

ความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องกับการผูกขาดในธุรกิจเบียร์ของไทย

Economic disparities related to the monopoly of the Thai beer business

กฤษฎา สิทธิมงคล วิจิตร ศรีสอน สุริยะ ประกายสาธก

S62463825026@ssru.ac.th wijittra.sr@ssru.ac.th suriya.pr@ssru.ac.th

Suan Sunandha Rajabhat University, Thailand

บทคัดย่อ

บทความนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อที่จะศึกษากฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการผลิตเบียร์ในประเทศไทยเพื่อรับรู้ ถึงปัญหาที่เกิดจากตัวบทกฎหมายที่เป็นอุปสรรคต่อการดำรงชีวิตหรือการประกอบอาชีพของประชาชนและเสนอแนะแนวทางในการแก้ไขข้อกฎหมาย อันจะนำไปสู่การดำเนินธุรกิจเบียร์ของประเทศไทยที่มีการแข่งขันทางการค้าที่เป็นธรรม สามารถลดความเหลื่อมล้ำในการดำเนินธุรกิจและความเหลื่อมล้ำทางสังคม

ในปัจจุบันผู้ที่ผลิตเบียร์ในประเทศไทยไม่ว่ากรณีใดก็ตาม เช่น ผลิตเพื่อดื่มเองที่บ้าน การผลิตเพื่อทดลองสูตร โดยเฉพาะหากจะดำเนินการผลิตเพื่อขาย จะต้องขออนุญาตการผลิตกับกรมสรรพสามิต ซึ่งมีพระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต พ.ศ.2560 กำกับไว้ โดยต้องมีคุณสมบัติคือเป็นบริษัทที่มีทุนจดทะเบียนไม่ต่ำกว่า 10 ล้านบาท โดยหากจะผลิตเพื่อขาย ณ สถานที่ผลิต (Brew Pub) อย่างเช่นร้านโรงเบียร์เยอรมันตะวันแดง จะต้องมีการผลิตไม่ต่ำกว่า 1 แสนลิตรต่อปี และไม่เกิน 1 ล้านลิตรต่อปี หรือหากคำนวณจากเบียร์ขวดเล็กซึ่งเป็นขนาดบรรจุภัณฑ์ที่กลุ่มผู้ผลิตเบียร์ทางเลือก หรือที่เรียกกันว่า “คราฟต์เบียร์” ส่วนใหญ่นิยมใช้ในการบรรจุ ซึ่งมีปริมาณต่อขวด 330 มิลลิลิตร ผู้ผลิตจะต้องผลิตเบียร์ไม่ต่ำกว่า 3 แสนขวดต่อปี และไม่เกิน 3 ล้านขวดต่อปี และหากจะผลิตเพื่อขายออกนอกสถานที่ผลิต (บรรจุขวดหรือกระป๋อง) จะต้องผลิตปริมาณไม่ต่ำกว่า 10 ล้านลิตรต่อปี หรือไม่ต่ำกว่า 33 ล้านขวดต่อปี ซึ่งเป็นเงื่อนไขที่ระบุไว้ในกฎกระทรวง การอนุญาตผลิตสุรา พ.ศ.2560 จึงเห็นได้ว่ากฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการผลิตเบียร์ในปัจจุบันเอื้อให้เฉพาะบุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่มีเงินทุนจำนวนมากจึงจะสามารถเข้าถึงการทำธุรกิจเบียร์ในประเทศไทยได้

โดยหากมีการศึกษาถึงปัญหาของข้อกฎหมาย และเสนอแนะแนวทางในการแก้ไขข้อกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการผลิตเบียร์ในประเทศไทย เช่น การปรับลดจำนวนทุนจดทะเบียนและการปริมาณการผลิตขั้นต่ำลงตามขนาดของโรงงาน/โรงเบียร์ เพื่อให้เกิดการลงทุนในธุรกิจเบียร์ของประเทศไทยที่มีความหลากหลายตามกำลังของทุนที่มี หรือการเพิ่มข้อกำหนดให้ Brew Pub สามารถใช้บรรจุภัณฑ์ในการขายเบียร์ได้หลากหลายรูปแบบ เช่น ขวด, กระป๋อง, ถัง เป็นต้น ซึ่งจากข้อกฎหมายเดิมผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายเบียร์ไม่สามารถเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์ได้ ยกตัวอย่างเช่น ร้านคราฟต์เบียร์ร้านหนึ่งซื้อเบียร์ยี่ห้อหนึ่งในปริมาณ 20 ลิตร จำนวน 1 ถัง มาขายที่ร้านตัวเอง ร้านจะขายเบียร์นั้นได้แต่เฉพาะกวดเบียร์ใส่แก้วขายเท่านั้น ไม่สามารถกวดเบียร์ใส่ขวดหรือกระป๋องปิดฝาและขายให้ลูกค้ากลับไปบริโภคที่อื่นได้ ทั้งนี้ หากมีการระดมความคิดเห็นจากทุกภาคส่วน และนำไปสู่การแก้ไขกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการผลิตเบียร์ในประเทศไทยได้ จะส่งผลให้เกิดการแข่งขันทางการค้าที่เป็นธรรม และเป็นการลดความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจในธุรกิจเบียร์ของประเทศไทยได้ในที่สุด

คำสำคัญ : ธุรกิจเบียร์ของไทย; ความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจ; การแข่งขันทางการค้าที่เป็นธรรม

Abstract

The purpose of this article is to study the laws related to brewing in Thailand in order to recognize the problems arising from the legislation that impede the livelihood or occupation of the people and to make recommendations for amending the law. This will lead to the operation with fair trade competition of the beer business in Thailand. It can reduce disparity in business and social inequality.

Nowadays, people who would like to brew beer in Thailand such as producing it for their own drinking at home, manufacturing for trial recipe, and producing for sale. They must apply for a production permit from the Excise Department which is governed by the Excise Tax Act B.E. 2560 and must be qualified as a company with not less than 10 million baht registered capital. If it is produced for sale at a production site (Brew Pub) such as the Tawandang German Brewery, the production must be at least 100,000 liters per year and not more than 1 million liters per year. If it's calculated with a small bottle of beer, which is the package size offered by alternative brewers, also known as "Craft beer", is most commonly used in packaging with a volume of 330 milliliters per bottle, producers are required to produce a minimum of three hundred thousand bottles of beer per year and no more than 3 million bottles per year. If it is produced for sale outside the production site (Bottled or canned), it must be produced at least 10 million liters per year or not less than 33 million bottles per year. That is a condition specified in the Ministerial Regulation. The 2017 Liquor License, therefore, it can be seen that the current laws related to brewing allow only individuals or groups with large capital gains to access to beer business in Thailand.

In which if there is a study of the legal issue and the suggestion of guidance on how to modify the law that related to the production of beer in Thailand, for example, the reduction of the registered bursary and the minimum production related on the capacity of the factory / brewery to create a venture in the variety of beer business in Thailand which is diversified according to the available fund.

Another opportunity is adding a provision in the bill to permit the Brew Pub to sell any kind of packaging of beer, such as bottles, cans, barrels, tower, etc, in which according to the law they (distributors or brewers) do not allowed to change the items of package.

For example, if the owners of a craft beer shop orders a barrel of 20 liters of beer to sell, they can sell only from the tap to glass, they are not able to tap to any other kinds of container such as bottles or can, even if the customers want to buy that beer to takeaway home.

However, to have the craft beer business more competition in Thailand, all sectors in the business must sit down and brainstorming for the outcomes which will lead to the revisions of the law related to the production of beer in Thailand and to ultimately reducing economic disparities in the beer business in Thailand.

Keywords: Thai beer business; Economic disparities; Fair competition

บทนำ

พระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2560 มาตรา 153 กำหนดไว้ว่า “ผู้ใดประสงค์จะผลิตสุราหรือมีเครื่องกลั่นสำหรับผลิตสุราไว้ในครอบครอง ให้ยื่นคำขออนุญาตต่ออธิบดี และต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่อธิบดีประกาศกำหนด การขออนุญาตและการออกใบอนุญาตตามวรรคหนึ่ง ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่กำหนดในกฎกระทรวง ใบอนุญาตที่ออกตามมาตรานี้ให้มีอายุสามปีนับแต่วันที่ได้รับอนุญาต โดยกฎกระทรวงการอนุญาตผลิตสุรา พ.ศ. 2560 ข้อ 2 (1) (ก) กำหนดไว้ว่า “ชนิดเบียร์ ต้องเป็นบริษัทซึ่งจัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทยและมีทุนจดทะเบียนไม่ต่ำกว่าสิบล้านบาท และมีผู้ถือหุ้นสัญชาติไทยไม่น้อยกว่าร้อยละห้าสิบเอ็ดของจำนวนหุ้นทั้งหมด โดยมีเงินค่าหุ้นหรือเงินลงทุนที่ชำระแล้วไม่น้อยกว่าสิบล้านบาท และข้อ 4 (1) กำหนดไว้ว่า “โรงอุตสาหกรรมที่ใช้ผลิตสุราแช่ชนิดเบียร์ (ก) โรงอุตสาหกรรมประเภทผลิตเพื่อขาย ณ สถานที่ผลิต ต้องมีขนาดกำลังการผลิตไม่ต่ำกว่าหนึ่งแสนลิตรต่อปีและไม่เกินหนึ่งล้านลิตรต่อปี และ (ข) โรงอุตสาหกรรมนอกจาก (ก) ต้องมีขนาดกำลังการผลิตไม่ต่ำกว่าสิบล้านลิตรต่อปี

คราฟต์เบียร์ซึ่งเป็นเบียร์ที่ผลิตได้ในระดับครัวเรือน หากจะจำหน่ายต้องลองผิดลองถูกหลายครั้งเพื่อที่จะได้สูตรที่มีรสชาติที่ผู้ซื้อชื่นชอบ จึงไม่คุ้มค่าหากจะต้องไปจัดตั้งบริษัทที่มีทุนจดทะเบียนไม่ต่ำกว่า 10 ล้านบาท เพื่อขออนุญาตผลิต ยิ่งไปกว่านั้น ปริมาณการผลิตขั้นต่ำ 10 ล้านลิตรต่อปี ต้องใช้เงินทุนสูงถึงหลักร้อยล้านบาท จากข้อมูลของกระทรวงการคลัง ในปี 2561 ประเทศไทยนำเข้าคราฟต์เบียร์มูลค่าไม่ต่ำกว่า 500 ล้านบาท และคาดการณ์ว่าภายในปี 2563 จะมีมูลค่านำเข้าไม่ต่ำกว่า 1,000 ล้านบาท หรือคิดเป็นประมาณ 0.5% ของมูลค่าตลาดเบียร์ไทยซึ่งมีมูลค่า 1.8 แสนล้านบาท ซึ่งจากตัวเลขข้างต้นหากมองผิวเผินดูเหมือนว่าเป็นการนำเข้าเบียร์ต่างประเทศเข้ามาขายในประเทศไทยอย่างแน่แท้ แต่ที่จริงแล้วกลับกลายเป็นว่ามีผู้ผลิตเบียร์เชื้อชาติไทย แต่ตีตราเป็นสัญชาติประเทศเพื่อนบ้าน อย่างสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม หรือราชอาณาจักรกัมพูชา เนื่องมาจากกฎหมายที่เกี่ยวกับการผลิตเบียร์ในประเทศไทยมีข้อจำกัดหลายประการจึงทำให้ผู้ที่ต้องการผลิตเบียร์ของตนเองจำต้องเดินทางข้ามประเทศเพื่อไปผลิตเบียร์แบรนด์ไทยแท้ในต่างประเทศ

ปัญหาผูกขาดธุรกิจเบียร์เป็นสิ่งที่สะท้อนโครงสร้างทุนผูกขาดในประเทศไทย ตั้งแต่มีกฎหมาย พระราชบัญญัติสุรา พ.ศ.2493 สมัยรัฐบาล จอมพล ป.พิบูลสงคราม จนมาถึง พระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต พ.ศ.2560 สมัยรัฐบาล พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา ซึ่งสาระสำคัญของกฎหมายยังคงเป็นการปิดกั้นโอกาสในการทำธุรกิจผลิตเบียร์ของผู้มีทุนน้อย หรือผู้ประกอบการรายเล็ก และเป็นการผูกขาดอุตสาหกรรมเบียร์ให้เฉพาะผู้ที่มีทุนใหญ่ให้สามารถตั้งโรงงานผลิตเบียร์ และผูกขาดการผลิตเบียร์อยู่เพียงไม่กี่รายในประเทศไทย โดยหากมีการแก้ไขกฎหมายเพื่อให้เกิดความเสรีและเป็นธรรมในการทำธุรกิจเบียร์จะส่งผลให้เกิดผู้ประกอบการรายย่อยที่พร้อมเข้ามาสู่ธุรกิจเบียร์ ต่อยอดไปถึงธุรกิจร้านเบียร์หรือโรงเบียร์ที่จะเกิดขึ้นอีกหลายแห่งกระจายไปทั่วทุกภูมิภาคของประเทศไทย ก่อให้เกิดการจ้างงานในธุรกิจเบียร์อีกเป็นจำนวนมาก ทั้งแรงงานในโรงงานผลิตเบียร์ แรงงานในกระบวนการขนส่งเบียร์ แรงงานในร้านหรือโรงเบียร์ แรงงานในโรงงานผลิตบรรจุภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับเบียร์ และในอนาคตอาจก่อให้เกิดการจ้างแรงงานในวงการเกษตรกรรมเกี่ยวกับการผลิตวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตเบียร์ ส่งผลให้เกิดการกระจายรายได้ลงไปสู่ระดับฐานรากอีกจำนวนมาก

สิทธิตามรัฐธรรมนูญในการปรับปรุงกฎหมายที่เป็นอุปสรรค

รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ.2560 มาตรา 77 กำหนดไว้ว่า “รัฐพึงจัดให้มีกฎหมายเพียงเท่าที่จำเป็น และยกเลิกหรือปรับปรุงกฎหมายที่หมดความจำเป็นหรือไม่สอดคล้องกับสภาพการณ์ หรือที่เป็นอุปสรรคต่อการดำรงชีวิตหรือการประกอบอาชีพโดยไม่ชักช้า เพื่อไม่ให้เป็นภาระแก่ประชาชน และดำเนินการให้ประชาชนเข้าถึงตัวบทกฎหมายต่าง ๆ ได้โดยสะดวก และสามารถเข้าใจกฎหมายได้ง่าย เพื่อปฏิบัติตามกฎหมายได้อย่างถูกต้อง ก่อนการตรากฎหมายทุกลบ รัฐพึงจัดให้มีการรับฟังความคิดเห็นของผู้เกี่ยวข้อง วิเคราะห์ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากกฎหมายอย่างรอบด้านและเป็นระบบ รวมทั้งเปิดเผยผลการรับฟังความคิดเห็นและการวิเคราะห์นั้นต่อประชาชน และนำมาประกอบการพิจารณาในกระบวนการตรากฎหมายทุกขั้นตอน เมื่อกฎหมายมีผลใช้บังคับแล้ว รัฐพึงจัดให้มีการประเมินผลสัมฤทธิ์ของกฎหมายทุกกรอบระยะเวลาที่กำหนด โดยรับฟังความคิดเห็นของผู้เกี่ยวข้องประกอบด้วย เพื่อพัฒนากฎหมายทุกลบให้สอดคล้องและเหมาะสมกับบริบทต่าง ๆ ที่เปลี่ยนแปลงไป รัฐพึงใช้ระบบอนุญาตและระบบคณะกรรมการในกฎหมายเฉพาะกรณีจำเป็น พึงกำหนดหลักเกณฑ์การใช้ดุลยพินิจของเจ้าหน้าที่ของรัฐและระยะเวลาในการดำเนินการตามขั้นตอนต่าง ๆ ที่บัญญัติไว้ในกฎหมายให้ชัดเจน และพึงกำหนดโทษอาญาเฉพาะความผิดร้ายแรง” (รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ.2560)

สิทธิพล วิบูลย์ธนากุล (2564) กล่าวว่า กฎหมาย ระเบียบ กติกา ภาครัฐมีส่วนสำคัญต่อการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ และคุณภาพชีวิตของผู้นคนในประเทศ เนื่องจากการดำเนินชีวิตของประชาชนทุกคน และการดำเนินธุรกิจทุกประเภทสัมพันธ์กับกฎหมาย ระเบียบ กติกาต่าง ๆ อย่างเลี่ยงไม่ได้ ถ้ากฎหมายเอื้อต่อการเติบโต เอื้อให้การประกอบธุรกิจง่าย ต้นทุนของทั้งระบบเศรษฐกิจ ไม่ว่าต้นทุนในการดำเนินชีวิตของประชาชน หรือต้นทุนของภาคธุรกิจก็ตาม ในทางตรงข้าม ถ้ากฎระเบียบเป็นอุปสรรค ไม่เอื้อให้แข่งขันได้ ต้นทุนของทั้งระบบเศรษฐกิจก็สูงไปด้วย

การทบทวนกฎหมายที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน เพื่อลดหรือยกเลิกกฎหมายที่ไม่จำเป็น กฎหมายล้าสมัยก่อความไม่สะดวก สร้างภาระในการปฏิบัติ หรือที่เรียกว่า Regulatory Guillotine จึงเป็นเรื่องจำเป็น

ข้อมูลจากงานสัมมนา “Thailand’s Journey on Regulatory Guillotine” ของสถาบันเพื่อการยุติธรรมแห่งประเทศไทย (TIJ) พบว่า 90% ของกฎหมายพระราชบัญญัติ กฎกระทรวง ระเบียบและคำสั่งต่างๆ เป็นลักษณะควบคุม (Control) กล่าวคือเป็นระบบอนุมัติ อนุญาต ส่งผลให้ประชาชนไม่ได้รับความสะดวก บริการของภาครัฐไม่มีประสิทธิภาพ การทำธุรกิจเกิดความล่าช้า ในแต่ละการทำธุรกรรมต้องเกี่ยวข้องกับกฎหมายหลายฉบับ มีการประเมินว่ากฎหมายที่ล้าสมัยก่อดันทุนให้ประเทศ คิดเป็นมูลค่าปีละ 10-20% ของ GDP ในประเทศ

เห็นได้ว่าบทบัญญัติของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ.2560 มาตรา 77 กำหนดไว้ชัดเจนเกี่ยวกับสิทธิในการยกเลิกหรือปรับปรุงกฎหมายที่หมดความจำเป็นหรือกฎหมายที่เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินชีวิตหรือการประกอบอาชีพ ซึ่งหากพิจารณากฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการผลิตเบียร์ของประเทศไทยทั้งสองฉบับดังที่กล่าวมาตั้งแต่ต้นจะพบว่ามีข้อกฎหมายที่มีลักษณะเป็นอุปสรรคต่อการประกอบอาชีพรวมทั้งไม่สอดคล้องกับสภาพการณ์หรือบริบทของสังคมที่เปลี่ยนไปอย่างรวดเร็ว จึงไม่แปลกที่ปัจจุบันจะมีผู้ประกอบการเบียร์รายย่อยที่เพิ่มมากขึ้น เห็นได้จากในห่วงโซาถึงสิบปีที่ผ่านมา มีจำนวนยี่ห้อเบียร์ของไทยเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก ต่างจากในอดีตที่มียี่ห้อหลักอยู่เพียงสองยี่ห้อ ประกอบกับข้อมูลจากงานสัมมนา “Thailand’s Journey on Regulatory Guillotine” ของสถาบันเพื่อการยุติธรรมแห่งประเทศไทย ที่ระบุว่าผลการประเมินว่ากฎหมายที่ล้าสมัยก่อดันทุนให้ประเทศ คิดเป็นมูลค่าปีละ 10-20% ของ GDP ในประเทศ ดังนั้น การปรับปรุงกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการผลิตเบียร์ของประเทศไทยให้มีความเหมาะสม ทันสมัย เอื้อให้เกิดการประกอบธุรกิจที่ง่าย จะก่อให้เกิดความเป็นธรรมต่อทุกฝ่าย จึงเป็นสิ่งที่รัฐพึงกระทำให้เกิดขึ้น นอกจากจะเป็นไปตามบทบัญญัติตามรัฐธรรมนูญฯ แล้ว ยังเป็นการสนับสนุนให้เกิดการกระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศอีกทางหนึ่งด้วย

การผูกขาดและความเหลื่อมล้ำในธุรกิจเบียร์ของประเทศไทย

วิชิตวงศ์ ณ ป้อมเพชร์ (2561) กล่าวถึงเรื่องความเหลื่อมล้ำว่า

“ความเหลื่อมล้ำ” คือ ความไม่เท่าเทียมกัน หรือ inequality ซึ่งเนื่องจากความไม่เท่าเทียมกันปรากฏในทุก ๆ เรื่อง ในทุก ๆ พื้นที่ ในทุก ๆ ภาคส่วน และในทุก ๆ เวลา ดังนั้นจึงเป็นปรากฏการณ์ที่ไม่อาจจะขจัดให้หมดสิ้นไปได้ แต่สิ่งที่พึงจะพอกระทำได้ ก็คือการลดความเข้มข้นของความเหลื่อมล้ำให้น้อยลงตามสมควร หากก่อนที่จะทำสิ่งใดลงไป ก็ควรที่จะต้องแยกแยะความเหลื่อมล้ำให้ชัดเจนเสียก่อน

“ความเหลื่อมล้ำ” ในภาพรวม ๆ มีทั้ง ความเหลื่อมล้ำทางการเมือง ความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจ และความเหลื่อมล้ำทางสังคม โดยความเหลื่อมล้ำในสังคมจะเป็นผลเนื่องมาจากความเหลื่อมล้ำทางการเมือง และความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจ อย่างใดอย่างหนึ่งหรือทั้งสองอย่าง

“ความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจ” (economic inequality) ปรากฏความไม่เท่าเทียมกันใน 3 ด้าน คือความไม่เท่าเทียมกันในรายได้และทรัพย์สิน ความไม่เท่าเทียมกันในการบริโภค และความไม่เท่าเทียมกันในการตัดสินใจทำการผลิตและการแบ่งสรรมูลค่าเพิ่มอันเกิดจากการผลิต ความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจ ดังกล่าวนี้นี้เป็นปรากฏการณ์ในเศรษฐกิจระบบทุนนิยมหรือแบบตลาดเสรี ซึ่งเอกชนเป็นเจ้าของปัจจัยการผลิตและมีอำนาจเต็มในการตัดสินใจทางเศรษฐกิจ ระบบเศรษฐกิจดังกล่าวมีความโดดเด่นเป็นที่ยอมรับกันว่า สามารถใช้ประโยชน์ทรัพยากรได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด และสามารถขับเคลื่อนความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ อีกทั้งคุณภาพชีวิตของราษฎร

นายอานันท์ เกียรติสารพิภพ (2558) กล่าวถึงเรื่อง การผูกขาดและการแข่งขันที่เป็นธรรม: การปฏิรูปกฎหมายแข่งขันทางการค้า โดยหลักสากลของกฎหมายการแข่งขันทางการค้า มีดังนี้

(1) ห้ามการใช้อำนาจเหนือตลาดโดยมิชอบ (Abuses of a dominant power) หากตลาดของประเทศไม่ใหญ่พอที่จะให้ผู้ประกอบการจำนวนมาก จึงจำเป็นต้องยอมรับการที่ตลาดสินค้าและบริการที่มีลักษณะผู้ค้าน้อยราย (oligopoly) เพื่อให้ผู้ประกอบการได้รับประโยชน์จากการประหยัดจากขนาดได้ (economy of scale) ในกรณีนี้จะมีผู้ประกอบการที่มีอำนาจเหนือตลาด (dominant position) ซึ่งจะสามารถใช้อำนาจดังกล่าวในการขึ้นราคาสินค้า บทบาทของบทบัญญัติเรื่องการห้ามการใช้อำนาจเหนือตลาดโดยมิชอบ (Abuses of a dominant power) คือ การควบคุมการใช้อำนาจเหนือตลาดโดยมิชอบ เช่น การขายพ่วง (tying) หรือการกำหนดราคาสินค้าให้ต่ำกว่าทุนเพื่อกำจัดคู่แข่ง (predatory pricing) เป็นต้น

(2) ห้ามการตกลงร่วมกันที่ทำลาย ชัดขวาง หรือจำกัดการแข่งขัน (Agreements that restrict competition) เป็นกรณีการทำความตกลงร่วมกันทั้งแบบเปิดเผยและไม่เปิดเผยเพื่อผลประโยชน์ร่วมกันระหว่างบริษัท การทำความตกลงที่จะจำกัดการแข่งขัน อาทิ ราคา การผลิต การตลาด และลูกค้า ซึ่งการทำความตกลงประเภทนี้มีผลต่อการเพิ่มราคาสินค้า จำกัดผลผลิต และผลที่เกิดขึ้นเป็นผลร้ายต่อเศรษฐกิจ โดยอาจจะกระทำเป็นลายลักษณ์อักษรหรือไม่ก็ได้

(3) ห้ามการรวมธุรกิจที่ก่อให้เกิดการผูกขาด (Merger control) เป็นกรณีที่กิจการไม่น้อยกว่าสองแห่งมารวมกันหรือควบรวมเป็นกิจการเดียวกัน เพื่อใช้ทรัพยากรให้เกิดผลตอบแทนสูงสุด แม้การควบกิจการจะทำให้สามารถลดต้นทุนการผลิตได้ แต่อาจทำให้การแข่งขันในตลาดลดลงหรือหายไปก็ได้ เป็นการเปลี่ยนโครงสร้างของตลาด เกิดการกระจุกตัว เกิดการผูกขาดในตลาด หรืออาจเป็นการกีดกันหรือขัดขวางการเข้าสู่ตลาดของผู้ประกอบการรายใหม่ ดังนั้น จึงต้องมีการควบคุมจากหน่วยงานการแข่งขันทางการค้า

(4) ห้ามการปฏิบัติทางการค้าที่ไม่เป็นธรรม (Unfair trade practice) เป็นบทบัญญัติซึ่งมีขอบเขตที่กว้างมากและมีวัตถุประสงค์เพื่อจัดการกระทำผิดทุกกรณี (catch-all provision) การกระทำที่อาจเป็นการปฏิบัติทางการค้าที่ไม่เป็นธรรม เช่น การร่วมกันปฏิเสธที่จะทำธุรกรรมด้วย (Concerted refusal to deal) การตั้งราคาที่แตกต่างกัน (Discriminatory pricing) เป็นต้น

สำนักงานคณะกรรมการแข่งขันทางการค้า ระบุถึงพระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ.2560 มาตรา 57 : การปฏิบัติทางการค้าที่ไม่เป็นธรรมไว้ว่า “การพิจารณาอำนาจตลาดและอำนาจต่อรองที่เหนือกว่า การมีอำนาจตลาดให้สันนิษฐานว่าผู้ประกอบการธุรกิจที่มีส่วนแบ่งตลาดตั้งแต่ร้อยละ 10 ขึ้นไปมีอำนาจตลาดโดยพิจารณาที่องค์ประกอบอื่นๆ เช่น จำนวนผู้ประกอบการธุรกิจในตลาด จำนวนเงินลงทุน การเข้าถึงปัจจัยการผลิตที่สำคัญ ช่องทางการจัดจำหน่าย เครือข่ายในการประกอบธุรกิจ โครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นในการประกอบธุรกิจ และกฎระเบียบภาครัฐ”

แอดมินเว็บไซต์ www.positioning.com (2561) ระบุว่า ตลาดเบียร์ในไทยถูกประเมินไว้ว่ามีมูลค่าประมาณ 180,000 ล้านบาท สามารถแบ่งประเภทออกได้เป็น ตลาดเบียร์ทั่วไป (หรือจะเรียกว่าตลาดเมนสตรีม ตลาดแมส) สูงถึง 95% ตลาดเบียร์พรีเมียม ประมาณ 4% และตลาดเบียร์คราฟท์ หรือผู้ผลิตรายย่อย ไม่เกิน 1% แต่หากแบ่งตามผู้ผลิตและจัดจำหน่ายแบรนด์ต่างๆ พบว่าเบอร์หนึ่งของตลาดคือ เบียร์ลิโอ จากบุญรอดบริวเวอรี่ ซึ่งมีส่วนแบ่งในตลาดทั้งหมดถึง 49.5% ตามมาด้วยเบียร์ช้าง ของไทยเบฟเวอเรจ ที่มีส่วนแบ่งประมาณ 33% เพียงแค่ 2 แบรนด์ ก็ครองส่วนแบ่งในตลาดไปมากกว่า 80% หรือคิดเป็นมูลค่า 145,000 ล้านบาท จากตลาดประมาณ 180,000 ล้านบาท

เมื่อพิจารณาจากตลาดเบียร์ในไทยตามที่แอดมินเว็บไซต์ www.positioning.com ระบุไว้ข้างต้นจะพบว่า ตลาดเบียร์ในประเทศไทยนั้นถูกผูกขาดจากผู้ผลิตเบียร์อยู่เพียง 2 แบรนด์ คือ บุญรอดบริวเวอรี่ และไทยเบฟเวอเรจ ซึ่งครองส่วนแบ่งการตลาดรวมกันมากกว่า 80% ของตลาดเบียร์ในประเทศไทย ปัจจัยสำคัญที่มีส่วนให้เกิดการผูกขาดเช่นนี้ส่วนหนึ่งมาจากข้อกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการผลิตเบียร์ของประเทศไทยไม่เอื้อให้เกิดการแข่งขันที่เป็นธรรม ทำให้ผู้ที่มีกำลังทุนน้อยไม่สามารถเข้ามาดำเนินธุรกิจเบียร์และมีส่วนแบ่งการตลาดที่เพิ่มมากขึ้นได้

ภาษีเบียร์ รายได้ที่ส่งผลต่อระบบเศรษฐกิจ

อรนิช ปัญสุวรรณ (2564) กล่าวถึงการใช้นโยบายและการจัดเก็บภาษีคราฟต์เบียร์ในประเทศที่มีโครงสร้างการจัดเก็บภาษีสรรพสามิตจากคราฟต์เบียร์ที่น่าสนใจหรือมีบริบททางเศรษฐกิจคล้ายคลึงกับประเทศไทย ดังนี้

ประเทศสหรัฐอเมริกา จัดเก็บภาษีสรรพสามิตจากคราฟต์เบียร์ในอัตราตามปริมาณ โดยแบ่งชั้นอัตราภาษีตามปริมาณการผลิตและประเภทของผู้ผลิตเบียร์ ทั้งนี้ เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมคราฟต์เบียร์ของชาวอเมริกัน จึงได้มีการปรับโครงสร้างภาษีสรรพสามิตคราฟต์เบียร์ใหม่ในปี 2560 โดยเป็นการลดอัตราภาษีสรรพสามิตระหว่างปี 2561 – 2563 ให้แก่ผู้ผลิตคราฟต์เบียร์ชาวอเมริกันที่มีขนาดกำลังการผลิตต่อปีไม่เกิน 2 ล้านบาร์เรล (ประมาณ 230 ล้านลิตร) สำหรับการผลิตคราฟต์เบียร์ 60,000 บาร์เรล (ประมาณ 7 ล้านลิตร) แรกของปริมาณการผลิตในปีนั้น

ประเทศญี่ปุ่น จัดเก็บภาษีสรรพสามิตจากคราฟต์เบียร์ในอัตราตามปริมาณ โดยแบ่งชั้นอัตราภาษีตามปริมาณส่วนผสมได้แก่ มอลต์ เหล้า หรือโซดาที่เติมในคราฟต์เบียร์ ทั้งนี้ เพื่อส่งเสริมการส่งออกเบียร์ญี่ปุ่นไปยังต่างประเทศ จึงมีการปรับโครงสร้างภาษีสรรพสามิตคราฟต์เบียร์ใหม่ โดยตั้งแต่ 1 ตุลาคม 2563 จะทยอยปรับอัตราภาษีในเบียร์ประเภทต่างๆ ทุกรอบ 3 ปี และจะจัดเก็บภาษีสรรพสามิตจากคราฟต์เบียร์ ทุกประเภทในอัตราเดียวที่ 155,000 เยนต่อ 1,000 ลิตร ในวันที่ 1 ตุลาคม 2569

ประเทศเวียดนาม จัดเก็บภาษีการบริโภคพิเศษ (Special Consumption Tax) จากผลิตภัณฑ์กลุ่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในอัตราตามมูลค่า โดยแบ่งชั้นอัตราภาษีตามประเภทของเครื่องดื่มและปริมาณแอลกอฮอล์ สำหรับเบียร์ได้กำหนดให้จัดเก็บภาษีในอัตราร้อยละ 65 โดยจัดเก็บภาษีจากคราฟต์เบียร์เช่นเดียวกับเบียร์ทั่วไป

ประเทศไทย ยังไม่สามารถจัดเก็บภาษีสรรพสามิตจากคราฟต์เบียร์ที่ผลิตในประเทศได้ เนื่องจากกฎกระทรวงการอนุญาตผลิตสุรา พ.ศ.2560 ภายใต้พระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต พ.ศ.2560 กำหนดหลักเกณฑ์และเงื่อนไขการได้รับอนุญาตทำสุราสำหรับโรงเบียร์ ทั้งในแง่ปริมาณการผลิตที่สูง ซึ่งผู้ผลิตคราฟต์เบียร์ขนาดเล็กไม่สามารถลงทุนสร้างโรงงานที่มีขนาดกำลังการผลิตระดับดังกล่าวได้ เนื่องจากจะต้องอาศัยเงินลงทุนสูงถึงร้อยล้านบาท และในแง่ทุนจดทะเบียนซึ่งกำหนดไว้

ไม่ต่ำกว่า 10 ล้านบาท และมีผู้ถือหุ้นสัญชาติไทยไม่น้อยกว่าร้อยละ 51 ของจำนวนหุ้นทั้งหมด ทำให้ผู้ประกอบการรายย่อยไม่สามารถดำเนินการผลิตคราฟต์เบียร์ในประเทศได้

มติชนออนไลน์ (25 กันยายน 2563) รายงานว่า กรมสรรพสามิตเปิดเผยผลการจัดเก็บรายได้ในรอบกว่า 11 เดือน (1 ต.ค.2562 – 24 ก.ย. 2563) จัดเก็บได้รวม 543,067.08 ล้านบาท น้อยกว่าที่ประมาณการไว้ 546,644.65 ล้านบาท แต่เมื่อเปรียบเทียบกับรายได้เอกสารงบประมาณ 501,000 ล้านบาท พบว่าจัดเก็บรายได้มากกว่าเป้าถึง 42,067 ล้านบาท ทั้งนี้รายได้ภาษีที่สามารถจัดเก็บได้สูงสุด 5 อันดับแรก ได้แก่ (1) ภาษีน้ำมันและผลิตภัณฑ์น้ำมัน จำนวน 221,140.28 ล้านบาท (2) ภาษีรถยนต์ จำนวน 84,347.28 ล้านบาท (3) ภาษีเบียร์ จำนวน 80,012.64 ล้านบาท (4) ภาษีสุรา จำนวน 61,205.39 ล้านบาท (5) ภาษียาสูบ จำนวน 62,761.24 ล้านบาท

อุกฤษฏ์ ปัทมานันท์ และคณะ (2559) ศึกษาเรื่อง อุตสาหกรรมผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (เบียร์) ของประเทศในกลุ่มอาเซียนที่มีโอกาสและแนวโน้มส่งผลกระทบต่อประเทศไทย พบว่า ภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้เป็นพื้นที่การลงทุนในอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยเฉพาะเครื่องดื่มประเภทเบียร์ของบริษัทข้ามชาติมานานแล้ว ปัจจุบันบริษัทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ข้ามชาติยังให้ความสำคัญในการเข้ามาลงทุนผลิตเบียร์ในภูมิภาคนี้มากขึ้น เนื่องจากพบว่าตลาดผู้บริโภคเบียร์ในประเทศต่างๆ มีแนวโน้มการบริโภคเบียร์โดยรวมเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะประเทศกัมพูชา สปป.ลาว และเมียนมา เพราะเศรษฐกิจกำลังเริ่มขยายตัวเพิ่มขึ้น อีกทั้งบริษัทผลิตเบียร์ข้ามชาติเหล่านี้มีเป้าประสงค์ที่จะใช้สิทธิประโยชน์จากเขตการค้าเสรีอาเซียนในการขยายตลาดผู้บริโภคไปทั่วทั้งภูมิภาค รวมถึงนโยบายของรัฐที่ให้การสนับสนุนการลงทุนในอุตสาหกรรมเบียร์ในประเทศ เช่น กัมพูชา เป็นต้น เพราะมองว่าเป็นอุตสาหกรรมที่สามารถสร้างรายได้ให้กับรัฐเป็นจำนวนมาก

หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ ปีที่ 38 ฉบับที่ 4810 (4010) วันที่ 15 – 17 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2559 หน้า 12 เรื่อง ส่องอุตสาหกรรมเบียร์ “ตลาดอาเซียน” เค้กก้อนโตในมือบริษัทข้ามชาติระบุว่า อุตสาหกรรมการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยเฉพาะ “เบียร์” ถือเป็นอีกหนึ่งธุรกิจที่มีโอกาสเติบโตอย่างมากในประชาคมอาเซียน โดยเฉพาะประเทศที่มีใช้ชาตินิยมสูงและด้วยเงื่อนไขของการลดและขจัดกำแพงภาษีระหว่างประเทศสมาชิกอาเซียนเพื่อเข้าสู่การเป็น “ตลาดร่วม” จึงมักเห็นบริษัทข้ามชาติทั้งในและนอกภูมิภาค หลั่งไหลเข้ามาลงทุนเพื่อเจาะกลุ่มตลาดในภูมิภาคนี้ องค์การอนามัยโลก (WHO) ได้คาดการณ์เมื่อเร็ว ๆ นี้ว่า ภายในปี 2568 สัดส่วนการบริโภค เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในภูมิภาคอาเซียนจะเปลี่ยนไป โดยเวียดนามจะเป็นประเทศที่ครองอัตราการบริโภคสูงสุด อยู่ที่ 11 ลิตรต่อคนต่อวัน ตามมาด้วย ไทย 9.5 ลิตรต่อคนต่อวัน และ สปป.ลาว กับฟิลิปปินส์ ในงานสัมมนา “อุตสาหกรรมผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (เบียร์) ของประเทศในกลุ่มอาเซียนที่มีโอกาสและแนวโน้มส่งผลกระทบต่อประเทศไทย” โดยสถาบันเอเชียศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย นายณัฏฐ์ อยู่เจริญ นักเศรษฐศาสตร์ของสถาบันดังกล่าว ระบุถึงภาพรวมตลาดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ว่า การเติบโตทางเศรษฐกิจเป็นปัจจัยสำคัญสำหรับตลาดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของอาเซียน โดยกำลังซื้อที่เพิ่มขึ้นบวกกับพฤติกรรมหรือค่านิยมของคนในสังคมเมืองที่เริ่มเปลี่ยนไป เป็นปัจจัยสนับสนุนให้อุตสาหกรรมดังกล่าวขับเคลื่อนเร็วขึ้น “อีกหนึ่งปัจจัยสำคัญ คือ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นสัญลักษณ์ที่แสดงถึงสถานภาพทางสังคมของผู้ชายเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ที่เปลี่ยนจากการบริโภคสุรามาเป็นการบริโภคเบียร์ซึ่งมีราคาสูงขึ้น เพราะส่วนใหญ่อยู่ในระดับสังคมพรีเมียม”

พินผกา งามสม (2560) ระบุว่า “...ในประเทศเวียดนาม โทเบียส บริฟฟา เจ้าของบาร์คราฟต์เบียร์รายแรกในเวียดนาม เต เต คราฟต์เบียร์ กล่าวถึงประเทศไทยและกฎหมายของไทยว่า เมื่อผู้ผลิตคราฟต์เบียร์ของไทยต้องเผชิญปัญหาทางกฎหมาย นั่นก็คือโอกาสของเวียดนามที่จะเป็นศูนย์กลางของคราฟต์เบียร์ ด้วยวัตถุดิบในท้องถิ่นและรัฐบาลที่ดูเหมือนจะไม่ได้มีกฎหมายที่สร้างแรงกดดัน รูเบน มาร์ตินเนซ โลเปซ ผู้ร่วมก่อตั้ง เต เต คราฟต์เบียร์ ไม่เชื่อว่าคราฟต์เบียร์ไทยจะมีโอกาสมากนักในตลาดย่านเอเชียตะวันออกเฉียงใต้เพราะข้อจำกัดทางกฎหมาย กฎหมายเกี่ยวกับคราฟต์เบียร์ของไทยนั้นค่อนข้างซับซ้อน ผมไม่คิดว่าคราฟต์เบียร์ไทยจะมาตีตลาดเวียดนามได้ และอาจจะกลับกันด้วยซ้ำไป ในส่วนของกัมพูชา ผมคิดว่าตลาด

คราฟต์เบียร์ในกัมพูชายังไม่พัฒนามากนัก ขณะที่ตลาดคราฟต์เบียร์ในเวียดนามกำลังน่าสนใจ และนี่ก็เป็นโอกาสของเราในการส่งออก แต่อย่างไรก็ตามกฎหมายของเวียดนามก็ยังไม่มีความชัดเจนเท่าใดนัก คือ ยังมีความท้าทายบางอย่างอยู่ โดยทางรัฐบาลยังไม่ชัดเจนนักในเรื่องระเบียบ เพราะว่ามีกฎหมายกำหนดเฉพาะผู้ประกอบการขนาดใหญ่ แต่ยังไม่มีความหมายอนุญาตสำหรับผู้ประกอบการรายย่อยขนาดที่ทำเล็ฟเองในบาร์ของตัวเอง ซึ่งผู้ประกอบการรายย่อยก็กำลังประสานกับรัฐบาลในเรื่องนี้ เพื่อที่จะให้การผลิตเบียร์รายย่อยได้รับใบอนุญาตอย่างถูกกฎหมาย ซึ่งผู้ประกอบการไม่คิดว่าจะมีปัญหาในทางปฏิบัติ เพราะว่าถ้าคุณดูบริบทของเมืองและของประเทศ ผู้ประกอบการคราฟต์เบียร์รายย่อยนั้นมีจำนวนมาก ผมคิดว่าเจ้าหน้าที่รัฐและตำรวจมีงานอื่น ๆ ที่ใหญ่กว่า และเร่งด่วนกว่าให้ทำ ผมไม่คิดว่าผู้ประกอบการคราฟต์เบียร์จะเผชิญปัญหาใหญ่ในขณะนี้ ทิม สก็อต กล่าว...

จากการที่กรมสรรพสามิตเปิดเผยผลการจัดเก็บรายได้ภาษีเบียร์ ระหว่างวันที่ 1 ต.ค.2562 – 24 ก.ย. 2563 จำนวน 80,012.64 ล้านบาท จะเห็นได้ว่าภาษีเบียร์ในแต่ละปีนั้นมีมูลค่าที่สร้างรายได้ให้แก่รัฐซึ่งนำมาใช้ในการบริหารประเทศ บางส่วนแปรเปลี่ยนไปเป็นโครงการสำคัญต่าง ๆ ที่ช่วยให้ประชาชนคนไทยมีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นไม่มากนักน้อย จากตัวเลขภาษีข้างต้นพิจารณาเกี่ยวกับการที่ตลาดเบียร์ในประเทศไทยนั้นถูกผูกขาดจากผู้ผลิตเบียร์อยู่เพียง 2 แบรินด์ ซึ่งครองส่วนแบ่งการตลาดรวมกันมากกว่า 80% ของตลาดเบียร์ในประเทศไทย มองผิวเผินก็ไม่ได้รู้สึกประหลาดใจไม่ว่ารายได้จากภาษีเบียร์จะมาจากแหล่งใด หรือใครจะมีส่วนแบ่งการตลาดเท่าไร ประเทศไทยก็ยังเก็บภาษีเบียร์ได้เพิ่มขึ้นในทุกปี แต่หากพิจารณาในแง่มุมมองที่ว่า หากส่วนแบ่งการตลาดเบียร์ในประเทศไทยได้กระจายไปยังหลากหลายแบรินด์ มิใช่เพียง 2 แบรินด์ ที่ครองตลาดมายาวนาน รายได้หรือกำไรในธุรกิจเบียร์ก็จะกระจายไปสู่แบรินด์ต่าง ๆ เช่นกัน และเมื่อแบรินด์ต่างๆ เข้ามามีส่วนแบ่งการตลาดที่เพิ่มมากขึ้นก็จะส่งผลให้เกิดผู้ประกอบการที่พร้อมเข้ามาแข่งขันในตลาดเบียร์เพิ่มมากขึ้น ตลาดเบียร์ในประเทศไทยก็จะมีมูลค่าเพิ่มมากขึ้น ส่งผลโดยตรงต่อการจัดเก็บภาษีและนำไปสู่รายได้ของแผ่นดินที่เพิ่มมากขึ้นในที่สุด

บทสรุป

จากการศึกษาข้อกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจเบียร์ในประเทศไทยซึ่งมีกฎหมายหลักอยู่จำนวนสองฉบับ คือ พระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต พ.ศ.2560 และกฎกระทรวงการอนุญาตผลิตสุรา พ.ศ.2560 พบว่ามีข้อกฎหมายบางประการที่มีลักษณะก่อให้เกิดอุปสรรคและการผูกขาดในการดำเนินธุรกิจเบียร์ในประเทศไทย โดยหากพิจารณาจากหลักความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจของวิชิตวงศ์ ณ ป้อมเพชร์ ที่กล่าวไว้ข้างต้น จะพบว่าข้อกฎหมายดังกล่าวก่อให้เกิดความไม่เท่าเทียมกันในการตัดสินใจทำการผลิต และการแบ่งสรรมูลค่าเพิ่มอันเกิดจากการผลิต ประกอบกับการพิจารณาจากพระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ.2560 มาตรา 57 : การปฏิบัติทางการค้าที่ไม่เป็นธรรม ที่กล่าวถึงการพิจารณาอำนาจตลาดและอำนาจต่อรองที่เหนือกว่า การมีอำนาจตลาดให้สันนิษฐานว่า ผู้ประกอบธุรกิจที่มีส่วนแบ่งตลาดตั้งแต่ร้อยละ 10 ขึ้นไป มีอำนาจตลาดโดยพิจารณาที่องค์ประกอบอื่นๆ เช่น จำนวนผู้ประกอบการในตลาด จำนวนเงินลงทุน การเข้าถึงปัจจัยการผลิตที่สำคัญ ช่องทางการจัดจำหน่าย เครือข่ายในการประกอบธุรกิจ โครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นในการประกอบธุรกิจ และกฎระเบียบภาครัฐ ยิ่งบ่งชี้ให้เห็นว่ากฎหมายเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจเบียร์ในประเทศไทยทั้งสองฉบับข้างต้นมีลักษณะผูกขาดและไม่เอื้อให้เกิดการแข่งขันทางการค้าที่เสรีและเป็นธรรม

เมื่อมองจากข้อจำกัดทางกฎหมายของประเทศไทยจะเห็นได้ว่า เนื่องจากผู้ผลิตรายย่อยไม่มีเงินทุนเพียงพอในการจัดตั้งโรงงานหรือโรงเบียร์เพื่อผลิตคราฟต์เบียร์ขึ้นในประเทศเนื่องจากข้อกฎหมายทั้งสองฉบับข้างต้นมีข้อจำกัดที่ไม่เอื้อให้เกิดผู้ประกอบการรายย่อยได้ ทำให้ผู้ผลิตที่มีความประสงค์จะทำธุรกิจคราฟต์เบียร์ เช่น มหานคร, Triple pearl, Sanport, ลูกกรุงบริวว์ ฯลฯ จำเป็นต้องเดินทางออกไปว่าจ้างโรงเบียร์ที่มีที่ตั้งอยู่ในประเทศเพื่อนบ้านของไทย โดยเฉพาะเวียดนามและกัมพูชาที่กฎหมายของทั้งสองประเทศเอื้อให้เกิดการลงทุนจัดตั้งโรงงานและโรงเบียร์ไม่มีข้อจำกัดสูงเช่นประเทศไทย ส่งผล

ให้ประเทศไทยสูญเสียโอกาสทางเศรษฐกิจที่เกิดจากธุรกิจเบียร์และธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจเบียร์ เช่น เมื่อมีการจัดตั้งโรงเบียร์ก็จะมีโรงงานในโรงเบียร์ ธุรกิจขนส่งเบียร์ มีการจัดซื้อหรือส่งโรงงานผลิตบรรจุภัณฑ์ต่างๆ เกี่ยวกับเบียร์ไม่ว่าจะเป็นขวด กระป๋อง ถังบรรจุเบียร์ ซึ่งมีหลากหลายชนิด รวมทั้งก่อให้เกิดร้านค้าเบียร์เพิ่มขึ้นเพื่อรองรับจำนวนเบียร์ที่เพิ่มมากขึ้น ซึ่งแม้ว่ากรมสรรพสามิตจะจัดเก็บภาษีสรรพสามิตได้ แต่ผู้ผลิตรายย่อยเหล่านั้นต้องเสียค่าเดินทางไปต่างประเทศ ค่ากิน ค่าอยู่อาศัยชั่วคราวระหว่างรอการผลิต ค่าจ้างผลิตเบียร์ ซึ่งเหมือนการนำรายได้เข้าสู่ประเทศเพื่อนบ้านทางอ้อม อีกทั้งยังมีค่าขนส่งและค่าภาษีส่งออกเพื่อนำเข้าประเทศไทยซึ่งรายได้จำพวกดังกล่าวส่วนใหญ่ประเทศไทยไม่ได้ประโยชน์โดยตรงเลย

หากมีการจัดตั้งโรงเบียร์จากผู้ผลิตคราฟต์เบียร์รายย่อยที่เพิ่มขึ้นจำนวนมากในประเทศไทย จะส่งผลให้เกิดการกระตุ้นเศรษฐกิจในหลายระดับซึ่งมาจากธุรกิจเบียร์และธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับเบียร์ที่กล่าวไว้ข้างต้น โดยเฉพาะการจ้างงานในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องรวมถึงการเลือกสรรวัตถุดิบที่นำมาใช้ผลิตเบียร์ที่มีที่มาจากพืชผลทางการเกษตรในประเทศ ก่อให้เกิดการกระจายรายได้ไปสู่ภาคอุตสาหกรรม ภาคเกษตรกรรม ภาคการขนส่ง ทำให้ผู้เกี่ยวข้องในธุรกิจเบียร์และธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับเบียร์มีรายได้และความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น และสามารถลดระดับความเหลื่อมล้ำทั้งทางเศรษฐกิจและสังคมของประชาชนได้ดียิ่งขึ้น

แนวทางในการแก้ไขกฎหมายให้เกิดการแข่งขันทางการค้าที่เสรีและเป็นธรรมในธุรกิจเบียร์ของประเทศไทย โดยการนำบทบัญญัติในมาตรา 77 ของรัฐธรรมนูญฯ มาเป็นหลักการในการแก้ไขพระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต พ.ศ.2560 และกฎกระทรวงการอนุญาตผลิตสุรา พ.ศ.2560 รวมทั้งระดมความคิดเห็นจากทุกภาคส่วน ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคสังคม ที่มีส่วนได้ส่วนเสียกับการดำเนินธุรกิจเบียร์ในประเทศไทย มาร่วมกันพิจารณาหาแนวทางในการร่างกฎหมายที่ทุกภาคส่วนให้การยอมรับก่อนเสนอผู้มีอำนาจในการออกกฎหมายพิจารณาอนุมัติและประกาศบังคับใช้ต่อไป

เอกสารอ้างอิง

กนิษฐา ไทยกล้า, สุโข เสมมหาศักดิ์. (2560). **คราฟต์เบียร์ในสังคมไทย**. ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา สำนักสนับสนุนการควบคุมปัจจัยเสี่ยงหลัก สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ, หน้า 25

กรมสรรพสามิต. (2560). **พระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต พ.ศ.2560**.

กระทรวงการคลัง. (2560). **กฎกระทรวงการอนุญาตผลิตสุรา พ.ศ.2560**.

พิณผกา งามสม. (2560). **คราฟต์เบียร์ในเชียงใหม่: จากจุดเล็กๆ สู่อุตสาหกรรมที่มีสีสัน**. สืบค้นเมื่อ 8 พฤษภาคม 2564 จาก <https://www.voicetv.co.th/read/458130>

มติชนออนไลน์. (2563). **สรรพสามิต เผยยอดเก็บภาษีเหล้า-เบียร์ กว่า 1 แสนล้าน บ. เดินหน้า ‘ภาษีความเต็ม - เบียร์ 0%’**. สืบค้นเมื่อ 8 พฤษภาคม 2564 จาก https://www.matichon.co.th/economy/news_2366344

วิชิตวงศ์ ณ ป้อมเพชร์. (2561). **“ความเหลื่อมล้ำ” คืออะไร ทำความเข้าใจ “ความไม่เท่าเทียมกัน”**. สืบค้นเมื่อ 6 พฤษภาคม 2564 จาก <https://www.prachachat.net/columns/news-168380>

สิทธิพล วิบูลย์ธนากุล. (2564). **ลดกฎหมาย ช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจ**. สืบค้นเมื่อ 6 พฤษภาคม 2564 จาก <https://www.bangkokbiznews.com/news/detail/929308>

สำนักงานคณะกรรมการแข่งขันทางการค้า. (2560). **พระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ.2560**

สำนักพิมพ์คณะรัฐมนตรีและราชกิจจานุเบกษา. (2560). **รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ.2560**.

แอดมิน. (2561). **ฝ่าเทรนด์คราฟต์เบียร์ โตแรง รายเล็กตาหน้าเปลี่ยน Niche Market ให้เป็นแมส**. สืบค้นเมื่อ 19 พฤษภาคม 2564 จาก <https://positioningmag.com/1156019>

อานันท์ เกียรติสารพิภพ. (2558). **การผูกขาดและการแข่งขันที่เป็นธรรม: การปฏิรูปกฎหมายแข่งขันทางการค้า**, หน้า 1 – 2. สืบค้นเมื่อ 6 พฤษภาคม 2564 จาก <https://library2.parliament.go.th/ebook/content-issue/2558/hi2558-095.pdf>

อรนิช ปัญสุวรรณ. (2564). **คราฟต์เบียร์ ... จากเบียร์เถื่อนสู่การผลิตที่ถูกกฎหมายและแหล่งรายได้ใหม่ของประเทศ**. สืบค้นเมื่อ 6 พฤษภาคม 2564 จาก <http://www.fpojournall.com/thai-craft-beer-international-taxation/>