



รายงานการค้นคว้าอิสระ (แผน ข)
ระดับบัณฑิตศึกษา สาขาวิชาการจัดการและพัฒนาทรัพยากร
คณะผลิตกรรมการเกษตร มหาวิทยาลัยแม่โจ้



การศึกษาทัศนคติของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรต่อคราฟต์เบียร์ในประเทศไทย
THE STUDY OF MEMBER OF PARLIAMENT'S ATTITUDES TOWARDS
CRAFT BEER IN THAILAND

เศรษฐโชค วรรณประเวศ¹, รัชสรณ์ คงธนजारูนันต์¹, พินนภา หมวกยอต¹, วิณา นิลวงศ์¹ และ
ภาวิณี อารีศรีสม¹

Settarchok Wanpraves¹, Raphassorn Kongtanajaruanun¹, Pinnapa Muakyod¹, Weena
Nilawonk¹, and Pawinee Areesrisom

¹ สาขาวิชาการจัดการและพัฒนาทรัพยากร คณะผลิตกรรมการเกษตร มหาวิทยาลัยแม่โจ้

¹ Resources Management and Development, Faculty of Agricultural Production, Maejo University

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องการศึกษาทัศนคติของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรต่อคราฟต์เบียร์ในประเทศไทยมีวัตถุประสงค์คือ เพื่อศึกษาทัศนคติของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรคราฟต์เบียร์ในประเทศไทย และเพื่อศึกษาแนวทางการปรับปรุงและพัฒนาส่งเสริมให้เบียร์เป็นสินค้าเศรษฐกิจและได้รับการยอมรับอย่างถูกต้องตามกฎหมายในประเทศไทย เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยมีกลุ่มตัวอย่างจำนวน 223 คน

ผลการวิจัยเกี่ยวกับทัศนคติของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรต่อคราฟต์เบียร์ในประเทศไทยพบว่า 1) การผลิตผลิตภัณฑ์ พบว่า คราฟต์เบียร์มีความหลากหลายทางด้านรสชาติ บรรจุภัณฑ์มีรูปลักษณ์ที่ร่วมสมัย ราคาของคราฟต์เบียร์มีราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.99 S.D. = 1.10) 2) ด้านภาพลักษณ์ พบว่า คราฟต์เบียร์สามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับผู้บริโภค และมีความน่าเชื่อถือในส่วนของตราสินค้า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.72 S.D. = 1.08) 3) ด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจ พบว่า คราฟต์เบียร์สามารถสร้างรายได้ให้กับชุมชน อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.59 S.D. = 0.80) และ 4) ด้านกฎหมาย พบว่า ควรมีการแก้ไขกฎหมายเรื่องคราฟต์เบียร์ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.67 S.D. = 0.63) เมื่อมีการแก้ไขกฎหมายคราฟต์เบียร์จะสามารถช่วยส่งเสริมเศรษฐกิจของ



ประเทศไทยได้ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.42$ S.D. = 0.88) และประชาชนมีความรู้ความเข้าใจเรื่องกฎหมายและข้อจำกัดของคราฟต์เบียร์ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.99$ S.D. = 0.89) ตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญ 0.05

ผลการวิจัยเกี่ยวกับแนวทางการปรับปรุงและพัฒนาส่งเสริมให้เบียร์เป็นสินค้าเศรษฐกิจ และได้รับการยอมรับอย่างถูกต้องตามกฎหมายในประเทศไทย พบว่า รัฐบาลควรมีนโยบายเศรษฐกิจด้านการส่งออกเกี่ยวกับคราฟต์เบียร์ รัฐบาลควรมีนโยบายทางการเกษตรที่เป็นผลผลิตที่สามารถเป็นวัตถุดิบในการผลิตคราฟต์เบียร์ ได้ รัฐบาลควรมีนโยบายเศรษฐกิจด้านการท่องเที่ยวที่เป็นการบูรณาการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและเศรษฐกิจชุมชนโดยมีคราฟต์เบียร์เป็นฐาน รัฐบาลควรเป็นวาระหนึ่งที่กล่าวถึงกฎหมายของคราฟต์เบียร์ รัฐบาลต้องประชาสัมพันธ์สร้างความรู้ความเข้าใจกับประชาชนเกี่ยวกับการผลิตและการจำหน่ายคราฟต์เบียร์ และรัฐบาลควรมีนโยบายที่เอื้อต่อการผลิตคราฟต์เบียร์ โดยประชาชนในชุมชนเป็นหลัก

คำสำคัญ: คราฟต์เบียร์, ทศนคติ, สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร

Abstract

The research on the study of the attitude of the members of Parliament's attitudes towards craft beer in Thailand had the following objectives: to examine the attitude of the members of Parliament's attitudes towards craft beer in Thailand and to investigate the guidelines for improving, developing, and promote beer as an economic product and to be legally accepted in Thailand. This is quantitative research using a questionnaire to collect data with a sample of 223 people.

Firstly, the research results on the attitudes of the members of Parliament's attitudes towards craft beer in Thailand found that 1) the production of the product found that Craft beer has a wide variety of flavors, the packaging has a contemporary look, and the price of the beer was reasonable for the quality at a high level (mean = 3.99 SD= 1.10), 2) Image aspect found that Craft beer could create a good image for consumers and had credibility in terms of branding at a high level (mean = 3.72 SD= 1.08), 3) in terms of promoting the economy found that Craft beer could generate income for the community at the highest level (mean = 4.59 SD= 0.80), and 4) legal aspect found that the law regarding kraft beer should be amended to the highest level (mean = 4.67 SD= 0.63), when the law was amended, kraft beer could help promote the Thai economy at a high level (mean = 4.42 SD = 0.88) and people had knowledge and understanding of the law and limitations of Craft Beer at a moderate level (mean = 3.99 SD= 0.89), respectively, significantly 0.05

Secondly, the research results on guidelines for improving and developing beer to be an economic product and legally accepted in Thailand found that the government should have an economic policy for exporting kraft beer, the government should have an agricultural policy that a product that could be used as a raw material



to produce kraft beer, the government should have an economic tourism policy that integrated cultural tourism and community economy with Craft Beer as the base, the government should be one of the agendas to address the Craft Beer Act, the government must promote public awareness and understanding about the production and distribution of kraft beer, and the government should have policies that support the production of Craft Beer, mainly by the people in the community.

Keywords: Craft Beer, Attitude, Member of Parliament

บทนำ

ความสำคัญของปัญหา

คราฟต์เบียร์เป็นเครื่องดื่มที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวและได้รับความนิยมทั่วโลก จุดเริ่มต้นของคราฟต์เบียร์เกิดขึ้นในปี 1977 เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่มองหาทางเลือกที่แตกต่างจากเบียร์ทั่วไป การผลิตคราฟต์เบียร์เริ่มขยายตัวหลังจากกฎหมายในบางประเทศอนุญาตให้มีการผลิตเบียร์แบบเสรี ส่งผลให้เกิดผู้ผลิตรายย่อยจำนวนมาก โดยเฉพาะในยุโรปที่มีกฎหมายรองรับ ทำให้คราฟต์เบียร์เติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่องและพัฒนาไปในหลายรูปแบบที่มีรสชาติและเอกลักษณ์ที่หลากหลาย (ธิดารัตน์ จักรสมภพ. 2563)

ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา กระแสความนิยมคราฟต์เบียร์เริ่มขยายตัวมายังประเทศไทย โดยมีผู้ผลิตไทยหลายรายที่สามารถคว้ารางวัลจากเวทีการแข่งขันระดับนานาชาติ เช่น เบียร์คิวไลซ์ และเบียร์ SPACECRAFT อย่างไรก็ตาม แม้คราฟต์เบียร์ไทยจะได้รับการยอมรับจากต่างประเทศ แต่ผู้ผลิตรายย่อยยังคงเผชิญกับอุปสรรคทางกฎหมาย เนื่องจาก พ.ร.บ.ภาษีสรรพสามิตกำหนดให้การผลิตเบียร์ต้องเป็นไปตามมาตรฐานของโรงงานอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ ส่งผลให้ผู้ผลิตรายย่อยไม่สามารถดำเนินธุรกิจได้ในประเทศ (ภูมิภัท รัตนประภา, 2546)

แม้ว่ารัฐบาลไทยจะมีการปรับแก้กฎหมายเกี่ยวกับการผลิตสุรา โดยเปิดโอกาสให้ผู้ผลิตรายย่อยสามารถเข้าสู่ตลาดได้ง่ายขึ้น เช่น การยกเลิกข้อกำหนดทุนจดทะเบียนขั้นต่ำ และการผ่อนปรนข้อจำกัดเกี่ยวกับกำลังการผลิต แต่ยังคงมีเงื่อนไขที่เป็นอุปสรรคต่อผู้ประกอบการ เช่น การบังคับใช้มาตรฐานเครื่องจักรที่ต้องได้รับความเห็นชอบจากกรมสรรพสามิต และการติดตั้งระบบพิมพ์เครื่องหมายภาษี ซึ่งเพิ่มภาระต้นทุนให้กับผู้ผลิตรายเล็ก นอกจากนี้ กฎหมายยังอนุญาตให้ประชาชนผลิตเบียร์เพื่อบริโภคเองได้ แต่มีข้อจำกัดด้านปริมาณและต้องขออนุญาตจากภาครัฐ (สฤตดา ฤกษ์กรี , 2563)

การกำหนดเงื่อนไขที่เข้มงวดเช่นนี้อาจเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาธุรกิจคราฟต์เบียร์ในประเทศไทย ผู้วิจัยจึงได้การศึกษาข้อมูลของคราฟต์เบียร์ในประเทศไทยพบว่ายังมีเงื่อนไขอีกหลายอย่างที่ไม่เอื้ออำนวยต่อผู้ผลิตภายในประเทศ และเพื่อเป็นการผลักดันส่งเสริมคราฟต์เบียร์ จึงจำเป็นต้องทราบถึงแนวคิดและทัศนคติของกลุ่มสมาชิกผู้แทนราษฎร เนื่องจากบุคคลเหล่านี้มีความใกล้ชิดกับประชาชนสืบเนื่องมาจากการลงพื้นที่พบประชาชน อีกทั้งยังทราบถึงข้อมูลและปัญหาต่าง ๆ เป็นอย่างดี ไปจนถึงเป็นกลุ่มที่จะสามารถช่วยผลักดัน ส่งเสริม และแก้ไขปัญหาข้อข้องใจที่เกิดขึ้นได้



วัตถุประสงค์

1. เพื่อเพื่อศึกษาทัศนคติของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรต่อคราฟต์เบียร์ในประเทศไทย
2. เพื่อเพื่อศึกษาแนวทางการปรับปรุง และพัฒนาส่งเสริมให้คราฟต์เบียร์เป็นสินค้าเศรษฐกิจ และได้รับการยอมรับอย่างถูกต้องตามกฎหมายในประเทศไทย

บททวนวรรณกรรม

จากการศึกษา ทั้งแนวคิด ทฤษฎี และผลงานการวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่ามีปัจจัยสำคัญอยู่ 3 ประการ ที่จะส่งผลต่อทัศนคติของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรต่อคราฟต์เบียร์ในประเทศไทย คือ แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ (Attitude) แนวคิดเกี่ยวกับอุตสาหกรรมคราฟต์เบียร์ (Craft beer) และแนวคิดเกี่ยวกับบทบาทของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร เพื่อนำมาใช้ประกอบการทำวิจัยและเป็นแนวทางในการทำแบบสอบถามเกี่ยวกับทัศนคติของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรที่มีต่อคราฟต์เบียร์ในประเทศไทย ไปจนถึงคำถามเกี่ยวกับปัญหา อุปสรรคและข้อเสนอแนะในอุตสาหกรรมคราฟต์เบียร์ โดยในทางจิตวิทยา ทัศนคติคือการแสดงออกถึงความชอบหรือไม่ชอบต่อบุคคล สถานที่ สิ่งของ หรือเหตุการณ์สิ่งใดสิ่งหนึ่ง (ซึ่งเรียกว่าวัตถุแห่งทัศนคติ) ทัศนคติสามารถสร้างขึ้นจากประสบการณ์ในอดีตและปัจจุบันของบุคคลหนึ่ง ๆ เป็นพฤติกรรมที่มีความสำคัญต่อชีวิตมนุษย์ทั้งในด้านการรับรู้ การเรียน การจดจำ การแสดงออก ไปจนถึงความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลกับกลุ่มและสังคมส่วนรวม สำหรับอุตสาหกรรมคราฟต์เบียร์ในไทย มองว่าอุตสาหกรรมคราฟต์เบียร์ไทยมีศักยภาพในการเติบโตและส่งเสริมเศรษฐกิจ แต่ยังเผชิญข้อจำกัดด้านกฎหมาย การเข้าถึงตลาด และการประชาสัมพันธ์ แม้ผลิตภัณฑ์จะมีคุณภาพและเอกลักษณ์ที่โดดเด่น หากมีการปรับปรุงกฎหมายและสนับสนุนผู้ประกอบการมากขึ้น จะช่วยขยายตลาด กระตุ้นการท่องเที่ยว และสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจให้กับชุมชนได้อย่างยั่งยืน และด้านบทบาทของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร สมาชิกสภาผู้แทนราษฎรมีบทบาทสำคัญในการออกกฎหมาย ตรวจสอบและถ่วงดุลการทำงานของรัฐบาล รวมถึงเป็นตัวแทนประชาชนในการผลักดันนโยบายเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมให้ก้าวหน้า และหนึ่งในประเด็นที่ได้รับความสนใจคือเรื่องอุตสาหกรรมคราฟต์เบียร์ไทย ซึ่งยังคงเผชิญข้อจำกัดทางกฎหมายที่ทำให้ผู้ประกอบการรายย่อยเติบโตได้ยาก สมาชิกสภาผู้แทนราษฎรจึงมีหน้าที่พิจารณาและปรับปรุงกฎหมายให้เอื้อต่อการประกอบธุรกิจที่เป็นธรรมและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน หากมีการแก้ไขกฎหมายที่เหมาะสม จะช่วยให้คราฟต์เบียร์ไทยพัฒนาไปสู่ระดับสากล กระตุ้นการท่องเที่ยว และสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจให้กับผู้ประกอบการรายเล็กได้มากขึ้น (กนิษฐา ไทยกล้า และคณะ, 2561)

วิธีดำเนินการวิจัย

บทความนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เก็บรวบรวมข้อมูลโดยจากกลุ่มตัวอย่างโดยใช้แบบสอบถามแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) จนครบตามจำนวนที่ได้กำหนดไว้ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ คือ สมาชิกสภาผู้แทนราษฎรในประเทศไทย จำนวน 223 คน และวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป ในการวิเคราะห์ SPSS ข้อมูลโดยใช้ค่าความถี่ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์แบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale)



ผลการวิจัยและวิจารณ์

ผลการศึกษาได้แบบเป็น 4 ด้าน โดยมีรายละเอียดดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ($\bar{X}=3.99$ S.D=1.10) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ท่านคิดว่าบรรจุภัณฑ์ของคราฟต์เบียร์มีรูปลักษณะที่ร่วมสมัย ($\bar{X}=4.36$ S.D=0.97) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ได้แก่ ท่านคิดว่าราคาของคราฟต์เบียร์มีความเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า ($\bar{X}=3.51$ S.D=1.11)

ด้านภาพลักษณ์ จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ ในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ($\bar{X}=3.72$ S.D=1.08) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ท่านคิดว่าการบริโภคคราฟต์เบียร์สามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับผู้บริโภค ($\bar{X}=3.87$ S.D=1.28) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ได้แก่ ท่านคิดว่าปัจจุบันคราฟต์เบียร์มีความน่าเชื่อถือในส่วนของตราสินค้า ($\bar{X}=3.57$ S.D=1.14)

ด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจ จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจ ในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด ($\bar{X}=4.59$ S.D=0.80) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ท่านคิดว่าคราฟต์เบียร์สามารถเสริมสร้างบรรยากาศการท่องเที่ยวของแต่ละท้องถิ่นได้ ($\bar{X}=4.71$ S.D=0.70) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ได้แก่ ท่านคิดว่าคราฟต์เบียร์สามารถสร้างรายได้ให้กับชุมชน ($\bar{X}=4.45$ S.D=0.93)

ด้านกฎหมาย จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านกฎหมาย ในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ($\bar{X}=3.99$ S.D=0.89) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ท่านคิดว่าควรส่งเสริมการแก้กฎหมายในด้านคราฟต์เบียร์ ให้มีความเหมาะสมมากขึ้น ($\bar{X}=4.67$ S.D=0.63) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ได้แก่ ปัจจุบันประชาชนมีความรู้ความเข้าใจในเรื่องกฎหมาย และข้อจำกัดของคราฟต์เบียร์ ($\bar{X}=2.88$ S.D=1.17)

ผลการวิจัยเกี่ยวกับแนวทางการปรับปรุงและพัฒนาส่งเสริมให้เบียร์เป็นสินค้าเศรษฐกิจ และได้รับการยอมรับอย่างถูกต้องตามกฎหมายในประเทศไทย พบว่า รัฐบาลควรมีนโยบายเศรษฐกิจด้านการส่งออกเกี่ยวกับคราฟต์เบียร์ รัฐบาลควรมีนโยบายทางการเกษตรที่เป็นผลผลิตที่สามารถเป็นวัตถุดิบในการผลิตคราฟต์เบียร์ ได้ รัฐบาลควรมีนโยบายเศรษฐกิจด้านการท่องเที่ยวที่เป็นการบูรณาการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและเศรษฐกิจชุมชนโดยมีคราฟต์เบียร์เป็นฐาน รัฐบาลควรเป็นวาระหนึ่งที่กล่าวถึงกฎหมายของคราฟต์เบียร์ รัฐบาลต้องประชาสัมพันธ์สร้างความรู้ความเข้าใจกับประชาชนเกี่ยวกับการผลิตและการจำหน่ายคราฟต์เบียร์ และรัฐบาลควรมีนโยบายที่เอื้อต่อการผลิตคราฟต์เบียร์ โดยประชาชนในชุมชนเป็นหลัก

เมื่อวิจารณ์รายด้านแล้วนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้ จากผลด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีทัศนคติว่าควรมีรูปลักษณะที่ทันสมัย มีรสชาติที่หลากหลาย ซึ่งสอดคล้องกับบทความของ (Yummy House Thailand, 2020) ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ รสชาติดีจะสนับสนุนเรื่องของราคาของคราฟต์เบียร์ได้ และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Unclen Brew (2024) กล่าวว่า เนื่องจากผู้ประกอบการบางเจ้ามีการผลิตในจำนวนน้อย ทำให้ต้นทุนต่อขวดมีราคาค่อนข้างสูง ไปจนถึงระยะเวลาในการบ่ม วัตถุดิบ บรรจุภัณฑ์ การตลาด และความพิเศษต่าง ๆ ที่ยิ่งพิเศราคาก็ยิ่งสูงตาม ด้านภาพลักษณ์ จากผลการวิจัยที่มีทัศนคติคราฟต์เบียร์สามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับผู้บริโภค และมีความน่าเชื่อถือในส่วนของ



ตราสินค้าได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ บวรสรรพ เปรมปริก (2564) บ้างก็ว่าการตีเบียร์คราฟต์ ไม่ใช่แค่การตีเบียร์ธรรมดาทั่วไป แต่มันคือการสร้างภาพลักษณ์ว่าเราคือ “ผู้รู้” ใครจะคิดว่าการพูดถึงกลิ่นดอกไม้ และรสชาติของไม้อัดที่อยู่ในคราฟต์เบียร์จะทำให้เราดูเป็นนักปรัชญาเกี่ยวกับคราฟต์เบียร์ได้ทันที ซึ่งนอกจากนี้ยังมีผู้บริโภคบางกลุ่มนิยมการบริโภคคราฟต์เบียร์นำเข้าในราคาที่แพงกว่าคราฟต์เบียร์ที่ผลิตในประเทศไทย เพราะต้องการการตอบสนองด้านความรู้สึก และแสดงถึงรสนิยมในการดื่มได้อีกด้วย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กานต์พิชชา เก่งการช่าง และปัญญา ศรีสิงห์ (2563) ด้านความน่าเชื่อถือในส่วนของการตราสินค้า ผู้ตอบแบบสอบถามมองว่าคราฟต์เบียร์มีความน่าเชื่อถือของตราสินค้าอยู่ในระดับมาก ด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจ จากผลทางทัศนคติพบว่าคราฟต์เบียร์สามารถสร้างรายได้ให้กับชุมชน สอดคล้องกับผลการวิจัยของ กันตณ จริโมภาส และคณะ (2566) ที่กล่าวว่า ผลผลิตทางการเกษตรในประเทศมีจำนวนมากจนเกินความต้องการของตลาด อาจนำไปสู่การเน่าเสียของผลผลิตที่เหลือจากการจำหน่าย ซึ่งการแปรรูปผลผลิตดังกล่าว ด้วยการนำมาเป็นวัตถุดิบของคราฟต์เบียร์ ก็จะสามารถแก้ปัญหาข้างต้นได้อีกทางหนึ่ง และยังเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลผลิตทางการเกษตร ซึ่งหลายท่านมองว่าเป็นโอกาสที่ดีที่จะก่อให้เกิดรายได้กับภาคประชาชนทั่วไป ตลอดจนนำไปสู่การสร้างอาชีพสู่ประชาชน เช่นเดียวกับผลการวิจัยของ เขมภัทร ทฤษฎิคุณ (2565) กล่าวว่า ปัจจุบันชุมชนต้องการสนับสนุนให้เกิดการสร้างผู้ประกอบการรุ่นใหม่ เพื่อจะได้นำผลิตภัณฑ์คราฟต์เบียร์ไทยออกสู่ตลาดในวงกว้าง สร้างการยอมรับในระดับสากล เพื่อลดปัญหาการเหลื่อมล้ำในวงการธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และ ลดอำนาจจากกลุ่มทุนผูกขาดในอุตสาหกรรม นำไปสู่การกระจายรายได้ให้กับชุมชน และด้านกฎหมาย พบว่า ควรมีการแก้ไขกฎหมายเรื่องคราฟต์เบียร์ เมื่อมีการแก้ไขกฎหมายคราฟต์เบียร์จะสามารถช่วยส่งเสริมเศรษฐกิจของประเทศไทยได้ และ ควรสร้างประชาชนมีความรู้ความเข้าใจเรื่องกฎหมายและข้อจำกัดของคราฟต์เบียร์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นิธิ เนื่องจำนงค์ และ วริศรา อัมพิทักษ์ (2562) และงานวิจัยของ ของ อธิพัทธ์ ทาบึงกาฬ (2561) ที่มีผลการวิจัยตรงกันว่า การแก้ไขกฎหมายจะช่วยให้เพิ่มผู้ประกอบการคราฟต์เบียร์ในชุมชนสร้างอาชีพและรายได้ภายในชุมชนนั้นๆ แต่ไม่ใช่เพียงข้อจำกัดทางกฎหมายแต่ยังมีข้อจำกัดด้านความรู้ความเข้าใจของประชาชนในชุมชนบางกลุ่ม ที่มีความเชื่อ และมีอคติต่อการผลิตและจำหน่ายเหล้าเบียร์ จึงจำเป็นต้องแก้ไขทั้งกฎหมายและปรับความเข้าใจกับประชาชนทั้งประเทศต่อคราฟต์เบียร์



ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาทัศนคติของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรต่อคราฟต์เบียร์ในประเทศไทย 4 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านภาพลักษณ์ ด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจ และด้านกฎหมาย พบว่า โดยภาพรวมมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากและเมื่อพิจารณาแยกแต่ละประเด็น สรุปได้ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ สมาชิกสภาผู้แทนราษฎรมีความคิดเห็นเชิงบวกต่อผลิตภัณฑ์คราฟต์เบียร์เนื่องจากมีบรรจุภัณฑ์ร่วมสมัยและรสชาติที่หลากหลาย อย่างไรก็ตามต้องการให้ผู้บริโภคเข้าถึงได้มากขึ้น เพราะปัจจุบันการประชาสัมพันธ์ยังจำกัดจากข้อกำหนดด้านโฆษณา ทำให้ผู้บริโภคหน้าใหม่ขาดข้อมูล นอกจากนี้ แม้คุณภาพดี แต่ราคาจำหน่ายยังสูง จึงอยากให้ปรับราคาให้เหมาะสมเพื่อให้เข้าถึงได้กว้างขึ้น

ด้านภาพลักษณ์ สมาชิกสภาผู้แทนราษฎรเห็นว่าคราฟต์เบียร์สามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับผู้ดื่มได้ เนื่องจากเป็นโอกาสในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและศึกษาเกี่ยวกับคราฟต์เบียร์มากขึ้นหลายคนมองว่าการดื่มคราฟต์เบียร์เหมือนการเสพงานศิลปะเพราะมีรสชาติที่หลากหลาย แปลกใหม่ และสะท้อนความคิดสร้างสรรค์ของผู้ผลิต

ด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจ สมาชิกสภาผู้แทนราษฎรเห็นว่าคราฟต์เบียร์สามารถส่งเสริมเศรษฐกิจไทยได้ ทั้งการสร้างรายได้ให้ชุมชนและกระตุ้นการท่องเที่ยว อย่างไรก็ตาม ควรเน้นใช้วัตถุดิบที่เป็นเอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่นเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ ยังสนับสนุนให้มีผู้ประกอบการรุ่นใหม่เพิ่มขึ้น เพื่อช่วยกระจายรายได้และส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนอย่างยั่งยืน

ด้านกฎหมาย สมาชิกสภาผู้แทนราษฎรส่วนใหญ่เห็นว่าควรแก้ไขกฎหมายเกี่ยวกับคราฟต์เบียร์ให้เหมาะสม เนื่องจากปัจจุบันยังมีข้อจำกัดมาก แม้จะมีการปรับลดหย่อนบางส่วน แต่ก็ยังเป็นอุปสรรคต่อผู้ประกอบการ ส่งผลให้การพัฒนาคราฟต์เบียร์ไทยล่าช้ากว่าต่างประเทศ หากแก้ไขกฎหมายได้อย่างถูกต้องและเป็นธรรม จะช่วยส่งเสริมเศรษฐกิจและสร้างโอกาสให้ผู้ประกอบการรายย่อย นอกจากนี้ แนวโน้มตลาดคราฟต์เบียร์ในอนาคตมีโอกาสเติบโตขึ้น หากมีการประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนเข้าใจข้อมูลกฎหมายมากขึ้น ก็อาจช่วยให้ตลาดขยายตัวได้ดียิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะในครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับทัศนคติของผู้ประกอบการ กลุ่มแรงงาน ประชาชนในชุมชนที่ผลิตคราฟต์เบียร์ ศึกษาทั้งในแง่มองของผู้ผลิตหรือผู้ประกอบการที่เป็นผู้ได้รับประโยชน์โดยตรงจากการผลิตและจำหน่าย มุมมองความคิดของกลุ่มแรงงานที่มีรายได้จากการรับจ้างผลิต และทัศนคติของประชาชนในชุมชนว่าเห็นควรหรือไม่ที่ควรจะมีการผลิตคราฟต์เบียร์ในชุมชน ประชาชนมองเห็นประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นอย่างไรในชุมชนหรือไม่อย่างไร อาจจะเป็นการศึกษาที่เริ่มจากระดับหมู่บ้าน ตำบล จังหวัด

2. ควรมีการศึกษาในชุมชนที่ผลิตคราฟต์เบียร์และมีการจำหน่ายอย่างเป็นรูปธรรมเพื่อถอดบทเรียนจากหมู่บ้านชุมชนนั้นๆ ทั้งแนวคิดที่เป็นจุดเริ่มต้นของการผลิตคราฟต์เบียร์ กระบวนการผลิต รูปแบบการจัดจำหน่าย ผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นทั้งส่วนบุคคลและชุมชน การติดตามประเมินผลเรื่องการบริโภคคราฟต์เบียร์ภายในชุมชน และกรณีที่มีนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวในชุมชน ว่าคราฟต์

เบียร์มีผลต่อการดึงดูดนักท่องเที่ยวมากน้อยเพียงไร และนักท่องเที่ยวมีความนิยม พึ่งพอใจต่อคราฟต์เบียร์ในหมู่บ้านชุมชนนั้นหรือไม่ อย่างไร

3. ควรมีการศึกษาการผลิตคราฟต์เบียร์ในต่างประเทศที่เป็นที่นิยมในตลาดโลก และคราฟต์เบียร์ของไทยที่มีฐานการผลิตหรือโรงงานอยู่ต่างประเทศ ว่าในการผลิตคราฟต์เบียร์มีผลกระทบเชิงบวกและเชิงลบอย่างไร เพื่อถอดบทเรียนแล้ววิเคราะห์ในเชิงวิชาการ เศรษฐศาสตร์ วิเคราะห์ผลเชิงค่านิยม วัฒนธรรมประเพณี ทางการเมืองการปกครอง ว่าจะมีผลกระทบอย่างไรในแต่ละด้าน โดยศึกษาจากทัศนคติของทั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร ผู้นำท้องถิ่นท้องที่ ผู้นำภาครัฐเอกชน นักวิชาการ จากสถานศึกษา ตัวแทนจากทุกศาสนาภายในประเทศ ประชาชนทุกสาขาอาชีพในชุมชนที่มีการผลิตคราฟต์เบียร์และที่ยังไม่ใช้ฐานผลิตคราฟต์เบียร์

เอกสารอ้างอิง

กนิษฐา ไทยกกล้า, วินัส แก้วอยู่ และ ธิมา หมักทอง. 2561. คราฟต์เบียร์กับกฎหมายในสังคมไทย.

วารสารกฎหมายสุขภาพและสาธารณสุข, 4(3), 375-386.

กันตภณ จริโมภาส, อติกานต์ ภูสุวรรณค์ และ องค์ บรรจุน. 2566. การศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงคราฟต์เบียร์ ในอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี. น. 323-335. ใน

การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 9 นวัตกรรมการเรียนรู้เพื่อโลกอนาคตด้าน

เทคโนโลยี. 21 กรกฎาคม 2566 ณ วิทยาลัยเทคโนโลยีสยาม.

กานต์พิชชา เก่งการช่าง และ ปัญญา ศรีสิงห์. 2563. พฤติกรรมผู้บริโภคและส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อคราฟต์เบียร์ ในเขตกรุงเทพมหานคร.

วารสารสมาคมนักวิจัย, 25(1), 154-169.

เข็มภัทร ทฤษฎีคุณ. 2565. การปรับเปลี่ยนนโยบายทางกฎหมายเกี่ยวกับการควบคุมการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทย. วารสารกฎหมาย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 40(2),

73-103.

ธิดารัตน์ จักรสมภพ. 2563. แนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการผลิต “คราฟต์เบียร์” แบบภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชนเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี. การค้นคว้าอิสระปริญญาโท.

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ธิตีพัทธ์ ทาปิงกาฬ. 2561. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อและบริโภคคราฟต์เบียร์ของผู้บริโภคในพื้นที่นิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร จังหวัดชลบุรี. งานนิพนธ์ปริญญาโท. มหาวิทยาลัยบูรพา.

นิตี เนื่องจำนง และ วริศรา อิมพิทักษ์. 2562. การเกิดขึ้น การตกต่ำ และการกลับมาอีกครั้ง ของอุตสาหกรรมคราฟต์เบียร์ญี่ปุ่น. วารสารสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 45(1), 50-76.

บวรสรรพ เปรมปริก. 2564. การสร้างวัฒนธรรม “คราฟต์เบียร์” และกลยุทธ์การต่อรองของผู้ผลิตและผู้บริโภคในเมืองพิษณุโลกและเมืองแพร่. ใน สัมมนาเครือข่ายนักศึกษาระดับ

บัณฑิตศึกษา สาขาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา ครั้งที่ 23. 30 กรกฎาคม - 1 สิงหาคม

2564 ณ มหาวิทยาลัยทักษิณ วิทยาเขตสงขลา.

ภูมิภัท รัตนประภา. 2546. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคเบียร์: กรณีศึกษาเบียร์การ์เด็นเวิลด์เทรคเซ็นเตอร์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท. มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.



สกฤตา ฤกษ์กรี. 2563. ทศนคติและพฤติกรรมกรบรโคคของผู้บรโคคเบียร์ กรศึกษาความแตกต่างระหว่างผู้บรโคคเบียร์อุตสหกรรและคราฟต์เบียร์. สารนิพนธ์ปริญญาโท. มหาวิทยาลัยมหิดล.

Unclen Brew. 2024. Craft beer: Why is it so expensive? Unclen Brew. [Online]. Available <https://unclenbrew.com/craft-beer-why-is-it-so-expensive/> (October 2, 2024).

Yummy House Thailand. 2020. What is craft beer? Yummy House Thailand. [Online]. Available <https://yummyhousethailand.com/2020/10/27/what-is-craft-beer/> (October 27, 2020).



สืบค้นข้อมูลเล่มการค้นคว้าอิสระฉบับสมบูรณ์

ได้ที่ เว็บไซต์ DSpace MJU.

Link: <http://ir.mju.ac.th/dsp>

มหาวิทยาลัยแม่โจ้
MAEJO UNIVERSITY
การจัดการและพัฒนารัพยากร
Resources Management and Development

A handwritten signature in blue ink, located in the bottom right corner of the page.

