹ วรัยuth พูลสุข คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก 3 ซอยรามอินทรา 1 แขวงอนุสาวรีย์ เขตบางเขน กรุงเทพมหานคร 10220, E-mail: det_poonsuk@hotmail.com

² Vorrayuth Poonsuk Faculty of Law Krirk University 3 Soi Ramindra 1, Khwaeng Anusawari, Khet Bang Khen, Krung Thep Maha Nakhon 10220, E-mail: det_poonsuk@hotmail.com

ประเด็นสำคัญเกี่ยวกับการควบคุมการจำหน่าย และประการที่สามอายุใบอนุญาตผลิตมีอายุเพียง 3 ปี ซึ่งเป็นระยะเวลาที่สั้นไปสำหรับการผลิตคราฟท์เบียร์

ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้ ประเด็นคุณสมบัติของผู้ผลิต ควรแก้ไขให้บุคคลธรรมดาสามารถขออนุญาตผลิตได้ ส่วนประเด็นการขออนุญาตจำหน่าย ควรแก้ไข ให้ผู้ขออนุญาตจำหน่ายควรต้องเข้ารับการอบรมเกี่ยวกับการขายคราฟท์เบียร์ตามหลักสูตรที่กรมสรรพสามิตกำหนด และควรเข้ารับการอบรมทุก ๆ 2 ปี และประเด็นอายุใบอนุญาต ควรแก้ไขให้อายุใบอนุญาตเป็น 5 ปี

คำสำคัญ: คราฟท์เบียร์; การผลิต; มาตรการทางกฎหมาย

Abstract

This article aims to study the development and characteristics of alcoholic beverages, including the characteristics of beer; to examine the legal measures governing the production of craft beer under the criteria and conditions prescribed by the Role of Ministerial Regulation on Liquor Production B.E. 2565 (2022); and to propose legal measures for the sustainable production of craft beer.

The findings reveal that the production of craft beer under the criteria and conditions prescribed by the Role of Ministerial Regulation on Liquor Production B.E. 2565 (2022) involves several problems. First, the law does not allow natural persons to apply for a license to produce craft beer for commercial distribution, thereby limiting opportunities for market competition and resulting in the monopolization of production by large manufacturers. Second, in applying for a license to distribute craft beer, the law does not require distributors to undergo training related to the sale of craft beer, despite this being a crucial issue for effective control over distribution. Third, the production license is valid for only three years, which is an insufficient period for craft beer production.

The researcher offers the following recommendations. Regarding the qualifications of producers, the law should be amended to allow natural persons to apply for a production license. With respect to licensing for distribution, the law should be revised to require applicants for a distribution license to undergo training on the sale of craft beer in accordance with the curriculum prescribed by the Excise Department, with such training to be undertaken every two

years. Regarding the duration of the license, the law should be amended to extend the validity period of the license to five years.

Keywords: Craft Beer; Production; Legal Measures

1. บทนำ

1.1 ความเป็นมา และความสำคัญของปัญหา

“เบียร์” เครื่องดื่มเก่าแก่ที่รู้จักกันทั่วโลก สันนิษฐานว่ากำเนิดมาตั้งแต่ยุคก่อนประวัติศาสตร์ และมีการบันทึกในอารยธรรมเมโสโปเตเมีย - อียิปต์โบราณ นักโบราณคดียังสันนิษฐานว่า เบียร์มีบทบาทสำคัญในการก่อตัวของอารยธรรม เพราะคนงานในเมืองอูรุกได้รับเบียร์เป็นค่าจ้าง และระหว่างการทำสงครามหาปริมาณในกษัตริย์คนงานแต่ละคนได้รับเบียร์เป็นหนึ่งในผลตอบแทนการทำงาน (ผู้จัดการออนไลน์, 2567)

สำหรับประเทศไทย เบียร์เพิ่งเริ่มมีการผลิตขึ้นได้ไม่นานนัก โดยมีประวัติความเป็นมาราวกว่า 90 ปี ในสมัยรัชกาลพระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 7 เมื่อพระยาภิรมย์ภักดี (บุญรอด เศรษฐบุตร) ได้มีโอกาสเดินทางไปศึกษาและเรียนรู้กระบวนการผลิตเบียร์จากต่างประเทศ ทั้งในประเทศเวียดนามและแคนาดา วาเรีย สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี

ต่อมา พระยาภิรมย์ภักดีได้ตัดสินใจยื่นหนังสือขออนุญาตผลิตเบียร์ต่อกระทรวงพระคลังมหาสมบัติ เมื่อวันที่ 12 มกราคม พ.ศ. 2473 พร้อมทั้งทูลเกล้าฯ ถวายฎีกาขอพระราชทานพระบรมราชานุญาตในการจัดตั้งโรงต้มกลั่นเบียร์ในพระนคร ทั้งนี้เนื่องจากเล็งเห็นว่า เบียร์เป็นสินค้าที่ชาวต่างชาตินำเข้ามาจำหน่ายในสยามมาเป็นเวลานาน ส่งผลให้เงินตราภายในประเทศไหลออกนอกประเทศเป็นจำนวนมาก หากคนไทยสามารถผลิตเบียร์ได้ด้วยตนเอง ย่อมช่วยลดการสูญเสียเงินตราไปต่างประเทศ อีกทั้งยังสามารถจำหน่ายในราคาที่ถูกลง โดยการนำปลายข้าวมาใช้เป็นวัตถุดิบทดแทนข้าวมอลต์ ซึ่งนอกจากจะช่วยลดต้นทุนการผลิตแล้ว ยังเป็นการสร้างงานและเพิ่มโอกาสการจ้างงานให้แก่แรงงานไทยอีกด้วย

โรงงานเบียร์แห่งแรกของประเทศไทยก่อสร้างขึ้นภายหลังการเปลี่ยนแปลงการปกครองในปี พ.ศ. 2476 ตั้งอยู่ในย่านบางกระบือ ริมแม่น้ำเจ้าพระยา และดำเนินการภายใต้ชื่อ “บริษัทบุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด” ในระหว่างการก่อสร้าง พระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัวได้ทรงพระกรุณาเสด็จพระราชดำเนินมาทอดพระเนตรความคืบหน้าของโรงงานถึงสองครั้ง แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของกิจการดังกล่าวในบริบทการพัฒนาอุตสาหกรรมของประเทศ (ผู้จัดการออนไลน์, 2567)

เดิมที พระยาภิรมย์ภักดีมีความประสงค์จะตั้งชื่อกิจการว่า “บริษัทเบียร์สยาม” แต่เนื่องจากมีผู้ทักท้วงว่าในยุคนั้นชื่อ “สยาม” ถูกนำมาใช้กันอย่างแพร่หลาย จึงตัดสินใจนำชื่อตนเองมาใช้เป็นชื่อบริษัท และกำหนดชื่อว่า “บริษัทบุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด” ซึ่งได้เริ่มผลิตและจำหน่ายเบียร์เป็นครั้งแรกในปี พ.ศ. 2477 ในราคา 32 สตางค์ นับเป็นจุดกำเนิดของการผลิตเบียร์โดยคนไทยอย่างเป็นทางการครั้งแรก

เบียร์ของบริษัทบุญรอดบริวเวอรี่มีการใช้เครื่องหมายการค้าหลากหลายรูปแบบ อาทิ ตราหมี ตราสิงห์แดง ตราสิงห์ขาว ตราหม่ม ตราพระปรมาภิไธย ตราว่าวปักเป้า ตรากุญแจ และตรารถไฟ อย่างไรก็ตาม เครื่องหมายการค้าที่เก่าแก่และยังคงได้รับการใช้สืบเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน คือ “ตราสิงห์” หรือที่เรารู้จักในนาม “เบียร์สิงห์ (Singha Beer)”

ในระยะแรก การผลิตเบียร์มีไม่กี่บริษัทที่ดำเนินการผลิตทำให้ตัวเลือกในการบริโภคของผู้บริโภคมีไม่มากนัก อีกทั้งยังมีเบียร์ไม่หลากหลายรสชาติเท่าที่ควร ทำให้มีการผูกขาดทางการตลาดของเครื่องดื่มน้ำเมา และหลังจากนั้นผู้บริโภคได้มีการปรับพฤติกรรมการการดื่มเบียร์ โดยเริ่มมีการรู้จักคราฟต์เบียร์กันมากขึ้น

ในปัจจุบัน ผู้บริโภคชาวไทยมีทางเลือกในการดื่มเบียร์ที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น ทั้งเบียร์จากหลากหลายแบรนด์ที่วางจำหน่ายทั่วไปและเป็นที่คุ้นเคยในท้องตลาด ตลอดจนเบียร์คราฟต์ซึ่งมีทั้งที่นำเข้าจากต่างประเทศและที่ผลิตโดยผู้ประกอบการชาวไทย ควบคู่ไปกับการขยายตัวของสถานที่จำหน่ายเบียร์ที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยมีร้านจำนวนไม่น้อยที่มุ่งเน้นการจำหน่ายคราฟต์เบียร์โดยเฉพาะ เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคที่มีความนิยมและความสนใจเฉพาะด้านในเครื่องดื่มประเภทนี้

หากพิจารณาในแง่การกำกับดูแลคราฟต์เบียร์ตามกฎหมายแล้ว จะอยู่ภายใต้พระราชบัญญัติสุรา พ.ศ. 2493 ซึ่งเป็นกฎหมายหลักในการกำกับดูแลทั้งระบบของการผลิตคราฟต์เบียร์ นอกจากนี้ยังมีพระราชบัญญัติสรรพสามิต พ.ศ. 2560 และได้ออกกฎกระทรวงการอนุญาตผลิตสุรา พ.ศ. 2560 เป็นกฎหมายลำดับรองในการบริหารจัดการในการกำกับดูแล ทั้งนี้เป็นการดำเนินการร่วมกันกับพระราชบัญญัติสุราร่วมด้วย

แต่อย่างไรก็ตามได้มีการออกกฎกระทรวงการผลิตสุรา พ.ศ. 2565 ซึ่งออกมายกเลิกกฎกระทรวง พ.ศ. 2560 ที่ใช้บังคับมาได้สักระยะเวลาหนึ่ง และไม่เป็นสถานการณ์ที่เป็นปัจจุบัน และมีการให้มีการผลิตคราฟต์เบียร์ที่เป็นความต้องการของกลุ่มเล็ก ๆ และมีความหลากหลายในการทำเบียร์ ซึ่งเป็นตัวเลือกให้ผู้บริโภคได้มีตัวเลือกในการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากขึ้น ซึ่งในการบังคับใช้กฎกระทรวงฉบับนี้ มีมาตรการทางกฎหมายอย่างไร และกระบวนการในการกำกับดูแลเป็นอย่างไร ซึ่งมีประเด็นปัญหาทางกฎหมายที่ควรศึกษาต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์

1.2.1 เพื่อศึกษาถึงพัฒนาการและลักษณะของสุรารวมถึงลักษณะของเบียร์

1.2.2 เพื่อศึกษามาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับการผลิตคราฟต์เบียร์ภายใต้หลักเกณฑ์และเงื่อนไขของกฎกระทรวงการผลิตสุรา พ.ศ. 2565

1.2.3 เพื่อเสนอแนะมาตรการทางกฎหมายในการผลิตคราฟต์เบียร์อย่างยั่งยืน

1.3 ขอบเขตการวิจัย

การศึกษานี้ มุ่งศึกษาถึงพัฒนาการและลักษณะของสุรารวมถึงลักษณะของเบียร์ และมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับการผลิตคราฟต์เบียร์ภายใต้หลักเกณฑ์และเงื่อนไขของกฎกระทรวงการผลิตสุรา พ.ศ. 2565 โดยศึกษาจากกฎหมายที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งวิทยานิพนธ์ บทความวิชาการ หนังสือ ตำรา ทั้งนี้เพื่อเสนอแนะเสนอแนะมาตรการทางกฎหมายในการผลิตคราฟต์เบียร์อย่างยั่งยืนต่อไป

1.4 วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเพื่อหาข้อมูลในบทความนี้ใช้วิธีการศึกษาข้อมูลจากงานวิจัยทางเอกสาร (Documentary Research) เป็นหลัก โดยศึกษามาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับการผลิตคราฟต์เบียร์ภายใต้หลักเกณฑ์และเงื่อนไขของกฎกระทรวงการผลิตสุรา พ.ศ. 2565 วิเคราะห์ปัญหาเกี่ยวกับผลิตคราฟต์เบียร์โดยศึกษากฎหมายของไทย หนังสือ วิทยานิพนธ์ สารนิพนธ์ และบทความกับวารสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

2. ผลการวิจัย

2.1 ความเป็นมาของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

นักวิทยาศาสตร์ได้ค้นพบและอธิบายว่า เมื่อเชื้อยีสต์ (yeast) ซึ่งอาศัยอยู่ตามธรรมชาติในผลไม้เริ่มกระบวนการย่อยอาหาร มันจะเปลี่ยนน้ำตาลที่มีอยู่ให้เป็นพลังงานของตนเอง พร้อมปลดปล่อยของเสียออกมาได้แก่ ก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์และเอทิลแอลกอฮอล์หรือเอทานอล เมื่อความเข้มข้นของเอทานอลเพิ่มสูงขึ้นจนถึงประมาณร้อยละ 16 ยีสต์ก็จะไม่สามารถดำรงชีวิตต่อไปได้ ของเหลวที่เกิดขึ้นจึงกลายเป็นแอลกอฮอล์

มนุษย์ในยุคก่อนประวัติศาสตร์อาจได้รู้จักแอลกอฮอล์โดยบังเอิญ จากการดื่มน้ำผึ้งหรือผลไม้ที่ถูกทิ้งไว้ในอากาศเป็นเวลานานจนเกิดการหมัก และต่อมาจึงค้นพบว่าการหมักผลไม้เป็นระยะเวลาสามารถให้เครื่องดื่มแอลกอฮอล์สำหรับบริโภคได้ เมื่อมนุษย์ตระหนักว่าแอลกอฮอล์เป็นเครื่องดื่มที่ช่วยกระตุ้นและร่าเริง เทคโนโลยีการผลิตแอลกอฮอล์จึงได้รับการสืบทอดและพัฒนาต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน

2.1.1 ความเป็นมาของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทย

การผลิตสุรานั้นเป็นพัฒนาการทางประวัติศาสตร์ของมนุษยชาติ ควบคู่ไปกับการรู้จักปลูกข้าว และประกอบอาชีพเกษตรกรรม ดังปรากฏหลักฐานว่ามนุษย์ได้นำข้าวมาหมักเพื่อผลิตเบียร์มาแต่โบราณ อีกทั้งสุรายังส่งผลต่ออารมณ์ ความรู้สึก และกระบวนการคิด จนกระทบต่อพฤติกรรมของผู้ดื่ม ด้วยเหตุนี้ สุราจึงเข้ามามีบทบาทในสังคมอย่างมีนัยสำคัญในสองมิติ ได้แก่ สุราที่มีบทบาทที่ถูกมองได้ในสองด้าน ด้านหนึ่งได้รับการยกย่องเสมือนน้ำอมฤต ขณะที่อีกด้านกลับถูกกำหนดว่าเป็นสิ่งเสพติด ในบางสังคม สุราอาจถูกมองว่าเป็นทั้งสิ่งมงคลและสิ่งต้องห้าม ในบางโอกาสถูกใช้เป็นยารักษาโรค แต่ขณะเดียวกันก็อาจก่อให้เกิดโทษต่อสุขภาพได้เช่นกัน ลักษณะอันเป็นสองด้านหรือทวิลักษณ์นี้ สะท้อนให้เห็นถึงสถานะที่ขัดแย้งของสุรา ซึ่งปรากฏอย่างชัดเจนในสังคมไทย (สุคันธรส กลับกลาย, 2564, น. 16-21)

ยังไม่ปรากฏหลักฐานที่สามารถระบุได้อย่างชัดเจนว่า สุราเริ่มมีขึ้นในประเทศไทยตั้งแต่ยุคใด อย่างไรก็ตาม อาจอนุมานได้ว่าผู้คนในดินแดนแถบนี้มาจะรู้จักสุรามาเป็นเวลายาวนานแล้ว จากข้อเท็จจริงที่ว่ามีการเพาะปลูกข้าวมาไม่น้อยกว่า 5,000 ปี ดังปรากฏร่องรอยหลักฐานทางโบราณคดีที่ถ้ำทุ่งบัง จังหวัดแม่ฮ่องสอน และแหล่งโบราณคดีบ้านเชียง จังหวัดอุดรธานี

หากกล่าวถึงตำนานเกี่ยวกับสุราในสังคมไทย จะพบว่าส่วนใหญ่เป็นตำนานที่รับอิทธิพลมาจากภายนอก โดยบางส่วนมีที่มาจากพระไตรปิฎก ขณะที่ตำนานกำเนิดสุราซึ่งเป็นของไทยโดยตรงนั้น ยังไม่พบหลักฐานที่ชัดเจน สำหรับหลักฐานเก่าแก่ที่สุดในประเทศไทยที่กล่าวถึงสุรา คือจารึกภาษาเขมรที่ปราสาทพนมรุ้ง ซึ่งมีการบันทึกถึงการเซ่นไหว้และการบวงสรวงในพิธีกรรม โดยมีการใช้สุราเป็นส่วนหนึ่งของพิธีดังกล่าว

สุราชนิดแรกที่คนไทยรู้จักคือ “สุราแช่” ซึ่งเกิดจากการหมักข้าวตามกระบวนการธรรมชาติ อันเป็นพัฒนาการร่วมของการผลิตสุราทั่วโลก ส่วนสุรากลั่นนั้น มนุษย์ต้องใช้เวลาพัฒนาองค์ความรู้ยาวนานกว่า 4,000 ปีกว่าจะสามารถผลิตได้ โดยเชื่อกันว่าชาวจีนรู้จักการกลั่นสุรามาตั้งแต่ราวคริสต์ศตวรรษที่ 7 แต่ยังมีได้แพร่หลายมากนัก ขณะที่ในยุโรป แม้จะรู้จักแอลกอฮอล์จากไวน์ตั้งแต่ประมาณคริสต์ศตวรรษที่ 12 หากแต่การผลิตในลักษณะอุตสาหกรรมเพื่อการบริโภคอย่างแพร่หลายเพิ่งเกิดขึ้นในช่วงคริสต์ศตวรรษที่ 17 หรือ 18

สุราแช่ที่คนไทยคุ้นเคยมาตั้งแต่อดีต ได้แก่ น้ำตาลเมาหรือกะแช่ ซึ่งทำจากน้ำตาลสดของมะพร้าวหรือตาลโตนด อุทำจากข้าวเหนียวกลิ้ง รวมถึงสาโทและน้ำข้าวซึ่งล้วนมีข้าวเป็นวัตถุดิบสำคัญ หลักฐานเก่าแก่ที่สุดที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับประเภทสุราในประเทศไทย คือบันทึกของชาวจีนซึ่งเดินทางมายังกรุงศรี

อยุธยา พ.ศ. 1950–1952 โดยกล่าวถึงชาวพื้นเมืองว่าใช้อ้อยนำมาถักเป็นสุรา อย่างไรก็ตาม บันทึกดังกล่าวอาจมีความคลาดเคลื่อน เนื่องจากยังไม่พบหลักฐานยืนยันว่าคนไทยถักสุรจากอ้อย

ต่อมาในสมัยพระนารายณ์มหาราช คนไทยเริ่มรู้จักสุรากลั่นอย่างแพร่หลายมากขึ้น โดยเรียกกันทั่วไปว่า “เหล้าโรง” หรือที่ชาวตะวันตกเรียกว่า “เหล้าอาร์ก” นอกจากนี้ ยังมีสุราที่ทำจากข้าวอีกชนิดหนึ่งคือ “ส้มชู” (Samshoe) ซึ่งมีดีกรีแรงมาก ภายหลังเมื่อการค้าขายกับชาติตะวันตกเพิ่มมากขึ้น คนไทยจึงได้รู้จักสุราแช่และสุรากลั่นหลากหลายชนิดมากขึ้น อาทิ ไวน์หรือเหล้าองุ่น เบียร์ แชมเปญ วิสกี้ และบรันดี

สุราในสังคมไทยมีที่มาอยู่สองลักษณะ คือการผลิตขึ้นใช้เองภายในชุมชน และการซื้อจากผู้ผลิตในท้องถิ่น ซึ่งส่วนใหญ่เป็นสุราแช่ โดยมักทำเฉพาะบางฤดูกาล เช่น ในภาคอีสานนิยมผลิตในช่วงฤดูแล้งซึ่งเป็นช่วงว่างจากการทำนา อีกทั้งในอดีตชาวยังมีจำกัด ชาวบ้านปลูกเพียงพอสำหรับการบริโภคในครัวเรือนเป็นหลัก

สุราอีกประเภทหนึ่งคือสุรากลั่น ซึ่งเดิมมิใช่เครื่องดื่มพื้นบ้าน ดังที่ชื่อ “เหล้าโรง” สะท้อนให้เห็นชัดว่าเป็นสุราที่ผลิตจากโรงงาน เชื่อกันว่าชาวจีนเป็นชนชาติแรกที่นำเทคนิคการกลั่นสุราเข้ามายังดินแดนไทย ในสมัยกรุงศรีอยุธยา ชาวจีนมีบทบาทผูกขาดทั้งการกลั่นและการจำหน่ายสุราเป็นส่วนใหญ่ โดยโรงสุรามักตั้งอยู่ในเขตชุมชนชาวจีน ผู้ที่กลั่นสุรามักเลี้ยงหมูควบคู่กันไปด้วย กลุ่มผู้บริโภคหลักจึงเป็นชาวจีน ขณะที่คนไทยซึ่งดื่มเหล้าโรงก็มีอยู่น้อย แต่ยังไม่แพร่หลายเท่ากับในหมู่ชาวจีน

นอกจากนี้ ยังมีสุราอีกชนิดหนึ่งที่คนไทยบริโภคค่อนข้างจำกัด คือเหล้าองุ่น ซึ่งนำเข้ามาจากเปอร์เซียหรือยุโรป เนื่องจากมีราคาสูง จึงมิได้แพร่หลายในหมู่ประชาชนทั่วไป

ในเชิงนโยบายของรัฐ แม้สุราจะถูกจัดว่าเป็นสิ่งต้องห้ามตามหลักพระพุทธศาสนา และพระมหากษัตริย์ทรงห้ามมิให้เจ้าขุนมูลนายบริโภคในทางนิตินัย หากแต่สำหรับราษฎรนั้น ยังคงได้รับอนุญาตให้บริโภคสุราได้ โดยมีจารีตประเพณีทำหน้าที่เป็นกลไกควบคุมพฤติกรรมของสังคม ในระยะแรก รัฐมิได้เข้าไปแทรกแซงการผลิตหรือการบริโภคสุรา ปล่อยให้ดำเนินไปอย่างเสรี

ต่อมาในสมัยพระเจ้าปราสาททอง รัฐเริ่มเข้ามามีบทบาทด้วยการจัดเก็บ “อากรสุรา” ทั้งจากผู้ผลิตและผู้จำหน่าย และในสมัยสมเด็จพระนารายณ์มหาราช ได้มีการกำหนดฟักตากรสุราไทยอย่างเป็นระบบ สะท้อนถึงการพัฒนาบทบาทของรัฐในการกำกับดูแลกิจการสุราอย่างชัดเจนยิ่งขึ้น

เหตุผลในการจัดเก็บอากรสุราสามารถพิจารณาได้ในสองมิติ ประการแรก เพื่อใช้เป็นมาตรการควบคุมและยับยั้งการผลิตและการบริโภคสุราที่มากเกินไป เนื่องจากเมื่อราคาสุราสูงขึ้น ย่อมส่งผลให้ปริมาณการบริโภคลดลง อีกประการหนึ่ง คือเพื่อเพิ่มรายได้ให้แก่แผ่นดิน ซึ่งโดยทั่วไปแล้ว เหตุผลทั้งสองประการนี้มักถูกหยิบยกมาใช้ร่วมกันเป็นฐานสนับสนุนการจัดเก็บอากรสุรา อย่างไรก็ตาม ในบางกรณี เป้าหมายทั้งสองอาจไม่สอดคล้องหรือไม่สามารถดำเนินไปพร้อมกันได้

การเสพสุราในช่วงรัชกาลที่ 3-5 มีบริบทเปลี่ยนแปลงไปตามสถานการณ์บ้านเมือง หลังการล่มสลายของกรุงศรีอยุธยา การค้าสุราซบเซาลงอย่างมาก ประชาชนตกอยู่ในภาวะอดอยากยากจน จนพระเจ้ากรุงธนบุรีต้องทรงใช้พระราชทรัพย์จัดซื้อข้าวสารเพื่อบรรเทาความเดือดร้อนของราษฎร การผลิตและการจำหน่ายสุราในลักษณะเป็นลำเป็นสันจึงกลับมาเฟื่องฟูอีกครั้งในสมัยสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช โดยมีการตั้งโรงงานบางยี่ขันภายใต้การดำเนินการของนายอากรสุรา ส่งผลให้รายได้ของรัฐเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จนถึงสมัยสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว

สิ่งที่เห็นได้ชัดในช่วงเวลาดังกล่าว คือการบริโภคสุราจนถึงขั้นมีเมามาได้แพร่หลายมากขึ้นในหมู่คนไทย จนชาวต่างชาติมองว่าเป็นเรื่องปกติ บาทหลวงปาลเลกซ์เคยบันทึกไว้ว่าพบ “คนขี้เมาและเอนถนนเป็นอันมาก” อีกทั้งยังมีเหตุทะเลาะวิวาทและชกต่อยกันตามท้องถนนและในเขตบ้านเรือนของผู้อื่นอยู่เนือง ๆ จนพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวต้องทรงออกประกาศห้ามก่อเหตุวุ่นวายนอกบ้านเรือนของตน

ปรากฏการณ์ดังกล่าวมีปัจจัยสำคัญมาจากการอพยพของชาวจีน ซึ่งเพิ่มจำนวนขึ้นอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ต้นกรุงศรีอยุธยา เนื่องจากความยากจนและความแร้นแค้นในประเทศจีน ชาวจีนจำนวนมากอพยพเข้ามาตั้งถิ่นฐานในกรุงเทพฯ และหัวเมืองต่าง ๆ ส่งผลให้การผลิตและการจำหน่ายสุรากล้นขยายตัวทั้งในด้านปริมาณและพื้นที่ เมืองใดที่มีชุมชนชาวจีนหนาแน่น ก็มักพบว่ามีโรงกลั่นสุราตั้งอยู่ด้วย กลุ่มผู้บริโภคสุรามากที่สุดคือแรงงานกุลีจีน

ในสมัยรัชกาลที่ 5 การอพยพของชาวจีนเข้ามาเป็นแรงงานมีจำนวนมากอย่างไม่เคยปรากฏมาก่อน ทำให้รัฐได้รับรายได้จากสุราเป็นจำนวนมาก การแพร่หลายของสุราพร้อมกับชาวจีนยังเอื้อให้คนไทยในท้องถิ่นสามารถเข้าถึงและหาซื้อสุราได้ง่ายขึ้น อีกทั้งยังมีปัจจัยเสริมจากการนำเข้าสุราต่างประเทศ ภายหลังการทำสนธิสัญญาเบาว์ริงในปี พ.ศ. 2398 และสนธิสัญญาทางการค้ากับชาติตะวันตกในเวลาต่อมา ซึ่งกำหนดยกเลิกการค้าผูกขาดโดยรัฐ ยกเว้นสินค้าต้องห้ามบางประเภท

อย่างไรก็ตาม ความเข้าใจเกี่ยวกับ “สินค้าต้องห้าม” ระหว่างสยามกับชาติตะวันตกไม่ตรงกัน โดยฝ่ายไทยถือว่าอาวูปิ่นและสุราต่างประเทศเป็นสินค้าต้องห้าม ขณะที่ชาติตะวันตกมิได้นับรวมสุราไว้ในกลุ่มดังกล่าว ส่งผลให้มีการนำเข้าสุราต่างประเทศเข้ามาเป็นจำนวนมาก โดยข้าราชการฯ เข้าในอัตราร้อยละสามเช่นเดียวกับสินค้าทั่วไป

การเสพสุราในช่วงรัชกาลที่ 6 ต่อเนื่องจนถึงยุคสงครามโลกครั้งที่สอง อยู่ภายใต้นโยบายใหม่ของรัฐที่มีการปรับเปลี่ยนอย่างสำคัญ กล่าวคือ รัฐได้ยกเลิกการให้สิทธิผูกขาดแก่เจ้าภาษีนายอากรสุรา และหันมาดำเนินการจัดเก็บภาษีสุราด้วยตนเอง เนื่องจากในระยะหลังรายได้จากระบบเดิมลดลง และนายอากรสุราหลายรายไม่สามารถนำส่งเงินให้รัฐได้ตามจำนวนที่ประมูลไว้

การที่รัฐเข้ามาจัดเก็บภาษีสุราโดยตรง ทำให้สามารถจัดเก็บภาษีในระดับมณฑล ส่งผลให้การจำหน่ายสุราขยายตัวไปได้กว้างขวางและสะดวกยิ่งขึ้น จนในปีแรกยอดจำหน่ายสุราเพิ่มสูงขึ้นอย่างมาก นโยบาย

ของรัฐบาลในช่วงเวลานี้จึงมีลักษณะเด่นชัด คือมุ่งส่งเสริมการจำหน่ายสุราให้มากที่สุด อาทิ การให้ผลตอบแทนแก่เจ้าหน้าที่ของรัฐในรูปแบบความก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่ หรือการให้สิ่งจูงใจแก่เอกชนที่สามารถจำหน่ายสุราได้เกินกว่าปริมาณที่กำหนดไว้ในสัญญา

แนวนโยบายดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่า เป้าหมายหลักของรัฐคือการเพิ่มรายได้ให้แก่แผ่นดิน มากกว่าการควบคุมหรือจำกัดการบริโภคสุราของประชาชน แม้ในกรณีการแก้ไขปัญหาสุราเถื่อน รัฐยังคงกังวลต่อการสูญเสียรายได้ จึงเลือกใช้มาตรการสำคัญด้วยการสร้างอุปสงค์และอุปทานของสุราโรงให้เพิ่มขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการส่งเสริมให้มีร้านค้าจำหน่ายมากขึ้น การปรับปรุงรสชาติให้ดีกว่าสุราเถื่อน และการกำหนดราคาไม่ให้สูงเกินไป ส่งผลให้ยอดจำหน่ายสุราของรัฐบาลเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง

อย่างไรก็ดี เมื่อเกิดภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ ราคาสุราโรงปรับตัวสูงขึ้น สุราเถื่อนจึงกลับมาแพร่ระบาดอีกครั้ง ส่งผลให้ยอดจำหน่ายสุราของรัฐบาลลดลงจนถึงราวปี พ.ศ. 2470 ต่อมากรมสรรพสามิตได้เริ่มผลิตสุราด้วยตนเอง ณ โรงงานบางยี่ขัน ทำให้ยอดจำหน่ายเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และในช่วงเวลาใกล้เคียงกันนั้น ได้มีการจัดตั้งโรงงานผลิตเบียร์โดยภาคเอกชนเป็นครั้งแรก ซึ่งได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นเรื่อยมา

แต่อย่างไรก็ตามก็ตาม รูปแบบการเสพสุราของคนไทยในชนบทโดยรวมยังมิได้เปลี่ยนแปลงไปจากอดีตมากนัก กล่าวคือ ยังคงบริโภคเป็นครั้งคราวในช่วงเทศกาลหรืองานนักขัตฤกษ์ มิได้ดื่มอย่างพร่ำเพรื่อในชีวิตประจำวัน

การสิ้นสุดของสงครามโลกครั้งที่สองเปรียบเสมือนจุดเริ่มต้นของยุคใหม่แห่งการบริโภคและการจำหน่ายสุราในประเทศไทย ความเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคม รวมถึงความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่เกิดขึ้นภายหลัง ล้วนมีอิทธิพลอย่างมากต่อทัศนคติของผู้บริโภค และเอื้อต่อการขยายตัวของตลาดสุราให้กว้างขวางยิ่งขึ้น โดยเฉลี่ยแล้ว ในทุกช่วงเวลา 10 ปี รายได้จากภาษีสุราจะเพิ่มขึ้นถึงประมาณสามเท่า

ในช่วงทศวรรษ 1990 ประเทศไทยมีโรงงานผลิตสุราทั้งของรัฐและเอกชนรวมกว่า 40 แห่ง มียอดจำหน่ายสุราประมาณ 613 ล้านลิตรในปี พ.ศ. 2533 ยังไม่รวมสุรานำเข้าจากต่างประเทศอีกกว่า 14 ล้านลิตร อาจกล่าวได้ว่า นับตั้งแต่อดีตเป็นต้นมา ไม่เคยมียุคใดที่คนไทยบริโภคสุรามากเท่ายุคนี้ การดื่มสุราไม่ได้จำกัดอยู่เพียงในพิธีกรรม เทศกาล หรือโอกาสพิเศษอีกต่อไป หากแต่กลายเป็นเครื่องดื่มที่สามารถบริโภคได้ในแทบทุกโอกาส จนเป็นเรื่องปกติในชีวิตประจำวัน

การที่คนไทยบริโภคสุราในปริมาณมากและมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ทำให้ธุรกิจสุรากลายเป็นที่สนใจของนักลงทุนจำนวนมาก รวมถึงเป็นตลาดสำคัญของสุราต่างประเทศด้วย อย่างไรก็ตาม สุราเถื่อนยังคงได้รับความนิยมในหมู่ประชาชนในชนบท และยังเป็นปัญหาที่รัฐต้องเผชิญอยู่ แม้จะมีการปราบปรามอย่างต่อเนื่องก็ตาม

นโยบายของรัฐในด้านสุราจึงมุ่งเน้นไปที่การควบคุมการบริโภคสุราเถื่อน โดยพยายามชักจูงให้ประชาชนหันมาบริโภคสุราที่ผลิตโดยรัฐแทน ซึ่งรัฐให้ความสำคัญในประเด็นนี้มากกว่าการควบคุมหรือลดการ

บริโภคสุราโดยรวมเสียอีก ทั้งนี้ มาตรการหลักที่พอจะถือได้ว่าเป็นไปเพื่อการควบคุมการบริโภคสุราของประชาชน คือการผูกขาดการผลิตสุราไว้ภายใต้การกำกับของรัฐ

2.1.2 ชนิดของสุรา (กฎกระทรวง ฉบับที่ 46 พ.ศ. 2513)

สุราสามทับ คือ สุราที่มีแรงแอลกอฮอล์ตั้งแต่ 80 ดีกรีขึ้นไป

สุราขาว คือ สุราที่กลั่นที่ปราศจากเครื่องย้อม หรือสิ่งผสมปรุงแต่งมีแรงแอลกอฮอล์ต่ำกว่า 80 ดีกรี

สุราผสม คือ สุรากลั่นที่ใช้สุราขาว หรือสุราสามทับมาปรุงแต่งมีแรงแอลกอฮอล์ต่ำกว่า 80 ดีกรี

สุราปรุงพิเศษ คือ สุรากลั่นที่ใช้สุราสามทับมาปรุงแต่งมีแรงแอลกอฮอล์ต่ำกว่า 80 ดีกรี

สุราพิเศษ คือ สุรากลั่นที่ท าขึ้นโดยกรรมวิธีพิเศษโดยแบ่งเป็น 2 แบบ คือ (1)

ประเภทวิสกี รัม ยิน บรั่นดี หรือสุราแบบต่างประเทศอย่างอื่น (2) ประเภทเกาหลียง เซียงซุน บุนกู่ยโละหรือสุราแบบจีนอย่างอื่น

2.1.3 ชนิดของสุรา (กฎกระทรวงก าหนดชนิดของสุราและอัตราภาษีสุรา พ.ศ. 2546)

สุราแช่ ได้แก่ ชนิดเบียร์ ชนิดไวน์และสปาร์กลิงไวน์ที่ท าจากองุ่น ชนิดสุราแช่พื้นเมือง (ชนิดสุราผลไม้ สุราแช่พื้นเมือง อุ สาโท น้ำตาลเมา) และประเภทอื่น ๆ นอกจากเบียร์ ไม่รวมเป็นสุราแช่พื้นบ้าน

สุรากลั่น ได้แก่ ชนิดสุราผสม ชนิดสุราขาว ชนิดสุราปรุงพิเศษ สุราสามทับ และชนิดสุราพิเศษ (ประเภทบรั่นดี วิสกี้ และสุราแบบต่างประเทศอย่างอื่น)

2.1.4 ความเป็นมาของคราฟต์เบียร์

คราฟต์เบียร์มีจุดกำเนิดในประเทศเยอรมนีและหลายประเทศในยุโรป โดยมีทั้งการผลิตเพื่อบริโภคภายในครัวเรือนหรือที่เรียกว่าโฮมเบรว์ (Home Brew) และการผลิตภายในผับหรือโรงเบียร์ขนาดเล็ก (Brewpub) ลักษณะเด่นของคราฟต์เบียร์คือการสร้างสรรค์รสชาติผ่านการดัดแปลงสูตร ด้วยการนำวัตถุดิบหลากหลายชนิด ไม่ว่าจะเป็นผลไม้ กาแฟ หรือช็อกโกแลต มาใช้เพื่อเพิ่มเอกลักษณ์และความแปลกใหม่ให้กับเบียร์

แม้ถิ่นกำเนิดของเบียร์ในยุโรปจะอยู่ที่ประเทศเยอรมนี แต่อเมริกากลับเป็นประเทศที่มีกฎหมายรองรับการผลิตคราฟต์เบียร์อย่างเป็นทางการ โดยหลังปี พ.ศ. 2521 สหรัฐอเมริกาได้ออกกฎหมายอนุญาตให้ประชาชนสามารถผลิตเบียร์เพื่อบริโภคภายในชุมชน ต่อมาจึงขยายขอบเขตไปสู่การผลิตในระดับท้องถิ่น ส่งผลให้คราฟต์เบียร์กลายเป็นเครื่องดื่มทางเลือกสำหรับผู้ดื่มที่แสวงหารสชาติใหม่และแตกต่างจากเบียร์เชิงอุตสาหกรรม ทั้งนี้ ยังมีการออกกฎหมายรองรับผู้ผลิตรายย่อยใน 3 รัฐ ดังต่อไปนี้ (จิรัฐฎิกา ชินบุตร, 2565, น. 8-11)

รัฐไวโอมิง (Wyoming) เป็นหนึ่งในรัฐที่ให้การสนับสนุนการผลิตเบียร์อย่างชัดเจน โดยมีมาตรการส่งเสริมและจัดสรรเงินสนับสนุนแก่ผู้ผลิต เพื่อผลักดันให้เบียร์กลายเป็นสินค้าประจำท้องถิ่น ภายใต้แนวคิดตามหลักกฎหมายสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (Geographical Indications: GI)

รัฐได้กำหนดกรอบปริมาณการผลิตสำหรับโรงเบียร์ขนาดย่อมไว้อย่างชัดเจน คือไม่เกิน 6,000,000 ลิตรต่อปี และต้องไม่น้อยกว่า 6,000 ลิตรต่อปี โดยใบอนุญาตการผลิตต่อหนึ่งโรงงานมีค่าธรรมเนียมปีละ 500 ดอลลาร์สหรัฐ สำหรับเบียร์ที่ผลิตจากโรงงานขนาดเล็ก ผู้ผลิตสามารถบรรจุขวดและจำหน่ายผ่านร้านค้าปลีกได้ แต่ต้องชำระค่าธรรมเนียมใบอนุญาตเพิ่มเติมอีก 200 ดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งคิดเป็นเงินไทยประมาณ 6,000-7,000 บาท

อย่างไรก็ตาม หากผู้ผลิตไม่ประสงค์จะจำหน่ายผ่านร้านค้าปลีก ก็สามารถเลือกจำหน่ายเบียร์เฉพาะภายในบาร์ของตนเองได้ โดยไม่จำเป็นต้องชำระค่าธรรมเนียมใบอนุญาตเพิ่มเติมในส่วนดังกล่าว

รัฐวอชิงตัน (Washington) เป็นหนึ่งในรัฐที่ให้ความสำคัญกับการส่งเสริมผู้ผลิตเบียร์รายย่อยมากเป็นอันดับที่สองของประเทศ โดยมีการกำหนดระบบใบอนุญาตการผลิตสุราออกเป็นสองประเภท แบ่งตามปริมาณการผลิต

ใบอนุญาตประเภทแรกกำหนดปริมาณการผลิตไม่เกิน 710,000 ลิตรต่อปี มีค่าธรรมเนียม 100 ดอลลาร์สหรัฐ หรือประมาณ 3,000 บาท ส่วนใบอนุญาตประเภทที่สองกำหนดปริมาณการผลิตมากกว่า 710,000 ลิตรต่อปี โดยมีค่าธรรมเนียมใบอนุญาต 2,000 ดอลลาร์สหรัฐ

ผู้ที่ประสงค์จะผลิตเบียร์สามารถยื่นขอใบอนุญาตได้ทั้งสองประเภท ไม่เพียงเพื่อจำหน่ายเบียร์ที่ตนเองผลิตเท่านั้น แต่ยังสามารถนำเบียร์จากโรงงานอื่นมาจำหน่ายควบคู่กันได้อีกด้วย นอกจากนี้ รัฐยังอนุญาตให้ผู้ประกอบการถือใบอนุญาตร้านอาหาร และสามารถนำเบียร์มาจำหน่ายในร้านอาหารในลักษณะการขายปลีกได้อย่างถูกต้องตามกฎหมาย

รัฐนิวแฮมเชียร์ (New Hampshire) กำหนดโครงสร้างการผลิตเบียร์ออกเป็นสามระดับ ได้แก่ ระดับภูมิภาค ระดับกลาง และระดับเล็ก โดยเป็นรัฐที่มีชื่อเสียงด้านการผลิตคราฟต์เบียร์ และมีนโยบายส่งเสริมให้คราฟต์เบียร์เกิดความหลากหลายในตลาดอย่างเป็นรูปธรรม

หนึ่งในชุมชนต้นแบบที่มีชื่อเสียงคือ Moat Mountain Smokehouse ซึ่งเริ่มก่อตั้งตั้งแต่ปี พ.ศ. 2543 มีร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์รวมทั้งร้านอาหารและที่พัก รวมจำนวนที่นั่งประมาณ 174 ที่ ตั้งอยู่ในย่าน North Conway

ทั้งนี้ รัฐนิวแฮมเชียร์ได้กำหนดเพดานการผลิตตามระดับไว้อย่างชัดเจน โดยผู้ผลิตระดับภูมิภาคสามารถผลิตได้มากกว่า 15,000 บาร์เรลต่อปี ผู้ผลิตระดับกลางผลิตได้ไม่เกิน 15,000 บาร์เรลต่อปี และผู้ผลิตระดับเล็กผลิตได้ไม่เกิน 2,000 บาร์เรลต่อปี สะท้อนแนวทางการกำกับดูแลที่คำนึงถึงขนาดกิจการควบคู่ไปกับการส่งเสริมผู้ประกอบการรายย่อยในอุตสาหกรรมคราฟต์เบียร์ (ธิดารัตน์ จักรสมภพ, 2564, น. 20)

ในทวีปเอเชียโดยเฉพาะประเทศญี่ปุ่น (Japan) เป็นหนึ่งในประเทศที่มีการผลิตคราฟต์เบียร์อย่างโดดเด่น เดิมกฎหมายภาษีเบียร์ของญี่ปุ่นมีความเข้มงวดสูง โรงเบียร์จะไม่สามารถขอรับใบอนุญาตได้หากมีกำลังการผลิตต่ำกว่า 2 ล้านลิตรต่อปี ต่อมารัฐได้ผ่อนปรนกฎหมาย เปิดโอกาสให้ผู้ผลิตรายย่อยสามารถผลิตเบียร์ได้ในปริมาณขั้นต่ำเพียง 60,000 ลิตรต่อปี

สำหรับใบอนุญาตการผลิตในระดับดังกล่าว ญี่ปุ่นเรียกว่า “ฮับโปชู” (Happoshu) ซึ่งหมายถึงเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของมอลต์ต่ำกว่าร้อยละ 50 หรือใช้วัตถุดิบอื่นนอกเหนือจากที่กฎหมายกำหนด ทั้งนี้ ภายใต้กฎหมายสุราของญี่ปุ่น เครื่องดื่มประเภทฮับโปชูไม่ถูกจัดให้เป็น “เบียร์” แม้จะมีรสชาติพื้นฐานใกล้เคียงกันก็ตาม การจัดแบ่งประเภทดังกล่าวทำให้ฮับโปชูเสียภาษีในอัตราที่ต่ำกว่าเบียร์ทั่วไป ส่งผลให้เครื่องดื่มภายใต้ใบอนุญาตประเภทนี้แพร่หลายอย่างรวดเร็ว และเอื้อให้เกิดผู้ประกอบการรายใหม่จำนวนมาก ซึ่งมีส่วนช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศ

ความนิยมในคราฟต์เบียร์ของญี่ปุ่นจึงเพิ่มสูงขึ้นอย่างมาก จนบางช่วงได้รับความสนใจมากกว่าสหรัฐอเมริกา โดยมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว เช่น ทัวร์เยี่ยมชมโรงงานผลิตเบียร์ การเล่าเรื่องประวัติศาสตร์และกระบวนการผลิต ตลอดจนการชิมเบียร์ นอกจากนี้ ยังมีการจัดเทศกาลและตลาดคราฟต์เบียร์ เปิดพื้นที่ให้ผู้ผลิตและผู้บริโภคได้พบปะแลกเปลี่ยนกัน โดยเฉพาะงานที่จัดขึ้นเป็นประจำในช่วงเดือนกันยายนของทุกปี ณ เมืองโยโกฮามา (Yokohama) ซึ่งกลายเป็นจุดหมายสำคัญของนักท่องเที่ยวและผู้หลงใหลในคราฟต์เบียร์ (จิรัฐธิกา ชินบุตร, 2565, น. 10)

ในทำนองเดียวกัน ประเทศสิงคโปร์ (Singapore) มีโรงเบียร์ขนาดเล็กกระจายตัวอยู่ในหลายพื้นที่ และมีการแยกระบบใบอนุญาตสุราและเบียร์ออกจากกันอย่างชัดเจน เดิมทีสิงคโปร์ใช้ใบอนุญาตเพียงประเภทเดียว ต่อมาในปี พ.ศ. 2547 รัฐบาลได้เริ่มผ่อนปรนกฎหมาย เปิดทางให้เกิดโรงเบียร์ขนาดเล็ก โดยอนุญาตให้ประชาชนสามารถผลิตเบียร์เพื่อดื่มเองได้ แต่ต้องยื่นขออนุญาตล่วงหน้า

ต่อมาในปี พ.ศ. 2551 รัฐบาลสิงคโปร์ได้ยกเลิกระบบใบอนุญาตดังกล่าวทั้งหมด ส่งผลให้การผลิตเบียร์เพื่อบริโภคภายในครัวเรือนในปริมาณไม่เกิน 30 ลิตร สามารถดำเนินการได้ทันที ทั้งนี้ ในอดีต โรงเบียร์ขนาดเล็กและการผลิตแบบโฮมเบรว์ต้องชำระค่าธรรมเนียมในอัตราเดียวกับโรงเบียร์ขนาดใหญ่

กระทั่งในปี พ.ศ. 2555 รัฐบาลสิงคโปร์ได้หารือร่วมกับภาคเอกชน และปรับปรุงระบบใบอนุญาตใหม่ โดยกำหนดให้ผู้ผลิตเบียร์รายเล็กที่มีกำลังการผลิตไม่เกิน 1.8 ล้านลิตรต่อปี ชำระค่าธรรมเนียมใบอนุญาตเพียง 8,400 ดอลลาร์สิงคโปร์ ซึ่งสะท้อนแนวนโยบายที่มุ่งส่งเสริมผู้ประกอบการรายย่อยและสนับสนุนความหลากหลายของอุตสาหกรรมเบียร์ในประเทศ

สำหรับตลาดคราฟต์เบียร์ในประเทศไทย ภาครัฐอนุญาตให้ดำเนินการได้ในรูปแบบ Brewpub และจำกัดการบริโภคเฉพาะ ณ สถานที่ผลิตเท่านั้น ด้วยข้อจำกัดดังกล่าว คราฟต์เบียร์สัญชาติไทยที่

วางจำหน่ายในท้องตลาดจึงมักอยู่ในรูปของเบียร์บรรจุขวดซึ่งผลิตในต่างประเทศแล้วนำเข้ามาจำหน่ายเป็นส่วนใหญ่

ตัวอย่างเช่น Outlaw Beer ซึ่งถือกำเนิดขึ้นที่จังหวัดเลย เริ่มจากการทดลองจำหน่ายภายในพื้นที่ เมื่อได้รับความนิยมนิจย้าฐานการผลิตไปยัง Kingdom Breweries ณ กรุงพนมเปญ ประเทศ Cambodia นอกจากนี้ยังมีแบรนด์อย่าง บ้านนอกเบียร์ และ ลำซิ่งเบียร์ ซึ่งมีถิ่นกำเนิดที่จังหวัดสกลนคร รวมถึง Triple Pearl จากบางแสน จังหวัดชลบุรี ต่างก็นำสูตรไปผลิตในประเทศกัมพูชาเช่นกัน

ยังมีแบรนด์อื่น ๆ ที่เลือกส่งสูตรไปผลิตในประเทศเพื่อนบ้านหรือประเทศอื่น เนื่องจากมีความสะดวกด้านการนำเข้าและการจัดจำหน่าย อาทิ Chiang Mai Beer ซึ่งเมื่อพัฒนาสูตรจนลงตัวแล้ว ได้นำไปผลิตในประเทศ Laos ขณะที่ ชาละวัน ซึ่งถือเป็นผู้บุกเบิกตลาดคราฟต์เบียร์ยุคแรกของไทย เริ่มผลิตครั้งแรกที่ภูเก็ต และต่อมาเป็นแบรนด์แรกที่ได้รับสถานะถูกกฎหมายในประเทศ โดยเคยนำสูตรไปผลิตที่ Stockade Brew Co ประเทศ Australia

ปรากฏการณ์ดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่า คราฟต์เบียร์แบรนด์ไทยที่ได้รับความนิยมในตลาดส่วนใหญ่ล้วนผลิตในต่างประเทศแล้วนำกลับเข้ามาจำหน่ายในประเทศไทย เช่น Golden Coins Beer ซึ่งปัจจุบันเป็นร้านคราฟต์เบียร์ย่านเอกมัย โดยส่งออกไปผลิตที่ประเทศ Vietnam รวมถึง Taiwan ขณะที่แบรนด์ชื่อดังอย่าง Mahanakhon Brewery ก็เป็นอีกตัวอย่างหนึ่งของการพัฒนาคราฟต์เบียร์ไทยในเวทีสากล โดยเป็นวิสาหกิจที่ผลิตเบียร์สไตล์เบลเยียมที่ผสมผสานวัตถุดิบท้องถิ่นไทย เช่น ข้าวหอมมะลิ มะพร้าว และใบเตย แสดงถึงอัตลักษณ์ไทยที่ชัดเจนผ่านรสชาติของคราฟต์เบียร์

ผู้ประกอบการคราฟต์เบียร์เหล่านี้ได้รวมตัวเข้าหารือกับภาครัฐ พร้อมแสดงเจตจำนงยินดีชำระภาษีให้แก่รัฐในประเทศไทย และมุ่งลดปัญหาการนำเข้าในกรณีสินค้าขาดตลาดซึ่งยากต่อการควบคุม อันเป็นผลจากสถานการณ์ทางการเมืองในบางพื้นที่ หรือปัญหาการขาดแคลนแรงงานในการผลิต ทั้งนี้ เนื่องจากแบรนด์คราฟต์เบียร์ของไทยเกือบทั้งหมดต้องส่งสูตรไปผลิตในต่างประเทศ

โดยเมื่อวันที่ 22 พฤษภาคม พ.ศ. 2566 กลุ่มผู้ผลิตได้ยื่นหนังสือเปิดผนึกผ่านนายกสมาคมท้องถิ่นสุราไทย หรือเครือข่ายประธานสุราแห่งประเทศไทย ร่วมกับตัวแทนสมาคมการค้าผู้ประกอบการคราฟต์เบียร์ ต่อสมาชิกวุฒิสภา ซึ่งได้รับการตอบรับและเห็นพ้องกับข้อเสนอของภาคผู้ประกอบการในการผลักดันคราฟต์เบียร์ไทยให้เป็นนโยบายหนึ่งในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ โดยเฉพาะการเชื่อมโยงกับภาคการท่องเที่ยว ตามรายงานของ ฐานเศรษฐกิจ (2566)

ทั้งนี้ ตลาดคราฟต์เบียร์ถือเป็นตลาดเฉพาะที่แตกต่างจากตลาดเบียร์กระแสหลัก โดยแต่ละแบรนด์มีสูตรและรสชาติเป็นเอกลักษณ์ ผู้ผลิตรายย่อยซึ่งมีกำลังการผลิตไม่มาก จึงสามารถตอบสนองรสนิยมของผู้บริโภคเฉพาะกลุ่มได้อย่างตรงจุด ในปี พ.ศ. 2563 ตลาดคราฟต์เบียร์มีมูลค่าการนำเข้าประมาณ 300-500 ล้านบาท จากมูลค่าตลาดเบียร์รวมของประเทศไทยราว 180,000-200,000 ล้านบาท

อย่างไรก็ตาม ผู้ผลิตรายย่อยจำนวนมากจำเป็นต้องย้ายฐานการผลิตไปยังต่างประเทศที่มีนโยบายสนับสนุนและส่งเสริมผู้ประกอบการรายย่อยอย่างชัดเจน อาทิ Australia, Taiwan, Vietnam และ Cambodia ก่อนจะนำสินค้ากลับเข้ามาจำหน่ายในประเทศไทย ซึ่งสะท้อนข้อจำกัดเชิงโครงสร้างของอุตสาหกรรมคราฟท์เบียร์ไทยภายใต้กรอบกฎหมายและนโยบายปัจจุบัน

2.2 กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการผลิตคราฟท์เบียร์

กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการผลิตคราฟท์เบียร์ในประเทศไทย ได้แก่ พระราชบัญญัติสุรา พ.ศ. 2493 พระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2560 และกฎกระทรวงการผลิตสุรา พ.ศ. 2565

ซึ่งจะเห็นได้ว่ากฎกระทรวงการผลิตสุรา พ.ศ. 2565 เป็นกฎหมายลำดับรองที่ออกภายใต้พระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2560 โดยมีวัตถุประสงค์สำคัญเพื่อส่งเสริมขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบธุรกิจด้านสุรา ควบคู่ไปกับการเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการเก็บภาษีของรัฐ รวมถึงการกำกับดูแลคุณภาพและมาตรฐานการผลิตสุราให้เป็นไปอย่างเหมาะสม

ภายใต้กฎกระทรวงฉบับนี้ การประกอบธุรกิจผลิตสุราเพื่อการค้าถูกกำหนดความหมายไว้อย่างกว้างครอบคลุมการผลิตที่มีวัตถุประสงค์เพื่อจำหน่ายหรือเพื่อกิจการอื่นใดก็ตาม หากมีการได้รับผลประโยชน์ตอบแทน ทั้งนี้ หากมีการผลิตสุราในปริมาณเกินกว่า 200 ลิตรต่อปี ย่อมถือว่าเป็นการผลิตเพื่อการค้าโดยปริยาย

อย่างไรก็ดี กฎกระทรวงดังกล่าวมิได้ระบุหรืออธิบายถึง “เบียร์” หรือ “คราฟท์เบียร์” ไว้โดยตรง แต่ภายใต้ประกาศของกรมสรรพสามิตซึ่งออกตามกฎกระทรวงฉบับนี้ ได้ตีความให้คราฟท์เบียร์อยู่ในขอบเขตความหมายของคำว่า “เบียร์” ซึ่งจัดเป็นสุราประเภทหนึ่ง³ อันได้มาจากกระบวนการหมักสารละลายที่เกิดจากการต้มสั๊กมอลต์ ข้าวบาร์เลย์ และฮอป หรือผลิตภัณฑ์จากฮอป ทั้งนี้ อาจมีหรือไม่มีการใช้คาร์โบไฮเดรตจากวัตถุดิบชนิดอื่นเป็นส่วนผสมในกระบวนการต้มสั๊กก็ได้⁴

2.2.1 มาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจคราฟท์เบียร์

การประกอบธุรกิจคราฟท์เบียร์ภายใต้กรอบนโยบายของรัฐ ซึ่งกำหนดไว้ตามกฎหมายกฎกระทรวงการผลิตสุรา พ.ศ. 2565 ได้วางหลักเกณฑ์และแนวทางสำคัญสำหรับการดำเนินกิจการไว้อย่างเป็นระบบ โดยมี

³ มาตรา 5 วรรคหนึ่ง และมาตรา 153 วรรคสอง แห่งพระราชบัญญัติสรรพสามิต พ.ศ. 2560 และหมายเหตุท้ายกฎกระทรวงการผลิตสุรา พ.ศ. 2565

⁴ ประกาศกรมสรรพสามิต เรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขในการผลิตสุราที่มีไข้เพื่อการค้าและการนำสุราออกจากถานที่ผลิตเพื่อตรวจวิเคราะห์ในขั้นตอนการผลิต ลงวันที่ 26 มกราคม 2566 ซึ่งเป็นกฎหมายลำดับรองอีกฉบับหนึ่งซึ่งออกตามความในพระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2560 ประกอบกับกฎกระทรวงการผลิตสุรา พ.ศ. 2565

เป้าหมายเพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าสู่ตลาดได้อย่างถูกต้องตามกฎหมาย ขณะเดียวกันก็ยังคงรักษาบทบาทของรัฐในการกำกับดูแลด้านภาษี คุณภาพ และมาตรฐานการผลิตให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

ภายใต้กฎกระทรวงดังกล่าว การผลิตคราฟท์เบียร์เพื่อการค้าอยู่ภายใต้กรอบการกำกับดูแลเดียวกับการผลิตสุราประเภทอื่น กล่าวคือ หากเป็นการผลิตเพื่อจำหน่าย หรือเพื่อกิจการใด ๆ ที่ก่อให้เกิดผลประโยชน์ตอบแทน ไม่ว่าจะทางตรงหรือทางอ้อม ย่อมถือเป็นการประกอบธุรกิจ และต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ที่กฎหมายกำหนด

นอกจากนี้ กฎกระทรวงยังสะท้อนแนวนโยบายของรัฐที่มุ่งส่งเสริมความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการรายย่อย ควบคู่ไปกับการควบคุมมาตรฐานด้านคุณภาพและความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ ซึ่งตามกฎหมายการผลิตรสุรา พ.ศ. 2565 ได้วางหลักเกณฑ์และแนวทางสำคัญสำหรับการดำเนินการไว้ดังนี้

1) คุณสมบัติของผู้ผลิตคราฟท์เบียร์

กฎหมายกำหนดให้ผู้ประกอบกิจการที่ได้รับอนุญาตให้ผลิตสุราแช่เพื่อการค้า ต้องเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายของประเทศไทย และต้องไม่เข้าลักษณะเป็นคนต่างด้าวตามที่กฎหมายกำหนด โดยมีเงื่อนไขสำคัญคือ ต้องมีผู้ถือหุ้นสัญชาติไทยถือหุ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 51 ของจำนวนหุ้นทั้งหมด

อย่างไรก็ตาม สัดส่วนการถือหุ้นดังกล่าวอาจได้รับการผ่อนผันหรือยกเว้นได้ในกรณีที่เป็นการไปตามเงื่อนไขของสนธิสัญญาหรือความตกลงระหว่างประเทศที่ประเทศไทยเป็นภาคี หรือมีพันธกรณีต้องปฏิบัติตาม อันสะท้อนถึงความยืดหยุ่นของกฎหมายในการรองรับบริบททางเศรษฐกิจและความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ

- คราฟท์เบียร์ที่ผลิตในลักษณะโรงงานอุตสาหกรรมเพื่อจำหน่าย ณ สถานที่ผลิต หรือในรูปแบบ brewpub จะต้องได้รับใบอนุญาตตามกฎหมายว่าด้วยโรงงาน และต้องมีการใช้เครื่องจักรหรืออุปกรณ์สำหรับการผลิตสุราแช่ประเภทเบียร์ที่เป็นไปตามมาตรฐานซึ่งอธิบดีกรมสรรพสามิตกำหนด

นอกจากนี้ ผู้ประกอบการยังมีหน้าที่ต้องปฏิบัติตามกฎหมายด้านสิ่งแวดล้อม ตลอดจนกฎหมายว่าด้วยการสาธารณสุขที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินการโรงงานอุตสาหกรรมสุรา เพื่อให้การผลิตเป็นไปอย่างถูกต้อง ปลอดภัย และไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อชุมชนและสังคมโดยรอบ

- คราฟท์เบียร์ที่ผลิตในโรงงานอุตสาหกรรมประเภทอื่นซึ่งมิใช่รูปแบบบรีวคัป ต้องอยู่ภายใต้เงื่อนไขที่เข้มงวดมากยิ่งขึ้น นอกเหนือจากการได้รับใบอนุญาตตามกฎหมายว่าด้วยโรงงานแล้ว ผู้ประกอบการยังต้องใช้เครื่องจักรและอุปกรณ์การผลิตที่ได้มาตรฐาน พร้อมทั้งมีสายการผลิตในขั้นตอนการบรรจุภาชนะซึ่งสามารถติดตั้งระบบพิมพ์เครื่องหมายแสดงการเสียภาษีได้อย่างถูกต้องตามที่กฎหมายกำหนด

นอกจากนี้ ยังต้องจัดทำรายงานการวิเคราะห์ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และได้รับความเห็นชอบตามกฎหมายว่าด้วยการส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ เพื่อให้การดำเนินกิจการเป็นไปโดยคำนึงถึงผลกระทบต่อชุมชนและระบบนิเวศโดยรอบ

อย่างไรก็ดี หากพิจารณาภาพรวมการกำกับดูแลของภาครัฐในปัจจุบัน จะเห็นได้ว่าการผ่อนปรนกฎระเบียบลงอย่างชัดเจน เมื่อเปรียบเทียบกับมาตรการเดิมภายใต้พระราชบัญญัติสุรา พ.ศ. 2493 ซึ่งกำหนดเงื่อนไขที่เข้มงวดอย่างมาก อาทิ การกำหนดให้ผู้ผลิตต้องมีทุนจดทะเบียนไม่น้อยกว่า 10 ล้านบาท ต้องมีกำลังการผลิตไม่น้อยกว่า 10 ล้านลิตร แต่ไม่เกิน 100 ล้านลิตรต่อปี ต้องวางหลักประกันต่อหน่วยงานของรัฐเป็นเงิน 5 ล้านบาทในการยื่นขออนุญาต รวมถึงยังมีภาระหน้าที่และเงื่อนไขอื่นอีกเป็นจำนวนมาก

2) การจำหน่าย

การจำหน่ายคราฟท์เบียร์ต้องกระทำโดยผู้ที่ได้รับอนุญาตตามกฎหมายเท่านั้น โดยผู้ประสงค์จะขออนุญาตจำหน่ายต้องมีคุณสมบัติเป็นไปตามที่กฎหมายกำหนด กล่าวคือ หากเป็นนิติบุคคลต้องจัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย ส่วนกรณีเป็นบุคคลธรรมดา จะต้องมิอายุไม่ต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์

ในส่วนของอายุการอนุญาต ถือเป็นมาตรการเสริมที่รัฐนำมาใช้เพื่อกำกับและตรวจสอบการปฏิบัติตามมาตรการหลักของกฎกระทรวงการผลิตสุรา พ.ศ. 2565 โดยกฎหมายกำหนดให้ใบอนุญาตผลิตคราฟท์เบียร์มีอายุคราวละไม่เกิน 3 ปี นับแต่วันที่ได้รับอนุญาต และหากการผลิตมีวัตถุประสงค์เพื่อการจำหน่าย จะต้องขออนุญาตจำหน่ายเพิ่มเติมอีกส่วนหนึ่ง ไม่ว่าจะเป็นการจำหน่ายในปริมาณต่ำกว่า 10 ลิตร หรือ 10 ลิตรขึ้นไปก็ตาม

ทั้งนี้ ใบอนุญาตจำหน่ายดังกล่าวจะมีอายุเพียง 1 ปีนับแต่วันที่ได้รับอนุญาต ซึ่งสะท้อนเจตนารมณ์ของภาครัฐที่ต้องการทบทวนคุณสมบัติและกำกับดูแลพฤติกรรมของผู้ประกอบธุรกิจอย่างใกล้ชิด โดยใช้การกำหนดอายุใบอนุญาตในระยะเวลาค่อนข้างสั้นเป็นกลไกในการควบคุมให้การประกอบกิจการเป็นไปตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไขที่กฎหมายกำหนดไว้

3) อายุใบอนุญาต

มาตรการดังกล่าวอาจถือได้ว่าเป็นกลไกเสริมที่รัฐนำมาใช้เพื่อกำกับและติดตามการปฏิบัติตามมาตรการหลักของกฎกระทรวงการผลิตสุรา พ.ศ. 2565 โดยกฎหมายกำหนดให้ใบอนุญาตผลิตคราฟท์เบียร์มีอายุคราวละไม่เกิน 3 ปี นับแต่วันที่ได้รับอนุญาต และในกรณีที่การผลิตมีวัตถุประสงค์เพื่อการจำหน่ายในเชิงพาณิชย์ ผู้ประกอบการยังต้องขอใบอนุญาตจำหน่ายเพิ่มเติมอีกส่วนหนึ่ง ไม่ว่าจะเป็นการจำหน่ายในปริมาณต่ำกว่า 10 ลิตร หรือ 10 ลิตรขึ้นไปก็ตาม

สำหรับใบอนุญาตจำหน่ายนั้น กฎหมายกำหนดให้มีอายุเพียง 1 ปีนับแต่วันที่ได้รับอนุญาต สะท้อนให้เห็นถึงเจตนารมณ์ของภาครัฐที่ต้องการทบทวนคุณสมบัติของผู้ประกอบธุรกิจอย่างสม่ำเสมอ และเพิ่ม

ความเข้มงวดในการกำกับดูแลพฤติกรรมประกอบการกิจการให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไขที่กฎหมายกำหนด ผ่านการกำหนดระยะเวลาอนุญาตในแต่ละครั้งให้ค่อนข้างสั้น

4) มาตรการกำกับดูแล

ภายใต้พระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2560 ได้กำหนดให้ผู้ผลิตคราฟท์เบียร์ต้องได้รับอนุญาตตามกฎหมายกระทรวงการคลัง พ.ศ. 2565 โดยเคร่งครัด หากฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามเงื่อนไขที่กฎหมายกำหนด ย่อมถือเป็นการกระทำความผิด และต้องรับโทษทั้งในทางปกครองและทางอาญา

ในทางปกครอง ผู้ประกอบการอาจถูกสั่งพักใช้ใบอนุญาตเป็นระยะเวลาไม่เกินครั้งละ 6 เดือน และหากถูกพักใช้ใบอนุญาตตั้งแต่สองครั้งขึ้นไป แล้วยังปรากฏเหตุให้ต้องพักใช้อีก หรือพบว่ามีการฝ่าฝืนเงื่อนไขการอนุญาตจนก่อให้เกิดความเสียหายอย่างร้ายแรง อาจถูกเพิกถอนใบอนุญาตได้ ทั้งนี้ เมื่อถูกเพิกถอนใบอนุญาตแล้ว จะไม่สามารถยื่นขอใบอนุญาตใหม่ได้ทันที โดยต้องรอให้พ้นกำหนดหนึ่งปีนับแต่วันที่ทราบคำสั่งเพิกถอนเสียก่อน

นอกจากนี้ กฎหมายยังได้กำหนดโทษปรับสำหรับภาคธุรกิจ รวมถึงผู้บริโภคในกรณีที่มีไว้ในครอบครอง ซื้อมา หรือจำหน่ายคราฟท์เบียร์ที่ผลิตโดยไม่ได้รับอนุญาต และในกรณีที่มีการดำเนินกิจการผลิตหรือจำหน่ายโดยไม่ได้รับอนุญาต อาจต้องระวางโทษจำคุก หรือโทษปรับ หรือทั้งจำทั้งปรับ ตามที่กฎหมายบัญญัติไว้ เพื่อให้การกำกับดูแลการผลิตและการจำหน่ายคราฟท์เบียร์เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและเป็นธรรมต่อสังคมโดยรวม

5) หลักเกณฑ์วิธีการและเงื่อนไขว่าด้วยกรรมวิธีการผลิตเบียร์

หลักเกณฑ์วิธีการและเงื่อนไขว่าด้วยกรรมวิธีผลิตและจำหน่ายเบียร์ ประเทศไทยได้มีการแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ โรงเบียร์ขนาดใหญ่ และโรงเบียร์ขนาดเล็ก ซึ่งสามารถอธิบายได้ ดังนี้

- โรงเบียร์ขนาดใหญ่หรือโรงงานผลิตเบียร์ของบริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด ได้เริ่มดำเนินการจัดจำหน่ายเบียร์อย่างเป็นทางการเป็นครั้งแรกในปี พ.ศ. 2547 นับเป็นโรงเบียร์แห่งแรกของประเทศไทยที่มีกำลังการผลิตในระดับสูง โดยการจัดตั้งและดำเนินกิจการในระยะแรกอยู่ภายใต้การครอบครองของพระราชบัญญัติสุรา พ.ศ. 2493 ซึ่งกำหนดให้โรงเบียร์ขนาดใหญ่ต้องมีกำลังการผลิตไม่น้อยกว่า 10-100 ล้านลิตรต่อปี ทั้งนี้ หากมีการปรับเปลี่ยนหรือลดปริมาณการผลิตจากที่กฎหมายกำหนด ผู้ประกอบการจำเป็นต้องยื่นคำขออนุญาตและแก้ไขสัญญากับกรมสรรพสามิตทุกครั้ง

นอกจากนี้ การผลิตเบียร์และสุราประเภทอื่น ๆ จะต้องได้รับอนุญาตจากกรมสรรพสามิต โดยกระบวนการจัดเก็บภาษีเบียร์ใช้ระบบมาตรวัดเบียร์ในการประเมินภาษี ผู้ผลิตจึงต้องแจ้งปริมาณการผลิตและชำระภาษีล่วงหน้าต่อเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบ พร้อมทั้งยื่นคำขอเพื่อให้เจ้าหน้าที่ควบคุมโรงงานตรวจสอบเอกสารการส่งจ่ายน้ำเบียร์ ก่อนนำไปบรรจุลงในภาชนะ ทั้งนี้ เจ้าหน้าที่ที่จะทำการตรวจสอบชนิดและปริมาณเบียร์ให้ถูกต้องและไม่เกินจำนวนที่ได้ชำระภาษีไว้

เมื่อการตรวจสอบเป็นไปอย่างครบถ้วนและถูกต้องแล้ว เจ้าหน้าที่จึงอนุญาตให้ดำเนินการบรรจุภาชนะ โดยจะทำการปลดตราและไขกุญแจที่ท่อย้ายเบียร์จากถังเก็บเข้าสู่สายการบรรจุ และภายหลังเสร็จสิ้นกระบวนการ เจ้าหน้าที่จะทำการลั่นกุญแจและผนึกตราที่ท่อยเครื่องบรรจุภาชนะดังเดิม เนื่องจากการผลิตเบียร์เป็นอุตสาหกรรมที่ต้องใช้เงินลงทุนสูงและมีผลต่อรายได้ภาษีของรัฐ จึงอยู่ภายใต้การกำกับดูแลและตรวจสอบอย่างเข้มงวดจากหน่วยงานภาครัฐ เพื่อให้การผลิตเป็นไปตามกฎหมายและการจัดเก็บภาษีมีความถูกต้อง โปร่งใส และเป็นธรรม

- โรงเบียร์ขนาดเล็ก แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่

(1) Microbrewery หมายถึงโรงงานผลิตเบียร์ขนาดย่อมที่มีกำลังการผลิตต่ำกว่าโรงเบียร์ขนาดใหญ่ โดยยังคงใช้ระบบและกระบวนการในการผลิต ตลอดจนการจัดจำหน่ายในลักษณะเดียวกับโรงงานอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ เพียงแต่มิขนาดการผลิตที่เล็กกว่าและมุ่งเน้นความเฉพาะตัวของผลิตภัณฑ์มากขึ้น

(2) Brewpub เป็นรูปแบบของโรงงานผลิตเบียร์ที่ผสมผสานการดำเนินการเข้ากับร้านอาหารหรือสถานบริการ โดยมุ่งเน้นการผลิตเบียร์สดเพื่อจำหน่ายและบริโภคภายในสถานที่เดียวกัน สำหรับบริบทของประเทศไทย แม้ว่าภาครัฐจะยังไม่อนุญาตให้จัดตั้งโรงงานผลิตเบียร์ในลักษณะ Microbrewery อย่างเต็มรูปแบบ แต่ได้เปิดโอกาสให้สามารถดำเนินการในรูปแบบ Brewpub ได้ ภายใต้การกำหนดหลักเกณฑ์และเงื่อนไขด้านการผลิตและการจำหน่ายที่ใกล้เคียงกับโรงเบียร์ขนาดใหญ่

ความแตกต่างที่สำคัญของ Brewpub อยู่ที่ขอบเขตของการจัดจำหน่าย โดยกำหนดให้สามารถจำหน่ายเบียร์ได้เฉพาะภายในร้านหรือสถานที่ที่ตั้งของกิจการเท่านั้น ไม่สามารถกระจายสินค้าออกสู่ตลาดภายนอกได้ นอกเหนือจากเงื่อนไขด้านใบอนุญาตแล้ว กฎหมายสุรายังได้กำหนดอัตราค่าธรรมเนียมใบอนุญาตการผลิตสุราไว้ โดยปัจจุบันกำหนดอัตราค่าธรรมเนียมรายปีอยู่ในช่วงประมาณ 100-5,000 บาท ซึ่งแม้อัตราดังกล่าวอาจถือว่าสูงในช่วงเวลาที่กฎหมายมีผลบังคับใช้ครั้งแรกเมื่อ พ.ศ. 2493 แต่ในบริบทปัจจุบันกลับอยู่ในระดับที่ค่อนข้างต่ำ

อัตราค่าธรรมเนียมที่ไม่สูงนักนี้อาจเป็นปัจจัยหนึ่งที่เอื้อให้ผู้ประกอบการเข้าสู่การผลิตสุราในรูปแบบ Brewpub เพิ่มมากขึ้น และภายหลังการเปิดเสรีสุรา จึงปรากฏการยื่นขอใบอนุญาตผลิตสุราและการชำระค่าธรรมเนียมรายปีตามที่ภาครัฐกำหนดจากผู้ประกอบการรายใหม่ที่มีความประสงค์จะเข้ามาดำเนินการในอุตสาหกรรมการผลิตเบียร์อย่างต่อเนื่อง

2.3 ปัญหาเกี่ยวกับมาตรการการผลิตกราฟท์เบียร์

ปัญหาเกี่ยวกับมาตรการการผลิตกราฟท์เบียร์ ผู้ศึกษานำเสนอ ดังนี้

2.3.1 ปัญหาเกี่ยวกับคุณสมบัติของผู้ผลิตกราฟท์เบียร์

จะเห็นได้ว่า ผู้ที่ต้องการผลิตกราฟท์เบียร์เพื่อการค้า หรือเพื่อจำหน่ายนั้น ผู้ผลิตต้องเป็นนิติบุคคลเท่านั้น จึงจะสามารถยื่นคำขอได้ เมื่อพิจารณาแล้ว จะเห็นได้ว่า บุคคลธรรมดา ที่ต้องการผลิตกราฟท์เบียร์เพื่อจำหน่ายนั้น ไม่สามารถดำเนินการได้ ซึ่งเป็นการจำกัดคุณสมบัติของผู้จะขออนุญาต และทำให้เกิดความเป็นธรรมในการผลิตเพื่อจำหน่าย อันเป็นการกีดกันทางอ้อม และเป็นช่องว่างในการบังคับใช้กฎหมายของเจ้าพนักงาน ในการกำกับดูแล อันอาจเป็นบ่อเกิดในการใช้อำนาจหน้าที่โดยทุจริต หรือโดยมิชอบ ในการเรียก รับ หรือยอมจะรับ ทรัพย์สินหรือประโยชน์อื่นใดจากผู้ผลิตกราฟท์เบียร์ได้

จะเห็นได้ว่าเจตนารมณ์ของกฎหมายนั้น ต้องการให้มีการแข่งขันทางการค้า รวมทั้งต้องการให้ผู้บริโภคมีตัวเลือกในการบริโภคที่หลากหลาย ดังนั้น ประเด็นปัญหาดังกล่าว เป็นประเด็นที่ควรมีการปรับปรุงแก้ไข ให้เกิดความเท่าเทียมในการเป็นผู้ผลิตกราฟท์เบียร์เพื่อให้เกิดการแข่งขันอย่างเป็นธรรมต่อไป

2.3.2 ปัญหาเกี่ยวกับการขออนุญาตจำหน่าย

การขออนุญาตจำหน่าย ได้กำหนดหลักเกณฑ์ไว้ในกฎกระทรวง ซึ่งเป็นการกำหนดหลักเกณฑ์ทั่วไปเท่านั้น กล่าวคือ มีการกำหนดประเภทของโรงงานที่จะผลิตและจำหน่ายได้ สำหรับบุคคลธรรมดาที่กำหนดเพียงอายุขั้นต่ำเท่านั้นในการที่จะขออนุญาตจำหน่าย ซึ่งผู้ศึกษาเห็นว่ายังไม่เพียงพอ

ดังนั้น จะเห็นได้ว่า ยังมีปัญหาบางประการที่เกิดขึ้น กล่าวคือ ผู้จำหน่ายควรจะต้องมีหลักสูตรอบรมเกี่ยวกับการขายกราฟท์เบียร์ ซึ่งเป็นหลักสูตรที่กรมสรรพสามิตกำหนด และควรมีการอบรมทุก ๆ 2 ปี

2.3.3 ปัญหาเกี่ยวกับอายุใบอนุญาต

อายุของใบอนุญาตในการผลิตนั้น มีอายุ 3 ปี ซึ่งเมื่อพิจารณาแล้วจะเห็นได้ว่า อายุใบอนุญาตนั้นมีระยะเวลาค่อนข้างสั้นไป ซึ่งภายในระยะเวลาของใบอนุญาตนั้นอาจมีการปรับปรุงสูตรในการผลิตเบียร์ ซึ่งทำให้รสชาติดีขึ้น ดังนั้น ระยะเวลาตามใบอนุญาตนั้นค่อนข้างสั้นไป

3. บทสรุป และข้อเสนอแนะ

3.1 บทสรุป

นักวิทยาศาสตร์ได้อธิบายกระบวนการกำเนิดแอลกอฮอล์ว่าเกิดจากการทำงานของเชื้อยีสต์ซึ่งพบได้ตามธรรมชาติในผลไม้ เมื่อยีสต์เริ่มย่อยน้ำตาล ยีสต์จะเปลี่ยนน้ำตาลดังกล่าวให้เป็นพลังงานสำหรับการ

ดำรงชีวิต พร้อมกับปลดปล่อยของเสียออกมาในรูปของก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์และเอทิลแอลกอฮอล์หรือเอทานอล เมื่อระดับความเข้มข้นของเอทานอลเพิ่มสูงขึ้นจนถึงประมาณร้อยละ 16 เซื้อยีสต์จะไม่สามารถดำรงอยู่ต่อไป ของเหลวที่เหลืออยู่จึงกลายเป็นแอลกอฮอล์ตามธรรมชาติ

มนุษย์ในยุคก่อนประวัติศาสตร์อาจได้รู้จักแอลกอฮอล์โดยบังเอิญ จากการดื่มน้ำผึ้งหรือผลไม้ที่สุกทั้งไว จนเกิดการหมัก และต่อมาจึงเรียนรู้ว่าการหมักผลไม้เป็นระยะเวลานานสามารถให้เครื่องดื่มที่มีฤทธิ์มึนเมาได้ เมื่อมนุษย์ตระหนักถึงคุณสมบัติของแอลกอฮอล์ซึ่งช่วยกระตุ้นอารมณ์และความรู้สึก เทคโนโลยีการผลิตแอลกอฮอล์จึงได้รับการถ่ายทอดและพัฒนาสืบต่อกันมาอย่างต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน

การผลิตสุรานั้นเป็นพัฒนาการสำคัญในประวัติศาสตร์ของมนุษยชาติ ควบคู่กับการตั้งถิ่นฐานและการประกอบอาชีพเกษตรกรรม โดยเฉพาะการเพาะปลูกข้าว หลักฐานในหลายอารยธรรมชี้ให้เห็นว่ามนุษย์นำข้าวมาหมักเพื่อผลิตเบียร์มาแต่โบราณ สุรามีผลต่ออารมณ์ ความรู้สึก และกระบวนการคิดของผู้ดื่ม จึงส่งอิทธิพลต่อพฤติกรรมของมนุษย์อย่างมีนัยสำคัญ ด้วยเหตุนี้ สุราจึงมีบทบาทในสังคมในลักษณะสองด้าน กล่าวคือ ด้านหนึ่งถูกยกย่องเสมือนน้ำอมฤต ขณะที่อีกด้านกลับถูกมองว่าเป็นสิ่งเสพติดหรือสิ่งต้องห้าม ในบางสังคม สุราถูกใช้ในพิธีกรรมหรือเป็นยารักษาโรค แต่ในขณะเดียวกันก็อาจก่อให้เกิดโทษต่อสุขภาพ ลักษณะทวิลักษณ์ดังกล่าวสะท้อนสถานะที่คลุมเครือและขัดแย้งของสุรา ซึ่งเห็นได้ชัดในสังคมไทย

แม้จะยังไม่ปรากฏหลักฐานที่ยืนยันได้อย่างชัดเจนว่าสุราเริ่มมีขึ้นในประเทศไทยตั้งแต่ยุคใด แต่อาจอนุมานได้ว่าผู้คนในดินแดนนี้รู้จักสุรามาเป็นเวลายาวนาน จากการที่มีการเพาะปลูกข้าวต่อเนื่องไม่น้อยกว่า 5,000 ปี ดังปรากฏร่องรอยทางโบราณคดีในหลายพื้นที่ ตำนานเกี่ยวกับสุราในสังคมไทยส่วนใหญ่มักได้รับอิทธิพลจากภายนอก ทั้งจากคัมภีร์ทางศาสนาและวัฒนธรรมต่างถิ่น ขณะที่ตำนานกำเนิดสุราที่เป็นของไทยโดยตรงยังไม่พบหลักฐานชัดเจน หลักฐานเก่าแก่ที่กล่าวถึงสุราในประเทศไทย ได้แก่ จารึกภาษาเขมรที่ปราสาทพนมรุ้ง ซึ่งบันทึกถึงการใช้สุราในพิธีกรรมบวงสรวง

สุราที่คนไทยรู้จักเป็นลำดับแรกคือสุราแช่ อันเกิดจากการหมักข้าวตามกระบวนการธรรมชาติ ซึ่งเป็นพัฒนาการร่วมกับอารยธรรมอื่นทั่วโลก ส่วนสุรากลั่นนั้นต้องอาศัยการพัฒนาองค์ความรู้ยาวนานหลายพันปี กว่าจะสามารถผลิตได้อย่างแพร่หลาย สุราแช่พื้นบ้านที่พบในสังคมไทย ได้แก่ กะแช่ น้ำตาลเมา สาโท และน้ำข้าว ซึ่งล้วนมีข้าวหรือผลิตผลทางการเกษตรเป็นวัตถุดิบสำคัญ ต่อมาเมื่อมีการติดต่อกับต่างชาติ คนไทยจึงเริ่มรู้จักสุราแช่และสุรากลั่นจากต่างประเทศมากขึ้น เช่น ไวน์ เบียร์ และสุรากลั่นชนิดต่าง ๆ

ในอดีต สุราที่มีมาอยู่สองลักษณะ คือการผลิตเพื่อบริโภคภายในครัวเรือนหรือชุมชน และการซื้อจากผู้ผลิตในท้องถิ่น ซึ่งส่วนใหญ่มักเป็นสุราแช่และผลิตตามฤดูกาล โดยเฉพาะในช่วงว่างเว้นจากการทำนา สุรากลั่นในระยะแรกมิใช่เครื่องดื่มพื้นบ้าน หากแต่เป็นสินค้าที่ผลิตจากโรงงาน ซึ่งเชื่อกันว่าชาวจีนเป็นผู้นำเทคนิคการกลั่นสุราเข้ามาในสังคมไทย และมีบทบาทสำคัญทั้งด้านการผลิตและการจำหน่าย

ในเชิงนโยบาย แม้สุราจะถูกมองว่าเป็นสิ่งต้องห้ามตามหลักศาสนา แต่รัฐไทยในอดีตมิได้ห้ามราษฎรบริโภคสุราอย่างเด็ดขาด โดยปล่อยให้จารีตประเพณีทำหน้าที่ควบคุมพฤติกรรมของสังคม ต่อมาเมื่อรัฐเริ่มเข้ามา มีบทบาทในการจัดเก็บอากรสุรา บทบาทของรัฐในการกำกับดูแลกิจการสุราจึงชัดเจนมากขึ้น เหตุผลสำคัญของการจัดเก็บอากรสุรา คือการควบคุมการบริโภคและการเพิ่มรายได้ให้แก่แผ่นดิน ซึ่งสองเป้าหมายนี้มักดำเนินควบคู่กัน แม้ในทางปฏิบัติอาจไม่สอดคล้องกันเสมอไป

ภายหลังการสิ้นสุดสงครามโลกครั้งที่สอง สังคมไทยก้าวเข้าสู่ยุคใหม่ของการบริโภคและการจำหน่ายสุรา ความเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยี ส่งผลให้ทัศนคติของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป และเอื้อต่อการขยายตัวของตลาดสุราอย่างรวดเร็ว รายได้จากภาษีสุรามีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จนสุรากลายเป็นเครื่องดื่มที่พบได้ทั่วไปในชีวิตประจำวัน ไม่ได้จำกัดอยู่เพียงพิธีกรรมหรือโอกาสพิเศษดังเช่นในอดีต สถานการณ์ดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงความสัมพันธ์อันซับซ้อนระหว่างสุรา สังคม และนโยบายของรัฐไทย ซึ่งยังคงดำเนินต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน

คราฟต์เบียร์มีรากกำเนิดจากวัฒนธรรมการดื่มเบียร์อันยาวนานของยุโรป โดยเฉพาะในเยอรมนีและประเทศใกล้เคียง ซึ่งผู้คนผลิตเบียร์ทั้งเพื่อบริโภคภายในครัวเรือนในลักษณะโฮมเบว (Home Brew) และเพื่อจำหน่ายหรือเสิร์ฟภายในผับและโรงเบียร์ขนาดเล็กแบบบรูว์ผับ (Brewpub) เสน่ห์สำคัญของคราฟต์เบียร์อยู่ที่ “ความสร้างสรรค์” ผู้ผลิตสามารถดัดแปลงสูตรให้มีเอกลักษณ์เฉพาะ ผ่านการคัดสรรวัตถุดิบที่หลากหลาย ตั้งแต่ผลไม้ กาแฟ ไปจนถึงซ็อกโกแลต เพื่อแต่งกลิ่น รส และบุคลิกของเบียร์ให้แตกต่างจากเบียร์อุตสาหกรรมที่เน้นความสม่ำเสมอและปริมาณการผลิตเป็นหลัก

แม้ยุโรปจะเป็นถิ่นกำเนิดของเบียร์ แต่สหรัฐอเมริกากลับเป็นพื้นที่ที่วางกรอบกฎหมายรองรับการผลิตคราฟต์เบียร์อย่างเป็นทางการ โดยหลังปี พ.ศ. 2521 รัฐได้เปิดทางให้ประชาชนสามารถผลิตเบียร์เพื่อบริโภคในชุมชน และต่อมาได้ขยายสู่การผลิตระดับท้องถิ่น ทำให้คราฟต์เบียร์กลายเป็นทางเลือกใหม่ของผู้บริโภคที่แสวงหารสชาติอันแปลกใหม่และประสบการณ์การดื่มที่หลากหลาย ภายใต้บริบทดังกล่าว หลายรัฐได้ออกกฎหมายเพื่อคุ้มครองและส่งเสริมผู้ผลิตรายย่อยอย่างเป็นรูปธรรม

รัฐไวโอมิงเป็นตัวอย่างของพื้นที่ที่สนับสนุนโรงเบียร์ขนาดเล็กอย่างชัดเจน โดยกำหนดกรอบปริมาณการผลิตไว้แน่นอน พร้อมมีมาตรการส่งเสริมและจัดสรรเงินสนับสนุนเพื่อผลักดันให้เบียร์เป็นสินค้าประจำถิ่น สอดคล้องกับแนวคิดสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) ขณะที่รัฐวอชิงตันให้ความสำคัญกับผู้ผลิตรายย่อยในระดับสูง โดยจัดระบบใบอนุญาตแบ่งตามปริมาณการผลิต และเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการสามารถจำหน่ายทั้งเบียร์ที่ตนผลิตและเบียร์จากแหล่งอื่น รวมถึงผสานการจำหน่ายเข้ากับกิจการร้านอาหารได้อย่างถูกต้องตามกฎหมาย ส่วนรัฐนิวแฮมป์เชียร์สะท้อนแนวคิดกำกับดูแลที่คำนึงถึงขนาดกิจการอย่างชัดเจน ด้วยการแบ่งผู้ผลิตเป็นหลายระดับตามเพดานการผลิต พร้อมสร้างสภาพแวดล้อมให้คราฟต์เบียร์มีความหลากหลายและแข่งขันได้ โดยมีชุมชนต้นแบบที่เชื่อมโยงกิจการเบียร์เข้ากับร้านอาหารและการท่องเที่ยวอย่างเป็นรูปธรรม

ในเอเชีย ญี่ปุ่นเป็นอีกประเทศที่มีการเติบโตของคราฟท์เบียร์อย่างโดดเด่น เดิมกฎหมายภาษีเบียร์มีความเข้มงวดสูงจนผู้ผลิตรายย่อยแทบไม่มีพื้นที่ยืน แต่เมื่อรัฐผ่อนปรนให้สามารถขอใบอนุญาตได้ด้วยกำลังการผลิตขั้นต่ำที่ลดลงมาก จึงเกิดผู้ผลิตรายใหม่จำนวนมาก ญี่ปุ่นยังมีการจัดหมวดหมู่เครื่องดื่มบางประเภท เช่น “ฮัปโปชู” (Happoshu) ซึ่งเป็นเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของมอลต์ต่ำกว่าร้อยละ 50 หรือใช้วัตถุดิบอื่นนอกเหนือจากที่กฎหมายกำหนด ส่งผลให้ภาษีต่ำกว่าเบียร์ทั่วไป ทำให้ตลาดขยายตัวรวดเร็วและกลายเป็นแรงขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจ นอกจากนี้ การส่งเสริมคราฟท์เบียร์ของญี่ปุ่นยังเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยว ผ่านกิจกรรมเยี่ยมชมโรงงาน การเล่าเรื่องประวัติศาสตร์ การชิมเบียร์ และเทศกาลคราฟท์เบียร์ที่จัดเป็นประจำ โดยเฉพาะในเมืองโยโกฮาม่าซึ่งกลายเป็นจุดหมายของผู้หลงใหลคราฟท์เบียร์จำนวนมาก

ประเทศสิงคโปร์ก็สะท้อนแนวทางสนับสนุนผู้ผลิตรายย่อยเช่นกัน โดยค่อย ๆ ปรับระบบใบอนุญาตให้เหมาะสมกับโรงเบียร์ขนาดเล็กและการผลิตแบบโฮมบรูว์ จากเดิมที่ผู้ผลิตรายย่อยต้องแบกรับภาระค่าใช้จ่ายในระดับเดียวกับโรงเบียร์ขนาดใหญ่ สู่การกำหนดระบบใหม่ที่แยกประเภทใบอนุญาตชัดเจนและลดภาระให้สอดคล้องกับขนาดกำลังการผลิต

เมื่อหันกลับมามองประเทศไทย คราฟท์เบียร์ยังถูกจำกัดอยู่ภายใต้กรอบที่อนุญาตให้ดำเนินการได้ในรูปแบบ Brewpub และจำกัดการจำหน่ายหรือบริโภคไว้ภายในสถานที่ผลิตเป็นหลัก ข้อจำกัดดังกล่าวทำให้คราฟท์เบียร์สัญชาติไทยจำนวนมากที่ปรากฏในตลาด มักอยู่ในรูปเบียร์บรรจุขวดที่นำสูตรไปผลิตในต่างประเทศ ก่อนแล้วจึงนำกลับเข้ามาจำหน่ายในประเทศ ปรากฏการณ์นี้เห็นได้จากหลายแบรนด์ที่มีจุดเริ่มต้นในท้องถิ่นไทย แต่เลือกย้ายฐานการผลิตไปประเทศเพื่อนบ้านหรือประเทศที่มีกฎเกณฑ์เอื้อต่อผู้ประกอบการรายย่อย ไม่ว่าจะเป็น กัมพูชา ลาว เวียดนาม ออสเตรเลีย ไต้หวัน ก่อนจะนำเข้าสินค้ากลับมาแข่งขันในตลาดไทย

แม้จะเผชิญข้อจำกัดเชิงโครงสร้าง แต่ผู้ผลิตคราฟท์เบียร์ไทยจำนวนไม่น้อยได้พยายามสร้างอัตลักษณ์ผ่านสูตรและวัตถุดิบท้องถิ่น เช่น การผสมข้าวหอมมะลิ มะพร้าว หรือใบเตย เพื่อสะท้อนรสชาติแบบไทยและยกระดับคราฟท์เบียร์ให้มีพื้นที่บนเวทีสากล พร้อมกันนั้น ผู้ประกอบการยังได้รวมตัวเสนอข้อเรียกร้องต่อภาครัฐ แสดงเจตจำนงพร้อมชำระภาษีอย่างถูกต้อง และผลักดันให้คราฟท์เบียร์เป็นหนึ่งในนโยบายขับเคลื่อนเศรษฐกิจ โดยเฉพาะการเชื่อมโยงกับภาคการท่องเที่ยว

ท้ายที่สุด ตลาดคราฟท์เบียร์เป็นตลาดเฉพาะที่เน้นความหลากหลายและความเป็นเอกลักษณ์ ผู้ผลิตรายย่อยแม้มีกำลังการผลิตไม่มาก แต่กลับตอบสนองรสนิยมของผู้บริโภคเฉพาะกลุ่มได้อย่างตรงจุด อย่างไรก็ตาม การที่แบรนด์ไทยจำนวนมากต้องพึ่งพาการผลิตในต่างประเทศก่อนนำกลับเข้ามาจำหน่าย ยังคงสะท้อนข้อจำกัดของระบบกฎหมายและนโยบายที่ทำให้การเติบโตของคราฟท์เบียร์ไทยยังไม่อาจเดินหน้าได้เต็มศักยภาพภายใต้โครงสร้างปัจจุบัน

3.2 ข้อเสนอแนะ

จากงานวิจัยเรื่อง มาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับการผลิตคราฟต์เบียร์ ตามกฎกระทรวงกฎกระทรวงการผลิตสุรา พ.ศ. 2565 ซึ่งผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะ ดังนี้

3.2.1 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับคุณสมบัติของผู้ผลิต ควรแก้ไขให้ผู้ประกอบการสามารถขออนุญาตผลิตได้

3.2.2 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการขออนุญาตจำหน่าย ควรแก้ไข ให้ผู้ขออนุญาตจำหน่ายควรต้องเข้ารับการอบรมเกี่ยวกับการขายคราฟต์เบียร์ตามหลักสูตรที่กรมสรรพสามิตกำหนด และควรเข้ารับการอบรมทุก ๆ 2 ปี

3.2.3 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับอายุใบอนุญาต ควรแก้ไขให้อายุใบอนุญาตเป็น 5 ปี

4. เอกสารอ้างอิง

จิรัฐธิกา ชินบุตร. (2565). *บทบาทของกฎกระทรวงการผลิตสุรา พ.ศ. 2565 กับการเกิดธุรกิจคราฟต์เบียร์ในประเทศไทย*. [การค้นคว้าอิสระนิพนธ์มหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ธิดารัตน์ จักรสมภพ. (2564). *แนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการผลิต “คราฟต์เบียร์” แบบภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชนเกาะเกร็ดจังหวัดนนทบุรี*. [วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ผู้จัดการออนไลน์. (2567). *เปิดประวัติ “เบียร์” ในประเทศไทย*.

<https://mgronline.com/travel/detail/9670000001130>

สุคันธรส กลับกลาย. (2564). *มาตรการทางกฎหมายในการควบคุมการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์*. [วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.