

# รายงานฉบับสมบูรณ์

เขตการค้าเสรีอาเซียนและผลกระทบต่อ  
อุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทย

โดย

ศรัญญา รักสงฆ์

เยาวนุช รักสงฆ์

ปิยองไฮ ยู

งานวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนจากศูนย์วิจัยปัญหาสุรา (ศวส.)  
สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.)

เมษายน 2564



## รายงานฉบับสมบูรณ์

### เขตการค้าเสรีอาเซียนและผลกระทบต่อ อุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทย

#### คณะผู้วิจัย

ศรัญญา รักสงฆ์ คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม  
เยาวนุช รักสงฆ์ คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยขอนแก่น  
ปิยองไฮ ยู คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

ได้รับทุนสนับสนุนจากศูนย์วิจัยปัญหาสุรา (ศวส.)  
สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.)

เมษายน 2564



## กิตติกรรมประกาศ

คณะผู้วิจัย ขอขอบพระคุณศูนย์วิจัยปัญหาสุรา (ศวส.) ที่ให้ทุนสนับสนุน การวิจัยครั้งนี้ และผู้ทรงคุณวุฒิด้านวิชาการของศูนย์วิจัยปัญหาสุราทุกท่าน ที่กรุณาให้ ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการพัฒนาโครงการวิจัย การวิเคราะห์ข้อมูลและการสรุปผลการวิจัยที่ได้กรุณาอ่านและให้ข้อเสนอแนะในการ ปรับปรุงงานวิจัยให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น ขอขอบพระคุณทุกหน่วยงานที่ให้การ อนุเคราะห์ข้อมูลและให้ความร่วมมือในการประสานงานด้วยดีตลอดมาขอขอบพระคุณ คณะผู้บริหาร อาจารย์ เจ้าหน้าที่ นิสิต คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัย มหาสารคาม และ คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยขอนแก่น ที่เอื้อเพื่อ อำนวยความสะดวกในการดำเนินการวิจัยครั้งนี้ ขอขอบคุณครอบครัวสำหรับการเป็น กำลังใจที่สำคัญสำหรับผู้วิจัย ตลอดจนการให้คำปรึกษาและให้การสนับสนุนอย่างเต็มที่ ในทุกๆ ด้านแก่ผู้วิจัย

ศรัญญา รักสงฆ์ และ คณะ

## คำนำ

เขตการค้าเสรีอาเซียน เป็นการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจที่มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความร่วมมือทางเศรษฐกิจที่ใหญ่ที่สุดของกลุ่มประเทศกำลังพัฒนาโดยมีวัตถุประสงค์ในการเข้าสู่สภาวะตลาดเดียว ทั้งในด้านสินค้าและบริการ แรงงาน และสินค้าทุน ซึ่งจะเคลื่อนย้ายไปมาระหว่างประเทศในอาเซียนได้อย่างเสรีและปลอดภัยศุลกากร ซึ่งส่งผลทำให้เครื่องตีมแอลกอฮอล์และสุรา ได้รับการยกเว้นภาษีศุลกากรและสามารถเคลื่อนย้ายได้โดยเสรี และส่งผลทำให้อุตสาหกรรมการผลิตเครื่องตีมแอลกอฮอล์ ซึ่งเป็นอีกหนึ่งอุตสาหกรรมที่มีโอกาสเติบโตและได้ประโยชน์ในประชาคมอาเซียน โดยเฉพาะประเทศที่มีใช้ประเทศมุสลิม ซึ่งส่งผลทำให้อุตสาหกรรมการผลิตเครื่องตีมแอลกอฮอล์เติบโตได้อย่างต่อเนื่อง และส่งผลต่อการบริโภคเครื่องตีมแอลกอฮอล์เพิ่มขึ้นด้วยเช่นกัน

อย่างไรก็ตามเครื่องตีมแอลกอฮอล์เป็นสินค้าที่ส่งผลกระทบต่อทำให้เกิดปัญหาทั้งต่อตัวผู้บริโภคทั้งในด้านสุขภาพ ด้านสังคม นอกจากนี้ยังส่งผลกระทบต่อภายนอกถึงผู้อื่นด้วย ซึ่งจากการสำรวจผลกระทบจากการตีมเครื่องตีมแอลกอฮอล์ทำให้เกิดอุบัติเหตุจราจร และก่อให้เกิดความสูญเสียทางเศรษฐกิจจำนวนมาก ดังนั้น รัฐบาลของหลายๆประเทศ จึงได้มีการออกมาตรการต่างๆเพื่อควบคุมระดับการบริโภคเครื่องตีมแอลกอฮอล์ เพื่อลดความเสียหายดังกล่าวทั้งมาตรการด้านภาษีและไม่ใช้ภาษี

งานวิจัยนี้ได้ศึกษาบริบทของข้อตกลงภายใต้การค้าเสรีอาเซียน และการกำหนดนโยบายการควบคุมเครื่องตีมแอลกอฮอล์ของประเทศสมาชิกใน อาเซียน รวมทั้งผลกระทบของข้อตกลงเขตการค้าเสรีอาเซียน ต่ออุตสาหกรรมเครื่องตีมแอลกอฮอล์ในประเทศไทย

คณะผู้วิจัย ขอขอบพระคุณศูนย์วิจัยปัญหาสุรา (ศวส.) ที่สนับสนุนการวิจัยครั้งนี้ ขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิด้านวิชาการของศูนย์วิจัยปัญหาสุราทุกท่าน ที่กรุณาให้ข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะในการพัฒนาโครงการวิจัย ขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านที่กรุณาอ่าน และให้ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการปรับปรุงงานวิจัยจนเกิดงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

ศรัญญา รักสงฆ์ และคณะ

ชื่อเรื่อง เขตการค้าเสรีอาเซียนและผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทย  
ASEAN Free Trade Area and the Impacts on Alcohol Industry in Thailand

ผู้วิจัย ศรัญญา รักสงฆ์  
ผู้วิจัยร่วม เยาวนุช รักสงฆ์, ปียองโฮ ยู

บทคัดย่อ

ข้อตกลงภายใต้การค้าเสรีอาเซียน เป็นข้อตกลงรวมกลุ่มเศรษฐกิจของประเทศสมาชิกในอาเซียน ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อการสร้างความร่วมมือทางเศรษฐกิจที่ใหญ่ที่สุดของกลุ่มประเทศกำลังพัฒนา โดยมีวัตถุประสงค์ในการเข้าสู่สภาวะตลาดเดียว ทั้งในด้านสินค้า บริการ แรงงาน และสินค้าทุน ซึ่งจะเคลื่อนย้ายไปมาระหว่างประเทศในอาเซียนได้อย่างเสรีและปลอดภัยสากล ซึ่งส่งผลทำให้เครื่องดื่มแอลกอฮอล์และสุรา ได้รับการยกเว้นภาษีศุลกากรและสามารถเคลื่อนย้ายได้โดยเสรี จึงส่งผลทำให้ อุตสาหกรรมการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งเป็นอีกหนึ่งอุตสาหกรรมที่มีโอกาสเติบโตและได้ประโยชน์ในประชาคมอาเซียน โดยเฉพาะประเทศที่มีใช้ประมุขมุสลิม เติบโตได้อย่างต่อเนื่อง และส่งผลต่อการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพิ่มขึ้นด้วยเช่นกัน อย่างไรก็ตาม เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เป็นสินค้าที่ส่งผลกระทบต่อปัญหาทั้งต่อตัวผู้ดื่มทั้งในด้านสุขภาพ และส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจและสังคมของประเทศสมาชิก ดังนั้น รัฐบาลของหลายๆ ประเทศ จึงได้มีการออกมาตรการต่างๆ เพื่อควบคุมระดับการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เพื่อลดความเสียหายดังกล่าวทั้งมาตรการด้านภาษีและไม่ใช้ภาษี

งานวิจัยฉบับนี้เป็นการวิจัยเชิงเอกสารโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาบริบทของข้อตกลงเขตการค้าเสรีอาเซียน และกำหนดนโยบายการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศสมาชิกในอาเซียน นอกจากนี้ ยังวิเคราะห์ผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทย ซึ่งผลการศึกษา พบว่า มาตรการที่สำคัญในการควบคุมปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศสมาชิกอาเซียนประกอบด้วย มาตรการด้านภาษี และมาตรการที่ไม่ใช้ภาษี ซึ่งประกอบด้วย มาตรการการจำกัดอายุผู้บริโภคในกลุ่มประเทศอาเซียน มาตรการการควบคุมการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเทศอาเซียน มาตรการควบคุมการดื่มแอลกอฮอล์ในขณะขับขี่ยานพาหนะในกลุ่มประเทศอาเซียน มาตรการควบคุมการโฆษณาในกลุ่มประเทศอาเซียน และมาตรการควบคุมเชิงพื้นที่ในกลุ่มประเทศอาเซียน โดยแต่ละประเทศมีการกำหนดมาตรการที่

แตกต่างกันตามลักษณะทางสังคม เศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม นอกจากนี้ยังพบว่า การค้าเสรีส่งผลให้ตลาดเครื่องตี้ออลกอฮอลล์ใหม่ๆ เติบโตมากขึ้น และ ทำให้ตลาดเครื่องตี้ออลกอฮอลล์ในประเทศต่างๆ มีลักษณะที่ใกล้เคียงกันมากขึ้น ซึ่งส่งผลทำให้ประเทศไทยมีการลงในเครื่องตี้ออลกอฮอลล์จากต่างประเทศและการนำเข้าเครื่องตี้ออลกอฮอลล์จากประเทศสมาชิกในอาเซียนเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ การค้าเสรีส่งผลให้ประเทศไทยสูญเสียรายได้จากภาษีนำเข้าด้วย ซึ่งผลจากการวิจัย สามารถใช้เป็นส่วนหนึ่งในการกำหนดนโยบายการควบคุมการบริโภคเครื่องตี้ออลกอฮอลล์ของแต่ละประเทศได้เป็นอย่างดีมีประสิทธิภาพ และสามารถสร้างรายได้แก่รัฐอย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งสามารถควบคุมหรือจำกัดการบริโภคเครื่องตี้ออลกอฮอลล์ได้

**คำสำคัญ:** ข้อตกลงการค้าเสรีอาเซียน เครื่องตี้ออลกอฮอลล์ มาตรการควบคุมการบริโภค  
เครื่องตี้ออลกอฮอลล์

Topic: ASEAN Free Trade Area and the Impacts on Alcohol Industry in  
Thailand  
Researcher: Saranya Raksong  
Co-Researcher: Yaowanuch Raksong and Byungho Yu

### ABSTRACT

ASEAN Free Trade Area is an agreement by the ASEAN members, which aims to create a single market and production base characterized by free flow of goods, services, and investments, as well as free flow of capital and skills. The agreement provides an opportunity for the members to increase investment in alcohol industry, especially non-Muslim countries. This leads to increasing alcohol consumption. However, higher alcohol consumption leads to negative externalities to social and economy such as health problems. Therefore, government in each country tries to create public policy to reduce alcohol consumption in the countries.

This research is a documents research that aims to overviews the ASEAN free trade area contents that related to alcohol industry and analyses public policy to limited alcohol drinking access in the ASEAN countries. The research found that there are two major policies that ASEAN countries adopted for reducing alcohol drinking access, taxation policy and non-tax policy. The non-tax policies including the minimum legal drinking age, alcohol retail control, the legal blood alcohol limit for driving, alcohol advertising restrictions, and the alcohol area controlling. In addition, the ASEAN Free Trade Area created emerging alcohol market in ASEAN countries. The foreign direct investment in alcohol business in Thailand was increased as a results from AFTA. However, the government revenue form import tax was dropped significantly. The results of this research can be used as a guideline for creating policy to reduce alcohol consumption in the countries.

**Keywords:** ASEAN Free Trade Area, Alcohols beverage, Alcohols consumption control policy

## สารบัญ

เรื่อง	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	i
คำนำ	ii
บทคัดย่อภาษาไทย	iii
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	v
สารบัญ	vi
สารบัญตาราง	ix
สารบัญรูปภาพ	x
สารบัญแผนภูมิ	xi
<b>บทที่ 1 บทนำ</b>	<b>1</b>
1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหาที่ทำการวิจัย	1
1.2 วัตถุประสงค์	4
1.3 ขอบเขตการดำเนินงาน	4
1.4 ความสำคัญของการวิจัย	5
1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ	6
1.6 โครงร่างงานวิจัย	7
<b>บทที่ 2 การทบทวนวรรณกรรม</b>	<b>9</b>
2.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับเครื่องตีมแอลกอฮอล์	9
2.2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับอาเซียน และเขตการค้าเสรีอาเซียน	20
2.3 สถานการณ์เกี่ยวกับอุตสาหกรรมเครื่องตีมแอลกอฮอล์ในอาเซียน	54
2.4 แนวคิดมาตรการการควบคุมและจำกัดการบริโภคเครื่องตีมแอลกอฮอล์	62
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	69



เรื่อง	หน้า
<b>บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย</b>	<b>74</b>
3.1 วิธีการศึกษาและการเก็บรวบรวมข้อมูล	74
3.1.1 รูปแบบการศึกษา	74
3.1.2 พื้นที่	75
3.1.3 เครื่องมือ/แบบเก็บข้อมูล	75
3.1.4 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	75
3.1.5 การสืบค้นข้อมูล	76
3.1.6 ขั้นตอนการศึกษา	76
3.1.7 การวิเคราะห์ข้อมูล	76
<b>บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล</b>	<b>78</b>
4.1 ภาพรวมของภาษีสรรพสามิตสุราในอาเซียน	78
4.2 แนวทางการภาษีสรรพสามิตสุรา	79
4.3 ภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในอาเซียน	83
4.4 การจัดแบ่งประเภทสินค้าแอลกอฮอล์สำหรับระบบภาษีสรรพสามิต	86
4.5 โครงสร้างภาษีและมาตรการด้านภาษีสรรพสามิตสุราในประเทศสมาชิก ในอาเซียน	87
4.5.1 บรูไนดารุสซาลาม	87
4.5.2 ราชอาณาจักรกัมพูชา	90
4.5.3 สาธารณรัฐอินโดนีเซีย	92
4.5.4 สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (สปป.ลาว)	96
4.5.5 สหพันธรัฐมาเลเซีย	98
4.5.6 สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์	101
4.5.7 สาธารณรัฐฟิลิปปินส์	103
4.5.8 สาธารณรัฐสิงคโปร์	106
4.5.9 ประเทศไทย	109
4.5.10 สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม	115

เรื่อง	หน้า
<b>บทที่ 5</b> มาตรการการที่ไม่ใช่ภาษีในการจำกัดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	
<b>ในกลุ่มประเทศอาเซียน</b>	<b>118</b>
5.1 บรูไนดารุสซาลาม	118
5.2 ราชอาณาจักรกัมพูชา	122
5.3 สาธารณรัฐอินโดนีเซีย	125
5.4 สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (สปป.ลาว)	130
5.5 สหพันธรัฐมาเลเซีย	137
5.6 สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์	142
5.7 สาธารณรัฐฟิลิปปินส์	145
5.8 สาธารณรัฐสิงคโปร์	153
5.9 ประเทศไทย	162
5.10 สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม	171
5.11 วิเคราะห์และเปรียบเทียบมาตรการการที่ไม่ใช่ภาษีในการจำกัด การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มประเทศอาเซียน	178
<b>บทที่ 6</b> อุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทยและผลกระทบจากอาเซียน	<b>187</b>
6.1 สถานการณ์การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศไทย	187
6.2 อุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศไทย	189
6.3 ผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทย	196
<b>บทที่ 7</b> สรุปและข้อเสนอแนะ	<b>202</b>

## สารบัญตาราง

เรื่อง	หน้า
ตาราง 2.1 ปริมาณการบริโภคเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ความชุกของการตี้มในอาเซียน	56
ตาราง 4.1 หลักเกณฑ์ในการจัดเก็บภาษีสรรพสามิตเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ในอาเซียน	85
ตาราง 4.2 โครงสร้างอัตราภาษีเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ของประเทศบรูไน	89
ตาราง 4.3 โครงสร้างอัตราภาษีเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ของประเทศกัมพูชา	91
ตาราง 4.4 โครงสร้างอัตราภาษีเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ของประเทศอินโดนีเซีย	95
ตาราง 4.5 โครงสร้างอัตราภาษีเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ของประเทศ สปป ลาว	97
ตาราง 4.6 โครงสร้างอัตราภาษีเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ของประเทศ มาเลเซีย	100
ตาราง 4.7 โครงสร้างอัตราภาษีเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ของประเทศเมียนมาร์	103
ตาราง 4.8 โครงสร้างอัตราภาษีเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ของประเทศประเทศฟิลิปปินส์	105
ตาราง 4.9 โครงสร้างอัตราภาษีเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ของประเทศประเทศสิงคโปร์	108
ตาราง 4.10 แสดงโครงสร้างอัตราภาษีสุราใหม่	112
ตาราง 4.11 โครงสร้างอัตราภาษีเครื่องตี้มแอลกอฮอล์	114
ตาราง 4.12 โครงสร้างอัตราภาษีเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ของประเทศประเทศเวียดนาม	117
ตาราง 5.1 ใบอนุญาตจำหน่ายและบริโภคเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ในประเทศฟิลิปปินส์	148
ตาราง 5.2 ประเภทใบอนุญาตต่างช่วงเวลาการจำหน่ายและประเภทของเครื่องตี้ม	154
ตาราง 5.3 ประเภทใบอนุญาตต่างช่วงเวลาการจำหน่าย และ ค่าธรรมเนียม	156
ตาราง 5.4 ประเภทใบอนุญาตประกอบกิจการจำหน่ายเครื่องตี้มแอลกอฮอล์	157
ตาราง 5.5 อัตราค่าธรรมเนียมใบอนุญาตตามประเภทของเครื่องตี้มแอลกอฮอล์	158
ตาราง 5.6 ค่าธรรมเนียมใบอนุญาตการจำหน่ายเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ขายปลีกสุรา เพื่อบริโภคภายในสถานที่จำหน่าย	159
ตาราง 5.7 คุณสมบัติของผู้รับใบอนุญาตจัดจำหน่ายเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ในเวียดนาม	173
ตาราง 5.8 เปรียบเทียบมาตรการควบคุมการจำหน่ายเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ใน กลุ่มประเทศอาเซียน	179
ตาราง 5.9 เปรียบเทียบมาตรการการจำกัดอายุผู้บริโภคในกลุ่มประเทศอาเซียน	180
ตาราง 5.10 เปรียบเทียบมาตรการควบคุมการบริโภคเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ ในขณะขับขี่ยานพาหนะกลุ่มประเทศอาเซียน	181
ตาราง 5.11 มาตรการการเข้มงวดเรื่องการโฆษณาเครื่องตี้มแอลกอฮอล์	184
ตาราง 6.1 มาตรฐานการผลิตเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ในประเทศไทย	184

## สารบัญรูปรภาพ

เรื่อง	หน้า
รูปภาพ 2.1 มูลค่าการนำเข้าเปียร์ของประเทศในอาเซียน	61

## สารบัญแผนภูมิ

เรื่อง	หน้า
แผนภูมิ 6.1 การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศไทย	188
แผนภูมิ 6.2 สัดส่วนของนักดื่มปัจจุบันจำแนกตามประเภทของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	188

## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหาที่ทำการวิจัย

ข้อตกลงการค้าเสรีอาเซียน (ASEAN Free Trade Area ) เป็นความพยายามในการสร้างความร่วมมือทางเศรษฐกิจที่ใหญ่ที่สุดของกลุ่มประเทศกำลังพัฒนาโดยมีวัตถุประสงค์ในการเข้าสู่สภาวะตลาดเดียว (Single Market) ทั้งในด้านสินค้าและบริการ แรงงาน และสินค้าทุน ซึ่งจะเคลื่อนย้ายไปมาระหว่างประเทศในอาเซียนได้อย่างเสรีและปลอดภาษีศุลกากร โดยเครื่องตีมีแอลกอฮอล์และสุรา ถือเป็นสินค้าทั่วไปและอยู่ในกลุ่มสินค้าปกติที่ได้รับการยกเว้นภาษีศุลกากร และสามารถเคลื่อนย้ายได้โดยเสรี ทำให้การรัฐบาลในแต่ละประเทศของในอาเซียน จำเป็นต้องปรับเปลี่ยนนโยบาย การควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยเฉพาะการปรับโครงสร้างภาษีสรรพสามิตสุราและระบบการบริหารจัดเก็บภาษีสุราให้มีมาตรฐานสากล สามารถรองรับการเปลี่ยนแปลงนี้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยนโยบายการควบคุมการบริโภคสุราและการจัดเก็บภาษีสุราในแต่ละประเทศมีความแตกต่างกันตามสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจและสังคม ตลอดจนวัฒนธรรมและประเพณีของแต่ละประเทศ ซึ่งทำให้เกิดความแตกต่างในการกำหนดนโยบายและโครงสร้างภาษีสุราเพื่อควบคุมปริมาณการบริโภคสุรา อย่างไรก็ตาม การกำหนดนโยบายการควบคุมการบริโภคสุราและการจัดเก็บภาษีสุรา นอกจากจะมีผลกระทบต่อปริมาณการบริโภคสุราภายในประเทศแล้ว ยังอาจจะมีผลกระทบต่อปริมาณการบริโภคสุราในประเทศอื่นด้วย

อุตสาหกรรมการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ถือเป็นอีกหนึ่งอุตสาหกรรมที่มีโอกาสเติบโตและได้ประโยชน์ในประชาคมอาเซียน โดยเฉพาะประเทศที่มีใช้ประเทศมุสลิม เนื่องจากเงื่อนไขของการลดและยกเลิกกำแพงภาษีและยกเลิกภาษีระหว่างประเทศในกลุ่มสมาชิกอาเซียนเพื่อเข้าสู่การเป็น "ตลาดร่วม" ซึ่งจะเห็นได้จากการมีบริษัทข้ามชาติทั้งในและนอกภูมิภาค สนใจเข้ามาลงทุนในประเทศสมาชิกอาเซียนเพื่อขยายตลาดมาในกลุ่มตลาดในภูมิภาคนี้ โดยองค์การอนามัยโลก (WHO) ได้คาดการณ์ไว้ว่า ภายในปี 2568 การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยเฉพาะสัดส่วนการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในภูมิภาคอาเซียนจะเปลี่ยนไป โดยมีการคาดการณ์ว่า ประเทศเวียดนามจะเป็นประเทศที่มีอัตราการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อยู่ในระดับสูงสุด ซึ่งมีการประมาณการว่าประเทศเวียดนามจะมีปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประมาณ 11 ลิตรต่อคนต่อวัน รองลงมา คือ ประเทศไทย ซึ่งมีอัตราการบริโภคประมาณ 9.5 ลิตรต่อคนต่อวัน นอกจากนี้ ยังมีรายงานตลาดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งพบว่า การเติบโตทางเศรษฐกิจเป็นปัจจัย

สำคัญสำหรับตลาดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของอาเซียน โดยกำลังซื้อที่เพิ่มขึ้น ร่วมกับพฤติกรรมหรือค่านิยมของคนในสังคมเมืองที่เริ่มเปลี่ยนไป เป็นปัจจัยสนับสนุนให้อุตสาหกรรมดังกล่าวขับเคลื่อนและเติบโตเร็วขึ้น นอกจากนี้ อีกปัจจัยที่สำคัญ คือ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นสัญลักษณ์ที่แสดงถึงสถานภาพทางสังคมของผู้ชายเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ที่เปลี่ยนจากการบริโภคสุรามาเป็นการบริโภคเบียร์ ซึ่งมีราคาสูงขึ้นเพราะส่วนใหญ่อยู่ในระดับสังคมพรีเมียม ทำให้ประเทศสมาชิกในอาเซียนยังคงมีการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง

อย่างไรก็ตามเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จัดเป็นสินค้าที่ส่งผลกระทบต่อตัวผู้ดื่มทั้งในด้านสุขภาพ เช่น โรคพิษสุราเรื้อรัง โรคตับแข็ง โรคมะเร็ง นอกจากนี้ ยังส่งผลกระทบต่อภายนอกถึงผู้อื่นด้วย ซึ่งจากการสำรวจผลกระทบจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นต้นเหตุของการเสียชีวิตจากอุบัติเหตุจราจรสูงถึง 90% โดยมีผู้เสียชีวิตจากอุบัติเหตุจราจรทั้งหมดส่วนใหญ่เป็นเยาวชน และก่อให้เกิดความสูญเสียทางเศรษฐกิจประมาณปีละไม่ต่ำกว่า 150,000 ล้านบาท หรือคิดเป็นประมาณร้อยละ 1.99 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติ (จิราภรณ์ กมลรังสรรค์ และคณะ, 2561) ดังนั้น รัฐบาลของประเทศสมาชิกในอาเซียนจึงได้มีการกำหนดมาตรการต่างๆ เพื่อควบคุมระดับการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เพื่อลดความเสียหายดังกล่าว โดยในปี พ.ศ. 2556 องค์การอนามัยโลก จึงได้มีการกำหนดยุทธศาสตร์โลกเพื่อลดการดื่มสุราแบบอันตราย (Global Strategy to Reduce the Harmful Use of Alcohol) ขึ้น เพื่อให้ทุกประเทศได้นำมาใช้ในการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ภายในประเทศของตนเอง เช่น มาตรการด้านภาษี มาตรการลดการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มาตรการควบคุมการโฆษณา เป็นต้น

การเปิดเสรีด้านการลงทุนและบริการ หรือแม้กระทั่งการปรับปรุงกฎระเบียบต่างๆ ที่สนับสนุนการค้าและการลงทุนระหว่างประเทศ เพื่อให้สินค้ามีการกระจายไปทั่วโลกได้อย่างเสรี จะทำให้ประชาชนสามารถเข้าถึงสินค้าต่างๆ รวมทั้งเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้สะดวกขึ้นและจำนวนมากขึ้น ซึ่งอาจจะทำให้การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพิ่มขึ้น และส่งผลกระทบต่อประเทศ ดังนั้น ประเทศสมาชิกแต่ละประเทศจึงปรับปรุงมาตรการป้องกันและควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้สอดคล้องกับข้อตกลง และไม่เป็นอุปสรรคต่อการค้าสินค้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งอาจนำไปสู่การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่เพิ่มขึ้นในที่สุด

ดังนั้น จึงอาจกล่าวได้ว่าอุตสาหกรรมผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นอีกอุตสาหกรรมหนึ่งที่ได้รับผลกระทบจากข้อตกลงการค้าเสรีอาเซียน เนื่องจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จัดเป็นหนึ่งในสินค้าบริโภคชนิดหนึ่งที่มีการเติบโตในหลายประเทศของอาเซียน โดยเฉพาะประเทศที่มีใช้ประเทศมุสลิม เช่น ประเทศ ฟิลิปปินส์และไทย ที่เป็นประเทศที่มีระดับบริโภคแอลกอฮอล์ เป็นลำดับที่ 3

และ 4 ของโลก นอกจากนี้ ประเทศกำลังพัฒนาใหม่ของภูมิภาค เช่น เวียดนาม สปป.ลาว เมียนมาร์ และกัมพูชา ยังมีแนวโน้มของการเติบโตของการบริโภคอย่างต่อเนื่องด้วยเช่นกัน (อุกฤษฏ์ ปัทมานันท์ และคณะ, 2559) ซึ่งการทำข้อตกลงการค้าเสรีอาเซียน จะส่งผลให้ กำแพงภาษีนำเข้าสินค้าประเภทเครื่องตี้อัลกอฮอลล์ผ่าน WTO ไว้ตั้งแต่ประมาณ 54-60% นับเป็นอัตราที่ค่อนข้างสูงมากปรับลดลงเหลือ 0% ซึ่งอาจจะมีผลทำกระทบต่อการนำเข้าสินค้าเครื่องตี้อัลกอฮอลล์มากขึ้น ทำให้รัฐบาลจะต้องมีการปรับนโยบายเพื่อควบคุมการบริโภคเครื่องตี้อัลกอฮอลล์ และลดความสูญเสียจากการบริโภคเครื่องตี้อัลกอฮอลล์

จากที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นว่า ข้อตกลงการค้าเสรีอาเซียน มีผลกระทบต่อการปรับนโยบายการควบคุมเครื่องตี้อัลกอฮอลล์และการจัดเก็บภาษีเครื่องตี้อัลกอฮอลล์ในกลุ่มประเทศสมาชิก โดยในทางทฤษฎี เชื่อว่านโยบายด้านราคาและภาษีของเครื่องตี้อัลกอฮอลล์เป็นปัจจัยหนึ่งที่มีผลกระทบต่อปริมาณการบริโภคเครื่องตี้อัลกอฮอลล์ในประเทศ โดยเชื่อว่าการขึ้นราคาหรือภาษีเครื่องตี้อัลกอฮอลล์ทุกชนิดอย่างเท่าเทียมจะช่วยลดการบริโภคเครื่องตี้อัลกอฮอลล์ลงได้ การขึ้นภาษีจะเป็นเครื่องมือสำคัญมากประการหนึ่งที่จะทำให้ราคาขายปลีกของเครื่องตี้อัลกอฮอลล์เพิ่มขึ้นได้ อย่างไรก็ตาม จะเห็นได้ว่า กลุ่มอุตสาหกรรมเครื่องตี้อัลกอฮอลล์ก็ได้ปรับปรุงกลไกการตลาดของตนเองเพื่อลดผลกระทบจากการขึ้นภาษีเครื่องตี้อัลกอฮอลล์ด้วยเช่นกัน โดยใช้วิธีการที่สำคัญ คือ การเพิ่มยี่ห้อของเครื่องตี้อัลกอฮอลล์ในกลุ่มเดียวกัน (เช่น เบียร์) ที่มีราคาต่ำเข้ามาเป็นทางเลือกเพิ่มเติมสำหรับผู้มีรายได้น้อย จากเหตุผลที่กล่าวมาแล้วทั้งหมด วิธีการทางภาษีที่น่าจะลดการบริโภคเครื่องตี้อัลกอฮอลล์ในภาพรวมของประเทศได้มากที่สุด คือ การขึ้นภาษีเครื่องตี้อัลกอฮอลล์ที่มีราคาถูกในอัตราส่วนที่มากกว่าเครื่องตี้อัลกอฮอลล์ที่มีราคาแพง รวมไปถึงการใช้ price posting เพื่อมิให้อุตสาหกรรมเครื่องตี้อัลกอฮอลล์กำหนดราคาเครื่องตี้อัลกอฮอลล์บางประเภทต่ำเกินไป นอกจากนี้ ข้อตกลงการค้าเสรีอาเซียน ยังอาจจะส่งผลกระทบต่อ การ นโยบายการควบคุมการบริโภคเครื่องตี้อัลกอฮอลล์ของประเทศไทยด้วย

ดังนั้น เพื่อให้นโยบายการควบคุมการบริโภคเครื่องตี้อัลกอฮอลล์ของประเทศไทยและประเทศสมาชิกเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และสามารถสร้างรายได้แก่รัฐอย่างมีเสถียรภาพ รวมทั้งสามารถควบคุมหรือจำกัดการบริโภคเครื่องตี้อัลกอฮอลล์ จึงจำเป็นต้องศึกษา และเข้าใจบริบทของข้อตกลงการค้าเสรีอาเซียน และกำหนดนโยบายการควบคุมเครื่องตี้อัลกอฮอลล์ของประเทศสมาชิกในอาเซียน นอกจากนี้ ยังต้องเข้าใจถึงผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องตี้อัลกอฮอลล์ในประเทศไทย



การวิจัยฉบับนี้จึงจัดทำขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อที่จะศึกษาบริบทของข้อตกลงการค้าเสรีอาเซียน และข้อกำหนดเชิงนโยบายในการควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ของประเทศสมาชิกในอาเซียน นอกจากนี้ยังศึกษาถึงผลกระทบของการค้าเสรีอาเซียนต่ออุตสาหกรรมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ในประเทศไทยโดยเฉพาะผลกระทบต่อปริมาณการบริโภคเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ซึ่งงานวิจัยนี้จะสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการกำหนดแนวทางการเตรียมความพร้อมและมาตรการควบคุมปริมาณการบริโภคเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ได้ต่อไป

## 1.2 วัตถุประสงค์

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ในการวิจัยดังนี้

- 1) เพื่อศึกษาและทบทวนกรอบของข้อตกลงการค้าเสรีอาเซียนที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์
- 2) เพื่อวิเคราะห์โครงสร้างการกำหนดภาษีสรรพสามิตสุรา และการกำหนดนโยบายที่ไม่ใช่ภาษีของรัฐบาลในการควบคุมการบริโภคเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ของประเทศในกลุ่มสมาชิกอาเซียน
- 3) เพื่อวิเคราะห์ผลกระทบของข้อตกลงการค้าเสรีอาเซียนและผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ในประเทศไทย

## 1.3 ขอบเขตการดำเนินงาน

ขอบเขตการดำเนินการวิจัยเรื่อง เขตการค้าเสรีอาเซียนและผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ในประเทศไทย ครั้งนี้ครอบคลุมประเด็นข้อตกลงการค้าเสรีอาเซียนและผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ในประเทศไทย โดยได้ทำการศึกษาบริบทของข้อตกลงการค้าเสรีอาเซียน และกำหนดนโยบายการควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ของประเทศสมาชิกในอาเซียนทั้งมาตรการภาษีและการกำหนดนโยบายที่ไม่ใช่ภาษีของรัฐบาลในควบคุมการบริโภคเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ของประเทศในกลุ่มสมาชิกอาเซียน ทั้ง 10 ประเทศ ซึ่งประกอบด้วย ประเทศบรูไน กัมพูชา อินโดนีเซีย สปป.ลาว มาเลเซีย เมียนมาร์ ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ ไทย และเวียดนาม โดยครอบคลุมประเด็นดังนี้

1) ทบทวนกรอบของข้อตกลงเขตการค้าเสรีอาเซียนที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ และกำหนดนโยบายการควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ของประเทศสมาชิกใน อาเซียน

2) ศึกษาโครงสร้างการกำหนดภาษีสรรพสามิตสุรา การบริหารภาษีสรรพสามิตสุรา และการกำหนดนโยบายที่ไม่ใช่ภาษีของรัฐบาลในการควบคุมการบริโภคสุราของประเทศในกลุ่มสมาชิกอาเซียน

3) วิเคราะห์ผลกระทบของข้อตกลงเขตการค้าเสรีอาเซียนและผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ในประเทศไทย

#### 1.4 ความสำคัญของการวิจัย

1) ได้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับ โครงสร้างภาษีสรรพสามิตสุรา ระบบภาษีสุราของแต่ละประเทศในกลุ่มสมาชิก อาเซียน ซึ่งรัฐบาล กรมสรรพสามิต และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง สามารถนำผลจากการวิจัยไปใช้เพื่อประกอบการกำหนดนโยบายภาษีสรรพสามิตสุราของประเทศ

2) ได้องค์ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับระบบภาษีสุรา ซึ่งจะเป็ประโยชน์สำหรับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง และนำไปสู่การผลักดันให้เกิดการพัฒนา ระบบภาษีสุราของประเทศไทยเพื่อจำกัดหรือควบคุมการบริโภคสุราและหารายได้เข้ารัฐได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลต่อไป

3) ได้ข้อมูลเกี่ยวกับการกำหนดการกำหนดนโยบายที่ไม่ใช่ภาษีของรัฐบาล ในควบคุมการบริโภคสุราของประเทศในกลุ่มสมาชิก อาเซียนซึ่งรัฐบาล และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการกำหนดควบคุมการบริโภคสุราในประเทศไทย

4) ได้ข้อมูลเกี่ยวกับ ผลกระทบการกำหนดภาษีสรรพสามิตสุราและการกำหนดนโยบายควบคุมการบริโภคสุราของประเทศในกลุ่มสมาชิกอาเซียนต่อการบริโภคสุราของประเทศไทย ซึ่งรัฐบาล หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนการหารายได้ของรัฐบาล นอกจากนี้หน่วยธุรกิจยังสามารถใช้ในการกำหนดกลยุทธ์การเพิ่มความสามารถในการแข่งขันได้

5) งานวิจัยนี้สามารถใช้เป็นแนวทางในการดำเนินนโยบายของรัฐบาลไทยและรัฐบาลในประเทศสมาชิกอาเซียนในการกำหนดนโยบายและมาตรการในการควบคุมปริมาณการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้

6) นำผลที่ได้รับจากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ไปพัฒนาเป็นข้อเสนอเชิงนโยบายกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่อไป

## 1.5 นิยามศัพท์

**อาเซียน** หมายถึง สมาคมประชาชาติแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ซึ่ง ประกอบด้วยสมาชิก 10 ประเทศ ได้แก่ ประเทศบรูไน กัมพูชา อินโดนีเซีย สปป.ลาว มาเลเซีย เมียนมาร์ ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ ไทย และเวียดนาม

**นโยบายควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์** หมายถึง นโยบายที่กำหนดโดยรัฐบาลโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อควบคุมและจำกัดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในงานวิจัยนี้จะรวมถึงนโยบายที่เป็นภาษีและนโยบายที่ไม่ใช่ภาษี

**เครื่องดื่มแอลกอฮอล์** หมายถึง เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของเอทิลแอลกอฮอล์มีฤทธิ์กดระบบประสาทส่วนกลางในงานวิจัยนี้ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์หมายถึง เบียร์ ไวน์ และผลิตภัณฑ์ไวน์ สุรากลั่น และ สุราแช่

**เบียร์ (Beer)** หมายถึง เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ได้จากการหมัก วัตถุดิบหลักในการผลิตเบียร์ คือมอลต์ ยีสต์ ฮอป และน้ำ

**สุราแช่ (Fermented Liquors)** หมายถึง สุราที่ได้จากการหมักทำให้เกิดเป็นน้ำเมาแต่ไม่มีการกลั่นมักจะหมักจากเมล็ดธัญพืชแบ่งจากพืชผลไม้ และน้ำตาลจากพืช เช่น เบียร์ ไวน์ กระแช่ น้ำข้าว น้ำตาลเมา เป็นต้น เบียร์ไทยจะมีดีกรีสูงและแรงกว่าเบียร์ต่างประเทศ ส่วนเหล้าขาว น้ำตาลเมาชาวบ้านมักจะทำกันเองซึ่งผิดกฎหมายจึงไม่มีจำหน่ายเนื่องจากทำจากวัตถุดิบธัญพืชธรรมชาติขั้นต้นจริงๆ เช่น ข้าว น้ำตาลสดจากน้ำตาล น้ำตาลจากยอดมะพร้าวผลที่ได้ คือ รสชาติอร่อยหวานดื่มแล้วสบายไม่อึดอัดหรือไม่มีอาการเมาค้างเหมือนสุราทั่วไป

**สุรากลั่น (Distilled Liquors)** หมายถึง สุราที่เกิดจากการเอาน้ำสา (แป้งหรือน้ำตาลหมักด้วยยีสต์จนเกิดมีแอลกอฮอล์) มากลั่นอาจจะตามด้วยการเติมสีปรุงกลิ่นแต่งรสด้วยสารปรุง

แต่งชนิดอื่นๆ ลงไปหรือเก็บบ่มต่อไปเพื่อถูกใจผู้ดื่มสุรากลั่นไทยที่มีจำหน่าย คือ สุราขาว (เหล้าโรง) สุราผสมสุราผสมพิเศษสุราปรุงพิเศษ (เหล้าเหลียง) สุราไทยนิยมให้สารปรุงแต่งเช่นน้ำเชื้อ (Essence หรือ Flavor) น้ำยาสกัด (Extract) สีผสมอาหาร เช่น สุราขาว สุราผสม

**ไวน์ (Wine)** หมายถึง เหล้าผลไม้หมักโดย วัตถุดิบที่ใช้ในการทำไวน์ ซึ่งในงานวิจัยนี้ รวมถึง ไวน์องุ่น และ แชมเปญ และ สปาร์คลิง (Sparkling Wine)

## 1.6 โครงร่างงานวิจัย

โครงร่างการวิจัยครั้งนี้แบ่งออกเป็น 7 บท ดังนี้

**บทที่ 1** บทนำ กล่าวถึงที่มา และความสำคัญของปัญหา วัตถุประสงค์ในการศึกษา ความสำคัญของงานวิจัย ขอบเขตงานวิจัย และโครงร่างงานวิจัย

**บทที่ 2** ทบทวนวรรณกรรม แสดงถึงทฤษฎี และกรอบแนวคิดที่ใช้ใน รวมถึงการทบทวนวรรณกรรมในอดีตที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยเช่นข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ สถานการณ์เกี่ยวกับอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในอาเซียน ข้อกำหนด และ นโยบายที่สำคัญในอาเซียน และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

**บทที่ 3** วิธีดำเนินการวิจัย ซึ่งในบทนี้จะกล่าวถึงวิธีการศึกษาและการเก็บรวบรวมข้อมูล ขอบเขตการวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูล แนวคิดของเครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์

**บทที่ 4** มาตรการด้านภาษีสรรพสามิตสุราในการจำกัดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในอาเซียน โดยจะครอบคลุมถึง ภาพรวมของโครงสร้างภาษีทั่วไป แนวทางการภาษี ภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในอาเซียน มาตรการด้านภาษีสรรพสามิตสุราในประเทศต่างๆในอาเซียน

**บทที่ 5** มาตรการที่ไม่ใช่ภาษีในการจำกัดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มประเทศอาเซียนโดยจะครอบคลุมถึงมาตรการที่ไม่ใช่ภาษีในการจำกัดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของแต่ละประเทศในอาเซียน

**บทที่ 6** อุตสาหกรรมเครื่องตี้อัลกอฮอลในประเทศไทยและผลกระทบจากอาเซียน ซึ่งครอบคลุมถึง สถานการณ์การบริโภคเครื่องตี้อัลกอฮอลของประเทศไทย อุตสาหกรรมเครื่องตี้อัลกอฮอลของประเทศไทย และผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องตี้อัลกอฮอลในประเทศไทย

**บทที่ 7** สรุปและข้อเสนอแนะ แสดงถึงผลการสรุปผลที่ได้จากการศึกษา และข้อเสนอแนะทั้งในเชิงนโยบาย และข้อเสนอแนะในการทำวิจัยในอนาคต

## บทที่ 2

### ทบทวนวรรณกรรม

การวิจัยเรื่อง เขตการค้าเสรีอาเซียนและผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องตีมแอลกอฮอล์ในประเทศไทยครั้งนี้ ได้ศึกษาจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้เป็นแนวทางในการวิจัย โดยในบทนี้ จะนำเสนอแนวคิดและทฤษฎี และเอกสารที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย ซึ่งจะแบ่งออกเป็น 5 ส่วนคือ

- 2.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับเครื่องตีมแอลกอฮอล์
- 2.2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับอาเซียน และภาพรวมเศรษฐกิจและการค้าในอาเซียน
- 2.3 สถานการณ์เกี่ยวกับอุตสาหกรรมเครื่องตีมแอลกอฮอล์ในอาเซียน
- 2.4 แนวคิดมาตรการการควบคุมและจำกัดการบริโภคเครื่องตีมแอลกอฮอล์
- 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 2.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับเครื่องตีมแอลกอฮอล์

##### 2.1.1 ความหมายของสุราหรือเครื่องตีมแอลกอฮอล์

เครื่องตีมแอลกอฮอล์ เป็นเครื่องดื่มที่อยู่คู่กับโลกมาเป็นระยะเวลาอันยาวนานนับตั้งแต่เมื่อประมาณ 5,000 – 10,000 ปีก่อนคริสตกาลโดยมีการเริ่มต้นจากการหมักน้ำผลไม้และใช้เป็นเครื่องดื่มและมีการนำมาใช้ในพิธีทางศาสนาบางศาสนาแล้วหลายพันปี ต่อมาจึงได้มีการพัฒนาเป็นการกลั่นสุราครั้งแรกในปี ค.ศ. 800 ที่ประเทศซาอุดีอาระเบียและสำหรับประเทศไทย พบว่ามีการผลิตสุรามานานเท่าใดไม่ชัดเจนแต่อย่างน้อยมีปรากฏในศิลาจารึกสมัยลพบุรีในศตวรรษที่ 16 ที่มีการเช่นสรวงเทพเจ้าโดยใช้สุราเนื้อสัตว์และอาหารซึ่งการเช่นไหวนั้นยังทำติดต่อกันมาถึงปัจจุบันในช่วงแรกที่มีการผลิตสุราคนไทยนิยมผลิตสุราไว้บริโภคเองในบ้านหรือผลิตไว้เลี้ยงแขกเมื่อมีงานไม่มีไว้เพื่อจำหน่ายแต่เมื่อมีความต้องการสุราเพิ่มขึ้น จึงมีการต้มสุราเพื่อจำหน่าย และพัฒนาขึ้นเรื่อยๆจนถึงปัจจุบัน

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้มีผู้ให้ความหมายของคำว่า เครื่องตีมแอลกอฮอล์ไว้ดังนี้

มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม, (2549) ได้ให้ความหมายไว้ว่า สุรา หมายถึง เครื่องตีมที่มีแรงแอลกอฮอล์เกิน 0.5 ดีกรี แต่ไม่เกิน 80 ดีกรี

สูตร ไพศาล (2546) ได้ให้ความหมายไว้ว่า สุรา หมายถึง วัตถุทั้งหลายหรือของ

ผสมที่มีแอลกอฮอล์ ซึ่งสามารถดื่มกินได้เช่นเดียวกับน้ำสุราหรือดื่มกินไม่ได้แต่เมื่อผสมกับน้ำหรือของเหลวชนิดอื่นแล้ว สามารถดื่มกินได้เช่นเดียวกับน้ำสุรา

ราชบัณฑิตยสถาน (2542 : 542) ได้ให้ความหมายของคำว่า สุรา มาจากภาษาบาลี และสันสกฤตแปลว่าเหล้าหรือน้ำเมาที่กลั่นแล้วหรือหมักแล้ว

สุพัฒน์ อีระเวชเจริญชัย (2541) ได้ให้ความหมายไว้ว่า สุรา หมายถึง เหล้าหรือน้ำเมาที่กลั่นแล้ว สุราทำมาจากพืชหรือผลไม้ที่มีแป้งหรือน้ำตาลโดยใช้การหมัก

อรรถวรรณ หุ่นดี (2536) ได้ให้ความหมายไว้ว่า สุรา หมายถึง เครื่องดื่มชนิดหนึ่งซึ่งมีเอทิลแอลกอฮอล์ (Ethyl Alcohol) ผสมอยู่เรียกสั้นๆว่า แอลกอฮอล์

อำนาจ พิรุณสาร (2537) ได้ให้ความหมายไว้ว่า สุรา หมายถึง ของเหลวที่สามารถดื่มกินได้ มีส่วนประกอบของแอลกอฮอล์เมื่อดื่มกินแล้วทำให้เกิดความมึนเมาซึ่งความมึนเมานี้ขึ้นกับปริมาณและความแรงของแอลกอฮอล์ ที่เป็นส่วนประกอบของเหล้า

นอกจากนี้ยังมีการให้คำจำกัดความของสุราประเภทต่างไว้ เช่น คำนิยามของสุราตามพระราชบัญญัติสุราพ.ศ. 2493 ได้ให้ความหมายไว้ว่า

**สุรา** หมายความว่า ความรวมถึงวัตถุทั้งหลายหรือของผสมที่มีแอลกอฮอล์ดื่มกินได้เช่นเดียวกับน้ำสุราหรือซึ่งดื่มกินไม่ได้แต่เมื่อได้ผสมกับน้ำหรือของเหลวอย่างอื่นแล้วสามารถดื่มกินได้เช่นเดียวกับสุรา

**สุราแช่** หมายความว่า สุราที่ไม่ได้กลั่นและให้หมายรวมถึงสุราแช่ที่ได้ผสมกับสุรากลั่นแล้วแต่ยังมีความแรงแอลกอฮอล์ไม่เกินสิบห้าดีกรีด้วย

**สุรากลั่น** หมายความว่า สุราที่ได้กลั่นแล้วและให้หมายความถึงสุรากลั่นที่ได้ผสมกับสุราแช่แล้วแต่ยังมีความแรงแอลกอฮอล์เกินกว่าสิบห้าดีกรีด้วย

**แอลกอฮอล์** ราชบัณฑิตยสถานให้ความหมายไว้คือสารอินทรีย์ชนิดหนึ่งลักษณะเป็นของเหลวใสกลั่นอุณหภูมิเยง่ายมีจุดเดือด 78.6 องศาเซนเซียสชื่อเต็มคือเอทิลแอลกอฮอล์(Ethyl Alcohol) แต่มักเรียกสั้นๆ ว่าแอลกอฮอล์ (Alcohol) โดยปกติมักเกิดจากการหมักสารประเภทแป้งหรือน้ำตาลผสมยีสต์ซึ่งมักเรียกว่าแป้งเชื้อหรือเชื้อหมักเป็นองค์ประกอบสำคัญของสุราและเมรัยทุกชนิดเมื่อดื่มเข้าไปจะเกิดอาการมึนเมา

ในทางวิชาการ สุรา หมายถึง เครื่องดื่มที่มีเอทิลแอลกอฮอล์ (Ethyl Alcohol) ผสมอยู่ในปริมาณไม่เกินร้อยละ 60 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่ถือว่าคนสามารถดื่มกินได้ (เป็นเกณฑ์กำหนดของสากลทั่วไปแต่ไทยครอบคลุมถึงปริมาณไม่เกินร้อยละ 80) และที่มาของแอลกอฮอล์ในสุราจะต้องเป็นแอลกอฮอล์ที่ทำจากวัตถุดิบจากธัญพืชในชั้นปฐมภูมิ (Primary Agricultural Origin) เท่านั้น ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์กำหนดมาตรฐานสากลเช่นผลไม้เมล็ดจากพืชข้าวแบ่งจากพืชน้ำตาลจากพืช เป็นต้นส่วนแอลกอฮอล์ในสุราไทยปัจจุบันส่วนมากผลิตจากกากน้ำตาล (เป็นกากของเสียที่เหลือจากขบวนการผลิตน้ำตาลและน้ำอ้อยของโรงงานอุตสาหกรรมน้ำตาล) ซึ่งถือว่าผิดจากมาตรฐานสากลเนื่องจากกากน้ำตาลถึงแม้ว่าจะมาจากธัญพืชคืออ้อยก็ตามแต่ก็ได้ผ่านกระบวนการอุตสาหกรรม

ในโรงงานน้ำตาลมาแล้วถือว่าได้วัตถุดิบชั้นหุติยภูมิซึ่งมีสารเคมีและสิ่งปนเปื้อนอยู่หนาแน่น  
 อย่างเห็นได้ชัดเจน (ประกิจโพธิอาศน์. 2541: 19; ฉัตรสมุนพฤติภิญโญ. 2548: 1-9)

สำหรับงานวิจัยนี้ ได้ให้ความหมายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หรือ สุรา

ตามพระราชบัญญัติสุรา พ.ศ. 2493 กล่าวคือ สุรา หมายถึง เครื่องดื่มที่มีส่วนผสม  
 ของแอลกอฮอล์

โดยในงานวิจัยนี้ จะรวมถึง ได้แก่ เบียร์ ไวน์ สุรากลั่น สุราแช่ และ เครื่องดื่มที่มี  
 ส่วนผสมของแอลกอฮอล์ตามคำจำกัดความของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แต่ละประเทศในอาเซียน

### 2.1.2 ประเภทของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ประเภทของเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ สามารถแบ่งตามประเภทที่ความนิยมของ  
 ผู้บริโภคมีหลายชนิด ได้ดังนี้

#### 1) เหล้าบรันดี (Brandy)

เหล้าบรันดี เป็นสุราที่มีรสเยี่ยมมากที่สุด มีราคาแพงเนื่องจากเป็นเหล้าที่  
 กลั่นมาจากองุ่น มีกรรมวิธีการผลิตและขั้นตอนการบ่มที่ใช้เวลานาน เพื่อให้มีคุณภาพดีแล้วปรุง  
 แต่งตามกรรมวิธีให้มี สี กลิ่น รส และแรงแอลกอฮอล์ตามต้องการ โดย เหล้าบรันดีในไทย มีทั้ง  
 นำเข้ามาจากต่างประเทศและผลิตขึ้นเองในประเทศ บรันดีที่ขายตามท้องตลาดต่างๆ ไปแบ่งเป็น 3  
 ประเภท ดังนี้

- **บรันดีพื้นเมือง (Domestic Brandy)** คือ บรันดีที่ผลิตจากองุ่น  
 แล้วนำมากลั่นเป็นบรันดีอีกที เช่น Regency Brandy, Germany Brandy
- **บรันดีมาตรฐาน (Regular Brandy)** ส่วนใหญ่เป็นบรันดีที่นำเข้ามา  
 จากต่างประเทศ
- **บรันดีเกรดสูง (Premium Brandy)** เป็นบรันดีราคาแพงที่เก็บบ่ม  
 เอาไว้ในถังไม้โอ๊ก นาน โดยระบุคุณภาพเป็นตัวอักษรย่อ หรือชื่อพิเศษ เช่น คอนยัค (Cognac)  
 อาร์มายัค(Armagnac)



## 2) เหล้าบรันดีผลไม้ (Fruit Brandy)

**บรันดีผลไม้** หมายถึง บรันดีที่ทำจากผลไม้ชนิดอื่นที่ไม่ใช่ผลองุ่น ซึ่งจะให้กลิ่น รส แตกต่างกันไป ซึ่งในปัจจุบันบรันดีผลไม้ที่มีจำหน่ายในประเทศไทยสามารถแบ่งได้เป็น 2 ชนิด ได้แก่

- **บรันดีผลไม้สีขาว (White Fruit Brandy)** เป็น เครื่องดื่มที่ ผลิตจากการกลั่นผลไม้โดยไม่ต้องบ่มในถังไม้ จะได้กลิ่นหอม และรสของผลไม้ชนิดนั้น ๆ นิยมแช่ให้เย็นแล้วดื่มโดยไม่ต้องผสมหรือจะนำไปผสมในค็อกเทลต่าง ๆ

- **บรันดีผลไม้ที่มีสี (Colour Fruit Brandy)** เป็น เครื่องดื่มที่ ผลิตจากการกลั่นผลไม้แล้วนำไปเก็บบ่มในถังไม้โอ๊ค ผลไม้ที่นำมากลั่น เช่น แอปเปิ้ล เชอร์รี่ พลัม แพร่ ราสเบอร์รี่

## 3) วิสกี้ (Whisky)

วิสกี้ เป็นสุรากลั่นที่ทำมาจากข้าว ไม่ว่าจะเป็นข้าวบาเลย์ ข้าวไรย์ข้าวโอ๊ต ข้าวโพดหรือข้าวเหนียว แต่วิสกี้ที่มีคุณภาพจะต้องทำมาจากข้าวบาเลย์ โดยนำมาหมักกลั่นแล้วเก็บบ่มในถังไม้โอ๊ค

## 4) เหล้ารัม (Rum)

เหล้ารัม เป็นสุราที่กลั่นมาจากน้ำอ้อย กากน้ำตาลและน้ำเชื่อมอาจจะมี การผสมผิวส้มและผลไม้ชนิดอื่นในเหล้ารัมเพื่อให้มีรสชาติใกล้เคียงกับไวน์ในประเทศไทยมีการผลิตเหล้ารัมผสมเครื่องยาจีนหรือยาไทยอีกด้วย รัมแบ่งเป็น 3 ชนิดด้วยกัน ดังนี้

- **รัมสีขาว (White Rum)** เป็น รัมสีใส บางชนิดไม่ต้องเก็บบ่ม บางชนิด ต้องเก็บบ่มในถังไม้เพื่อให้กลิ่นรสดีขึ้น บางครั้งเรียกว่า Silver Rum เหมาะสำหรับนำไปผสมค็อกเทลที่ไม่ต้องการให้เปลี่ยนสี

- **รัมสีทอง (Gold Rum)** เป็นรัมที่มีสีเหลืองใส ได้จากการเก็บบ่มไวน์ ถังไม้เพื่อให้เกิดสี หรือผสมสี กลิ่นรสชาติด้วยคาราเมล (Caramel) ที่ได้จากการเคี่ยวน้ำตาล เป็นสี เหลืองทอง เพื่อให้ได้เหล้ารัมที่มีกลิ่น สี รสชาติมากขึ้นกว่าเดิม

- **รัมสีดำ (Dark Rum)** เป็นรัมที่สีเกือบดำ ได้จากการเก็บบ่มไว้ในถังไม้ เพื่อให้เกิดสี และผสมกับคาราเมลที่ได้จากการเคี้ยวน้ำตาลจนเป็นสีน้ำตาลเกือบไหม้ จะได้กลิ่นและรสชาติมากขึ้นเหล้ารัมนิยมนำไปผสมกับค็อกเทลมาก ที่รู้จักกันมา คือ Rum Coke หรือ Cuba Libre นอกจากนี้ ยังนำไปผสมกับเครื่องดื่มชนิดอื่น ๆ เช่น น้ำผลไม้ โดยเฉพาะที่เรียกว่า Punch จะเป็นเครื่องดื่มที่เข้ากันได้ดีมากกว่ารัม เหล้ารัมจำหน่ายจะมีปริมาณแอลกอฮอล์ประมาณ 40 ดีกรี แต่มีหลายชนิดผลิตให้มีปริมาณสูงมากถึง 75.5 ดีกรี

#### 5) เหล้าคอกเทล

เหล้าคอกเทล หมายถึง การนำเหล้าหลาย ๆ ชนิดมาผสมกันตามสูตรแล้วแต่รสนิยมของผู้ดื่ม

#### 6) วอดก้า (Vodka)

วอดก้า เป็นสุราที่มีลักษณะคล้ายวิสกี้ แต่มีดีกรีของแอลกอฮอล์สูงกว่า วอดก้าทำมาจากข้าวสาลี ปัจจุบันเป็นเหล้าที่ได้รับความนิยม โดยใช้ผสมคอกเทลสูตรต่าง ๆ เครื่องดื่มวอดก้าที่รู้จักกันดี คือ Screw Driver, Bloody Mary, Vodka Matini, Saltry Dog's เป็นต้นส่วนเหล้าวอดก้าที่รู้จักกันดีในประเทศไทย คือ Borzoi, Smirnoff, Stolighinaya

#### 7) เหล้าตากีลา (Taguila)

ตากีลาเป็นเหล้ากลิ่นแรง หมักจากพืชที่เรียกว่า Mezcal ผลิตในประเทศเม็กซิโก ซึ่งปกติ ตากีลา จะมีสีขาว แต่บางชนิดจะมีสีเหลืองทองจากการบ่มในถังไม้ ปกติชาวเมืองเม็กซิโกนิยมดื่มเหล้าตากีลาโดยไม่ผสมหากแต่ก่อนดื่มจะหยิบมะนาวใส่ปากแล้วบิเปลือกตามจึงยกเหล้าขึ้นดื่มเพื่อให้มีรสชาติที่ดีขึ้น ปัจจุบันนิยมนำตากีลามาทำเป็นเครื่องดื่มผสม เช่น tequila sunrise, Margarita เป็นต้น เหล้าตากีลาที่รู้จักกันดีในประเทศไทย เช่น El – Toro, Cuervo, Sauza

#### 8) เหล้าขาว

เหล้าขาว เป็นเหล้าที่กลั่นมาจากข้าว น้ำตาล หรือกากน้ำตาลเป็นวัตถุดิบ โดยสุราที่กลั่นออกมาได้ จะปราศจากเครื่องย้อมหรือสิ่งปรุงแต่งแต่อย่างใด คนในชนบทและผู้มีรายได้น้อยนิยมดื่มเหล้าขาวกันมาก

## 9) แชมเปญ

แชมเปญ เป็นเหล้าหมักที่ทำจากองุ่นโดยไม่ผ่านกระบวนการกลั่นมีลักษณะพิเศษ คือ เป็นสุราองุ่นที่มีฟอง คือ มีก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์เจือปนอยู่คล้ายๆ เบียร์ กระบวนการผลิตและขั้นตอนในการเก็บรักษาทำให้แชมเปญมีราคาแพง

## 10) ไวน์ (Wine)

ไวน์ เป็นเหล้าผลไม้หมักที่เก่าที่สุดในโลก วัตถุดิบที่ใช้ในการทำไวน์ คือ องุ่น ไวน์ ต่างจากแชมเปญที่ไม่มีฟอง และกรรมวิธีการผลิตจะไม่ซับซ้อนเท่าแชมเปญ สามารถแบ่งเป็น 3 ประเภท ดังนี้

- Table Wine หรือ Still Wine คือ ไวน์ที่หมักจากองุ่น โดยไม่ต้องเพิ่มเติมสิ่งหนึ่งสิ่งใดลงไป ไม่มีแก๊ส มีปริมาณแอลกอฮอล์ 10 – 13 ดีกรี นิยมดื่มในทุกโอกาส แต่ส่วนใหญ่ดื่มเพื่อเจริญอาหารและชुरुสชาติ มี 3 สี

- ไวน์แดง (Red Wine) จะมีตั้งแต่สีอ่อน ถึงแดงเข้ม ขึ้นอยู่กับชนิดขององุ่นที่นำมาหมักและระยะเวลาในการหมัก ส่วนใหญ่ไวน์แดงจะมีรสฝาด และให้รสหวานน้อยมาก เรียกว่า Dry นิยมดื่มโดยไม่แช่เย็น

- ไวน์ขาว (White Wine) จะมีตั้งแต่สีเหลืองซีดจนถึงสีเหลืองทอง ลักษณะโดยทั่วไปจะมีรสอ่อน กลิ่นน้อย ความหวานมีตั้งแต่หวานน้อยจนถึงหวานมาก ไม่มีรสฝาด นิยมดื่มโดยไม่แช่เย็น

- ไวน์สีชมพู (Rose Wine) จะมีตั้งแต่สีชมพูอ่อนถึงเกือบแดง ไวน์สีชมพูจะมีลักษณะระหว่างไวน์ขาวกับไวน์แดง คือ มีรสฝาดเล็กน้อยและมีรสเปรี้ยวอมหวาน จึงเป็นที่นิยมดื่มง่าย นิยมแช่เย็นก่อนดื่ม

- Sparkling Wine คือ ไวน์ที่มีแก๊ส จึงทำให้มีรสซ่า มีทั้งสีขาว ชมพู และแดง Sparkling Wine ใช้กรรมวิธีหมักไวน์ซ้ำเป็นครั้งที่สองภายในขวด และเก็บรักษาแก๊สนี้ไว้ จึงทำให้เกิดรสซ่าเป็นที่นิยมกันมาก จึงมีการจดลิขสิทธิ์ไว้ในชื่อ “champagne” ของฝรั่งเศส ส่วนไวน์ที่ผลิตด้วยกรรมวิธีคล้ายคลึงกันจะใช้คำว่า Sparkling Wine แชมเปญที่นิยมดื่มเพื่อแสดงความยินดีต่อกันเสิร์ฟโดยแช่เย็นจัด

- Fortified Wine คือ ไวน์ที่เพิ่มแอลกอฮอล์ให้สูงประมาณ 18 – 19 ดีกรี จะมีกลิ่นรส และแอลกอฮอล์มากกว่าไวน์ธรรมดา แข็งแรงเพียงเล็กน้อยก่อนดื่ม

### 11) เบียร์ (Beer)

เบียร์ เป็นสุราที่มีปริมาณการบริโภคสูงที่สุด เบียร์ ทำมาจากข้าวบาเลย์ หมัก อบ และบดต้มให้สุกแล้วใส่ถัง เมื่อหมักได้ที่แล้วจึงใส่ดอกฮอป เพื่อให้มีรสขม จากนั้นจึงใส่ ยีสต์

### 12) น้ำตาลเมา/ กระจก

น้ำตาลเมา หรือ กระจกเป็นสุราที่ทำจากการหมักแข็งของน้ำตาลสดจาก ต้นมะพร้าว หรือตาล

### 13) อุ

อุ เป็นสุราแข็งที่สร้างขึ้นจากการหมักแข็งของข้าวเหนียวกลอง เป็นแป้งเชื้อ สุราที่งัวจนเกิดมีแรงแอลกอฮอล์ขึ้นแล้วใช้ดื่มกินเช่นเดียวกับน้ำสุรา เหล้าอุนี้ภาคอีสานเรียกว่า สาโท

นอกจากนี้ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมแอลกอฮอล์ ที่มีการจำหน่ายในประเทศไทย ยัง สามารถ แบ่งชนิดของเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ออกได้ เป็น 11 ประเภท ดังนี้ (สำนักงานสำรวจสุขภาพประชาชนไทย, 2551 : 131)

#### 1) น้ำผลไม้ผสมแอลกอฮอล์

เป็นเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์จัดอยู่ในจำพวกค็อกเทลพันธ์ซึ่งในปัจจุบันได้มีวางขายตามท้องตลาดทั่วไปซึ่งมีหลายยี่ห้อได้แก่สไปย์ไวน์คูเลอร์ Cruiser, Nite, Bacardi, Smirnoff Premium ซึ่งเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่กล่าวมานี้จะมีปริมาณในการบรรจุ เท่ากับ 300 ml 5 ดีกรีนอกจากนี้ก็ยังมียี่ห้อ Smirnoff Black มีปริมาณบรรจุเท่ากับ 300 ml เช่นกันแต่จะมีดีกรีมากกว่าชนิดอื่นๆคือ 7 ดีกรี

## 2) ไวน์ (Wine)

ไวน์ เป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทำจากองุ่นหรือผลไม้หมัก สมดุลเคมีธรรมชาติขององุ่นทำให้มันหมักโดยไม่ต้องเพิ่มน้ำตาล กรด เอ็นไซม์ น้ำหรือสารอาหารอื่น ยีสต์บริเวณน้ำตาลในองุ่นแล้วเปลี่ยนเป็นเอทานอลและคาร์บอนไดออกไซด์ พันธุ์ขององุ่นและสายพันธุ์ของยีสต์ที่ต่างกันทำให้สามารถแบ่งออกได้เป็น 4 ชนิดตามปริมาณของแอลกอฮอล์ความหวานคาร์บอนไดออกไซด์และการปรุงแต่งคือ

- ไวน์ตั้งโต๊ะ (Table Wines, Still Wines หรือ Natural Wines) ทำมาจากการหมักน้ำองุ่นโดยเป็นหมักตามธรรมชาติบางครั้งอาจมีการเติมน้ำตาลหรือยีสต์ด้วยก็ได้สามารถแบ่งไวน์ตามสีของไวน์ได้ 3 ชนิดคือสีเหลืองหรือสีทอง(White) สีแดงเข้มถึงม่วง(Red) และสีชมพูอ่อน(Rose) ซึ่งมีรสชาติหลากหลายตั้งแต่หวานเช่นAleaticoและไม่หวานเรียกว่า Dry ไม่ขมเช่นGamayGrenache, GrignolinaและTavelปริมาณแอลกอฮอล์ไวน์มีตั้งแต่ร้อยละ 7-15 ส่วนมากจะมีปริมาณแอลกอฮอล์อยู่ประมาณร้อยละ 12 ไวน์ตั้งโต๊ะ (Table Wines) ส่วนใหญ่ได้แก่เหล้าองุ่น

- ไวน์แรง (Fortified Wines, Dessert Wines หรือ Aperitif Wines) เป็นเหล้าองุ่นที่มีปริมาณแอลกอฮอล์ร้อยละ 17-23 โดยมีการเติมแอลกอฮอล์ระหว่างการผลิตหมักเติมบรันตีที่ทำจากองุ่นมีสีต่างๆเช่นขาวอำพันแดงเจดจ้าและแดงคล้ำไวน์ชนิดนี้นิยมดื่มก่อนหรือหลังรับประทานอาหารไวน์ที่นิยมดื่มกันมากที่สุดคือ Sherry ซึ่งเป็นไวน์ชนิดแรงมี

- คุณสมบัติที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะจากแหล่งที่ปลูกและพันธุ์องุ่นรวมทั้งกระบวนการผลิตที่เฉพาะส่วนใหญ่ผลิตในประเทศสเปนมีรสชาติตั้งแต่หวานมากจนไปถึงไม่หวาน

- ไวน์ซ่าหรือเหล้าองุ่นอัดลม (Sparkling Wines) เป็นไวน์ที่มีแก๊สจึงทำให้มีรสซ่ามีสีต่างๆได้แก่ขาวชมพูและแดง Sparkling Wines ใช้กรรมวิธีการหมักไวน์ซ่าเป็นครั้งที่สองภายในขวดและเก็บรักษาแก๊สนี้ไว้จึงทำให้เกิดรสซ่าซึ่งเป็นที่นิยมกันมากมีการจดลิขสิทธิ์ไวน์ชื่อ “Champagne” ของฝรั่งเศสไวน์ที่ผลิตด้วยกรรมวิธีคล้ายคลึงกันจะใช้คำว่า “Sparkling Wines” แซมเปญนิยมดื่มเพื่อแสดงความยินดีต่อกันมักจะเสิร์ฟโดยแช่เย็นจัด

- ไวน์ปรุงแต่ง (Flavored Wines) มีหลากหลายชนิดบางชนิดผสมโดยผู้บริโภคเองและบางชนิดผสมโดยผู้ผลิต เช่น Glogg เป็นพินช์รสเผ็ดผลิตในประเทศสวีเดน ซึ่งมักจะใช้ไวน์แดงเครื่องเทศอัลมอนด์และลูกเกดผสมกันเวอร์มูท (Vermouth) เป็นไวน์ไม่มีสีแดงมีการเติมสมุนไพรเพื่อให้รสชาติและกลิ่นที่เปลี่ยนไปส่วน Aperitifs หมายถึงเหล้าองุ่นที่ดื่มก่อนอาหารจะมีการเติมควินินและส่วนผสมอื่นๆเพื่อทำให้อาหารรสชาติเข้มข้นและมักมีรสหวาน

เช่นดูบอนเน็ต (Doubonnet) ของฝรั่งเศสและแคมพารี (Campari) ของอิตาลีแอลกอฮอล์ที่ดื่มหลังอาหาร เช่นว่า Digestifs อาจใช้ Sherry ก็ได้แต่โดยทั่วไปนิยมใช้บรันดีหรือ Liqueurs มากกว่า

### 3) เบียร์

เบียร์ คือ เครื่องดื่มที่ได้จากการหมักข้าวมอลท์ (Malt) มีแรงแอลกอฮอล์ประมาณ 4 -6 ดีกรีเบียร์ที่มีจำหน่ายในประเทศไทยมีหลายยี่ห้อเช่น ลีโอ เรด ฮอสส์ อาซาซังไทเกอร์ สิงห์ และ ไฮเนเก้น

### 4) เหล้าแดง (Whisky)

เหล้าแดงหรือสุรากลั่นที่ทำจากข้าวชนิดใดชนิดหนึ่งหรือหลากหลายชนิดก็ได้โดยนำมาหมักแล้วกลั่นให้มีดีกรีสูงขึ้นจากนั้นนำไปเก็บบ่มในถังไม้โอ๊กเพื่อให้ได้สีกลิ่นรสที่ดีขึ้นและก่อนจะนำมาบรรจุขวดบางชนิดอาจมีการปรุงแต่งสีกลิ่นรสชาติอีกครั้งหนึ่งโดยมีปริมาณแอลกอฮอล์ประมาณ 40-50 ดีกรีเหล้าแดงที่มีจำหน่ายในประเทศไทยเช่นแม็โฆม้งกรทอง หงส์ทองแสงโสม Crown99 Mater Blend

### 5) เหล้าขาว

เหล้าขาวหรือสุราขาวคือสุรากลั่นที่ได้จากน้ำสาที่หมักด้วยวัตถุดิบประเภทแป้งน้ำตาลและ/หรือกากน้ำตาลที่มีเปอร์เซ็นต์แอลกอฮอล์ไม่เกิน 80 % (ดีกรี) ในการบรรจุจำหน่ายต้องมีการปรุงแต่งให้มีเปอร์เซ็นต์แอลกอฮอล์ไม่เกิน 40 %(ดีกรี) สุราขาวที่มีจำหน่ายในประเทศไทยเช่นเหล้าขาวเสือด้าเหี้ยวเงิน

### 6) บรันดี (Brandy)

บรันดีเป็นเหล้าที่นิยมกันมากได้จากการหมักองุ่นให้เป็นไวน์แล้วจึงนำมากลั่นเป็นบรันดีอีกทีจากนั้นนำไปเก็บบ่มให้ได้สีกลิ่นรสชาติที่ดีบรันดีที่มีขายตามท้องตลาดสามารถแบ่งได้เป็น 3 ประเภทคือ

6.1) บรันดีพื้นเมือง (Domestic Brandy) เช่น Regency Brandy, German Brandy

6.2) บรันดีมาตรฐาน (Regular Brandy) ส่วนมากเป็นบรันดีที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ

6.3) บรันดีเกรดสูง (Premium Brandy) เป็นบรันดีราคาแพง

ที่เก็บบ่มไว้ในถังไม้โอ๊คเป็นเวลานานโดยระบุคุณภาพเป็นอักษรย่อหรือชื่อพิเศษเช่นคอนยัค (Cognac) หรือ Armagnac

## 7) น้ำตาลเมา

น้ำตาลเมาเป็นเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์โดยผ่านกระบวนการหมักน้ำตาลที่ได้จากการปาดจั่นมะพร้าวจั่นต้นตาลงวงตาลงวงต้นระกำวงสละและงวงน้ำอ้อย โดยมีการเติมสมุนไพรที่มีคุณสมบัติเป็นแทนนินเช่นเปลือกไม้เคี่ยมพะยอมตะเคียนเปลือกมะเกลือลงไปในการบอมน้ำตาลมีแอลกอฮอล์ประมาณ 3-4 ดีกรี

## 8) กระแช่

กระแช่ คือ การเปลี่ยนน้ำตาลในน้ำตาลเมาให้เป็นแอลกอฮอล์ด้วยการใช้เชื้อยีสต์จากเชื้อหมักหรือที่เรียกว่า “แป้งใหญ่” ทำหน้าที่เปลี่ยนน้ำตาลให้เป็นแอลกอฮอล์และเปลี่ยนน้ำตาลเมาให้เป็นกระแช่

## 9) สาโท

สาโท เป็นเหล้าแช่ประเภทไวน์ทำจากข้าวเหนียวเปล่าหมักสำจนได้ปริมาณแอลกอฮอล์ประมาณ 7-8 ดีกรีสาโทที่มีจำหน่ายในท้องตลาดทั่วไปได้แก่เจ้าพระยาสาโทสุราแช่พื้นเมืองกรุงศรีสาโทสาโทซ่ามีปริมาณบรรจุ 640 ml 6.7 ดีกรี

## 10) น้ำข้าวอุ

เหล้าข้าวอุ เป็นน้ำเมาชนิดหนึ่งที่ใช้ข้าวเหนียวหรือปลายข้าวเหนียวนำข้าวเหนียวแช่น้ำสะอาดพร้อมนำกลบหนึ่งให้สุกใส่กระดังฝิ่งให้แห้งทิ้งไว้ให้เย็นบดลูกแป้งให้ละเอียดพรมลงบนข้าวเหนียวให้ทั่วใส่กระบุงหมักให้เกิดแอลกอฮอล์หนึ่งคืนนำออกมาฝิ่งให้แห้งก่อนบรรจุลงไหกดให้แน่นปิดปากไหด้วยใบตองแห้งกับขี้เถ้าให้สนิททิ้งไว้ในอุณหภูมิปกติประมาณ 7-15 วันจะเกิดแอลกอฮอล์ 10 ดีกรีจึงจะรับประทานได้บรรจุลงไหขนาดบรรจุ 2 ลิตร 3 ลิตร 4 ลิตรและ 5 ลิตร

## 11) สาเก

สาเก เป็นเครื่องดื่มประจำชาติของญี่ปุ่นที่ได้จากการหมักข้าว โดยมีปริมาณแอลกอฮอล์ประมาณ 15-17 ดีกรีสาเกแบ่งออกเป็น 3 ประเภทใหญ่ๆ คือ

11.1) Ginjo-shu เป็นสาเกชั้นหนึ่งทั้งในรสชาติและกลิ่นในกระบวนการหมักจะมีการเติมแอลกอฮอล์ลงในข้าวที่มีหัวเชื้อและน้ำโดยใช้ข้าวประมาณ 60% หรือต่ำกว่า

11.2) Junmai-shu เป็นสาเกที่ผลิตจากขบวนการหมักของข้าว, ข้าวที่มีหัวเชื้อและน้ำโดยใช้ข้าวประมาณ 70% หรือต่ำกว่า

11.3) Honjozo-shu เป็นสาเกที่ผลิตจากขบวนการหมักจะมีการเติมแอลกอฮอล์ลงไปในการหมักและข้าวที่มีหัวเชื้อและน้ำโดยใช้ประมาณ 70% หรือต่ำกว่ามีขบวนการหมักที่แตกต่างจากGinjo-shu

### 2.1.3 การวัดความแรงของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ความแรงของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นการวัดโดยการประมาณค่า 2 เท่าของปริมาณแอลกอฮอล์หน่วยเป็น “ปรูฟ” (Proof) (Bruess and Richardson. 1992 : 372) ความแรงของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ = 2 X จำนวนร้อยละของปริมาณแอลกอฮอล์เช่นเปียร์ต่างประเทศมีปริมาณแอลกอฮอล์ร้อยละ 4-6 จะมีความแรงอยู่ระหว่างในช่วง 8 -12 ปรูฟความเข้มข้นของแอลกอฮอล์ในกระแสเลือด (Blood Alcohol Concentration = BAC) หมายถึงร้อยละของแอลกอฮอล์ในกระแสเลือดมักถูกใช้ในการพิจารณาผู้ขับขี่รถยนต์ที่มีอาการเมาและให้ประโยชน์กับผู้ดื่มได้รู้ว่าเขาจะดื่มได้มากน้อยเท่าใดที่ตัวผู้ดื่มยังมีความสามารถอยู่ค่าความเข้มข้นในกระแสเลือดขึ้นอยู่กับน้ำหนักของร่างกายปริมาณที่ดื่มระยะเวลาในการดื่มโดย 1 แก้วที่ดื่มนั้นหมายถึงเปียร์ 12 ออนซ์ไวน์ 4 ออนซ์และเหล้าอื่นที่มีความแรง 100 ปรูฟ 1 ออนซ์โดยมีสูตรการคำนวณคือ

$$BAC = C - \frac{(H \times 0.015)}{BV}$$

โดยที่

C = 14 เท่าของจำนวนแก้วที่ดื่ม

BV = 8 เท่าของน้ำหนักร่างกาย (กิโลกรัม)

H = ระยะเวลาในการดื่ม



ความเข้มข้นของแอลกอฮอล์ในกระแสดมมีหน่วยเป็นเปอร์เซ็นต์ตั้งนั้น 0.05  
เปอร์เซ็นต์หมายถึงปริมาณแอลกอฮอล์ 5 มิลลิลิตรต่อเลือด 10 ลิตร

## 2.2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (Association of Southeast Asian Nations - ASEAN) และ เขตการค้าเสรีอาเซียน (ASEAN Free Trade Area: AFTA)

### 2.2.1 ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (Association of Southeast Asian Nations - ASEAN)

สมาคมประชาชาติแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (Association of Southeast Asian Nations หรือ ASEAN) ก่อตั้งขึ้นโดยปฏิญญากรุงเทพ (Bangkok Declaration) หรือปฏิญญาอาเซียน (ASEAN Declaration) เมื่อวันที่ 8 สิงหาคม 2510 โดยมีประเทศสมาชิก 5 ประเทศ ประกอบด้วย อินโดนีเซีย มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ และประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมความร่วมมือทางการเมือง เศรษฐกิจและสังคม ของประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และเพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขัน เสริมสร้างบรรยากาศการค้าการลงทุนหรือประชาคมเศรษฐกิจไร้พรมแดน (Borderless Economy) ซึ่งต่อมามีประเทศสมาชิกเพิ่มเติม ได้แก่ บรูไนดารุส-ซาลาม เวียดนาม ลาว เมียนมาร์ และกัมพูชาตามลำดับ จึงทำให้ปัจจุบันอาเซียน มีสมาชิก 10 ประเทศ



## วัตถุประสงค์ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

วัตถุประสงค์หลักที่กำหนดไว้ในปฏิญญาอาเซียน (The ASEAN Declaration) มี 7 ประการ ดังนี้

1. ส่งเสริมความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ ความก้าวหน้าทางสังคมและวัฒนธรรม
2. ส่งเสริมการมีเสถียรภาพ สันติภาพและความมั่นคงของภูมิภาค
3. ส่งเสริมความร่วมมือทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม วิชาการ วิทยาศาสตร์ และด้านการบริหาร
4. ส่งเสริมความร่วมมือซึ่งกันและกันในการฝึกอบรมและการวิจัย
5. ส่งเสริมความร่วมมือในด้านเกษตรกรรมและอุตสาหกรรม การค้า การคมนาคม การสื่อสาร และปรับปรุงมาตรฐานการดำรงชีวิต
6. ส่งเสริมการมีหลักสูตรการศึกษาเอเชียตะวันออกเฉียงใต้
7. ส่งเสริมความร่วมมือกับองค์กรระดับภูมิภาคและองค์กรระหว่างประเทศ

## วิสัยทัศน์อาเซียน (ASEAN Vision)

ในปี พ.ศ. 2540 (ค.ศ. 1997) ซึ่งเป็นปีที่ครบรอบ 30 ปี ของการก่อตั้งอาเซียน ได้มีการกำหนดวิสัยทัศน์อาเซียน พ.ศ. 2563 (ASEAN Vision 2020) ซึ่งเกิดจากคำประกาศของผู้นำรัฐและหัวหน้ารัฐบาลของประเทศสมาชิกอาเซียน ในการประชุมสุดยอดอย่างไม่เป็นทางการ ครั้งที่ 2 เมื่อวันที่ 15 ธันวาคม 2540 ณ กรุงกัวลาลัมเปอร์ประเทศมาเลเซียเพื่อกำหนดเป้าหมายวิสัยทัศน์ของอาเซียนในการเข้าสู่ศตวรรษที่ 21 โดยมองว่า ณ ขณะนั้นอาเซียนมีความพร้อมแล้ว ทั้งด้านศักยภาพทางเศรษฐกิจ เสถียรภาพทางการเมืองภายในประเทศ ความมั่นคงทางการเมืองระหว่างประเทศและความเติบโตก้าวหน้าทางสังคม ด้วยความมั่นใจในความแข็งแกร่งและศักยภาพของตน ผู้นำประเทศสมาชิกอาเซียนจึงได้รับรองเอกสาร วิสัยทัศน์ 2020 ASEAN Vision 2020) สู่การเป็น A Concert of Southeast Asian Nations หรือความสมัครสมานร่วมมือกันของเอเชียตะวันออกเฉียงใต้โดยได้วางหลักการเพื่อทำให้อาเซียนบรรลุในวิสัยทัศน์อาเซียน 2020 ดังนี้

- 1) วงสมานฉันท์แห่งประชาชาติเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (A Concert of Southeast Asian Nation)
- 2) หุ่นส่วนเพื่อการพัฒนาอย่างมีพลวัต (A Partnership in Dynamic Development)
- 3) มุ่งปฏิสัมพันธ์กับประเทศภายนอก (An Outward-looking ASEAN)
- 4) ชุมชนที่สังคมเอื้ออาทรต่อกัน (A Community of Caring Societies )

ต่อมาในการประชุมสุดยอดอาเซียน ครั้งที่ 9 ที่เมืองบาหลีประเทศอินโดนีเซีย ผู้นำประเทศสมาชิกอาเซียนได้ ตอบสนองต่อการบรรลุวิสัยทัศน์อาเซียนเพิ่มเติม โดยได้ลงในปฏิญญาว่าด้วยความร่วมมืออาเซียน ฉบับที่สอง (Declaration of ASEAN Concord II หรือ Bali Concord II) โดยการเห็นชอบให้มีการจัดตั้ง ประชาคมอาเซียน (ASEAN Community) ภายในปี 2563 ประกอบด้วยสามด้านหลัก ได้แก่ ประชาคมการเมืองและความมั่นคงอาเซียน (ASEAN Political-Security Community : APSC) ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community : AEC) และประชาคมสังคมและ วัฒนธรรมอาเซียน (ASEAN Socio-Cultural Community : ASCC)

### ประชาคมอาเซียน (ASEAN Community)

อาเซียนมีวัตถุประสงค์เริ่มแรกเพื่อสร้างสันติภาพในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ อันนำมาซึ่งเสถียรภาพทางการเมือง และความเจริญก้าวหน้าทางเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม ต่อมา เมื่อสภาพการค้าระหว่างประเทศต่างๆ ในโลกมีแนวโน้มที่จะกีดกันการค้ามากขึ้น ทำให้อาเซียนต้องหันมามุ่งเน้นการกระชับ และขยายความร่วมมือด้านการค้าระหว่างกัน โดยมีการจัดตั้งประชาคมความร่วมมือทางเศรษฐกิจ ดังนี้

**(1) ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community: AEC)** ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน เป็นการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจมีวัตถุประสงค์เพื่อให้อาเซียนมีตลาดและฐานการผลิตเดียวกันและมีการเคลื่อนย้ายสินค้า บริการ การลงทุน เงินทุน และแรงงานมีฝีมืออย่างเสรีดังนั้นอาเซียนจึงได้จัดทำแผนงานการจัดตั้งประชาคมเศรษฐกิจ

อาเซียน (ASEAN Economic Community Blueprint) ซึ่งเป็นแผนงานบูรณาการการดำเนินงานในด้านเศรษฐกิจเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ 4 ด้าน คือ

1) การเป็นตลาดและฐานการผลิตเดียว (single market and production base) โดยจะมีการเคลื่อนย้ายสินค้า บริการ การลงทุนและแรงงานฝีมืออย่างเสรี และการเคลื่อนย้ายเงินทุนอย่างเสรีมากขึ้น

2) การสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจของอาเซียนโดยให้ความสำคัญกับประเด็นนโยบายที่จะช่วยส่งเสริมการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจเช่น นโยบายการแข่งขัน การคุ้มครองผู้บริโภค สิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา นโยบายภาษี และการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน

3) การพัฒนาเศรษฐกิจอย่างเสมอภาคให้มีการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมและการเสริมสร้างขีดความสามารถผ่านโครงการต่าง ๆ

4) การบูรณาการเข้ากับเศรษฐกิจโลกโดยเน้นการปรับประสานนโยบายเศรษฐกิจของอาเซียนกับประเทศภายนอกภูมิภาค

## (2) ประชาคมการเมืองความมั่นคงอาเซียน (ASEAN Political-Security Community: APSC)

ประชาคมการเมืองความมั่นคงอาเซียน เป็นประชาคมที่จัดตั้งขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเสริมสร้างสันติภาพและความมั่นคงของภูมิภาค เพื่อให้ประเทศในภูมิภาคอยู่ร่วมกันอย่างสันติสุขและสามารถแก้ไขปัญหาและความขัดแย้งอย่างสันติวิธี โดยได้จัดทำแผนงานการจัดตั้งประชาคมการเมืองและความมั่นคงอาเซียน (ASEAN Political-Security Community Blueprint) โดยเน้นหลัก 3 ประการ คือ

1) การมีกฎเกณฑ์และค่านิยมร่วมกันครอบคลุมถึงกิจกรรมต่าง ๆ ที่จะร่วมกันทำเพื่อสร้างความเข้าใจในระบบสังคมวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ที่แตกต่างของประเทศสมาชิกส่งเสริมพัฒนาการทางการเมืองไปในทิศทางเดียวกัน เช่น หลักการประชาธิปไตย การส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิมนุษยชน การสนับสนุนการมีส่วนร่วมของภาคประชาสังคม การต่อต้านการทุจริตการส่งเสริมหลักนิติธรรมและธรรมาภิบาล เป็นต้น

2) ส่งเสริมความสงบสุขและรับผิดชอบร่วมกันในการรักษาความมั่นคงสำหรับประชาชนที่ครอบคลุมในทุกด้าน รวมทั้งขยายความร่วมมือเพื่อต่อต้านภัยคุกคามรูปแบบใหม่ เช่น การต่อต้านการก่อการร้าย อาชญากรรมข้ามชาติต่าง ๆ เช่น ยาเสพติดการค้ามนุษย์ ตลอดจนการเตรียมความพร้อมเพื่อป้องกันและจัดการภัยพิบัติและภัยธรรมชาติ

3) การมีพลวัตและปฏิสัมพันธ์กับโลกภายนอกเพื่อเสริมสร้างบทบาทของอาเซียนในความร่วมมือระดับภูมิภาค เช่น กรอบอาเซียน+3 กับจีน ญี่ปุ่น สาธารณรัฐเกาหลี (เกาหลีใต้) และการประชุมสุดยอดเอเชียตะวันออก ตลอดจนความสัมพันธ์ที่เข้มแข็งกับมิตรประเทศอื่นๆ

### (3) ประชาคมสังคมและวัฒนธรรมอาเซียน (ASEAN Socio-Cultural Community: ASCC)

ประชาคมสังคมและวัฒนธรรมอาเซียน เป็นประชาคมที่มีวัตถุประสงค์เพื่อให้เป็นประชาคมที่มีประชาชนเป็นศูนย์กลางมีสังคมที่เอื้ออาทรและแบ่งปันกัน ประชากรอาเซียนมีสภาพความเป็นอยู่ที่ดีและมีการพัฒนาในทุกด้านเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน ส่งเสริมการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืนรวมทั้งส่งเสริมอัตลักษณ์อาเซียน (ASEAN Identity) เพื่อรองรับการเป็นประชาคมสังคมและวัฒนธรรมอาเซียนโดยได้จัดทำแผนงานการจัดตั้งประชาคมสังคมและวัฒนธรรมอาเซียน (ASEAN Socio-Cultural Community Blueprint) ซึ่งประกอบด้วยความร่วมมือใน 6 ด้าน ได้แก่

- 1) ด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์
- 2) ด้านการคุ้มครองและสวัสดิการสังคม
- 3) ด้านสิทธิและความยุติธรรมทางสังคม
- 4) ด้านความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม
- 5) ด้านการสร้างอัตลักษณ์อาเซียน
- 6) ด้านการลดช่องว่างทางการพัฒนา

นอกจากนี้ ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ยังมีเป้าหมายของการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจเป็น ตลาดและฐานการผลิตเดียว (Single Market and Production Base) โดยให้มีการเคลื่อนย้ายสินค้า บริการ การลงทุน และแรงงานมีฝีมือภายในอาเซียนอย่างเสรี และการเคลื่อนย้ายเงินทุนที่เสรีมากขึ้น (Free flow of goods, services, investment, and skilled

labors, and freer flow of capital) ภายในปี พ.ศ. 2558 (ค.ศ. 2015) โดยมีแผนการดำเนินงาน เพื่อจัดตั้งประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน หรือ (AEC Blueprint) ซึ่งมีองค์ประกอบสำคัญดังนี้

1) การเป็นตลาดและฐานการผลิตเดียว ซึ่งจะนำไปสู่การใช้กฎระเบียบ การค้าในประเทศสมาชิกทั้งหมดเป็นอย่างเดียวกัน (Harmonization of Rules and Regulations) ทั้งในด้านมาตรฐาน คุณภาพ ราคา อัตราภาษี รวมถึงกฎระเบียบในการซื้อขาย การขจัดมาตรการและข้อกีดกันต่างๆ รวมถึงการมีมาตรการอำนวยความสะดวกทางการค้า เงื่อนไขการเคลื่อนย้ายบุคคลสัญชาติอาเซียนประเภทบริการและการลงทุนที่เสรี

2) การสร้างอาเซียนให้เป็นภูมิภาคที่มีขีดความสามารถในการแข่งขันสูง (Highly Competitive Economic Region) ในเวทีการค้าโลกได้แก่ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน โทรคมนาคม การเงินการธนาคารการจัดระบบการค้าให้มีการแข่งขันที่เป็นธรรม และการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา เป็นต้น

3) การพัฒนาทางเศรษฐกิจอย่างเท่าเทียมกันระหว่างสมาชิกอาเซียน โดยพัฒนา SMEs และเสริมสร้างขีดความสามารถผ่านโครงการความร่วมมือต่างๆ เช่น โครงการริเริ่มเพื่อการรวมกลุ่มของอาเซียน (Initiative for ASEAN Integration: IAI) ในการลดช่องว่าง การพัฒนาเศรษฐกิจของแต่ละประเทศสมาชิก

4) การเชื่อมโยงของอาเซียนเข้ากับเศรษฐกิจโลก ด้วยการเน้นและปรับ ประสานนโยบายเศรษฐกิจอาเซียนกับประเทศนอกภูมิภาค ให้มีท่าที่ร่วมกัน โดยการจัดทำเขต การค้าเสรีอาเซียนกับประเทศคู่เจรจาต่างๆ เพื่อให้เครือข่ายการผลิต/จำหน่ายภายในอาเซียน เชื่อมโยงกับเศรษฐกิจส่วนอื่นของโลก

ในการรวมกลุ่มการค้าเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (หรือ AEC) ได้ มีการตกลงที่จะรวมกลุ่มสินค้าและบริการใน 12 สาขาสำคัญของอาเซียน (Priority Integration Sectors<sup>1</sup>) เป็นโครงการนำร่องบนพื้นฐานของการส่งเสริมให้เกิดการเคลื่อนย้ายสินค้า และบริการ ในสาขาดังกล่าวได้อย่างเสรี และให้มีการรวมกลุ่มในด้านการผลิตและการจัดซื้อวัตถุดิบ เพื่อ ส่งเสริมการเป็นฐานการผลิตร่วมและให้มีการใช้ทรัพยากรอาเซียนอย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีการ กำหนด แผนงาน (Roadmaps) ในอาเซียน ได้แก่

- 1) เร่งขจัดภาษีนำเข้าสินค้า ใน 9 สาขาหลัก ได้แก่ เกษตร ประมง ไม้ ยาง สิ่งทอ ยานยนต์ อิเล็กทรอนิกส์ เทคโนโลยีสารสนเทศและสุขภาพ
- 2) ขจัดมาตรการที่มีใช้ภาษี(NTBs)3 ทั้งหมดภายในปี พ.ศ.2553 สำหรับฟิลิปปินส์ภายในปี พ.ศ. 2555 และกลุ่ม CLMV ภายในปี
- 3) ปรับปรุงกฎว่าด้วยถิ่นกำเนิดสินค้า (ROO)4 ให้มีความโปร่งใส มีมาตรฐานสากล และอำนวยความสะดวกให้แก่ภาคเอกชนมากขึ้น
- 4) เปิดเสรีบริการใน 5 สาขา (Priority Services Sectors) ได้แก่ การท่องเที่ยวสุขภาพ e-ASEAN (เทคโนโลยีสารสนเทศและคอมพิวเตอร์ และการบิน (ในปี พ.ศ. 2553) และโลจิสติกส์ (ในปี พ.ศ. 2556)
- 5) ส่งเสริมการร่วมลงทุนอาเซียนในสาขาอุตสาหกรรมที่มี ศักยภาพ สร้างเครือข่ายด้านการลงทุนของอาเซียน จัดตั้งเขตส่งเสริมการลงทุนพิเศษ และเขต นิคมอุตสาหกรรมในอาเซียน เพื่อให้เกิดการเชื่อมโยงด้านการผลิตและการใช้วัตถุดิบภายใน อาเซียน
- 6) การอำนวยความสะดวกด้านพิธีการด้านศุลกากร ให้ดำเนินการ ตามความตกลงว่าด้วยการอำนวยความสะดวกด้านศุลกากรด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ ณ จุดเดียว (One Stop Servicer) และยังมีระบบ National Single Window (NSW) เพื่อนำไปเชื่อมโยง เป็นระบบ ASEAN
- 7) การพัฒนามาตรฐานและความสอดคล้องของผลิตภัณฑ์ใน อาเซียน ให้มีการจัดทำหนังสือมาตรฐานการยอมรับร่วม (Mutual Recognition Agreement: MRAs) เป็นการให้การรับรองคุณภาพมาตรฐานของสินค้าและบริการของอาเซียนสำหรับ ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง อาหาร ยา สมุนไพร ผลิตภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์และเครื่องใช้ไฟฟ้า
- 8) การเคลื่อนย้ายของนักธุรกิจ ผู้เชี่ยวชาญ ผู้ประกอบวิชาชีพ แรงงานฝีมือ และผู้มีความสามารถพิเศษ โดยให้มีการพัฒนาจัดทำ ASEAN Business Card เพื่อ อำนวยความสะดวกในการเดินทางให้แก่นักธุรกิจอาเซียน และทำ MRAs สำหรับวิชาชีพต่างๆ ใน สาขาแพทย์ ทันตแพทย์พยาบาล สถาปนิก วิศวกร นักบัญชี และนักสำรวจแล้ว เพื่ออำนวยความสะดวกในการประกอบวิชาชีพของผู้เชี่ยวชาญและแรงงานฝีมือในอาเซียน

### เขตการค้าเสรีอาเซียน (ASEAN Free Trade Area: AFTA)

เขตการค้าเสรีอาเซียน (ASEAN Free Trade Area: AFTA) เป็นข้อตกลงทางการค้า สำหรับสินค้าที่ผลิตภายในประเทศสมาชิกอาเซียนทั้งหมด โดยเกิดจากความต้องการร่วมมือทางการค้าจากประเทศต่างๆในอาเซียน เพื่อให้อาเซียนเป็นภูมิภาคที่มีศักยภาพทางด้านเศรษฐกิจ และเพิ่มอำนาจในการต่อรองทางด้านเศรษฐกิจในเวทีโลก นอกจากนี้อาเซียนยังมีความต้องการที่จะดึงดูดประเทศต่างๆให้เข้ามาลงทุน เพื่อความเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่องภายในภูมิภาค โดย เขตการค้าเสรีอาเซียน จะทำให้การค้าขายสินค้าในอาเซียนเป็นไปอย่างเสรี มีการคิดอัตราภาษีระหว่างกันในระดับที่ต่ำ และปราศจากข้อกำหนดทางการค้า อันจะส่งผลให้ประเทศสมาชิกจะมีต้นทุนการผลิตสินค้าที่ลดลง อีกทั้งเป็นการเพิ่มปริมาณทางการค้าในภูมิภาคให้มากยิ่งขึ้น ทำให้อาเซียนเป็นภูมิภาคที่มีการเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างรวดเร็วและมั่นคง โดยเขตการค้าเสรีอาเซียน หรือ AFTA ได้ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2536 โดยมีเป้าหมายคือ เพิ่มประสิทธิภาพการผลิตของประเทศสมาชิก เพิ่มอำนาจต่อรองของประเทศสมาชิกในการเจรจาระหว่างประเทศ ดึงดูดการลงทุน

ภายใต้เขตการค้าเสรีอาเซียน ประเทศสมาชิกอาเซียนได้ตกลงร่วมกันที่จะค้าขายสินค้านี้ระหว่างกันอย่างเสรีเพื่อส่งเสริมความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศสมาชิก โดยที่ผ่านมาในการใช้สิทธิประโยชน์จากการส่งออกภายใต้ ภายใต้เขตการค้าเสรีอาเซียน มีข้อตกลงว่าด้วยการใช้อัตราภาษีศุลกากรพิเศษเท่ากัน ของประเทศสมาชิกอาเซียน (Common Effective Preferential Tariff:CEPT) โดยการลดภาษีศุลกากรในกลุ่มสมาชิกให้เหลือน้อยที่สุดและเป็น 0 % โดยประเทศสมาชิกเริ่มต้น 6 ประเทศ จะลดภาษีศุลกากรเป็น 0 % ในปี พ.ศ. 2553 และสมาชิกที่เหลืออีก 4 ประเทศ ได้แก่ เวียดนาม พม่า ลาว และกัมพูชาประเทศ จะลดภาษีศุลกากรเป็น 0 % ในปี พ.ศ. 2558 อย่างไรก็ตาม เมื่อมีการใช้CEPT มาระยะหนึ่ง ประเทศสมาชิกอาเซียนได้เห็นชอบการปรับปรุงข้อตกลงให้มีความเหมาะสมและมีประสิทธิภาพมากขึ้น จึงได้มีการร่างข้อตกลงการค้าสินค้านี้ระหว่างประเทศสมาชิกอาเซียน (ASEAN Trade in Goods Agreement: ATIGA) โดยในข้อตกลงดังกล่าว ได้ครอบคลุมทั้งประเด็นด้านข้อตกลงการลดภาษีสินค้า และประเด็นอื่นๆมากขึ้น เช่น การลดมาตรการที่ไม่ใช่ภาษีระหว่างประเทศสมาชิก การอำนวยความสะดวกทางการค้าระหว่างประเทศ และกระบวนการด้านศุลกากร มาตรการด้านสุขอนามัย มาตรการเทคนิคอื่นๆที่ลดอุปสรรคทางการค้า เป็นต้น เพื่อให้กฎเกณฑ์ที่ โดยความตกลง ATIGA ได้มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 17 พฤษภาคม พ.ศ. 2553 (ค.ศ. 2010 )



## ความสัมพันธ์และความร่วมมือระหว่างอาเซียนและภาคีภายนอก

ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา 50 ปีที่ผ่านมา นับตั้งแต่การก่อตั้งสมาคมประชาชาติเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (Association of Southeast Asian Nations) หรือ อาเซียน (ASEAN) ในวันที่ 8 สิงหาคม พ.ศ. 2510 ตามปฏิญญากรุงเทพฯ (Bangkok Declaration) และได้มีการพัฒนาเป็นประชาคมอาเซียน (ASEAN Community) ในปี พ.ศ. 2558 อาเซียนได้มีการเสริมสร้างความเชื่อมโยงระหว่างกันทั้งด้านกายภาพ กฎระเบียบ และระหว่างประชาชน เพื่อให้อาเซียนเป็นประชาคมที่มีความเป็นหนึ่งเดียวกันอย่างแท้จริง นอกจากนี้ อาเซียนได้ขยายความร่วมมือและความสัมพันธ์ตลอดจนส่งเสริมความร่วมมือกับภาคีภายนอก (ASEAN External Relations) เพื่อสนับสนุนการสร้างประชาคมอาเซียนและส่งเสริมให้มหาอำนาจมีปฏิสัมพันธ์กับอาเซียนอย่างสร้างสรรค์ โดยให้ความสำคัญกับการรักษาความเป็นแกนกลางของอาเซียน (ASEAN centrality) ในโครงสร้างสถาปัตยกรรมภูมิภาค ภายใต้กรอบการประชุมสุดยอดอาเซียนบวกสาม (ASEAN PLUS THREE) การประชุมสุดยอดเอเชียตะวันออก (East Asia Summit : EAS) และการประชุมสุดยอดที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนการดำเนินความสัมพันธ์กับคู่เจรจาและภาคีภายนอกอื่น ๆ โดยมีท่าทีหนึ่งเดียวของอาเซียนเพื่อส่งเสริมบทบาทและรักษาผลประโยชน์อาเซียนเป็นสำคัญ

ปัจจุบัน อาเซียนมีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับและภาคีภายนอก ทั้งในรูปแบบ คู่เจรจา (Dialogue Partner) ได้แก่ อาเซียน – ญี่ปุ่น อาเซียน – ออสเตรเลีย อาเซียน – นิวซีแลนด์ อาเซียน – สหรัฐอเมริกา อาเซียน – แคนาดา อาเซียน – สาธารณรัฐเกาหลี อาเซียน – อินเดีย อาเซียน – จีน อาเซียน – รัสเซีย และ การร่วมมือกับองค์กรระดับภูมิภาค เช่น อาเซียน – สหภาพยุโรป (อียู) นอกจากนี้ ตามกฎบัตรอาเซียนข้อ 44 อาเซียนยังมีปฏิสัมพันธ์กับภาคีภายนอกในสถานะอื่นๆ เช่น การเป็นคู่เจรจาเฉพาะสาขา (Sectoral Dialogue Partner) เช่น ปากีสถาน นอร์เวย์ สวิตเซอร์แลนด์ และตุรกี และการเป็นหุ้นส่วนเพื่อการพัฒนา (Development Partner) คือ เยอรมนี และยังมีปาปัวนิวกินีเป็นประเทศผู้สังเกตการณ์พิเศษ (Special Observer) ของอาเซียนอีกด้วย ซึ่งความสัมพันธ์และความร่วมมือกับภาคีภายนอกเหล่านี้ นอกจากจะช่วยเสริมสร้างสันติภาพและส่งเสริมการพัฒนาทางเศรษฐกิจในภูมิภาคแล้ว ยังมีส่วนช่วยแก้ไขปัญหาท้าทายร่วมกัน ทั้งปัญหาที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ภัยพิบัติทางธรรมชาติ การก่อการร้ายและอาชญากรรมข้ามชาติ รวมทั้งช่วยเสริมสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีของประชาชนผ่านความร่วมมือด้านการศึกษา สาธารณสุข และการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยมีรายละเอียดความสัมพันธ์ ดังนี้

## อาเซียน – ญี่ปุ่น

อาเซียนและญี่ปุ่น เริ่มความสัมพันธ์ในฐานะคู่เจรจาอย่างไม่เป็นทางการในปี พ.ศ. 2516 และเป็นคู่เจรจา (Dialogue Partner) อย่างเป็นทางการ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2520 และในโอกาสครบรอบ 30 ปีความสัมพันธ์คู่เจรจาระหว่างอาเซียน- ญี่ปุ่น มีการจัดประชุมสุดยอดอาเซียน – ญี่ปุ่น สมัยพิเศษขึ้น (ASEAN-Japan Commemorative Summit) พ.ศ. 2556 ที่กรุงโตเกียว ความสัมพันธ์อาเซียน-ญี่ปุ่นได้รับการยกระดับเป็นหุ้นส่วนเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Partner) ทั้งสองฝ่ายมีการลงนามปฏิญญาโตเกียวว่าด้วยการเป็นหุ้นส่วนที่มีพลวัตและยั่งยืนระหว่างอาเซียน-ญี่ปุ่นในสหัสวรรษใหม่ (Tokyo Declaration for the Dynamic and Enduring ASEAN-Japan Partnership in the New Millennium) และรับรองแผนปฏิบัติการอาเซียน-ญี่ปุ่น (ASEAN-Japan Plan of Action) โดยมีความร่วมมือในมิติ 3 เสา ดังนี้

### 1) มิติด้านการเมืองและความมั่นคง

ในปี พ.ศ. 2556 นายกรัฐมนตรีญี่ปุ่นได้ประกาศนโยบาย “Proactive Contribution to Peace” ซึ่งมุ่งเน้นให้ญี่ปุ่นมีบทบาทด้านความมั่นคงในภูมิภาคให้มากขึ้น รวมถึงเสนอให้มีการเจรจาโต้ะกลมระหว่างรัฐมนตรีกลาโหมอาเซียนและญี่ปุ่นเพื่อหารือเรื่องภัยคุกคามรูปแบบใหม่ในการประชุมสุดยอดอาเซียน-ญี่ปุ่น ครั้งที่ 20 เมื่อวันที่ 13 พฤศจิกายน พ.ศ. 2560 ญี่ปุ่นต้องการให้อาเซียนมีบทบาทในความร่วมมือ Indo-Pacific และในปัญหาทะเลจีนใต้ และสนับสนุนให้เริ่มมีการเจรจาจัดทำ Code of Conduct (COC) in the South China Sea ที่มีประสิทธิภาพ (Effective)

ในการประชุมรัฐมนตรีต่างประเทศอาเซียน-ญี่ปุ่น เมื่อวันที่ 7 สิงหาคม พ.ศ. 2561 ที่สิงคโปร์ อาเซียนยินดีกับการครบรอบ 45 ปี ความสัมพันธ์อาเซียน-ญี่ปุ่น ในปี พ.ศ. 2561 ซึ่งครอบคลุมในทุกด้าน และนำไปสู่สันติภาพและเสถียรภาพในภูมิภาค

ในการประชุมสุดยอดอาเซียน – ญี่ปุ่น ครั้งที่ 21 เมื่อเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2561 ที่สิงคโปร์ ทั้งสองฝ่ายได้ออกแถลงการณ์ร่วม (Joint Statement) ในโอกาสครบรอบ 45 ปี ความสัมพันธ์ประเทศคู่เจรจาระหว่างอาเซียน-ญี่ปุ่น โดยที่ประชุมฯ เห็นพ้องที่จะเสริมสร้างความร่วมมือในการแก้ไขปัญหาความมั่นคงรูปแบบใหม่และอาชญากรรมข้ามชาติ รวมทั้งการก่อการร้าย ความมั่นคงทางทะเล และความมั่นคงทางไซเบอร์ และสนับสนุนการเจรจาจัดทำ Work Plan for Cooperation to Combat Terrorism ฉบับใหม่ ซึ่งจะส่งเสริมความสัมพันธ์ในทุกระดับผ่านการสร้างขีดความสามารถและการแลกเปลี่ยนข้อมูล ตลอดจนยินดีกับการจัดตั้ง ASEAN-Japan Cybersecurity Capacity Building Centre ในไทย

## 2) มิติด้านเศรษฐกิจ

ในปี พ.ศ. 2560 ญี่ปุ่นเป็นคู่ค้าอันดับที่ 4 ของอาเซียน โดยการค้าระหว่างอาเซียนกับญี่ปุ่น มีมูลค่ากว่า 217,900 ล้านดอลลาร์สหรัฐ อีกทั้งมีการลงทุนโดยตรง (Foreign Direct Investment) จากญี่ปุ่นมูลค่ากว่า 13,200 ล้านดอลลาร์สหรัฐไปยังอาเซียน จัดเป็นอันดับที่ 2 ของประเทศคู่เจรจา ทั้งสองฝ่ายได้ตั้งเป้าขยายการค้าสินค้า การค้าบริการ และการลงทุนเป็นสองเท่าภายในปี พ.ศ. 2565 (เฉลี่ยร้อยละ 7.18 ต่อปี) เพื่อให้การค้าสินค้ามีมูลค่า 524,800 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และการลงทุนมีมูลค่า 41,600 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยมีแผนงานยุทธศาสตร์ความร่วมมือทางเศรษฐกิจอาเซียนญี่ปุ่นระยะ 10 ปี (2555-2565) เป็นตัวขับเคลื่อน ซึ่งครอบคลุม 3 สาขา ได้แก่

- (1) การส่งเสริมการค้าระหว่างอาเซียนเข้ากับภูมิภาคเอเชียตะวันออก
- (2) ส่งเสริมความร่วมมือด้านอุตสาหกรรมให้เข้มแข็งภายใต้โครงสร้างอุตสาหกรรมที่ทันสมัย
- (3) พัฒนาความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจและคุณภาพชีวิตของประชาชนในภูมิภาค เมื่อเดือนเมษายน พ.ศ. 2560 ได้มีการจัดตั้งเครือข่ายนวัตกรรมอาเซียน-ญี่ปุ่น (ASEAN-Japan Innovation Network: AJIN) เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยี และเกิดความเชื่อมโยงระหว่างภาคธุรกิจของอาเซียนกับญี่ปุ่น โดยได้รับทุน 20 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

ในปี พ.ศ. 2551 อาเซียนและญี่ปุ่นได้ลงนามความตกลงหุ้นส่วนเศรษฐกิจอาเซียน-ญี่ปุ่น (ASEAN-Japan Comprehensive Economic Partnership: AJCEP) ซึ่งกำหนดให้จัดตั้งเขตการค้าเสรีระหว่างกันครอบคลุมการเปิดเสรีด้านการค้าสินค้าการค้าบริการ และการลงทุน และส่งเสริมความร่วมมือทางเศรษฐกิจ ล่าสุด อยู่ระหว่างกระบวนการจัดทำพิธีสารแก้ไขความตกลงเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ

### 3) มิติด้านสังคมและวัฒนธรรม

การแลกเปลี่ยนระหว่างประชาชน ญี่ปุ่นส่งเสริมการแลกเปลี่ยนนักศึกษาและเยาวชนหลายโครงการ อาทิ

(1) Japan East Asia Network of Exchange for Student and Youth (JENESYS 2.0)

โครงการ WA Project เพื่อส่งเสริมความร่วมมือด้านวัฒนธรรมระหว่างเอเชียและญี่ปุ่น

(2) โครงการเรือเยาวชนเอเชียอาคเนย์ (Ship for Southeast Asian Youth Programme: SSEAYP)

(3) Sport for Tomorrow

การเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ เป็นประเด็นสำคัญของไทยและภูมิภาคเอเชีย (ไทยจะเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุเต็มรูปแบบหรือคิดเป็นร้อยละ 20 ของประชากรทั้งประเทศในปี 2568 (ค.ศ. 2025) และเป็นประเด็นหนึ่งใน UHC Health Development Agenda ที่กระทรวงสาธารณสุขกำลังขับเคลื่อนการเตรียมความพร้อมเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุของประชาคมอาเซียน โดยไทยต้องการเป็นศูนย์กลางทางวิชาการสำหรับการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้เกี่ยวกับแบบอย่างและประสบการณ์การดูแลผู้สูงอายุในอาเซียน ทั้งนี้ ไทยมีศูนย์ดูแลผู้สูงอายุระยะยาวที่จังหวัดสุราษฎร์ธานี เพื่อจัดการดูแลและฝึกอบรมให้แก่ผู้ดูแลสุขภาพ นอกจากนี้ กระทรวงสาธารณสุขร่วมกับกระทรวงพัฒนาสังคม และความมั่นคงของมนุษย์และ JICA โดยร่วมมือกันพัฒนารูปแบบการให้บริการทางสุขภาพและสวัสดิการสังคมเชิงบูรณาการโดยชุมชนอีกด้วย

### อาเซียน- ออสเตรเลีย

อาเซียนและออสเตรเลียเป็นคู่เจรจา (Dialogue Partner) ที่เก่าแก่ที่สุดของอาเซียน ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2517 โดยออสเตรเลียได้รับการยกระดับความสัมพันธ์เป็นหุ้นส่วนเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Partnership) เมื่อปีพ.ศ. 2557

ในโอกาสฉลองครบรอบ 40 ปีความสัมพันธ์คู่เจรจาระหว่างอาเซียน – ออสเตรเลีย มีการจัดประชุมสุดยอดอาเซียน – ออสเตรเลีย สมัยพิเศษ เมื่อวันที่ 12 พฤศจิกายน พ.ศ. 2557 ที่กรุงเนปยีดอ และมีการรับรองแผนปฏิบัติการอาเซียน – ออสเตรเลียเพื่อการดำเนินการตามความเป็นหุ้นส่วนเชิงยุทธศาสตร์ (Plan of Action to Implement the ASEAN-Australia Strategic Partnership) ค.ศ. 2015 – 2019 ในการประชุมดังกล่าว

การประชุมสุดยอดอาเซียน-ออสเตรเลียจะจัดขึ้นเป็นประจำทุก 2 ปี (ASEAN-Australia Biennial Summit) โดยการประชุมครั้งแรกจัดขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2559 ที่เวียงจันทน์ และครั้งที่ 2 ออสเตรเลียเป็นเจ้าภาพจัดการประชุมสุดยอดอาเซียน – ออสเตรเลีย สมัยพิเศษ (ASEAN-Australia Special Summit) ขึ้นที่นครซิดนีย์ ระหว่างวันที่ 17-18 มีนาคม พ.ศ. 2561

ในการประชุมสุดยอดอาเซียน – ออสเตรเลีย สมัยพิเศษ (ASEAN-Australia Special Summit) ที่นครซิดนีย์ เมื่อปี พ.ศ. 2561 ทั้งสองฝ่ายได้ประกาศข้อริเริ่ม 15 โครงการ โดยมุ่งเน้นประเด็นที่ทั้งสองฝ่ายมีผลประโยชน์ร่วมกัน และมีการรับรองเอกสารผลลัพธ์ จำนวน 2 ฉบับ ได้แก่ ปฏิญญาซิดนีย์ (Sydney Declaration) และบันทึกความเข้าใจว่าด้วยความร่วมมือในการต่อต้านการก่อการร้ายสากลระหว่างอาเซียนกับออสเตรเลีย (ASEAN-Australia MoU on Cooperation to Combat International Terrorism)

#### 1) มิติด้านการเมืองและความมั่นคง

ทั้งสองฝ่ายให้ความสำคัญกับการรับมือกับปัญหาความมั่นคงและภัยคุกคามรูปแบบใหม่ เช่น การต่อต้านการก่อการร้าย ความมั่นคงทางทะเล ความมั่นคงทางไซเบอร์ และการลักลอบค้ามนุษย์ ในปี พ.ศ. 2561 ได้มีการจัดการประชุมเชิงปฏิบัติการ ซึ่งเป็นข้อริเริ่มที่ประกาศในการประชุมสุดยอดอาเซียน – ออสเตรเลีย สมัยพิเศษ ที่นครซิดนีย์ โดยทั้งสองฝ่ายมีความร่วมมือในการแก้ไขปัญหาการค้ามนุษย์และการย้ายถิ่นฐานแบบไม่ปกติภายใต้โครงการออสเตรเลีย-เอเชีย เพื่อการต่อต้านการค้ามนุษย์ (ASEAN-Asia Program to Combat Trafficking in Persons: AAPTIP) อีกทั้ง ไทยพร้อมจะเป็นเจ้าภาพร่วมกับออสเตรเลียในการจัดประชุมเพื่อส่งเสริมศักยภาพของบุคลากรในการปฏิบัติตามอนุสัญญาอาเซียนว่าด้วยการต่อต้านการค้ามนุษย์ โดยเฉพาะสตรีและเด็ก (ASEAN Convention Against Trafficking in Persons, Especially Women and Children) ในปี พ.ศ. 2562 ทั้งสองฝ่ายจะขยายความร่วมมือในการแลกเปลี่ยนข่าวกรองระหว่างกันและการเสริมสร้างระบบการบริหารจัดการชายแดนในอาเซียน และภูมิภาค เพื่อส่งเสริมเสถียรภาพและความมั่นคงอันจะนำไปสู่ความเจริญรุ่งเรืองของภูมิภาคและประชาชน

## 2) มิติด้านเศรษฐกิจ

ในปี พ.ศ. 2560 ออสเตรเลียเป็นคู่ค้าอันดับที่ 7 ของอาเซียน มูลค่าการค้าระหว่างสองฝ่าย มากกว่า 59,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยออสเตรเลียมีการลงทุนโดยตรง (FDI) ไปยังอาเซียนมากกว่า 21,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ จัดเป็นอันดับที่ 6 ของประเทศคู่เจรจา ออสเตรเลียเป็นแหล่งท่องเที่ยวอันดับที่ 5 ของอาเซียน

อาเซียน ออสเตรเลีย และนิวซีแลนด์มีการลงนามความตกลงเพื่อจัดตั้งเขตการค้าเสรีอาเซียน-ออสเตรเลีย-นิวซีแลนด์ (AANZFTA) ร่วมกันเมื่อปี พ.ศ. 2552 โดยมีเป้าหมายในการขจัดภาษีร้อยละ 96 ของรายการสินค้าส่งออกภายในปี พ.ศ. 2563 เพื่อส่งเสริมการค้าออกสินค้าระหว่างกันออสเตรเลียสนับสนุนการพัฒนาโครงการสร้างพื้นฐานอาเซียนและการร่วมตัวประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนผ่านโครงการ ASEAN-Australia Development Cooperation Programme Phase II

## 3.) มิติด้านสังคมและวัฒนธรรม

อาเซียนและออสเตรเลียมีความร่วมมือด้านการศึกษาผ่านเครือข่ายมหาวิทยาลัยอาเซียน (ASEAN University Network: AUN) และโครงการแลกเปลี่ยนนักศึกษาผ่านแผนโคลัมโบ ฉบับใหม่ (New Colombo Plan) ซึ่งปัจจุบันครอบคลุมประเทศสมาชิกอาเซียนทุกประเทศแล้ว ปัจจุบันมีนักศึกษาจากประเทศออสเตรเลียภายใต้โครงการดังกล่าวในประเทศสมาชิกอาเซียน ประมาณ 40,000 คน อีกทั้ง กระทรวงการต่างประเทศและการค้าออสเตรเลียได้จัดตั้งสภาออสเตรเลีย-อาเซียน (Australia-ASEAN Council) เมื่อปี พ.ศ. 2558 เพื่อเป็นกลไกในการส่งเสริมความสัมพันธ์ในระดับประชาชน และเสริมสร้างความเข้าใจที่ระหว่างกัน ขณะเดียวกัน มีนักเรียน/นักศึกษาจากประเทศสมาชิกอาเซียนศึกษาอยู่ในออสเตรเลีย ประมาณ 120,000 คน ออสเตรเลียให้การสนับสนุนการดำเนินงานของศูนย์ประสานงานอาเซียนเพื่อความช่วยเหลือด้านมนุษยธรรมในการจัดการภัยพิบัติ (ASEAN Coordinating Centre for Humanitarian Assistance on disaster management: AHA Centre) พร้อมทั้งจัดส่งเจ้าหน้าที่ไปปฏิบัติงานที่ AHA Centre ด้วย

## อาเซียน – นิวซีแลนด์

ในโอกาสครบรอบ 40 ปี ความสัมพันธ์คู่เจรจาระหว่างอาเซียน – นิวซีแลนด์ มีการจัดประชุมสุดยอดอาเซียน-นิวซีแลนด์ สมัยพิเศษขึ้น เมื่อวันที่ 22 พฤศจิกายน พ.ศ. 2558 ที่กรุงกัวลาลัมเปอร์ ผู้นำสองฝ่ายประกาศยกระดับให้นิวซีแลนด์ เป็นหุ้นส่วนเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Partnership) รวมทั้งมีการรับรองแผนปฏิบัติการเพื่อปฏิบัติตามแถลงการณ์ร่วมอาเซียน-นิวซีแลนด์ว่าด้วยความสัมพันธ์หุ้นส่วนยุทธศาสตร์ พ.ศ. 2559-2563 (Plan of Action to Implement the Joint Statement for ASEAN-New Zealand Strategic Partnership 2016-2020)

### 1.) มิติด้านการเมืองและความมั่นคง

อาเซียนและนิวซีแลนด์ให้ความสำคัญและมีความร่วมมือในประเด็นต่าง ๆ อาทิ การลดและไม่แพร่ขยายอาวุธ มาตรการสร้างความไว้วางใจ การทูตเชิงป้องกัน การต่อต้านการก่อการร้ายและอาชญากรรมข้ามชาติ ความมั่นคงทางไซเบอร์ และความร่วมมือทางทะเล เป็นต้น นิวซีแลนด์มีส่วนร่วมอย่างแข็งขันในกรอบการประชุมสุดยอดเอเชียตะวันออก (East Asia Summit: EAS) การประชุมรัฐมนตรีกลาโหมอาเซียนกับรัฐมนตรีกลาโหมประเทศคู่เจรจา (ASEAN Defense Ministers Meeting Plus: ADMM-Plus) และการประชุมอาเซียนว่าด้วยความร่วมมือด้านการเมืองและความมั่นคงในภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิก (ASEAN Regional Forum: ARF)

### 2.) มิติด้านเศรษฐกิจ

ในปี พ.ศ. 2560 นิวซีแลนด์เป็นคู่ค้าอันดับที่ 10 ของอาเซียน มูลค่าการค้าระหว่างสองฝ่าย มากกว่า 9,523 ล้านดอลลาร์สหรัฐ นิวซีแลนด์มีการลงทุนโดยตรง (FDI) ไปยังอาเซียนมูลค่า 326.24 ล้านดอลลาร์สหรัฐ จัดเป็นอันดับที่ 9 ของประเทศคู่เจรจาการค้าและการลงทุนระหว่างอาเซียนกับนิวซีแลนด์มีเครื่องมือที่สำคัญ คือ ความตกลงเพื่อจัดตั้งเขตการค้าเสรีอาเซียน-ออสเตรเลีย-นิวซีแลนด์ (ASEAN-Australia-New Zealand Free Trade Area: AANZFTA) ซึ่งมีผลบังคับใช้เมื่อปี พ.ศ. 2553 โดยนิวซีแลนด์คาดว่าจะร้อยละ 100 ของจำนวนรายการสินค้าจะปรับลดภาษีเป็น 0 ภายในปี พ.ศ. 2563 นอกจากนี้ นิวซีแลนด์มีส่วนร่วมในการเจรจาจัดทำความตกลงพันธมิตรทางเศรษฐกิจระดับภูมิภาค (Regional Comprehensive Economic Partnership: RCEP)

นิวซีแลนด์ส่งเสริมความเชื่อมโยง (Connectivity) กับอาเซียน โดยเฉพาะมิติด้านกฎระเบียบ รวมทั้งผลักดันความเชื่อมโยงทางอากาศ (air link) ตลอดจนเข้าร่วมเป็นสมาชิกธนาคารเพื่อการลงทุนโครงสร้างพื้นฐานแห่งเอเชีย (Asian Infrastructure Investment Bank : AIIB) เมื่อเดือนธันวาคม พ.ศ. 2558 ในฐานะประเทศก่อตั้งและเป็นชาติตะวันตกชาติแรกที่เข้าร่วมการลงทุนดังกล่าว

### 3.) มิติด้านสังคมและวัฒนธรรม

นิวซีแลนด์ให้ความสำคัญกับความเชื่อมโยงในระดับประชาชน (people-to-people) โดยส่งเสริมการแลกเปลี่ยนทางการศึกษา วัฒนธรรม เยาวชน และผู้ประกอบการผ่าน New Zealand Aids Programme ประจำปี พ.ศ. 2558-2562 ซึ่งเพิ่มเงินช่วยเหลือเป็น 208 ล้านดอลลาร์นิวซีแลนด์ ให้แก่ประเทศสมาชิกอาเซียน โดยเฉพาะประเทศ CLMV ข้อริเริ่มและโครงการที่สำคัญ อาทิ การให้ทุนการศึกษา การแลกเปลี่ยนนักธุรกิจรุ่นใหม่ และการจัดการภัยพิบัติ โดยเมื่อปี พ.ศ. 2560 นิวซีแลนด์ประกาศให้ทุน ASEAN@50 Fellowship ในโอกาสครบรอบ 50 ปี การสถาปนาอาเซียน จำนวน 5 ทุน แก่นักวิชาการอาเซียน ซึ่งนักวิชาการไทย 2 คนได้รับคัดเลือกเป็นผู้รับทุนดังกล่าวด้วย

### อาเซียน – สหรัฐอเมริกา

อาเซียนและสหรัฐฯ เป็นคู่เจรจา (Dialogue Partner) ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2520 สหรัฐฯ ได้รับการยกระดับความสัมพันธ์เป็นหุ้นส่วนเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Partnership) เมื่อปี พ.ศ. 2558 ในการประชุมสุดยอดอาเซียน – สหรัฐฯ ครั้งที่ 3 ที่กรุงกัวลาลัมเปอร์ โดยประธานาธิบดีโอบามาได้เชิญผู้นำอาเซียนเข้าร่วมการประชุมสุดยอดผู้นำอาเซียน – สหรัฐฯ สมัยพิเศษที่ซันนีแลนด์ เมืองแรนโซ มิราจ มลรัฐแคลิฟอร์เนีย ระหว่างวันที่ 15-16 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2559 และ เมื่อวันที่ 13 พฤศจิกายน พ.ศ. 2560 มีการจัดการประชุมสุดยอดอาเซียน-สหรัฐฯ สมัยพิเศษ ในโอกาสครบรอบ 40 ปี ความสัมพันธ์อาเซียน-สหรัฐฯ ที่กรุงมะนิลา โดยสหรัฐฯ ยืนยันจะร่วมมือกับอาเซียนในการเสริมสร้างเสถียรภาพ ความมั่นคง และความมั่งคั่งในภูมิภาค

การประชุมสุดยอดอาเซียน-สหรัฐฯ ครั้งที่ 6 วันที่ 15 พฤศจิกายน พ.ศ. 2561 ที่สิงคโปร์ ที่ประชุมได้รับรองถ้อยแถลงผู้นำอาเซียน – สหรัฐฯ ว่าด้วยความร่วมมือด้านความมั่นคงทางไซเบอร์ (ASEAN-U.S. Leaders' Statement on Cybersecurity Cooperation) ซึ่งเป็นการเน้นย้ำการส่งเสริมความร่วมมือระหว่างอาเซียนกับสหรัฐฯ ในการส่งเสริมให้เกิดพื้นที่ทางไซเบอร์ในภูมิภาคที่สันติ มั่นคง และมีภูมิคุ้มกัน



## 1) มิติด้านการเมืองและความมั่นคง

อาเซียนและสหรัฐฯ ย้ำถึงความสำคัญของการร่วมมือกับประเด็นท้าทายต่าง ๆ ได้แก่ ความมั่นคงทางทะเล การก่อการร้ายและแนวคิดสุดโต่ง ความมั่นคงทางไซเบอร์ ความมั่นคงทางสุขภาพ การค้ามนุษย์ การโยกย้ายถิ่นฐานแบบไม่ปกติ และการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ รวมถึงให้ความสำคัญกับการพัฒนาแนวคิดอินโด-แปซิฟิก ความเป็นแกนกลางของอาเซียน ซึ่งจะเป็นการสร้างดุลยภาพใหม่ทางยุทธศาสตร์ในภูมิภาค โดยสหรัฐฯ ให้การสนับสนุนและมีส่วนร่วมอย่างแข็งขันในกลไกที่อาเซียนเป็นต้นนำ ได้แก่ การประชุมสุดยอดเอเชียตะวันออก (East Asia Summit: EAS) การประชุมอาเซียนว่าด้วยความร่วมมือด้านการเมืองและความมั่นคงในภูมิภาคเอเชียและแปซิฟิก (ASEAN Regional Forum: ARF) และการประชุมรัฐมนตรีกลาโหมอาเซียนกับประเทศคู่เจรจา (ASEAN Defence Ministers' Meeting-Plus: ADMM-Plus) ความร่วมมืออาเซียน-สหรัฐฯ ในมิติด้านความมั่นคงเพื่อรับมือกับความท้าทายด้านความมั่นคงในรูปแบบใหม่จะช่วยส่งเสริมเสถียรภาพและความมั่นคงในภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิก ส่งผลให้ประชาชนดำเนินชีวิตได้อย่างสงบสุข มั่นคง และปลอดภัย

## 2) มิติด้านเศรษฐกิจ

สหรัฐฯ เป็นคู่ค้าลำดับที่ 3 และคู่ลงทุนอันดับที่ 4 ของอาเซียนมูลค่าการค้าระหว่างสองฝ่ายในปี 2560 (ค.ศ.2017) มีมูลค่า 258 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ\* โดยอาเซียนส่งออกไปสหรัฐฯ 170 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ และนำเข้าจากสหรัฐฯ 78 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ และมูลค่าการลงทุนกว่า 5.4 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

อาเซียนและสหรัฐฯ มีการจัดทำแผนงานความร่วมมือด้านการค้าและการลงทุนภายใต้กรอบความตกลงด้านการค้าและการลงทุนอาเซียน-สหรัฐฯ (ASEAN – U.S. Trade and Investment Framework Agreement: TIFA) เป็นประจำทุกปี เพื่อขยายความร่วมมือทางเศรษฐกิจระหว่างกัน โดยสหรัฐฯ มีข้อริเริ่มเพื่อขยายความร่วมมือทางเศรษฐกิจระหว่างสหรัฐฯ และอาเซียน (U.S. ASEAN Expanded Economic Engagement (E3) Initiative) ซึ่งเป็นข้อเสนอภายใต้ ASEAN – U.S. TIFA โดยมีสาระสำคัญที่เน้นการวางรากฐานสำหรับอาเซียนเพื่อเข้าสู่ความตกลงด้านการค้าที่มีมาตรฐานสูง ซึ่งปัจจุบันอาเซียนและสหรัฐฯ อยู่ระหว่างการหารือเพื่อให้สามารถยอมรับหลักการร่วมกันได้ นอกจากนี้ ยังมีโครงการสนับสนุนการเจริญเติบโตอย่างครอบคลุมของอาเซียนผ่านนวัตกรรม การค้า และพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (Inclusive Growth of ASEAN through Innovation, Trade and E-commerce – IGNITE)

อาเซียนคาดหวังให้สหรัฐฯ คงความเป็นหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจสำคัญกับอาเซียน โดยมีเป้าหมายคือการค้าที่มีกฎเกณฑ์ เสรี และเป็นธรรม มีระบบธรรมาภิบาล ผ่านการใช้ประโยชน์จากความตกลง / ความร่วมมือ ทางเศรษฐกิจที่มีอยู่อย่างเต็มที่ โดยเฉพาะผ่านกองทุนข้อริเริ่มทางเศรษฐกิจของสหรัฐฯ สำหรับภูมิภาคอินโด-แปซิฟิก วงเงิน 113 ล้าน ดอลลาร์สหรัฐฯ เพื่อสนับสนุนภาคธุรกิจในสาขาเศรษฐกิจดิจิทัล พลังงานและโครงสร้างพื้นฐานความร่วมมือและโครงการสนับสนุนต่าง ๆ จากสหรัฐฯ จะช่วยส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจในภูมิภาค โดยเฉพาะเพิ่มการลงทุนของเอกชนสหรัฐฯ ในภูมิภาค ยังผลถึงการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจและความกินดีอยู่ดีของประชาชนอาเซียนโดยรวม

### 3) มิติด้านสังคมและวัฒนธรรม

สหรัฐฯ สนับสนุนการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในภูมิภาค โดยเฉพาะการพัฒนา ศักยภาพเยาวชนในอาเซียน การส่งเสริมบทบาทสตรี การพัฒนา ศักยภาพของวิสาหกิจขนาด กลาง ขนาดย่อมและรายย่อย นอกจากนี้อาเซียนและสหรัฐฯ ยังให้ความสำคัญต่อประเด็น ด้านสิ่งแวดล้อม การเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ การบริหารจัดการและการบรรเทาผล จากภัยพิบัติทางธรรมชาติ และการจัดการทรัพยากรน้ำผ่านความร่วมมือในกรอบ สหประชาชาติกรอบอนุภูมิภาคและความร่วมมือระดับทวิภาคี

โครงการต่าง ๆ ที่สหรัฐฯ ให้การสนับสนุน อาทิ การให้ทุนการศึกษาฟูลไบรท์ (Fulbright U.S.-ASEAN Visiting Scholars Initiative) โครงการสำหรับเยาวชน Young Southeast Asian Leaders Initiative (YSEALI) รางวัลสำหรับนักวิทยาศาสตร์สตรีของ อาเซียน (ASEAN-U.S. Science Prize for Women) และโครงการรับนักศึกษาจากอาเซียน เข้าไปฝึกงานในบริษัทชั้นนำของสหรัฐฯ เป็นต้น

ประชาชนอาเซียนจะได้รับประโยชน์อย่างมากจากโครงการความร่วมมือต่าง ๆ ที่มี ส่วนช่วยในกระบวนการสร้างประชาคมอาเซียนให้มีความเข้มแข็งและยั่งยืน และยังมีส่วนช่วย เสริมสร้างความเข้าใจและความไว้วางใจระหว่างกันในอาเซียนและระหว่างอาเซียนและ สหรัฐฯ และเป็นการร่วมสร้างเครือข่ายในด้านความเชื่อมโยงกันระหว่างประชาชน นอกจากนี้ ยังเป็นการพัฒนาทรัพยากรบุคคลของอาเซียนให้มีความความพร้อมในการรับมือกับพลวัตของ โลกที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว

## อาเซียน – แคนาดา

ความสัมพันธ์อาเซียน-แคนาดาเริ่มต้นขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2520 และมีการลงนามความตกลงว่าด้วยความร่วมมือด้านเศรษฐกิจอาเซียน-แคนาดา (ASEAN-Canada Economic Cooperation Agreement: ACECA) เมื่อปี พ.ศ. 2524 ในโอกาสฉลองครบรอบ 35 ปี ความสัมพันธ์อาเซียน-แคนาดา เมื่อปี พ.ศ. 2555 มีการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ได้แก่ การแถลงข่าวร่วมเพื่อแสดงความยินดีในโอกาสฉลองครบรอบ 35 ปี ของความสัมพันธ์อาเซียน-แคนาดาและการแข่งขันตราสัญลักษณ์การฉลองครบรอบ 35 ปีความสัมพันธ์อาเซียน-แคนาดา

ในโอกาสฉลองครบรอบ 40 ปีความสัมพันธ์อาเซียน-แคนาดา เมื่อปี พ.ศ. 2560 มีการจัดประชุมสุดยอดอาเซียน-แคนาดา ในโอกาสครบรอบ 40 ปี ความสัมพันธ์อาเซียน-แคนาดา เมื่อวันที่ 14 พฤศจิกายน พ.ศ. 2560 ที่กรุงมะนิลา และมีการออก Co-Chairs' Press Statement of the ASEAN-Canada Commemorative Summit on the Occasion of the 40th Anniversary of the Establishment of ASEAN-Canada Dialogue Relations เป็นเอกสารผลลัพธ์ของการประชุม แคนาดามีความประสงค์จะยกระดับความสัมพันธ์ขึ้นเป็นหุ้นส่วนทางยุทธศาสตร์ (Strategic Partnership) ซึ่งไทยเห็นว่าอาจยังไม่มี ความแรงถ้วนในการยกระดับความสัมพันธ์ ในขณะนี้ โดยแคนาดาอาจเร่งเสริมสร้างความร่วมมือกับอาเซียนในทุกมิติให้มีความคืบหน้าและเป็นรูปธรรมมากกว่านี้เสียก่อน อย่างไรก็ตาม หากอาเซียนมีฉันทามติให้ยกระดับความสัมพันธ์ไทยก็พร้อมจะสนับสนุน ซึ่งอาจจะดำเนินการในกรอบเวลาที่สำนักเลขาธิการอาเซียนเสนอ คือ ในปี พ.ศ. 2563

### 1) มิติด้านการเมืองและความมั่นคง

ทั้งสองฝ่ายให้ความสำคัญกับความร่วมมือด้านความมั่นคงตามแนวชายแดน การลักลอบขนผู้ย้ายถิ่นฐาน การสร้างความไว้วางใจ การทูตเชิงป้องกัน การรักษาสันติภาพ การต่อต้านการก่อการร้าย การไม่แพร่ขยายอาวุธนิวเคลียร์ ความมั่นคงทางทะเล และการส่งเสริมการพัฒนาด้านสิทธิมนุษยชนในอาเซียนทั้งสองฝ่ายมีกลไกความร่วมมือในมิติความมั่นคงและการเมืองต่าง ๆ ที่อาเซียนมีบทบาทนำ ได้แก่ การประชุมอาเซียนว่าด้วยความร่วมมือด้านการเมืองและความมั่นคงในภูมิภาคเอเชียและแปซิฟิกว่าด้วยเรื่องความมั่นคงปลอดภัย (ASEAN Regional Forum: ARF) และการประชุมเจ้าหน้าที่อาวุโสอาเซียนด้านการปราบปรามอาชญากรรมข้ามชาติบวกแคนาดา (Senior Officials Meeting on Transnational Crime (SOMTC) Plus Canada Consultations)

แคนาดามีความประสงค์ที่จะเข้าร่วมในการประชุมสุดยอดเอเชียตะวันออก (East Asia Summit: EAS) และได้แจ้งความประสงค์ที่จะเข้าร่วมเป็นผู้สังเกตการณ์ในคณะทำงานผู้เชี่ยวชาญด้านมนุษยธรรมและการบรรเทาภัยพิบัติ และคณะทำงานผู้เชี่ยวชาญด้านความมั่นคงทางทะเล ภายใต้กรอบการประชุมรัฐมนตรีกลาโหมอาเซียนกับรัฐมนตรีกลาโหมประเทศคู่เจรจา (ASEAN Defence Ministers' Meeting-Plus: ADMM-Plus)

การเสริมสร้างความร่วมมือด้านความมั่นคงตามแนวชายแดน การลักลอบขนผู้ย้ายถิ่นฐาน และการก่อการร้ายในอาเซียนจะนำไปสู่การสร้างสันติภาพและเสถียรภาพในภูมิภาคอาเซียนและเอเชีย-แปซิฟิก ซึ่งจะช่วยเหลืออำนวยความสะดวกการพัฒนาด้านเศรษฐกิจของอาเซียนต่อไป

## 2) มิติด้านเศรษฐกิจ

ในปี พ.ศ.2560 แคนาดาเป็นคู่ค้าอันดับที่ 9 ของอาเซียน มูลค่าการค้าระหว่างสองฝ่าย มีมูลค่า 13.2 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ แคนาดามีการลงทุนโดยตรง (FDI) ไปยังอาเซียน ประมาณ 1 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ จัดเป็นอันดับที่ 8 ของประเทศคู่เจรจา โดยแคนาดาให้ความช่วยเหลืออาเซียนในสาขาเศรษฐกิจรวมมูลค่าประมาณ 22.9 ล้านดอลลาร์แคนาดา โดยเน้นเรื่องโครงสร้างพื้นฐานการเป็นหุ้นส่วนระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน (PPPs) การค้า การลงทุน และความช่วยเหลือทางเทคนิค การพัฒนา SMEs การลดช่องว่างด้านการพัฒนาภาคเกษตรและอาหาร โดยมีกลไกสำคัญ เช่น การประชุมเจ้าหน้าที่อาวุโสด้านเศรษฐกิจอาเซียน-แคนาดา (ASEAN SEOM-Canada Consultations) สภาธุรกิจอาเซียน-แคนาดา (Canada-ASEAN Business Council: CABC) และ ASEAN-Canada Trade Policy Dialogue

อาเซียนและแคนาดาอยู่ระหว่างการหารือเกี่ยวกับการจัดทำความตกลงในการจัดทำความตกลงการค้าเสรีระหว่างอาเซียนกับแคนาดาที่ผ่านมา อาเซียนได้มอบหมายให้สถาบันวิจัยทางเศรษฐกิจเพื่ออาเซียนและเอเชียตะวันออก (Economic Research Institute for ASEAN and East Asia: ERIA) ร่วมกับกระทรวงการต่างประเทศและการค้าแคนาดา ศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดทำความตกลงฯ ซึ่งประชาชนจะได้รับประโยชน์จากการจัดทำ การค้าเสรีระหว่างอาเซียนและแคนาดา โดยในเบื้องต้นการศึกษาพบว่า ความตกลงฯ จะส่งผลให้ GDP ของอาเซียนเพิ่มขึ้น 39.4 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ (ร้อยละ 1.6) และ GDP ของแคนาดาเพิ่มขึ้น 5.1 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ (ร้อยละ 0.3) ซึ่งนับเป็นโอกาสด้านการค้าและการลงทุนของภาคเอกชนอาเซียนและแคนาดา

### 3) มิติด้านสังคมและวัฒนธรรม

แคนาดาให้ความสำคัญในประเด็นต่าง ๆ ได้แก่ สิทธิสตรี สิทธิแรงงานข้ามชาติ การบริหารจัดการภัยพิบัติ การเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ การรับมือด้านสาธารณสุขและโรคระบาด การศึกษา และแรงงาน ซึ่งแคนาดาให้ความช่วยเหลืออาเซียนอย่างต่อเนื่อง รวมมูลค่า 42.7 ล้านดอลลาร์แคนาดา ผ่านโครงการต่าง ๆ อาทิ การสนับสนุนโครงการ Protection and Promotion of the Rights of ASEAN Migrant Workers (Triangle in ASEAN) Initiative และโครงการ Inclusive Growth through Advancing Women's Economic Empowerment Initiative

แคนาดาให้ความสำคัญกับการพัฒนาทรัพยากรบุคคลของอาเซียนผ่านการสนับสนุนทุนการศึกษา Canada-ASEAN Scholarships and Educational Exchanges for Development (SEED) วงเงิน 10 ล้านดอลลาร์แคนาดา เพื่อให้ นักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาของอาเซียนไปศึกษาหรือทำวิจัยระยะสั้นในประเทศแคนาดา โดยทุนการศึกษาครอบคลุมสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน จึงเป็นการเปิดโอกาสให้นักศึกษาของอาเซียนได้นำความรู้ดังกล่าวกลับมาพัฒนาอาเซียนต่อไป

ประชาชนจะได้รับประโยชน์อย่างมากจากการเพิ่มขีดความสามารถผ่านโครงการ / กิจกรรมการฝึกอบรมในด้านต่าง ๆ รวมทั้งทุนการศึกษาที่แคนาดาให้การสนับสนุนอาเซียน อันจะเป็นการพัฒนาทรัพยากรบุคคลของอาเซียนและช่วยสร้างความพร้อมให้กับประชาชนของอาเซียนให้สามารถรับมือกับพลวัตของโลกที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว

### อาเซียน – สาธารณรัฐเกาหลี

อาเซียนและสาธารณรัฐเกาหลีเป็นคู่เจรจา (Dialogue Partner) ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2535 ในที่ประชุมสุดยอดอาเซียน-สาธารณรัฐเกาหลี ครั้งที่ 13 เมื่อเดือนตุลาคม พ.ศ. 2553 ที่กรุงฮานอยเห็นชอบให้ยกระดับความสัมพันธ์ขึ้นเป็นหุ้นส่วนเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic partnership) โดยรับรองปฏิญญาร่วมว่าด้วยความเป็นหุ้นส่วนทางยุทธศาสตร์เพื่อสันติภาพและความรุ่งเรือง (Joint Declaration on ASEAN-ROK Strategic Partnership for Peace and Prosperity) และแผนปฏิบัติการอาเซียน-สาธารณรัฐเกาหลี (ASEAN-ROK Plan of Action) เพื่อดำเนินการตามปฏิญญาดังกล่าวระหว่างปี พ.ศ. 2554-2558

สาธารณรัฐเกาหลี ต้องการเสริมสร้างความร่วมมืออาเซียน-สาธารณรัฐเกาหลีใน 3 ด้าน ได้แก่

- (1) ความสัมพันธ์ระหว่างประชาชน
  - (2) การสร้างประชาคมที่รักสันติภาพที่ประชาชนมีความปลอดภัย
  - และ (3) ความเจริญรุ่งเรืองร่วมกันเพื่อการเจริญเติบโตไปพร้อม ๆ กัน
- มิติด้านการเมืองและความมั่นคง

ในปี พ.ศ. 2547 สาธารณรัฐเกาหลีได้ภาคยานุวัติสนธิสัญญาไมตรีและความร่วมมือในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (Treaty of Amity and Cooperation in Southeast Asia: TAC) ต่อมา ในปี พ.ศ. 2548 ได้ลงนามปฏิญญาร่วมว่าด้วยความร่วมมือเพื่อต่อต้านการก่อการร้ายสากล (Joint Declaration for Cooperation to Combat International Terrorism) กับอาเซียน และตั้งแต่ปี พ.ศ. 2549 เป็นต้นมา ได้มีการจัดการประชุม ASEAN-ROK Senior Officials' Consultations on Transnational Crime เป็นประจำทุกปี

ในการประชุมสุดยอดอาเซียน-ญี่ปุ่น ครั้งที่ 20 เมื่อวันที่ 13 พฤศจิกายน พ.ศ. 2560 ญี่ปุ่นต้องการให้อาเซียนมีบทบาทในความร่วมมือ Indo-Pacific และปัญหาทะเลจีนใต้ และสนับสนุนให้เริ่มมีการเจรจาจัดทำ Code of Conduct (COC) in the South China Sea ที่มีประสิทธิภาพ (Effective) ในการประชุมรัฐมนตรีต่างประเทศอาเซียน-ญี่ปุ่น เมื่อวันที่ 7 สิงหาคม พ.ศ. 2561 ที่สิงคโปร์ อาเซียนยินดีกับการครบรอบ 45 ปี ความสัมพันธ์อาเซียน-ญี่ปุ่น ในปี พ.ศ. 2561 ซึ่งครอบคลุมในทุกด้าน และนำไปสู่สันติภาพและเสถียรภาพในภูมิภาค

ในการประชุมสุดยอดอาเซียน – ญี่ปุ่น ครั้งที่ 21 เมื่อเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2561 ที่สิงคโปร์ ทั้งสองฝ่ายได้ออกแถลงการณ์ร่วม (Joint Statement) ในโอกาสครบรอบ 45 ปี ความสัมพันธ์ประเทศคู่เจรจาระหว่างอาเซียน-ญี่ปุ่น โดยที่ประชุมฯ เห็นพ้องที่จะเสริมสร้างความร่วมมือในการแก้ไขปัญหาความมั่นคงรูปแบบใหม่และอาชญากรรมข้ามชาติ รวมทั้งการก่อการร้าย ความมั่นคงทางทะเล และความมั่นคงทางไซเบอร์ และสนับสนุนการเจรจาจัดทำ Work Plan for Cooperation to Combat Terrorism ฉบับใหม่ ซึ่งจะส่งเสริมความสัมพันธ์ในทุกระดับผ่านการสร้างขีดความสามารถและการแลกเปลี่ยนข้อมูล ตลอดจนยินดีกับการจัดตั้ง ASEAN-Japan Cybersecurity Capacity Building Centre ในไทย

#### 1) มิติด้านเศรษฐกิจ

ในปี พ.ศ. 2560 สาธารณรัฐเกาหลีเป็นคู่ค้าอันดับที่ 5 ของอาเซียน มูลค่าการค้าระหว่างสองฝ่าย มีมูลค่า 124,251 ล้านดอลลาร์สหรัฐ มูลค่าการลงทุนโดยตรง (FDI) จากสาธารณรัฐเกาหลีไปยังอาเซียน มีมูลค่า 5,743 ล้านดอลลาร์สหรัฐ จัดเป็นอันดับที่ 5 ของ

ประเทศคู่เจรจา และในปี พ.ศ. 2552 ได้มีการจัดตั้งศูนย์อาเซียน-เกาหลี (ASEAN-Korea Centre) ขึ้นที่กรุงโซล เพื่อส่งเสริมความร่วมมือด้านการค้า การลงทุน การท่องเที่ยว และการแลกเปลี่ยนด้านวัฒนธรรมระหว่างกัน สาธารณรัฐเกาหลีได้จัดตั้งคณะทำงานเพื่อประสานงานกับคณะกรรมการประสานงานอาเซียนว่าด้วยความเชื่อมโยงระหว่างกันในภูมิภาค (ASEAN Connectivity Coordinating Committee: ACCC) และได้ให้ความช่วยเหลือโครงการภายใต้ข้อริเริ่มเพื่อการรวมตัวของอาเซียน (Initiative for ASEAN Integration: IAI) อีกทั้งได้ให้เงินสนับสนุนโครงการ IAI 5 โครงการ ช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2546-2549 เป็นเงิน 5 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และให้เพิ่มอีกในช่วงปี พ.ศ. 2550-2554 และ พ.ศ. 2555-2559 ช่วงละ 5 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

นอกจากนี้ อาเซียนและสาธารณรัฐเกาหลี ยังมีความร่วมมือในกรอบความร่วมมือลุ่มน้ำโขงกับสาธารณรัฐเกาหลี (Mekong-ROK Cooperation: MRC) โดยมีความร่วมมือ 3 กลุ่มใน 6 สาขาความร่วมมือ ได้แก่ (1) ความร่วมมือด้านความเชื่อมโยง โครงสร้างพื้นฐานและเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (2) ความร่วมมือด้านการพัฒนาที่ยั่งยืน: การพัฒนาที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และการบริหารจัดการน้ำ (3) การพัฒนาที่มีประชาชนเป็นศูนย์กลาง: การเกษตรและการพัฒนาชนบท และการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และสาธารณรัฐเกาหลี ได้สนับสนุนงบประมาณกองทุน Mekong-ROK Cooperation Fund (MKCF) จำนวน 1 ล้านดอลลาร์สหรัฐตั้งแต่ปี พ.ศ. 2559

## 2) มิติด้านสังคมและวัฒนธรรม

ความร่วมมือด้านการศึกษาระหว่างอาเซียนกับสาธารณรัฐเกาหลีดำเนินการภายใต้กรอบความร่วมมืออาเซียนบวกสามเครือข่ายมหาวิทยาลัยอาเซียน (ASEAN University Network: AUN) มีการให้ทุนการศึกษาระดับอุดมศึกษาแก่ประเทศสมาชิกอาเซียน และโครงการ ASEAN-ROK Cyber University เพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์การจัดการเรียนการสอนทางไกล ซึ่งจะมีส่วนช่วยการพัฒนาการศึกษาของประเทศสมาชิกอาเซียน ล่าสุด ภายใต้ความร่วมมือในกรอบ AUN สาธารณรัฐเกาหลีได้ให้ทุนการศึกษาระดับปริญญาโทสาขาเกาหลีศึกษา จำนวน 25 ทุน แก่นักศึกษาจากกัมพูชา อินโดนีเซีย ลาว เมียนมา ฟิลิปปินส์ ไทย และเวียดนาม

ความร่วมมือด้านวัฒนธรรมในโอกาสเฉลิมฉลองปีแห่งการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมอาเซียน-สาธารณรัฐเกาหลีและโอกาสครบรอบ 50 ปี ของการสถาปนาอาเซียนในปี พ.ศ. 2560 ได้มีพิธีเปิดศูนย์วัฒนธรรมอาเซียน (ASEAN Culture House: ACH) ที่นครปูซาน ขึ้นเมื่อวันที่ 1 กันยายน พ.ศ. 2560 นับได้ว่าเป็นศูนย์วัฒนธรรมอาเซียนแห่งแรกที่ตั้งขึ้นภายนอกภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และแห่งแรกในประเทศคู่เจรจาอาเซียน

## อาเซียน – อินเดีย

อาเซียนและอินเดียเริ่มต้นความสัมพันธ์อย่างเป็นทางการในปี พ.ศ. 2535 ในลักษณะคู่เจรจาเฉพาะด้าน (Sectoral Dialogue Partner) และยกระดับขึ้นเป็นคู่เจรจา (Dialogue Partner) อย่างสมบูรณ์ เมื่อปี พ.ศ. 2538 โดยอาเซียนยกระดับความสัมพันธ์กับอินเดียเป็นหุ้นส่วนทางยุทธศาสตร์ (Strategic Partnership) เมื่อปี พ.ศ. 2555 ในการประชุมสุดยอดอาเซียน-อินเดีย สมัยพิเศษ ในโอกาสครบรอบ 20 ปีความสัมพันธ์อาเซียน – อินเดีย เมื่อวันที่ 25 มกราคม พ.ศ.2561 อินเดียได้เป็นเจ้าภาพจัดการประชุมสุดยอดอาเซียน-อินเดีย ในโอกาสครบรอบ 25 ปี ความสัมพันธ์อาเซียน-อินเดีย (ASEAN-India Commemorative Summit) ที่กรุงนิวเดลี โดยที่ประชุมได้รับรองรับรองปฏิญญาเดลี ซึ่งเป็นเอกสารผลลัพธ์ของการประชุมที่มีสาระสำคัญในการเสริมสร้างความร่วมมืออาเซียน-อินเดียในทุกมิติ ผลักดันความเชื่อมโยงระหว่างกัน ลดช่องว่างด้านการพัฒนาและมุ่งขยายความสัมพันธ์ในลักษณะมองไปข้างหน้า

เมื่อวันที่ 3 สิงหาคม 2561 ไทยรับหน้าที่ประเทศผู้ประสานงานความสัมพันธ์อาเซียน-อินเดียต่อจากเวียดนาม เป็นระยะเวลา 3 ปี (วาระปี พ.ศ. 2561-2564) และเมื่อวันที่ 15 พฤศจิกายน 2561 สิงคโปร์ได้เป็นเจ้าภาพการประชุมสุดยอดอาเซียน-อินเดียอย่างไม่เป็นทางการ ช่วงรับประทานอาหารเช้า (ASEAN-India Informal Breakfast Summit)

### 1) มิติด้านการเมืองและความมั่นคง

อาเซียนและอินเดียให้ความสำคัญกับการต่อต้านการก่อการร้าย ความร่วมมือด้านความมั่นคงทางทะเล และการพัฒนาแนวคิดอินโด-แปซิฟิก เพื่อให้เกิดเสถียรภาพและความมั่นคงในภูมิภาค โดยอินเดียได้เข้าร่วมการประชุมอาเซียนว่าด้วยความร่วมมือด้านการเมืองและความมั่นคงในภูมิภาคเอเชียและแปซิฟิก (ASEAN Regional Forum: ARF) และรับรองแถลงการณ์ร่วมกับอาเซียนว่าด้วยความร่วมมือ เพื่อการต่อต้านการก่อการร้ายสากล เมื่อปี พ.ศ. 2539 นอกจากนี้ ในปี พ.ศ. 2546 อินเดียเข้าเป็นภาคี Treaty of Amity and Cooperation (TAC) และเข้าร่วมในการประชุมสุดยอดเอเชียตะวันออก (East Asia Summit: EAS) ความร่วมมือในมิติด้านความมั่นคงกับอินเดียจะช่วยให้อาเซียนสามารถรับมือกับความท้าทายด้านความมั่นคง ในรูปแบบต่าง ๆ ยังผลให้ภูมิภาคมีเสถียรภาพและความมั่นคง ประชาชนอาเซียนดำเนินชีวิตได้อย่างสงบสุข มั่นคง และปลอดภัย



## 2) มิติด้านเศรษฐกิจ

อินเดียเป็นคู่ค้าลำดับที่ 6 และคู่ลงทุนอันดับที่ 7 ของอาเซียน โดยมูลค่าการค้ารวมระหว่างอาเซียน-อินเดีย ในปี พ.ศ. 2560 (ค.ศ. 2017) มีมูลค่า 71 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยอาเซียนส่งออกไปอินเดีย 31 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ และนำเข้าจากอินเดีย 40 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ

อาเซียนและอินเดียมุ่งขยายมูลค่าการค้าและการลงทุนของทั้งสองฝ่าย เพื่อให้บรรลุเป้าหมายทางการค้าระหว่างกัน จำนวน 200 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ภายในปี ค.ศ. 2022 ผ่านการใช้ประโยชน์จากความตกลงการค้าเสรีอาเซียน-อินเดียอย่างเต็มที่ และพัฒนาขีดความสามารถของ MSMEs ของทั้งสองฝ่าย โดยใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีและเศรษฐกิจดิจิทัลให้มากขึ้น รวมถึงการสนับสนุนข้อมติของที่ประชุมสุดยอด RCEP ครั้งที่ 2 ที่มુંมั่นจะสรุปการเจรจาความตกลง RCEP ในปี ค.ศ. 2019

อินเดียให้ความสำคัญกับประเด็นเศรษฐกิจภาคทะเล (Blue Economy) เพื่อส่งเสริมการใช้ประโยชน์ทางเศรษฐกิจจากทรัพยากรทางทะเลอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน อาเซียนและอินเดียได้ลงนาม ความตกลงการค้าเสรีด้านการค้าบริการและการลงทุน ซึ่งมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม พ.ศ. 2558 (ค.ศ. 2015)

อาเซียนและอินเดียให้ความสำคัญกับความเชื่อมโยงระหว่างกันอย่างรอบด้าน ทั้งทางบก เรือ และอากาศ โดยเฉพาะโครงการทางหลวงสามฝ่าย ไทย-เมียนมา-อินเดีย และการขยายเส้นทางดังกล่าวไปยังเวียดนาม กัมพูชา และ สปป. ลาว โดยอินเดียได้สนับสนุน line of credit จำนวน 1 พันล้านดอลลาร์สหรัฐสำหรับประเทศสมาชิกอาเซียน เพื่อสนับสนุนโครงการด้านความเชื่อมโยงทางดิจิทัลของอาเซียน ความร่วมมือทางเศรษฐกิจระหว่างอาเซียนและอินเดียจะช่วยส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจในภูมิภาค ส่งผลต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและความกินดีอยู่ดีของประชาชนอาเซียน

## 3) มิติด้านสังคมและวัฒนธรรม

ทั้งสองฝ่ายให้ความสำคัญกับความเชื่อมโยงทางอารยธรรมและวัฒนธรรมระหว่างกัน โดยมีการจัดกิจกรรมทางวัฒนธรรม รวมทั้งมีการดำเนินโครงการและจัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนในระดับประชาชนระหว่างกันอย่างสม่ำเสมอ เช่น โครงการแลกเปลี่ยนเยาวชน ผู้สื่อข่าว นักการเมือง และนักการทูต เป็นต้น

อินเดียให้ความร่วมมือในการลดช่องว่างด้านการพัฒนาในอาเซียน โดยจัดตั้งศูนย์ฝึกอบรมภาษาอังกฤษในกลุ่มประเทศ CLMV ตลอดจนส่งเสริมความร่วมมือกับอาเซียนใน

สาขาที่อินเดียมีศักยภาพ เช่น วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีสารสนเทศ รวมทั้งการแพทย์ และ เกษษกรรม โดยได้จัดตั้ง ASEAN-India Science & Technology Fund วงเงิน 1 ล้าน เหรียญสหรัฐ ในปี พ.ศ. 2559 (ค.ศ. 2016) เพื่อพัฒนาความร่วมมือด้านวิทยาศาสตร์และ IT และ ASEAN-India Green Fund เพื่อสนับสนุนกิจกรรมในการส่งเสริมการปรับตัว และลดผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศในภูมิภาค วงเงิน 5 ล้านดอลลาร์สหรัฐ นอกจากนี้ อินเดียยังมีความร่วมมือกับอาเซียนในสาขาอื่น ๆ อาทิ การพัฒนาการแพทย์แผนโบราณ การให้ทุนการฝึกอบรมด้านอายุรเวทแก่บุคลากรของอาเซียนและการผลิตยา เป็นต้น และสำหรับในด้านความเชื่อมโยงระหว่างประชาชน อินเดียได้จัดทำโครงการประจำปี แลกเปลี่ยนระหว่างประชาชนหลายกลุ่มทั้งนักศึกษา ผู้สื่อข่าว นักการเมือง และนักการทูต ประชาชนอาเซียนจะได้รับประโยชน์จากโครงการความร่วมมือระหว่างอาเซียน-อินเดียใน ประเด็นต่าง ๆ เช่น การศึกษา นวัตกรรมและวิทยาศาสตร์ และไอซีที ซึ่งจะเป็นการพัฒนา ทรัพยากรบุคคลของอาเซียนให้มีความความพร้อมในการรับมือกับพลวัตของโลกที่ เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว อีกทั้งยังเป็นการสร้างเครือข่ายระหว่างประชาชน

### อาเซียน – จีน

อาเซียน-จีนเป็นคู่เจรจา (Dialogue Partner) ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540 และเมื่อปี พ.ศ. 2546 จีนได้รับการยกสถานะขึ้นเป็นหุ้นส่วนเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic partnership) และ ครบรอบ 10 ปี ความสัมพันธ์หุ้นส่วนเชิงยุทธศาสตร์อาเซียน-จีนเมื่อปี พ.ศ. 2556 ซึ่งเป็นช่วง ที่ไทยทำหน้าที่เป็นประเทศผู้ประสานงานความสัมพันธ์อาเซียน-จีน และครบรอบ 25 ปี ความสัมพันธ์คู่เจรจาอาเซียน-จีนในปี พ.ศ. 2559 และครบรอบ 15 ปีความสัมพันธ์หุ้นส่วนเชิง ยุทธศาสตร์อาเซียน – จีน ในปี พ.ศ. 2561

อาเซียนและจีนมีความร่วมมือครอบคลุม 12 สาขาหลัก ได้แก่ (1) การเกษตร (2) เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ICT) (3) การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (4) การพัฒนาภูมิ แม่น้ำโขง (5) การลงทุน (6) พลังงาน (7) การขนส่ง (8) วัฒนธรรม (9) สาธารณสุข (10) การ ท่องเที่ยว (11) สิ่งแวดล้อม และ (12) อุตสาหกรรม ซึ่งจีนเป็นผู้ผลักดัน เพื่อใช้ประโยชน์จาก ความก้าวหน้าของจีนในด้านอุตสาหกรรมเพื่อสนับสนุนการพัฒนาประเทศของอาเซียน

#### 1) มิติด้านการเมืองและความมั่นคง

จีนเป็นประเทศคู่เจรจาแรกของอาเซียนที่ภาคยานุวัติสนธิสัญญามิตรภาพและความ ร่วมมือในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (TAC) ในระหว่างการประชุมสุดยอดอาเซียน-จีน ครั้งที่ 7 เมื่อเดือนตุลาคม พ.ศ. 2546 ที่บาหลี และยังเป็นประเทศแรกที่แสดงความพร้อมที่จะลงนาม

ในพิธีสารต่อท้ายสนธิสัญญาว่าด้วยการจัดตั้งเขตปลอดอากรนิวเคลียร์ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (SEANWFZ)

รัฐบาลภายใต้การนำของประธานาธิบดีสี จิ้นผิง ให้ความสำคัญต่อการพัฒนาความสัมพันธ์กับอาเซียนโดยยึดหลัก 3 ประการ ได้แก่

(1) การพัฒนาความสัมพันธ์ฉันมิตรและให้ความสำคัญกับอาเซียนในลำดับต้นของการดำเนินนโยบายการต่างประเทศของจีน

(2) การพัฒนาความเป็นหุ้นส่วนทางยุทธศาสตร์ระหว่างอาเซียนกับจีนให้รอบด้านและลึกซึ้งยิ่งขึ้น

(3) การแก้ไขข้อพิพาทในทะเลจีนใต้กับประเทศสมาชิกอาเซียนบางประเทศผ่านการเจรจาหรือที่เป็นมิตรต่อกันผ่านการพูดคุย ที่เสมอภาคและมีความร่วมมือที่เอื้อประโยชน์ซึ่งกันและกันเกี่ยวกับปัญหาข้อพิพาทในทะเลจีนใต้ อาเซียน-จีนมีกลไก JWG on DOC และ SOM on DOC เพื่อส่งเสริมความร่วมมือและเสริมสร้างความไว้วางใจเพื่อยังยั้งมิให้ความขัดแย้งขยายตัวและสร้างบรรยากาศที่เอื้ออำนวยต่อการแก้ไขปัญหาโดยสันติวิธี ทั้งนี้ ทั้งสองฝ่ายสนับสนุนให้มีการปฏิบัติตามปฏิญญาว่าด้วยการปฏิบัติของภาคีในทะเลจีนใต้

(Declaration on the Conduct of Parties in the South China Sea: DOC) อย่างเต็มที่และมีประสิทธิภาพ และเร่งรัดการเจรจาจัดทำแนวปฏิบัติในทะเลจีนใต้ (Code of Conduct: COC) ให้แล้วเสร็จโดยเร็ว

ล่าสุด ที่ประชุมรัฐมนตรีต่างประเทศอาเซียน-จีน เมื่อวันที่ 2 สิงหาคม พ.ศ. 2561 ที่สิงคโปร์ได้ประกาศการใช้ Single Draft COC Negotiating Text เป็นพื้นฐานสำหรับการเจรจาจัดทำ COC และที่ประชุมสุดยอดอาเซียน-จีน ครั้งที่ 21 ในวันที่ 14 พฤศจิกายน พ.ศ. 2562 จะประกาศว่า “the Leaders looked forward to the completion of the first reading of the Single Draft COC Negotiating Text by 2019” นอกจากนี้ จีนจะเสนอให้อาเซียนและจีนเจรจาจัดทำ COC ให้แล้วเสร็จภายใน 3 ปี (ปี พ.ศ. 2562-2564)

## 2) มิติด้านเศรษฐกิจ

จีนเป็นประเทศคู่ค้าอันดับหนึ่งของอาเซียนในช่วงหลายปีที่ผ่านมา ทั้งนี้ ในปี พ.ศ. 2560 การค้าระหว่างอาเซียนกับจีนมีมูลค่า 501,000 ล้านดอลลาร์ ซึ่งขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2559 ร้อยละ 13 โดยการส่งออกสินค้าจากอาเซียนไปจีนมีมูลค่า 220,000 ล้านดอลลาร์ และการนำเข้าสินค้าจากจีนมีมูลค่า 281,000 ล้านดอลลาร์ สำหรับด้านการลงทุนโดยตรง (FDI) ในปีพ.ศ. 2558 มีการลงทุนโดยตรงจากจีนในอาเซียนมูลค่า 8,200 ล้านดอลลาร์ จัดเป็นอันดับที่ 4 ของประเทศคู่เจรจา โดยจีนเป็นประเทศคู่เจรจาแรกที่เสนอให้มีการจัดตั้งเขตการค้าเสรีกับอาเซียน โดยทั้งสองฝ่ายได้ร่วมลงนามในกรอบความตกลง

ความร่วมมือทางเศรษฐกิจ (Framework Agreement on Comprehensive Economic Cooperation) เมื่อเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2545 ต่อมา ที่ประชุมสุดยอดอาเซียน-จีน ครั้งที่ 16 เมื่อเดือนตุลาคม พ.ศ.2556 ที่บันดาร์เสรีเบกาวันได้เห็นชอบให้มีการยกระดับความตกลงการค้าเสรีอาเซียน-จีน (ASEAN-China FTA: ACFTA) เพื่ออำนวยความสะดวกด้านการค้า การลงทุน และการบริการระหว่างกันให้มากยิ่งขึ้น

อาเซียนและจีนได้เปิดสำนักงานสาขาของสมาคมส่งเสริมการค้าและเศรษฐกิจอาเซียน-จีน ที่เมืองฮืออู และเมืองเวินโจว มณฑลเจ้อเจียงภายใต้กรอบเขตการค้าเสรีอาเซียน-จีน เมื่อวันที่ 6 มกราคม พ.ศ. 2554 ซึ่งถือเป็นความร่วมมือระหว่างภาคเอกชนเป็นครั้งแรก

### 3) มิติด้านสังคมและวัฒนธรรม

การพัฒนา จีนสนับสนุนความพยายามของอาเซียนในการลดช่องว่างด้านการพัฒนา โดยผ่านการดำเนินโครงการความร่วมมือภายใต้แนวคิดริเริ่มสำหรับการบูรณาการของอาเซียน (Initiative for ASEAN Integration: IAI) และอนุภูมิภาคที่มีศักยภาพทางเศรษฐกิจ ได้แก่ ASEAN-Mekong Basin Development Cooperation (AMBDC) Brunei-Indonesia-Malaysia-Philippines East ASEAN Growth Area: BIMP EAGA) ล่าสุด จีนได้ผลักดันการจัดทำกรอบความร่วมมือแม่โขง-ล้านช้าง ซึ่งมีความร่วมมือครอบคลุม 3 สาขาตามเสาหลักของอาเซียน ได้แก่

(1) การเมืองและ ความมั่นคง (2) เศรษฐกิจและการพัฒนาอย่างยั่งยืน และ (3) สังคม วัฒนธรรม และการปฏิสัมพันธ์ระหว่างประชาชน

ความร่วมมือด้านการศึกษา จีนได้จัดตั้งศูนย์อาชีวศึกษาและฝึกอบรมสำหรับอาเซียนจำนวน 10 แห่ง ใน ๖ มณฑลของจีน ได้แก่ กว่างซี ยูนนาน ผู้เจี้ยน เสฉวน กุ้ยโจว และเฮยหลงเจียง และจะเพิ่มจำนวนทุนการศึกษาให้แก่ประเทศสมาชิกอาเซียน รวมทั้งส่งเสริมการแลกเปลี่ยนนักเรียนนักศึกษาให้ได้ 100,000 คน ภายในปี พ.ศ. ๒๕๖๓ ในการประชุมสุดยอดอาเซียนและจีน ครั้งที่ 18 ได้เห็นชอบให้ปี พ.ศ. 2559 เป็นปีแห่งการแลกเปลี่ยนด้านการศึกษา

ความร่วมมือด้านสาธารณสุข ในระหว่างการประชุมระดับรัฐมนตรีกระทรวงสาธารณสุขอาเซียน-จีน เมื่อวันที่ 6 กรกฎาคม พ.ศ. 2555 ที่จังหวัดภูเก็ต ได้มีการลงนามบันทึกความเข้าใจว่าด้วยความร่วมมือด้านสาธารณสุขระหว่างอาเซียน-จีน

ด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี อาเซียน-จีน ได้จัดการประชุมระดับรัฐมนตรีด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีขึ้นเป็นครั้งแรก เมื่อวันที่ 22 กันยายน พ.ศ. 2555 ที่นครหนานหนิง โดยจีนได้เสนอโครงการความเป็นหุ้นส่วนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีอาเซียน-จีน (China-

ASEAN Science and Technology Partnership Program: STEP) เพื่อพัฒนาความร่วมมือด้านวิทยาศาสตร์ระหว่าง

### อาเซียน – รัสเซีย

รัสเซียได้รับสถานะประเทศคู่เจรจาของอาเซียน (Dialogue Partnership) เมื่อปี 2539 และล่าสุดได้รับสถานะเป็นหุ้นส่วนทางยุทธศาสตร์ของอาเซียน (Strategic Partnership) ในการประชุมสุดยอดอาเซียน ครั้งที่ 33 เมื่อปี 2561

อาเซียนและรัสเซียได้จัดการประชุมสุดยอดระหว่างกัน รวม 3 ครั้ง (ครั้งที่ 1 ในปี 2548 ที่กรุงกัวลาลัมเปอร์ ครั้งที่ 2 ในปี 2553 ที่กรุงฮานอย และครั้งที่ 3 เมื่อวันที่ 14 พฤศจิกายน 2561 ที่สิงคโปร์) และการประชุมสุดยอดอาเซียน-รัสเซีย สมัยพิเศษ (Commemorative Summit) ในโอกาสครบรอบ 20 ปีความสัมพันธ์อาเซียน-รัสเซีย เมื่อปี 2559 ที่เมืองโซชี สหพันธรัฐรัสเซีย โดยรัสเซียเข้าร่วมเป็นอัครภาคีสถิติสัญญาไมตรีและความร่วมมือในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (TAC) เมื่อวันที่ 29 พฤศจิกายน 2547

#### 1) มิติด้านการเมืองและความมั่นคง

รัสเซียมีปฏิสัมพันธ์กับอาเซียนในกรอบความร่วมมือต่าง ๆ ได้แก่ ASEAN Regional Forum (ARF) PMC+1 ASEAN Defense Ministers' Meeting-Plus (ADMM-Plus), Senior Officials Meeting on Transnational Crime (SOMTC)+Russia และ East Asia Summit (EAS) ทั้งนี้ ประเด็นที่อาเซียนและรัสเซียให้ความสำคัญ ได้แก่ ความมั่นคงทางไซเบอร์ และการต่อต้านการก่อการร้ายนอกจากนี้ รัสเซียยังได้พยายามดำเนินการอื่น ๆ เพื่อแสดงออกถึงเจตนาที่กระชับความสัมพันธ์อาเซียน-รัสเซีย ได้แก่ การจัดตั้งคณะผู้แทนถาวรรัสเซียประจำอาเซียน ณ กรุงจาการ์ตา และการแต่งตั้งผู้แทนระดับเอกอัครราชทูตเป็นเอกอัครราชทูตผู้แทนถาวรรัสเซียประจำอาเซียน (ปัจจุบัน คือ นาย Alexander Ivanov) และใน การประชุมสุดยอดอาเซียน-รัสเซีย ครั้งที่ 3 เมื่อวันที่ 4 พฤศจิกายน 2561 ที่ประชุมได้ประกาศยกระดับความสัมพันธ์ระหว่างอาเซียนกับรัสเซียเป็นหุ้นส่วนทางยุทธศาสตร์ (Strategic Partner) และได้รับรองเอกสาร 3 ฉบับ ได้แก่

(1) ถ้อยแถลงร่วมระหว่างผู้นำอาเซียน-รัสเซีย ในโอกาสการประชุมสุดยอดอาเซียน-รัสเซีย ครั้งที่ 3: กระชับความสัมพันธ์มุ่งสู่ความเป็นหุ้นส่วนทางยุทธศาสตร์เพื่อประโยชน์ร่วมกัน (Joint ASEAN-Russia Leader's Statement on the Occasion of the Third ASEAN-Russia Summit: Moving towards a Strategic Partnership for Mutual Benefit)

(2) บันทึกความเข้าใจระหว่างสมาคมประชาชาติแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และคณะกรรมการวิชาการเศรษฐกิจยูเรเชียว่าด้วยความร่วมมือทางเศรษฐกิจ (Memorandum of Understanding between the Association of Southeast Asian Nations and the Eurasian Economic Commission on Economic Cooperation) เพื่อส่งเสริมความร่วมมือทางเศรษฐกิจระหว่างกัน

(3) แถลงการณ์ผู้นำอาเซียนและรัสเซียว่าด้วยความมั่นคงและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (Statement on ASEAN and the Russian Federation on Cooperation in the Field of Security of and in the Use of Information and Communication Technologies)

นอกจากนี้ ทั้งสองฝ่ายเห็นควรส่งเสริมความร่วมมือเพื่อผลักดันให้มีการดำเนินการตาม ASEAN-Russia Comprehensive Plan of Action 2016-2020 ตลอดจนการขยายความร่วมมือระหว่างอาเซียนกับ Shanghai Cooperation Organization (SCO)

การประชุมรัฐมนตรีกลาโหมอาเซียนกับรัฐมนตรีกลาโหมประเทศคู่เจรจา (ASEAN Defence Ministers' Meeting-Plus: ADMM-Plus) ไทยกับรัสเซียเป็นประธานร่วมของคณะทำงานผู้เชี่ยวชาญด้านการแพทย์ทหาร (Experts' Working Group on Military Medicine) ในรอบปี 2557-2559 เพื่อจัดตั้งศูนย์แพทย์ทหารอาเซียน (ASEAN Center of Military Medicine: ACMM) และเมื่อวันที่ 7 เมษายน 2559 พลเอกประวิตร วงษ์สุวรรณ รองนายกรัฐมนตรีและรัฐมนตรีว่าการกระทรวงกลาโหมได้เป็นประธานในพิธีเปิด ACMM อย่างเป็นทางการ ACCM ได้จัดการประชุม Board of Directors ของ ACMM ครั้งที่ 1 เมื่อวันที่ 1-5 สิงหาคม 2559

## 2) มิติด้านเศรษฐกิจ

ช่องทางความร่วมมือด้านเศรษฐกิจระหว่างอาเซียนกับรัสเซียที่สำคัญ ได้แก่ ASEAN-Russia Business Council และการประชุม Eastern Economic Forum ซึ่งจัดขึ้นเป็นประจำในเดือนกันยายนของทุกปีที่เมืองวลาดีวอสต็อก โดยในปี 2560 รัสเซียมีการลงทุนในอาเซียนประมาณ 40 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยการค้าระหว่างอาเซียนกับรัสเซีย ในปี 2560 มีมูลค่ารวมประมาณ 16.7 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้น จากปี 2559 ประมาณร้อยละ 40 โดยไทยเป็นคู่ค้าอันดับที่ 4 รองจากเวียดนาม สิงคโปร์ และอินโดนีเซีย ตามลำดับ สินค้าสำคัญที่รัสเซียส่งออกมาอาเซียน ได้แก่ เชื้อเพลิงและปิโตรเลียม สินแร่ ธัญพืช ปุ๋ย เหล็ก และเหล็กกล้า และสินค้าสำคัญที่รัสเซียนำเข้าจากอาเซียน ได้แก่ เครื่องจักรไฟฟ้า เครื่องอุปโภคบริโภค ไฟฟ้า และส่วนประกอบเครื่องปฏิกรณ์นิวเคลียร์ บอยเลอร์ เครื่องจักร ไขมันสัตว์และน้ำมันที่ได้จากสัตว์หรือพืช เรือและสิ่งก่อสร้างลอยน้ำ ยางและของที่ทำจากยาง

นอกจากนี้ อาเซียนมุ่งส่งเสริมความร่วมมือทางการค้าระหว่างกัน โดยเสริมสร้างความคุ้นเคยระหว่างอาเซียนกับ EAEU โดยได้จัดทำ MoU between the Eurasian Economic Commission (EEC) and ASEAN ซึ่งลงนามแล้วในช่วงการประชุมสุดยอดอาเซียน-รัสเซีย ครั้งที่ 3 เมื่อวันที่ 14 พฤศจิกายน 2561 ที่สิงคโปร์ โดยบันทึกความเข้าใจดังกล่าวจะส่งเสริมความร่วมมือทางเศรษฐกิจ การค้าและการลงทุนในสาขาต่าง ๆ อาทิ พืช การศุลกากรและการอำนวยความสะดวกทางการค้า มาตรการด้านสุขอนามัยและสุขอนามัยพืช มาตรฐาน กฎระเบียบทางเทคนิคและกระบวนการตรวจสอบรับรองการลงทุน การพัฒนา MSMEs เป็นต้น

### 3) มิติด้านสังคมและวัฒนธรรม

รัสเซียให้ความสำคัญกับการส่งเสริมความสัมพันธ์อาเซียน-รัสเซียในระดับประชาชนต่อประชาชนมากยิ่งขึ้น โดยผ่านการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ของศูนย์อาเซียน-รัสเซีย (ASEAN Center) ซึ่งตั้งอยู่ที่สถาบัน Moscow State Institute of International Relations (MGIMO) โดยประกาศให้ปี 2559 เป็นปีวัฒนธรรมอาเซียน-รัสเซีย (ASEAN-Russia Year of Culture 2016) และได้จัดกิจกรรม อาทิ 4th ASEAN-Russia Youth Summit เมื่อวันที่ 25-26 ตุลาคม 2559 ที่เมืองเสียมราฐ 1st ASEAN-Russia University Forum ที่เมืองวลาดิวอสต็อก เมื่อเดือนกันยายน 2559 และ ASEAN-Russia Youth Symphony Orchestra เมื่อเดือนเมษายน 2560 ที่เวียงจันทน์ นอกจากนี้ รัสเซียได้เป็นเจ้าภาพจัดการประชุม Conference of Young Diplomats of Asia-Pacific ครั้งที่ 1 ระหว่างวันที่ 11-13 กันยายน 2561 ที่เมืองวลาดิวอสต็อก ซึ่งเป็นช่วงเดียวกับการประชุม Eastern Economic Forum ครั้งที่ 4 โดย อาเซียนและรัสเซียได้จัดตั้ง ASEAN-Russia Working Group on Education และได้จัดการประชุม Working Group ครั้งที่ 1 ในช่วงการประชุมรัฐมนตรีศึกษาอาเซียน ครั้งที่ 10 และการประชุมอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องที่กรุงเนปยีดอ เมื่อวันที่ 28 ตุลาคม - 1 พฤศจิกายน 2561 นอกจากนี้ อาเซียนและรัสเซียได้ดำเนินการตาม ASEAN-Russian Plan of Action on Science Technology and Innovation (ARPASTI) 2016-2025 โดยให้ความสำคัญต่อการส่งเสริมการเชื่อมโยงระหว่างประชาชน สถาบันอุดมศึกษา การศึกษา วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี การท่องเที่ยว สุขภาพ และวัฒนธรรม

## อาเซียน-สหภาพยุโรป

สหภาพยุโรป (European Union – EU) เริ่มต้นความสัมพันธ์กับอาเซียนตั้งแต่ปี 2515 (ค.ศ. 1972) และได้เป็นคู่เจรจาอย่างเป็นทางการในปี 2520 (ค.ศ. 1977) ประเทศไทยเป็นประเทศผู้ประสานงานความสัมพันธ์อาเซียน-EU ระหว่างวันที่ 5 สิงหาคม 2558 – 3 สิงหาคม 2561 โดยส่งมอบหน้าที่ประเทศผู้ประสานงานความสัมพันธ์ฯ ดังกล่าวให้สิงคโปร์ หลังการประชุมรัฐมนตรีต่างประเทศอาเซียนกับ EU (ASEAN Post Ministerial Conference: PMC+1 with the EU) เมื่อวันที่ 3 สิงหาคม 2561 ที่สิงคโปร์

ปัจจุบัน ความสัมพันธ์อาเซียน-EU อยู่ในระดับ “หุ้นส่วนที่เพิ่มพูน” (enhanced partnership) โดยที่ประชุมรัฐมนตรีอาเซียน- EU (ASEAN-EU Ministerial Meeting – AEMM) ครั้งที่ 21 เมื่อวันที่ 13-14 ตุลาคม 2559 ที่กรุงเทพฯ ได้รับรองปฏิญญากรุงเทพฯ (Bangkok Declaration on Promoting an ASEAN-EU Global Partnership for Shared Strategic Goals) เพื่อแสดงเจตนารมณ์ของอาเซียนและ EU ที่จะสร้างแรงขับเคลื่อนเพื่อเสริมสร้างความสัมพันธ์เพื่อก้าวไปสู่ความเป็นหุ้นส่วนทางยุทธศาสตร์ในอนาคต และต่อมาได้มี การจัดทำแผนปฏิบัติการ (ASEAN-EU Plan of Action) ฉบับใหม่วาระ ค.ศ. 2018-2022 ซึ่งมีการรับรองในการประชุม PMC+1 with the EU เมื่อวันที่ 6 สิงหาคม 2560 และ EU ได้แสดงความตั้งใจในการกระชับความร่วมมือกับอาเซียนในทุกมิติและยกระดับความสัมพันธ์ไปสู่หุ้นส่วนทางยุทธศาสตร์ (strategic partnership) ล่าสุด เมื่อเดือนกันยายน 2561 EU มีคำขอยกระดับเป็นหุ้นส่วนทางยุทธศาสตร์กับอาเซียนอีกครั้ง ซึ่งอาเซียนอยู่ระหว่างทำการศึกษาความเหมาะสมในการยกระดับความสัมพันธ์ดังกล่าว

นอกจากนี้ อาเซียนกับ EU ได้มีการปฏิสัมพันธ์ในระดับผู้นำจำนวน 4 ครั้ง ได้แก่ (1) การประชุมสุดยอดสมัยพิเศษเพื่อระลึกถึงโอกาสครบรอบ 30 ปี ความสัมพันธ์อาเซียน-EU เมื่อปี 2550 ที่สิงคโปร์ (2) การประชุม ผู้นำอาเซียน-EU อย่างไม่เป็นทางการ ในห้วงการประชุมสุดยอด ASEM ครั้งที่ 10 ในเดือนตุลาคม 2557 (3) การประชุมสุดยอดสมัยพิเศษเพื่อระลึกถึงโอกาสครบรอบ 40 ปี ความสัมพันธ์อาเซียน-EU เมื่อวันที่ 14 พฤศจิกายน 2560 ที่กรุงมะนิลา และ (4) การประชุมผู้นำ EU-อาเซียน ในห้วงการประชุมสุดยอด ASEM ครั้งที่ 12 ที่กรุงบรัสเซลส์ เมื่อวันที่ 19 ตุลาคม 2561 ซึ่งในการประชุมครั้งล่าสุด ไทยได้เข้าร่วมในฐานะประเทศที่จะดำรงตำแหน่งประธานอาเซียนในปี 2562



## 1) มิติด้านการเมืองและความมั่นคง

EU มีการปฏิสัมพันธ์กับอาเซียนในมิติด้านการเมืองและความมั่นคงผ่านการเข้าร่วมกรอบการประชุมอาเซียนว่าด้วยความร่วมมือด้านการเมืองและความมั่นคงในภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิก (ASEAN Regional Forum – ARF) และผ่านกลไกอาเซียน-EU อื่นๆ เช่น การประชุมระดับรัฐมนตรีอาเซียน-EU (ASEAN-EU Ministerial Meeting – AEMM) ทุกๆ สองปี การประชุมรัฐมนตรีต่างประเทศอาเซียนกับประเทศคู่เจรจา (Post Ministerial Conference – PMC) ทุกปี และการประชุมเจ้าหน้าที่อาวุโสอาเซียน-EU (ASEAN-EU SOM) ทุกๆ สองปี นอกจากนี้ EU เข้าร่วมการประชุมเจ้าหน้าที่อาเซียนกับสหภาพยุโรปเรื่องอาชญากรรมข้ามประเทศ (ASEAN Plus EU Senior Officials Meeting on Transnational Crime Consultations – SOMTC+EU ) EU เป็นองค์กรระหว่างประเทศองค์กรแรกที่เข้าร่วมสนธิสัญญามิตรภาพและความร่วมมือ ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (Treaty of Amity and Cooperation in Southeast Asia – TAC) เมื่อวันที่ 12 กรกฎาคม 2555 การเข้าร่วม TAC ของ EU เป็นการแสดงความมุ่งมั่นที่จะร่วมมือในการส่งเสริมสันติภาพ ความมั่นคงและเสถียรภาพในภูมิภาค

## 2) มิติด้านเศรษฐกิจ

EU เป็นคู่ค้าที่สำคัญของอาเซียน โดยในปี 2560 EU เป็นคู่ค้าอันดับ 2 (รองจากจีน) ซึ่งมีปริมาณการค้าระหว่างกันมากถึง 261.3 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ และเพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้าร้อยละ 11.9 รวมทั้งเป็น นักลงทุนอันดับ 1 ของภูมิภาคนี้ โดยในปี 2560 มีการลงทุนจาก EU ในอาเซียน จำนวน 25.4 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ และยังเป็นแหล่งนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาอาเซียน มากเป็นอันดับ 2 (รองจากจีน) นอกจากนี้ อาเซียนกับ EU มีกลไกหารือด้านเศรษฐกิจระหว่างกันคือกรอบ ASEAN Economic Ministers and the EU Trade Commissioner (AEM-EU Trade Commissioner) และ กรอบ ASEAN-EU Senior Economic Officials (SEOM-EU) และตั้งแต่ปี 2558 เป็นต้นมา มีการจัดการประชุม ASEAN-EU Business Council คู่ขนานกับการประชุม AEM-EU Trade Commissioner

EU สนใจรื้อฟื้นการเจรจา ASEAN-EU FTA อีกครั้ง เมื่ออาเซียนบรรลุการจัดตั้งประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนแล้ว ควบคู่ไปกับการเจรจา FTA กับประเทศสมาชิกอาเซียนรายประเทศ หลังจากที่ยังสองฝ่ายระงับการเจรจา ASEAN-EU FTA ไปเมื่อปี 2552 และ EU ได้หันมาเจรจายเป็นรายประเทศแทนซึ่ง EU ถือว่าเป็นการสร้างกลุ่มเพื่อนำไปสู่การจัดทำ FTA ในระดับภูมิภาคกับอาเซียน นอกจากนี้ อาเซียนกับ EU อยู่ระหว่างการเจรจาความตกลงด้านการขนส่งทางอากาศแบบครอบคลุมอาเซียน-EU (ASEAN-EU Comprehensive Air

Transport Agreement – CATA) ซึ่งความตกลงดังกล่าว หากมีการเจรจาสำเร็จจะเป็นความตกลงด้านการขนส่งทางอากาศระหว่างภูมิภาคกับภูมิภาค (region-to-region) ครั้งแรกของโลก

### 3) มิติด้านสังคมและวัฒนธรรม

EU สนับสนุนการดำเนินงานเพื่อส่งเสริมความร่วมมือด้านสังคมและวัฒนธรรมที่สำคัญๆ ของอาเซียน เช่น การคุ้มครองสตรีและเด็ก ความเสมอภาคระหว่างเพศ การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของสตรีและเด็กในกระบวนการตัดสินใจ การต่อต้านการค้ามนุษย์โดยเฉพาะกับสตรีและเด็ก รวมถึงการส่งเสริมด้านการศึกษา สาธารณสุข วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี สิ่งแวดล้อมและการจัดการภัยพิบัติ โดยดำเนินการผ่านโครงการ EU-ASEAN Dialogue Instrument (READI) นอกจากนี้ EU สนับสนุนการดำเนินงานของศูนย์ประสานงานอาเซียนเพื่อความช่วยเหลือด้านมนุษยธรรมในการจัดการภัยพิบัติ (ASEAN Coordinating Centre for Humanitarian Assistance on Disaster Management – AHA Centre)

อาเซียนและ EU ได้เปิดประวัติศาสตร์หน้าใหม่ของความร่วมมือด้านการพัฒนาที่ยั่งยืนระหว่างกัน โดยเมื่อวันที่ 17 พฤศจิกายน 2561 ไทยได้เป็นเจ้าภาพจัดการประชุม High-Level ASEAN-EU Dialogue on Sustainable Development ที่กรุงเทพฯ โดยรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการต่างประเทศ และนาย Neven Mimica กรรมการธิการยุโรปด้านความร่วมมือระหว่างประเทศและการพัฒนาเป็นประธานร่วมในการประชุม โดยการประชุมดังกล่าวเป็นการหารือระดับนโยบายครั้งแรกในประวัติศาสตร์ระหว่างอาเซียนกับ EU ในเรื่องการพัฒนาที่ยั่งยืน ซึ่งที่ประชุมฯ ได้เห็นชอบให้มีการจัดทำแผนปฏิบัติการความร่วมมือด้านการพัฒนาที่ยั่งยืนระหว่างอาเซียนกับ EU (Roadmap on ASEAN-EU Cooperation on Sustainable Development) เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินความร่วมมือระหว่างอาเซียนกับ EU ในด้านการพัฒนาที่ยั่งยืน ทั้งนี้ EU จะเป็นเจ้าภาพจัดการประชุม High-Level ดังกล่าวครั้งต่อไปในปี 2562 ซึ่งเป็นปีที่ไทยเป็นประธานอาเซียน

## 2.3 สถานการณ์เกี่ยวกับเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมเครื่องตี้ออกฮอลล์ในอาเซียน

สถานการณ์ทั่วไปด้านกับเศรษฐกิจในปัจจุบันของประเทศในอาเซียน พบว่า ในปี 2021 เศรษฐกิจอาเซียนในภาพรวมจะกลับมาเศรษฐกิจอาเซียนจะฟื้นตัวกลับมาเติบโตในอัตรา 4-7% เพราะภาพรวมของอาเซียนมีผู้ติดเชื้อโดยเปรียบเทียบไม่มาก หลายประเทศเริ่มเข้าถึงวัคซีน และได้ประโยชน์จากการขยายตัวของการบริโภคสินค้าอุปโภคบริโภคในระดับโลก หลังจากในปี 2020 เศรษฐกิจหดตัวเป็นประวัติการณ์

ก่อนการระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา (โควิด-19) อาเซียนเป็นหนึ่งในภูมิภาคที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง มี GDP โดยมีอัตราการเติบโตสูงกว่า 5% หลายปีติดต่อกัน ซึ่งทำให้อาเซียนเป็นที่ดึงดูดสำหรับการลงทุน ในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและภาคการผลิตอย่างแข็งแกร่ง ประเทศอาเซียนหลายๆ มีการคาดการณ์อาเซียนจะมีการเติบโตของ GDP ในปี 2021 เช่น ประเทศสิงคโปร์ จะมี GDP เติบโต 4-6% ในปี 2021 จากการคาดการณ์ ไม่เปลี่ยนแปลงจากตัวเลขเดิมที่ประมาณการไว้ในเดือนพฤศจิกายนที่ผ่านมา ฟื้นตัวจากเศรษฐกิจที่หดตัวกว่า -5.4% ในปีที่แล้วซึ่งนับว่าเป็นตัวเลขการหดตัวทางเศรษฐกิจที่ต่ำที่สุดในประวัติศาสตร์ ทั้งนี้ เนื่องจากสิงคโปร์เริ่มควบคุมการแพร่ระบาดได้ มีเป้าหมายที่จะฉีดวัคซีนให้ผู้ใหญ่ทุกคนภายในเดือนกันยายน มีการส่งออกสินค้าอิเล็กทรอนิกส์เพิ่มขึ้น และในปี 2020 ก็มีสัญญาณบวกของเศรษฐกิจสิงคโปร์ให้เห็น ตัวเลขทางเศรษฐกิจเริ่มฟื้นตัวจากที่ GDP ถดถอย -3.8% ในไตรมาสแรกของปี มาสู่ -2.4% ในไตรมาสสุดท้ายของปี

อินโดนีเซีย คาดการณ์ว่าจะมีการเติบโตทางเศรษฐกิจ ประมาณ 4.5-5.5% ในปี 2021 ฟื้นตัวจากเศรษฐกิจที่ถดถอย -2.1% ในปีที่ผ่านมา แม้จะมีผู้ป่วยที่ยังอยู่ในการรักษากว่า 159,000 คน แต่อินโดนีเซียมีความพยายามที่จะฉีดวัคซีนอย่างครอบคลุม ตั้งเป้าหมายที่จะฉีดวัคซีนให้ประชาชน 181 ล้านคน หรือ 70% ของประชากรภายในเดือนมีนาคม ปี 2022

ฟิลิปปินส์ คาดการณ์ว่าจะมีการเติบโตทางเศรษฐกิจ ระหว่าง 6.5-7.5% ในปี 2021 ฟื้นตัวจากเศรษฐกิจที่หดตัวรุนแรงถึง -9.5% ในปีที่แล้ว เนื่องจากเศรษฐกิจเริ่มกลับมาเปิดอีกครั้ง รวมถึงเริ่มมีการแจกจ่ายวัคซีนในฟิลิปปินส์แล้ว

ประเทศไทย สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติประมาณการการเติบโตของ GDP ของปี 2021 เอาไว้ที่ 2.5-3.5% ลดลงจากตัวเลขเดิมที่คาดการณ์เอาไว้ในเดือนพฤศจิกายนที่ผ่านมาที่ 3.5-4.5% แสดงให้เห็นว่าเศรษฐกิจไทยไม่ฟื้นตัวตามคาด GDP ไทยปี 2020 ถดถอย -6.1% ต่ำสุดในรอบ 22 ปี เนื่องจากประเทศไทยพึ่งพิงภาคการท่องเที่ยวอย่างมาก จึงทำให้การฟื้นตัวในปีนี้เป็นไปช้ากว่าประเทศอื่นๆ ในภูมิภาคที่ได้ประโยชน์จากอุปสงค์สินค้าอุปโภคบริโภคในระดับโลกมากกว่า ในขณะที่ เวียดนาม สามารถส่งออกสินค้าอุปโภคบริโภค

และอิเล็กทรอนิกส์ได้ทำให้เวียดนามมีเศรษฐกิจที่เติบโตและกลายเป็นประเทศเดียวในภูมิภาคที่เศรษฐกิจขยายตัวแม้จะอยู่ในช่วงการระบาดของไวรัสโควิด-19 มี GDP เติบโต 2.9% ในปี 2020 และในปี 2021 เวียดนามตั้งเป้าเติบโต 6.5-7.5% ต่อปี สูงกว่าช่วงก่อนการระบาดที่ GDP ขยายตัวปีละ 6%

สำหรับอุตสาหกรรมเครื่องดื่มซึ่งเป็นอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ที่มีอัตราการเติบโตต่อเนื่องทั้งในตลาดโลกและตลาดอาเซียน โดยตลาดเครื่องดื่มโดยทั่วไปจะแบ่งได้เป็น 2 กลุ่มใหญ่คือ 1) กลุ่มเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ ซึ่งประกอบด้วยเครื่องดื่มหลากหลายประเภท เช่น น้ำดื่มบรรจุขวด น้ำอัดลม โซดา เครื่องดื่มบำรุงกำลัง เครื่องดื่มเกลือแร่ น้ำผลไม้ ชา-กาแฟพร้อมดื่ม มีส่วนแบ่งตลาดประมาณร้อยละ 65 โดยมีปริมาณการบริโภคส่วนใหญ่กระจุกตัวอยู่ในภูมิภาคที่เอเชียแปซิฟิก ที่มีประชากรจำนวนมาก (ประชากร 60% ของโลก) และ 2) เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งมีส่วนแบ่งตลาดประมาณร้อยละ 35 ของอุตสาหกรรมเครื่องดื่ม โดยประเภท เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ที่มีปริมาณการจำหน่ายสูงสุดประกอบด้วย เบียร์ สุรา และไวน์ ตามลำดับ

ตลาดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในอาเซียน ถือเป็นตลาดที่ใหญ่มากเมื่อเทียบกับภูมิภาคอื่น เนื่องจาก เป็นพื้นที่ ที่มีการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในปริมาณสูง โดยจากการสำรวจพบว่า ปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในอาเซียนในกลุ่มประชากรที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เฉลี่ย 6.7 ลิตร ต่อคน โดย สเปน ลาว เป็นประเทศที่มีปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์สูงสุดในอาเซียน รองลงมาคือ ประเทศไทย และ เวียดนาม สำหรับประเทศที่มีบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์สูงสุดในอาเซียนคือ ประเทศบรูไน ซึ่งมีปริมาณบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เฉลี่ยเพียง 0.4 ลิตรต่อคน และหากพิจารณาถึงความชุกของการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่า ประชากรในประเทศเวียดนามมีการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์สูงสุดคือ ประมาณ ร้อยละ 99 รองลงมาคือ ประเทศสิงคโปร์และเวียดนามตามลำดับ โดย ปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ความชุกของการดื่มในอาเซียน ได้แสดงไว้ในตาราง 2.1

ตาราง 2.1 ปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และความชุกของการดื่มในอาเซียน

ประเทศ	ปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ( ลิตรแอลกอฮอล์ต่อคน )	ความชุกของการบริโภคเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์(ร้อยละ )
บรูไน	0.4 ลิตรแอลกอฮอล์ต่อคน	ร้อยละ 33
กัมพูชา	6.7 ลิตรแอลกอฮอล์ต่อคน	ร้อยละ 31
อินโดนีเซีย	0.8 ลิตรแอลกอฮอล์ต่อคน	ร้อยละ 23
สปป ลาว	10.4 ลิตรแอลกอฮอล์ต่อคน	ร้อยละ 40
มาเลเซีย	0.9 ลิตรแอลกอฮอล์ต่อคน	ร้อยละ 30
เมียนมาร์	4.8 ลิตรแอลกอฮอล์ต่อคน	ร้อยละ 27
ฟิลิปปินส์	6.6 ลิตรแอลกอฮอล์ต่อคน	ร้อยละ 33
สิงคโปร์	2.0 ลิตรแอลกอฮอล์ต่อคน	ร้อยละ 70
ไทย	8.3 ลิตรแอลกอฮอล์ต่อคน	ร้อยละ 41
เวียดนาม	8.3 ลิตรแอลกอฮอล์ต่อคน	ร้อยละ 99

ที่มา : Word Health Organisation (2018)

เมื่อพิจารณาถึงตลาดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในอาเซียน พบว่าอาเซียนเป็นตลาดขนาดใหญ่ ที่มีจำนวนประชากรประชากรกลุ่มเป้าหมายด้านการตลาดประมาณ 700 ล้านคน และภายในปี 2025 มีโอกาสที่จะมีจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาเยือนภูมิภาคนี้ ยังมีอีกกว่า 120 ล้านคน ทำให้อำนาจซื้อยิ่งมีมากขึ้น โดยสถานการณ์เกี่ยวกับอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในอาเซียน ซึ่งแบ่งตามประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ ดังนี้

## เบียร์

อุตสาหกรรมการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ประเภท เบียร์ ถือเป็นอีกหนึ่งธุรกิจที่มีโอกาสเติบโตอย่างมากในประชาคมอาเซียน โดยเฉพาะประเทศที่มีใช้ประเทศมุสลิม เนื่องจากเงื่อนไขของการลดและขจัดกำแพงภาษีระหว่างประเทศสมาชิกอาเซียนเพื่อเข้าสู่การเป็นตลาดร่วม จึงมักเห็นบริษัทข้ามชาติทั้งในและนอกภูมิภาค เข้ามาลงทุนเพื่อเจาะกลุ่มตลาดในภูมิภาคนี้ โดยยกข้อมูลอนามัยโลก (WHO) ได้คาดการณ์เมื่อเร็ว ๆ นี้ว่า ภายในปี 2568 สัดส่วนการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในภูมิภาคอาเซียนจะเปลี่ยนไป โดยประเทศเวียดนามจะเป็นประเทศที่มีอัตราการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ สูงสุด โดยมีการประมาณไว้ที่ 11 ลิตรต่อคนต่อวัน รองลงมาคือ ประเทศไทย ซึ่งคาดว่าจะมีปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เฉลี่ย 9.5 ลิตรต่อคนต่อวัน

สำหรับตลาดนำเข้าเบียร์ พบว่า ในภูมิภาค อาเซียน ตลาดเบียร์มีขนาดประมาณ 7 พันล้านลิตร หรือ สัดส่วนประมาณ 3.5% ของโลกโดย โดยประเทศหลักที่มีบริโภคเครื่องดื่มประเภทเบียร์มากที่สุดใน อาเซียน คือ ประเทศฟิลิปปินส์ เวียดนาม และไทย ตามลำดับ โดยบริษัทเบียร์ที่ใหญ่ที่สุดใน ภูมิภาคอาเซียน คือ บริษัทซานมิเกลของฟิลิปปินส์ รองลงมา คือ บริษัทเอเชีย แปซิฟิกรีวิวรีส์ ของประเทศสิงคโปร์ โดยตลาดเบียร์แต่ละประเทศในอาเซียน จะมีความแตกต่างกันมาก โดยแต่ละประเทศจะมีเบียร์ยี่ห้อขายดีแตกต่างกันไป เช่น ฟิลิปปินส์ บริษัทซานมิเกลครองตลาดสูงถึง 95% นอกจากนี้ ผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ สำหรับตลาดท้องถิ่น ผู้ผลิตมีส่วนแบ่งทางการตลาดสูงและคือ คาร์ลสเบิร์ก (Carlsberg) ไฮเนเก้นเอเชีย แปซิฟิก และโรงเบียร์ซานมิเกลคอร์ปอเรชั่น (ฟิลิปปินส์) มีการดำเนินงานที่มีขนาดใหญ่ในภูมิภาคและมีแบรนด์รายละเอียดที่สูงมาก เนื่องจากการตลาด ที่แข็งแกร่งมาก และกลยุทธ์การจัดจำหน่าย และการจัดกิจกรรม นอกจากนี้ ยังมีโรงงานผลิตเบียร์ในประเทศอื่นๆ ที่มีส่วนแบ่งการตลาดที่แข็งแกร่งใน ประเทศไทยเวียดนามและฟิลิปปินส์ธุรกิจเหล่านี้ยังมีส่วนร่วมในการส่งออก เบียร์ไปที่อื่นๆ ในอาเซียนและประเทศในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก

ภาพรวมตลาดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในอาเซียนมีการเติบโตค่อนข้างมาก เนื่องจากได้รับผลจากปัจจัยทางเศรษฐกิจเป็นปัจจัยสำคัญสำหรับตลาดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของอาเซียน โดยกำลังซื้อที่เพิ่มขึ้น นอกจากนี้พฤติกรรมหรือค่านิยมของคนในสังคมเมืองที่เริ่มเปลี่ยนไป เป็นปัจจัยสนับสนุนให้อุตสาหกรรมดังกล่าวขับเคลื่อนเร็วขึ้น โดยประชาชนบางส่วนในประเทศในอาเซียนมีความเชื่อว่า เครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นสัญลักษณ์ที่แสดงถึงสถานภาพทางสังคมของผู้ชายเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ที่เปลี่ยนจากการบริโภคสุรามาเป็นการบริโภคเบียร์ ซึ่งมี

ราคาสูงขึ้นเพราะส่วนใหญ่อยู่ในระดับสังคมพรีเมียม ทำให้ ภาพรวมตลาดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในอาเซียนมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง

การวิจัยของสถาบันเอเชียศึกษาเกี่ยวกับตลาดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทเบียร์ในอาเซียน พบว่า ประเทศสิงคโปร์ เป็นประเทศที่มีเสถียรภาพทางการเงินอย่างมาก ทั้งยังมีนโยบายส่งเสริมการค้าการลงทุน ทำให้สิงคโปร์กลายเป็นศูนย์กลางสำคัญในการส่งออกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ นอกจากนี้ ประเทศสิงคโปร์ยังเป็นที่ตั้งของบริษัท Heineken Asia Pacific ซึ่งเป็นผู้ผลิตเบียร์ยักษ์ใหญ่จากเนเธอร์แลนด์ ซึ่งเข้าไปลงทุนในอุตสาหกรรมการผลิตและจัดตั้งบริษัทนำเข้าไปในประเทศต่าง ๆ ของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ สิงคโปร์ เป็นประเทศที่ใช้ประโยชน์จากข้อตกลงการค้าสินค้าของอาเซียน (ASEAN Trade in Good Agreement : ATIGA) สูงมาก โดยเฉพาะการส่งออกเบียร์มายังประเทศต่างในอาเซียน ซึ่งมูลค่าการนำเข้าเบียร์จากสิงคโปร์

ประเทศฟิลิปปินส์ เป็นประเทศที่มีเขตเมืองที่ขยายตัวมากขึ้น ส่งผลให้การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์สูงขึ้นเช่นกัน โดยข้อมูลจากองค์การอนามัยโลก พบว่า พบว่าในช่วงปี 2551-2563 ฟิลิปปินส์มีการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกชนิดเฉลี่ยปีละ 5.4 ลิตรต่อประชากรในวัยมากกว่า 15 ปี และปัจจุบันพบว่า บริษัท San Miguel Brewery (SMB) เป็นบริษัทผลิตเบียร์และเครื่องดื่มมีมูลค่าตลาดใหญ่ที่สุดของฟิลิปปินส์ ซึ่งมีเครือข่ายครอบคลุมทั้งประเทศ ทั้งยังขยายกว้างไปต่างประเทศ โดยเฉพาะภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และไทย

เมียนมาร์ ในอดีตเมียนมาร์เคยเป็นประเทศที่มีปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์น้อยที่สุดในภูมิภาค โดยจากสถิติที่ผ่านมาพบว่า เมียนมาร์ ัปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เพียงเฉลี่ยประมาณ 0.7 ลิตรต่อคนต่อวัน อย่างไรก็ตามแต่หลังการเลือกตั้งในปี 2553 สถานการณ์ภายในที่เริ่มเปลี่ยนไป โดยเฉพาะภาคการท่องเที่ยวและทุนจากต่างประเทศที่ไหลเข้าเมียนมาร์มากขึ้น จึงเป็นสาเหตุทำให้พฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนไปด้วยรวมทั้งการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กลายเป็นหนึ่งในธุรกิจที่ทำรายได้มหาศาลให้กับประเทศเมียนมาร์ ซึ่งบริษัทต่างชาติที่เข้ามาลงทุนรายแรก ได้แก่ บริษัท Fraser & Neave (F&N) โดยร่วมทุนกับวิสาหกิจของกองทัพชื่อ Union of My-anmar Economic Holdings (UMEHL) ก่อตั้งบริษัท Myanmar Brewery ผลิตเบียร์ตรา "Myanmar Beer" ที่ได้รับความนิยมมายาวนาน และเป็นแบรนด์ที่จ่ายภาษีรายได้ให้กับภาครัฐมากที่สุด นอกจากนี้ ด้วยปัจจัยที่อุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นหนึ่งในธุรกิจที่ได้รับการสนับสนุนอย่างมาก ในปี 2556 จึงมีผู้ผลิตเบียร์รายใหญ่ข้ามชาติ เช่น ไฮเนเก้นและคาร์ลสเบิร์ก เข้ามาร่วมหุ้นและช่วยพัฒนาเบียร์แบรนด์ท้องถิ่นให้แข็งแกร่งขึ้น โดย คาร์ลสเบิร์กมีแผนที่จะย้าย

โรงงานผลิตเบียร์จากมันหะเลย์มาเมืองพะโค ซึ่งไม่ไกลจากชายแดนของไทย เพื่อหวังขยายการส่งออกผลผลิตมายังไทยและไปยังตลาดยุโรป กัมพูชา

สปป.ลาว ถึงแม้ประชากรลาวจะมีประชากรที่มีอายุระหว่าง 20-23 ปีมีค่อนข้างมาก แต่แนวโน้มการบริโภคเบียร์ในปัจจุบันพบมากในกลุ่มวัยรุ่นอายุต่ำกว่า 18 ปี ซึ่งสัดส่วนการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ใน สปป.ลาวสูงขึ้นต่อเนื่อง โดยผลสำรวจจากกระทรวงสาธารณสุข สปป.ลาว เผยว่า ในปี 2558 ชาวลาวถึง 75% บริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ ในจำนวนดังกล่าว 32% ดื่มเป็นประจำ 68% ดื่บบางโอกาส อีก 6% ดื่มอย่างน้อยสัปดาห์ละ 5 ครั้ง อย่างไรก็ตาม เบียร์ลาว มีส่วนแบ่งตลาดเพียง 50% เท่านั้น เพราะคนลาวส่วนใหญ่นิยมดื่มเบียร์ที่นำเข้ามาจากต่างประเทศจึงเป็นสาเหตุสำคัญที่คาร์ลสเบิร์ก กู๊ป เข้ามาถือหุ้นใหญ่ในบริษัทเบียร์ลาวในปัจจุบัน โดยยึดเป้าหมายสำคัญ คือ ต้องการเห็นแบรนด์ท้องถิ่นมีศักยภาพมากขึ้น ทั้งยังเป็นที่ยอมรับในตลาดโลก และเมื่อเร็ว ๆ นี้ "เบียร์ลาว" ได้ตั้งโรงงานผลิตเบียร์แห่งที่ 3 ที่เมืองจำปาสัก ทางตอนใต้ของประเทศ ซึ่งมีพรมแดนติดกับไทย ขณะที่ ไฮเนเก้น เข้ามาในตลาด สปป.ลาวในฐานะ Asia Pacific Breweries (APB) เพื่อต้องการใช้ สปป.ลาวเป็นฐานการผลิต เพื่อการส่งออกเบียร์ในเครือของตน โดยเฉพาะ Tiger Beer เข้าสู่ตลาดในภูมิภาค โดยเฉพาะตลาดในไทย ภายใต้ผลประโยชน์ที่ดูเหมือนจะได้รับผลดีมากกว่าผลเสีย เพราะธุรกิจเบียร์ถือเป็นหนึ่งในรายได้หลักของภาครัฐ โดยเฉพาะประเทศในกลุ่มลุ่มน้ำโขง CLM (กัมพูชา, สปป.ลาว, เมียนมาร์) ที่ยังต้องพึ่งพาเม็ดเงินลงทุนจากต่างชาติเพื่อพัฒนาประเทศให้บรรลุเป้าหมายเป็นสำคัญ แต่ในแง่ความเป็นจริงแบรนด์ท้องถิ่นเหล่านั้นได้รับประโยชน์ที่เท่าเทียมจริงหรือ ? หนึ่งในนักวิชาการไทย ชี้ว่า มีแนวโน้มที่บริษัทข้ามชาติจะเป็นผู้ได้รับประโยชน์มหาศาลจากสิทธิพิเศษภายในภูมิภาคมากกว่า เพราะภายใต้คำโฆษณาว่า ช่วยสร้างความแข็งแกร่งให้แบรนด์ท้องถิ่น ยังมีปัจจัยแฝงไปด้วยผลประโยชน์อย่างแยบยล เช่น ฐานลูกค้าเดิมในประเทศ สิทธิลดกำแพงภาษี 0% และโอกาสเจาะตลาดในภูมิภาคที่มีกำลังซื้อสูงกว่า

เวียดนาม เป็นอีกประเทศที่มีอัตราการขยายตัวของตลาดเบียร์สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยบริษัทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ครองตลาดมากอันดับ 1 คือ บริษัท Saigon Beer, Alcohol and Beverage Corporation (Sabeco) ซึ่งเป็นเจ้าของเบียร์แบรนด์ไฮองและตองสาม (333) มีส่วนแบ่ง ตลาดเป็นสัดส่วนสูงถึง 33% ขณะที่บริษัทเอเชียแปซิฟิกบริวเวอรี่ (Asia Pacific Brewery: APB) APB ครองตลาดเป็นอันดับ 2 ส่วนแบ่งตลาด 20% โดย เน้นจำหน่ายในแบรนด์ไทเกอร์ ไฮเนเก้น และแองเคอร์อย่างไรก็ดีรัฐบาล เวียดนามมีแผนลดสัดส่วนการถือหุ้นในบริษัท Sabeco ซึ่งปัจจุบันมีสถานภาพ เป็นรัฐวิสาหกิจถือหุ้นโดยรัฐบาลอยู่ 89.5% กำหนดลดลงเหลือ 51% ทำให้ รัฐวิสาหกิจแห่งนี้ต้องเร่งแสวงหาหุ้นส่วนเชิงกลยุทธ์ในอนาคต



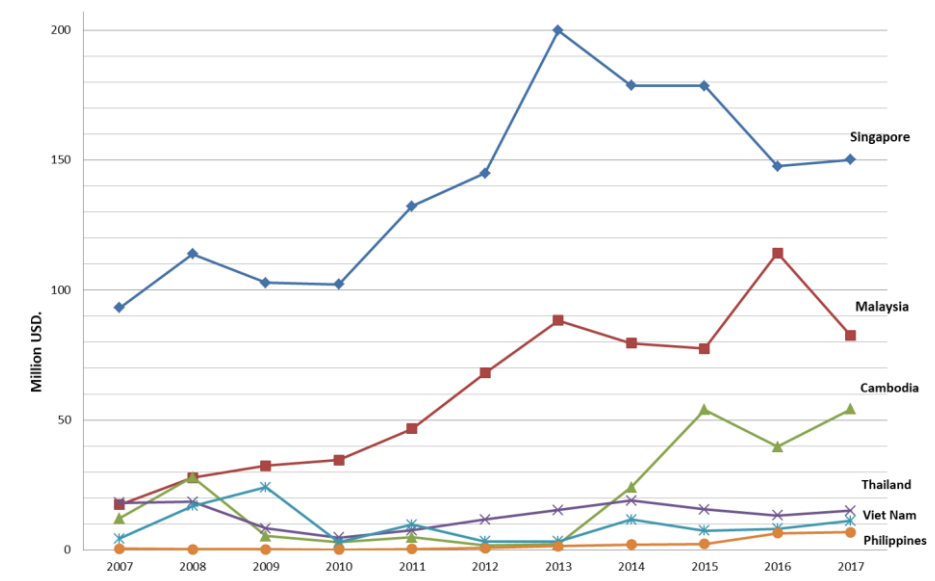
กัมพูชา มีการผลิตและบริโภคเบียร์ในสัดส่วนที่สูง โดยกลุ่มคาร์ลสเบอร์กก็ เป็นอันดับ 1 เช่นเดียวกัน โดยร่วม ลงทุนสัดส่วน 50% ในบริษัท Cambrew ผู้ผลิตเบียร์ยี่ห้ออังกฤษ ครอบครองส่วน แบ่งตลาดอันดับ 1 มากถึง 58% ในกัมพูชา ขณะที่บริษัท APB ครอบครอง เป็น อันดับ 2 โดยเน้นจำหน่ายในแบรนด์แองเคอร์ส่วนแบ่งตลาด 34% กลุ่มคาร์ลสเบอร์กมีความแข่ง แกร่งมากในประเทศลาวและกัมพูชา แม้ว่าจะเป็นเบียร์ที่ใช้แบรนด์ของท้องถิ่น โดยไม่ใช้แบรนด์ คาร์ลสเบอร์กก็ตาม โดยได้ถือหุ้น 51% ในบริษัทลาวบิวเวอรี่ ผู้ผลิตเบียร์ลาว ซึ่งครอบครองแบ่ง ตลาดเป็นอันดับ 1 มากถึง 97.5% ส่วนที่เหลือ 2.5% เป็นของบริษัท APB

สำหรับประเทศไทย ตลาดเบียร์มีการแข่งขัน 2 ค่าย แต่ละค่ายมีหลายแบ รนด์ขณะที่ มีแบรนด์ระดับอินเตอร์มาร่วมไม่มาก โดยบริษัท APB มีส่วนแบ่งตลาดในไทย เพียง ประมาณ 5% ตลาดเบียร์ไทยเน้นสร้างช่องทางการกระจายสินค้าผ่าน ทางผู้ค้าปลีกรายย่อยใน ต่างจังหวัด เพื่อขยายฐานของตลาดเบียร์ในระดับ ราคาประหยัดหรืออีโคโนมีและระดับมาตรฐาน หรือสแตนด์ดาร์ดมากขึ้น รวมถึงการเพิ่มการลงทุนในกิจการที่เกี่ยวข้องกับการกระจายสินค้า

อินโดนีเซีย บริษัท APB เน้นจำหน่ายเบียร์ยี่ห้อบิงตัง มีส่วนแบ่ง ตลาด 69% สิงคโปร์เน้นยี่ห้อไทเกอร์ไฮเนเก้น และแองเคอร์ส่วนแบ่งตลาด 64% และมาเลเซียเน้นยี่ห้อกินเนส และแองเคอร์ส่วนแบ่งตลาด 57% โดย กลุ่มคาร์ลสเบอร์กครอบครองส่วนใหญ่มีสวนแบ่งตลาดรองลงมา เป็นอันดับ 2

สำหรับการนำเข้าเบียร์ พบว่า ประเทศสิงคโปร์เป็นประเทศที่มีการนำเข้า เบียร์จากต่างประเทศสูงที่สุด และมีมูลค่าการนำเข้าสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องจนถึงปี 2012 หลังจากนั้น การนำเข้าเบียร์จากต่างประเทศของสิงคโปร์ก็ลดลง ในขณะที่ ประเทศกัมพูชาที่เคยมีนำเข้าเบียร์ จากต่างประเทศค่อนข้างต่ำในช่วงปี 2007 – 2013 และหลังจากนั้นการนำเข้าเบียร์จาก ต่างประเทศของประเทศกัมพูชาก็เริ่มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยนำเข้าเบียร์ของประเทศใน อาเซียน สามารถแสดงดังรูป

รูปภาพ 2.1 มูลค่าการนำเข้าเปียร์ของประเทศในอาเซียน



ที่มา : the international trade center, 2019

## ไวน์ ( Wine)

ตลาดไวน์ในอาเซียน ส่วนใหญ่เป็นการนำเข้าจากต่างประเทศ โดยเป็นการนำเข้าไวน์เข้าประเทศในกลุ่มอาเซียนมีแนวโน้มการเติบโตในระยะยาวตั้งแต่ฝรั่งเศสเริ่มพัฒนาตลาดในช่วงปี 1980 ออสเตรเลียและสหรัฐอเมริกาเข้าร่วมกับฝรั่งเศสเพื่อพัฒนาตลาดในช่วงปี 1990 บริษัทข้ามชาติฝรั่งเศส (French multinational) ใช้ประเทศสิงคโปร์เป็นฐานส่งออกในภูมิภาคเอเชีย(re-export base) สำหรับไวน์พรีเมียมและไวน์หรู (super premium wines) ของบริษัท

ประเทศต่างๆในอาเซียน มีการนำเข้าไวน์จากแหล่งผลิตที่แตกต่างกัน เช่น ประเทศไทย มีการนำเข้าไวน์จาก ประเทศอิตาลี มากที่สุด รองลงมาคือ นำเข้าไวน์จาก ออสเตรเลีย และ ฝรั่งเศส ทั้งนี้เนื่องจาก ประเทศไทยเพราะมีชาวอิตาเลียน ร้านอาหารอิตาเลียน จำนวนมาก และยังเป็นปลายทางท่องเที่ยวที่สำคัญสำหรับ นักท่องเที่ยวอิตาลีไวน์อิตาลียังมีผู้จัดจำหน่ายที่แข็งแกร่ง สถานการณ์นี้ ฉัตรสุมน พุฒิภิณูญ 91 อัจฉริยะจากประวัติศาสตร์ที่ยาวนานของการเชื่อมโยงทางการค้าระหว่างสอง ประเทศและยังเป็นเพราะนักท่องเที่ยวอิตาเลียมาท่องเที่ยวในประเทศไทย และประเทศในเอเชียสูง ในขณะที่ ประเทศมาเลเซีย มีการนำเข้าไวน์จาก ออสเตรเลีย มากที่สุด ประเทศสิงคโปร์ และเวียดนาม นิยมบริโภคไวน์จาก ฝรั่งเศส เป็นต้น

นอกจากนี้ ยังมี บริษัทข้ามชาติ ที่เข้ามาลงทุน และ ใช้ประเทศในอาเซียน เป็น ฐานการฐานส่งออกในภูมิภาคอาเซียน เช่น บริษัทข้ามชาติฝรั่งเศส(French multinationals) ใช้ ประเทศสิงคโปร์ เป็นฐานส่งออกในภูมิภาคอาเซียน (re-export base) สำหรับไวน์พรีเมียม และ ไวน์หรู (super premium wines) ของบริษัทซึ่งเป็นเหตุผลสำคัญว่า ทำไมจึงมีส่วนแบ่งทาง การตลาดที่ชัดเจนขนาดใหญ่

### สุรากลั่น

ตลาดสุรากลั่นอาเซียนการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ภายในประเทศนั้น (Local production and bottling operations) มีผู้ผลิตสุรากลั่น (Spirits) หลายประเทศใน อาเซียนที่มีกระบวนการผลิตในลักษณะอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ได้แก่ ฟิลิปปินส์และไทย ในขณะที่ ผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่มีวิธีการผลิตแบบดั้งเดิม เช่น ใช้ข้าวในการหมัก โดยประเทศในอาเซียนหลาย ประเทศมีอุตสาหกรรมผลิตสุรากลั่นที่ใหญ่ โดยเฉพาะประเทศฟิลิปปินส์และประเทศไทยซึ่งเป็น ประเทศที่ผลิตสุรากลั่น แบบดั้งเดิม โดยใช้ข้าวในการหมัก ส่วนสุรากลั่นระดับนานาชาติคือ มีการ ผลิตภายในประเทศฟิลิปปินส์ และเวียดนาม ส่วนกระบวนการบรรจุใหม่ (re-bottling operations) โดยประเทศสิงคโปร์และฟิลิปปินส์ เช่น วอดก้า การนำเข้าสุราจำนวนมากมาบรรจุ ใหม่ เช่น วิสกี้ที่มาจากสหราชอาณาจักร นอกจากนี้ยังเกิดขึ้นในบางประเทศในอาเซียน

### วิสกี้ (Whiskey)

สำหรับในตลาดวิสกี้ของอาเซียนมีแนวโน้มเติบโต แต่เนื่องจากเกิดปัญหา ภาวะวิกฤติเศรษฐกิจในประเทศที่พัฒนา มีธุรกิจได้ล้มละลายและถูกลดความเชื่อมั่นของผู้บริโภค ในกลุ่มประเทศอาเซียน ทำให้ปริมาณการนำเข้า วิสกี้ ลดลง โดยฐานการส่งออกวิสกี้ของประเทศ ในกลุ่ม อาเซียน มีได้แก่ สก๊อตวิสกี้ จากสหราชอาณาจักร โดยมีประเทศสิงคโปร์เป็นศูนย์กลาง การกระจายเอเชียแปซิฟิกภูมิภาคส่วนใหญ่

## 2.4 แนวคิดมาตรการการควบคุมและจำกัดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

เครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นเครื่องดื่มที่ก่อให้เกิดการเสพติด การบริโภคเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ในปริมาณมากเป็นสาเหตุของการเกิดโรคต่าง ๆ และเป็นสาเหตุของการเกิดอุบัติเหตุ จราจร รวมทั้งก่อให้เกิดปัญหาสังคมในด้านอื่นๆอีก เช่น ปัญหาอาชญากรรม ปัญหาความรุนแรง ในครอบครัว และปัญหาความยากจนแล้ว ดังนั้นรัฐบาลของหลายๆประเทศจึงมีการจัดเครื่องดื่ม

แอลกอฮอล์เป็นสินค้าที่มีลักษณะพิเศษที่มีความจำเป็นต้องกำหนดมาตรการทางกฎหมายเพื่อควบคุมปริมาณการผลิต การจำหน่าย และการบริโภคเป็นการเฉพาะ

การกำหนดมาตรการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในแต่ละประเทศ ส่วนใหญ่นั้นจะเป็นการกำหนดนโยบาย วัตถุประสงค์ และเป้าหมายในการที่จะควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่สำคัญคือ การลดนักการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทั้งผู้ดื่มรายใหม่และรายเก่า การลดปริมาณการดื่มของประชากรโดยรวมและการลดอันตรายจาก การดื่ม โดยเฉพาะมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ด้วยกฎหมาย โดยสามารถ แบ่งได้ เป็น มาตรการด้านภาษี และมาตรการที่ไม่ใช่ภาษี โดยมีรายละเอียด ดังนี้

## 2.4.1 มาตรการด้านภาษีสรรพสามิตสุรา

### 2.4.1.1 ความหมายภาษีสรรพสามิตสุรา

ภาษีสุรา (Liquor Tax) ภาษีสุรา (Liquor Tax) หมายถึง ภาษีสรรพสามิตที่บังคับจัดเก็บสินค้าสุรา ภาษีสุรา เช่นเดียวกับภาษีสรรพสามิตที่จัดเก็บจากสินค้าและบริการอื่นๆ โดยส่วนใหญ่รัฐบาลจัดเก็บภาษีสุราจากผู้ผลิตสุราในประเทศและผู้นำเข้าสุราเข้ามาในราชอาณาจักร หรือที่จุดต้นทางการผลิตหรือการนำเข้าเพื่อให้จ่ายต่อการบริหารจัดการจัดเก็บภาษี แทนการจัดเก็บที่จุดจำหน่าย ซึ่งได้แก่ร้านค้าส่ง ร้านค้าปลีก หรือจุดปลายทางที่เป็นผู้บริโภคสุรา โดยการจัดเก็บภาษีจะแตกต่างกันในแต่ละประเทศ โดยกรมสรรพสามิต กระทรวงการคลัง ประเทศไทยเรียกว่า “ภาษีสรรพสามิตสุรา”

### 2.4.1.2 วัตถุประสงค์ของการจัดเก็บภาษีสุรา

ภาษีสุราหรือภาษีสรรพสามิตสุราเป็นภาษีที่จัดเก็บเพิ่มขึ้นจากภาษีสินค้าและบริการโดยทั่วไปหรือภาษีมูลค่าเพิ่ม ทำให้สุราเป็นสินค้าที่มีภาระภาษีโดยรวมแล้วสูงกว่าสินค้าและบริการอื่นๆ เช่นเดียวกับสินค้าและบริการสรรพสามิตอื่นๆ เช่น ยาสูบ ผลิตภัณฑ์น้ำมัน และรถยนต์ เป็นต้น เพราะสินค้าและบริการที่ถูกจัดเก็บภาษีสรรพสามิตจะต้องเสียทั้งภาษีมูลค่าเพิ่มและภาษีสรรพสามิต

ภาษีสุราหรือภาษีสรรพสามิตสุราเป็นเครื่องมือทางการคลังที่สำคัญของรัฐโดยมีเหตุผลที่สนับสนุนให้รัฐจัดเก็บภาษีสุราสูงกว่าสินค้าและบริการอื่นๆ 3 ประการหลัก คือ

### 1) ภาษีสุราเป็นแหล่งรายได้รัฐที่มีประสิทธิภาพ (Revenue-Raising Efficiency)

การศึกษาทางเศรษฐศาสตร์การคลังสนับสนุนการจัดเก็บภาษีสุราในอัตราที่สูงกว่าอัตราปกติเพราะสุราเป็นสินค้าที่มีความยืดหยุ่นด้านอุปสงค์ต่อราคา (Price Elasticity of Demand) และต่อรายได้ (Inelastic Income Elasticity of Demand) ค่า 13 ทำให้การจัดเก็บภาษีมีผลกระทบต่อ การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคไม่มากหรือมีการบิดเบือนทางเศรษฐกิจต่ำ ทำให้ต้นทุนการจัดเก็บภาษีสุราไม่สูง ทั้งต้นทุนต่อเศรษฐกิจ (Economic Distortion) และต้นทุนในการบริหาร/จัดเก็บภาษี (Tax Administration Cost)<sup>14</sup> แต่การจัดเก็บภาษีสุราก็ทำให้เกิดรายได้ต่อรัฐจำนวนมาก (Revenue Maximization) จึงถือว่าภาษีสุราเป็นแหล่งรายได้ที่แน่นอนมีเสถียรภาพ (Stability) โดยในประเทศพัฒนาแล้ว รายได้ภาษีสุราคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 6 -11 ของรายได้ภาษีรัฐบาลทั้งสิ้น หลายประเทศมักขึ้นภาษีสุราในเวลาที่ต้องการรายได้ภาษีเพื่อชดเชยการขาดดุลงบประมาณ อย่างไรก็ตาม หากรัฐขึ้นอัตราภาษีสุรามากๆ อาจทำให้รายได้ภาษีสุราลดลงได้เช่นกัน โดยการลดลงของภาษีอาจเกิดจากการที่ผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงการบริโภคไปบริโภคสินค้าอื่นทดแทนสุราที่แพงขึ้นและการลักลอบผลิตหรือซื้อขายหรือขนสุราแบบผิดกฎหมายเพิ่มขึ้น

### 2) ภาษีสุราช่วยแก้ไขหรือบรรเทาปัญหาผลกระทบภายนอก (Externality) อันเกิดจากการบริโภคสุรา (Correcting Externality Problems)

การบริโภคสุราอย่างไม่เหมาะสมก่อให้เกิดผลกระทบภายนอกทางลบ (Negative Externality) ต่อทั้งผู้บริโภคเองและบุคคลอื่น ตลอดจนต่อสังคม<sup>16</sup> เช่น สุขภาพทรุดโทรม อุบัติเหตุจากการขับขี การทะเลาะวิวาท ก่อให้เกิดการสิ้นเปลืองทรัพยากรในการรักษาพยาบาลของรัฐ และเนื่องจากปริมาณการบริโภคสุราแปรผกผันต่อราคาของสุรา คือ ราคาสุราสูงขึ้น ปริมาณการบริโภคสุรามีแนวโน้มลดลง<sup>17</sup> การจัดเก็บภาษีสุราเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ราคาสุราสูงขึ้นจึงช่วยสะท้อนต้นทุนในการบริโภคสุราเอง ทั้งผู้บริโภคและสังคม ทำให้เกิดการบริโภคสุราในปริมาณที่ลดลง และลดผลกระทบภายนอก อันเกิดจากการบริโภคสุรามากเกินไป (Misuse of Alcohol)

### 3) ภาษีสุรามีผลทางด้านการกระจายภาระภาษี (Distributional Incidence)

แม้ว่าโดยทั่วไปภาษีที่เก็บจากสินค้าจะส่งผลกระทบต่อกระจายรายได้แบบถดถอย (Regressive Distribution Tax) กล่าวคือ ผู้บริโภคสินค้าไม่ว่ามีรายได้สูงหรือรายได้ต่ำจะได้รับภาระภาษีเท่าๆ กันเมื่อบริโภคสินค้าเหมือนกัน แต่ภาษีสุรามีการกระจายภาระภาษีไม่เท่ากันสำหรับผู้บริโภคที่อยู่ในระดับรายได้เท่าๆ กัน อันเนื่องมาจากผู้ที่ดื่มสุราในปริมาณที่มากจะได้รับภาระภาษีสูง ในขณะที่ผู้ที่ไม่ดื่มสุราจะไม่ได้รับภาระภาษีสุรา ผลทำให้การกระจายภาระภาษีสุราจึงไม่ส่งผลกระทบกระจายรายได้แบบถดถอยเช่นเดียวกับการจัดเก็บภาษีสินค้าอื่นๆ และทำให้เวลารัฐจะขึ้นภาษีสุราเกิดแรงต่อต้านจากสังคมไม่มาก เพราะมีแต่ผู้ที่บริโภคสุราถูกกระทบจากภาษีที่สูงขึ้น

นโยบายภาษีสุราที่รัฐส่วนใหญ่กำหนด ไม่ได้มุ่งที่จะกาจัดสุราให้หมดไปจากตลาด เพราะ ถ้ารัฐไม่ต้องการให้มีการบริโภคสุราแล้ว รัฐสามารถออกกฎหมายห้าม (Ban) ไม่ให้มีการผลิตและซื้อขายสุราเช่นเดียวกับกรณียาเสพติดและฝิ่น 18 ฯ แต่รัฐนิยมจัดเก็บภาษีสุราเพื่อหารายได้เข้ารัฐ และเพื่อจำกัดการบริโภคสุรา ซึ่งวัตถุประสงค์ทั้งสองสอดคล้องกัน จะขัดแย้งกันเฉพาะกรณีที่จัดเก็บอัตราภาษีสุราอยู่ในระดับสูงมากๆ การกำหนดนโยบายภาษีสุราและการวางระบบการบริหารจัดเก็บภาษีจึงจำเป็นต้องสร้างความสมดุลระหว่างวัตถุประสงค์ต่างๆ อันจะก่อให้เกิดการผลิตและการบริโภคสุราในระดับที่เหมาะสม ไม่อยู่ในระดับที่สูงจนเกิดผลเสียต่อผู้บริโภคสุราและต่อสังคม อีกทั้งรัฐยังคงได้รายได้ภาษีสุราจำนวนมากและแน่นอน

#### 2.4.1.3 วิธีการบริหารจัดการเก็บภาษีสุรา (Tax Administration)

วิธีการบริหารจัดการเก็บภาษีสุรา สามารถจัดแบ่งได้เป็น 4 วิธีหลัก ดังนี้

##### 1) การหักภาษี ณ ที่จ่าย (Withholding Tax)

การหักภาษี ณ ที่จ่าย เป็นการกำหนดให้ผู้ที่จ่ายเงินให้แก่ผู้รับเงิน มีหน้าที่หักภาษี ณ เวลาที่จ่ายเงิน แล้วนำภาษีส่งให้แก่รัฐ โดยที่ผู้รับเงินไม่ได้รับเงินส่วนที่หักเป็นภาษีนั่น เช่น นายจ้างหักเงินบางส่วนของเงินเดือนเป็นภาษีนำส่งแก่รัฐ

## 2) การประเมินตนเอง (Self- Assessment)

การประเมินตนเอง เป็นวิธีการจัดเก็บภาษีที่กำหนดให้ผู้มีหน้าที่เสียภาษี แสดงรายได้หรือรายรับของตนเองหรือฐานภาษี คำนวณภาษีที่ตนเองต้องเสียเอง และชำระภาษีทันทีหรือหลังจากยื่นแบบแสดงรายการภาษีโดยมิต้องรอการประเมินจากเจ้าพนักงาน วิธีนี้จะทำให้รัฐบาลได้รับเงินภาษีเร็วและสะดวกต่อผู้เสียภาษี เพราะผู้เสียภาษีไม่ต้องรอเจ้าหน้าที่ประเมินว่าตนจะต้องเสียภาษีเท่าไร วิธีนี้การนิยมใช้กับภาษีระดับชาติของหลายประเทศ สำหรับประเทศไทยใช้วิธีประเมินตนเองกับภาษีหลายประเภท เช่น ภาษีเงินได้ ภาษีมูลค่าเพิ่ม ภาษีสรรพสามิต และ ภาษีศุลกากร

## 3) การประเมินโดยเจ้าพนักงานหรือเจ้าหน้าที่ภาษี (Authoritative Assessment)

การประเมินโดยเจ้าพนักงานหรือเจ้าหน้าที่ภาษี เป็นการกำหนดให้ผู้เสียภาษี แจ้งรายได้หรือรายรับหรือฐานภาษีของตนให้แก่เจ้าหน้าที่ และอาจคำนวณภาษีหรือไม่คำนวณภาษีก็ได้ แต่อย่างไรก็ตามไม่ต้องชำระภาษีทันทีที่ยื่นแบบแสดงรายการภาษี ผู้เสียภาษี ในบางประเทศห้ามไม่ให้มีการซื้อขายสุราโดยประชาชนในท้องถิ่น แต่อนุญาตให้ชาวต่างชาติและนักท่องเที่ยวนำสุราเข้ามาดื่มได้ในบางพื้นที่ เช่น บังคลาเทศ มัลดีฟ เป็นต้น โดยการศึกษาเชิงเปรียบเทียบภาษีสรรพสามิตสุรา (The Comparative Study on Alcohol Excise Tax) จะต้องขอให้เจ้าพนักงาน ประเมินทาการประเมินว่า แบบแสดงรายการที่ยื่นไว้ภาษีถูกต้องหรือไม่ และคำนวณภาษีถูกต้องหรือไม่ เจ้าพนักงานประเมินจะแจ้งการประเมินภาษีให้แก่ผู้เสียภาษีมาชำระภาษีในภายหลัง วิธีการนี้ทำให้รัฐบาลได้รับเงินช้าลง แต่ได้ตรวจสอบความถูกต้องของภาษีก่อน จึงไม่เหมาะสมกับกรณีที่มีผู้เสียภาษีจำนวนมากเพราะจะเสียเวลาในการตรวจสอบและใช้พนักงานประเมินภาษีจำนวนมาก วิธีการนี้ประเทศไทยใช้อยู่กับภาษีบางประเภท ได้แก่ ภาษีสุรา ภาษีบำรุงท้องที่ และ ภาษีโรงเรือน

## 4) การตรวจสอบภาษี (Tax Audit or Examination or Investigation)

การตรวจสอบภาษี เป็นวิธีการที่ เมื่อผู้เสียภาษีได้ชำระ ภาษีไปแล้ว เจ้าหน้าที่ตรวจสอบภาษีจะทำการตรวจสอบข้อมูลข่าวสาร หรือวิเคราะห์ความถูกต้องของการชำระ ภาษีในภายหลัง หากเจ้าหน้าที่ตรวจสอบพบว่า มีเหตุอันควรที่ผู้เสียภาษีเสียภาษีไว้มิถูกต้อง เจ้าหน้าที่ตรวจสอบจะเรียกผู้เสียภาษีมาทำการตรวจสอบโดยให้นำบัญชีหลักฐานมาด้วยเพื่อ ตรวจสอบในรายละเอียด หากพบว่าเสียภาษีไม่ถูกต้องจริงก็จะประเมินภาษีเพิ่มเติมให้ถูกต้อง

และอาจมีการเรียกเก็บเบี้ยปรับและเงินเพิ่มด้วย การบริหารจัดการเก็บภาษีสุรา พบว่า มีหลายประเทศใช้ระบบแสตมป์ (Stamp System/Tax Mark) ด้วย เพื่อการควบคุมการเสียภาษีให้ถูกต้อง และป้องกันการค้าสุราไม่เสียภาษี อีกทั้งระบบใบอนุญาตในการควบคุมการผลิตและจำหน่ายสุราก็เป็นอีกระบบหนึ่งที่ยังมีใช้กัน เพื่อควบคุมและตรวจสอบการผลิตและการจำหน่ายสุราอย่างใกล้ชิด

นโยบายภาษีสุราที่รัฐส่วนใหญ่กำหนด ไม่ได้มุ่งที่จะกาจัดสุราให้หมดไปจากตลาด เพราะ ถ้ารัฐไม่ต้องการให้มีการบริโภคสุราแล้ว รัฐสามารถออกกฎหมายห้าม (Ban) ไม่ให้มีการผลิตและซื้อขายสุราเช่นเดียวกับกรณียาเสพติดและฝิ่น แต่รัฐนิยมจัดเก็บภาษีสุรา เพื่อหารายได้เข้ารัฐ และเพื่อจำกัดการบริโภคสุรา ซึ่งวัตถุประสงค์ทั้งสองสอดคล้องกัน จะขัดแย้งกันเฉพาะกรณีการจัดเก็บอัตราภาษีสุราอยู่ในระดับสูงมากๆ การกำหนดนโยบายภาษีสุราและการวางระบบการบริหารจัดเก็บภาษีจึงจำเป็นต้องสร้างความสมดุลระหว่างวัตถุประสงค์ต่างๆ อันจะก่อให้เกิดการผลิตและการบริโภคสุราในระดับที่เหมาะสม ไม่อยู่ในระดับที่สูงจนเกิดผลเสียต่อผู้บริโภคสุราและต่อสังคม อีกทั้งรัฐยังคงได้รายได้ภาษีสุราจำนวนมากและแน่นอน

## 2.4.2 มาตรการที่ไม่ใช่ภาษี

นอกจากรัฐบาลจะใช้มาตรการด้านภาษีในการจำกัดและควบคุมปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์รัฐบาลยังสามารถกำหนดมาตรการอื่นที่ไม่ใช่ภาษีควบคุมปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ดังนี้

### 2.4.2.1 มาตรการการควบคุมการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

มาตรการการควบคุมการเข้าถึงและการหาซื้อ เป็นความพยายามของรัฐบาลในการควบคุมการเข้าถึงและการหาซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งมาตรการที่หลายๆ ประเทศมีการใช้เพื่อควบคุมการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เช่น

- การจำกัดอายุขั้นต่ำในการซื้อหรือดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

โดยประเทศที่ใช้มาตรการนี้ เช่น ชิลี เบลาลูส อียิปต์ ยูเครน ซามัว ฮอนดูรัส หมู่เกาะโซโลมอน

- การจำกัดวันและเวลาจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ประเทศที่ใช้มาตรการนี้ เช่น สหรัฐอเมริกา อังกฤษ นอร์เวย์ ฟินแลนด์ สวีเดน ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ อินโดนีเซีย เป็นต้น



- การจำกัดสถานที่จำหน่าย หรือตีมีเครื่องตีมีแอลกอฮอล์ประเทศส่วนใหญ่ทั่วโลกห้ามตีมีเครื่องตีมีแอลกอฮอล์ ในหลาย ๆ สถานที่ เช่น สถานศึกษา สถานบริการสาธารณสุข สถานที่ราชการ สำนักงาน ยานพาหนะขนส่งมวลชน สถานที่ชมการแข่งขันกีฬา ถนน หรือสวนสาธารณะ สถานที่จัดกิจกรรมบันเทิง ประเทศที่ใช้มาตรการนี้ คือ นอร์เวย์ ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย การจำกัดความหนาแน่นของร้านจำหน่าย และมาตรการผูกขาดการขายปลีกโดยรัฐ

#### 2.4.2.2 มาตรการควบคุมการโฆษณาและการส่งเสริมการขาย

มาตรการควบคุมการโฆษณาและการส่งเสริมการขาย ได้แก่ การห้ามโฆษณาประเทศที่ห้ามการโฆษณาเครื่องตีมีแอลกอฮอล์โดยสิ้นเชิง เช่น แอลจีเรีย อียิปต์ เจริเทรีย จอร์แดน อิหร่าน อิควทอเรียลกินี บางส่วนของอินเดีย และไนจีเรีย ไชล์แลนด์ นอร์เวย์ การจำกัดการโฆษณา และการควบคุมเนื้อหาโฆษณา

#### 2.4.2.3 มาตรการปรับเปลี่ยนบริบทและสิ่งแวดล้อมในการตีมี

มาตรการปรับเปลี่ยนบริบทและสิ่งแวดล้อมในการตีมี ได้แก่ การห้ามขายแก่ผู้มีเมมา การฝึกอบรมความรับผิดชอบทางกฎหมายของผู้ให้บริการ การบังคับใช้กฎหมาย ณ จุดขาย และการห้ามพกพาหรือตีมีในที่สาธารณะ

#### 2.4.2.4 มาตรการลดและป้องกันปัญหาสังคมที่เกิดจากการตีมี

มาตรการลดและป้องกันปัญหาสังคมที่เกิดจากการตีมี เช่น การควบคุม ผู้ตีมีแล้วขับ ได้แก่ มาตรการสุ่มตรวจระดับแอลกอฮอล์จากลมหายใจในผู้ขับขี่ยานพาหนะการลดเกณฑ์ขั้นต่ำที่ถูกกฎหมายของปริมาณแอลกอฮอล์ในเลือดขณะ ขับขี่ การยึดใบอนุญาตขับขี่ การบริการทางสังคมสำหรับผู้ขับรถในขณะเมมาสุรา และการ กำหนดเกณฑ์แอลกอฮอล์ในเลือดเท่ากับศูนย์ในเยาวชน

#### 2.4.2.5 มาตรการด้านการศึกษาและการรณรงค์

มาตรการด้านการศึกษาและการรณรงค์ ได้แก่ การให้ความรู้เรื่อง แอลกอฮอล์ ในสถานศึกษา การสนับสนุนกิจกรรมหรืองานต่างๆ ที่ปลอดแอลกอฮอล์ การให้ข้อมูลข่าวสารแก่ สาธารณะ และการติดฉลากคำเตือน

#### 2.4.2.6 มาตรการทางสังคมในชุมชน

มาตรการทางสังคมในชุมชน ได้แก่ การสร้างชุมชนเข้มแข็ง

#### 2.4.2.7 มาตรการรักษาและให้บริการช่วยเหลือโดยเร็ว

มาตรการรักษาและให้บริการช่วยเหลือโดยเร็ว ได้แก่ การให้การบำบัด ระยะสั้น (Brief Intervention) แก่ผู้ขับขี่ที่เป็นกลุ่มเสี่ยง การให้การรักษา แก่ผู้ที่มีปัญหาเกี่ยวกับ แอลกอฮอล์ กลุ่มให้การช่วยเหลือกันและกัน (Self Help Group) การบังคับให้ผู้กระทำผิดซ้ำ ๆ เข้ารับการบำบัด

#### 2.4.2.8 มาตรการควบคุมการบริโภคในบริบทระหว่างประเทศ

มาตรการควบคุมการบริโภคในบริบทระหว่างประเทศ ได้แก่ มาตรการ ยกเว้นสินค้าบุหรี่ยุโรป ออกจากเงื่อนไขเขตการค้าเสรี และมาตรการ ลดอิทธิพลของกลยุทธ์ การตลาดของธุรกิจสุราร่วมชาติ

### 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่า งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความต้องการ บริโภคสุราในประเทศไทยส่วนใหญ่ เน้นไปที่การศึกษาถึงพฤติกรรมการบริโภคสุราของกลุ่มวัยรุ่น นิสิตนักศึกษา เช่น งานวิจัยของนิรติยา ใจเสียง และคณะ (2549) ได้ศึกษาพฤติกรรมการบริโภค เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่ดื่ม เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ (ร้อยละ 62.8) ซึ่งนักศึกษาที่ดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ส่วนใหญ่ดื่มเป็น บางโอกาส (ร้อยละ 85.5) รองลงมาคือดื่มเฉพาะวันหยุด (ร้อยละ 9.7) นักศึกษาที่ดื่มเครื่องดื่มที่มี แอลกอฮอล์ส่วนใหญ่ดื่มสุราผสม (ร้อยละ 49.9) รองลงมาคือดื่มสุรา (ร้อยละ 41.2) ซึ่งนักศึกษาที่ ดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์เสียค่าใช้จ่ายในการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์แต่ละครั้งเฉลี่ยคนละ 218 บาท นอกจากนี้ สมพร สิทธิสงคราม (2549) ได้ศึกษาพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ของวัยรุ่น ซึ่งในการศึกษาพบว่า การรับรู้สมรรถนะแห่งตนในการปฏิเสธการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และความคาดหวังจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ สามารถร่วมกันทำนายพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้) และอิทธิพลทางสังคมต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีผลต่อกลุ่มตัวอย่าง คือ ได้รับการสนับสนุนการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากพ่อแม่ระดับปานกลางมากที่สุด และกลุ่มเพื่อนมีอิทธิพลต่อกลุ่มตัวอย่างในระดับสูง และสื่อมวลชนมีอิทธิพลต่อกลุ่มตัวอย่างในระดับปานกลางมากที่สุด หลังจากนั้น ชลธิชา โรจนแสง (2550) ได้ศึกษาพฤติกรรมการดื่มสุราของนักศึกษา มหาวิทยาลัยขอนแก่น ในปี พ.ศ. 2550 พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่ดื่มสุราในโอกาสที่ไปเที่ยวกลางคืนกับเพื่อน เพราะเพื่อนชวน โดยซื้อสุราจากร้านสะดวกซื้อซึ่งเปิดขายตลอด 24 ชั่วโมง ในแต่ละครั้งของการดื่มสุราจะมีค่าใช้จ่ายประมาณ 100-200 บาท โดยเงินที่ใช้ในการดื่มสุราเป็นเงินส่วนตัวที่เก็บสะสมไว้และใช้เวลาในการดื่มสุราแต่ละครั้งประมาณ 2-3 ชั่วโมง กิจกรรมที่นักศึกษาส่วนใหญ่ทำหลังจากดื่มสุรแล้วคือนอนหลับ ส่วนใหญ่บอกว่าการดื่มสุราไม่มีผลกระทบต่อการเรียน (ร้อยละ 80.2) ซึ่งคล้ายกับงานวิจัยของอ้อยทิพย์ ถานันตะ (2550) ได้ศึกษาทัศนคติต่อการดื่มสุราของนักศึกษาในมหาวิทยาลัยขอนแก่น พบว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยขอนแก่น มีทัศนคติในทางบวกต่อการดื่มสุรา โดยพบว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยขอนแก่นที่เรียนในกลุ่มสาขาวิชาที่แตกต่างกันมีทัศนคติต่อการดื่มสุราในทางบวกแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ และนักศึกษามหาวิทยาลัยขอนแก่นกลุ่มที่ดื่มสุรามีทัศนคติทางบวกค่อนข้างสูงต่อการดื่มสุรา ในขณะที่นักศึกษากลุ่มที่ไม่ดื่มสุรามีทัศนคติทางลบต่อการดื่มสุรา

จากเอกสารงานวิจัยที่กล่าวมาข้างต้นพบว่า งานวิจัยที่ผ่านมาเน้นการสำรวจพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ โดยผลของงานวิจัยส่วนใหญ่เป็นการสรุปถึงการเข้าถึงเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ พฤติกรรมการซื้อและการบริโภค รวมถึงความคิดเห็นของผู้บริโภคที่เกี่ยวกับการผลกระทบของการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ ซึ่งเป็นการศึกษาโดยใช้ข้อมูลปฐมภูมิ ซึ่งยังไม่มียานที่ใช้วิธีการวิจัยที่เป็นระดับ มหภาค โดยเน้น การใช้ข้อมูลทุติยภูมิที่เป็น Time Series ในการวิเคราะห์และประมาณการผลกระทบที่เกิดจากการเก็บภาษีสรรพสามิตสุราต่อปริมาณการบริโภคสุราในประเทศไทย ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้นอกจากจะศึกษาผลกระทบที่เกิดจากการเก็บภาษีสรรพสามิตสุราต่อปริมาณการบริโภคสุราในประเทศไทยแล้วยังจะเน้นปัจจัยทางเศรษฐกิจที่น่าจะมีผลกระทบต่อปริมาณการบริโภคสุราในประเทศไทย เช่น ราคาสุรา และ รายได้ อีกด้วย

สำหรับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับผลกระทบของการเก็บภาษีสรรพสามิตต่อการผู้บริโภคนั้น ส่วนใหญ่เป็นงานศึกษาจากต่างประเทศ เช่น Chaloupka (1993) กล่าวว่า ถ้ากระบวนการเก็บภาษีสรรพสามิตมีประสิทธิภาพ จะทำให้ลดการบริโภคเบียร์ได้ (Ruhm 1996) ศึกษาผลกระทบการขึ้นราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่อการบริโภค พบว่า ถ้าราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพิ่มขึ้นร้อยละ 10 จะทำให้การบริโภค เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ลดลงได้ถึง ร้อยละ 7.4

Centre for Science in the public Interest (2003) ได้ศึกษาถึงผลกระทบของการจัดเก็บภาษีสุราต่อรายรับรัฐบาล การบริโภค และราคาสินค้า พบว่า การภาษีสุราส่งผลโดยตรงทำให้ราคาสุราและรายรับรัฐบาลเพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัด ในขณะที่ปริมาณการบริโภคสุราลดลงเพียงเล็กน้อย Elder, R.W. et al. (2010) ศึกษาประสิทธิผลของภาษีสรรพสามิตสุราและผลกระทบต่อการบริโภคสุรา ซึ่งการศึกษาพบว่า ภาษีสรรพสามิตสุราที่มีประสิทธิภาพจะส่งผลทำให้การบริโภคสุราลดลงและลดภาวะเสี่ยงและอันตรายจากการดื่มสุราลดลงด้วย

สำหรับการศึกษาของไทย ข้อมูลจากกรมสรรพสามิต กระทรวงการคลัง (2550) ได้ศึกษาผลของการเพิ่มภาษีสุราต่อความต้องการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทยซึ่งการศึกษาพบว่า หากขึ้นภาษีสุราสี่ร้อยละ 1 จะมีผลต่อความต้องการซื้อสุราสี่ลดลงร้อยละ 1.56 แต่จะมีผลต่อความต้องการสุราขาว เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.77 และมีผลต่อการซื้อเบียร์เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.32 ถ้าสุราขาวขึ้นภาษีสี่ร้อยละ 1 จะมีผลต่อความต้องการซื้อสุราขาวลดลงร้อยละ 2.73 แต่มีผลต่อความต้องการซื้อสุราสี่เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.06 และความต้องการซื้อเบียร์เพิ่มร้อยละ 1.25 กรณีเบียร์ขึ้นภาษีสี่ร้อยละ 1 จะมีผลต่อความต้องการซื้อเบียร์ลดลง ร้อยละ 2.68 ความต้องการซื้อสุราสี่เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.17 ความต้องการซื้อสุราขาว เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.3 แต่ไม่มีผลต่อสุราและไวน์นำเข้า และถ้าขึ้นภาษีสูรานำเข้าเพิ่มอีกร้อยละ 1 จะมีผลต่อความต้องการซื้อสุรานำเข้าลดลง ร้อยละ 0.61 แต่ไม่ส่งผลต่อสินค้ากลุ่มอื่น หมายความว่า ผู้ดื่มสุราต่างประเทศที่จงรักภักดีต่อแบรนด์ ไม่ดื่มสุราอื่น หรือดื่มก็ไม่มีการเปลี่ยนแปลง พิจารณาแต่เฉพาะสุราต่างประเทศระดับพรีเมียมขึ้นไป ปรับราคาขึ้นอีกเกือบขวดละ 100 บาท ทั้งๆ ที่ต้นทุนขวดละไม่เกิน 200 บาท แต่การนำเข้าอย่างถูกกฎหมายเสียภาษีทุกอย่างถูกต้อง ราคาจำหน่ายปลีกจะพุ่งไปเกือบขวดละ 1,000 บาท ช่องว่างส่วนต่างกันมาก ยิ่งทำให้ขบวนการขนส่งสุราเถื่อนมีมาก นอกจากนี้งานวิจัยของพัพงษ์ครและคณะ (2552) ที่เน้นการศึกษานัยทางเชิงนโยบาย พบว่าความยืดหยุ่นต่อราคาสุราเกือบทุกชนิดมีค่าใกล้เคียง -0.5 (ยกเว้นสุราขาว (-0.70) และบรันดีในประเทศ (-1.21) ที่มีความยืดหยุ่นสูงกว่า -0.5) หมายความว่า เมื่อราคาสุราเพิ่ม 10% การบริโภคจะลดลง 5% ขณะที่ยอด

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจัดเก็บภาษีสรรพสามิตสุราและปริมาณการบริโภคสุราในประเทศไทยและต่างประเทศพบว่า งานที่ผ่านมามีส่วนใหญ่มุ่งศึกษาถึงการจัดเก็บภาษีสรรพสามิตสุราและผลกระทบต่อการบริโภคสุรา โดยการออกแบบสำรวจและใช้ข้อมูลที่เป็นปฐมภูมิ โดยเน้นการสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับการขึ้นภาษีสรรพสามิตสุราต่อระดับการบริโภค นอกจากนี้ ยังศึกษาผลกระทบของการจัดเก็บภาษีสุราต่อเศรษฐกิจมหภาคเช่นรายรับรัฐบาล การบริโภค และราคาสินค้า ซึ่งเน้นผลกระทบเชิงนโยบายต่อรายรับ และบางงานวิจัยที่ใช้ข้อมูลทุติยภูมิก็เป็นการศึกษาเฉพาะโครงสร้างภาษีโดยไม่มีโครงสร้างตัวแบบเศรษฐกิจมิติเพื่อใช้ในการประมาณการปริมาณความต้องการบริโภคสุรา ดังนั้นงานวิจัยฉบับนี้จึง จะศึกษาถึงได้ศึกษา

ผลของการเพิ่มภาษีสุราต่อปริมาณการบริโภคสุราโดยผลที่ได้จะได้ทั้งความยืดหยุ่นของราคา ความยืดหยุ่นรายได้ และความยืดหยุ่นภาษีสรรพสามิตสุราต่อปริมาณการบริโภคสุราทั้งสุราในระบบและนอกระบบ โดยจะมีการการสร้างตัวแบบเศรษฐมิติในการประมาณค่าต่างๆ

นอกจากนี้ยังมีการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับโครงสร้างภาษีสุราในต่างประเทศ ชลธาร วิศรุตวงศ์และคณะ(2554) ได้ศึกษาเชิงเปรียบเทียบโครงสร้างภาษีสุรา กรณีศึกษาประเทศไทย สิงคโปร์ ฟิลิปปินส์ เกาหลี ออสเตรเลีย และประชาคมยุโรป Richupan (2005) ศึกษากระบวนการเก็บภาษีสุราใน เอเชีย ซึ่งประกอบด้วย สิงคโปร์ ฟิลิปปินส์ เกาหลี ฮองกง มาเลเซีย อินโดนีเซีย เวียดนาม และ ไทเป อุกฤษฏ์ ปัทมานันท์ และคณะ (2559) ได้เน้นการศึกษาถึงอุตสาหกรรมผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศในกลุ่มอาเซียนที่มีโอกาสและแนวโน้ม ส่งผลกระทบต่อประเทศไทย โดยเน้นการศึกษานโยบาย กฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมผลิตเครื่องดื่มในอาเซียน อีกทั้งยังเลือกศึกษาใน สิงคโปร์ ฟิลิปปินส์ เมียนมาร์ กัมพูชาและ สปป.ลาว นายจินตนา จันทรโคตรแก้ว และคณะ (2561) ได้ศึกษาถึงผลกระทบของข้อตกลงการค้าเสรีอาเซียน ต่อมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของกลุ่มประเทศ CLMV และไทย ซึ่งจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับจะพบว่า ยังไม่มีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับสรรพสามิตสุราและการกำหนดนโยบายควบคุมการบริโภคสุราของประเทศในกลุ่มสมาชิก ASEAN ดังนั้น งานวิจัยฉบับนี้ จึงเน้นการศึกษาโครงสร้างภาษีสรรพสามิตสุราและนโยบายควบคุมการบริโภคสุราในกลุ่มประเทศ ASEAN โดยเน้นกรอบของข้อตกลงการค้าเสรีอาเซียนที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และกำหนดนโยบายการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศสมาชิกใน ASEAN เพื่อศึกษาโครงสร้างการกำหนดภาษีสรรพสามิตสุรา การบริหารภาษีสรรพสามิตสุรา และการ กำหนดนโยบายที่ไม่ใช่ภาษีของรัฐบาล ในการควบคุมการบริโภคสุราของประเทศในกลุ่มสมาชิก ASEAN รวมทั้งการวิเคราะห์ผลกระทบการกำหนดภาษีสรรพสามิตสุราและการกำหนดนโยบายควบคุมการบริโภคสุราของประเทศในกลุ่มสมาชิก ASEAN ต่อการบริโภคสุราของประเทศไทย

สำหรับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับกระทบของข้อตกลงระหว่างประเทศต่อเศรษฐกิจ ได้ผู้ศึกษาไว้บ้าง เช่น Grieshaber-Otto et al. (2002) ได้วิเคราะห์ผลกระทบของสนธิสัญญาการค้าสินค้า การบริการ และการลงทุนระหว่างประเทศต่อมาตรการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งผลการวิจัยพบว่า ข้อตกลงสนธิสัญญาระหว่างประเทศ เป็นการบังคับให้รัฐมีการเปลี่ยนแปลงมาตรการทางภาษีอากร ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อรูปแบบการใช้เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งคล้ายกับงานวิจัยของ Zeigler (2009) ซึ่งได้วิเคราะห์ข้อตกลงทางการค้าและอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งเป็นการทบทวนข้อตกลงการค้าที่เกี่ยวข้องกับนโยบายการ ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และตรวจสอบบทบาทของอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในการสนับสนุน และพยายามที่จะมีอิทธิพลต่อ

นโยบายการค้า และพบว่า การเจรจาในข้อตกลงการค้าเสรี มีเป้าหมายที่จะลดอุปสรรคด้านการค้า เพิ่มการแข่งขัน ลดราคาสินค้าลง และส่งเสริมการบริโภคเครื่องตี้ม แอลกอฮอล์โดยมิได้คำนึงถึง มิติทางสาธารณสุข ในขณะที่นโยบายควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์มีความพยายาม ที่จะลดการ เข้าถึงและการบริโภค เพิ่มราคา และจำกัดการโฆษณาและการส่งเสริมการขาย ซึ่งเป็นไปใน ลักษณะที่ขัดแย้งกัน อารีกุล พวงสุวรรณ (2553) ได้ศึกษาผลกระทบของความตกลงการค้า นานาชาติ (การค้าเสรี) ต่อนโยบายควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ในประเทศไทยได้ข้อค้นพบว่า ประชากรการค้าเสรีมี ความขัดแย้งกับปรัชญาพื้นฐานของนโยบายควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ และ ยังมีความซับซ้อนและข้อจำกัดของ ความตกลงการค้าเสรีจะส่งผลต่อการออกแบบและผลักดัน นโยบายควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ นอกจากนี้ ยังพบว่า การลด ภาษีนำเข้าเหล็กร้อยละศูนย์จะ ส่งผลให้มาตรการทางภาษีนำเข้าไม่มีประสิทธิภาพ

จากการศึกษาวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง พบว่า งานวิจัยส่วนใหญ่จะเกี่ยวข้องกับ พฤติกรรมและกระทบของข้อตกลงระหว่างประเทศต่อเศรษฐกิจ โดยยังไม่ค่อยมีการทบทวนบริบท การรวมกลุ่มเศรษฐกิจและผลกระทบที่เกิดขึ้น โดยเฉพาะในประเทศไทย ดังนั้น งานวิจัยนี้ จึง ศึกษาข้อตกลงการค้าเสรีอาเซียนและผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ในประเทศไทย โดยเป็นการทบทวนบริบทของข้อตกลงการค้าเสรีอาเซียนและมาตรการที่เกี่ยวข้องกับการ จำกัดการบริโภคเครื่องตี้มแอลกอฮอล์แต่ละประเทศสมาชิกในอาเซียน

## บทที่ 3

### วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัย เรื่อง ข้อตกลงการค้าเสรีอาเซียนและผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องตี้ออลกอฮอล์ในประเทศไทย ครั้งนี้ได้ดำเนินการวิจัยโดยใช้กระบวนการ ดังต่อไปนี้

- 3.1 วิธีการศึกษา และการเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.2 ทฤษฎี แนวคิด และเครื่องมือในการวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.3 โมเดล หรือตัวแบบที่ใช้ในการวิเคราะห์

#### 3.1 วิธีการศึกษา และการเก็บรวบรวมข้อมูล

##### 3.1.1 รูปแบบการศึกษา

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary Research) ซึ่งเป็นการดำเนินการวิจัยโดยการทบทวนแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับมาตรการการจำกัดเข้าถึงเครื่องตี้ออลกอฮอล์ในกลุ่มประเทศอาเซียนข้อมูลที่รวบรวมจากเอกสารต่างๆ รวมทั้งรายงานสถิติ เอกสารทางวิชาการ และรายงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งจากเอกสารในประเทศและต่างประเทศ โดยในรายงานนี้ จะครอบคลุมประเทศในอาเซียนทั้ง 10 ประเทศ ได้แก่ ประเทศบรูไน กัมพูชา อินโดนีเซีย สปป.ลาว มาเลเซีย เมียนมาร์ ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ ไทย และเวียดนาม โดยครอบคลุมประเด็นดังนี้

- ทบทวนกรอบของข้อตกลงการค้าเสรีอาเซียนที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมเครื่องตี้ออลกอฮอล์ และกำหนดนโยบายการควบคุมเครื่องตี้ออลกอฮอล์ของประเทศสมาชิกใน ASEAN
- ศึกษาโครงสร้างการกำหนดภาษีสรรพสามิตสุรา การบริหารภาษีสรรพสามิตสุรา และการ กำหนดนโยบายที่ไม่ใช่ภาษีของรัฐบาลในการควบคุมการบริโภคสุราของประเทศในกลุ่มสมาชิก ASEAN
- วิเคราะห์ผลกระทบของข้อตกลงการค้าเสรีอาเซียนและผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องตี้ออลกอฮอล์ในประเทศไทย

### 3.1.2 พื้นที่

การวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดพื้นที่ จะครอบคลุมประเทศในอาเซียนทั้ง 10 ประเทศ ได้แก่ ประเทศบรูไน กัมพูชา อินโดนีเซีย สปป.ลาว มาเลเซีย เมียนมาร์ ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ ไทย และเวียดนาม

### 3.1.3 เครื่องมือ/แบบเก็บข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ได้ทำการเก็บข้อมูลโดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่รวบรวมจากเอกสารต่างๆ รวมทั้งรายงานสถิติ เอกสารทางวิชาการ และรายงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งจากเอกสารในประเทศและต่างประเทศ โดยผู้วิจัยจะเลือกศึกษาเฉพาะนโยบายหรือมาตรการในการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศต่างๆ เฉพาะใน 10 ประเทศ ได้แก่ ประเทศบรูไน กัมพูชา อินโดนีเซีย สปป.ลาว มาเลเซีย เมียนมาร์ ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ ไทย และเวียดนาม

### 3.1.4 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

งานวิจัยนี้ เป็นการศึกษาด้วยวิธีการการวิจัยจากเอกสาร (Documentary Research) ซึ่งเป็นการดำเนินการวิจัยโดยการทบทวนแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับมาตรการการจำกัดเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มประเทศอาเซียนข้อมูลที่รวบรวมจากเอกสารต่างๆ รวมทั้ง รายงานสถิติ เอกสารทางวิชาการ และรายงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งจากเอกสารในประเทศและต่างประเทศ โดยการ วิเคราะห์ได้ทำการวิเคราะห์จากเอกสาร ได้แก่ ข้อตกลงการค้าเสรีต่างๆ งานวิจัย บทความที่เกี่ยวข้อง และมาตรการทางกฎหมาย ในการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยจะสืบค้นจากเว็บไซต์ของหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อวิเคราะห์ ผลกระทบจากข้อตกลงการค้าเสรีต่อมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศ ในอาเซียน โดยในการวิจัยครั้งนี้จะใช้วิธีการ การทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบ ในการศึกษาตัวแปรและแบบจำลอง เพื่อศึกษาผลกระทบของข้อตกลงการค้าระหว่างประเทศต่อนโยบายควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พฤติกรรมการบริโภคและผลกระทบจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์



### 3.1.5 การสืบค้นข้อมูล

การศึกษานี้ทบทวนวรรณกรรมจาก โดยการรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับโครงสร้าง การกำหนดภาษีสรรพสามิตสุราและการกำหนดนโยบายควบคุมการบริโภคสุราของประเทศในกลุ่มสมาชิก ASEAN จากฐานข้อมูลที่เกี่ยวข้อง ประกอบไปด้วย PubMed ,EMBASE, Econlit, science direct, google scholar และเว็บไซต์ของหน่วยงานที่พัฒนาแบบจำลองนโยบาย แอลกอฮอล์ คือ Sheffield Alcohol Research Group โดยเหตุผลในการเลือกฐานข้อมูลดังกล่าวเนื่องจากมีความเกี่ยวข้องกับเนื้อหาของงานวิจัยนี้และมีความครอบคลุมของฐานข้อมูลซึ่งรวมบทความจากวารสารวิชาการต่างๆ โดย PubMed เป็นฐานข้อมูลสาขาวิทยาศาสตร์ชีวการแพทย์สุขภาพ EMBASE เป็นสาขาวิทยาศาสตร์ชีวการแพทย์สุขภาพ เกษศาสตร์ ตั้งแต่ 2490 Econlit เป็นฐานข้อมูลเศรษฐศาสตร์ และ science direct ซึ่งเป็นฐานข้อมูลที่รวบรวมวารสารด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี วิทยาศาสตร์การแพทย์ และด้านสังคม นอกจากนี้ ยังจะใช้ข้อมูลจากเว็บไซต์ของ Sheffield Alcohol Research Group ซึ่งงานวิจัยเกี่ยวกับนโยบายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ตั้งแต่ปี 2553-2563 โดยมีเกณฑ์การคัดเลือกวรรณกรรม (Eligibility criteria) ดังนี้

หลักเกณฑ์การคัดเลือกวรรณกรรมเข้า (Inclusion criteria) หลักเกณฑ์ การคัดเลือกวรรณกรรมเข้า (Inclusion criteria) ประกอบด้วย

- มาตรการ การศึกษานี้จะคัดเลือกการศึกษาที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับ มาตรการการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ใน ASEAN
- ผลกระทบ โดยใน การศึกษาการศึกษานี้จะทบทวนการศึกษาที่รวม ผลลัพธ์การศึกษา ดังนี้ ผลกระทบจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ผลกระทบจากการเปิด การค้าเสรี ASEAN ต่อ การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

### 3.1.6 ขั้นตอนการศึกษา

ขั้นตอนการศึกษาประกอบด้วย

- 1) ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับผลกระทบจากข้อตกลงการค้าเสรีต่อ มาตรการควบคุมเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์และพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
- 2) กำหนดกรอบในการวิเคราะห์ผลกระทบจากข้อตกลงการค้าเสรีต่อมาตรการ ควบคุมเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์และพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

3) ทบทวนข้อตกลงการค้าเสรีที่เกี่ยวข้องและทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบในการศึกษาตัวแปร และแบบจำลองผลกระทบของข้อตกลงการค้าระหว่างประเทศต่อนโยบายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พฤติกรรมและผลกระทบจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จากฐานข้อมูล ดังนี้ Pubmed, EMBASE, Ecolit, Google Scholar และเว็บไซต์ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

4) วิเคราะห์ผลการศึกษาผลกระทบจากข้อตกลงการค้าเสรีต่อมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ รวมทั้งรวบรวมตัวแปรและแบบจำลองผลกระทบของข้อตกลง การค้าระหว่างประเทศต่อ นโยบายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พฤติกรรมการบริโภคและผลกระทบจากการ บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

### 3.1.7 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการสังเคราะห์ผลการวิจัยเพื่อแสดงให้เห็นถึงความเหมือนและความแตกต่างของมาตรการในแต่ละประเทศในอาเซียนทั้ง 10 ประเทศ โดยจะวิเคราะห์ทั้งมาตรการทางภาษีและไม่ใช่อภาษี เพื่อนำไปสู่ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการพัฒนามาตรการการควบคุมการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้มีความทันสมัยมากยิ่งขึ้น ให้สอดคล้องกับความเป็นบริบทของอาเซียน

## บทที่ 4

### มาตรการด้านภาษีสรรพสามิตสุราในการจำกัด การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในอาเซียน

การวิจัยเรื่อง ข้อตกลงการค้าเสรีอาเซียนและผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทย ครั้งนี้ ได้ครอบคลุมถึงมาตรการในการจำกัดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในอาเซียนทั้งมาตรการที่เป็นภาษีและมาตรการที่ไม่ใช่ภาษี โดยในบทนี้จะศึกษา มาตรการด้านภาษีสรรพสามิตสุราในการจำกัดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในอาเซียน โดยในบทนี้จะแบ่งออกเป็น

- 4.1 ภาพรวมของภาษีสรรพสามิตสุราในอาเซียน
- 4.2 แนวทางการภาษีสรรพสามิตสุรา
- 4.3 ภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในอาเซียน
- 4.4 การจัดแบ่งประเภทสินค้าแอลกอฮอล์สำหรับระบบภาษีสรรพสามิต
- 4.5 โครงสร้างภาษีทั่วไปและมาตรการด้านภาษีสรรพสามิตสุราในประเทศสมาชิกอาเซียน

#### 4.1 ภาพรวมของภาษีสรรพสามิตสุราในอาเซียน

ภาษีสรรพสามิตสุรา เป็นภาษีที่จัดเก็บเพื่อเป็นแหล่งรายได้ของรัฐบาลและเป็นเครื่องมือในการจำกัดปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศ ซึ่งภาษีสรรพสามิตทั่วไปจะถูกออกแบบโดยมีจุดประสงค์เพื่อเป็นนโยบายด้านรายได้ สุขภาพ และสังคม ซึ่งภาษีสรรพสามิตสุราจะมีความแตกต่างกันในแต่ละประเทศสมาชิกอาเซียนทั้ง 10 ประเทศ ซึ่งจะมีการกำหนดโครงสร้างภาษีสรรพสามิตและอัตราภาษีสรรพสามิตที่แตกต่างกัน เพื่อให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและนโยบายภาษีด้านอื่นของรัฐบาลในแต่ละประเทศ

ภายใต้ข้อตกลงการเป็นประเทศสมาชิกอาเซียน 10 ประเทศ ทำให้การออกแบบระบบภาษีสรรพสามิตสุราเพื่อตอบสนองนโยบายภายในประเทศจะต้องคำนึงถึงข้อจำกัดและข้อตกลงต่างๆของประเทศสมาชิกในอาเซียน เนื่องจากประเทศสมาชิกอาเซียนจะมีความร่วมมือเพิ่มมากขึ้นในการพัฒนาความร่วมมือด้านเศรษฐกิจได้เป็นตลาดและฐานการผลิตเดียวในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (Asean Economic Community : AEC) ภายในสิ้นปี พ.ศ. 2558 ซึ่งส่งผลกระทบต่อระบบภาษีสรรพสามิตในภูมิภาคอาเซียน โดยในการจัดเก็บภาษีสรรพสามิต ในกลุ่มประเทศ

สมาชิกอาเซียน 10 ประเทศ ไม่จำเป็นต้องใช้คำว่า “ภาษีสรรพสามิต” แต่จะสามารถใช้ชื่อย่ออื่นได้ เช่น ประเทศไทยใช้คำว่า “ภาษีสุรา” หรือประเทศเวียดนามใช้ ภาษีการขายพิเศษ (Special Consumption Tax) โดยในทุกประเทศสมาชิก จะมีการจัดเก็บภาษีสรรพสามิตสุรจาก เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภท เบียร์ ไวน์ และ สุรากลั่น

## 4.2 แนวทางการเก็บภาษีสรรพสามิต

สำหรับแนวทางการจัดเก็บภาษีสรรพสามิตสุราในประเทศสมาชิกในอาเซียนทั้ง 10 ประเทศ จะมีการกำหนดฐานภาษีระหว่างประเทศสมาชิกที่แตกต่างกัน โดยจะมีการกำหนดฐานภาษี 3 รูปแบบคือ

### 4.2.1 การจัดเก็บภาษีตามมูลค่า ( Ad Valorem)

การจัดเก็บภาษีตามมูลค่า หรือ Ad Valorem เป็นการจัดเก็บภาษีตามมูลค่าเป็นการจัดเก็บภาษีโดยใช้ฐานภาษีที่มีการคำนวณจากราคาขายหน้าโรงงาน (Ex-Factory Selling Price) ซึ่งสามารถคำนวณได้จาก CIF + อากาศขาเข้า สำหรับสินค้านำเข้า ซึ่งการกำหนดฐานภาษีแบบนี้เป็นที่นิยมในหลายประเทศ และยังเป็นฐานภาษีที่พบเห็นมากที่สุด แต่อย่างไร การจัดเก็บดังกล่าวก็มีความแตกต่างกันระหว่างประเทศสมาชิกอาเซียน เช่น ประเทศกัมพูชาใช้ 65% ของราคาขายในใบแจ้งราคาสินค้า ในขณะที่ประเทศเมียนมาร์ใช้มูลค่าในใบเสร็จ อย่างไรก็ตาม การกำหนดราคาขายหน้าโรงงาน ไม่ได้มีการกำหนดชัดเจนในข้อตกลงอาเซียน ซึ่งแต่ละประเทศจะกำหนดฐานหน้าโรงงานที่ต่างกัน ยกตัวอย่างเช่น

ประเทศกัมพูชา	คำนวณจากราคาขายหน้าโรงงานตามที่บันทึกไว้ในใบแจ้งราคาสินค้า
สปป. ลาว	คำนวณจากราคาขายในสถานที่ผลิตโดยไม่รวมภาษีสรรพสามิต
ประเทศมาเลเซีย	คำนวณจากราคาซึ่งผู้ซื้อจะจ่ายเมื่อซื้อสินค้าในตลาดขณะที่ต้องเสียภาษี แต่ไม่รวมภาษีสรรพสามิต ต้นทุน ค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม ค่าขนส่งและจัดเก็บ โดยจัดเก็บทันทีหลังขนออกจากสถานที่ผลิต

ประเทศเมียนมาร์    คำนวณจากใบเสร็จจากการขายของผู้ผลิต

ประเทศไทย            ไม่นิยาม (มักกำหนดโดยกรมสรรพสามิต)

ประเทศเวียดนาม    คำนวณจากราคาขายที่กำหนดโดยผู้ผลิต (นอกจากบริษัท  
นำเข้าส่งออก จะต้อง > 10% ของส่วนต่าง

ข้อดีของการเก็บภาษีตามมูลค่า คือ การจัดเก็บตามมูลค่าจะสามารถสะท้อนราคาที่เป็นจริง เนื่องจากฐานภาษีสะท้อนเงินเพื่อซึ่งเพิ่มขึ้นจากวัตถุดิบและต้นทุนอื่น นอกจากนี้ ภาษีตามมูลค่ายังรวมถึงความสามารถในการซื้อในสินค้าบางประเภทสำหรับคนที่มียาได้ขั้นต่ำ อย่างไรก็ตาม ภาษีตามมูลค่าไม่ได้ทำให้เกิดความมั่นคงของรัฐบาล เนื่องจากมักได้รับผลกระทบจากความไม่แน่นอนในการจัดเก็บรายได้ ความเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ อัตราภาษีและราคาทำให้เกิดการขยายสู่ตลาดส่วนล่าง (Trading Down) ซึ่งผู้บริโภคจะเปลี่ยนไปบริโภคสินค้าที่ราคาต่ำกว่า (ดังนั้นจึงมีภาระภาษีต่ำกว่า) ผู้ผลิตอย่างปรับเปลี่ยนตามภาวะตลาด (Market Condition) เช่น ภาระภาษีเพิ่มขึ้น โดยการลดต้นทุน ปรับโครงสร้างราคา และรับภาระภาษีผ่านทางต้นทุนส่วนต่าง การปฏิบัติเหล่านี้ทำให้ฐานภาษีสรรพสามิตและรายได้ภาษีสรรพสามิตลดลง

ในการกำหนดอัตราภาษีสรรพสามิต จะมีการกำหนดมาตรฐานเดียวกันสำหรับการกำหนดฐานภาษี ทั้งการกำหนดหน่วยในการจัดเก็บภาษี และค่านิยามที่เกี่ยวข้องกับฐานภาษีที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยจะกำหนดเป็นมาตรฐานเดียวกันเพื่อจุดประสงค์ในการกำหนด “เกณฑ์มาตรฐาน” โครงสร้างภาษีสรรพสามิตสำหรับสินค้าและบริการ รวมทั้งเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยที่สินค้าที่ต้องเสียภาษีสรรพสามิตต้องการกระบวนการที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน โดยเฉพาะในอาเซียนที่ต้องใช้เพื่อทำให้กับสินค้าและบริการที่ต้องเสียภาษีสรรพสามิต โดยการกำหนดมาตรฐานไม่ได้มีเพียงแค่ทำให้เกิดความสอดคล้องกันทั้งภูมิภาค แต่ยังรวมถึงภาษีตามปริมาณสำหรับสินค้าที่ระเหยได้ เช่น แอลกอฮอล์ ซึ่งจะช่วยให้ประสิทธิภาพการบริหารจัดการสินค้าในอาเซียน

#### การกำหนดมาตรฐานเดียวกันสำหรับการเก็บภาษีตามมูลค่า

การจัดเก็บภาษีตามมูลค่า ซึ่งเรียกว่า “จุดรับผิดชอบทางภาษี (Tax Point)” โดยจุดรับผิดชอบทางภาษีหมายถึง เมื่อสินค้าออกจากโรงงานผลิตที่ได้รับอนุญาต แต่มูลค่าซึ่งใช้สำหรับวัตถุประสงค์ของภาษีสรรพสามิตสามารถดำเนินต่อไปตามห่วงโซ่อุปทาน ตาม ‘ราคาขายส่ง’ หรือ ‘ราคาขายปลีก’ โดยการจัดเก็บแบบนี้สามารถแบ่งได้เป็น

### การเก็บตามราคาขายหน้าโรงงาน

การประเมินการจัดเก็บภาษีสรรพสามิตทั่วไป สำหรับสินค้าที่ผลิตในประเทศของประเทศสมาชิกอาเซียนส่วนใหญ่จะประเมินโดยใช้ราคาขายหน้าโรงงาน ในขณะที่แต่ละประเทศมีการนิยามของคำว่า ราคาหน้าโรงงาน”ที่แตกต่างกันไปในแต่ละประเทศ

### การเก็บตามราคาขายหน้าโรงงาน ราคาขายปลีก

การใช้ราคาขายปลีกเป็นฐานในการกำหนดภาษี โดยมีวัตถุประสงค์ด้านการบริหาร สำหรับการกำหนดมาตรฐานเดียวกันสำหรับการเก็บภาษี เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ในอาเซียนสามารถแบ่งมาตรฐานการกำหนดภาษาสรรพสามิตสุรา ได้ ดังนี้

#### 4.2.2 การเก็บภาษีตามปริมาณ (Specific Rate Taxation)

การเก็บภาษีตามปริมาณ หรือ Specific Rate Taxation ซึ่งจัดเก็บสินค้าที่สามารถจับต้องได้ ในกรณีภาษีสรรพสามิต การเก็บภาษีตามปริมาณสามารถจัดเก็บได้หลายวิธี ตัวอย่างเช่น อัตราขึ้นอยู่กับ “ต่อกิโลกรัม” หรือ “ต่อลิตร” สำหรับการจัดเก็บภาษีจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จะมีการจัดเก็บภาษีตามปริมาณของเหลวในผลิตภัณฑ์ หรือจัดเก็บจากปริมาณแอลกอฮอล์ในผลิตภัณฑ์

การเก็บภาษีตามปริมาณถูกมองว่าเป็นการจัดเก็บภาษีที่ยุติธรรมสำหรับสินค้าที่มีการจัดเก็บภาษีในลักษณะดังกล่าว เนื่องจากเป็นการระบุงถึง “อันตราย” ของสินค้า โดยไม่คำนึงถึงต้นทุนการผลิต การเก็บภาษีตามปริมาณถือเป็นวิธีปฏิบัติที่เป็นเลิศของทั่วโลกในการกำหนดนโยบายภาษีสรรพสามิต เนื่องจากภาษีสรรพสามิตถูกออกแบบมาให้กำหนดอัตราภาษีสรรพสามิตซึ่งสามารถกำหนดราคาที่ต้องเพื่อสะท้อนผลกระทบต่อด้านลบ ดังนั้นการคำนวณภาษีสรรพสามิตจึงไม่ควรคำนึงถึงปัจจัยอื่น เช่น แหล่งกำเนิดสินค้า หนวดย่อยของสินค้าโดยแบ่งตามวัตถุดิบ หรือราคาขายหน้าโรงงานหรือราคา CIF

นอกจากนี้ อัตราภาษีตามปริมาณยังคงทำให้เกิดความมั่นคงทางรายได้ซึ่งจะเติบโตตามประมาณการบริโภค ต่างกับภาษีสรรพสามิตตามมูลค่า ภาษีตามปริมาณมักเชื่อมโยงกับการบริโภคและไม่ได้รับผลกระทบจากความผันผวนทางเศรษฐกิจ เช่น เศรษฐกิจตกต่ำ ราคาเพิ่มสูงขึ้น เป็นต้น ความผันผวนดังกล่าวอาจทำให้เกิดพฤติกรรมบริโภคที่เปลี่ยนไปบริโภคสินค้าที่มีต้นทุนการผลิตต่ำ ทำให้รายได้ของรัฐบาลลดลงแต่ไม่ลดปริมาณการบริโภคโดยรวม ทำให้เกิดความแตกต่างระหว่างรูปแบบการบริโภคแท้จริงกับนโยบายสุขภาพและสังคมซึ่งเป็นเจตนาของภาษีสรรพสามิต

### การกำหนดมาตรฐานเดียวกันสำหรับการเก็บภาษีตามปริมาณ

การกำหนดมาตรฐานเดียวกันสำหรับการเก็บภาษีตามปริมาณ การจัดเก็บตามปริมาณหรือ Unitary หรือ Specific หรือ Volumetric Rate Taxation เป็นการกำหนดอัตราภาษีตามปริมาณที่ใช้คำนวณภาษีมีทั้งต่อลิตร (สำหรับของเหลว เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์) ต่อลิตรแห่งแอลกอฮอล์บริสุทธิ์ โดยการจัดเก็บภาษีตามปริมาณเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์สูง จะสามารถมีจัดเก็บได้ 2 ลักษณะดังนี้

- การกำหนดอัตราภาษีสรรพสามิตตามปริมาณของเหลวในผลิตภัณฑ์ เช่น กำหนดภาษีตามปริมาณลิตร โดยใช้สำหรับเบียร์ ไวน์ หรือสุรากลั่นในบางประเทศวิธีการกำหนดอัตราภาษีต่อลิตร มีการนำมาใช้ในบางประเภท เช่น ประเทศอินโดนีเซีย มีการถูกเก็บภาษี ต่อลิตร กับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกประเภท ในขณะที่ประเทศมาเลเซีย มีการใช้การเก็บต่อลิตร กับเครื่องดื่มบางประเภท

- การกำหนดอัตราภาษีสรรพสามิตตามปริมาณแอลกอฮอล์ในผลิตภัณฑ์ หรือ “ลิตรแห่งแอลกอฮอล์บริสุทธิ์” โดยการเก็บแบบนี้จะทำให้เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีปริมาณแอลกอฮอล์สูงจะเสียภาษีสรรพสามิตมาก โดย องค์การอนามัยโลกได้ให้ข้อเสนอแนะว่าการเก็บภาษีตามปริมาณ ลิตรแห่งแอลกอฮอล์บริสุทธิ์ ถือเป็นยุทธศาสตร์ในการควบคุมอันตรายจากระดับการบริโภค โดยได้กล่าวว่า “ การกำหนดระบบการจัดเก็บภาษีตามปริมาณในประเทศสำหรับแอลกอฮอล์ โดยระบบการบังคับใช้กฎหมายที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งเหมาะสมกับปริมาณแอลกอฮอล์ในเครื่องดื่ม” โดยมีหลายประเทศในกลุ่มอาเซียนมีการจัดเก็บภาษีสรรพสามิตตามปริมาณลิตรแห่งแอลกอฮอล์บริสุทธิ์ เช่น สิงคโปร์ ฟิลิปปินส์ (ต่อ Proof Liter) มาเลเซีย (บางประเภท) และประเทศไทย (ลิตรแห่งแอลกอฮอล์บริสุทธิ์)

การเก็บภาษีตามปริมาณแอลกอฮอล์กำลังเป็นที่นิยมในภูมิภาค ผู้ผลิต ผู้นำเข้าและหน่วยงานสรรพสามิต ซึ่งต้องมีการพัฒนาประสิทธิภาพในการกำหนดปริมาณแอลกอฮอล์ในเครื่องดื่ม การริเริ่มดังกล่าวเกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงอำนาจกฎหมายซึ่งผู้ผลิต (และผู้นำเข้า) ต้องแจ้งความเข้มข้นของแอลกอฮอล์บนฉลากสินค้า การตรวจสอบความเข้มข้นของแอลกอฮอล์ที่ไม่ตรงกับที่แสดงบนฉลากสินค้าอยู่ภายใต้กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค ซึ่งเจ้าหน้าที่ภาษีควรกับวัตถุประสงค์ด้านการบริหารจัดการและการควบคุม การแก้ปัญหาด้านการบริหารจัดการพัฒนาขึ้น

เพื่อปัญหาที่เกิดขึ้นระหว่างการผลิตและบัญชีด้านการผลิต การเคลื่อนย้ายสินค้าปริมาณมาก (รวมทั้งระหว่างประเทศ) และในเขตและบรรจุภัณฑ์ของสินค้าปริมาณมาก

ในกรณีนี้เป็นเรื่องสำคัญสำหรับใบอนุญาตสรรพสามิตและหน่วยงานด้านภาษีจะต้องสามารถติดตามภาระภาษีสรรพสามิตของปริมาณแอลกอฮอล์ในสินค้า ในการนี้ใบอนุญาตและอำนาจหน้าที่ต้องสามารถกำหนดปริมาณแอลกอฮอล์ในสินค้าได้ทุกที่ โดยการกำหนดมาตรฐานเพื่อยืนยันปริมาณที่แท้จริง เนื่องจากคุณสมบัติของแอลกอฮอล์ซึ่งสามารถระเหยได้ การวัดความแรงแอลกอฮอล์สามารถทำได้โดยไฮโดรมิเตอร์ หรือเครื่องมือที่เหมือนกัน โดยวัดที่อุณหภูมิสินค้า กระบวนการที่ครอบคลุมควรทำให้แน่ใจว่า “อุณหภูมิมาตรฐาน” ในการกำหนดปริมาณแอลกอฮอล์ ภายใต้อุณหภูมิที่เหมาะสม ตารางแอลกอฮอล์ใช้ในการกำหนดปริมาณแอลกอฮอล์ที่ถูกต้อง กระบวนการถูกออกแบบมาอย่างดีและทำให้ง่ายต่อการดำเนินการในหลายพื้นที่ในภูมิภาคที่ใหญ่ขึ้น

อุณหภูมิมาตรฐานที่ใช้ร่วมกันมากที่สุดกำหนดความแรงแอลกอฮอล์ที่ 20 องศาเซลเซียส ซึ่งเกี่ยวข้องกับบทสรุปสำหรับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ใน Harmonized System (HS) ข้อยกเว้นที่สำคัญคือสหรัฐอเมริกา แก้ไขเป็น 60 องศาฟาเรนไฮต์ (หรือประมาณ 15.6 องศาเซลเซียส) จากการศึกษา Harmonized System (HS) พบว่าควรสนับสนุนการใช้นาฬิกาที่ 20 องศาเซลเซียสในการกำหนดความแรงแอลกอฮอล์ต่อไป

#### 4.2.3 การจัดเก็บแบบผสมระหว่างจัดเก็บตามมูลค่าและจัดเก็บตามปริมาณ

เป็นการกำหนดอัตราภาษีแบบผสมระหว่างการจัดเก็บตามมูลค่าและตามปริมาณ

### 4.3 ภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในอาเซียน

ภาษีสรรพสามิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศสมาชิกอาเซียน จะมีการจัดเก็บอย่างหลากหลายและมีความแตกต่างกันในแต่ละประเทศ ตามสภาพเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและความเชื่อของแต่ละประเทศ โดยภายใน 10 ประเทศอาเซียน ใช้หลากหลายวิธีในการคำนวณภาษีสรรพสามิตจากเครื่องดื่มท้องถิ่นและเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นำเข้า ซึ่งแบ่งออกเป็น:



1) การเก็บภาษีตามปริมาณ: โดยใช้ความเข้มข้นของแอลกอฮอล์สำหรับสินค้าที่ใช้ลิตรแห่งแอลกอฮอล์ บริสุทธิ์ (liters of pure alcohol: LPA) ในการวัด

2) การเก็บภาษีต่อหน่วย: ซึ่งเป็นการเก็บตามปริมาณสุทธิของของเหลวในสินค้า

3) การเก็บภาษีตามมูลค่า: เป็นการจัดเก็บตามมูลค่าของสินค้า

4) การเก็บภาษีแบบผสม: เป็นการเก็บตามปริมาณและตามมูลค่ารวมกัน

ภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นการเก็บภาษีภายในซึ่งมีความแตกต่างกันภายในอาเซียน จะมีการเรียกชื่อที่แตกต่างกัน เช่น

ประเทศไทย เรียกว่า ภาษีสุรา (liquor tax)

ประเทศเวียดนาม เรียกว่า ภาษีการบริโภคพิเศษ (special consumption tax)

ประเทศกัมพูชา เรียกว่า ภาษีที่จัดเก็บจากสินค้าและบริการเฉพาะอย่าง (specific tax on certain merchandises and services)

ประเทศเมียนมาร์ เรียกว่า ภาษีการค้า (commercial tax)

อินโดนีเซีย มาเลเซีย และสิงคโปร์ เรียกว่า ภาษีสรรพสามิต (excise duties)

นอกจากนั้น ประเทศทุกประเทศในอาเซียนมีการเก็บภาษีศุลกากรสำหรับสินค้านำเข้า อย่างน้อยมีการเก็บภาษีจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์บางชนิด

สำหรับหลักเกณฑ์ในการจัดเก็บภาษีสรรพสามิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในอาเซียน สามารถสรุปได้ดังตาราง 4.1

ตาราง 4.1 หลักเกณฑ์ในการจัดเก็บภาษีสรรพสามิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในอาเซียน

ประเทศ	จัดเก็บตามปริมาณ			ภาษีตามมูลค่า	
	ลิตร	ลิตรแห่ง แอลกอฮอล์ บริสุทธิ์	ปริมาณ แอลกอฮอล์	ราคาขาย หน้าโรงงาน หรือ CIF	ราคาขาย ปลีก
กัมพูชา				√	
ไทย		√		√	
บรูไน	√				
ฟิลิปปินส์	√ (เบียร์และ ไวน์)		√		√ (สุรา)
มาเลเซีย	√ (เบียร์และ ไวน์)	√ (สุรา)	√ (ตามค่านิยม เท่านั้น)		
เมียนมาร์				√	
ลาว				√	
เวียดนาม					
สิงคโปร์		√			
อินโดนีเซีย	√				

#### 4.4 การจัดแบ่งประเภทสินค้าแอลกอฮอล์สำหรับระบบภาษีสรรพสามิต

ในการกำหนดภาษีสรรพสามิตสุราหรือภาษีอื่นที่มีการจัดเก็บกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จะใช้ระบบจัดแบ่งประเภทซึ่งเป็นมาตรฐานเดียวกับประเทศอื่นๆทั่วโลก คือ การกำหนดภาษีสรรพสามิตสุราโดยใช้ระบบ HS Code (Harmonized System Code) และระบบ มาตรฐานอาหารระหว่างประเทศสำหรับเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์และเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ (The CODEX International Food Standards for alcohol and non-alcohol beverages) ที่กำหนดโดย Codex Alimentarius Commission (CAC) ซึ่งเป็นคณะกรรมการโครงการมาตรฐานอาหารที่มีหน้าที่กำหนดมาตรฐานอาหารให้เป็นมาตรฐานสากล ซึ่งในการกำหนดภาษีสรรพสามิตสุราดังกล่าวมีวัตถุประสงค์เพื่อให้การบริหารจัดการการค้าระหว่างประเทศของเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ มีความสอดคล้องกันของมาตรฐานอาหารสากล ซึ่งจากการศึกษาจะพบว่าประเทศในอาเซียน มีการ แบ่งประเภทสินค้าแอลกอฮอล์ตามปริมาณแอลกอฮอล์ เพื่อใช้ในการกำหนดโครงสร้างภาษี โดยแบ่งประเภทสินค้าแอลกอฮอล์เป็น 3 ประเภท

- 1) ประเภทที่ 1 เป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีปริมาณแอลกอฮอล์น้อยกว่าหรือเท่ากับ 5 ดีกรี
- 2) ประเภทที่ 2 เป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีปริมาณแอลกอฮอล์มากกว่า 5 ดีกรี แต่น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ดีกรี
- 3) ประเภทที่ 3 เป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีปริมาณแอลกอฮอล์มากกว่า 20 ดีกรี

หากมีการประเภทสินค้าแอลกอฮอล์ตามมาตรฐานที่กล่าวมาข้างต้น จะสามารถแบ่งประเภทสินค้าแอลกอฮอล์ จัดแบ่งประเภทตามนี้

- 1) ประเภทที่ 1 ได้แก่ เบียร์ ไชเตอร์ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์พร้อมดื่ม ที่มีปริมาณแอลกอฮอล์เท่ากัน
- 2) ประเภทที่ 2 ได้แก่ ไวน์และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์บางชนิด

#### 4.5 โครงสร้างภาษีทั่วไปและมาตรการด้านภาษีเครื่องตี้อัลกอฮอลล์ในประเทศสมาชิกอาเซียน

ถึงแม้ว่าประเทศสมาชิกอาเซียนมีการใช้โครงสร้างภาษีทั่วไปและภาษีเครื่องตี้อัลกอฮอลล์ที่แตกต่างกันตามสภาพแวดล้อมและกฎหมายของแต่ละประเทศหลากหลาย แต่จากการศึกษาพบว่า การจัดเก็บภาษีสรรพสามิตเครื่องตี้อัลกอฮอลล์มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นรายได้ของรัฐบาล และยังเป็นการป้องกันอุตสาหกรรมภายในประเทศ และลดการบริโภคเครื่องตี้อัลกอฮอลล์ โดยการจัดเก็บภาษีจากเครื่องตี้อัลกอฮอลล์อาเซียน จะมีการเก็บทั้งที่เป็นภาษีศุลกากรและภาษีสรรพสามิตสุรา โดยแต่ละประเทศมีโครงสร้างภาษีและการจัดเก็บภาษีสรรพสามิตเครื่องตี้อัลกอฮอลล์ดังนี้

##### 4.5.1 ประเทศบรูไน ดารุสซาลาม (Brunei Darussalam)

ประเทศบรูไนเป็นประเทศที่มีจำนวนประชากรในประเทศจำนวนน้อยเมื่อเทียบกับประเทศอื่นในกลุ่มสมาชิกอาเซียน นอกจากนี้ ประเทศบรูไนเป็นประเทศที่มีสภาพทางสังคมและวัฒนธรรมเป็นสังคมมุสลิมที่เคร่งครัดต่อหลักคำสอนของศาสนาอิสลามเนื่องจากประชากรส่วนใหญ่นับถือศาสนาอิสลาม ดังนั้น ประเทศบรูไนจึงมีการกำหนดนโยบายเพื่อจำกัดปริมาณการตี้อัลกอฮอลล์โดยการจัดตลาดเครื่องตี้อัลกอฮอลล์ทั้งหมด การเก็บภาษีสรรพสามิตกับเครื่องตี้อัลกอฮอลล์ในประเทศบรูไน เป็นการจัดเก็บโดยใช้ระบบเครื่องตี้อัลกอฮอลล์มีการจัดเก็บทั้งแบบต่อหน่วย และแบบตามปริมาณ (ต่อปัฐฟิลิตร) ในขณะที่ ประเทศบรูไนไม่มีการเก็บภาษีศุลกากรสำหรับเครื่องตี้อัลกอฮอลล์นำเข้า นอกจากนี้ประเทศบรูไนไม่มีการเก็บภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ภาษีสวัสดิการสังคม แต่จะมีการเก็บ เงินเข้า กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ (state-managed provident fund.) ประมาณ ร้อยละ 5 ของเงินเดือน ซึ่งจะเห็นว่าภาษีสรรพสามิตเครื่องตี้อัลกอฮอลล์หลักในการเก็บจำกัดปริมาณเครื่องตี้อัลกอฮอลล์ทั้งหมดในตลาด โดยประเทศบรูไนมีการกำหนดอัตราภาษีประเภทต่างๆ ดังนี้

##### 1) ภาษีเงินได้นิติบุคคล (Corporate Tax)

ประเทศบรูไนมีการเก็บภาษีเงินได้นิติบุคคล ในอัตรา 22 % นอกจากนี้ จะมีการเก็บภาษี เงินได้ปิโตรเลียม (Petroleum Income Tax) ซึ่งเป็นภาษีที่เก็บจากกำไรจากการประกอบกิจการปิโตรเลียมในอัตราคงที่ คือ 55 %

## 2) ภาษีหัก ณ ที่จ่าย (Withholding Tax)

ประเทศบรูไน มีระบบการจัดภาษีหัก ณ ที่จ่าย (Withholding Tax) ดังนี้

<u>ประเภทของรายได้</u>	<u>อัตราภาษี</u>
● ค่าบริหารจัดการ (management fee )	10%
● ดอกเบี้ย ( Interest ) คอมมิสชัน (commission)	15%
● ค่าสิทธิ (Royalty)	10%
● ความช่วยเหลือด้านเทคนิคและค่าบริการ (Technical assistance and Service Fee)	20%
● ค่าเช่าสินทรัพย์ที่เคลื่อนที่ได้ (movable property rent)	10 %

## 3) ภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (Alcohol Tax)

ถึงแม้ว่าประเทศบรูไนจะมีมาตรการการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างเข้มงวดโดยเฉพาะอย่างยิ่งประชาชนที่เป็นมุสลิม แต่ด้วยการคำนึงถึงสิทธิเสรีภาพของประชาชนในบรูไนที่ไม่ใช่มุสลิม รวมทั้งนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เดินทางมายังประเทศบรูไน ที่ไม่มีกฎหมายข้อบังคับทางศาสนาห้ามการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ก็สามารถบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้โดยการนำเข้ามาตามกฎของ Brunei's alcohol laws ซึ่งการนำเข้ามาจะต้องเสียภาษีสุราแบบอัตราตามปริมาณต่อลิตร (Unitary Taxation) ซึ่ง จะทำให้ราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ภายหลังจากบวกภาษีสุราของบรูไนสูงขึ้น (Rob Preece, 2012) นอกจากนี้ ประเทศบรูไนยังมีการกำหนดปริมาณเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งอนุญาตให้ผู้ที่ไม่ใช่มุสลิมหรือนักท่องเที่ยวสามารถนำเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เข้ามาในบรูไนได้ครั้งละ ไม่เกิน 2 ขวด และรวมทั้งหมดต้องมีปริมาณไม่เกิน 2 ลิตร หรือหากเป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์รูปแบบกระป๋องจะอนุญาตให้นำเข้ามาได้ไม่เกิน 12 กระป๋อง (ขนาด 330 มิลลิลิตร) โดยการนำเข้ามาในประเทศแต่ละครั้งนั้นต้องมีระยะเวลาห่างกันไม่น้อยกว่า 48 ชั่วโมง

การจัดเก็บภาษีสรรพสามิตสำหรับสินค้าประเภทสุรา หรือเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์เป็นส่วนผสม ประเทศบรูไนดารุสซาลามได้มีการกำหนดอัตราภาษีสรรพสามิต ในอัตราต่าง ๆ ขึ้นกับปริมาณแอลกอฮอล์ที่มีอยู่ในเครื่องดื่มประเภทนั้น ๆ เช่น เครื่องดื่มที่ผลิตจากองุ่นที่มีปริมาณแอลกอฮอล์ต่ำกว่า 15 เปอร์เซ็นต์ มีอัตราภาษีสรรพสามิต BND 55/Dal และหากมีปริมาณแอลกอฮอล์มากกว่า 15 เปอร์เซ็นต์ มีอัตราภาษีสรรพสามิต BND 90/Dal บรั่นดี หรือวิสกี้ ที่มีปริมาณแอลกอฮอล์ ตั้งแต่ 46 เปอร์เซ็นต์ มีอัตราภาษีสรรพสามิต BND 250/Dal เป็นต้น โดยโครงสร้างอัตราภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศบรูไนสามารถแสดงได้ ดังตาราง 4.2

ตาราง 4.2 โครงสร้างอัตราภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศบรูไน

ประเภทเครื่องดื่ม	อัตราภาษี
1. เบียร์ ( Beer )	30 ดอลลาร์บรูไน ต่อ เดซิลิตร (BND 120 per Deciliters)
2. ไวน์ (Wine) <ul style="list-style-type: none"> <li>● สปาร์คคองไวน์ (sparkling wine)</li> <li>● ไวน์อื่น (ปริมาณแอลกอฮอล์ <math>\leq</math> 15 %)</li> <li>● ไวน์อื่น (ปริมาณแอลกอฮอล์ <math>&gt;</math> 15 %)</li> </ul>	120 ดอลลาร์บรูไน ต่อ เดซิลิตร (BND 120 per deciliters)  55 ดอลลาร์บรูไน ต่อ เดซิลิตร (BND 55 per deciliters)  90 ดอลลาร์บรูไน ต่อ เดซิลิตร (BND 90 per deciliters)
3. สุรากลั่น ( Distilled spirit ) <ul style="list-style-type: none"> <li>● วิสกี้ (Whisky), วอดกา (Vodka) , รัม (Rum) , บรั่นดี (Brandy), เทกิลลา (Tequila)</li> <li>● อารัค และ สุราจากสับปะรด ที่มีปริมาณแอลกอฮอล์ น้อยกว่าหรือเท่ากับ 40 % (Arak and pineapple spirits <math>\leq</math> 40 abv)</li> <li>● อารัค และ สุราจากสับปะรด ที่มีปริมาณแอลกอฮอล์ มากกว่าหรือเท่ากับ 40 % (Arak and pineapple spirits <math>&gt;</math> 40 abv)</li> </ul>	250 ดอลลาร์บรูไน ต่อ เดซิลิตร (BND 250 per deciliters)  90 ดอลลาร์บรูไน ต่อ เดซิลิตร (BND 90 per deciliters)  120 ดอลลาร์บรูไน ต่อ เดซิลิตร (BND 120 per deciliters)
4. เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทสุราแช่อื่นๆ ( Other fermented beverages) <ul style="list-style-type: none"> <li>● ไซเดอร์ ( Cider ), แชนดี้(Shandy),เพอร์รี่ (perry) และ อื่นๆ</li> <li>● เหล้าสาเก (Sake) และ Toddy</li> </ul>	30 ดอลลาร์บรูไน ต่อ เดซิลิตร (BND 30 per deciliters)  90 ดอลลาร์บรูไน ต่อ เดซิลิตร (BND 90 per deciliters)

ที่มา : National Tax Research Center, Taxation of Alcohol Products in ASEAN Countries, March-April 2009

## 4.5.2 ประเทศกัมพูชา (Cambodia)

ประเทศกัมพูชามีระบบการจัดเก็บภาษีประเภทต่างๆ ดังนี้

### 1) ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา (Personal Income Tax)

ประชาชนที่มีรายได้ต้องจ่ายภาษีในอัตราก้าวหน้า ดังนี้

รายได้ (ฐานภาษี)	อัตราภาษี
● ต่ำกว่า KHR 750,000	0 %
● KHR 750,000 – 1,000,000	5%
● KHR 1,000,001 – 10,000,000	10%
● KHR 10,000,001 – 20,000,000	15%
● มากกว่า KHR 20,000,000	20%

### 2) ภาษีเงินได้นิติบุคคล (Corporate Tax)

ธุรกิจในประเทศกัมพูชาเก็บอัตราภาษีเงินได้นิติบุคคลอยู่ที่ 20 % แต่มีข้อยกเว้นสำหรับธุรกิจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมน้ำมันดิบและก๊าซธรรมชาติหรือทรัพยากรธรรมชาติที่จัดเก็บภาษีเงินได้นิติบุคคลในอัตรา 30 %

### 3) ภาษีมูลค่าเพิ่มหรือ ภาษีการขาย (Value Added Tax/ Sales Tax)

ประเทศกัมพูชามีการจัดเก็บภาษีในรูปแบบ ภาษีมูลค่าเพิ่ม หรือ ในอัตรา 10 % ของราคาสินค้า

### 4) ภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (Alcohol Tax)

รัฐบาลของประเทศกัมพูชา มีการกำหนดมาตรการทางภาษีที่รัฐบาลกัมพูชาใช้ในการจำกัดการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์การจัดเก็บภาษีสรรพสามิตในประเทศกัมพูชา คือ การจัดเก็บภาษีเฉพาะ (Specific Tax) ซึ่งเป็นภาษีที่จัดสำหรับสินค้าและบริการบางชนิดทั้งในประเทศและนำเข้าจากต่างประเทศจากสินค้าและการบางประเภท ทั้งสินค้าที่ผลิตภายในประเทศและสินค้านำเข้าจากต่างประเทศ โดยสินค้าและบริการดังกล่าวมีความคล้ายคลึงกับสินค้าและบริการที่จัดเก็บภาษีสรรพสามิตในประเทศไทยหลายประเภท เช่น น้ำมัน ยาสูบ บุหรี่ เครื่องดื่ม

แอลกอฮอล์ เบียร์ ไวน์ เครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ เป็นต้น สำหรับสินค้าและบริการ ซึ่งมีการจัดเก็บภาษีสรรพสามิตที่แตกต่างไปจากประเทศไทย เช่น ยางรถยนต์ โรงแรม สถานบริการ สปา ไทโรคนาคมทั้งในประเทศและระหว่างประเทศ เป็นต้น

การจัดเก็บภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศกัมพูชา เป็นการเก็บตามมาตรฐานของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยประเทศกัมพูชาจะจัดเก็บภาษีสรรพสามิตจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกชนิดในอัตราร้อยละตามมูลค่า โดยจะมีการกำหนดอัตราที่ที่ค่อนข้างต่ำเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่นในภูมิภาคเดียวกัน ซึ่งจากการสำรวจพบว่าในประเทศกัมพูชาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทเบียร์เป็นสินค้าที่มีส่วนแบ่งในตลาดมากที่สุด มีการเก็บภาษีตามมูลค่าอยู่ที่ร้อยละ 25 โดยเป็นการจัดเก็บภาษีที่จัดเก็บจากสินค้าและบริการเฉพาะอย่าง ในทางตรงข้ามจะมีการเก็บอัตราร้อยละตามมูลค่าของไวน์และผลิตภัณฑ์สุราอื่นในอัตราร้อยละ 10 โดยประเทศกัมพูชา มีการเก็บภาษีอัตราต่างๆ ดังตารางที่ 4.3

ตาราง 4.3 โครงสร้างอัตราร้อยละของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศกัมพูชา

ประเภทเครื่องดื่ม	อัตราร้อยละ (อัตราร้อยละสินค้าเฉพาะตามมูลค่า)
1. เบียร์ ( Beer ) ( ทุกประเภท )	ร้อยละ 25
2. ไวน์ ( Wine ) ( ทุกประเภท )	ร้อยละ 20
3. เหล้าสปีริต ( Spirit ) ( ทุกประเภท )	ร้อยละ 20

ที่มา : Specific Tax on Certain Merchandises and Services: General Department of Taxation of Ministry of Economy and Finance, specific Tax on Certain Merchandises and Services

นอกจากนี้ เครื่องดื่มทุกประเภทในประเทศกัมพูชายังมีการการจัดเก็บตามฐานภาษีสรรพสามิตของประเทศกัมพูชา ร้อยละ 65 ซึ่งจะเป็นการจัดเก็บตามฐานภาษีตามมูลค่าที่มีการคำนวณที่จุดขายปลีกที่จะต้องมีการแสดงใบเสร็จของลูกค้าทุกครั้ง

เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศกัมพูชา ยังจะถูกจัดเก็บภาษีมูลค่าเพิ่ม (Value Added Tax: VAT) โดยใช้กับผู้เสียภาษีในระบบประเมินตนเอง ซึ่งเป็นผู้จัดจำหน่ายสินค้าและให้บริการใน



อัตราร้อยละ 10 สำหรับการจำหน่ายภายในประเทศ นอกจากนี้ ยังมีการเก็บภาษีเครื่องตีม แอลกอฮอล์และบุหรี่ยี่ (Tax on Public Lighting: PLT) เป็นภาษีที่จัดเก็บในอัตราร้อยละ 3 จากผู้จำหน่ายเครื่องตีมแอลกอฮอล์และบุหรี่ยี่ทุกประเภท โดยจะทำการคำนวณก่อนภาษีเฉพาะ (STCMS) และภาษีมูลค่าเพิ่ม (VAT)

#### 4.5.3 ประเทศอินโดนีเซีย (Indonesia)

ประเทศอินโดนีเซียมีระบบการจัดเก็บภาษีประเภทต่างๆ ดังนี้

##### 1) ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา (Personal Income Tax)

ประชาชนที่มีรายได้ในประเทศอินโดนีเซียต้องจ่ายภาษีในอัตราก้าวหน้า

ดังนี้

รายได้ (ฐานภาษี)	อัตราก้าวหน้า
● Rp 1 – 50,000,000	5 %
● Rp 50,000,001 – 250,000,000	15%
● Rp 250,000,001 – 500,000,000	25%
● Rp 500,000,001 and above	30%

##### 2) ภาษีเงินได้นิติบุคคล (Corporate Tax)

ธุรกิจในประเทศอินโดนีเซียทั้งที่เป็นธุรกิจในประเทศและบริษัทข้ามชาติ จะต้องเสียภาษี ภาษีเงินได้นิติบุคคลในอัตราก้าวหน้า ดังนี้

รายได้ (ฐานภาษี)	อัตราก้าวหน้า
● Rp 50,000,000 หรือ ต่ำกว่า	10 %
● Rp 50,000,001 – 100,000,000	15%
● มากกว่า Rp 100,000,00	30 %

นอกจากนี้ ประเทศอินโดนีเซียยังมีการจัดเก็บ ภาษีเงินได้นิติบุคคล ตามประเภทของธุรกิจซึ่งเป็นอัตราพิเศษสำหรับบางธุรกิจ ดังนี้

ประเภทธุรกิจ	อัตราภาษี
● ธุรกิจปิโตรเลียม และ ธุรกิจเหมืองแร่	30 - 45 %
● ธุรกิจก่อสร้าง	2 %
● ธุรกิจ ออกแบบ-ก่อสร้าง	4 %
● ธุรกิจขนส่งระหว่างประเทศ	2.64%

### 3) ภาษีมูลค่าเพิ่มหรือ ภาษีการขาย (Value Added Tax/ Sales Tax)

ประเทศอินโดนีเซียมีการจัดเก็บภาษีในรูปแบบ ภาษีการขายหรือ อัตราค่าบริการ (Sales Tax / Service Rate) หรือ ในอัตรา 10 % ของราคาสินค้า

### 4) ภาษีหัก ณ ที่จ่าย (Withholding Tax)

ประเทศอินโดนีเซีย มีระบบการจัดภาษีหัก ณ ที่จ่าย (Withholding Tax) โดยแบ่งอัตราภาษีเป็น 2 ประเภท คือ อัตราสำหรับชาวอินโดนีเซีย และ อัตราสำหรับชาวต่างชาติตามรายได้ดังนี้

ประเภทของรายได้	อัตราภาษี	
	ชาวอินโดนีเซีย	ชาวต่างชาติ
● เงินปันผล ( Dividend )	10%	20%
● ดอกเบี้ย ( Interest )	15%	20%
● ค่าสิทธิ (Royalty)	15%	20%
● ความช่วยเหลือด้านเทคนิคและค่าบริการ (Technical assistance and Service Fee)	2%	20%

## 5) สิทธิประโยชน์ทางภาษี สำหรับ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Tax Incentives for SMEs)

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศอินโดนีเซียที่มีรายได้ไม่เกิน 600 ล้านรูเปียห์ต่อปีไม่ต้องเสียภาษีมูลค่าเพิ่ม นอกจากนี้ ยังมีการยกเว้นภาษีสำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เป็นการร่วมทุนระหว่างต่างชาติธุรกิจในอินโดนีเซียที่มีรายได้ ระหว่าง 600 ล้านรูเปียห์ ถึง 2500 ล้านรูเปียห์ต่อปี

## 6) ภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (Alcohol Tax)

เนื่องจากประเทศอินโดนีเซียเป็นประเทศเป็นประเทศที่ประชากรส่วนใหญ่นับถือศาสนาอิสลาม จึงสามารถกล่าวได้ว่าประเทศอินโดนีเซียจึงจัดเป็นประเทศมุสลิม ประชากรส่วนใหญ่ของอินโดนีเซียจะต้องละเว้นการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามหลักศาสนาอิสลาม จึงทำให้ประเทศอินโดนีเซียเป็นประเทศที่มีอัตราการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่อหัวต่ำที่สุดอีกประเทศหนึ่งในอาเซียน อย่างไรก็ตามประเทศอินโดนีเซีย มีการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศประเภทเบียร์ท้องถิ่นและมีการนำเข้าเบียร์ต่างประเทศ

การกำหนดโครงสร้างภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศอินโดนีเซีย เป็นมาตรการที่ไม่ซับซ้อนและเข้าใจได้ง่ายที่สุดในประเทศอาเซียน นอกจากนี้โครงสร้างภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศอินโดนีเซียยังได้รับการชมเชยจากผู้เชี่ยวชาญด้านภาษีนานาชาติ เนื่องจากโครงสร้างภาษีสรรพสามิตของอินโดนีเซียไม่มีการแยกประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ประเทศอินโดนีเซียได้กำหนดการปฏิบัติแบบแนวตั้งในการแบ่งระบบการจัดเก็บภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ออกเป็น 3 ประเภท โดยพิจารณาจากความเข้มข้นของแอลกอฮอล์เท่านั้น

ประเทศอินโดนีเซีย มีการเก็บอัตราภาษีสรรพสามิตต่อหน่วย (ต่อลิตร) แบ่งมีการแบ่งการเก็บภาษีออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภท A, B และ C. โดยประเทศอินโดนีเซียมีแนวคิดในการควบคุมการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในตลาด โดยใช้โครงสร้างภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ร่วมกับกฎระเบียบข้อห้ามที่หลากหลาย โดยเฉพาะส่วนจำกัดปริมาณการนำเข้าของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยที่มีการจำกัดปริมาณเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภท B และ C ที่มีข้อจำกัดไปเกือบทั่วประเทศ นอกจากนี้ประเทศอินโดนีเซียมีการจัดเก็บภาษีนำเข้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในอัตราที่สูงโดยมีการแบ่งตามความเข้มข้นของแอลกอฮอล์ โดยมีอัตราการจัดเก็บภาษีดังนี้

ตาราง 4.4 โครงสร้างอัตราภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศอินโดนีเซีย

ประเภทเครื่องดื่ม	อัตราภาษี รูเปียอินโดนีเซียน/ลิตร (IDR/L)	
	เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศ	เครื่องดื่มแอลกอฮอล์นำเข้า
ประเภท A1 (ปริมาณแอลกอฮอล์ 1 %)	2,500	2,500
ประเภท A2 (ปริมาณแอลกอฮอล์ 1 – 5 %)	3,500	5,000
ประเภท B1 (ปริมาณแอลกอฮอล์ >5% - 20 %)	5,000	20,000
ประเภท B2 (ปริมาณแอลกอฮอล์ >5% - 20 %)	10,000	30,000
ประเภท C (ปริมาณแอลกอฮอล์ > 20 %)	26,000	50,000

ที่มา: Excise Duty: Ministry of Finance Notification

#### 4.5.4 สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว หรือ สปป ลาว (The Lao People's Democratic Republic of Lao PDR)

สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวมีระบบการจัดเก็บภาษีประเภทต่างๆ

ดังนี้

##### 1) ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา (Personal Income Tax)

ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาในอัตราก้าวหน้า ดังนี้

รายได้ (ฐานภาษี)	อัตราก้าวหน้า
● Kip 1 – 1,500,000	5 %
● Kip 1,500,001 – 4,000,000	10 %
● Kip 4,000,001 – 8,000,000	15 %
● Kip 8,000,001 – 15,000,000	20 %
● มากกว่า Kip 15,000,000	25 %

##### 2) ภาษีเงินได้นิติบุคคล (Corporate Tax)

ธุรกิจในสปป ลาว จะต้องเสียภาษีในอัตรา 35 % อย่างไรก็ตาม ธุรกิจต่างชาติในประเทศลาวจะเสียภาษีในอัตรา 20 %

##### 3) ภาษีมูลค่าเพิ่มหรือ ภาษีการขาย (Value Added Tax/ Sales Tax)

ภาษีมูลค่าเพิ่มในประเทศ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวโดยเก็บในอัตรา 5% ของ มูลค่าสินค้าและบริการ

##### 4) ภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (Alcohol Tax)

สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว หรือ สปป ลาว มีระบบการจัดเก็บภาษีสรรพสามิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกประเภทตามมูลค่ากับ ซึ่งคล้ายกับระบบการจัดเก็บภาษีในหลายประเทศในอาเซียน โดยโครงสร้างภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของลาวไม่มีความซับซ้อน สปป. ลาว มีการกำหนดอัตราตามมูลค่าของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เริ่มต่ำสุด 50% โดยจะใช้สำหรับสำหรับผลิตภัณฑ์เบียร์ที่มีความเข้มข้นของแอลกอฮอล์ต่ำ และจะมีการเพิ่มอัตราก้าวหน้าเพิ่มขึ้นถึง 60% สำหรับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทไวน์ และ 70% สำหรับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทสุรากลั่น หากมีการเปรียบเทียบอัตราก้าวหน้าใน สปป. ลาว และมาตรฐานการจัดเก็บภาษีเครื่องดื่ม

แอลกอฮอล์ในประเทศอื่นในอาเซียน จะพบว่า อัตราภาษีสรรพสามิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทเบียร์ ไวน์ และสุรายังมีอัตราที่สูงเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศเพื่อนบ้าน โครงสร้างภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของสปป. ลาว สามารถสรุปได้ ดังตาราง 4.5

ตาราง 4.5 โครงสร้างอัตราภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศ สปป ลาว

ประเภทเครื่องดื่ม	อัตราภาษี (อัตราภาษีสินค้า เฉพาะตามมูลค่า)
1. เบียร์ ( Beer ) ( ทุกประเภท )	ร้อยละ 50
2. ไวน์ ( Wine ) (เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ม ไวน์ และ อื่นๆ ที่มีปริมาณแอลกอฮอล์ น้อยกว่า 15 %)	ร้อยละ 60
3. เหล้าสปิริต (Spirit) (เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ม ที่มีปริมาณแอลกอฮอล์มากกว่า 15 %)	ร้อยละ 70

ที่มา Excise Duty: Presidential Degree on Promulgation of the Tax Law No. 46/OP, May 2005 (UNDP Draft Translation of March 2006); Rob Preece, 'Excise taxation of key commodities across South East Asia: a comparative analysis ahead of the ASEAN Economic Community in 2015' World Customs Journal 6(1) (2012)

#### 4.5.5 ประเทศมาเลเซีย (Malaysia)

ประเทศมาเลเซียมีระบบการจัดเก็บภาษีประเภทต่างๆ ดังนี้

##### 1) ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา (Personal Income Tax)

ประเทศมาเลเซียมีการจัดเก็บภาษี ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาในอัตราก้าวหน้า โดยทุกคนที่อยู่ในประเทศมาเลเซีย มากกว่า 182 วัน จะต้องเสียภาษี ดังนี้

รายได้ (ฐานภาษี)	อัตราภาษี
● RM 0 - 2,500	0 %
● RM 5,501 – 5,000	1 %
● RM 5,001 – 10,000	3 %
● RM 10,001 – 20,000	3 %
● RM 20,001 – 35,000	7 %
● RM 35,001 – 50,000	12%
● RM 50,001 – 70,000	19 %
● RM 70,001 – 100,000	24%
● RM 100,001 – 150,000	26%
● RM 150,001 – 250,000	26%
● มากกว่า RM 250,000	26 %

##### 2) ภาษีเงินได้นิติบุคคล (Corporate Tax)

ธุรกิจในประเทศมาเลเซีย จะต้องเสียภาษีในอัตรา 25 % ยกเว้น  
ธนาคาร ธุรกิจประกันภัย ธุรกิจขนส่งระหว่างประเทศ

##### 3) ภาษีมูลค่าเพิ่มหรือ ภาษีการขาย (Value Added Tax/ Sales Tax)

ภาษีมูลค่าเพิ่มในประเทศ มาเลเซีย จะเก็บในอัตรา 5 % to 10 % ของ  
ราคาสินค้า และ 5 % ของการบริการ

#### 4) ภาษีหัก ณ ที่จ่าย (Withholding Tax)

ประเทศมาเลเซียมีระบบการจัดภาษีหัก ณ ที่จ่าย (Withholding Tax) ดังนี้

ประเภทของรายได้	อัตราภาษี ชาวอินโดนีเซีย
● ดอกเบี้ย ( Interest )	15%
● ค่าสิทธิ (Royalty)	10%
● ความช่วยเหลือด้านเทคนิคและค่าบริการ (Technical assistance and Service Fee)	10%

#### 5) สิทธิประโยชน์ทางภาษี สำหรับ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม Tax

##### Incentives for SMEs

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศมาเลเซียที่มีเงินลงทุนไม่เกิน RM 500,000 และมีชาวมาเลเซียถือหุ้นมากกว่า 60 % จะได้รับการยกเว้นภาษี 5 ปีแรก หลังจากนั้นอีก 5 ปี จะ จ่ายในอัตรา 60 % ของการประเมินภาษี

#### 6) ภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (Alcohol Tax)

มาเลเซียเป็นอีกประเทศหนึ่งที่เป็นประเทศมุสลิม เนื่องจากประชากรส่วนใหญ่นับถือศาสนาอิสลาม ดังนั้น ประเทศมาเลเซียจึงมีการกำหนดนโยบายเพื่อจำกัดปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่สามารถควบคุมการบริโภคทั้งหมด เพื่อมิให้ขัดกับหลักศาสนา การกำหนดนโยบายและมาตรการต่างๆ สำหรับการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จึงได้ออกแบบไว้อย่างเคร่งครัด ซึ่งทำให้มาตรการทางภาษีของประเทศมาเลเซียจึงมีโครงสร้างภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ค่อนข้างซับซ้อน โดยประเทศมาเลเซียมีการแบ่งภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ออกหลายประเภท ใน เบียร์ ไวน์ และสุรา และเมื่อมีการจัดแบ่งประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในมาเลเซียแล้ว จะมีการเก็บภาษีตามหน่วยหรือตามปริมาณ นอกจากนั้น เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกชนิดที่เข้าสู่ตลาดมาเลเซียจะต้องมีการเก็บภาษีตามมูลค่าเพิ่มอีก 15%

ประเทศมาเลเซีย มีแนวคิดในการจัดเก็บภาษีที่เกิดจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นลักษณะของ ภาษีบาป (Sin Tax) (Asunta and Idris,2015) จึงทำให้การจำกัดการเข้าถึงการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศมาเลเซีย นั้น คือการกำหนดมาตรการด้านภาษี กล่าวคือรัฐบาลมาเลเซียกำหนดภาษีสรรพสามิต (Excise tax) ในการจัดจำหน่ายเครื่องดื่ม



แอลกอฮอล์ถึงร้อยละ 15 ซึ่งเป็นประเทศที่เก็บภาษีสรรพสามิตในเครื่องดื่มแอลกอฮอล์สูงเป็นอันดับ 2 ของโลกรองจากประเทศนอร์เวย์ (Michael Cheang,2015) อีกทั้ง ยังมีภาษีสินค้าและบริการ (Goods and Services Tax:GST ) จึงทำให้ราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในมาเลเซียมีราคาที่สูง โดยเฉลี่ยแล้วในแต่ละปีรัฐบาลมาเลเซียจะมีรายได้จากการเก็บภาษีการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประมาณ 1 พันล้านริงกิตหรือประมาณ 1 หมื่นล้านบาท

นอกจากมีการแบ่งประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ สำหรับสุราพื้นเมืองแล้ว ประเทศมาเลเซียยังมีการจัดแบ่งประเภทสำหรับ “สุราผสม” ที่มีคุณภาพต่ำ ซึ่งมีการจัดเก็บในอัตราที่ต่ำ โดยมีการจัดเก็บภาษี ตามปริมาณต่อลิตรของแอลกอฮอล์บริสุทธิ์ นอกจากนี้ยังมีการใช้พิกัดศุลกากร HS 22007.10 สำหรับ ‘เอทานอลบริสุทธิ์ >80° ของแอลกอฮอล์ต่อปริมาตร โดยโครงสร้างระบบภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของมาเลเซียสามารถสรุปได้ ดังตาราง 4.6

ตาราง 4.6 โครงสร้างอัตรากาซีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศ มาเลเซีย

ประเภทเครื่องดื่ม	อัตรากาซี	
	ตามมูลค่าของสินค้า (Ad valorem)	ตามปริมาณ (Unitary) (ริงกิตมาเลเซีย/ลิตร) (MYR per litre)
1. เบียร์ และ สเตาท์ ( Beer and stout )	ร้อยละ 15	7.40 MYR ต่อ ลิตร
2. สปาร์คกลิ้งไวน์ (Sparkling wine)	ร้อยละ 15	34 MYR ต่อ ลิตร
3. ไวน์ ประเภทอื่น ( Other wine)	ร้อยละ 15	12 MYR ต่อ ลิตร
4. สปิริต ( Spirit )	ร้อยละ 15	แตกต่างกันตามประเภท เครื่องดื่มแอลกอฮอล์
5. วิสกี้ และ บรั่นดี ( Whisky and Brandy)	ร้อยละ 15	30 MYR ต่อ ลิตร
6. รัม จิน และ ว้อดก้า ( Rum, Gin, and Vodka)	ร้อยละ 15	30 MYR ต่อ ลิตร
7. เหล้าหวาน ( Liqueur or Cordial)	ร้อยละ 15	แตกต่างกันตามประเภท เครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ที่มา: Excise Duty: Malaysian Government Budget 2006 (Appendix A1);  
Excise Duties Order 1991 (Schedule)

#### 4.5.6 ประเทศเมียนมาร์ (Myanmar)

ประเทศเมียนมาร์มีระบบการจัดเก็บภาษีประเภทต่างๆ ดังนี้

##### 1) ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา (Personal Income Tax)

เมียนมาร์จัดเก็บในอัตราก้าวหน้าในอัตรา 3 – 30 % อย่างไรก็ตาม ชาวต่างชาติที่มีถิ่นพำนักในเมียนมาร์ หรือที่ทำงานในเมียนมาร์น้อยกว่า 183 วัน/ปี ต้องเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาในอัตรา 35 % โดยมีรายละเอียด ดังนี้

รายได้ (ฐานภาษี)	อัตรากาซี
● ชาวเมียนมาร์ และผู้มีถิ่นพำนักในเมียนมาร์	3 – 30 %
● ชาวต่างชาติที่ไม่มีถิ่นพำนักในเมียนมาร์	35 %
● บุคคลชาวต่างชาติที่ได้รับอนุญาตเป็นกรณีพิเศษ เพื่อดำเนินโครงการสนับสนุนภาครัฐ หรือรัฐวิสาหกิจ	20 %

##### 2) ภาษีเงินได้นิติบุคคล (Corporate Tax)

เมียนมาร์ใช้ระบบการเก็บภาษีชั้นเดียว โดยจัดเก็บรายได้โดยตรงจากรายได้ของนิติบุคคล แต่ไม่จัดเก็บภาษีจากรายได้ที่เกิดจากการได้รับเงินปันผลของนิติบุคคล โดยเมียนมาแบ่งประเภทผู้เสียภาษีนิติบุคคลออกเป็น 3 ประเภท คือ 1) นิติบุคคลที่มีถิ่นที่อยู่ในเมียนมา (Resident) 2) นิติบุคคลที่ไม่ได้มีถิ่นที่อยู่ในเมียนมา (Non-Resident) และองค์กรต่างประเทศในเมียนมา ดังนี้

ประเภทสินค้าและบริการ	อัตรากาซี
● การผลิตสินค้า นำเข้าสินค้า และบริการ	0 – 100 % (ขึ้นกับประเภทสินค้าและบริการ)
● การส่งออกก๊าซธรรมชาติ น้ำมันดิบ หยก อัญมณี และไม้	5 - 50 %
● การบริการ เช่น การค้า การขนส่ง บันเทิง ประกันภัย และอื่น ๆ	5 % ของรายได้รวม
● สินค้าที่ผลิตจากเขตนิคมอุตสาหกรรม	3%

### 3) ภาษีหัก ณ ที่จ่าย (Withholding Tax)

ชาวต่างชาติที่มีถิ่นพำนักในเมียนมาร์ และไม่มีถิ่นพำนักในเมียนมาร์จะถูกเรียกเก็บภาษีหัก ณ ที่จ่ายในอัตราแตกต่างกัน ดังนี้

ประเภทของรายได้	อัตราภาษี	
	ชาวต่างชาติที่มีถิ่นพำนักในเมียนมา	ชาวต่างชาติที่ไม่มีถิ่นพำนักในเมียนมา
● ดอกเบี้ย ( Interest )	0%	15%
● ค่าสิทธิ (Royalty)	15%	20%
● การจ่ายเงินเพื่อการซื้อสินค้า และการให้บริการ)	2%	35%

### 4) ภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (Alcohol Tax)

ประเทศเมียนมาร์ เป็นประเทศที่เพิ่งจะมีการเปิดเศรษฐกิจไม่นาน ซึ่งรัฐบาลเมียนมาร์มีความพยายามในการร่วมมือกับนานาชาติในการกำหนดระบบการจัดเก็บและการกำหนดโครงสร้างภาษี โดยระบบภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเมียนมาร์มีประสงค์ในการจำกัดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เพื่อประโยชน์ด้านสุขภาพของประชาชนในประเทศ และด้านเศรษฐกิจของประเทศ นอกจากนี้ ประเทศเมียนมาร์ ยังเป็นประเทศที่มีโอกาสดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศในการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การนำเข้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อีกด้วย

ภายหลังจากการเปิดประเทศเมียนมาร์ในปี พ.ศ. 2553 ทำให้เมียนมาร์มีความเจริญเติบโตทางด้านเศรษฐกิจเพิ่มมากขึ้น รัฐบาลจึงต้องปรับปรุงระบบการจัดเก็บภาษีให้เหมาะสมกับการเจริญเติบโตของประเทศ กล่าวคือ การปรับเปลี่ยนภาษีการค้า (Commercial Tax) ให้เป็นภาษีมูลค่าเพิ่ม (Value-added Tax) และภาษีสรรพสามิต (Special Commodities) ซึ่งรัฐบาลเมียนมาร์คาดการณ์ว่าจะจัดหาแผนเสร็จสิ้นประมาณ พ.ศ. 2561 – 2562 (John Sein Gi., 2014.) ทำให้ในปัจจุบันนี้ มีกำหนดอัตราภาษีการค้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทเบียร์ ไวน์ ในอัตราร้อยละ 50 ซึ่งมีผลบังคับใช้ใน พ.ศ. 2558 ประเทศเมียนมาร์มีโครงสร้างระบบภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไว้ดังตาราง 4.7

ตาราง 4.7 โครงสร้างอัตราภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศเมียนมาร์

ประเภทเครื่องดื่ม	อัตราภาษี (อัตราภาษีสินค้าเฉพาะตามมูลค่า)
1. เบียร์ ( Beer )	ร้อยละ 50
2. ไวน์ ( Wine )	ร้อยละ 50
3. สุรากลั่น ( Distilled spirit )	ร้อยละ 50

ที่มา: Commercial Tax Law, Myanmar

#### 4.5.7 ประเทศฟิลิปปินส์ (Philippines)

ประเทศฟิลิปปินส์มีระบบการจัดเก็บภาษีประเภทต่างๆ ดังนี้

##### 1) ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา (Personal Income Tax)

ประเทศฟิลิปปินส์มีระบบภาษีบุคคลธรรมดาโดยชาวต่างชาติประเภทพักอาศัยชั่วคราวและไม่เกี่ยวข้องกับการค้าและธุรกิจ (Non-residentialiens not engage in trade and business) มีอัตราการจัดเก็บภาษีเดียวที่ 25 % และบุคคลธรรมดาสัญชาติฟิลิปปินส์หรือชาวต่างชาติที่พำนักในประเทศฟิลิปปินส์มากกว่าฟิลิปปินส์มากกว่า 180 วัน ซึ่งมีอัตราการจัดเก็บภาษี 0-35 % ตามฐานเงินรายได้ ดังนี้

รายได้ (ฐานภาษี)	อัตราภาษี
● ไม่เกิน 10,000 เปโซ	5 %
● 10,000 เปโซ – 30,000 เปโซ	10%
● 30,000 เปโซ – 70,000 เปโซ	15 %
● 70,000 เปโซ – 140,000 เปโซ	20 %
● 140,000 เปโซ – 250,000 เปโซ	25 %
● 250,000 เปโซ – 500,000 เปโซ	30 %
● มากกว่า 500,000 เปโซ	35 %

## 2) ภาษีเงินได้นิติบุคคล (Corporate Tax)

ประเทศฟิลิปปินส์ใช้ระบบการเก็บภาษี โดยกำหนดภาษีเงินได้นิติบุคคลทั่วไป (Taxable income) ในอัตราราคาที่ คือ 30%

## 3) ภาษีมูลค่าเพิ่ม (VAT)

อัตราภาษีมูลค่าเพิ่มจะจัดเก็บจากธุรกรรมการค้าทั้งการค้าขาย การให้เช่าและการให้บริการทุกรายการที่อัตรา 10% บวกอีก 2 % เป็นภาษีให้แก่รัฐบาลท้องถิ่นของราคาขายรวม รวมเป็นภาษีมูลค่าเพิ่ม 12 %

## 4) ภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (Alcohol Tax)

ประเทศฟิลิปปินส์ เป็นประเทศที่มีฐานการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ใหญ่และมีเครือข่ายที่กว้างทั้งในด้านการผลิตและการจัดจำหน่ายวัตถุดิบทั้งในประเทศและต่างประเทศ ดังนั้น ประเทศฟิลิปปินส์จึงนับเป็นประเทศที่มีตลาดแอลกอฮอล์มีความสำคัญที่สุดประเทศหนึ่งในอาเซียน

ในการกำหนดโครงสร้างภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศฟิลิปปินส์ เป็นไปตามความต้องการของ WTO ในการตอบสนองต่อข้อเรียกร้องของสหรัฐอเมริกาและสหภาพโดยประเทศฟิลิปปินส์ มีการยกเลิกการแบ่งประเภทระหว่างสุรากลั่นพื้นบ้าน สุราสากล และสุราบางประเภทที่ระบุว่าผลิตจากส่วนผสมที่มีอยู่ในท้องถิ่น ซึ่งในปัจจุบันระบบภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของฟิลิปปินส์ เป็นการกำหนดจากฐานภาษีจากราคาขายปลีกสุทธิ (Net Retail Price: NRP) ซึ่งในการกำหนดราคาขายปลีกให้มีประสิทธิภาพเพื่อกำหนดฐานภาษีและเกณฑ์ภาษี เป็นหลักของระบบการจัดเก็บภาษีที่ต้องเท่าเทียมกัน มีประสิทธิภาพ และไม่ซับซ้อน ซึ่งฟิลิปปินส์ยังคงเป็นเพียงประเทศเดียวในอาเซียนที่ใช้วิธีการเก็บภาษีจากราคาขายปลีกมีการกำหนดระดับขั้นราคาในการพิจารณาอัตราภาษีสำหรับผลิตภัณฑ์เบียร์และไวน์ นอกจากนี้ ยังมีการกำหนดฐานภาษีเพื่อเป็นส่วนในการคำนวณ ราคาขายปลีกสุทธิต่อปู้ฟลิตร (NRP per proof litre) สำหรับ ของผลิตภัณฑ์สุรากลั่น ซึ่งโครงสร้างภาษีใน ประเทศฟิลิปปินส์ มีดังตาราง 4.8

ตาราง 4.8 โครงสร้างอัตราภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศประเทศฟิลิปปินส์

ประเภทเครื่องดื่ม	อัตราภาษี (ตามปริมาณ)
1. เบียร์ ( Beer ) <ul style="list-style-type: none"> <li>● ราคาขายปลีกสุทธิ มากกว่าหรือเท่ากับ 50.60 เปโซ</li> <li>● ราคาขายปลีกสุทธิ น้อยกว่า 50.60 เปโซ</li> </ul>	15 เปโซ ต่อ ลิตร  20 เปโซ ต่อ ลิตร
2. สปาร์คกลิงไวน์ (Sparkling Wines) และแชมเปญ (Champagnes) แยกตามราคาขายปลีกสุทธิของขวดบรรจุขนาด 750 มล. (750 ml.) <ul style="list-style-type: none"> <li>● ราคาขายปลีกสุทธิ น้อยกว่าหรือเท่ากับ 500.00 เปโซ</li> <li>● ราคาขายปลีกสุทธิ มากกว่า 500.00 เปโซ</li> </ul>	281.22 เปโซ  787.40 เปโซ
3. ไวน์ <ul style="list-style-type: none"> <li>● Still Wines ที่มีแอลกอฮอล์ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 14% โดยปริมาตร</li> <li>● Still Wines ที่มีแอลกอฮอล์มากกว่า 14% แต่ไม่เกิน 25% โดยปริมาตร</li> <li>● Fortified Wines ที่มีแอลกอฮอล์มากกว่า 25% โดยปริมาตร</li> </ul>	33.75 เปโซ  67.50 เปโซ  เก็บอัตราเดียวกับสุรากลั่น

ที่มา: Excise Duty: Revenue Regulations

#### 4.5.8 ประเทศสิงคโปร์ (Singapore)

ประเทศสิงคโปร์มีระบบการจัดเก็บภาษีประเภทต่างๆ ดังนี้

##### 1) ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา (Personal Income Tax)

ประเทศสิงคโปร์มีการจัดเก็บภาษี ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาในอัตราก้าวหน้า ดังนี้

รายได้ (ฐานภาษี)	อัตราก้าวหน้า
● SGD 0 – 20,000	0 %
● SGD 20,000 – 30,000	3.5 %
● SGD 30,000 – 40,000	5.5 %
● SGD 40,000 – 80,000	8.5 %
● SGD 80,000 – 160,000	14 %
● SGD 160,000 – 320,000	17%
● มากกว่า SGD 320,000	20 %

สำหรับชาวต่างชาติที่อาศัยในประเทศสิงคโปร์น้อยกว่า 60 วัน จะได้รับการยกเว้นภาษี ถึงแม้ว่าจะมีรายได้ แต่ชาวต่างชาติที่อาศัยในประเทศสิงคโปร์ระหว่าง 60 – 183 วัน จะต้องเสียภาษีในอัตรา 15 % 1 และถ้าอยู่เกิน 183 วัน จะเสียภาษีเท่ากับชาวสิงคโปร์

##### 2) ภาษีเงินได้นิติบุคคล (Corporate Tax)

ธุรกิจในประเทศสิงคโปร์จะต้องเสียภาษีในอัตรา 17 % อย่างไรก็ตาม สิงคโปร์ใช้ระบบลดหย่อนภาษีโดยรายได้ SGD 300,000 แรก จะได้รับการยกเว้นภาษี และจะมีการลดหย่อนภาษี ตามขั้นรายได้ ดังนี้

รายได้ (ฐานภาษี)	อัตราที่ได้รับยกเว้น
● SGD 10,000 แรก	75 %
● SGD 10,000 – 290,000	50 %
● SGD 300,000	0

### 3) ภาษีมูลค่าเพิ่มหรือ ภาษีการขาย (Value Added Tax/ Sales Tax)

ภาษีมูลค่าเพิ่มในประเทศ สิงคโปร์ เรียกว่า ภาษีสินค้าและบริการ ( Goods and Service Tax: GST) โดยเก็บในอัตรา 7 % ของ มูลค่าสินค้าและบริการ

### 4) ภาษีหัก ณ ที่จ่าย (Withholding Tax)

ประเทศสิงคโปร์ มีระบบการจัดภาษีหัก ณ ที่จ่าย (Withholding Tax) ดังนี้

ประเภทของรายได้	อัตราภาษี
● ดอกเบี้ย ( Interest )	15%
● ค่าสิทธิ (Royalty)	10%
● ความช่วยเหลือด้านเทคนิคและค่าบริการ (Technical assistance and Service Fee)	17%

### 5) สิทธิประโยชน์ทางภาษี สำหรับ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Tax Incentives for SMEs)

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศสิงคโปร์ที่เกิดขึ้นใหม่ จะได้รับการยกเว้นภาษีสำหรับรายได้ SGD 100,000 แรกเป็นเวลา 3 ปี และรายได้ SGD 200,000 ต่อไปจะได้รับยกเว้นภาษี 50 %

### 6) ภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (Alcohol Tax)

ประเทศสิงคโปร์เป็นประเทศที่มีตลาดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ค่อนข้างเล็กเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่นในอาเซียน อย่างไรก็ตาม ประเทศสิงคโปร์ จัดเป็นศูนย์กลางของอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่สำคัญในอาเซียน เนื่องจากประเทศสิงคโปร์เป็นประเทศที่มีอิสระในการลงทุน ที่มีที่ตั้งภูมิศาสตร์ที่เอื้อต่อการขนส่ง จึงทำให้สิงคโปร์เป็นประเทศที่เป็นช่องทางในการค้าขายสำหรับผู้นำเข้าผลิตภัณฑ์แอลกอฮอล์หลัก

สำหรับการจัดเก็บภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ประเทศสิงคโปร์ใช้ระบบการกำหนดอัตราตามปริมาณ (ต่อลิตรของแอลกอฮอล์บริสุทธิ์) โดยมีการเก็บภาษีสรรพสามิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้ไม่ซับซ้อน และยังมีความเท่าเทียมกันระหว่างสินค้าที่ปริมาณแอลกอฮอล์เหมือนกัน แสดงให้เห็นว่า เบียร์ และไซเดอร์มีการเก็บอัตราภาษีสรรพสามิตตามปริมาณที่เหมือนกัน โดยโครงสร้างอัตราภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์สามารถแสดงดังตาราง 4.9



ตาราง 4.9 โครงสร้างอัตราภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศสิงคโปร์

ประเภทเครื่องดื่ม	อัตราภาษี ( ดอลลาร์สิงคโปร์ต่อลิตรของ แอลกอฮอล์บริสุทธิ์)
1. เบียร์ ( Beer ) ( ทุกประเภท )	60 ดอลลาร์สิงคโปร์ต่อลิตรของ แอลกอฮอล์บริสุทธิ์
2. ไวน์ และ ผลิตภัณฑ์ไวน์ ( Wine and wine-based product )	88 ดอลลาร์สิงคโปร์ต่อลิตรของ แอลกอฮอล์บริสุทธิ์
3. ไชเดอร์ ( Cider )	60 ดอลลาร์สิงคโปร์ต่อลิตรของ แอลกอฮอล์บริสุทธิ์
4. สุรากลั่น ( Distilled spirit )	88 ดอลลาร์สิงคโปร์ต่อลิตรของ แอลกอฮอล์บริสุทธิ์

ที่มา Excise Duty: Singapore Trade Classification, Customs and Excise Duties 2012

#### 4.5.9 ประเทศไทย (Thailand)

ประเทศไทยมีระบบการจัดเก็บภาษีประเภทต่างๆ ดังนี้

##### 1) ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา (Personal Income Tax)

ประเทศไทยมีการจัดเก็บภาษี ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาในอัตราก้าวหน้า ดังนี้

รายได้ (ฐานภาษี)	อัตราก้าวหน้า
● 0 - 150,000 บาท	5 %
● 150,001 – 300,000 บาท	5 %
● 300,001 – 500,000 บาท	10 %
● 500,001 – 750,000 บาท	15 %
● 750,001 – 1,000,000 บาท	20 %
● 1,000,001 – 2,000,000 บาท	25 %
● 2,000,000 – 4,000,000 บาท	30 %
● 4,000,001 บาท ขึ้นไป บาท	35 %

##### 2) ภาษีเงินได้นิติบุคคล (Corporate Tax)

ธุรกิจในประเทศไทยจะต้องเสียภาษีในอัตรา 20 % จากฐานกำไรสุทธิ

##### 3) ภาษีมูลค่าเพิ่มหรือ ภาษีการขาย (Value Added Tax/ Sales Tax)

ภาษีมูลค่าเพิ่มในประเทศไทย โดยเก็บในอัตรา 7 % ของ มูลค่าสินค้าและบริการ

##### 4) ภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (Alcohol Tax)

ประเทศไทยเป็นอีกประเทศหนึ่งที่มีระบบภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ซับซ้อนที่สุดในอาเซียน ‘ภาษีสุรา’ ของประเทศไทยใช้ตัววัดหลากหลาย เมื่อนามารวมกันจะทำให้เกิดผลอัตราภาษีที่แตกต่างกันสำหรับสินค้าที่คล้ายคลึงกันที่อยู่ในประเภทเบียร์ ไวน์ และสุรา โดยระบบการจัดเก็บภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศไทยใช้ระบบ ‘ผสม’

ประเทศไทย มีการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างอัตราภาษีสุราครั้งใหญ่ในประเทศไทย หลังจากที่ไม่ได้มีการปรับเปลี่ยนโครงสร้างภาษีสุรามานาน 1 แม้ว่าที่ผ่านมา รัฐบาลจะมีการปรับขึ้นอัตราภาษีสุราเป็นระยะๆ แต่เป็นการขึ้นอัตราภาษีสุราแบบใช้โครงสร้างอัตราภาษีสุราแบบเดิม คือ อัตราตามมูลค่าแบบมีอัตราตามสภาพเป็นฐาน (Ad Valorem Rate with Specific Floor) หรือที่คนในวงการภาษีสรรพสามิตเรียกกันว่า “อัตราแบบสองขา” คือ คิดภาษีจากทั้งอัตราตามมูลค่าและอัตราตามสภาพ อัตราใดให้มูลค่าภาษีสูงกว่าให้จัดเก็บภาษีในอัตรานั้น การเปลี่ยนแปลงภาษีครั้งนี้เป็นการปรับเปลี่ยนโครงสร้างภาษีจากอัตราแบบสองขาเป็นอัตราแบบผสม (Mixed Rate System) ที่มีหลายอัตราภาษีตามสภาพ (Tier Specific Rates) แบ่งตามขนาดดีกรี แอลกอฮอล์ และแบ่งตามราคาขายส่งช่วงสุดท้าย อัตราภาษีตามสภาพฐานภาษีเป็นต่อลิตรแห่ง แอลกอฮอล์บริสุทธิ์และต่อลิตรให้คำนวณเปรียบเทียบกันและให้ใช้ฐานที่ทำให้มูลค่าภาษีสูงกว่า แล้วนำมารวมกับมูลค่าภาษีที่คำนวณจากอัตราตามมูลค่าจากฐานราคาขายส่งช่วงสุดท้าย ทำให้การคำนวณยุ่งยากกว่าเดิมหลายเท่า จากอัตราภาษีแบบเดิมที่มีคนบ่นว่ายุ่งยากอยู่แล้ว อัตราใหม่นี้ยุ่งยากกว่าเดิม ชัดแย้งกับหลักการจัดเก็บภาษีที่ดีที่ควรเรียบง่าย (Simple) และชัดเจน (Transparency) กระทรวงการคลังให้เหตุผลประกอบในการปรับปรุงโครงสร้างภาษีครั้งนี้ว่า เพื่อให้เหมาะสมกับสภาพการณ์เศรษฐกิจไทยในปัจจุบัน โครงสร้างภาษีสุราของประเทศไทย แบ่งออกเป็น 2 ระยะ คือ โครงสร้างอัตราภาษีสุราเดิม (ก่อนหน้า 3 กันยายน 2556) และโครงสร้างอัตราภาษีสุราใหม่ (3 กันยายน 2556)

### โครงสร้างอัตราภาษีสุราเดิม (ก่อนหน้า 3 กันยายน 2556)

โครงสร้างอัตราภาษีสุราเดิมเป็นแบบสองขา คือ อัตราตามมูลค่าจากฐานราคาขายส่ง โรงอุตสาหกรรม หรือ อัตราตามปริมาณ (บาทต่อลิตรแอลกอฮอล์บริสุทธิ์) และให้จัดเก็บภาษีในอัตราใดที่ให้มูลค่าภาษีที่สูงกว่า เพดานอัตราภาษีกำหนดให้เพดานอัตราภาษีสุราตามมูลค่าของสุราแช่สูงกว่าสุรากลั่น และเพดานอัตราภาษีตามสภาพของสุรากลั่นสูงกว่าสุราแช่

### โครงสร้างอัตราภาษีสุราใหม่ (3 กันยายน 2556)

โครงสร้างอัตราภาษีสุราใหม่ เป็นอัตราภาษีที่ต้องคำนวณหลายชั้นหลายตอน ขอเรียกว่า “อัตราแบบผสมสองขา” ไม่ใช่อัตราแบบผสมธรรมดา กล่าวคือ อัตราตามมูลค่าจากฐานราคาขายส่งช่วงสุดท้ายรวมกับอัตราตามสภาพ (บาทต่อลิตรแอลกอฮอล์บริสุทธิ์หรือบาทต่อลิตรแล้วแต่ว่าฐานใดให้มูลค่าภาษีสูงกว่า) หากสุราใดมีดีกรีแอลกอฮอล์สูงเกินกว่าเกณฑ์ที่กำหนด จะต้องเสียภาษีเพิ่มเติมอีก (แต่เนื่องจากเกณฑ์กำหนดไว้ค่อนข้างสูงจึงยังไม่กระทบส่วนนี้) การ

กำหนดโครงสร้างอัตราภาษีจากหลายเงื่อนไข และหลายฐานภาษีทำให้การคำนวณภาษีสุรา ซับซ้อนและค่อนข้างยุ่งยากกว่าเดิม การคำนวณภาระภาษีต้องใช้ข้อมูลและตัวแปรหลายตัว ได้แก่ ราคาขายส่งช่วงสุดท้าย (สูงสุด)2 เพื่อคำนวณภาษีตามอัตราตามมูลค่า (กรณีนำเข้าให้แจ้งราคา ซี. ไอ.เอฟ.ด้วย) โดยกำหนดให้มีการแจ้งราคาขายส่งช่วงสุดท้ายสูงสุดไม่น้อยกว่า 15 วัน

- ดิกิริ (ความแรงแอลกอฮอล์) ของสุราและราคาขายส่งช่วงสุดท้ายต่อขนาดภาชนะบรรจุ เพื่อหาอัตราภาษีตามสภาพที่จะนำมาคำนวณ
- การคำนวณภาษีตามอัตราตามสภาพ ให้คิดจากทั้งฐานลิตรแห่งแอลกอฮอล์บริสุทธิ์ และจากฐานลิตร (ปริมาตรหรือขนาดบรรจุ) อัตราตามสภาพแบบใดให้มูลค่าภาษีสูงกว่าให้ใช้อัตราฐานนั้น (สองขา)
- นำผลคำนวณของภาษีอัตราตามมูลค่าและอัตราตามสภาพมารวมกัน (อัตราภาษีแบบผสม) เพื่อชำระภาษี
- ในกรณีที่สุรามีแรงแอลกอฮอล์สูงกว่าระดับหนึ่งๆ เช่น สุราแช่เกินกว่า 15 ดิกิริ สุรากลั่นขาวเกินกว่า 40 ดิกิริ เป็นต้น กฎหมายสุรากำหนดให้จัดเก็บภาษีเพิ่มอีกในอัตราภาษีตามสภาพดิกิริละ 3 บาทต่อลิตร

การปรับปรุงโครงสร้างอัตราภาษีสุราใหม่ และกำหนดเพดานอัตราภาษีสุราใหม่ โดยแยกเป็นหลายเพดานอัตราสำหรับแต่ละรูปแบบของอัตราภาษีและฐานภาษี และแยกสำหรับแต่ละประเภทสุรา เพดานอัตราสำหรับอัตราตามมูลค่าส่วนใหญ่มีค่าเท่าเดิม แต่เนื่องจากฐานเปลี่ยนจากราคาขาย ณ โรงอุตสาหกรรมเป็นราคาขายส่งช่วงสุดท้าย ทำให้มีผลเสมือนขยายเพดานอัตราภาษีมูลค่าขึ้นไป ในขณะที่อัตราภาษีตามมูลค่าที่จัดเก็บมีการปรับลดอัตราภาษีลงเพื่อให้สอดคล้องกับฐานภาษีที่สูงขึ้น ส่วนใหญ่จะสูงกว่าราคาขาย ณ โรงอุตสาหกรรม (ฐานภาษีเดิม) นอกจากนี้ยังประเทศไทยยังมีการกำหนดอัตราภาษีตามมูลค่าเป็นชั้นๆ (Tier) ตามดิกิริ แอลกอฮอล์ของสุราและราคาขายส่งช่วงสุดท้าย (กรณีไวน์) อัตราตามสภาพมีการปรับลดในส่วน of ฐานที่คำนวณจากลิตรแห่งแอลกอฮอล์บริสุทธิ์ แต่มีการคิดเปรียบเทียบกับอัตราตามสภาพที่คำนวณจากลิตรอีกที โดยมีการกำหนดแสดงโครงสร้างอัตราภาษีสุราใหม่ ตั้งแต่วันที่ 4 กันยายน 2556 เป็นต้นไป ดังตาราง 4.10

ตารางที่ 4.10 แสดงโครงสร้างอัตราภาษีสุราใหม่

รายการ	อัตราภาษี		
	ตามมูลค่า (% ราคาขาย ส่งช่วง สุดท้าย)	ตามสภาพ (บาทต่อลิตรแห่ง แอลกอฮอล์ บริสุทธิ์)	ตามสภาพ (บาทต่อ ปริมาณหนึ่ง ลิตร)
<b>1.สุราแช่</b>			
1.1 เบียร์ (เพดานอัตรา)	60	300	30
(1) เบียร์ไม่เกิน 7 ดีกรี	48	155	8
(2) เบียร์เกินกว่า 7 ดีกรีขึ้นไป เก็บเพิ่มจาก (1) อีกดีกรีละ	0	0	3
1.2 ไวน์และปาร์กลิ่งไวน์ที่ทาจาก องุ่น (เพดานอัตรา)	60	2,000	300
(1) ไม่เกิน 15 ดีกรี มีราคาขายส่ง ช่วงสุดท้ายไม่เกิน 600 บาทโดยไม่ รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม	0	1,000	225
(2) ไม่เกิน 15 ดีกรี มีราคาขายส่ง ช่วงสุดท้ายเกินกว่า 600 บาทโดยไม่ รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม	36	1,000	225
(3) เกิน 15 ดีกรีขึ้นไป เก็บเพิ่มจาก อัตรา (1) และ (2) อีกดีกรีละ	0	0	3
1.3 สุราแช่พื้นเมือง และสุราแช่ ประเภทอื่นๆ นอกจาก 1.1-1.2 (เพดานอัตรา)	<b>25</b>	<b>150</b>	<b>30</b>
(1) ไม่เกิน 15 ดีกรี	5	70	10
(2) เกินกว่า 15 ดีกรีขึ้นไป เก็บเพิ่ม จากอัตรา (1) อีกดีกรีละ			3

รายการ	อัตราภาษี		
	ตามมูลค่า (% ราคา ขาย ส่งช่วง สุดท้าย)	ตามสภาพ (บาทต่อลิตร แห่งแอลกอฮอล์ บริสุทธิ์)	ตามสภาพ (บาทต่อ ปริมาณหนึ่ง ลิตร)
2.1 สุราขาวที่ปราศจากเครื่องย้อม หรือสิ่งปรุงแต่ง หรือการปรุงแต่งใดๆ			
(1) ไม่เกิน 40 ดีกรี	4	145	40
(2) เกินกว่า 40 ดีกรีขึ้นไป เก็บเพิ่ม จากอัตรา (1) อีกดีกรีละ	0	0	3
2.2 ประเภทอื่นๆ นอกจาก 2.1 (อาทิสุราผสม สุราปรุงพิเศษ สุรา พิเศษ (บรันดี วิสกี้ ฯ)			
(1) ไม่เกิน 45 ดีกรี	25	250	50
(2) เกินกว่า 45 ดีกรีขึ้นไป เก็บเพิ่ม จากอัตรา (1) อีกดีกรีละ	0	0	3
2.5 สุราสามทับ			
2.5.1 ที่นำไปใช้ในอุตสาหกรรมหรือ แปลงสภาพ ทั้งนี้ ตามวิธีการที่อธิบดี กำหนด	0	0	1
2.5.2 ที่นำไปใช้ในการแพทย์หรือ วิทยาศาสตร์ ทั้งนี้ ตามวิธีการที่อธิบดีกำหนด	0	0	0.05
2.5.3 อื่นๆ นอกจาก 2.5.1.-2.5.2	0	0	0

นอกจากนี้ยัง มีการกำหนดอัตราตามปริมาณ (ต่อลิตรของแอลกอฮอล์บริสุทธิ์) และอัตราตามมูลค่า และเก็บอัตราภาษีสรรพสามิตตามอัตราที่สูงที่สุด โดยประเทศไทยมี โครงสร้างอัตราภาษี ดังตาราง

ตาราง 4.11 โครงสร้างอัตราภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ประเภทเครื่องดื่ม	อัตราเพดานตามกฎหมาย		อัตราปัจจุบัน	
	เก็บตามมูลค่า (ร้อยละ)	เก็บตามปริมาณ (บาท ต่อลิตรของ แอลกอฮอล์บริสุทธิ์)	เก็บตามมูลค่า (ร้อยละ)	เก็บตามปริมาณ (บาท ต่อลิตรของ แอลกอฮอล์บริสุทธิ์)
สุราแช่ (Fermented liquor)				
● เบียร์ ( Beer)	60	100THB/LPA	60	100THB/LPA
● ไวน์ และ สปาร์คกลิ้งไวน์ จากองุ่น (Wine and Sparkling Wines made from grape)	60	100THB/LPA	60	100THB/LPA
● สุราแช่พื้นเมือง และสุราแช่ อื่นๆ (Local and other fermented liquor)	60	100THB/LPA	60	70THB/LPA
สุรากลั่น ( Distilled spirit )				
● สุราขาว (white liquor)	50	400THB/LPA	50	150THB/LPA
● สุราผสม (Blend liquor)	50	400THB/LPA	50	350THB/LPA
● สุราปรุงพิเศษ (Specially prepared liquor)	50	400THB/LPA	50	400THB/LPA
● สุราพิเศษ ( Special liquor)	50	400THB/LPA	50	400THB/LPA

จากการสำรวจ พบว่า ประเทศไทยมีการจัดเก็บภาษีเครื่องตีมีแอลกอฮอล์ที่มีความความซับซ้อน ซึ่งส่งผลให้เกิดการปฏิบัติที่ความแตกต่างกันสำหรับสินค้านำเข้า ซึ่งสุรานำเข้าส่วนใหญ่ถูกจัดอยู่ในหมวดสุราพิเศษที่มีการใช้อัตราตามปริมาณที่สูงกว่าสินค้าในประเทศที่เก็บตามปริมาณในมูลค่าที่ต่ำ ส่งผลให้ภาษีสุดท้ายที่ต้องจ่ายสูงขึ้น ทั้งนี้ผู้กำหนดนโยบายในประเทศไทยยังต้องเผชิญกับผลกระทบจากการเปิดการค้าเสรีในระดับภูมิภาคอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งผ่านทางเครือข่ายเขตการค้าเสรีของประเทศไทย เรื่องการใช้ฐานภาษีตามมูลค่า ปัจจุบันประเทศไทยใช้การตั้งราคาหน้าโรงงานเป็นฐานภาษีสำหรับสินค้าเครื่องตีมีแอลกอฮอล์ที่ผลิตในประเทศ และใช้ CIF รวมกับภาษีศุลกากรสำหรับสินค้านำเข้า

การร่วมมือกันในภูมิภาคผ่าน AEC พ.ศ.2558 เป็นจุดสำคัญที่จะทำให้เกิดความโปร่งใสขึ้นในภูมิภาคนี้ ซึ่งจะไม่เกิดการตีกลับของผลประโยชน์ที่จะมีการเข้าและออกประเทศไทย

#### 4.5.10 ประเทศเวียดนาม (Vietnam)

ประเทศเวียดนามมีระบบการจัดเก็บภาษีประเภทต่างๆ ดังนี้

##### 1) ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา (Personal Income Tax)

ประเทศเวียดนามมีมีการจัดเก็บภาษี ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาในอัตราก้าวหน้า โดยประชาชนชาวเวียดนามจะต้องเสียภาษีอัตราสูงสุด 35 % และชาวต่างชาติจะเสียภาษีในอัตราคงที่ 20 % นอกจากนี้ ผู้ที่ทำงานใน ประเทศเวียดนาม จะต้องเสียภาษีในอัตรา 0.1- 25 % โดยมีรายละเอียดดังนี้

รายได้ (ฐานภาษี)	อัตราภาษี
● VND 0 - 60,000,000	5%
● VND 60,000,000 - 120,000,000	10 %
● VND 120,000,000 - 216,000,000	15 %
● VND 216,000,000 - 384,000,000	20 %
● VND 384,000,000 - 624,000,000	25 %
● VND 624,000,000 - 960,000,000	30 %
● มากกว่า VND 960,000,000	35 %
● RM 70,001 – 100,000	24%



## 2) ภาษีเงินได้นิติบุคคล (Corporate Tax)

ธุรกิจทั่วไปในประเทศเวียดนามจะต้องเสียภาษีในอัตรา 25 % ยกเว้น  
ธุรกิจที่เกี่ยวข้อกับน้ำมัน แก๊ส และการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอื่นๆ จะต้องเสียภาษีในอัตรา 30  
- 50 %

## 3) ภาษีมูลค่าเพิ่มหรือ ภาษีการขาย (Value Added Tax/ Sales Tax)

ภาษีมูลค่าเพิ่มในประเทศ มาเลเซีย จะเก็บกับสินค้าฟุ่มเฟือย (Luxury goods and  
service)

## 4) ภาษีหัก ณ ที่จ่าย (Withholding Tax)

ประเทศเวียดนามมีระบบการจัดภาษีหัก ณ ที่จ่าย (Withholding Tax) ดังนี้

ประเภทของรายได้	อัตราภาษี ชาวอินโดนีเซีย
● ดอกเบี้ย ( Interest )	10%
● ค่าสิทธิ (Royalty)	10%

## 5) ภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (Alcohol Tax)

ประเทศเวียดนามเป็นประเทศที่มีตลาดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีอัตราการเติบโต  
ค่อนข้างเร็ว นอกจากนี้ ประเทศเวียดนามยังเป็นศูนย์กลางในการขยายช่องทางและการผลิตของ  
เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในอาเซียนด้วย การจัดเก็บภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยการใช้โครงสร้าง  
ตามมูลค่าสำหรับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ นอกจากนี้ ยังมีการแบ่งประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์  
ออกเป็นสองอัตราตามมูลค่าสำหรับภาษีการบริโภคพิเศษของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยสินค้า  
ประเภทเบียร์และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีความเข้มข้นแอลกอฮอล์สูงกว่า 20 ° มีการจัดเก็บใน  
อัตราภาษี 50% และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (ยกเว้นเบียร์) ที่มีความเข้มข้นแอลกอฮอล์ต่ำกว่า 20 °  
มีอัตราภาษี 25%

อย่างไรก็ตาม ในการเข้าร่วม เป็นสมาชิก AEC พ.ศ.2558 ส่งผลทำให้เวียดนาม  
กลายเป็นศูนย์กลางที่สำคัญในการผลิตและเป็นช่องทางของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในอาเซียน  
เนื่องจากระบบภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นการเก็บตามมูลค่าทั้งระบบซึ่งสะดวก และมีฐานภาษี  
ที่ต่ำ ทำให้การค้าในภูมิภาคที่ดีขึ้นอาจจะกระทบต่อระบบการเก็บภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ใน  
ด้านการจัดเก็บจากฐานภาษี และยังเป็นโอกาสของเวียดนามในการพิจารณาการปรับปรุง  
โครงสร้างระบบภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้ดียิ่งขึ้น ซึ่งการปรับปรุงดังกล่าวช่วยให้รอยรั่วในการ

ลักษณะบริเวณชายแดนลดน้อยลง และลดการค้าและการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีคุณภาพ  
ต่ำของผู้บริโภค ดังตาราง 4.12

ตาราง 4.12 โครงสร้างอัตราภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศประเทศ  
เวียดนาม

ประเภทเครื่องดื่ม	อัตราภาษี (อัตราภาษีสินค้าเฉพาะตาม มูลค่า)
1. เบียร์ ( Beer ) ( ทุกประเภท )	ร้อยละ 50
2. สุรา (Liquors) ● เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ต่ำกว่า 20% โดยปริมาตร ● ที่มีแอลกอฮอล์มากกว่าหรือเท่ากับ 14% โดยปริมาตร	ร้อยละ 25 ร้อยละ 50

## บทที่ 5

### มาตรการการที่ไม่ใช่ภาษีในการจำกัดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในกลุ่มประเทศอาเซียน

ถึงแม้ว่ามาตรการภาษีสรรพสามิตสุรา จะเป็นมาตรการที่สำคัญในการจำกัดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศต่างๆ แต่จากการศึกษา พบว่า มาตรการภาษีสรรพสามิตสุราเพียงอย่างเดียวไม่สามารถจำกัดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้น รัฐบาลของประเทศต่างออกมาตรการอื่นในการจำกัดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เช่น การกำหนดจำนวนสถานที่และพื้นที่จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การกำหนดอายุขั้นต่ำในการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และมาตรการควบคุมการโฆษณาและส่งเสริมการขาย โดยในบทนี้ จะนำเสนอมาตรการไม่ใช่ภาษีในการจำกัดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในแต่ละประเทศสมาชิกอาเซียน โดยมีรายละเอียดแต่ละประเทศดังนี้

#### 5.1 บรูไนดารุสซาลาม (Brunei Darussalam)

บรูไนดารุสซาลาม (Brunei Darussalam) หรือ ประเทศบรูไน ตั้งอยู่บนเกาะบอร์เนียว ชายฝั่งทางด้านเหนือจรดทะเลจีนใต้ ประเทศบรูไน มีรูปแบบการปกครองในระบอบสมบูรณาญาสิทธิราชย์โดยมีสมเด็จพระราชาธิบดีฮัจญ์ซันนัลโบลเกียห์มูอิซซัดดีน วัดเดาะห์ห์ (His Majesty Sultan Haji Hassanal Bolkiah Mu'izzaddin Waddaulah) โดยประเทศบรูไนมีประชากรประมาณ 407,000 คน โดยประชากรส่วนใหญ่นับถือศาสนาอิสลาม และประเทศบรูไนเข้าเป็นสมาชิกอาเซียน เมื่อวันที่ 7 มกราคม พ.ศ. 2527

จากสภาพทางสังคมและวัฒนธรรมของบรูไน ที่ประชากรส่วนใหญ่นับถือศาสนาอิสลาม ทำให้ประเทศบรูไน เป็นสังคมมุสลิม ที่มีความเคร่งครัดต่อหลักคำสอนของศาสนาอิสลาม ที่มีความเชื่อว่า การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ผิดหลักศาสนาอิสลาม จึงทำให้ประเทศบรูไนมีอัตราการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ค่อนข้างต่ำมาก โดยประเทศบรูไนมีปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประมาณ 0.6 ลิตรต่อคนต่อปี (World Health Organization, 2014) โดยผู้บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ส่วนใหญ่เป็นชาวบรูไนเชื้อสายจีนและกลุ่มนักท่องเที่ยว สำหรับการบริโภคหรือถือบรรพบุรุษเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไม่สามารถกระทำได้ในพื้นที่สาธารณะ

ประเทศบรูไนเป็นประเทศหนึ่งที่มีมาตรการในการจำกัดการบริโภคและการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ค่อนข้างเด็ดขาด โดยประเทศบรูไนนับเป็นประเทศในอาเซียนประเทศแรกที่น่ากฎหมายในศาสนาอิสลามที่เรียกว่า “กฎหมายซารีอะห์” (Islamic criminal law) มาเป็นกฎหมายหลักในการปกครองประเทศ ซึ่งกฎหมายดังกล่าวมีที่มาจากหลักคำสอนและคัมภีร์อัลกุรอานในศาสนาอิสลาม เนื่องจากประชากรส่วนใหญ่นับถือศาสนาอิสลามและมีการกำหนดนโยบายของประเทศและกฎหมายยึดตามหลักกฎหมายอิสลามตามหลักซารีอะห์ ซึ่งรวมถึงการกำหนดมาตรการการควบคุมการบริโภคและการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ด้วย โดยมีการบังคับใช้ในหลายลักษณะ เช่น การห้ามชาวมุสลิมบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยเด็ดขาด การห้ามจำหน่ายแอลกอฮอล์ในทุกรูปแบบ การห้ามบริโภคในที่สาธารณะของผู้ที่ไม่ใช่มุสลิม การจำกัดอายุขั้นต่ำของผู้บริโภค การจำกัดปริมาณการนำเข้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มาในประเทศ อย่างไรก็ตาม ด้วยกระแสโลกาภิวัตน์และการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจ และการเข้าเป็นสมาชิกของ ASEAN ประกอบกับประชาชนส่วนหนึ่งของบรูไนที่ไม่ใช่มุสลิม จึงมีการกำหนดมาตรการและผ่อนปรนบางมาตรการในประเทศ โดยจากการศึกษาพบว่า รัฐบาลประเทศบรูไนมีการออกมาตรการในการจำกัดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

เนื่องจากประเทศบรูไนเป็นประเทศที่มีสภาพทางสังคมและวัฒนธรรมเป็นสังคมมุสลิมที่เคร่งครัดต่อหลักคำสอนของศาสนาอิสลาม ซึ่งบรูไนเป็นประเทศแรกในประเทศกลุ่มอาเซียนมีการนำกฎหมายซารีอะห์ (Islamic criminal law) มาเป็นหลักในการปกครองประเทศ ตั้งแต่ พ.ศ. 2557 โดยมีกษัตริย์เป็นประมุขและเป็นผู้นำศาสนาสูงสุดของประเทศกษัตริย์ ซึ่งกฎหมายดังกล่าวครอบคลุมถึงการดำเนินชีวิตประจำวันของประชาชนด้วย เช่น ครอบครัวยุติธรรม และการห้ามบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ด้วย ซึ่งได้มีการกำหนดบทลงโทษค่อนข้างรุนแรง เช่น การเขียนตีผู้ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งทำให้ประชาชนส่วนหนึ่งที่ไม่ใช่ชาวมุสลิม ไม่พอใจ และความไม่เห็นด้วยกับมาตรการทางกฎหมายของบรูไน อย่างไรก็ตาม กฎหมายซารีอะห์ก็ยังมีผลบังคับใช้อยู่จนถึงปัจจุบัน โดยมีการกำหนด ข้อจำกัดต่างๆ ที่มีผลต่อการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไว้ใน Brunei's Alcohol Laws โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้ (Jonny, 2013)

### 5.1.1 มาตรการจำกัดการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศบรูไน

ประเทศบรูไน มีการกำหนดมาตรการจำกัดการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เพื่อให้ประชาชนสามารถจัดหาและเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ยากขึ้น โดยการกำหนดมาตรการจำกัดการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่สำคัญของประเทศบรูไน ดังต่อไปนี้

1) ผู้บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต้องไม่ใช่มุสลิม (Non-Muslim) มาตรการนอกจากจะหมายถึงชาวบรูไนที่เป็นมุสลิมแล้วยังรวมถึงนักท่องเที่ยวหรือบุคคลที่ถือสัญชาติอื่นๆ ที่เป็นมุสลิมด้วย

2) การจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในบรูไนเป็นสิ่งที่มีผิดกฎหมาย กล่าวคือ ไม่อนุญาตให้มีการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบใดๆ ทั้งสิ้นในประเทศบรูไน ไม่ว่าจะเป็นในลักษณะการค้าปลีก การค้าส่ง หรือการจำหน่ายในร้านสะดวกซื้อ

3) การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในที่สาธารณะถือเป็นสิ่งผิดกฎหมาย ถึงแม้ว่าบุคคลที่ไม่ใช่มุสลิมจะสามารถบริโภคเครื่องดื่มได้ก็ตาม แต่ก็ไม่สามารถนำมาบริโภคอย่างเปิดเผยในที่สาธารณะ และไม่สามารถถือผลิตภัณฑ์โดยใส่ถุงใส่ที่สังเกตได้เดินไปในสถานที่สาธารณะในประเทศบรูไนได้

4) จำกัดอายุขั้นต่ำของผู้บริโภค โดยผู้ที่มีอายุขั้นต่ำต่ำกว่า 17 ปี ไม่สามารถบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ ซึ่งมาตรการนี้มีผลบังคับใช้กับมุสลิมและผู้ที่ไม่ใช่มุสลิมด้วย

### 5.1.2 มาตรการควบคุมการนำเข้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศบรูไน

เนื่องจากประเทศบรูไนมีการกำหนดกฎหมายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยเฉพาะที่ เรียกว่า “Brunei’s alcohol laws” ซึ่งในกฎหมายดังกล่าวได้มีการอนุญาตให้ผู้ที่ไม่ใช่มุสลิมหรือนักท่องเที่ยวสามารถนำเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เข้ามาในประเทศบรูไน อย่างไรก็ตาม ประเทศบรูไนได้มีการจำกัดให้ผู้ที่ไม่ใช่มุสลิมหรือนักท่องเที่ยวสามารถนำเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เข้ามาในบรูไนได้ แต่จำกัดปริมาณ ครั้งละ ไม่เกิน 2 ขวด และรวมทั้งหมดต้องมีปริมาณไม่เกิน 2 ลิตร หรือหากเป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์รูปแบบกระป๋องจะอนุญาตให้นำเข้ามาได้ไม่เกิน 12 กระป๋อง (ขนาด 330 มิลลิลิตร) โดยมาตรการควบคุมการนำเข้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศบรูไน สามารถสรุปได้ว่า การนำเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เข้ามาภายในประเทศบรูไน สามารถทำได้ แต่มีมาตรการในการควบคุมการนำเข้า ดังนี้

1) ผู้นำเข้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในบรูไน จะต้องไม่ใช่ชาวมุสลิม

2) ปริมาณการนำเข้าในในแต่ละครั้ง อนุญาตให้นำเข้ามาได้ในแต่ละครั้งไม่เกิน 2 ขวด และรวมกันต้องมีปริมาณไม่เกิน 2 ลิตรหรืออาจเป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบกระป๋อง จะอนุญาตให้นำเข้ามาได้ไม่เกิน 12 กระป๋อง (ขนาด 330 มิลลิลิตร)

3) การนำเข้าในแต่ละครั้งต้องมีระยะห่างกันน้อยกว่า 48 ชั่วโมง ซึ่งหมายความว่าผู้นำเข้าจะสามารถนำเครื่องตีแมลงกอลเข้ามาในบรูไนได้ต้องมีระยะเวลาจากวันที่นำเข้าไม่น้อยกว่า 2 วัน

4) ผู้นำเข้าเครื่องตีแมลงกอลจะต้องนำมาเพื่อการบริโภคส่วนตัวเท่านั้น โดยไม่เป็นการเข้าเพื่อการพาณิชย์หรือนำไปส่งขายต่อไปยังบุคคลอื่นได้

นอกจากนี้ หากนักท่องเที่ยวนำเครื่องตีแมลงกอลมาถึงบริเวณชายแดนมาเลเซีย-บรูไน แล้วนักท่องเที่ยวต้องแสดงเครื่องตีแมลงกอลต่อเจ้าหน้าที่ศุลกากร

อย่างไรก็ตามประเทศบรูไนได้เข้าร่วมความตกลงหุ้นส่วนยุทธศาสตร์เศรษฐกิจเอเชีย-แปซิฟิก (Trans-Pacific Strategic Economic Partnership: TPP) โดยในความตกลงดังกล่าวจะเป็นการตกลงที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อลดภาษีในกลุ่มประเทศสมาชิกลงร้อยละ 90 ภายในปี พ.ศ. 2549 และจะลดลงให้เป็นร้อยละ 0 ซึ่งส่งผลทำให้การค้าสินค้า (Trade in goods) ซึ่งรวมถึงเครื่องตีแมลงกอลด้วยมีการเก็บภาษีในอัตราภาษีที่ต่ำ มาก อย่างไรก็ตามถึงแม้ว่าจะมีการลดข้อจำกัดด้านภาษี แต่ด้วยข้อบังคับกฎหมายตามหลักขาริอะห์ที่เคร่งครัด จึงทำให้ประเทศบรูไนสามารถจำกัดปริมาณการบริโภคเครื่องตีแมลงกอลในได้ค่อนข้างดี

นอกจากนี้ จากการศึกษายังพบว่า ประเทศบรูไนไม่มีกฎหมายในการควบคุมการบริโภคเครื่องตีแมลงกอลในขณะที่ขบชียานพาหนะเป็นกรณีเฉพาะ เนื่องจากกฎหมายซาเรียห์ของประเทศบรูไนที่มีมาตรการที่ค่อนข้างเข้มงวดมาก ประเทศบรูไนจึงมีเพียงแต่ข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องกับปริมาณแอลกอฮอล์ในการขับขีรถ โดยที่ผู้ขับขียานพาหนะต้องมีค่าแอลกอฮอล์ในกระแสเลือดได้ไม่เกิน 20 มิลลิกรัมเปอร์เซ็นต์ (World Health Organization, 2014) และไม่อนุญาตให้มีการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกรูปแบบด้วยเช่นกัน อย่างไรก็ตาม

### 5.1.3 มาตรการการจำกัดอายุผู้บริโภคของประเทศบรูไน

ประเทศบรูไน ได้มีการกำหนดกฎหมายของการกำหนดอายุขั้นต่ำของผู้บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ว่าต้องไม่ต่ำกว่า 17 ปี และผู้บริโภคจะต้องไม่ใช่ชาวมุสลิมด้วย

### 5.1.4 มาตรการควบคุมการโฆษณาของประเทศบรูไน

ประเทศบรูไน ได้มีการกำหนดกฎหมายการควบคุมการโฆษณา โดยไม่อนุญาตให้ทำการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในทุกรูปแบบ ทั้งการโฆษณาทางโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือ ป้ายโฆษณา และสื่ออื่นๆ

### 5.1.5 มาตรการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในขณะขับขี่ยานพาหนะของประเทศบรูไน

ประเทศบรูไน ไม่ได้มีการกำหนดกฎหมายควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในขณะขับขี่ยานพาหนะเป็นกรณีเฉพาะ แต่จะเป็นการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในขณะขับขี่ยานพาหนะทางอ้อม จากกฎหมายซารีอะห์ของบรูไน ซึ่งไม่อนุญาตให้บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่สาธารณะ การจำกัดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างเด็ดขาดสำหรับชาวมุสลิม ซึ่งเป็นประชากรส่วนใหญ่ของประเทศ ซึ่งมีผลทำให้เป็นการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ขณะขับขี่ยานพาหนะทางอ้อม นอกจากนี้ ประเทศบรูไนได้กำหนดค่าแอลกอฮอล์ในกระแสเลือดสำหรับผู้ขับขี่ยานพาหนะต้องมีไม่เกินกว่า 80 มิลลิกรัม

### 5.1.6 มาตรการควบคุมเชิงพื้นที่ของประเทศบรูไน

เนื่องจากประเทศบรูไน มีกฎหมาย ไม่อนุญาตให้มีการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่สาธารณะ ดังนั้น การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์สำหรับผู้ที่ไม่ใช่มุสลิม และนักท่องเที่ยว สามารถบริโภคได้เฉพาะ โรงแรม หรือพื้นที่ส่วนตัวเท่านั้น

## 5.2 ราชอาณาจักรกัมพูชา (Kingdom of Cambodia)

ราชอาณาจักรกัมพูชา (Kingdom of Cambodia) หรือ ประเทศกัมพูชา เป็นประเทศที่มีระบบการเมืองการปกครองระบอบประชาธิปไตยแบบรัฐสภา อันมีพระมหากษัตริย์เป็นประมุขภายใต้รัฐธรรมนูญโดยประเทศกัมพูชาประชากรในประเทศกัมพูชามีจำนวน 15,458,332 คน ซึ่งส่วนใหญ่ เป็นเชื้อชาติเขมร (ร้อยละ 90) และประชากรส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธนิกายเถรวาท และประเทศกัมพูชาเข้าเป็นสมาชิกอาเซียนเมื่อวันที่ 30 เมษายน พ.ศ. 2542

ประเทศกัมพูชา เป็นอีกประเทศหนึ่งในอาเซียนที่มีความนิยมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยเฉลี่ยประชาชนในประเทศกัมพูชามีอัตราการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ 14.2 คนต่อลิตรต่อปี โดยเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่เป็นที่นิยมมากที่สุดในประเทศกัมพูชา คือ เบียร์ โดยอุตสาหกรรมเบียร์ของกัมพูชาเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว

ประเทศ กัมพูชา มีการกำหนดมาตรการการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างจริงจัง โดยรัฐบาลของประเทศกัมพูชาได้มีการจัดตั้ง The National Center for Health Promotion หรือ NCHP ซึ่งเป็นหน่วยงานที่ทำหน้าที่ในการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นการเฉพาะกิจ ซึ่งหน่วยงานดังกล่าวอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของกระทรวงสาธารณสุขและความร่วมมือ

แห่งสหวิทยาการของกัมพูชา (Ministry of Health and Multi-disciplinary Cooperation) โดยมีหน้าที่หลักเพื่อจัดทำแผนยุทธศาสตร์ 5 ปี เพื่อควบคุมปริมาณเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศกัมพูชา นอกจากนี้ ยังส่งเสริมให้ความรู้เกี่ยวกับอันตรายที่เกิดจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และส่งเสริมการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อีกด้วย

นอกจากนี้ ประเทศกัมพูชา ได้มีการจัดทำร่างนโยบายแอลกอฮอล์แห่งชาติ (The National Alcohol Policy Act) ในปี 2551 โดยมีวัตถุประสงค์ ดังนี้

- 1) จำกัดการเข้าถึงการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
- 2) ปรับทัศนคติต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยสร้างมาตรการควบคุมการโฆษณาหรือการส่งเสริมการขาย
- 3) การลดความเสี่ยงจากการดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งเป็นการสร้างมาตรการเพื่อป้องกันอันตรายจากการดื่ม รวมทั้งมาตรการควบคุมการดื่มในขณะที่ขับขียานพาหนะ
- 4) กำหนดแนวทางปฏิบัติเกี่ยวกับนโยบายในทุกๆ ด้าน ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
- 5) สร้างสิ่งสนับสนุนจากบริบทแวดล้อมเพื่อกำหนดนโยบายด้านเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้มีประสิทธิภาพ

ถึงแม้ว่ารัฐบาลกัมพูชา จะมีการกำหนดร่างนโยบายแอลกอฮอล์แห่งชาติ เพื่อควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ แต่รัฐบาลกัมพูชาก็มีการสนับสนุนให้มีการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศ เพื่อส่งเสริมการค้าการลงทุน ดังนั้น รัฐบาลประเทศกัมพูชาจึงมีการกำหนดมาตรการในการควบคุมการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยการกฎหมายที่ใช้ในการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ดังนี้ (Khy Sovuthy, 2015)

### 5.2.1 มาตรการในการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศกัมพูชา

ประเทศกัมพูชา มีการกำหนดอายุขั้นต่ำในการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยกำหนดให้ผู้ที่บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จะต้องมียุไม่ต่ำกว่า 21 ปี และมีการห้ามดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่สาธารณะ

### 5.2.2 มาตรการจำกัดการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศกัมพูชา

ประเทศกัมพูชา มีการกำหนดเวลาการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยประเทศกัมพูชา มีการกำหนดเวลาการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยรัฐบาลมีการออกกฎหมายดังนี้

- 1) ห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ระหว่างเวลา 24.00 - 6.00 น. โดยรัฐบาลประเทศกัมพูชา มีการกำหนดโทษสำหรับผู้ฝ่าฝืนมาตรการและกฎหมายการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเวลาห้ามจำหน่ายไว้ค่อนข้างสูง โดยกำหนดโทษปรับระหว่าง 4-20 ล้านเหรียญ หรือประมาณ 35,000 - 175,000 บาท หรือโทษจำคุกไม่เกิน 6 เดือน



- 2) ห้ามดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่สาธารณะ
- 3) กำหนดอายุขั้นต่ำในการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไม่ต่ำกว่า 21 ปี

### 5.2.3 มาตรการควบคุมการนำเข้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศกัมพูชา

ประเทศกัมพูชาไม่ได้มีการกำหนดมาตรการทางกฎหมายการควบคุมการนำเข้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศกัมพูชาที่ชัดเจน

### 5.2.4 มาตรการการจำกัดอายุผู้บริโภคของประเทศบรูไนกัมพูชา

ประเทศกัมพูชา มีการกำหนดอายุขั้นต่ำในการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยกำหนดให้ผู้ที่บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จะต้องมียุไม่ต่ำกว่า 21 ปี

### 5.2.5 มาตรการควบคุมการโฆษณาของประเทศกัมพูชา

รัฐบาลกัมพูชามีมาตรการควบคุมการโฆษณา โดยการออกกฎหมายกำหนดช่วงเวลาในการโฆษณาห้ามฉายภาพยนตร์ที่เป็นการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ระหว่างเวลา 18.00 - 20.00 น. สำหรับการปิดป้ายโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในที่สาธารณะสามารถทำได้ (Ouch Sony, February 24, 2017)

### 5.2.6 มาตรการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในขณะขับขี่ยานพาหนะของประเทศกัมพูชา

ประเทศกัมพูชามีการกำหนดมาตรการในการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในขณะขับขี่ยานพาหนะ โดยมีการออกกฎหมายที่ชื่อว่า "The Cambodia Land Traffic Law" โดยประกาศใช้ในปี พ.ศ. 2550 ซึ่งได้กำหนดให้ผู้ที่ขับขี่ยานพาหนะต้องมีปริมาณแอลกอฮอล์ในเลือดไม่เกิน 50 มิลลิกรัมเปอร์เซ็นต์ และหากมีผู้ฝ่าฝืนจะต้องถูกปรับและถูกยึดใบอนุญาตขับขี่ รวมทั้งกฎหมายดังกล่าวยังห้ามผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 21 ปี บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แล้วขับขี่ยานพาหนะด้วย

### 5.2.7 มาตรการควบคุมเชิงพื้นที่ของประเทศกัมพูชา

ประเทศกัมพูชาไม่อนุญาตให้ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่สาธารณะ ซึ่งหากมีการฝ่าฝืนก็ได้กำหนดโทษของผู้ฝ่าฝืน โทษปรับระหว่าง 4-20 ล้านเหรียญ หรือประมาณ 35,000 - 175,000 บาท หรือโทษจำคุกไม่เกิน 6 เดือน (Khy Sovuthy, 2015)

### 5.3 สาธารณรัฐอินโดนีเซีย (Republic of Indonesia)

สาธารณรัฐอินโดนีเซีย (Republic of Indonesia) เป็นประเทศที่มีสภาพภูมิประเทศเป็นเกาะโดยประเทศอินโดนีเซียมีประชากรประมาณ 251.5 ล้านคน และเป็นประเทศที่มีประชากรส่วนใหญ่เป็นชาวมุสลิม โดยประเทศอินโดนีเซีย เป็นหนึ่งในประเทศผู้ก่อตั้งประชาคมอาเซียน

ประเทศอินโดนีเซียเป็นอีกประเทศหนึ่งที่มีการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพื่อบริโภคมาตั้งแต่โบราณ โดยการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศอินโดนีเซียถือเป็นวัฒนธรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ยังคงสืบทอดมาจนถึงปัจจุบันผ่านกลุ่มคนที่ไม่เคร่งเรื่องศาสนาและคนที่ไม่ได้เป็นมุสลิม โดยเครื่องดื่มแอลกอฮอล์พื้นเมืองของอินโดนีเซียผลิตจากการหมักเมล็ดข้าวโปรตีนข้าว และน้ำตาลจากต้นปาล์มและมะพร้าว และในปัจจุบัน ชาวอินโดนีเซียยังนิยมดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทไวน์ข้าว (Brem) และน้ำตาลเมา (arrack) โดยเฉพาะบน เกาะบาห์ลี ซึ่งประชากรส่วนใหญ่นับถือศาสนาฮินดู โดยไวน์ข้าวในบาห์ลีมีสีน้ำตาลมีปริมาณแอลกอฮอล์ร้อยละ 5 ซึ่งปัจจุบันมีการส่งออกไปจำหน่ายทั้งในญี่ปุ่นและจีน

รัฐบาลของประเทศอินโดนีเซีย กลางและรัฐบาลท้องถิ่นของอินโดนีเซียมีบทบาทอย่างมากในการจำกัดการเข้าถึง เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประชาชน กล่าวคือรัฐบาลกลางโดยประธานาธิบดีและรัฐมนตรีว่าการกระทรวงต่างๆ เช่น กระทรวงสาธารณสุข กระทรวงพาณิชย์ มีอำนาจในการออกกฎหมาย หรือคำสั่งเพื่อบังคับใช้ในการกำกับดูแลการผลิต การนำเข้า การจัดจำหน่าย และการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการบังคับใช้มาตรการทางภาษี การควบคุมการค้าปลีก การควบคุม คุณลักษณะของผู้ผลิตและผู้บริโภค การกำกับดูแลการโฆษณา การควบคุมวันจัดจำหน่าย เป็นต้น ในขณะที่รัฐบาลท้องถิ่นต่างก็มีอำนาจตามรัฐธรรมนูญในการออกกฎหมายเพื่อกำกับดูแลการผลิต การจัดจำหน่าย และการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในพื้นที่ความรับผิดชอบของตน โดยกฎหมายเกี่ยวกับการจำกัดการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในอินโดนีเซียมีแนวโน้มเข้มงวดมากขึ้นเรื่อยๆ

รัฐบาลของอินโดนีเซียได้มีการกำหนดมาตรการห้ามประชาชนผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เอง เนื่องจาก รัฐบาลตระหนักว่า เป็นสาเหตุหลักที่ทำให้เกิดอุบัติเหตุทางการจราจร นอกจากนี้ องค์การอนามัยโลกยังประกาศว่า ประเทศอินโดนีเซีย เป็นประเทศที่มีการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เถื่อนมากกว่า เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ถูกกฎหมาย ทำให้รัฐบาลอินโดนีเซีย จึงมีการกำหนดมาตรการเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ดังนี้

### 5.3.1 มาตรการในการควบคุมการจำหน่ายแอลกอฮอล์ของประเทศอินโดนีเซีย

รัฐบาลอินโดนีเซีย มีการกำหนดมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับการจำกัดการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในอินโดนีเซียมีแนวโน้มเข้มงวดมากขึ้นเรื่อยๆ โดยมีมาตรการในการควบคุมการจำหน่ายแอลกอฮอล์ของประเทศอินโดนีเซียที่สำคัญ ดังนี้

1) การห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มที่มีปริมาณ แอลกอฮอล์น้อยกว่าร้อยละ 5 ตามร้านสะดวกซื้อและมินิมาร์ททั่วประเทศยกเว้นเกาะบาหลิ

2) การจัดกลุ่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามปริมาณแอลกอฮอล์ เป็น 3 ชนิดตามปริมาณแอลกอฮอล์หรือเอทานอล (C<sub>2</sub>H<sub>5</sub>OH) ได้แก่

- กลุ่ม A เป็นเครื่องดื่มที่มีระดับแอลกอฮอล์หรือเอทานอลผสมอยู่ในปริมาณไม่เกินร้อยละ 5 เช่น เบียร์
- กลุ่ม B เป็นเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์หรือเอทานอลผสมอยู่ในปริมาณเกินร้อยละ 5 แต่น้อยกว่าร้อยละ 20 เช่น ไวน์
- กลุ่ม C เป็นเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์หรือเอทานอลผสมอยู่ในปริมาณเกินร้อยละ 20แต่ไม่เกินร้อยละ 55 เช่น สุราเป็นต้น

3) กฎกระทรวงพาณิชย์ของอินโดนีเซีย กำหนดไว้ว่า การจัดจำหน่าย เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ทั้งที่ผลิตในประเทศและนำเข้าจะยอมให้แก่ผู้ที่ได้รับอนุญาตเป็นผู้จัดจำหน่าย ผู้แทนจัดจำหน่ายและผู้ค้าปลีกเท่านั้น ได้แก่

- สถานที่ที่ได้รับอนุญาตให้มีการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพื่อการบริโภค ณ ที่ตั้ง เช่น โรงแรม ร้านอาหาร บาร์ หรือสถานที่ที่ได้รับใบอนุญาตจากหน่วยงานท้องถิ่น
- ร้านค้าปลอดภาษี และสถานที่อื่นๆ ที่ได้รับอนุญาตจากหน่วยงานท้องถิ่น
- การจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กลุ่ม A ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีปริมาณแอลกอฮอล์ผสมน้อยกว่าร้อยละ 5 อนุญาตให้จำหน่ายได้เฉพาะในมินิมาร์ท ซูเปอร์มาร์เก็ต ห้างสรรพสินค้า หรือร้านค้าปลีกอื่นๆ ที่มีขนาดความกว้างอย่างน้อย 12 ตารางเมตรเท่านั้น ส่วนการจำหน่ายและจัดจำหน่าย เครื่องดื่มแอลกอฮอล์กลุ่ม B และ C ต้องดำเนินการผ่านบริษัทที่มีใบอนุญาตค้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (SIUP-MB) เท่านั้น ใบอนุญาตดังกล่าวยังครอบคลุมการจำหน่ายและการจัดจำหน่ายเครื่องดื่มกลุ่ม A ด้วย โดยบริษัทที่จำหน่ายและจัดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่ม A ต้องมีเอกสารรับรอง SKP-A เพื่อจำหน่ายในมินิมาร์ท ซูเปอร์มาร์เก็ต และห้างสรรพสินค้า หรือเอกสารรับรอง SKPL-A เพื่อจำหน่ายในโรงแรมร้านอาหาร และบาร์ ทั้งนี้

ใบอนุญาต SIUP-MP เอกสารรับรอง SKP-A และ SKPL-52A มีอายุ 3 ปีและสามารถต่ออายุได้ ส่วนผู้ที่มีใบอนุญาต IT-MB ต้องรายงานสถานภาพด้านการนำเข้าและการจัดจำหน่ายเครื่องตีม แอลกอฮอล์ทุกๆ 3 เดือน

### 5.3.2 มาตรการจำกัดการเข้าถึงเครื่องตีมแอลกอฮอล์ของประเทศอินโดนีเซีย

รัฐบาลของประเทศอินโดนีเซียได้มีการจำกัดการเข้าถึง เครื่องตีมแอลกอฮอล์ของประชาชนในประเทศ โดยมีการแบ่งเป็นการควบคุมโดยรัฐบาลกลางและรัฐบาลท้องถิ่น โดยรัฐบาลกลางจะออกกฎหมายบังคับใช้ในการกำกับดูแลการผลิต การนำเข้า การจัดจำหน่าย และบริโภคเครื่องตีมแอลกอฮอล์ ในขณะที่รัฐบาลท้องถิ่นออกกฎหมายเพื่อกำกับดูแลการผลิต การจัดจำหน่าย และการบริโภคเครื่องตีมแอลกอฮอล์ในพื้นที่ความรับผิดชอบของตน

### 5.3.3 มาตรการควบคุมการนำเข้าและการผลิตเครื่องตีมแอลกอฮอล์ของประเทศอินโดนีเซีย

รัฐบาลของประเทศอินโดนีเซีย ได้กำหนดมาตรการ ควบคุมการผลิต การนำเข้า การจัดจำหน่าย และการบริโภคเครื่องตีมแอลกอฮอล์ โดยการกำหนดให้ผู้นำเข้าเครื่องตีมแอลกอฮอล์ต้องขึ้นทะเบียน IT-MB กับกรมการค้าต่างประเทศของอินโดนีเซีย เพื่อขออนุญาตเป็นผู้นำเข้าเครื่องตีม แอลกอฮอล์อย่างถูกต้องพร้อมทั้งเสียภาษีนำเข้าหรือภาษีสศุลกากรโดยมีการต่ออายุทะเบียนทุก 3 ปี โดยในการขอขึ้นทะเบียน IT-MB ผู้นำเข้าต้องมีคุณสมบัติ ดังนี้

- 1) มีประสบการณ์ในการจัดจำหน่ายเครื่องตีมแอลกอฮอล์ไม่น้อยกว่า 3 ปี
- 2) ต้องยื่นจดหมายรับรองการได้ลิขสิทธิ์นำเข้าจากบริษัทผู้ผลิตเครื่องตีมประเทศอย่างน้อย 20 แห่งจากอย่างน้อย 5 ประเทศ เพื่อยืนยันว่าผู้นำเข้าดังกล่าวเป็นผู้จัดจำหน่ายเครื่องตีมแอลกอฮอล์ภายใต้เครื่องหมายการค้าของบริษัทนั้นๆ อย่างเป็นทางการ รวมทั้งยืนยันว่าผู้นำเข้ามีกำลังซื้ออย่างน้อยที่สุดที่ 3,000 กล่องต่อหนึ่งเครื่องหมายการค้าต่อปี
- 3) ผู้นำเข้าต้องยื่นเอกสารรับรองการนำเข้าจากบริษัทผู้ผลิตเครื่องตีมแอลกอฮอล์ในต่างประเทศเพื่อขออนุญาตมอบหมายให้ผู้แทนจำหน่ายเป็นผู้ดำเนินการจัดจำหน่ายภายในประเทศอินโดนีเซีย
- 4) ผู้นำเข้าต้องทำข้อตกลงการจัดจำหน่ายเครื่องตีมแอลกอฮอล์กับผู้แทนจำหน่ายเครื่องตีมแอลกอฮอล์ในส่วนภูมิภาคของอินโดนีเซียอย่างน้อย 6 จังหวัด

ทั้งนี้ ผู้นำเข้าเครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์ที่ขึ้นทะเบียน IT-MB แล้ว ต้องสมัครเพื่อขอรับใบอนุญาตนำเข้าเครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์จากกระทรวงพาณิชย์ ซึ่งเป็นผู้กำหนดสัดส่วนและปริมาณการนำเข้าเครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์อีกชั้นตอนหนึ่งด้วย โดยกระทรวงพาณิชย์จะดำเนินการประเมินปริมาณความต้องการในการบริโภคเครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์แต่ละประเภทในอินโดนีเซียเป็นรายปีแล้วจึงกำหนดสัดส่วนการนำเข้าตามการประเมินดังกล่าว ทั้งนี้ ผู้นำเข้าต้องนำเข้าตามที่ขออนุญาตอย่างน้อยร้อยละ 80 และต้องดำเนินการนำเข้าโดยผ่านท่าเรือหรือสนามบินนานาชาติที่กำหนดเพื่อผ่านพิธีศุลกากรหรือการชำระภาษีนำเข้า กรณีที่บริษัทนำเข้าเป็นของรัฐบาลจะได้รับการยกเว้นการเสียภาษี

#### 5.3.4 มาตรการการจำกัดอายุผู้บริโภคของประเทศอินโดนีเซีย

รัฐบาลอินโดนีเซีย ได้มีการออกมาตรการจำกัดอายุผู้บริโภคการควบคุมการจัดจำหน่ายเครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์ โดยจะอนุญาตให้จำหน่ายเครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์แก่ผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 21 ปีขึ้นไปเท่านั้น และต้องจำหน่าย ณ สถานที่ที่ได้รับอนุญาตเท่านั้นด้วย

#### 5.3.5 มาตรการควบคุมการโฆษณาของประเทศอินโดนีเซีย

ประเทศอินโดนีเซียมีการกำหนดระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณาเครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์การตั้งแสดงเครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์ และการสนับสนุนและการส่งเสริมการขายเครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์ รวมทั้งระเบียบเรื่องฉลากคำเตือนถึงอันตรายต่อสุขภาพบนโฆษณาหรือบรรจุภัณฑ์ นอกจากนี้ ยังมีการออกกฎหมายห้ามไม่ให้มีการโฆษณาเครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์ในสื่อทุกชนิด และกฎหมายการประกอบกิจการกระจายเสียงของอินโดนีเซียและห้ามมิให้โฆษณาเครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์ทั้งทางวิทยุและโทรทัศน์ ซึ่งหากผู้ใดฝ่าฝืนโฆษณาเครื่องตีพิมพ์แอลกอฮอล์ทางวิทยุมีโทษจำคุก 2 ปี หรือปรับไม่เกิน 500,000,000 รูเปียห์หรือประมาณ 1,290,000 บาท และหากฝ่าฝืนโฆษณาทางโทรทัศน์มีโทษจำคุกสูงสุด 2 ปี หรือปรับสูงสุดเป็นเงิน 5,000,000,000 รูเปียห์หรือประมาณ 12,900,000 บาท

### 5.3.6 มาตรการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในขณะขับขี่ยานพาหนะของประเทศอินโดนีเซีย

ประเทศอินโดนีเซีย ไม่ได้มีการกำหนดกฎหมายหรือระเบียบข้อบังคับในการจำกัดปริมาณแอลกอฮอล์ของผู้ที่ขับขี่ยานพาหนะ ซึ่งเป็นกฎหมายควบคุมการมีเมาขณะขับขี่ยานพาหนะแห่งชาติของอินโดนีเซีย ไม่ได้ให้ระบุถึงระดับปริมาณแอลกอฮอล์ในร่างกายของผู้ขับขี่ยานพาหนะที่ถือว่าผิดกฎหมายดังกล่าว แต่ประเทศอินโดนีเซียได้ให้คำแนะนำแก่ผู้ขับขี่รถสาธารณะว่าไม่ควรดื่มแอลกอฮอล์ในร่างกายขณะขับขี่ หรือระดับปริมาณแอลกอฮอล์เป็น 0

### 5.3.7 มาตรการควบคุมเชิงพื้นที่ของประเทศอินโดนีเซีย

ประเทศอินโดนีเซียมีการออกมาตรการควบคุมเชิงพื้นที่ในการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยรัฐบาลท้องถิ่นจะมีการออกกฎหมายห้ามการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ภายในท้องถิ่นเช่น เมืองติปอก ได้ออกกฎหมายท้องถิ่นห้ามการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือในเมืองอาจะห์ได้มีการห้ามผลิต จำหน่าย และบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างเด็ดขาด

### 5.3.8 มาตรการควบคุมการผลิตของประเทศอินโดนีเซีย

รัฐบาลอินโดนีเซียมีนโยบายรักษาผลประโยชน์ของธุรกิจสัญชาติอินโดนีเซีย โดยเฉพาะธุรกิจเบียร์ โดยการออกกฎหมายห้ามบริษัทที่ไม่ได้จดทะเบียนในอินโดนีเซียเข้าไปลงทุนในอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในอินโดนีเซีย นอกจากนี้ ยังมีการกำหนดให้บริษัทที่จะนำเข้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต้องมีใบอนุญาตจากทางการก่อน โดยจะต้องขึ้นทะเบียน IT-MB กับกรมการค้าต่างประเทศของอินโดนีเซีย เพื่อขออนุญาตเป็นผู้นำเข้าเครื่องดื่ม

### 5.3.9 มาตรการควบคุมความปลอดภัยในผู้บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

รัฐบาลอินโดนีเซียได้กำหนดให้บริษัทผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศต้องได้รับใบอนุญาตการผลิตจากทางการก่อนการดำเนินการผลิต และมีการกำหนดให้ต้องมีการขออนุญาตเพื่อจัดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากคณะกรรมการอาหารและอนามัยก่อน นอกจากนั้น ในมาตรา 5 ยังกำหนดให้เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทั้งที่นำเข้าและผลิตในประเทศต้องเป็นไปตามมาตรฐานด้านราคา ซึ่งกำหนดขึ้นโดยรัฐมนตรีว่าการกระทรวงอุตสาหกรรม ส่วนมาตรฐานความปลอดภัยและคุณภาพของอาหาร กำหนดขึ้นโดยคณะกรรมการกำกับดูแลในด้านอาหารและอนามัย ทั้งหมดนี้เพื่อป้องกันอันตรายจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประชาชน

#### 5.4 สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (สปป.ลาว)

สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (สปป.ลาว) เป็นประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ซึ่งตั้งอยู่บนใจกลางของคาบสมุทรอินโดจีน โดย สปป.ลาวมีจำนวนประชากร 6,803,699 คน สปป.ลาวมีระบอบการปกครองแบบสังคมนิยมคอมมิวนิสต์ โดยมีพรรคประชาชนปฏิวัติลาว (The Lao People's Revolutionary Party: LPRP) เป็นองค์กรชั้นนำประเทศ และมีอำนาจสูงสุดตั้งแต่สปป.ลาวเริ่มปกครองในระบอบสังคมนิยมโดย สปป.ลาว เป็นสมาชิกอาเซียน เมื่อวันที่ 23 กรกฎาคม พ.ศ.2540

ประชาชนใน สปป ลาว มีวัฒนธรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ที่ชอบการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ร่วมกับเพื่อนโดยไม่มีแก้วของตัวเอง โดยในการดื่มจะใช้แก้วใบเดียวสำหรับให้ทุกคนเวียนกันดื่มตามเข็มนาฬิกา ซึ่งเมื่อคนหนึ่งดื่มแล้วก็จะส่งให้คนถัดไปโดยเติมเครื่องดื่มสำหรับคนต่อไปด้วย นอกจากนี้ ยังพบว่า ใน สปปลาว เป็นประเทศที่มีการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างแพร่หลาย และบริโภคได้ทุกวัน โดยเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ได้รับความนิยมมากที่สุด ใน สปป.ลาวคือเบียร์ลาว ซึ่งผลิตจากข้าวพื้นเมืองที่ดีที่สุดและมอลต์คุณภาพสูงจากต่างประเทศ นอกจากนี้ ประเทศลาวยังมีการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ประเภท เหล้าขาว หรือเหล้าลาว ซึ่งเป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ผลิตจากข้าว ที่มีปริมาณแอลกอฮอล์ผสมถึงร้อยละ 40-45 ซึ่งเหล้าลาว เป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ที่มีราคาถูก จึงเป็นที่นิยมใน สปป ลาว

การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ใน สปป ลาว นอกจากจะเป็นการดื่มเพื่อการสังสรรค์แล้ว ยังเป็นการเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมประเพณีดั้งเดิม โดยนิยมบริโภคในช่วงของพิธีกรรมศักดิ์สิทธิ์ โดยจะมีการนำเหล้าลาวมาใช้สำหรับบูชาเจ้าที่ หลังจากนั้นจะมีการดื่มเองดื่มจนและเสิร์ฟเหล้าให้แขกแต่ละคนดื่มจนครบรอบวง ซึ่งผู้ที่ร่วมงานทุกคนจะต้องดื่มอย่างน้อยคนละหนึ่งแก้วเพื่อไม่เป็นการลบหลู่เจ้าที่และเจ้าภาพ นอกจากนี้ ยัง มีดื่มในงานเฉลิมฉลองตามเทศกาลต่างๆ เช่น งานแต่งงาน งานขึ้นบ้านใหม่ ซึ่งวัฒนธรรมแบบนี้ทำให้การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กลายเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันใน สปป ลาว

ใน สปป ลาว ยังมี เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ผลิตจากข้าวอีกชนิดหนึ่งที่เป็นที่นิยมใน สปป ลาว คือ เหล้าไห ซึ่งเป็นสุราท้องถิ่นที่ผลิตด้วยกรรมวิธีการหมักภายในคร้วเรือนหรือหมู่บ้าน ซึ่งมีปริมาณแอลกอฮอล์น้อยกว่าเหล้าลาว โดย เหล้าไห นิยมบริโภคในงานรื่นเริง โดยในการดื่มจะมีการใช้หลอดไม้ไผ่เพื่อดูดจากไห

ถึงแม้ว่า การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จะเป็นส่วนหนึ่งในการดำรงชีวิตใน สปป ลาว แต่รัฐบาลสปป.ลาว ก็มีความพยายามที่จะลดปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เนื่องจาก รัฐบาลสปป.ลาว ตระหนักถึงผลกระทบที่เกิดจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยการสร้างความตระหนักถึงอันตรายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้แก่ประชาชนในประเทศ อย่างไรก็ตาม

นโยบายดังกล่าวไม่ค่อยเป็นผล และจากการศึกษาพบว่า สปป.ลาวอยู่ มีระดับการผู้บริโภค เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในระดับสูงและยังเป็นประเทศที่มีผู้บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากที่สุดใน ประเทศอาเซียน

จากสถานการณ์การผู้บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่กล่าวมาข้างต้น ทำให้รัฐบาล สปป.ลาว ได้กำหนดกฎหมายว่าด้วยการควบคุมเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ (Law on alcohol control) พ.ศ. 2558 เพื่อควบคุมการจำหน่ายและการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การควบคุมและกำหนด นโยบายเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (สปป.ลาว) เกิดขึ้นหลังการเปลี่ยนแปลงการปกครองในสปป.ลาว ค.ศ.1975 (พ.ศ. 2518) โดยรัฐบาลสปป.ลาว ก็ได้มีการออกนโยบายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ทั้งเหล้า เบียร์ และอบายมุขอื่นๆ เนื่องจาก รัฐบาลเห็นว่าเป็นสิ่งที่ขัดกับนโยบายแบบสังคมนิยมและจารีตประเพณีของประเทศ แต่หลังจาก นั้นมานาน สปป. ลาว ก็ได้มีการผ่อนผันให้ประชาชนในประเทศสามารถผลิตเหล้าไวน์และบริโภค ภายในครอบครัวได้ เช่น เหล้าไห เหล้าสาโทและเหล้าขาว อย่างไรก็ตามในปี ค.ศ. 1986 (พ.ศ. 2529) ซึ่งเป็นปีที่ สปป. ลาว ได้มีการเปิดประเทศและให้มีการลงทุนจากต่างประเทศ รัฐบาล สปป.ลาว จึงได้มีการปรับเปลี่ยนนโยบายการค้าและการลงทุนใหม่เพื่อให้สอดคล้องกับการเปิด ประเทศ โดยได้เปิดโอกาสให้ภาคเอกชนทั้งจากภายในและต่างประเทศสามารถเข้ามาลงทุนผลิต สุราและเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสปป. ลาว ได้อย่างเต็มที่แต่ก็ยังมีที่ตั้งโรงงานผลิตเบียร์ขนาดใหญ่ ซึ่งผลจากการเปิดเสรีดังกล่าวได้มีผลกระทบต่อผู้บริโภคและสังคมทั้งในทางตรงและทางอ้อม ทำให้ สปป.ลาว กลายเป็นประเทศที่มีอัตราการบริโภคแอลกอฮอล์ของพลเมืองสูงเป็นสองในกลุ่ม ประเทศอาเซียน รองจากประเทศไทย ดังนั้น สปป.ลาว จึงได้ออกมาตรการควบคุมเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ นับตั้งแต่ ค.ศ. 2007 (พ.ศ. 2550) เป็นต้นมาโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อควบคุมปริมาณ การผลิต การจำหน่าย การเคลื่อนย้าย การโฆษณาและลดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยเจ้าของธุรกิจต้องได้รับอนุญาตอย่างเป็นทางการจากภาครัฐเสียก่อน ทั้งนี้เพื่อป้องกัน ผลกระทบอันเนื่องมาจากปัญหาสุรา โดยมีสาระสำคัญ ดังนี้

#### 5.4.1 มาตรการในการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศสปป ลาว

รัฐบาล สปป ลาว มีการกำหนดมาตรการควบคุมการจัดจำหน่ายเครื่องดื่มที่มี แอลกอฮอล์ (Law on alcohol control) ปีพ.ศ. 2558 เกี่ยวกับการซื้อขายย่อย คือ การซื้อขาย เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์แก่ผู้บริโภค เพื่อใช้เองและไม่ได้ขายต่อการควบคุมการจำหน่ายเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์สามารถทำได้หลายวิธีแตกต่างกันไปในแต่ละประเทศ โดย สปป. ลาว ได้มีการกำหนด มาตรการการควบคุมการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ไว้

สปป ลาว มีการควบคุมการเข้าถึงการบริโภคสุราและเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพื่อจำกัด ขอบเขตทั้งด้านสถานที่ เวลาและอายุของผู้ดื่ม เพื่อให้คนที่คิดจะดื่มสุราเข้าถึงสุราได้ช้าลงกว่า



การเปิดเสรีทุกอย่าง โดย สปป.ลาวโดยได้ใช้วิธีทางตามแบบ Legal Paternalism และ Legal Moralism ดังนี้

- 1) ออกกฎหมายกำหนดอายุขั้นต่ำของผู้ดื่มสุราและเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ 18 ปี  
บริบูรณ์
- 2) ห้ามขับรถขณะเมาสุรา
- 3) ห้ามสำหรับผู้รับอนุญาตตั้งสถานบริการ ร้านบันเทิง ร้านขายเหล้าอนุญาต  
หรือรับผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปี บริบูรณ์เข้าไปใช้บริการ
- 4) สถานที่บริการสุรา ร้านบันเทิงและอื่นๆ ต้องไม่อยู่ใกล้วัด สถานที่สำหรับ  
ปฏิบัติพิธีกรรมทางศาสนา โรงเรียนหรือสถานศึกษา โรงพยาบาล สโมสรเยาวชน หรือหอพัก และ  
ไม่อยู่ในย่านที่ประชาชนอยู่อาศัย อันจะก่อความเดือดร้อนรำคาญ แก่ประชาชนผู้อยู่อาศัย  
ใกล้เคียง
- 5) ร้านบันเทิงทุกประเภทใน สปป.ลาว ห้ามเปิดบริการกลางวัน (ยกเว้น  
ร้านอาหาร สวนอาหารและร้านกินดื่มทั่วไป) และต้องปิดหลังเวลา 23:30 น

มาตรการในการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศสปป ลาว  
มีข้อมูลที่น่าสนใจ ดังนี้

- 1) สปป.ลาว ไม่มีการจัดประเภทใบอนุญาตขายสุรา เนื่องจากไม่มีกฎหมายสุรา  
แต่ทางการได้อนุญาตให้จำหน่ายสุราไปตามการจดทะเบียนวิสาหกิจ (บริษัท) หรือหัวหน้า  
วิสาหกิจ (ร้านขายปลีกและขายส่ง) ซึ่งหมายความว่าขั้นตอนการขออนุญาตจำหน่าย การเสียภาษี  
ค่าธรรมเนียมอื่นๆ ก็ให้ปฏิบัติตามประเภทของธุรกิจที่ได้อนุมัติ
- 2) การจำหน่ายสุราใน สปป. ลาว สามารถทำได้ตลอด 24 ชั่วโมง เนื่องจากไม่มี  
ข้อห้ามทางกฎหมาย ยกเว้นสถานที่บันเทิง ร้านกินดื่ม ซึ่งกฎหมายกำหนดให้ปิดบริการเวลา  
23:30 น
- 3) ใน สปป.ลาว มีการกำหนดสถานที่ห้ามจำหน่ายสุรา ส่วนมากจะเป็นสถานที่  
บริเวณวัด สถานพยาบาล สถานที่ราชการ สถานศึกษา ซึ่งมีกฎหมายรองรับ นอกจากนี้สามารถขายสุรา  
ได้อย่างเสรี
- 4) สปป.ลาว ไม่มีบทลงโทษเด็กที่ไม่ถึง 18 ปี ดื่มสุรา แต่มีบทลงโทษต่อบุคคล  
องค์กร หรือผู้ปกครองเด็กที่ละเมิดข้อห้าม เช่น อนุญาตให้เด็ก หรือใช้เด็กไม่ถึง 18 ปี ไปซื้อเหล้า  
เบียร์ ก็จะถูกปฏิบัติโทษด้วยมาตรการศึกษาอบรม และถ้าละเมิดซ้ำจะถูกโทษหรือมาตรการทาง  
บริหาร เช่น ปรับไหม ถูกระงับ คุกถอนใบอนุญาต

5) สปป.ลาวไม่มีบทลงโทษเด็กที่มีอายุต่ำกว่า 18 เข้าไปใช้บริการหรือดื่มสุรา ส่วนมาก จะใช้การศึกษาอบรม กล่าวเตือน ปรับโทษ ถอนใบอนุญาต ยึดอุปกรณ์และสั่งปิดกิจการ และไม่มีโทษจำคุก

6) กฎหมายของ สปป.ลาว ได้มีการกำหนดอัตราโทษปรับโทษ ผู้ซักรถขนส่งที่อยู่ในสภาพมึนเมา หรือมีธาตุเหล้าอยู่ในร่างกาย เกินกว่า 0.80 g/L แต่ไม่มีบทลงโทษจำคุก

7) สำหรับธุรกิจค้าส่งนั้นนักลงทุนชาวต่างชาติจะได้รับอนุญาตให้ดำเนินธุรกิจได้ในกรณีที่มีการร่วมลงทุนกับบุคคลสัญชาติลาวหรือนิติบุคคลสัญชาติลาว โดยนักลงทุนต่างชาติสามารถลงทุนในธุรกิจเฉพาะด้านได้ 3 ด้าน ได้แก่ ฝักรองเท้าและสิ่งทอ ดังนั้นนักลงทุนชาวต่างชาติจึงถูกจำกัดการดำเนินธุรกิจการค้าส่งเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ส่วนการนำเข้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพื่อจำหน่ายไม่ว่าจะเป็นธุรกิจค้าปลีกหรือค้าส่ง ชาวต่างชาติสามารถดำเนินการนำเข้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้โดยผ่านระบบตัวแทนหรือผู้ได้รับสิทธิพิเศษในสปป.ลาว ซึ่งต้องเป็นพลเมืองลาวหรือนิติบุคคลลาว (ร้อยละ 100) (Lao Premier, 2556)

#### 5.4.2 มาตรการจำกัดการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศ สปป. ลาว

สปป. ลาว ได้มีการมาตรการควบคุมการนำเข้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยการนำเข้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพื่อจัดจำหน่ายใน สปป.ลาว จะต้องเป็นผู้ที่ได้รับอนุญาตจะต้องเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมาย โดยถูกควบคุมภายใต้กฎหมายว่าอาหาร กล่าวคือการนำเข้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นี้จะต้องได้รับการอนุมัติจากกรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข ซึ่งกระบวนการขอใบอนุญาตนำเข้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในการขอใบอนุญาตนำเข้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้นผู้ยื่นคำขอต้องจัดทำคำขอและเอกสารประกอบการขอรับอนุญาตและยื่นเอกสารดังกล่าวต่อกรมอาหารและยาเพื่อประกอบการพิจารณา ในกรณีที่ได้รับการอนุมัติเจ้าหน้าที่จะออกใบอนุญาตระบุว่าผู้ยื่นคำขอได้รับอนุญาตให้นำเข้าผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์เข้าสู่สปป.ลาว ในกรณีนี้ผู้สมัครจะต้องยื่นขอใบอนุญาตทุกครั้งที่จะนำเข้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เนื่องจากใบอนุญาตแต่ละฉบับได้รับอนุญาตให้ใช้เพียง 1 ครั้งต่อการนำเข้า และเมื่อได้รับการอนุมัติแล้วผู้ยื่นคำขอต้องนำเข้าผลิตภัณฑ์สุรารภายใน 30 วัน มิฉะนั้นใบอนุญาตจะหมดอายุลง สำหรับค่าธรรมเนียมใบอนุญาตอย่างเป็นทางการคือ 50,000 กีบ หรือประมาณ 220 บาท ต่อใบแจ้งหนี้และระยะเวลาในการอนุมัติประมาณ 2-3 วัน

### 5.4.3 มาตรการการควบคุมการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

สปป.ลาว ได้มีการกำหนดกฎหมายที่ใช้ควบคุมการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศ หลายด้านเหมือนกัน เช่น

- 1) ผู้ประกอบการต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขของกฎหมายและผ่านขั้นตอนหลายอย่าง เช่น ต้องมีใบอนุญาตดำเนินธุรกิจจากกระทรวงการคลัง หรือกระทรวงการค้า
- 2) ผู้ประกอบการต้องมีหนังสืออนุญาตตั้งโรงงาน
- 3) ในการผลิต จะต้องผ่านมาตรฐานคุณภาพทางโภชนาการ
- 4) กระบวนการผลิตจะต้องผ่านมาตรฐานสิ่งแวดล้อม

อย่างไรก็ตาม ข้อกำหนดข้างต้นไม่ได้มีการบังคับใช้กับการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือสุรา ในลักษณะชุมชนหรือระดับครอบครัว ในการกำหนดข้อบังคับต่างๆที่เป็นในลักษณะชุมชนหรือระดับครอบครัวใน สปป.ลาว ขึ้นอยู่กับรัฐบาลท้องถิ่น เช่น บางท้องที่ จะต้องขออนุญาต ต้องเสียค่าธรรมเนียมหรือภาษี แต่บางท้องที่สามารถทำได้โดยไม่มีเงื่อนไขใดๆ

### 5.4.4 มาตรการการจำกัดอายุผู้บริโภคของประเทศบรูไนสปป. ลาว

สปป. ลาว ไม่ได้มีการกำหนดมาตรการจำกัดอายุผู้บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยตรง แต่มีการกำหนดมาตรการการจำกัดอายุผู้บริโภค ที่ระบุไว้ในกฎหมายว่าด้วยการปกป้องสิทธิและผลประโยชน์ของเด็ก พ.ศ. 2549 (Law on the protection of the right and interests of 2006) โดยได้กำหนดว่า เด็ก (Child) หรือ บุคคลที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปี ไม่สามารถเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยห้ามเด็กบริโภคยาเสพติด ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือเบียร์ สูบบุหรี่ และบริโภคสารเสพติดอื่น ๆ นอกจากนี้ ยังมีการระบุถึงข้อห้ามของพ่อแม่หรือผู้ปกครองเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยห้ามผู้ปกครองกระทำตนเป็นตัวอย่างที่ไม่ดี ให้นำเด็กไปซื้อหรือทำการโฆษณาสารเสพติดหรือสิ่งมีนเมา รวมทั้งห้ามอนุญาตให้เด็กเข้าใช้บริการในร้านอาหารที่บริการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เบียร์ หรือเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อื่น ๆ

นอกจาก สปป ลาว จะมีมาตรการการจำกัดอายุผู้บริโภคแล้ว ยังมีการกำหนดบทลงโทษเกี่ยวกับการละเมิดหรือฝ่าฝืนข้อกำหนดของกฎหมาย โดยประเด็นที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยบุคคลฝ่าฝืนกฎหมายนี้จะต้องสร้างความเข้าใจใหม่โดยในประเด็นของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ คือ การเป็นตัวอย่างที่ไม่ดีแก่เด็ก การให้เด็กไปซื้อหรือทำการโฆษณาสารเสพติดหรือสิ่งมีนเมา การติดตั้งป้ายโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เบียร์ บุหรี่ และสิ่งมีนเมาอื่น ๆ ใกล้โรงเรียนหรือชุมชนที่มีเด็ก โดยบุคคลที่ละเมิดกฎหมายนี้จะถูกปรับหรือลงโทษทางวินัย

### 5.4.5 มาตรการควบคุมการโฆษณาของประเทศสปป.ลาว

สปป.ลาว ได้มีการกำหนดมาตรการควบคุมการโฆษณา โดยการกำหนดกฎหมายที่เกี่ยวข้องว่าด้วยการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (Law on alcohol control) พ.ศ. 2558 โดยการกำหนดเนื้อหาโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในทุกสถานที่ ทุกสื่อและทุกกิจกรรมทางการตลาดทุกรูปแบบต้องได้รับอนุญาต และจะต้องมีเนื้อหาของโฆษณา ซึ่งประกอบด้วย

- เป็นการให้ความรู้แนวคิดสร้างสรรค์ต่อสังคม
- ต้องมีค่าเตือนด้านสุขภาพ
- ต้องไม่มีลักษณะส่งเสริมกิจกรรมทางการตลาดหรือการขาย
- ต้องไม่มีลักษณะชวนเชื่อให้มีการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
- ต้องไม่แสดงภาพเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และการบริโภคเครื่องดื่มดังกล่าว
- ต้องไม่แสดงเครื่องหมายการค้า
- ต้องไม่ให้เป็นการสร้างค่านิยมเกี่ยวกับการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่

สังคม

นอกจากนี้ ยังมีกำหนดมาตรการควบคุมการโฆษณาอื่น ดังนี้

- ห้ามให้มีการแสดงเครื่องหมายที่เป็นสัญลักษณ์ เครื่องหมายการค้าของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ผ่านสื่อมวลชนทุกประเภท สถานที่สาธารณะ ชุมชน สนามกีฬา สนามเด็กเล่น สถานศึกษา และงานมหรสพต่าง ๆ โดยไม่ได้รับอนุญาต
- ห้ามกระทำการโฆษณาในสถานที่ต่างๆ ดังต่อไปนี้ คือ สถานที่บริการสุขภาพ สถานการศึกษา สำนักงาน องค์กรของรัฐ สาธารณสถาน สถานเอกอัครราชทูต สวนสาธารณะ โรงมหรสพ สถานีรถไฟโดยสาร ปั้มน้ำมัน สนามกีฬา และโรงงาน
- ห้ามการโฆษณาส่งเสริมการขายและการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกประเภททั้งทางตรงและทางอ้อม ขณะที่กิจกรรมส่งเสริมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกรูปแบบ เช่น การจับฉลาก ลดราคา แลกเปลี่ยน แจก แถม ของที่ระลึก และอื่นๆ ส่วนการลดราคาต่ำกว่าต้นทุนการผลิต
- การโฆษณาเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ประเภทของโฆษณา เช่น วิทยู โทรทัศน์หนังสือหนังสือพิมพ์วารสารแผ่นพับโปสเตอร์สติ๊กเกอร์นิตยสารหรือสื่อประเภทอื่นๆ จะต้องได้รับการอนุญาตก่อนโฆษณาผลิตภัณฑ์ต่อสาธารณะผู้ยื่นขออนุญาตจะต้องขอความเห็นชอบจากกองโฆษณาและสารสนเทศ กรมอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข เพื่อตรวจสอบ

เนื้อหาของโฆษณาว่าสามารถยอมรับได้หรือไม่ รวมทั้งละเอียดศีลธรรมหรือผลประโยชน์สาธารณะหรือไม่

- การโฆษณาที่ได้รับการอนุมัติจะมีกำหนดระยะเวลาสำหรับการโฆษณา โดยมีระยะเวลาตั้งแต่วันที่ได้รับการอนุมัติและการต่ออายุของการโฆษณา ดังนี้

- 1) การโฆษณาผ่านสิ่งตีพิมพ์ใด ๆ เช่น บิลบอร์ดโบรชัวร์หนังสือหรือปฏิทิน สามารถต่ออายุการโฆษณาเป็นเวลา 1 ปี

- 2) การโฆษณาผ่านสื่อมวลชน สามารถต่ออายุการโฆษณาเป็นเวลา 3 เดือน

สปป.ลาว ยังมีความมีการกำหนดมาตรการควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไว้บ้าง โดยมีการกำหนดข้อห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีน้อยมาก ซึ่งกฎหมายการควบคุมการโฆษณาแอลกอฮอล์ใน สปปลาว จะเป็นการกำหนดหลักการแบบกว้างๆ เท่านั้น ซึ่งเป็นหลักการเดียวที่ใช้กับการโฆษณาสินค้าทั่วไป เช่น

- การโฆษณาไม่ว่าจะเป็นรูปแบบการโฆษณาสินค้าใดๆ ก็ตามจะต้องไปผ่านเจ้าหน้าที่อาหารและยา และแขนงงานที่เกี่ยวข้องในแต่ละชั้น พร้อมทั้งต้องรับผิดชอบต่อข้อความและเนื้อหาที่ได้เผยแพร่หรือโฆษณาออกไป

- การโฆษณาควรหลีกเลี่ยงการใช้คำพูดหรือข้อความที่ชวนเชื่อเกินความเป็นจริง ถ้าเป็นสินค้าใหม่นำเข้าจากต่างประเทศ จะต้องมีหนังสือรับรองคุณภาพ หรือหนังสืออนุญาตจำหน่ายจากองค์การที่เกี่ยวข้องของประเทศผู้ผลิต

#### 5.4.6 มาตรการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในขณะขับขี่ยานพาหนะของประเทศสปป ลาว

สปป ลาว ได้มีการกำหนด มาตรการควบคุมการดื่มแอลกอฮอล์ในขณะขับขี่ยานพาหนะ โดยผู้ขับขี่ยานยนต์ต้องมีปริมาณแอลกอฮอล์ในเลือดที่ระบุไว้ไม่เกินกว่าร้อยละ 0.08 (80 มิลลิกรัม/100 มิลลิลิตร) (World Health Organization, 2014) โดยบุคคลหรือองค์กรที่ฝ่าฝืนกฎหมายนี้จะถูกปรับตามประเภทของยานพาหนะ

นอกจากนี้ สปป ลาว ได้มีการกำหนด บทลงโทษสำหรับบุคคลหรือองค์กรที่ฝ่าฝืนกฎหมายนี้จะถูกปรับตามประเภทของยานพาหนะ โดยมีการกำหนดบทลงโทษตามประเภทของยานพาหนะ ดังนี้

- |  |               |
|--|---------------|
| • จักรยาน  | 10,000 กีบ    |
| • รถจักรยานยนต์, รถสามล้อเครื่อง, รถไถเดินตาม      | 50,000 กีบ    |
| • ยานพาหนะขนาดเล็ก, รถยนต์, รถกระบะ, รถจี๊ป, รถตู้ | 100,000 กีบ   |
| • รถโดยสาร 4 ล้อ                                   | 250,000 กีบ   |
| • รถบรรทุก (6 ล้อขึ้นไป)                           | 500,000 กีบ   |
| • รถประจำทาง                                       | 1,000,000 กีบ |

#### 5.4.7 มาตรการควบคุมเชิงพื้นที่ของประเทศสปป. ลาว

สปป.ลาว ได้มีการกำหนดมาตรการควบคุมเชิงพื้นที่ โดยมีการควบคุมการตั้งร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ใน การควบคุมแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2557 โดย ได้มีการกำหนดที่ตั้งสถานที่บริการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไว้ว่า สถานที่บริการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จะต้องห่างจากสถานที่ ดังนี้ สถานที่บริการสุขภาพ สถานศึกษา สำนักงานหน่วยงานของรัฐ ศาสนสถาน สถานเอกอัครราชทูต สวนสาธารณะ โรงมหรสพ สถานีรถโดยสารสถานีบริการน้ำมัน สนามกีฬา โรงงานอุตสาหกรรม

#### 5.5 สหพันธรัฐมาเลเซีย

สหพันธรัฐมาเลเซีย เป็นประเทศที่มีระบบการปกครองประชาธิปไตยแบบรัฐสภา โดยประเทศมาเลเซียมีประชากรประมาณ 29.18 ล้านคน และประชากรในประเทศมาเลเซียส่วนใหญ่นับถือศาสนาอิสลาม (ร้อยละ 60.4)

เนื่องจากประชากรของประเทศมาเลเซีย ส่วนใหญ่เป็นชาวมุสลิม ที่นับถือศาสนาอิสลาม ทำให้ สภาพสังคม วัฒนธรรม และวิถีชีวิตของประชากรส่วนใหญ่ จะไม่บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างเด็ดขาด เนื่องจากขัดกับหลักศาสนา จึงทำให้ประเทศมาเลเซีย ไม่ค่อยมีวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากนัก อย่างไรก็ตาม ประเทศมาเลเซียยังประสบปัญหาที่เกิดจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งเกิดจากการบริโภคของชาวมาเลย์เชื้อสายมลายู และชาวมาเลย์เชื้อสายจีน ซึ่งจะมีการบริโภคสุราพื้นเมืองที่ชื่อว่า “ซัมซุ”(Samsu)

นอกจากนี้ ประเทศมาเลเซีย ยังมีผู้บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทเบียร์บ้าง โดยส่วนใหญ่เป็นชาวมาเลย์เชื้อสายอินเดีย ซึ่งจัดเป็นการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทเบียร์ในตลาดระดับกลาง โดยในสังคมชาวมาเลย์เชื้อสายอินเดียจะมีเทศกาล Deepavali ซึ่งจัดขึ้นตามความเชื่อของศาสนาพราหมณ์-ฮินดู ในเทศกาลดังกล่าวนี้จะพบเห็นชาวมาเลย์เชื้อสายอินเดียบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นจำนวนมาก และสำหรับชาวมาเลย์เชื้อสายจีนจะจัดเป็นผู้บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทเบียร์ในตลาดระดับสูงโดยจะพบเห็นการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในชุมชนชาวจีนทั่วไป รวมทั้งตามเทศกาลสำคัญของชาวจีน เช่น เทศกาลตรุษจีน

นอกจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทเบียร์แล้ว ยังมีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์พื้นเมืองอยู่หลายประเภทที่ชาวพื้นเมืองมาเลย์สามารถผลิตขึ้นเองได้ (World Health Organization, 2004) ได้แก่

- อารัก (Arak) คือ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ผลิตจากการกลั่นของผลปาล์ม
- ท็อตตี้ (Toddy) คือ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่เกิดจากการหมักบ่มของต้นมะพร้าว
- ซัมซู (Sumsu) เป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์พื้นเมืองอีกประเภทหนึ่งที่มีความนิยมมากที่สุดที่มาเลเซีย โดยผลิตจากการกลั่นของผลปาล์ม

ถึงแม้ว่า ประเทศมาเลเซียเป็นประเทศ ที่มีจำนวนประชากรและขนาดพื้นที่ที่ไม่ใหญ่มากนัก และมีข้อจำกัดในการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ แต่ประเทศมาเลเซียกลับมีอัตราการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากเป็นอันดับที่ 10 ของโลก รัฐของประเทศมาเลเซีย จึงมีการกำหนดมาตรการต่างๆ ในการจำกัดการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของมาเลเซีย โดยมีการจัดตั้งองค์กรที่ทำหน้าที่ในการกำกับดูแลการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ได้แก่ The Consumers Association of Penang (CAP) เป็นองค์กรภาคประชาสังคมที่ดำเนินกิจกรรมในพื้นที่เมืองปีนัง และบริเวณเมืองใกล้เคียง มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนกิจกรรมต่อต้านการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยจัดทำสื่อเพื่อส่งเสริมความรู้ถึงพิษภัยของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และ The Alcoholism Foundation of Malaysia (YAM) เป็นหนึ่งในองค์กรภาคประชาสังคมที่ได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลมาเลเซีย โดยองค์กรดังกล่าวมีบทบาทสำคัญในการจัดประชุมทางวิชาการเพื่อลดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของชาวมาเลเซีย รวมทั้งมีบทบาทในการช่วยฟื้นฟูผู้ที่ติดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เรื้อรัง ให้สามารถกลับมาใช้ชีวิตได้อย่างเป็นปกติประเทศมาเลเซีย ได้มีการกำหนดมาตรการการจำกัดการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของมาเลเซีย ดังนี้

### 5.5.1 มาตรการในการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศมาเลเซีย

นโยบายภาครัฐของมาเลเซียในการจำกัดการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของมาเลเซียเป็นสิ่งที่มีความละเอียดมาก กล่าวคือ นอกเหนือจากสภาพทางสังคมแบบอิสลามเกือบเต็มรูปแบบแล้ว ซึ่งให้การปฏิเสธการคงอยู่ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างเด็ดขาดแล้ว ในทางนโยบายและการบริหารประเทศต้องยอมรับว่ารัฐบาลมาเลเซียได้รับงบประมาณในการพัฒนาประเทศส่วนหนึ่งมาจากการเก็บภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ อย่างไรก็ตามในอีกมุมมองหนึ่งก็พบว่า เครื่องดื่มแอลกอฮอล์เหล่านี้เป็นสิ่งต้องห้ามตามหลักศาสนาอิสลาม และส่งผลกระทบต่อสุขภาพของประชาชนในประเทศเป็นอย่างมาก (New Straits Times, 1993) จึงทำให้นโยบายภาครัฐเพื่อลดการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของมาเลเซียอาจไม่สามารถพัฒนาได้อย่างเต็มรูปแบบ

นอกจากบทบาทของภาครัฐในการจำกัดการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แล้ว ยังมีบทบาทของภาคประชาสังคมมาเลเซียที่มีส่วนช่วยลดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อีกทางหนึ่งด้วย โดยมีองค์กรภาคประชาสังคมในมาเลเซียที่น่าสนใจดังนี้ (David H Jernigan; Saroja K Indran)

1) The Alcoholism Foundation of Malaysia (YAM) เป็นหนึ่งในองค์กรภาคประชาสังคมที่ได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลมาเลเซีย โดยองค์กรดังกล่าวมีบทบาทสำคัญในการจัดประชุมทางวิชาการ เพื่อลดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของชาวมาเลเซีย รวมทั้งมีบทบาทในการช่วยฟื้นฟูผู้ที่ติดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เรื้อรัง ให้สามารถกลับมาใช้ชีวิตได้อย่างเป็นปกติ

2) The Consumers Association of Penang (CAP) เป็นองค์กรภาคประชาสังคมที่ดำเนินกิจกรรมในพื้นที่เมืองปีนังและบริเวณเมืองใกล้เคียง มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนกิจกรรมต่อต้านการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยจัดทำสื่อเพื่อส่งเสริมความรู้ถึงพิษภัยของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งมีวารสารขององค์กรนี้ที่มีชื่อ "Utusan Consumer" รวมทั้งมีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนในรัฐบาลมาเลเซียออกมาตรการที่เข้มงวดในการจำกัดการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ บุคลากรส่วนใหญ่ขององค์กรนี้เป็นผู้หญิงส่วนใหญ่มาจากกลุ่มผู้ที่ขับเคลื่อนเพื่อการต่อต้านเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีชื่อว่า "Women Against Alcohol"

### 5.5.2 มาตรการควบคุมการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศมาเลเซีย

ประเทศมาเลเซีย มีการกำหนดมาตรการควบคุมการจำหน่าย โดยมาตรการว่าด้วยการควบคุมการค้าปลีกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยพระราชบัญญัติสรรพสามิตของมาเลเซีย มาตรา 32(1) โดยมีการกำหนดให้ร้านค้าปลีกหรือภัตตาคารที่ประสงค์จะจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์



ต้องมีใบอนุญาตจำหน่ายที่ออกโดยรัฐบาลก่อนจึงจะสามารถจำหน่ายได้ ซึ่ง มาตรการดังกล่าวไม่ได้ใช้กับสุราพื้นบ้าน สุราพื้นเมือง ซึ่งสามารถจำหน่ายได้โดยไม่มีใบอนุญาต

### 5.5.3 มาตรการการจำกัดอายุผู้บริโภคของประเทศมาเลเซีย

รัฐบาลประเทศมาเลเซียมีการกำหนดมาตรการจำกัดอายุผู้บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยจะต้องมีอายุต้องไม่ต่ำกว่า 18 ปี นอกจากนี้ ประเทศมาเลเซีย นอกจากนี้ยังห้ามมิให้ชาวมาเลเซียที่นับถือศาสนาอิสลามเท่านั้นทั้งการห้ามบริโภค ห้ามซื้อ ห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

### 5.5.4 มาตรการควบคุมการโฆษณาของประเทศมาเลเซีย

ประเทศมาเลเซียได้มีการกำหนดมาตรการควบคุมการโฆษณา โดยมาตรการควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จะถูกกำหนดไว้ในระเบียบว่าด้วยการโฆษณาในมาเลเซียว่าด้วยการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ดังนี้

- ผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และผู้ผลิตโฆษณาต้องแสดงความรับผิดชอบต่อสื่อโฆษณาที่ได้จัดทำ โดยการจัดทำโฆษณาไม่ควรมีการสนับสนุนให้เกิดการบริโภคจนเกินควร หรือส่งเสริมว่าจะช่วยผ่อนคลายความเบื่อหน่าย ความเหงา หรือลดปัญหาที่เกิดขึ้นในชีวิต และ ไม่มีการแสวงประโยชน์จากบุคคลที่เปราะบางของสังคม เช่น เด็ก ผู้พิการทั้งทางร่างกายและจิตใจ เป็นต้น

- การโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จะต้องมีการตั้งคุ้มครองเด็กและเยาวชน โดยต้องไม่แสดงให้เห็นว่าเด็กและเยาวชนเป็นส่วนหนึ่งของการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ยกเว้น จะเป็นภาพของกิจกรรมของครอบครัวหรือสังคมที่มีการสังสรรค์กันและมีเด็กและเยาวชนอยู่ในภาพนั้นด้วย

- การโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จะต้องแสดงให้เห็นว่าเด็กที่อยู่ในการโฆษณานั้นไม่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

- สื่อที่ใช้ในการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จะต้องไม่เป็นการสนับสนุนให้เด็กและเยาวชนเริ่มเป็นผู้ดื่ม และจะต้องแสดงให้เห็นอย่างชัดเจนว่าบุคคลที่นำมาเป็นผู้โฆษณานั้นมีอายุมากกว่า 18 ปี

- สื่อโฆษณาต้องไม่เป็นการแสดงถึงความกล้าหาญหรือการตูดุ๊กของผู้ที่ไม่ร่วมสังสรรค์ในการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

- สื่อโฆษณาต้องไม่เป็นการส่งเสริมว่าการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ช่วยให้สุขภาพแข็งแรง ลดความวิตกกังวล หรือช่วยบำรุงกำลัง
- สื่อโฆษณาต้องไม่เป็นการแนะนำว่าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นสรรพคุณเป็นยาอายุวัฒนะ ช่วยส่งเสริมสภาพร่างกาย จิตใจ และทางเพศ หรือช่วยส่งเสริมให้สามารถเล่นกีฬาได้เป็นอย่างดี
- สื่อโฆษณาต้องให้ข้อมูลที่ถูกต้องแก่ผู้ดื่ม โดยไม่ควรนำเสนอถึงประโยชน์ของการดื่มแต่เพียงด้านเดียว ผู้ผลิตสื่อต้องนำเสนอข้อมูลให้รอบด้าน
- เนื้อหาของสื่อโฆษณาต้องไม่นำเสนอหรือส่งเสริมให้เกิดการดื่มในขณะขับชี่ยานพาหนะ
- สื่อโฆษณาต้องไม่เป็นการพรรณนาว่าการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นเหตุผลสำคัญที่ทำให้บุคคลประสบความสำเร็จในการสร้างมิตรภาพทางสังคม
- สื่อโฆษณาต้องไม่เป็นการพรรณนาว่าการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นสิ่งที่ทำท้าย หรือต้องไม่ส่งเสริมว่าผู้ดื่มมีคุณลักษณะที่กล้าหาญหรือแข็งแรง
- สื่อโฆษณาต้องไม่เป็นการส่งเสริมการขายหรือการส่งเสริมให้ซื้อในปริมาณที่มากขึ้น
- สื่อโฆษณาต้องไม่แสดงถึงกิจกรรมหรือสถานที่ซึ่งเป็นที่มึลอดภัยของผู้บริโภค

เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เช่น การดื่มในขณะขับชี่ยานพาหนะ การดื่มขณะทำกิจกรรมทางน้ำ หรือการดื่มขณะปั่นขึ้นที่สูง เป็นต้น

#### 5.5.5 มาตรการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในขณะขับชี่ยานพาหนะของประเทศมาเลเซีย

ประเทศมาเลเซีย มีการกำหนดมาตรการควบคุมการดื่มแอลกอฮอล์ในขณะขับชี่ยานพาหนะ โดยกำหนดให้ผู้ขับชี่ยานพาหนะจะต้องมีค่าแอลกอฮอล์ในเลือดอยู่ที่ไม่เกินกว่า 80 มิลลิกรัม/ 100 มิลลิลิตร (80 mg./100 ml.) นอกจากนี้ ยังมีข้อกำหนดบทลงโทษในกรณีที่มีการฝ่าฝืน โดยผู้ขับชี่ที่มีปริมาณแอลกอฮอล์ที่เกินกว่าที่กฎหมายกำหนด ผู้ขับชี่จะถูกยึดใบอนุญาตในการกระทำความผิดครั้งแรก และหากยังคงกระทำความผิดในกรณีเดิมอีกอาจต้องถูกปรับเป็นจำนวนเงิน 2,000 ริงกิต หรือประมาณ 20,000 บาทและอาจถูกจำคุกไม่เกิน 6 เดือน หรือทั้งจำทั้งปรับ

### 5.5.6 มาตรการควบคุมเชิงพื้นที่ของประเทศมาเลเซีย

ประเทศมาเลเซีย มีการกำหนดมาตรการการควบคุมเชิงพื้นที่ในการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยมีการกำหนดมาตรการการควบคุมของแต่ละรัฐแตกต่างกันตามลักษณะสังคมและสภาพทางเศรษฐกิจ

### 5.6 สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์ (Republic of the Union of Myanmar)

สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์ (Republic of the Union of Myanmar) หรือที่ประเทศเมียนมาร์ เป็นประเทศที่มีรูปแบบการปกครองในระบอบประชาธิปไตยแบบสาธารณรัฐ มีรัฐสภาที่สมาชิกมาจากการเลือกตั้ง เมียนมาร์มีจำนวนประชากร ประมาณ 55,746,253 คน โดยประเทศเมียนมาร์ เป็นหนึ่งในประเทศสมาชิกอาเซียน โดยเข้าเป็นสมาชิกเมื่อวันที่ 23 กรกฎาคม พ.ศ. 2540

ประเทศเมียนมาร์ จัดเป็นประเทศที่มีปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ค่อนข้างน้อย เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่นในอาเซียน โดยลักษณะการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของชาวเมียนมาร์ส่วนใหญ่จะมีการดื่มในโอกาสพิเศษ หรือเพื่อการพบปะสังสรรค์ โดยปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ค่อนข้างน้อยมีสาเหตุมาจากรายได้และสภาพเศรษฐกิจของชาวเมียนมาร์ที่ได้ค่อนข้างต่ำ ทำให้สามารถเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ยาก นอกจากนี้ ประชากรและสังคมในเมียนมาร์ ไม่ยอมรับการบริโภคของผู้หญิง ทำให้ปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ค่อนข้างน้อย

เมียนมาร์นับว่าเป็นประเทศที่มีการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ค่อนข้างน้อย กล่าวคือ เฉลี่ยน้อยกว่าคนละ 4 ลิตรต่อปี หรือจำนวนเท่ากับ 10 ขวดเท่านั้น (William Boot, The Irrawaddy, 2013) เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศต่างๆ โดยเฉพาะในกลุ่มอาเซียนนับว่าค่อนข้างน้อย อย่างไรก็ตาม ใน พ.ศ. 2557 มีรายงานวิจัยที่แสดงว่าอัตราการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของชาวเมียนมาร์เพิ่มสูงขึ้น โดยผู้ชายมีอัตราการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพิ่มขึ้นร้อยละ 31 และผู้หญิงมีการบริโภคเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.5 (Eleven Myanmar, 2014) โดยลักษณะการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของชาวเมียนมาร์ส่วนใหญ่จะดื่มในโอกาสพิเศษ หรือเพื่อการพบปะสังสรรค์ ในหมู่เพื่อนฝูง รวมทั้งการบริโภคในขณะการรับชมฟุตบอลนัดพิเศษโดยปริมาณการบริโภคในแต่ละครั้งไม่มากนัก เพราะด้วยรายได้และสภาพเศรษฐกิจของชาวเมียนมาร์ที่ได้ค่อนข้างต่ำทำให้มีข้อจำกัดด้านการดื่ม และสำหรับการบริโภคของผู้หญิงภายในร้านเหล้า หรือ Beer Station ยังคงไม่ค่อยเป็นที่ยอมรับของสังคมเมียนมาร์เท่าที่ควร (Jeffrey Hays May, 2014)

สำหรับประเภทของเครื่องตีเมล็ดแอลกอฮอล์ ที่นิยมบริโภคในประเทศ ประเทศเมียนมาร์ คือ เครื่องตีเมล็ดประเภทเปียร์ โดยผลิตภัณฑ์เปียร์ในเมียนมาร์สามารถจำแนกผู้ผลิตได้ 3 ลักษณะ คือ ผลิตภัณฑ์เปียร์ที่ผลิตโดยกลุ่มทุนต่างประเทศโดยความร่วมมือของรัฐบาลเมียนมาร์ ผลิตภัณฑ์เปียร์ที่ผลิตโดยบริษัทของเมียนมาร์ และ ผลิตภัณฑ์เปียร์พื้นเมือง รองลงมาคือสุราประเภทต่าง ซึ่งรัฐบาลประเทศเมียนมาร์ มีการกำหนดมาตรการในการจำกัดเครื่องตีเมล็ดแอลกอฮอล์ โดยให้ความสำคัญกับการควบคุมปริมาณการบริโภค เปียร์ โดยรัฐบาลเมียนมาร์มีการกำหนดมาตรการต่างๆ ดังนี้

#### 5.6.1 มาตรการในการควบคุมการบริโภคเครื่องตีเมล็ดแอลกอฮอล์ของประเทศเมียนมาร์

หากพิจารณาถึงผู้ผลิตเครื่องตีเมล็ดแอลกอฮอล์ในเมียนมาร์เฉพาะผู้ผลิตเปียร์เท่านั้นจะพบว่า ประกอบด้วย 2 กลุ่มหลักคือ (1) ผู้ผลิตที่เป็นรัฐ และ (2) ผู้ผลิตที่เป็นเอกชน รัฐบาลทหารเมียนมาร์ได้เริ่มสนับสนุนนโยบายเศรษฐกิจระหว่างประเทศ ตั้งแต่ พ.ศ. 2533 เป็นต้นมา โดยเปิดรับการลงทุนจากต่างชาติรวมทั้งใช้กลไกทางการตลาดในการขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจ ซึ่งกลุ่มอุตสาหกรรมเครื่องตีเมล็ดแอลกอฮอล์ก็เริ่มได้รับความสนใจจากต่างชาติเช่นกัน

#### 5.6.2 มาตรการจำกัดการเข้าถึงเครื่องตีเมล็ดแอลกอฮอล์ของประเทศเมียนมาร์

ประเทศเมียนมาร์ มีการกำหนดมาตรการควบคุมการจำหน่ายเครื่องตีเมล็ดแอลกอฮอล์เฉพาะกับ เครื่องตีเมล็ดแอลกอฮอล์นำเข้า โดยรัฐบาลยังไม่อนุญาตร้านค้าปลีกจำหน่ายเครื่องตีเมล็ดแอลกอฮอล์ที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ โดยจะอนุญาตให้จำหน่ายเครื่องตีเมล็ดแอลกอฮอล์นำเข้าเฉพาะการนำเข้าโดยโรงแรมบางแห่งและในร้านค้าปลอดภาษีเท่านั้น

สำหรับเครื่องตีเมล็ดแอลกอฮอล์ที่ผลิตในประเทศเมียนมาร์ ยังไม่มีมาตรการการควบคุมการค้าปลีกแต่อย่างใด

#### 5.6.3 มาตรการควบคุมการจำหน่ายและการนำเข้าเครื่องตีเมล็ดแอลกอฮอล์ของประเทศเมียนมาร์

รัฐบาลเมียนมาร์ออกมาตรการการควบคุมการค้าปลีกเครื่องตีเมล็ดแอลกอฮอล์เป็นการเฉพาะ กล่าวคือนอกจากการควบคุมการผลิต ซึ่งกิจการการผลิตเครื่องตีเมล็ดแอลกอฮอล์ประเภทเปียร์ส่วนใหญ่อยู่ภายใต้การดูแลของรัฐบาลแล้ว รัฐบาลยังไม่อนุญาตร้านค้าปลีกจำหน่ายเครื่องตีเมล็ดแอลกอฮอล์ที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ โดยอนุญาตเฉพาะการนำเข้าโดยโรงแรมบางแห่ง

และร้านค้าปลอดภาษี อย่างไรก็ตามยังคงพบเห็นการจำหน่ายปลีกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นำเข้าอยู่มาก (Kyaw Hsu Mon, 2013) และสำหรับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ผลิตในประเทศเมียนมาร์นั้น ยังคงไม่มีมาตรการการควบคุมการค้าปลีกแต่อย่างใด

#### 5.6.4 มาตรการการจำกัดอายุผู้บริโภคของประเทศเมียนมาร์

เมียนมาร์ยังไม่มีกฎหมายเพื่อการจำกัดอายุผู้บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างชัดเจน (Drinking Age Limits - International Center for Alcohol Policies, 2002) อย่างไรก็ตาม ประเทศเมียนมาร์ ไม่ได้มีการออกกฎหมายที่ใช้ในการจำกัดอายุผู้บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างชัดเจนแต่ มีกฎหมายที่กำหนดอายุขั้นต่ำของผู้ซื้อและผู้ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในทุกประเภทไว้ที่อายุไม่ต่ำกว่า 18 ปี กฎหมายของเมียนมาร์มีการกำหนดอายุขั้นต่ำของผู้ซื้อและผู้ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในทุกประเภทไว้ที่อายุไม่ต่ำกว่า 18 ปี (World Health Organization, 2014)

#### 5.6.5 มาตรการควบคุมการโฆษณาของประเทศเมียนมาร์

ประเทศเมียนมาร์มีมาตรการมาตรการควบคุมการโฆษณา ดังนี้

- ประเทศเมียนมาร์ยังไม่มีกฎหมายที่เป็นการควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นการเฉพาะ อย่างไรก็ตาม รัฐบาลประเทศเมียนมาร์ ได้มีการกำหนด ห้ามโฆษณาเบียร์ ไวน์ และบุหรี่ยุติ ในหนังสือพิมพ์หรือในวารสารต่าง ๆ และการไม่อนุญาตให้มีการจัดทำป้ายโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเมืองย่างกุ้ง
- ไม่อนุญาตให้มีการโฆษณาในช่องรายการหลักของประเทศ วิทยุท้องถิ่น และโฆษณาผ่านสื่อทางวิทยุโทรทัศน์อื่นๆ
- การโฆษณาในโรงภาพยนตร์ยังคงสามารถทำการโฆษณาได้เป็นบางโรงภาพยนตร์ อย่างไรก็ตามยังคงไม่มีมาตรการการควบคุมการโฆษณาในบริเวณจุดขายสินค้า

#### 5.6.6 มาตรการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในขณะขับขี่ยานพาหนะของประเทศเมียนมาร์

ปัจจุบันเมียนมาร์ได้กำหนดให้ผู้ที่ขับขี่ยานพาหนะต้องมีปริมาณแอลกอฮอล์ในเลือดไม่เกิน 70 มิลลิกรัมเปอร์เซ็นต์ หากมีผู้ฝ่าฝืนจะต้องถูกปรับและถูกยึดใบอนุญาตขับขี่ รวมทั้งกฎหมายดังกล่าวยังห้ามผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 21 ปี ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แล้วขับขี่ยานพาหนะด้วย

(World Health Organization, 2014) นอกจากนี้ ประเทศเมียนมาร์ มีการกำหนดมาตรการควบคุมการดื่มแอลกอฮอล์ในขณะที่ขับชี่ยานพาหนะ ซึ่งปัจจุบันเมียนมาร์ได้กำหนดให้ผู้ที่ขับชี่ยานพาหนะต้องมีปริมาณแอลกอฮอล์ในเลือดไม่เกิน 70 มิลลิกรัมเปอร์เซ็นต์ หากมีผู้ฝ่าฝืนจะต้องถูกปรับและถูกยึดใบอนุญาตขับชี่ รวมทั้งกฎหมายดังกล่าวยังห้ามผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 21 ปี ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แล้วขับชี่ยานพาหนะด้วย

### 5.6.7 มาตรการควบคุมเชิงพื้นที่ของประเทศเมียนมาร์

เมียนมาร์มีมาตรการการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เชิงพื้นที่ โดยห้ามดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในพื้นที่สาธารณะ เช่น โรงพยาบาลหรือสถานเอนกนามัย สถาบันการศึกษาที่ตั้งของหน่วยงานราชการ โรงงานอุตสาหกรรมหรือสถานที่ทำงาน อย่างไรก็ตาม สำหรับพื้นที่บริเวณส่วนสาธารณะ ถนน หรืองานกิจกรรมทางกีฬา มาตรการการควบคุมจะเป็นลักษณะการขอความร่วมมือไม่ให้จำหน่ายและบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ สำหรับงานกิจกรรมกลางแจ้งอย่างคอนเสิร์ตนั้นยังไม่มีมาตรการออกมาควบคุม

## 5.7 สาธารณรัฐฟิลิปปินส์ (Republic of Philippines)

สาธารณรัฐฟิลิปปินส์ (Republic of Philippines) หรือประเทศฟิลิปปินส์ เป็นประเทศที่มีลักษณะภูมิประเทศเป็นหมู่เกาะอยู่ในมหาสมุทรแปซิฟิกฝั่งตะวันตก โดยมี 3 หมู่เกาะหลักที่สำคัญ คือ หมู่เกาะลูซอน (Luzon) เป็นหมู่เกาะทางตอนเหนือของประเทศ หมู่เกาะวิซายาส (Visayas) อยู่ทางตอนกลางของประเทศ และหมู่เกาะมินดาเนา (Mindanao) อยู่ทางตอนใต้ของประเทศ โคนประเทศฟิลิปปินส์มีจำนวนประชากรประมาณ 105,000,000 คน ชาวฟิลิปปินส์มีเชื้อสายมาเลย์ร้อยละ 96 และประชากรส่วนใหญ่นับถือศาสนาคริสต์ (ร้อยละ 93) โดย ประเทศฟิลิปปินส์เข้าเป็นสมาชิกอาเซียนเมื่อวันที่ 8 สิงหาคม พ.ศ. 2510

ประชาชนในประเทศฟิลิปปินส์ นิยมบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในงานเฉลิมฉลองวัฒนธรรมต่างๆ ของประเทศ เช่น งานฉลองเกี่ยวข้าว พิธีกรรมการรักษา วันเกิด งานรื่นเริง และการพบปะสังสรรค์ทั่วไป โดยการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศฟิลิปปินส์ มีธรรมเนียมในการเทแก้วแรกลงบนพื้นเรียกว่า อเลย์ ซา ดิมอนโย (alay sa demonyo) เป็นการบูชาวิญญาณ (Michael Aquino, 2560) ถัดมาคือ ทากายัน (Tagayan) ในการดื่มนั้นแทนที่จะมีแก้วของแต่ละคน ทุกคนจะใช้แก้วใบเดียวร่วมกันโดยจะมีผู้รับหน้าที่เทเครื่องดื่ม เรียกว่า แทงเกโร (tanggero) เป็นผู้เติมเครื่องดื่มตลอดเวลาและดูแลให้แต่ละคนได้รับส่วนของตัวเอง ผู้ดื่มก็จะตอบแทนด้วยการดื่มหมดแก้ว เรียกว่า ทาเกย์ (Tagay) แสดงถึงความไว้วางใจซึ่งกันและกันมากพอที่จะดื่มจากแก้ว

เดียวกัน ทาเกย์หมายความว่า เป็นหนึ่งเดียว และมีความหมายเหมือนกับความหวังดีและความเป็นมิตร (Caballar, 2016) นอกจากนี้ ประเทศฟิลิปปินส์ มีการผลิตและจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทเบียร์ โดยมี บริษัท ซานมิเกลบริวเวอรี่ อิงค์เป็นผู้ผลิตเบียร์รายใหญ่ที่สุดในประเทศฟิลิปปินส์ นอกจากนี้ ประชาชนในประเทศฟิลิปปินส์ ยังมีการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทรันตี หรือจิน และยังมีการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ผลิตจากท้องถิ่น โดยส่วนใหญ่จะบริโภคเฉพาะสำหรับงานพิเศษ ในแถบชนบทจะมีเครื่องดื่ม ซึ่งเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แบบท้องถิ่นที่นิยม ได้แก่

- ทาปูย (Tapuy) เป็นไวน์ใส (clear full-bodied wine) ที่มีปริมาณแอลกอฮอล์ร้อยละ 14 รสชาติหวาน นิยมใช้ในโอกาสพิเศษแถบเขตเทือกเขาคอร์ดิลเอร่า
- แบซี (Basi) เป็นไวน์ที่ผลิตในเขตอิลอกอส นอร์เท มีปริมาณแอลกอฮอล์ร้อยละ 10-16 มีสีน้ำตาลอ่อนรสชาติหวานและเปรี้ยว โดยผลิตจากการต้มหมักน้ำตาลอ้อยสด
- ทูบา (Tuba) เป็นน้ำตาลเมามะพร้าว ซึ่งได้รับการอ้างอิงว่าเป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่เก่าแก่ที่สุดในฟิลิปปินส์
- แลมบานอก (Lambanog) เป็นไวน์หรือวอดก้าที่ทำจากมะพร้าว เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ได้รับความนิยมมากที่สุดในตากาล็อกตอนใต้
- แลกซอย (Laksoy) เป็นสุราปาล์ม กลั่นจากน้ำเลี้ยงของปาล์มนิพา

สำหรับการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศฟิลิปปินส์ พบว่า เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีการบริโภคมามากที่สุด คือ สุรา รองลงมาคือ เบียร์ และ ไวน์ ซึ่งจากการที่ประเทศฟิลิปปินส์ มีการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างแพร่หลาย ทำให้รัฐบาลของประเทศฟิลิปปินส์ มีการกำหนดนโยบายการจำกัดการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ กฎหมาย โดยมีกฎหมายจำกัดอายุผู้บริโภคที่มีชื่อว่า “Anti-Underage Drinking Act 2011/2013 และกฎหมายควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ขณะขับขี่ยานพาหนะ ที่มีชื่อว่า Anti-Drunk and Drugged Driving Act of 2013 โดยประเทศฟิลิปปินส์ มีข้อกำหนดมาตรการในการลดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของฟิลิปปินส์ ดังนี้

### 5.7.1 มาตรการในการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศฟิลิปปินส์

ประเทศฟิลิปปินส์ ได้ออกมาตรการในการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศฟิลิปปินส์ โดยเน้นการจำกัดการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเยาวชนจึงได้มีการดำเนินการจำกัดการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเยาวชน เช่น การห้ามผู้เยาว์ซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผู้ขายหรือแหล่งอื่นใด

## 5.7.2 มาตรการจำกัดการเข้าและการจำหน่ายถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศฟิลิปปินส์

ประเทศฟิลิปปินส์ ไม่ได้มีการกำหนดกฎระเบียบปฏิบัติที่มีผลบังคับใช้ทั่วประเทศอย่างชัดเจน เกี่ยวกับมาตรการการควบคุมการค้าปลีกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศ แต่จะมีข้อบังคับที่เกี่ยวกับสถานที่และเวลาการอนุญาตจำหน่ายและบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ขึ้นอยู่กับกรออกกฎข้อบังคับของแต่ละท้องถิ่น โดยมีการประกาศแนวทางการจำกัดการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ว่าห้ามการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตั้งแต่เวลา 02.00 – 08.00 น. ส่วนร้านค้าที่จำหน่ายให้หยุดจำหน่ายตั้งแต่เวลา 01.00 น. (Claire Jiao, 2559)

นอกจากนี้ ประเทศฟิลิปปินส์ยังมีข้อห้ามทั่วไปเกี่ยวกับการห้ามจำหน่ายและบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ดังนี้

- ห้ามจำหน่ายและบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานบริการสุขภาพ เช่น โรงพยาบาล สถานศึกษา สถานที่ราชการ การขนส่งสาธารณะ
- สถานที่ที่อนุญาตให้มีการบริโภคในบางโอกาส เช่น งานแข่งกีฬา งานกิจกรรมคอนเสิร์ต สถานที่ทำงาน สวนสาธารณะ และท้องถนน
- ส่วนสถานที่ที่อนุญาตให้มีการบริโภคได้ ได้แก่ บ้านพักอาศัย ร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
- ห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเวลาที่มีการเลือกตั้ง
- การจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์รวมถึงการค้าปลีกนั้นต้องมีการขออนุญาตจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

นอกจากนี้ ประเทศฟิลิปปินส์มีการจัดแบ่งประเภทของใบอนุญาตจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามลักษณะกิจการดังต่อไปนี้



ตาราง 5.1 ใบอนุญาตจำหน่ายและบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศฟิลิปปินส์

ลักษณะกิจการ	ประเภทของใบอนุญาต	ปริมาณที่จำหน่าย	อัตราค่าธรรมเนียม
สถานที่จำหน่าย เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (Bar License)	ประเภทที่ 1 (1st Class)	น้อยกว่า 1 แกลลอน (3.78 ลิตร)	600 เปโซ/ 6 เดือน
	ประเภทที่ 2 (2nd Class)	น้อยกว่า 1 แกลลอน (3.78 ลิตร)	350 เปโซ/ 6 เดือน
สถานที่จำหน่าย เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในโรงภาพยนตร์ (Theatre Liquor License)	ทั่วไป	น้อยกว่า 1 แกลลอน (3.78 ลิตร)	800 เปโซ/ 6 เดือน
ร้านอาหาร (Restaurants Liquor License โรงแรม (Hotel Liquor License)	ประเภทที่ 1 (1st Class)	น้อยกว่า 1 แกลลอน (3.78 ลิตร)	250 เปโซ/ 6 เดือน
	ประเภทที่ 2 (2nd Class)	น้อยกว่า 1 แกลลอน (3.78 ลิตร)	150 เปโซ/ 6 เดือน
ร้านขายยา (Druggists Liquor license) ร้านขายของชำ (Grocery Liquor License)	ทั่วไป	ตั้งแต่ 2 – 50 ลิตร	800 เปโซ/ 6 เดือน
โรงเบียร์เล็ก (Brewer's License)	ทั่วไป	ตั้งแต่ 1 แกลลอน (3.78 ลิตร) ขึ้นไป	1,200 เปโซ/ 1 ปี

ตาราง 5.1 ใบอนุญาตจำหน่ายและบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศฟิลิปปินส์ (ต่อ)

ลักษณะกิจการ	ประเภทของใบอนุญาต	ปริมาณที่จำหน่าย	อัตราค่าธรรมเนียม
โรงกลั่นสุรา (Distiller's License)	ทั่วไป	ตั้งแต่ 1 แกลลอน (3.78 ลิตร) ขึ้นไป	600 เปโซ/ 1 ปี
ร้านขายส่ง (Wholesale Liquor License)	ประเภทที่ 1 (1st Class)	น้อยกว่า 1 แกลลอน (3.78 ลิตร)	1,200 เปโซ/ 1 ปี
	ประเภทที่ 2 (2nd Class)	ตั้งแต่ 1 แกลลอน (3.78 ลิตร) ขึ้นไป	600 เปโซ/ 1 ปี
	ประเภทที่ 3 (3rd Class)	ไม่น้อยกว่า 2 ลิตร	52 เปโซ/ 1 ปี

ที่มา: Act No.59 The Manila Liquor Licenses Act (1900)

### 5.7.3 มาตรการการจำกัดอายุผู้บริโภคของประเทศฟิลิปปินส์

ประเทศฟิลิปปินส์ มีการกำหนด มาตรการการจำกัดอายุผู้บริโภค โดยให้ความสำคัญกับการควบคุมเข้าถึงและบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในกลุ่มเยาวชน โดยมีการกำหนดอายุขั้นต่ำในการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไว้ที่ 18 ปี

นอกจากนี้ ประเทศฟิลิปปินส์ได้มีการดำเนินมาตรการจำกัดการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเยาวชน โดยมีการประกาศใช้พระราชบัญญัติจำกัดการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชนและสถานประกอบการ พ.ศ. 2554/2556 ซึ่งได้ให้คำจำกัดความของ ผู้เยาว์ (Minors) ว่าหมายถึงผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปี ซึ่งได้ระบุถึงกิจกรรมที่ห้ามปฏิบัติ ดังนี้

- ห้ามผู้เยาว์ซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผู้ขายหรือแหล่งอื่นใด
- ห้ามผู้เยาว์ทำการจัดซื้อหรือจัดหาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้แก่ผู้เยาว์
- ห้ามผู้เยาว์แสดงข้อมูลอายุปลอมหรือมีแสดงตัวเสมือนมีอายุเกินกว่าที่กฎหมายกำหนด
- อนุญาตให้ผู้ที่มีอายุ 18 ปี บริโภคหรือครอบครองเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ เฉพาะในสถานที่จัดจำหน่ายที่ได้รับใบอนุญาต
- ไม่อนุญาตให้สถานประกอบการที่มีใบอนุญาตจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทำการจัดหาหรือส่งมอบเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้แก่ผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปี

#### 5.7.4 มาตรการควบคุมการโฆษณาของประเทศฟิลิปปินส์

ประเทศฟิลิปปินส์มีการกำหนด มาตรการควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในพระราชบัญญัติการโฆษณาอย่างเหมาะสม โดยจะต้องมีการแสดงคำเตือนเพื่อสุขภาพเหล่านี้ที่ จำเป็นจะต้องอยู่ในตำแหน่งเด่นและสะดุดตาในแต่ละโฆษณาทุกโดยมีรายละเอียด ดังนี้

- การโฆษณาผ่านนิตยสาร หนังสือพิมพ์ แผ่นพับ และการจัดแสดงส่งเสริมการขายการโฆษณาทางวิทยุกระจายเสียงทางโทรทัศน์หรือวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์อื่น จะต้องมีการใส่คำเตือนสุขภาพดังกล่าวจะปรากฏข้อความหลากหลายรูปแบบ เช่น

- คำเตือนจากรัฐบาล : สตรีมีครรภ์ไม่ควรดื่ม การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ระหว่างตั้งครรภ์อาจทำให้เด็กปัญญาอ่อนหรือมีข้อบกพร่องตั้งแต่กำเนิด

- คำเตือนจากรัฐบาล : เครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นสิ่งเสพติดและอาจทำให้เสพติด

- คำเตือนจากรัฐบาล: ขับรถขณะมีสติ มีเซานั้นอาจเสียใบขับขี่หรือแม้แต่เสียชีวิต เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทำให้สูญเสียสมรรถภาพในการขับขี่รถยนต์หรือใช้เครื่องจักร

- คำเตือนจากรัฐบาล: ห้ามผสมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กับยาที่ไม่ต้องใช้ใบสั่งจากแพทย์ ยาที่ต้องใช้ใบสั่งจากแพทย์ หรือยาที่มีผลกฎหมาย

- คำเตือนจากรัฐบาล: ถ้าบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ปริมาณเร็วเกินไปอาจทำให้เสียชีวิตเพราะพิษจากแอลกอฮอล์

- คำเตือนจากรัฐบาล: การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพิ่มความเสี่ยงในการเกิดความดันโลหิตสูง โรคตับ และมะเร็ง ยิ่งบริโภคมากยิ่งมีแนวโน้มที่จะมีปัญหาสุขภาพ

- ห้ามให้มีการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเทปเสียง แผ่นเสียง วีดีโอเทป เกมวีดีโอ เกมคอมพิวเตอร์ หรือภาพยนตร์ ห้ามการโฆษณากลางแจ้งเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ใน 100 ฟุตจากโรงเรียน สนามเด็กเล่น หรือสถานที่สาธารณะอื่นใดที่คาดได้ว่าจะมีบุคคลที่มีอายุต่ำกว่า 21 ปี มาชุมนุมกัน

- ในงานสิ่งพิมพ์ซึ่งมีผู้อ่านที่มีอายุต่ำกว่า 21 ปีมากกว่าหนึ่งหมื่นคน การโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จะต้องจำกัดเฉพาะโฆษณาแบบข้อความเท่านั้นในรูปแบบสีขาวดำ ส่วนการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในการออกอากาศทางโทรทัศน์ระหว่างเวลา 7.00 - 22.00 น.จะต้องจำกัดเฉพาะภาพเครื่องดื่มที่มีข้อเท็จจริงและข้อมูลเสียงเกี่ยวกับเครื่องดื่มเท่านั้น

- กิจกรรมทางสังคมหรือสาธารณะประโยชน์อาจได้รับการสนับสนุนจากผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยใช้ชื่อบริษัทเท่านั้น ไม่อนุญาตให้ใช้ชื่อแบรนด์สินค้าของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

- ห้ามบุคคลผลิตหรือจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่มีใช้ผลิตภัณฑ์เครื่องตีมีแอลกอฮอล์ ซึ่งมีเครื่องหมายแบรนด์สินค้าสามารถระบุได้ถึงผู้ผลิตเครื่องตีมีแอลกอฮอล์
- การโฆษณาเครื่องตีมีแอลกอฮอล์นั้น มีสภามาตรฐานการโฆษณา (Advertising Standards Council หรือ ASC) ได้ระบุมตรการการควบคุมการโฆษณาเครื่องตีมีแอลกอฮอล์ไว้ในมาตราที่ 6 ของมาตรฐานการโฆษณา โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้
  - 1) โฆษณาต้องไม่แสดงนัยว่าการบริโภคเครื่องตีมีแอลกอฮอล์เป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการยอมรับทางสังคม หรือลักษณะที่แสดงถึงความดึงดูดทางเพศ
  - 2) การโฆษณาเครื่องตีมีแอลกอฮอล์ไม่ควรแสดงการงดเว้นในแง่ลบหรือบ่งบอกว่าการปฏิเสธเครื่องตีมีแอลกอฮอล์เป็นเรื่องผิดหรือโง่เขลา
  - 3) การโฆษณาเครื่องตีมีแอลกอฮอล์ไม่ควรพรรณนาถึงพฤติกรรมการตีมี เช่น รสชาติขณะเครื่องตีมีกำลังเข้าปาก เป็นต้น
  - 4) การโฆษณาไม่ควรส่งเสริมให้เกิดการตีมีมากเกินไป
  - 5) การโฆษณาไม่ควรส่งเสริมการตีมีมากเกินไปและไม่ควรแสดงนัยว่าพฤติกรรมของการตีมีหนักหรือเร็ว หรือตีมีเครื่องตีมีแอลกอฮอล์ปริมาณมากในเวลาสั้นๆ นั้นมีเสน่ห์ดึงดูดหรือเหมาะสม
  - 6) การโฆษณาไม่ควรอ้างว่าการตีมีก่อให้เกิดผลในแง่ของการบำบัดรักษา การระงับประสาท การทำให้สงบหรือการกระตุ้น หรือการตีมีนั้นช่วยเพิ่มขีดความสามารถทางเพศ หรือความดึงดูดทางเพศ
  - 7) โฆษณาต้องไม่ประชาสัมพันธ์เครื่องตีมีแอลกอฮอล์ว่าเป็นยา โฆษณาและสื่อส่งเสริมการขายต้องไม่กล่าวอ้างว่าเครื่องตีมีแอลกอฮอล์มีความสามารถในการป้องกัน รักษา หรือช่วยให้หายจากโรคของมนุษย์ได้ และไม่ควรรสร้างความประทับใจว่าการบริโภคเครื่องตีมีแอลกอฮอล์ช่วยเพิ่มสมรรถภาพทางสติปัญญาหรือสมรรถภาพทางกายเช่น เมื่อมีร่วมเล่นกีฬา โฆษณาต้องไม่ประชาสัมพันธ์แบรนด์เครื่องตีมีแอลกอฮอล์ว่าเป็น "เครื่องตีมีกำลัง"
  - 8) การโฆษณาจะไม่ถูกวางให้เป็นเครื่องตีมีเพื่อสุขภาพหรือเป็นเครื่องตีมีเพื่อบำบัด เช่น (1) ช่วยในการรักษาหรือลดน้ำหนัก (2) เป็นส่วนหนึ่งของระบบการออกกำลังกายหรือระบบความแข็งแรงของร่างกายและ (3) สามารถขาดความรับผิดชอบหรือบริโภคมากเกินไปได้ เนื่องจากมีแคลอรีหรือคาร์โบไฮเดรตต่ำ
  - 9) โฆษณาไม่ควรแสดงให้เห็นหรือแสดงนัยใดๆว่าการตีมีและการขับชี่เป็นกิจกรรมที่ปลอดภัยเข้ากันได้

10) โฆษณาและสื่อส่งเสริมการขายจะไม่แสดงถึงกิจกรรมหรือสถานที่ที่การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จะไม่ปลอดภัยหรือไม่ฉลาด โดยเฉพาะอย่างยิ่งห้ามการสื่อสารทางการตลาดแสดงนัยว่าการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นที่ยอมรับได้ก่อนหรือในขณะที่ใช้เครื่องจักร ขับขี่ยานพาหนะ หรือการประกอบอาชีพอื่นใดที่ต้องการสมาธิเพื่อให้สามารถดำเนินการได้อย่างปลอดภัย

11) การโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จะไม่มุ่งเป้าไปที่หรือตรงสู่ผู้เยาว์ว่าเป็นกลุ่มเป้าหมาย

12) บุคคลที่ปรากฏในโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต้องมีอายุ 21 ปีและต้องเป็นผู้ใหญ่

13) ข้อมูลที่รวบรวมเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผู้ตอบที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปีจะไม่ได้รับการยอมรับเพื่อสนับสนุนข้ออ้าง

14) โฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ควรมีเครื่องหมาย "ดื่มอย่างเหมาะสม" (DRINK MODERATELY) อย่างเด่นชัด ในโฆษณาทางโทรทัศน์ทั้งหมดควรที่จะแสดง/ปรากฏในกรอบที่แยกต่างหากโดยไม่มีสำเนาหรือภาพอื่นเมื่อสิ้นสุดเนื้อหา

15) เว็บไซต์ของแบรนด์ทั้งหมดและกิจกรรมส่งเสริมการขายอื่นบนอินเทอร์เน็ตต้องขอให้ยืนยันว่า ผู้ที่ใช้เว็บไซต์มีอายุที่เหมาะสมตามกฎหมายในการซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามที่กฎหมายกำหนด นอกจากนี้ทุกเว็บไซต์ของแบรนด์ต้องมีคำชี้แจงเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมและเชื่อมต่อไปยังองค์กรด้านสังคมเหล่านั้นเช่น กลุ่มพอร์ทแมน(Portman) และสภาเซนจูรี่(The Century Council)

#### 5.7.5 มาตรการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในขณะขับขี่ยานพาหนะของประเทศฟิลิปปินส์

ประเทศฟิลิปปินส์ มีมาตรการควบคุมการดื่มแอลกอฮอล์ในขณะขับขี่ยานพาหนะ โดยการกำหนดให้ผู้ขับขี่ต้องมีใบอนุญาตซึ่งในประเทศฟิลิปปินส์ใบอนุญาตขับขี่มีอยู่ 3 ประเภท ได้แก่ ใบอนุญาตแบบนักเรียน (Student's permit) ใบอนุญาตแบบไม่ใช่มืออาชีพ (Non-professional license) และใบอนุญาตแบบมืออาชีพ (professional license) โดยผู้ที่ได้รับใบอนุญาตทุกประเภท จะต้องไม่ใช่ยาเสพติดและดื่มแอลกอฮอล์

### 5.7.6 มาตรการควบคุมเชิงพื้นที่ของประเทศฟิลิปปินส์

ประเทศฟิลิปปินส์ ได้มีกำหนดมาตรการ การควบคุมเชิงพื้นที่การจำหน่ายและบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยรัฐบาลท้องถิ่นเป็นผู้กำหนดกฎเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เอง เช่น ในเมืองมาริกินา (Marikina) ได้กำหนดให้ร้านอาหาร บาร์ คลับ ร้านบิลเลียด หรือสถานที่ให้บริการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีระยะเวลาเปิดทำการตั้งแต่ 03.00 น. ถึง 01.00 น. สำหรับสถานประกอบการที่ไม่ปฏิบัติตามคำสั่งจะถูกปรับเป็นเงิน 3,000 เปโซ (ประมาณ 2,100 บาท) ในความผิดครั้งแรก และสำหรับความผิดครั้งที่สองจะถูกปรับเป็นเงิน 5,000 เปโซ (ประมาณ 3,500 บาท) พร้อมทั้งระงับใบอนุญาตประกอบธุรกิจ

### 5.8 สาธารณรัฐสิงคโปร์ (Republic of Singapore)

สาธารณรัฐสิงคโปร์ (Republic of Singapore) หรือ ประเทศสิงคโปร์ มีลักษณะภูมิประเทศเป็นเกาะ ประกอบด้วยเกาะน้อยใหญ่รายรอบรวม 63 เกาะ โดยเกาะที่ใหญ่ที่สุดคือ เกาะสิงคโปร์ (Singapore) โดยประเทศสิงคโปร์มีจำนวนประชากร 5.54 ล้านคน โดย ประชากรส่วนใหญ่มีเชื้อสายชาวจีน และนับถือ ศาสนาพุทธ โดยประเทศสิงคโปร์ เป็นหนึ่งในกลุ่มผู้ก่อตั้งอาเซียน ซึ่งตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 8 สิงหาคม พ.ศ. 2510

ประเทศสิงคโปร์ มีการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดความวุ่นวายและความเสียหายในประเทศ โดยประเทศสิงคโปร์เป็นประเทศที่ขึ้นชื่อเรื่องราคาของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่สูงอันดับต้นๆของโลก โดย เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่เป็นที่นิยมมากที่สุด คือ เบียร์ รองลงมา คือ ไวน์ สุรา และสเต้าท์ตามลำดับ

สิงคโปร์เป็นประเทศหนึ่งในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ที่ถือได้ว่ามีนโยบายและกฎระเบียบในการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในระดับที่ค่อนข้างสูง ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากการเป็นประเทศพัฒนาของสิงคโปร์ที่ทำให้รัฐบาลมีการจัดเก็บภาษีสรรพสามิตที่สูง นอกจากนี้พื้นฐานมาจากแนวนโยบายของรัฐที่ต้องการความเรียบร้อยและสร้างวินัยให้แก่พลเมืองด้วยการลดโอกาสในการเข้าถึงอบายมุขการจำกัดการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศสิงคโปร์ ค่อนข้างเข้มงวด ดังนั้นการกำหนดกฎหมายบังคับใช้อย่างจริงจัง เพื่อจำกัดการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศสิงคโปร์ ซึ่งประกอบด้วย ข้อบังคับศุลกากร (ใบอนุญาตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์) พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (การจัดการและการบริโภค) และพระราชบัญญัติการจราจรบนท้องถนน โดยประเทศสิงคโปร์ มีมาตรการต่างๆ ดังนี้

### 5.8.1 มาตรการในการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศสิงคโปร์

ประเทศสิงคโปร์ใช้ระบบการให้ใบอนุญาตในการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยประเทศสิงคโปร์ยังมีการกำหนดใบอนุญาต สำหรับร้านขายสินค้าประเภทที่ไม่ต้องเสียภาษีให้แก่ผู้เดินทางเข้า-ออกสิงคโปร์ (Duty Free Shop) มีค่าธรรมเนียมที่จะต้องจ่ายให้กับรัฐ 70,000 ดอลลาร์สิงคโปร์ /ปี และสำหรับร้านค้าและผู้ประกอบกิจการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต้องขอใบอนุญาต โดยแบ่งประเภทใบอนุญาตต่างช่วงเวลาการจำหน่ายและประเภทของเครื่องดื่มดังต่อไปนี้

ตาราง 5.2 ประเภทใบอนุญาตต่างช่วงเวลาการจำหน่ายและประเภทของเครื่องดื่ม

ประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	เวลาซื้อขาย	ค่าธรรมเนียมต่อปี
ชนิด 1A	เครื่องดื่มแอลกอฮอล์สำหรับบริโภคในสถานที่ที่ได้รับอนุญาตตามที่ระบุในใบอนุญาตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	6.00 - 23.59 น.	880 ดอลลาร์สิงคโปร์
ชนิด 1B	เครื่องดื่มแอลกอฮอล์สำหรับบริโภคในสถานที่ที่ได้รับอนุญาตตามที่ระบุในใบอนุญาตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	6.00 - 22.00 น.	660 ดอลลาร์สิงคโปร์
ชนิด 2A	เบียร์สำหรับบริโภคในสถานที่ที่ได้รับอนุญาตตามที่ระบุในใบอนุญาตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	6.00 - 23.59 น.	460 ดอลลาร์สิงคโปร์

ตาราง 5.2 ประเภทใบอนุญาตต่างช่วงเวลาการจำหน่ายและประเภทของเครื่องดื่ม (ต่อ)

ประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	เวลาซื้อขาย	ค่าธรรมเนียมต่อปี
ชนิด 2B	สำหรับจัดหาเฉพาะเบียร์สำหรับบริโภคในสถานที่ที่ได้รับอนุญาต	7.00 - 22.30 น.	285 ดอลลาร์สิงคโปร์
ชนิด 3A	สำหรับจัดหาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ขายปลีกสำหรับบริโภคในสถานที่อื่นนอกจากที่ได้รับอนุญาตตามที่ระบุในใบอนุญาตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	7.00 - 22.30 น. วันธรรมดา 07.00 - 23.00 น. วันเสาร์ วันอาทิตย์ วันหยุดนักขัตฤกษ์ และวันหยุดราชการ 07.00 -19.00 น	
ชนิด 3B	สำหรับจัดหาเฉพาะเบียร์ขายปลีกสำหรับบริโภคในสถานที่อื่นนอกจากที่ได้รับอนุญาตตามที่ระบุในใบอนุญาตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	7.00 - 22.30 น. วันธรรมดา 07.00 - 23.00 น. วันเสาร์ วันอาทิตย์ วันหยุดนักขัตฤกษ์ และวันหยุดราชการ 07.00 -19.00น	
ชนิด 4	ใบอนุญาตสำหรับจัดหาแอลกอฮอล์ขายส่งสำหรับบริโภคในสถานที่อื่นนอกจากที่ได้รับอนุญาตตามที่ระบุในใบอนุญาตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	7.00 - 22.30 น. วันธรรมดา 07.00 - 23.00 น. วันเสาร์ วันอาทิตย์ วันหยุดนักขัตฤกษ์ และวันหยุดราชการ 07.00 -19.00น	
ชนิด 5	ใบอนุญาตชั่วคราวที่ใช้ในช่วงเวลาสั้นๆ เช่น งานครั้งเดียว	ไม่เกิน 30 วัน ติดต่อกัน	



นอกจากนี้ ในการเก็บค่าธรรมเนียมการจำหน่าย จากใบอนุญาตชั่วคราว โดยในสิงคโปร์ ยังมีการกำหนดค่าธรรมเนียมการอนุญาตจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในลักษณะชั่วคราว ในอัตราต่างๆ ตามจำนวนวันที่ได้รับอนุญาตให้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยมีการคิดค่าธรรมเนียม ดังนี้

ตาราง 5.3 ประเภทใบอนุญาตต่างช่วงเวลาการจำหน่าย และ ค่าธรรมเนียม

จำนวนวัน	ค่าธรรมเนียม
1	22 ดอลลาร์สิงคโปร์
2-7	44 ดอลลาร์สิงคโปร์
8	66 ดอลลาร์สิงคโปร์
9-14	88 ดอลลาร์สิงคโปร์
15	110 ดอลลาร์สิงคโปร์
16-21	132 ดอลลาร์สิงคโปร์
22	154 ดอลลาร์สิงคโปร์
23-28	176 ดอลลาร์สิงคโปร์
29	198 ดอลลาร์สิงคโปร์
30	220 ดอลลาร์สิงคโปร์

ที่มา: Singapore Police Force. Available from. <http://www.police.gov.sg/e-services/apply/licenses-and-permits/liquor-licence>

ในการควบคุมระยะเวลาและการบริโภคในที่สาธารณะถือเป็นมาตรการที่ส่งผลกระทบต่อร้านค้าปลีกที่จำหน่ายแอลกอฮอล์ประเภทร้านสะดวกซื้อหรือซูเปอร์มาร์เก็ต ที่ถูกห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตั้งแต่เวลา 22.30 น. -07.00 น. ทั้งนี้เจ้าหน้าที่ที่สามารถขยายเวลาการจำหน่ายเครื่องดื่มของร้านค้าปลีกได้โดยพิจารณาเป็นกรณีไป อาศัยการประเมินความน่าจะเป็นถึงเหตุการณ์ที่จะเกิดการไม่ปฏิบัติตามกฎระเบียบ และผู้ประกอบการมีการเตรียมการเพื่อลดปัญหาการดื่มจนขาดสติจนทำให้เกิดปัญหาอื่นตามมาได้อย่างไร เพื่อพิจารณาขยายเวลาการเปิดบริการ

ในขณะเดียวกัน ร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทร้านนั่งดื่มก็ถูกควบคุมโดยจัดทำระเบียบการดำเนินการให้เป็นไปตามที่กฎหมายกำหนด ในเวลาต่อมาก็มีการประกาศใช้ โดยได้แบ่งประเภทใบอนุญาตประกอบกิจการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ รวมถึงข้อห้ามของร้านแต่ละประเภท สรุปได้ดังตารางดังนี้

ตาราง 5.4 ประเภทใบอนุญาตประกอบกิจการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ประเภทใบอนุญาต	ประเภทใบอนุญาตจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (ใหม่)	เวลาจำหน่าย New Trading Hours
ร้านอาหาร (พับ) ชั้น 1 (1st Class Public House)	Class 1A	06.00-23.59
ร้านอาหาร (พับ) ชั้น 2 (2nd Class Public House)	Class 1B	06.00-23.59
ใบอนุญาตร้านจำหน่ายเบียร์ (Beer House License)	Class 2A	06.00-23.59
ร้านจำหน่ายเบียร์แบบเอาท์ดอร์ (Outdoor Beer House)	Class 2B	ตามที่ระบุในใบอนุญาต
ร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (Retail Liquor Shop)	Class 3A	07.00-22.30
ร้านจำหน่ายเบียร์ (Retail Beer Shop)	Class 3B	07.00-22.30
ร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และร้านจำหน่ายเบียร์ค้าส่ง (Wholesale Liquor Shop and Wholesale Beer Shop)	Class 4	07.00-22.30
ใบอนุญาตจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ชั่วคราว Temporary Liquor Licence	Class 5 –ใบอนุญาตจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ชั่วคราว	เช่นเดียวกับประเภทปกติ

ที่มา : [http://www.ifaq.gov.sg/SPF/apps/fcd\\_faqlmain.aspx#FAQ\\_122260](http://www.ifaq.gov.sg/SPF/apps/fcd_faqlmain.aspx#FAQ_122260)

## 5.8.2 มาตรการควบคุมการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ประเทศสิงคโปร์ใช้ระบบการให้ใบอนุญาตในการควบคุมการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยการใช้ระบบการให้ใบอนุญาตในประเทศสิงคโปร์ จะอนุญาตให้บุคคลไม่จำเป็นต้องได้รับใบอนุญาตในการผลิตเบียร์หมักแบบครวว์เรื่อน หรือเครื่องดื่มหมักอื่นๆ ถ้าปฏิบัติตามเงื่อนไขที่ได้รับระบุไว้ในคำสั่งศาลการว่าด้วยเครื่องดื่มหมักแบบครวว์เรื่อนที่ได้รับการยกเว้น หรือ Customs: Home-Brewing of Fermented Liquors (Exemption Order) สำหรับเงื่อนไขที่บุคคลจะสามารถทำการผลิตเครื่องดื่มเองที่บ้านของตนได้นั้น มีดังต่อไปนี้

- 1) บุคคลต้องมีอายุกว่า 18 ปีบริบูรณ์
- 2) การผลิตเครื่องดื่มต้องทำโดยการหมักไม่ใช่การกลั่น
- 3) เครื่องดื่มที่ผลิตได้ต้องไม่เกินกว่า 30 ลิตร ต่อครวว์เรื่อนของบุคคลต่อเดือน
- 4) เครื่องดื่มที่ผลิตต้องใช้ส่วนตัวและไม่มีไว้เพื่อจำหน่าย
- 5) กิจกรรมการผลิตต้องไม่ก่อความรบกวนต่อสาธารณะหรือทำลายสิ่งแวดล้อม

นอกจากนี้ ประเทศสิงคโปร์ยังมีการกำหนดค่าธรรมเนียมใบอนุญาตผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยมีอัตราค่าธรรมเนียมใบอนุญาตตามประเภทของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ดังตาราง

ตาราง 5.5 อัตราค่าธรรมเนียมใบอนุญาตตามประเภทของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

กิจกรรมและปริมาณการผลิต	ค่าธรรมเนียมใบอนุญาต (ต่อปี)
การผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เบียร์สเต้าท์	
- ปริมาณการผลิตต่อปีมากกว่าหรือเท่ากับ 1.8 ล้านลิตร	43,200 ดอลลาร์สิงคโปร์
- ปริมาณการผลิตต่อปีน้อยกว่า 1.8 ล้านลิตร	8,400 ดอลลาร์สิงคโปร์
การผลิตโดยการกลั่น, หมัก หรือผลิตเครื่องดื่มมีนเมาอื่น	28,000 ดอลลาร์สิงคโปร์
การผลิตเครื่องดื่มบรรจุภาชนะสุรา ผสมสุรา หรือกระทำการอื่นๆที่เกี่ยวกับเครื่องดื่มมีนเมา	7,600 ดอลลาร์สิงคโปร์

ที่มา Singapore Customs, <https://www.customs.gov.sg/businesses/customs-schemes-licences-framework/excise-factory-scheme>

นอกจากนี้ ประเทศสิงคโปร์ ยังมีการกำหนดค่าธรรมเนียมใบอนุญาต การจำหน่าย เครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพื่อบริโภคในสถานที่ต่าง เช่น ในสถานบันเทิงโดยรัฐบาลประเทศสิงคโปร์ ได้ กำหนดค่าธรรมเนียมการจำหน่ายในสถานที่ต่าง ดังนี้

ตาราง 5.6 ค่าธรรมเนียมใบอนุญาตการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ขายปลีกสุรา เพื่อบริโภคภายในสถานที่จำหน่าย

ลักษณะกิจการ	ชนิดของใบอนุญาต	ค่าธรรมเนียมราย 2 ปี
ผับ (Public House)	ชนิดพิเศษ (1st Class)	1,760 ดอลลาร์สิงคโปร์
	ชนิดธรรมดา (2nd Class)	1,320 ดอลลาร์สิงคโปร์
ร้านขายเบียร์ (Beer House)	ทั่วไป	920 ดอลลาร์สิงคโปร์
	ลานเบียร์	570 ดอลลาร์สิงคโปร์
ร้านค้าปลีก (Retail)	ร้านค้าปลีกสุรา	220 ดอลลาร์สิงคโปร์
	ร้านค้าปลีกเบียร์	220 ดอลลาร์สิงคโปร์
ร้านค้าส่ง (Wholesale)	ร้านค้าส่งสุรา	220 ดอลลาร์สิงคโปร์
	ร้านค้าส่งเบียร์	220 ดอลลาร์สิงคโปร์

### 5.8.3 มาตรการจำกัดการเข้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศสิงคโปร์

ประเทศสิงคโปร์เป็นประเทศที่มีกฎระเบียบเข้มงวด และมีการบังคับใช้อย่างจริงจัง ฉะนั้น การจำกัดการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศสิงคโปร์จะปรากฏในรูปของกฎหมาย ข้อบังคับ ดังต่อไปนี้

- 1) ข้อบังคับศุลกากร (ใบอนุญาตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์)
- 2) พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (การจัดหาและการบริโภค)
- 3) พระราชบัญญัติการจราจรบนท้องถนน

กฎหมายเหล่านี้ มีการบังคับใช้ ควบคุม รวมถึงลงโทษจะกระทำผ่านหน่วยงานของรัฐ เช่น กระทรวงมหาดไทย (Ministry of Home Affairs) สำนักงานตำรวจสิงคโปร์ (Singapore Police Force) ที่มีช่องทางออนไลน์ในการให้บริการความรู้เกี่ยวกับกฎหมายการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ประชาชนสามารถไปสอบถามได้ที่ <http://www.police.gov.sg/e-services> กรณีที่ผู้ประกอบการต้องการขยายเวลาการให้บริการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือดำเนินการเกี่ยวกับใบอนุญาตต่างๆ ก็สามารถติดต่อขอรับบริการทางออนไลน์ได้ที่ License One หรือเว็บไซต์

<https://licence1.business.gov.sg/> นอกจากนี้ ก็เป็นมาตรการทางภาษีที่บังคับใช้ผ่านหน่วยงานต่างๆ

สำหรับการรณรงค์เพื่อลดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศสิงคโปร์นั้น มีการดำเนินการผ่านคณะกรรมการส่งเสริมสุขภาพแห่งชาติ หรือ Health Promotion Board (HPB) ซึ่งเป็นหน่วยงานที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายโดยกระทรวงสาธารณสุข เมื่อวันที่ 1 เมษายน พ.ศ. 2544 เพื่อสร้างเสริมสุขภาพที่ดีให้แก่ประชาชนสิงคโปร์ โดยการรณรงค์เพื่อลดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ถือเป็นภารกิจหนึ่งของ HPB ดังเห็นได้จากตัวอย่างโครงการที่ร่วมมือกับ โซมีเดีย (ZoMedia) เพื่อให้ความรู้และสร้างความตระหนักเกี่ยวกับผลกระทบของการดื่มสุรา ซึ่งเป็นโครงการต่อต้านการดื่มสุรา ทั่วประเทศ (nationwide anti binge drinking campaign) โดยทำการส่งสารดังกล่าวผ่านโปสการ์ด จำนวน 30,000 ใบ กระจายทั่วเกาะ รวมทั้งบาร์ คาเฟ่ และศูนย์การค้า

#### 5.8.4 มาตรการควบคุมการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศสิงคโปร์

ประเทศสิงคโปร์ มีการออกมาตรการการควบคุมการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยได้มีการประกาศใช้พระราชบัญญัติควบคุมการจัดการและการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2558 โดยไม่ให้มีการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในพื้นที่สาธารณะ เช่น พื้นที่สวนรวมของแพลตฟอร์มสาธารณะ หรือชายหาด ในช่วงเวลา 22.30 - 07.00 น. ซึ่งได้มีการกำหนดบทลงโทษกรณีที่มีการฝ่าฝืน โดยผู้ที่ฝ่าฝืนมีโทษปรับไม่เกิน 1,000 ดอลลาร์สิงคโปร์ และหากมีการกระทำความผิดซ้ำอีก จะมีโทษปรับไม่น้อยกว่า 1,000 ดอลลาร์สิงคโปร์ แต่ไม่เกิน 2,000 ดอลลาร์สิงคโปร์ หรือจำคุกไม่เกิน 3 เดือน หรือทั้งจำทั้งปรับ สำหรับร้านค้าที่เปิดเกินเวลามีโทษปรับสูงถึง 10,000 ดอลลาร์สิงคโปร์

อย่างไรก็ดี ยังมีข้อยกเว้นบางประการสำหรับการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานการณ์ดังนี้

- 1) การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในงาน/กิจกรรมที่จัดโดยรัฐบาล (ซึ่งเป็นที่เข้าใจกันว่างานส่วนใหญ่จะเลิกไม่เกิน 22.30 น.)
- 2) การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในงาน/กิจกรรมที่จัดโดยคณะกรรมการที่ตั้งขึ้นตามกฎหมาย (Statutory Boards) เพื่อวัตถุประสงค์สาธารณะ โดยผู้จัดงานจะต้องขอใบอนุญาตการบริโภค (consumption permit) หากว่าจะมีการบริโภคเครื่องดื่มเกินกว่าเวลาที่กฎหมายกำหนด
- 3) การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยผู้จัดงานเลี้ยงบาร์บีคิวที่สวนสาธารณะซึ่งได้รับการอนุญาตให้ดำเนินการแล้ว (สวนสาธารณะของประเทศสิงคโปร์จะมีพื้นที่ไว้สำหรับกิจกรรมบาร์บีคิว ซึ่งผู้ที่ประสงค์จะทำบาร์บีคิวในสวนสาธารณะจะต้องขออนุญาตใช้บริการกับ

คณะกรรมการก่อน) หากผู้บริโภคนั้นขออนุญาตการใช้สวนสาธารณะสำหรับทำกิจกรรมบาร์บีคิวแล้ว จะสามารถบริโภคแอลกอฮอล์ได้เกินกว่า 22.30 น. แต่ต้องบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ใกล้กับพื้นที่ทำบาร์บีคิว และระยะเวลาการบริโภคขึ้นอยู่กับระยะเวลาที่ได้ขออนุญาตใช้บริการสวนสาธารณะ

### 5.8.5 มาตรการการจำกัดอายุผู้บริโภคของประเทศสิงคโปร์

ประเทศสิงคโปร์ มีการออกมาตรการจำกัดอายุผู้บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยมีข้อกำหนด ดังนี้

- ห้ามมิให้ผู้ได้รับใบอนุญาตจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ อนุญาตให้มีการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในบุคคลที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปี
- ห้ามบุคคลที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปีบริบูรณ์ ซื้อหรือพยายามซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์สำหรับบริโภคจากร้านที่จำหน่าย
- ห้ามมิให้สถานประกอบการที่ได้รับใบอนุญาตจ้างแรงงานหญิงที่อายุไม่ถึง 17 ปี จากข้อมูลข้างต้นจึงสรุปได้ว่าประเทศสิงคโปร์มีกฎหมายที่จำกัดการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในผู้บริโภคที่อายุต่ำกว่า 18 ปีบริบูรณ์

### 5.8.6 มาตรการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในขณะขับขี่ยานพาหนะของประเทศสิงคโปร์

ประเทศสิงคโปร์มีการควบคุมการดื่มแอลกอฮอล์ขณะขับขี่ยานพาหนะโดยระบุเป็นกฎหมายอยู่ในพระราชบัญญัติการจราจรบนท้องถนน พ.ศ. 2547 (Road Traffic ACT 2004) มีข้อบังคับเกี่ยวกับการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ขณะขับขี่ โดยพิจารณาที่ระดับแอลกอฮอล์ในร่างกายซึ่งจะต้องไม่เกินกว่าที่กฎหมายกำหนดดังนี้

- 1) ผู้ขับขี่ต้องมีระดับแอลกอฮอล์จากลมหายใจในมากกว่า 35 ไมโครกรัมเปอร์เซ็นต์
- 2) ผู้ขับขี่ที่มีระดับแอลกอฮอล์ในเลือดมากกว่าร้อยละ 0.08 (80 มิลลิกรัม/ 100 มิลลิลิตร)

อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ว่าปริมาณแอลกอฮอล์จะไม่เกินระดับที่กำหนด แต่เจ้าหน้าที่ตำรวจก็มีสิทธิที่จะควบคุมตัว (charge) ผู้ขับขี่ได้ ส่วนบทลงโทษกรณีที่มีระดับแอลกอฮอล์ในลม

หายใจและในเลือดเกินกว่ากำหนด ตามที่ระบุไว้ในมาตราที่ 67 กล่าวคือ สำหรับความผิดครั้งแรก ผู้กระทำผิดจะถูกปรับเป็นเงินระหว่าง 1,000-5,000 ดอลลาร์สิงคโปร์ (ประมาณ 25,000-125,000 บาท) หรือจำคุกไม่เกิน 6 เดือน และสำหรับความผิดครั้งที่สอง ผู้กระทำผิดจะถูกปรับเป็นเงินระหว่าง 3,000-10,000 ดอลลาร์สิงคโปร์ (ประมาณ 75,000-250,000 บาท) และจำคุกไม่เกิน 12 เดือน รวมทั้งระงับใบอนุญาตขับขี่ 12 เดือน สำหรับความผิดครั้งที่ 3 ผู้กระทำผิดจะถูกเพิกถอนใบอนุญาตขับขี่ ปรับเป็นเงิน 30,000 ดอลลาร์สิงคโปร์ (ประมาณ 750,000 บาท) และจำคุก 3 ปี กรณีขับรถโดยประมาทจนเป็นเหตุให้ผู้อื่นถึงแก่ความตาย มีโทษจำคุกไม่เกิน 5 ปี (Melody Zacchaeus, 2559)

### 5.8.7 มาตรการควบคุมเชิงพื้นที่ของประเทศสิงคโปร์

นอกจากข้อบังคับเรื่องสถานที่และเวลาจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ข้างต้น ประเทศสิงคโปร์ยังกำหนดให้เขตเกย์ลิ่ง (Geylang) และ ลิตเติ้ลอินเดีย (Little India) เป็น Liquor Control Zone หรือพื้นที่ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ด้วย เนื่องจากพื้นที่ดังกล่าวเป็นพื้นที่ที่มีความเสี่ยงต่อความไม่สงบเรียบร้อย เนื่องจากมีสถิติการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เกินขนาดสูงกว่าพื้นที่อื่นๆ ทั้งนี้ การกำหนดให้เขตเกย์ลิ่ง และลิตเติ้ลอินเดียเป็นพื้นที่ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ดังกล่าวมีความคล้ายคลึงกับมาตรการชั่วคราวที่บังคับใช้ในย่านลิตเติ้ลอินเดีย เมื่อครั้งเกิดเหตุจลาจลวันที่ 8 ธันวาคม 2556 ซึ่งมีสาเหตุจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (Nation TV, 2558)

## 5.9 ประเทศไทย

ประเทศไทย เป็นประเทศที่มีการปกครองเป็นระบอบประชาธิปไตย โดยมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นองค์ประมุขและเป็นผู้มีอำนาจลงนามบังคับใช้กฎหมายต่างๆ โดยประเทศไทยเป็นประเทศผู้ก่อตั้งประชาคมอาเซียน โดยเริ่มก่อตั้งในวันที่ 8 สิงหาคม พ.ศ. 2510 ในประเทศไทยมีประชากรทั้งสิ้นประมาณ 67,741,401 คน ประชากรของไทยส่วนใหญ่ นับถือศาสนาพุทธ คิดเป็น (ร้อยละ 93.6)

ประเทศไทย เป็นประเทศที่การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างกว้างขวาง โดยคนไทยนิยมบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทั้งในงานรื่นเริง เช่น งานบวชนาค งานแต่งงาน งานบุญบั้งไฟ และการดื่มเพื่อสังสรรค์ในหมู่เพื่อนฝูง นอกจากนี้ ประชาชนส่วนหนึ่งในประเทศไทยยังนิยมให้สุราหรือเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อื่นเพื่อเป็นของขวัญและเป็นของกำนัลแก่กัน

ประเทศไทยมีการผลิตสุราท้องถิ่นที่ใช้เพื่อการบริโภคและการจำหน่ายในท้องถิ่นที่มีการสืบทอดต่อกันมาหลายชนิด เช่น ยาดอง สาโท อุ และกระแช่ ทั้งนี้เนื่องจากคนไทยส่วนหนึ่งยัง

มีความเชื่อเรื่องการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพื่อสุขภาพ เช่น การทานยาแดง ซึ่งเป็นการนำยามาผสมกับสุรา เนื่องจากมีความเชื่อว่ายาแดง จะช่วยทำให้สุขภาพดีขึ้น ช่วยบำรุงร่างกาย บรรเทาอาการปวดเมื่อยและบำรุงโลหิต ซึ่งมีผลทำให้เครื่องดื่มแอลกอฮอล์กลายมาเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวัน ซึ่งมักพบการบริโภคสุรากันจนเป็นเรื่องปกติในประเทศไทย โดยจากรายงานขององค์การอนามัยโลก ประเทศไทยมีปริมาณการบริโภคสุรามากเป็นอันดับ 5 ของโลก ซึ่งคนไทยประมาณ 1 ใน 4 จะบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์บริโภคเฉลี่ยคนละ 58 ลิตรต่อปี (อัศวินทศานพิทักษ์ และ คณะ 2559) โดยเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่เป็นที่นิยมมากที่สุดในประเทศไทย คือ เครื่องดื่มประเภทเบียร์ รองลงมาคือสุราขาว และสุราสี ตามลำดับ

การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทยส่งผลให้เกิดความสูญเสียในประเทศที่เกิดจากการการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จำนวนมาก ทั้ง ด้านสุขภาพ เศรษฐกิจและ สังคม รัฐบาลของประเทศไทยจึงมีการกำหนดมาตรการในการจำกัดการเข้าถึงและการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยมีการจัดตั้งคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เป็นหน่วยงานหลักที่มีหน้าที่ควบคุมการผลิต การนำเข้า และการจัดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศไทยโดยได้รับการจัดตั้งขึ้นตาม พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 โดยคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นี้มีบทบาทหน้าที่สำคัญในการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ดังนี้

1) นำเสนอนโยบาย แผนงาน และการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เกี่ยวกับมาตรการด้านภาษีรวมทั้งมาตรการต่างๆ ในการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ตลอดจนการบำบัดรักษาและฟื้นฟูสภาพ ผู้ติดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่อคณะกรรมการ

2) กำหนดหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ ฉลาก พร้อมทั้งข้อความคำเตือนสำหรับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ผลิตหรือนำเข้า

3) เสนอความเห็นต่อรัฐมนตรีในการกำหนดเวลาขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ สถานที่ห้ามจำหน่าย เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ วิธีหรือลักษณะการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ต้องห้ามสถานที่หรือบริเวณ ห้ามบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และสิ่งอื่นใดที่ใช้เป็นการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

4) กำหนดหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไข ในการบำบัดรักษาหรือฟื้นฟูสภาพผู้ติดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

5) นำเสนอความเห็นต่อคณะกรรมการหรือรัฐมนตรีในการออกประกาศหรือระเบียบเพื่อปฏิบัติตามพระราชบัญญัตินี้แล้วแต่กรณี

6) ให้คำปรึกษา และประสานงานแก่หน่วยงานของรัฐและเอกชนเกี่ยวกับการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ รวมทั้งการเสนอมาตรการในการป้องกันผลกระทบจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ตลอดจนการบำบัดรักษาและฟื้นฟูสภาพผู้ติดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์



7) จัดให้มีหรือส่งเสริมและสนับสนุนการเผยแพร่ความรู้ทางวิชาการให้แก่เยาวชนและประชาชนโดยทั่วไปให้เข้าใจถึงโทษและพิษภัยของเครื่องตี้มแอลกอฮอล์

นอกจากนี้ ประเทศไทย ยังมีการจัดตั้งคณะกรรมการระดับจังหวัดเพื่อควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ในพื้นที่ระดับจังหวัด ซึ่งมีบทบาทหน้าที่สำคัญ ดังนี้

1) เสนอความเห็นเกี่ยวกับมาตรการในการควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์และการบำบัด รักษาหรือฟื้นฟูสภาพผู้ติดเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ต่อคณะกรรมการควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์

2) ให้คำปรึกษา และประสานงานแก่หน่วยงานของรัฐและเอกชนเกี่ยวกับการควบคุมการผลิต การนำเข้า การขาย การโฆษณา และการบริโภคเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ รวมทั้งการเสนอมาตรการในการป้องกันผลกระทบจากการบริโภคเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ ตลอดจนการบำบัดรักษาและฟื้นฟูสภาพผู้ติดเครื่องตี้มแอลกอฮอล์

3) กำหนดแนวทางปฏิบัติเพื่อเฝ้าระวังและป้องกันมิให้เด็กและเยาวชนไปเกี่ยวข้องกับ เครื่องตี้มแอลกอฮอล์

4) กำหนดแนวทางปฏิบัติให้สอดคล้องกับนโยบายของคณะกรรมการในการลดและเลิกการบริโภคเครื่องตี้มแอลกอฮอล์

5) ติดตาม ประเมินผล และตรวจสอบการดำเนินงานเกี่ยวกับการบังคับใช้กฎหมายเพื่อลด และเลิกการบริโภคเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ แล้วรายงานผลต่อคณะกรรมการควบคุมเครื่องตี้ม แอลกอฮอล์

### 5.9.1 มาตรการในการควบคุมการบริโภคเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ของประเทศไทย

การกำกับและควบคุมเครื่องตี้มการบริโภคเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ของประเทศไทยเริ่มขึ้นภายหลังจากสงครามโลกครั้งที่ 2 โดยรัฐบาลไทยได้เริ่มเข้ามามีบทบาทในการผูกขาดการบริหารงานสุรารายในประเทศ อย่างไรก็ตามประเทศไทยก็ยังมีผ่อนผันให้เอกชนเข้ามามีส่วนร่วมในการผลิตสุรารายในประเทศ โดยเมื่อถึงวันที่ 15 กันยายน พ.ศ. 2531 (ค.ศ. 1998) รัฐบาลไทยเห็นชอบออกนโยบายเปิดเสรีการผลิตและจำหน่ายสุราในประเทศเป็นครั้งแรก เพื่อแก้ไขปัญหาสุราเถื่อน เพื่อแก้ปัญหาการขาดดุลจากการสุราจากต่างประเทศ นอกจากนี้ ยังเป็นการเพิ่มรายได้ของรัฐบาลอีกด้วย โดยการเปิดเสรีดังกล่าวเป็นนโยบายที่ใช้จนถึง พ.ศ. 2544 (ค.ศ. 2001) ซึ่งเป็นช่วงที่รัฐบาลไทยก็มีนโยบายส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน โดยมีการอนุญาตให้ผู้ผลิตรายย่อยเข้ามาทำการผลิตและจำหน่ายสุราพื้นบ้านบางประเภท ได้แก่ ประเภทสุราแช่ และสุรากลั่นชุมชนอย่างเสรี

จากผลของการเปิดเสรี ทำให้ประเทศไทยมีอัตราการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะผู้ดื่มหน้าใหม่นับวันมีอายุน้อยลง และมีอัตราการการเจ็บป่วยอันเนื่องมาจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพิ่มขึ้นซึ่งเป็นได้จากประเทศไทยเป็นประเทศที่มีอัตราการบริโภคแอลกอฮอล์ของพลเมืองสูงเป็นอันดับหนึ่งในกลุ่มประเทศอาเซียน ดังนั้น ประเทศไทยได้มีการปรับตัวและออกนโยบายควบคุมและลดการบริโภคแอลกอฮอล์อย่างจริงจังมากขึ้น โดยได้มีการจัดตั้งกองทุนและหน่วยงานรับผิดชอบด้านเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ขึ้นมาเช่น สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา (ศวส.) และองค์กรอื่นๆ ซึ่งอาศัยการหักเงิน 2% จากภาษีสุรา โดยหน่วยงานเหล่านี้ จำทำหน้าที่ในการขับเคลื่อนให้เกิดการรณรงค์ลดเหล้า ปลอดแอลกอฮอล์ ทั้งในเชิงนโยบาย ข้อมูลความรู้ ข้อมูลและข่าวสารเกี่ยวกับการควบคุมการดื่มแอลกอฮอล์

ต่อมาประเทศไทย ได้มีการจัดตั้งคณะกรรมการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แห่งชาติ เพื่อจัดทำแผนยุทธศาสตร์ในการลดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และการลดผลกระทบที่เกิดจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เช่น การรณรงค์ลดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ช่วงเวลา 05.00 น.-22.00 น. การจำกัดเนื้อหาโฆษณา การกำหนดเขต (Zoning) สถานบริการ การออก พ.ร.บ. คุ้มครองเด็ก พ.ศ. 2546 (ค.ศ. 2003) เรื่องห้ามขายสุราบุหรีกับเด็กอายุต่ำกว่า 18 ปี เป็นต้นและยังออกมาตรการต่างๆอีก

ประเทศไทย มีการกำหนดมาตรการที่ไม่ใช่ภาษีในการควบคุมปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ดังนี้

- 1) กำหนดเกี่ยวกับอาคาร หรือสถานที่ที่ขออนุญาตตั้งเป็นสถานบริการ ประเภทมีอาหาร สุรา น้ำชา โดยจัดให้มีการแสดงดนตรีหรือเพื่อการบันเทิง ตั้งแต่เวลา 06.00-01.00 น.
- 2) กำหนดมาตรการลงโทษ สำหรับประเทศไทย กฎหมายห้ามมิให้เด็กเสพสุรา หรือเข้าไปในสถานที่เฉพาะเพื่อเสพสุรา หากฝ่าฝืนให้พนักงานเจ้าหน้าที่มีสิทธิ์ดำเนินมาตรการต่อเด็ก เช่น สอบถามเด็กและมีหนังสือเรียกผู้ปกครองมาร่วมประชุมเพื่อปรึกษา หรือ จัดให้เด็กทำงานบริการสังคมหรือทำงานสาธารณประโยชน์
- 3) กฎหมายไทย ยังกำหนดความผิด สำหรับผู้ที่บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่ต้องห้ามตามกฎหมาย เช่น ในวัด สถานการศึกษา สถานที่ราชการ สถานที่รัฐวิสาหกิจ โรงงาน หรือบนรถตามทางสาธารณะและอื่นๆ หากฝ่าฝืนมีโทษจำคุกหรือปรับหรือทั้งจำทั้งปรับในรูปการเดียวกัน
- 4) ประเทศไทย มีการบัญญัติอัตราโทษของกรณีเมาแล้วขับโดยการตรวจวัดแอลกอฮอล์10 (มีแอลกอฮอล์อยู่ในร่างกาย เกินกว่า 0.50 g/L) หรือเมาอย่างอื่น ผู้ฝ่าฝืน ต้อง

ระวางโทษจำคุกหรือปรับ หรือทั้งจำทั้งปรับ และให้ศาลสั่งพักใช้ใบอนุญาตขับขี่ของผู้นั้น หรือเพิกถอนใบอนุญาตขับขี่ (รวมทั้งอาจต้องทาประโยชน์แก่สังคมด้วย)

### 5.9.2 มาตรการจำกัดการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศไทย

การควบคุมการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์สามารถทำได้หลายวิธีแตกต่างกันไปในแต่ละประเทศ โดยประเทศไทยได้มีการกำหนดมาตรการการควบคุมการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ไว้ ดังนี้

1) ประเทศไทยใช้วิธีการควบคุมการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยการออกใบอนุญาต ควบคุมการจำหน่ายตามรูปแบบการขาย ซึ่งในการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทยจะต้องเป็นไปตามตามพระราชบัญญัติสุรา พ.ศ. 2493 ซึ่งผู้จำหน่ายจะต้องได้รับอนุญาตจากเจ้าพนักงานสรรพสามิต ซึ่งจะมีการออกให้ตามใบอนุญาตขาย โดยประเทศไทยมีใบอนุญาตทั้งหมด 7 ประเภท และใบอนุญาตแต่ละประเภท จะมีการกำหนดด้านตัวผู้ขาย การขนส่ง การขายเร็ว การขายภายในเวลาที่กำหนด การเก็บหรือรักษา การห้ามเปลี่ยนแปลงสุรา การบรรจุภาชนะ และเงื่อนไขอื่นๆต่างกัน

2) ควบคุมเวลาขาย โดยการจำหน่ายสุราในประเทศไทย ให้เริ่มตั้งแต่ เวลา 11.00 น.-14.00 น. และ เวลา 17.00 น.-12.00 น.และห้ามขาย จำหน่าย จ่ายแจกหรือจัดเลี้ยงสุราทุกชนิดในเขตเลือกตั้งในเวลา 18.00 นาฬิกาของวันก่อนวันเลือกตั้งหนึ่งวันจนสิ้นสุดวันเลือกตั้ง ทั้งในระดับท้องถิ่นและระดับชาติ

3) สถานที่จำหน่าย โดย สถานที่บางประเภทในเมืองไทย ห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างเด็ดขาด เช่น สถานที่หรือบริเวณวัด หรือศาสนสถาน สถานพยาบาล สถานที่ราชการ หอพัก สถานศึกษา สถานบริการน้ำมัน สวนสาธารณะและสถานที่อื่นๆ ซึ่งมีกฎหมายระบุไว้ชัดเจน

4) การจำกัดอายุผู้ซื้อ โดย ประเทศไทยมีการกำหนดห้ามมิให้ผู้ใดขาย แลกเปลี่ยนหรือให้สุราหรือเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่เด็กอายุไม่เกิน 18 ปี

5) การห้ามมิให้เด็กอายุไม่เกิน 18 ปี ซื้อ หรือเข้าไปในสถานที่เฉพาะเพื่อขายสุรา

6) ห้ามสำหรับผู้รับอนุญาตตั้งสถานบริการ จำหน่าย สุราให้แก่ผู้มีอาการเมามาจนประพฤตินุญชา หรือครองสติไม่ได้

7) ห้ามมิให้ผู้ใดขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยใช้เครื่องขายอัตโนมัติ การเร่ขาย และการลดราคาเพื่อส่งเสริมการขาย

8) ในประเทศไทย มีการกำหนดมาตรการลงโทษ (ในกรณีจำหน่ายสุราให้เด็ก ตาม พ.ร.บ. คຸ່ມครองเด็ก) มีทั้งจำคุกและปรับไหม เช่น ถ้าเด็กฝ่าฝืนจะถูกว่ากล่าว ตักเตือน ถูกทหา ทัณฑ์บน ต้องทงานบริการสังคม ถ้าหากปรากฏว่าผู้ปกครองฝ่าฝืนข้อกำหนดใดๆ ในการดูแลเด็ก ในปกครองของตน จะถูกทหาทัณฑ์บน และต้องวางเงินประกัน ซึ่งจำนวนเงินมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับ ฐานะ หากมีทหาผิดทัณฑ์บนภายในสองปีที่มีการวาง เงินประกัน เงินจำนวนนี้จะถูกริบเข้ากองทุน คຸ່ມครองเด็ก

### 5.9.3 มาตรการควบคุมการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศไทย

ประเทศไทยมีการดกำหนดมาตรการการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไว้ ดังนี้

1) กำหนดเกี่ยวกับอาคาร หรือสถานที่ที่ขออนุญาตตั้งเป็นสถานบริการ ประเภท มีอาหาร สุรา น้ำชา โดยจัดให้มีการแสดงดนตรีหรือเพื่อการบันเทิง ตั้งแต่เวลา 06.00-01.00 น.

2) กำหนดมาตรการลงโทษ สำหรับประเทศไทย กฎหมายห้ามมิให้เด็กเสพสุรา หรือเข้าไปในสถานที่เฉพาะเพื่อเสพสุรา หากฝ่าฝืนให้พนักงานเจ้าหน้าที่ดำเนินมาตรการต่อ เด็ก เช่น สอบถามเด็กและมีหนังสือเรียกผู้ปกครองมาร่วมประชุมเพื่อปรึกษา หรือ จัดให้เด็ก ทงานบริการสังคมหรือทงานสาธารณประโยชน์

3) กฎหมายไทย ยังกำหนดความผิด สำหรับผู้ที่บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ใน สถานที่ต้องห้ามตามกฎหมาย เช่น ในวัด สถานการศึกษา สถานที่ราชการ สถานที่รัฐวิสาหกิจ โรงงาน หรือบนรถตามทางสาธารณะและอื่นๆ หากฝ่าฝืนมีโทษจำคุกหรือปรับหรือทั้งจำทั้งปรับ ในรูปการเดียวกัน

4) ประเทศไทย มีการบัญญัติอัตราโทษของกรณีเมาแล้วขับโดยการตรวจวัด แอลกอฮอล์10 (มีแอลกอฮอล์อยู่ในร่างกาย เกินกว่า 0.50 g/L) หรือเมาอย่างอื่น ผู้ฝ่าฝืน ต้อง ระวางโทษจำคุกหรือปรับ หรือทั้งจำทั้งปรับ และให้ศาลสั่งพักใช้ใบอนุญาตขับขี่ของผู้นั้น หรือเพิก ถอนใบอนุญาตขับขี่ (รวมทั้งอาจต้องทำประโยชน์แก่สังคมด้วย)

#### 5.9.4 มาตรการการจำกัดอายุผู้บริโภคของประเทศไทย

การจำกัดอายุผู้ซื้อ โดยประเทศไทยมีการกำหนดห้ามมิให้ผู้โตขาย แลกเปลี่ยนหรือให้สุราหรือเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่เด็กอายุไม่เกิน 18 ปี และการห้ามมิให้เด็กอายุไม่เกิน 18 ปี ซื้อ หรือเข้าไปในสถานที่เฉพาะเพื่อขายสุรา

#### 5.9.5 มาตรการควบคุมการโฆษณาของประเทศไทย

ปัจจุบันการโฆษณาได้เข้ามามีบทบาทในการกระตุ้นการบริโภคสุราและเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประชาชนทั่วโลก ซึ่งหลายประเทศได้ตระหนักถึงปัญหาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จึงได้มีการออกกฎหมายและมาตรการการจำกัดการโฆษณาสุราและเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้อยู่ในขอบเขตที่เหมาะสมและเป็นธรรมต่อผู้บริโภค โดยประเทศไทยมีการจำกัดการโฆษณาด้วยการออกข้อมาตรการ ดังนี้

1) การออกมาตรการ เงื่อนไข หลักเกณฑ์และวิธีการอนุญาตให้โฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทั้งในทางตรงและทางอ้อมเพื่อเป็นการลดแรงจูงใจ โดยบังคับเกี่ยวกับการใช้ถ้อยคำ เนื้อหา และภาพโฆษณา ตลอดจนกำหนดช่วงเวลาโฆษณาทางสื่อโทรทัศน์และวิทยุ และไม่อนุญาตให้โฆษณาตามสถานที่ เช่น โรงเรียน วัด สถานที่ทางราชการ และอื่นๆ

2) การโฆษณาจะต้องตั้งอยู่บนหลักการความรับผิดชอบ และความเป็นธรรมต่อผู้บริโภค ฉะนั้นข้อความที่ใช้ในการโฆษณา จะต้องเป็นข้อความที่เป็นธรรมหรือเป็นข้อความที่ไม่ก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวม เช่น การโฆษณาโดยใช้ข้อความที่เป็นเท็จหรือเกินความจริง ใช้ข้อความที่จะก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญของสินค้าใช้ข้อความที่เป็นการสนับสนุนโดยตรง หรือโดยอ้อมให้มีการกระทำผิดกฎหมาย หรือศีลธรรม หรือนำไปสู่ความเสื่อมเสียในวัฒนธรรมของชาติ

3) ห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทางวิทยุกระจายเสียงหรือวิทยุโทรทัศน์ ตั้งแต่เวลา 05.00-22.00 น. สำหรับการโฆษณาในช่วงเวลา 22.00-05.00 น. ห้ามโฆษณาในลักษณะเชิญชวนให้บริโภคหรืออวดอ้างสรรพคุณของเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ทั้งนี้ การโฆษณาในช่วง เวลาที่อนุญาตให้โฆษณาในลักษณะการเสนอภาพลักษณ์ของบริษัทหรือกิจการเท่านั้น

4) กรณีที่ ภาพการโฆษณาเหล่าทางวิทยุโทรทัศน์ หรือภาพยนตร์ที่มีแหล่งกำเนิดมาจากนอกประเทศจะต้องได้รับการเซ็นเซอร์ ถ้าหากการโฆษณานั้นเป็นเทปหรือฉาย

ซ้ำ (Replay) และการเสนอภาพ เสียงหรือกล่าวถึงเครื่องตีมีแอลกอฮอล์ทางรายการประเภทอื่น หรือสื่ออื่น เช่น ในการแสดงภาพยนตร์ ละคร บทเพลง รายการสารคดีทางวิทยุกระจายเสียง และวิทยุโทรทัศน์ หรือสิ่งพิมพ์ หรือสื่ออื่นใด ให้เป็นไปตามประกาศหรือระเบียบที่เกี่ยวข้อง

### 5.9.6 มาตรการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในขณะขับขี่ยานพาหนะของประเทศไทย

ประเทศไทยมีมาตรการควบคุมการดื่มแอลกอฮอล์ในขณะขับขี่ยานพาหนะโดยมีการกำหนดมาตรการในกำหนดไว้ในพระราชบัญญัติการจราจรทางบก พ.ศ. 2522 ซึ่งห้ามมิให้ผู้ขับขี่รถขณะมีเมามาสุราหรือของเมาอย่างอื่น และให้อำนาจเจ้าพนักงานจราจรสามารถสั่งให้มีการทดสอบผู้ขับขี่ดังกล่าวว่าหย่อนความสามารถในการขับขี่หรือเมาสุราหรือไม่ นอกจากนี้ยังมีการกำหนดบทลงโทษสำหรับการฝ่าฝืน โดยบุคคลที่มีการเมาสุราขณะขับขี่พาหนะจะมีโทษ ดังนี้

1) กรณีกระทำความผิดเนื่องจากมีเมามาสุราขณะขับขี่พาหนะ ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกิน 1 ปี หรือปรับตั้งแต่ 5,000 – 20,000 บาทหรือทั้งจำทั้งปรับและให้ศาลสั่งพักใช้ใบอนุญาตขับขี่ของผู้นั้นมีกำหนดไม่น้อยกว่า 6 เดือน หรือเพิกถอนใบอนุญาตขับขี่ รวมทั้งการยึดรถในชั้นศาลเป็นระยะไม่เกิน 7 วัน

2) หากการกระทำความผิดข้างต้นเป็นเหตุให้ผู้อื่นได้รับอันตรายแก่ร่างกายหรือจิตใจ ผู้กระทำต้องระวางโทษจำคุกตั้งแต่ 1-5 ปี และปรับตั้งแต่ 20,000 – 100,000 บาท และให้ศาลสั่งพักใช้ใบอนุญาตขับขี่ของผู้นั้นมีกำหนดไม่น้อยกว่า 1 ปี หรือเพิกถอนใบอนุญาตขับขี่

3) หากการกระทำความผิดข้างต้นเป็นเหตุให้ผู้อื่นได้รับอันตรายสาหัส ผู้กระทำต้องระวางโทษจำคุกตั้งแต่ 2-6 ปี และปรับตั้งแต่ 40,000 – 120,000 บาท และให้ศาลสั่งพักใช้ใบอนุญาตขับขี่ของผู้นั้นมีกำหนดไม่น้อยกว่า 2 ปี หรือเพิกถอนใบอนุญาตขับขี่

4) หากการกระทำความผิดข้างต้นเป็นเหตุให้ผู้อื่นถึงแก่ความตาย ผู้กระทำต้องระวางโทษจำคุกตั้งแต่ 3-10 ปี และปรับตั้งแต่ 60,000 – 200,000 บาท และให้ศาลสั่งเพิกถอนใบอนุญาตขับขี่

### 5.9.7 มาตรการควบคุมเชิงพื้นที่ของประเทศไทย

ประเทศไทยมีการกำหนดมาตรการการควบคุมเชิงพื้นที่ของประเทศไทยไว้ดังนี้

#### 1) การควบคุมสถานที่จำหน่ายเครื่องดีเซลแอลกอฮอล์

ประเทศไทยมีการกำหนดมาตรการควบคุมสถานที่จำหน่ายเครื่องดีเซลแอลกอฮอล์ในพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดีเซลแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 มาตรา 27 โดยได้กำหนดสถานที่ห้ามขายเครื่องดีเซลแอลกอฮอล์ ดังนี้

- วัดหรือสถานที่สำหรับปฏิบัติพิธีกรรมทางศาสนา
- สถานบริการสาธารณสุขของรัฐ สถานพยาบาลตามกฎหมายว่าด้วยสถานพยาบาล และร้านขายยาตามกฎหมายว่าด้วยยา
- สถานที่ราชการ ยกเว้นบริเวณที่จัดไว้เป็นร้านค้าหรือสโมสร
- หอพักตามกฎหมายว่าด้วยหอพัก
- สถานศึกษาตามกฎหมายว่าด้วยการศึกษาแห่งชาติ
- สถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงตามกฎหมายว่าด้วยการควบคุมน้ำมันเชื้อเพลิงหรือร้านค้าในบริเวณสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง
- สวนสาธารณะของทางราชการที่จัดไว้เพื่อการพักผ่อนของประชาชนโดยทั่วไป
- สถานที่อื่นที่รัฐมนตรีประกาศกำหนดโดยคำแนะนำของคณะกรรมการ
- ห้ามมิให้ผู้ใดขายเครื่องดีเซลแอลกอฮอล์โดยใช้เครื่องขายอัตโนมัติ

#### 2) การควบคุมสถานที่ในการบริโภคเครื่องดีเซลแอลกอฮอล์

พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดีเซลแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ของประเทศไทยมีการกำหนดสถานที่ห้ามบริโภคเครื่องดีเซลแอลกอฮอล์มีดังนี้

- วัดหรือสถานที่สำหรับปฏิบัติพิธีกรรมทางศาสนาเว้นแต่เป็นส่วนหนึ่งของพิธีกรรมทางศาสนา
- สถานบริการสาธารณสุขของรัฐ สถานพยาบาลตามกฎหมายว่าด้วยสถานพยาบาลและร้านขายยาตามกฎหมายว่าด้วยยายกเว้นบริเวณที่จัดไว้เป็นที่พักผ่อนส่วนบุคคล
- สถานที่ราชการ ยกเว้นบริเวณที่จัดไว้เป็นที่พักผ่อนบุคคล หรือสโมสรหรือการจัดเลี้ยงตามประเพณี

- สถานศึกษาตามกฎหมายว่าด้วยการศึกษาแห่งชาติกเว้นบริเวณที่จัดไว้เป็นที่พักส่วน บุคคล หรือสโมสร หรือการจัดเลี้ยงตามประเพณี หรือสถานศึกษาที่สอนการผสมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และได้รับอนุญาตตามกฎหมายว่าด้วยการศึกษาแห่งชาติ
- สถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงตามกฎหมายว่าด้วยการควบคุมน้ำมันเชื้อเพลิง หรือร้านค้าในบริเวณสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง
- สวนสาธารณะของทางราชการที่จัดไว้เพื่อการพักผ่อนของประชาชนโดยทั่วไป
- สถานที่อื่นที่รัฐมนตรีประกาศกำหนดโดยความเห็นชอบของคณะกรรมการ

### 5.10 สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม (Socialist Republic of Vietnam)

สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม (Socialist Republic of Vietnam) หรือประเทศเวียดนาม มีจำนวนประชากรประมาณ 95.26 ล้านคน ประชากรส่วนใหญ่มีเชื้อชาติจีน (Khin) หรือเวียต (Viet) คิดเป็นมากกว่าร้อยละ 85.7 โดยชาวเวียดนามส่วนใหญ่ไม่นับถือศาสนา ประเทศเวียดนามปกครองด้วยระบบสังคมนิยมเวียดนามเข้าเป็นสมาชิกของอาเซียนในปี พ.ศ. 2538 เพื่อที่จะนำประเทศไปสู่การมีส่วนร่วมในเขตการค้าเสรีอาเซียน และการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจในระดับโลก โดยในปี พ.ศ. 2550 เวียดนามได้เป็นสมาชิกของ WTO และปัจจุบันเวียดนามกลายเป็นประเทศที่มีระบบเศรษฐกิจแบบเปิดมากที่สุดในเอเชีย มีมูลค่าการค้าขายระหว่างประเทศของเวียดนามมากกว่าผลผลิตมวลรวมในประเทศเวียดนามเกือบ 2 เท่า และเวียดนามได้เตรียมแผนเพื่อนำประเทศเข้าสู่ AEC โดยดำเนินการปรับปรุงระบบการจัดเก็บภาษีอย่างจริงจัง (Tax Administration Modernization Project

ประเทศเวียดนาม การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์บริสุทธิ์เฉลี่ยคนละ 1.35 ลิตรต่อปี และบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ไม่ได้ขึ้น ทะเบียนเฉลี่ยคนละ 1 ลิตรต่อปี รวมเป็น 2.35 ลิตรต่อปี โดยการบริโภคเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ทุกประเภทเพิ่มขึ้นเป็นเฉลี่ยคนละ 6.6 ลิตรต่อปี ทั้งยังมีการคาดการณ์ว่า พ.ศ. 2568 เวียดนามจะกลายเป็นประเทศที่ครองอัตราการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์สูงที่สุดในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้โดยอาจมีการบริโภคเฉลี่ยถึงคนละ 11 ลิตรต่อปี ซึ่ง การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเวียดนามมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเครื่องดื่มที่วางจำหน่ายในท้องตลาดทั่วไปและเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ผลิตขึ้นเอง เนื่องจากเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ในเวียดนามมีราคาถูกมากและสามารถหาบริโภคได้ทุกที่ โดยการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ยังถือเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมในสังคมของเวียดนาม โดย ชาวเวียดนาม



นิยมบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเทศกาลและประเพณีต่างๆ เช่น งานแต่งงาน งานศพ นอกจากนี้ ประชาชนส่วนใหญ่ในประเทศเวียดนาม นิยมบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เนื่องจากมีความเชื่อว่าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จะทำให้รสชาติอาหารอร่อยยิ่งขึ้นทำให้ผู้ดื่มมีความสุขเพิ่มขึ้น และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่บ้านยังสามารถใช้เป็นยารักษาโรคเนื่องจากผลิตจากพืชสมุนไพรหลายชนิด และชาวเวียดนามนิยมต้อนรับแขกด้วยเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่บ้าน และยังใช้เครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นของขวัญในโอกาสพิเศษด้วย

เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่เป็นที่นิยมมากที่สุดในประเทศเวียดนาม คือ เบียร์ โดยชาวเวียดนามบริโภคเบียร์ประมาณ 3,800 ล้านลิตร ซึ่งประเทศเวียดนามถูกจัดให้เป็นประเทศที่มีปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นอันดับ 5 ในภูมิภาคเอเชียและเป็น อันดับที่ 1 ของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เนื่องจากเพราะวัฒนธรรมการบริโภคเบียร์

รัฐบาลของประเทศเวียดนามที่มีบทบาทในการจำกัดการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยการออกกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ดังนี้

#### 5.10.1 มาตรการการควบคุมการจำหน่าย

ประเทศเวียดนามได้กำหนดมาตรการการควบคุมการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยมีการกำหนดประเภทของผู้จัดจำหน่ายเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์เป็น 3 ประเภท ได้แก่ ผู้จัดจำหน่ายระดับชาติ ผู้จัดจำหน่ายระดับจังหวัด และผู้ค้าปลีก และมีการกำหนดให้ผู้ผลิตต้องจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แบบค้าส่งให้แก่ผู้ค้าที่มีใบอนุญาตจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เท่านั้น และในกรณีที่จะต้องจำหน่ายแก่ผู้บริโภคโดยตรงหรือในลักษณะการค้าปลีก ผู้จำหน่ายจะต้องจำหน่ายเฉพาะร้านค้าที่ได้รับการขึ้นทะเบียนเท่านั้น โดยจำนวนผู้ได้รับใบอนุญาตจัดจำหน่าย ทั้งแบบค้าส่งและค้าปลีกจะต้องควบคุมโดยรัฐบาลซึ่งจะต้องสอดคล้องกับจำนวนประชากรในแต่ละพื้นที่ด้วย โดยประเทศเวียดนาม มีการกำหนดการให้ใบอนุญาต ดังนี้

ตาราง 5.7 คุณสมบัติของผู้รับใบอนุญาตจัดจำหน่ายเครื่องตัดแอลกอฮอล์ในเวียดนาม

ประเภทผู้จัดจำหน่าย เครื่องตัดแอลกอฮอล์	เงื่อนไขการได้รับใบอนุญาต	สิทธิที่พึงมีในการจัดจำหน่าย
ผู้จัดจำหน่ายระดับชาติ	<ul style="list-style-type: none"> <li>● มีเครือข่ายการจัดจำหน่ายกับผู้จัดจำหน่ายระดับจังหวัดอย่างน้อยใน 6 จังหวัด</li> <li>● แต่ละจังหวัดต้องมีผู้จัดจำหน่ายระดับจังหวัดอย่างน้อย 3 ราย</li> <li>● มีพื้นที่จัดเก็บเครื่องตัดแอลกอฮอล์ ไม่น้อยกว่า 1,000 ตารางเมตร</li> <li>● มีเงินในบัญชีไม่น้อยกว่า 1,000 ล้านดอลลาร์ หรือประมาณ</li> <li>● มีรถบรรทุกอย่างน้อย 3 คัน</li> <li>● มีสัญญาการเป็นผู้แทนจัดจำหน่ายกับบริษัทผู้ผลิตเครื่องตัดแอลกอฮอล์ หรือผู้จัดจำหน่ายเครื่องตัดแอลกอฮอล์ รายอื่นอย่างถูกต้อง</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● จัดจำหน่ายเครื่องตัดแอลกอฮอล์ ให้แก่ผู้จัดจำหน่ายในเครือข่ายของตนเองเท่านั้น</li> <li>● นำเข้าเครื่องตัดแอลกอฮอล์ จาก ต่างประเทศโดยตรงตามที่ได้รับอนุญาตในฐานะผู้จัดจำหน่ายที่ได้รับสิทธิในการจัดจำหน่ายเครื่องตัดแอลกอฮอล์นำเข้าจากต่างประเทศ</li> <li>● จัดซื้อเครื่องตัดแอลกอฮอล์จากบริษัทผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่ายเครื่องตัดแอลกอฮอล์ระดับชาติ รายอื่น</li> <li>● ลงทะเบียนเป็นเครือข่ายผู้จัดจำหน่ายเครื่องตัดแอลกอฮอล์กับทางการ</li> <li>● จำหน่ายเครื่องตัดแอลกอฮอล์ แก่ ผู้บริโภคในลักษณะการค้าปลีก ได้ผ่านร้านค้าปลีกของตนเอง เท่านั้น</li> </ul>
ผู้จัดจำหน่ายระดับจังหวัด	<ul style="list-style-type: none"> <li>● มีเครือข่ายการจัดจำหน่ายกับร้านค้าปลีกจังหวัดอย่างน้อย 3 ราย</li> <li>● มีพื้นที่จัดเก็บเครื่องตัดแอลกอฮอล์ ไม่น้อยกว่า 150 ตารางเมตร</li> <li>● มีเงินในบัญชีไม่น้อยกว่า 300 ล้านดอลลาร์</li> <li>● มีรถบรรทุกอย่างน้อย 1 คัน</li> <li>● มีสัญญาการเป็นผู้แทนจัดจำหน่ายกับบริษัทผู้ผลิตเครื่องตัดแอลกอฮอล์ หรือผู้จัดจำหน่ายเครื่องตัดแอลกอฮอล์ระดับชาติ อย่างถูกต้อง</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● จัดจำหน่ายเครื่องตัดแอลกอฮอล์ แก่เครือข่ายร้านค้าปลีกของตน</li> <li>● จัดซื้อเครื่องตัดแอลกอฮอล์จากบริษัทผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่ายเครื่องตัดแอลกอฮอล์ระดับชาติ รายอื่น</li> <li>● จัดจำหน่ายเครื่องตัดแอลกอฮอล์ แก่ผู้บริโภครายย่อยในลักษณะการค้าปลีกได้เฉพาะในร้านค้าปลีกของตนเท่านั้น</li> </ul>

ผู้ค้าปลีก	<ul style="list-style-type: none"> <li>● มีพื้นที่จัดเก็บเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ไม่น้อยกว่า 150 ตารางเมตร</li> <li>● จัดจำหน่ายเป็นเครือข่ายร่วมกับผู้จำหน่ายระดับจังหวัดอย่างน้อย 1 ราย</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● จัดซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผู้จัดจำหน่ายระดับจังหวัดเท่านั้น</li> </ul>
------------	---	---

### 5.10.2 มาตรการควบคุมการนำเข้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศเวียดนาม

ประเทศเวียดนามมีการกำหนดมาตรการควบคุมการนำเข้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยมีการกำหนดข้อห้ามในการนำเข้าสินค้าจำพวกสินค้าทางวัฒนธรรมที่อาจทำให้ชาวเวียดนามเกิดปฏิกิริยาไม่ดีบางประการหรือเป็นสินค้าที่ผิดศีลธรรมขั้นรุนแรง เช่น เบียร์จากต่างประเทศ ขณะเดียวกันก็ยอมให้สามารถนำเข้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ไม่เข้าเกณฑ์ข้างต้นเข้าประเทศได้ โดยยอมให้บุคคลนำเข้าเครื่องดื่มที่มีปริมาณแอลกอฮอล์ผสมร้อยละ 22 ขึ้นไปได้ ไม่เกิน 1.5 ลิตร/คน/ครั้ง หากเครื่องดื่มมีระดับแอลกอฮอล์ต่ำกว่าร้อยละ 22 สามารถนำเข้าได้ไม่เกิน 2 ลิตร ทั้งนี้ ผู้นำเข้าต้องอายุไม่ต่ำกว่า 18 ปี

### 5.10.3 มาตรการการจำกัดอายุผู้บริโภคของประเทศเวียดนาม

ประเทศเวียดนามได้กำหนดมาตรการการจำกัดอายุผู้บริโภค โดยกำหนดอายุขั้นต่ำของผู้ที่สามารถซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ทั้งประเภท เบียร์ ไวน์ และสุรากลั่น รวมทั้งการนั่งดื่มในร้านและซื้อ กลับบ้านไว้โดยจะต้องมีอายุไม่ต่ำกว่า 18 ปี (World Health Organization, 2014)

### 5.10.4 มาตรการควบคุมการโฆษณาของประเทศเวียดนาม

ประเทศเวียดนามมีการกำหนดมาตรการควบคุมการโฆษณา โดยการออกกฎระเบียบด้านการโฆษณาแอลกอฮอล์และการตั้งแสดงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ แต่ไม่มีระเบียบในการสนับสนุนแอลกอฮอล์และการส่งเสริมการขาย หรือระเบียบเรื่องฉลากคาเตือน อันตรายต่อสุขภาพบนโฆษณาหรือบรรจุภัณฑ์ ซึ่งกำหนดให้ต้องมีการระบุรายละเอียดจำเพาะของผลิตภัณฑ์จากพวกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์บนบรรจุภัณฑ์เท่านั้น ดังนี้

- 1) ปริมาณ (Volume)
- 2) ส่วนผสมของอีธานอล (Ethanol content)

### 3) คู่มือการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ (สำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทไวน์)

นอกจากนี้ ประเทศเวียดนามยังมีกฎหมายห้ามการโฆษณาเครื่องดื่มที่มีปริมาณแอลกอฮอล์ตั้งแต่ร้อยละ 15 ขึ้นไป ผ่านสื่อมวลชนทุกประเภท และสำหรับการโฆษณาเครื่องดื่มที่มีปริมาณแอลกอฮอล์ต่ำกว่าร้อยละ 15 เช่น เบียร์ มีการกำหนดกฎหมายที่กำหนดรายละเอียดของการโฆษณาไว้ ดังนี้

- 1) ให้โฆษณาได้เฉพาะเครื่องดื่มที่เจ้าของจดทะเบียนบริษัทภายในประเทศอย่างถูกต้อง
- 2) เนื้อหาของโฆษณาต้องเป็นความจริง ไม่ทำให้ผู้บริโภคสินค้าเกิดความเข้าใจผิดเรื่อง คุณสมบัติของสินค้า หรือไม่อวดอ้างสรรพคุณของสินค้า
- 3) ห้ามใช้คำในทำนองที่ให้ความหมายว่า “ที่สุด” “ดีที่สุด” “เป็นที่หนึ่ง” “มีเอกลักษณ์ เฉพาะ” เป็นต้น
- 4) โฆษณาต้องไม่เข้าลักษณะการเปรียบเทียบหรือโจมตีสินค้าคู่แข่ง
- 5) โฆษณาหมายรวมถึงป้ายประกาศ ป้ายแสดงข้อความ การสัมมนา การประชุม กิจกรรมพิเศษ และการใช้บุคคลเป็นสื่อโฆษณาด้วย
- 6) การใช้ตัวอักษรภาษาอังกฤษในสื่อโฆษณาต้องมีขนาดไม่เกินกว่า 3 ใน 4 ของขนาดตัวอักษรภาษาไทยเวียดนาม
- 7) การโฆษณาทางวิทยุ โทรทัศน์ หรือวีดิทัศน์อื่นต้องใช้ภาษาเวียดนามในการโฆษณาก่อนแล้วจึงจะสามารถใช้ภาษาอังกฤษตามหลังได้
- 8) การโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์กำหนดให้พื้นที่การโฆษณาต้องไม่เกินร้อยละ 15 ของพื้นที่ หนังสือพิมพ์ทั้งหมด และไม่เกินร้อยละ 20 ของพื้นที่นิตยสารทั้งหมด ยกเว้นสิ่งพิมพ์ที่เน้นเฉพาะการโฆษณา
- 9) การโฆษณาผ่านรายการโทรทัศน์ทั่วไปต้องใช้เวลาไม่เกินร้อยละ 10 ของเวลาในรายการ ทั้งหมดที่ออกอากาศในระยะเวลา 1 วัน แต่หากเป็นสถานีโทรทัศน์แบบจ่ายค่าบริการ ต้องใช้เวลาไม่เกินร้อยละ 5 ของเวลาในรายการทั้งหมดที่ออกอากาศในระยะเวลา 1 วัน ยกเว้นรายการหรือ สถานีโทรทัศน์ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อการโฆษณาโดยเฉพาะ
- 10) ไม่อนุญาตให้โฆษณาในรายการวิทยุหรือโทรทัศน์ในลักษณะที่มีการถ่ายทอดสด เหตุการณ์ทางการเมืองหรือรัฐพิธีสำคัญ
- 11) การโฆษณาในรายการประเภทภาพยนตร์สามารถกระทำได้ไม่เกิน 2 ครั้ง ตลอดทั้งเรื่องภาพยนตร์ และความยาวของโฆษณาทั้งหมดต้องไม่เกิน 5 นาที สำหรับรายการประเภทบันเทิง สามารถโฆษณาได้ไม่เกิน 4 ครั้งภายในระยะเวลาไม่เกิน 5 นาที

12) รายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ด้วยนั้นจะต้องมีข้อความคำเตือนปรากฏในรูปแบบของตัววิ่งหรือภาพคำเตือนไว้ด้านล่างหน้าจอ โดยภาพหรือข้อความดังกล่าวต้องมีความสูงไม่เกินร้อยละ 10 ของความสูงทั้งหมดของหน้าจอ หรือต้องไม่กระทบต่อเนื้อหาหลักของรายการ

13) การโฆษณาในเครือข่ายคอมพิวเตอร์ต้องได้รับใบอนุญาตให้โฆษณาก่อน

14) การโฆษณาต้องไม่แทรกในเนื้อหาข่าว

15) การโฆษณาทางสื่อออนไลน์ต้องวางในตำแหน่งที่ทำให้ผู้ใช้สามารถเปิดหรือปิดโฆษณาได้ และใช้เวลารอในการเปิดหรือปิดเพียง 1.30 วินาทีเท่านั้น

16) การโฆษณาบนเว็บไซต์ขององค์กรหรือบุคคลต่างประเทศเพื่อหารายได้จากเวียดนาม ต้องดำเนินการตามกฎหมายของเวียดนาม

17) การโฆษณาทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์และอุปกรณ์โทรคมนาคมอื่นจะไม่อนุญาตให้ส่ง ข้อความไปยังเครื่องรับโทรศัพท์แต่ละเครื่องไม่เกิน 3 ครั้ง หรือส่งข้อความไปยังอีเมลหนึ่งไม่เกิน 3 ฉบับภายในระยะเวลาไม่เกิน 24 ชั่วโมง ไม่ว่าผู้ใช้อีเมลจะเปิดอ่านหรือไม่

18) การโฆษณาในหนังสือจะสามารถทำได้เมื่อเป็นการโฆษณาเกี่ยวกับผู้แต่ง การทำงานและสำนักพิมพ์เท่านั้น โดยให้ไว้ที่ปกrontหน้า ปกrontหลัง และปกหลัง ยกเว้นหนังสือที่มีวัตถุประสงค์ เพื่อการโฆษณาสินค้าโดยเฉพาะ กล่าวอีกนัยหนึ่งคือกฎหมายยอมให้โฆษณาที่หน้าปกได้เฉพาะหนังสือที่มีวัตถุประสงค์เพื่อการโฆษณาโดยเฉพาะ เช่น สมุดโทรศัพท์ เป็นต้น

19) การโฆษณาในหนังสือที่ไม่ได้มีวัตถุประสงค์เพื่อการพาณิชย์ การโฆษณาสามารถทำได้ เมื่อเป็นเนื้อหาเกี่ยวกับผู้แต่ง การทำงานของผู้แต่ง สำนักพิมพ์ หรือสัญลักษณ์ โลโก้ หรือเครื่องหมาย การค้า หรือสินค้า บริการ และการดำเนินงานของหน่วยงานที่ได้รับอนุญาตให้พิมพ์

20) ขนาดของโฆษณาบนภาพถ่าย โปสเตอร์ แผ่นพับ แคตตาล็อกที่มีเนื้อหาทางการเมือง เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี วรรณกรรม การชวนเชื่อทางการเมือง หรือ การส่งเสริมด้านศิลปะต้องไม่เกินร้อยละ 20 ของพื้นที่สื่อเหล่านี้ทั้งหมด

21) สัญลักษณ์ โลโก้ หรือเครื่องหมายการค้าของผู้โฆษณาจะต้องวางอยู่ด้านล่างของสื่อสิ่งพิมพ์

22) ไม่อนุญาตให้ทำการโฆษณาบนสิ่งพิมพ์ที่มีมูลค่า เช่น ธนบัตร ประกาศนียบัตร เอกสารสำคัญทางราชการ

23) ชื่อและที่อยู่ของหน่วยงานหรือบุคคลที่ดำเนินการโฆษณาอาจปรากฏแทนผู้โฆษณาตามที่ระบุไว้ในเงื่อนไขของข้อบังคับฉบับเก่า

- 24) สถานที่ห้ามโฆษณา ได้แก่ หน่วยงานของกองทัพ โรงเรียน โรงพยาบาล
- 25) ห้ามการโฆษณาบนสื่อกระจายเสียงที่มีวัตถุประสงค์เชิงการเมืองในศาสนา หรือชุมชน
- 26) ห้ามการโฆษณาโดยใช้รถหรือยานพาหนะติดตั้งเครื่องขยายเสียงในเขตชุมชน
- 27) ป้ายโฆษณาต้องมีชื่อของผู้รับผิดชอบ ชื่อบริษัท ที่อยู่และเบอร์โทรศัพท์ ส่วนขนาดของป้ายโฆษณาแบบแนวนอนต้องสูงไม่เกิน 2 เมตร และยาวไม่เกินความกว้างของด้านหน้าอาคารหรือ ที่ดิน ขณะที่ป้ายแบบแนวตั้งต้องสูงไม่เกิน 1 เมตรและกว้างไม่เกิน 4 เมตร ทั้งนี้ขนาดความสูงต้อง ไม่สูงเกินกว่าความสูงของอาคารที่ติดตั้งป้ายด้วย สำหรับสถานที่ติดตั้งป้ายโฆษณาต้องไม่บังหรือกั้น บริเวณทางออกฉุกเฉินหรือทางหนีไฟ รวมทั้งรुक้าทางเท้า พื้นที่ถนน ตลอดจนต้องไม่กระทบต่อ การสัญจรของประชาชน

#### 5.10.5 มาตรการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในขณะขับขี่ยานพาหนะของประเทศเวียดนาม

ประเทศเวียดนามมีการกำหนดมาตรการควบคุมการดื่มแอลกอฮอล์ในขณะขับขี่ยานพาหนะ โดยห้ามมิให้มีการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในขณะขับขี่ยานพาหนะ โดยมีการกำหนดบทลงโทษสำหรับผู้ขับขี่ยานพาหนะที่ฝ่าฝืนดังนี้

- 1) หากมีปริมาณแอลกอฮอล์ตั้งแต่ระดับ 0-50 มิลลิกรัมต่อเลือด 100 มิลลิลิตร หรือ 0-0.25 มิลลิกรัมต่อลมหายใจ 1 ลิตร ต้องถูกปรับเป็นเงินระหว่าง 2 – 3 ล้านดอง
- 2) หากมีปริมาณแอลกอฮอล์ตั้งแต่ระดับ 50-80 มิลลิกรัมต่อเลือด 100 มิลลิลิตร หรือ ระหว่าง 0.25 – 0.4 มิลลิกรัมต่อลมหายใจจะถูกปรับเป็นเงิน 7-8 ล้านดอง
- 3) หากมีปริมาณแอลกอฮอล์เกินกว่า 80 มิลลิกรัมต่อเลือด 100 มิลลิลิตร หรือ สูงกว่า 0.4 มิลลิกรัมต่อลมหายใจจะถูกปรับเป็นเงิน 16-18 ล้านดองและจะถูกยึดใบอนุญาตขับขี่เป็นเวลา 22-24 เดือน

ข้อบังคับของประเทศเวียดนามดังกล่าวยังเป็นส่วนหนึ่งในกลยุทธ์ระยะยาวด้านความปลอดภัยบนท้องถนนของ เวียดนาม (พ.ศ. 2555 – 2567) และรัฐบาลเวียดนามกำลังพิจารณาแผนกลยุทธ์และวิสัยทัศน์ฉบับต่อไปด้วย 96 กลยุทธ์ดังกล่าวมีเป้าหมายเพื่อลดจำนวนผู้เสียชีวิตจากอุบัติเหตุทางรถยนต์ ลดปัญหาการจราจรติดขัดในเมืองใหญ่ เพิ่มศักยภาพด้านการ

ดูแลความปลอดภัยในการจราจร และส่งเสริมจิตสำนึกของผู้ใช้รถใช้ถนน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มผู้ขับขี่รถในการปฏิบัติตามกฎจราจร

#### 5.10.6 มาตรการควบคุมเชิงพื้นที่ของประเทศเวียดนาม

ประเทศเวียดนาม ยังไม่มีกฎหมายหรือกฎระเบียบเกี่ยวกับการจำกัดวันและเวลาในการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทั้งแบบนั่งดื่มในร้านและซื้อกลับบ้าน อย่างไรก็ตาม ก็มีห้ามการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หลังเวลา 22.00 น. รวมทั้งการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามร้านคาราโอเกะ ซึ่งผู้ที่ฝ่าฝืนมีความผิดต้องระวางโทษปรับเป็นเงินไม่เกิน 300 ล้านดอง หรือราว 456,577 บาท<sup>99</sup> และการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่สตรีมีครรภ์ ขณะที่กระทรวงการค้า และอุตสาหกรรมกำลังร่างกฎหมายห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์บนทางเท้า โรงเรียน สถานที่ ทางานของรัฐ และโรงพยาบาล

#### 5.11 วิเคราะห์และเปรียบเทียบมาตรการการที่ไม่ใช่ภาษีในการจำกัดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มประเทศอาเซียน

การสังเคราะห์มาตรการการมาตรการการที่ไม่ใช่ภาษีในการจำกัดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มประเทศอาเซียนทั้ง 10 ประเทศในอาเซียนสามารถสรุปแยกตามมาตรการ ดังนี้

##### 5.11.1 มาตรการควบคุมการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มประเทศอาเซียน

มาตรการควบคุมการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เป็นเครื่องมือที่ควบคุมการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์บริโภค โดยวัตถุประสงค์ในการมาตรการควบคุมการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในทุกประเทศมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถจะเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ยากยิ่งขึ้น และจะเป็นการลดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยมาตรการที่สำคัญ ได้แก่ จำกัดจำนวนร้านค้าปลีก เวลาในการจัดจำหน่าย วันจำหน่าย เป็นต้น แต่ละประเทศในอาเซียน จะมีการกำหนดมาตรการที่แตกต่างกันตามลักษณะทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม โดย มาตรการควบคุมการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มประเทศอาเซียน สามารถสรุปได้ ดังตาราง

ตาราง 5.8 เปรียบเทียบมาตรการควบคุมการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มประเทศอาเซียน

ประเทศ	มาตรการควบคุมการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
บรูไน	- ห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกชนิดโดยเด็ดขาด
กัมพูชา	- การห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ระหว่างเวลา 24.00 -6.00 น. - การห้ามดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่สาธารณะ - กำหนดโทษของผู้ฝ่าฝืนจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยปรับระหว่าง 4-20 ล้านเรียล หรือโทษจำคุกไม่เกิน 6 เดือน
อินโดนีเซีย	- ห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กลุ่ม A ซึ่งมีปริมาณแอลกอฮอล์ไม่เกินร้อยละ 5 ตามร้านค้าปลีก ทั่วประเทศอินโดนีเซีย ยกเว้นในพื้นที่เกาะบาห์ลี - อนุญาตให้จำหน่ายตามร้านค้าปลีกในเมืองใหญ่ เช่น กรุงจาการ์ตา สุราบายา เมดาน ได้แต่ต้องเสียภาษีในอัตราสูงกว่าปกติ - กำหนดเกณฑ์การจัดจำหน่าย เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทั้งที่ผลิตในประเทศและนำเข้าจะอนุญาตให้เฉพาะผู้ได้รับอนุญาตเป็นผู้จัดจำหน่ายผู้แทนจัดจำหน่ายและผู้ค้าปลีกเท่านั้น
สปป. ลาว	- อนุญาตเฉพาะคนลาวการค้าปลีกแอลกอฮอล์
มาเลเซีย	- อนุญาตให้เฉพาะผู้ที่มีใบอนุญาตจำหน่าย เครื่องดื่มแอลกอฮอล์
เมียนมาร์	- ควบคุมการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เฉพาะร้านค้าปลีกที่จำหน่ายแอลกอฮอล์นำเข้า เท่านั้น
ฟิลิปปินส์	- อนุญาตให้เฉพาะผู้ที่มีใบอนุญาตจำหน่าย เครื่องดื่มแอลกอฮอล์
สิงคโปร์	- กำหนดช่วงเวลาการจัดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
ไทย	- อนุญาตให้จำหน่ายได้สองช่วงเวลาคือระหว่างเวลา 11.00 – 14.00 น. และ 17.00 – 24.00 น.
เวียดนาม	- กำหนดให้ผู้ค้าปลีกต้องขึ้นทะเบียนก่อนจำหน่าย โดยมีพื้นที่จัดเก็บเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไม่น้อยกว่า 150 ตารางเมตร และมีเครือข่ายร่วมกับผู้จัดจำหน่ายระดับจังหวัดอย่างน้อย 1 ราย



### 5.11.2 มาตรการการจำกัดอายุผู้บริโภคในกลุ่มประเทศอาเซียน

มาตรการการจำกัดอายุผู้บริโภคในกลุ่มผู้บริโภค เป็นอีกมาตรการหนึ่ง ที่ทุกประเทศในอาเซียนนำมาใช้ในการควบคุมและจำกัดปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศ โดยมาตรการการจำกัดอายุผู้บริโภคในกลุ่มผู้บริโภค มีวัตถุประสงค์หลัก เพื่อป้องกันมิให้เด็กและเยาวชนเข้าถึงการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนวัยอันควร โดยประเทศส่วนใหญ่มักจะกำหนดอายุขั้นต่ำในการบริโภคและการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยมาตรการการจำกัดอายุผู้บริโภคในประเทศสมาชิกในอาเซียน สามารถสรุปได้ ดังตาราง

ตาราง 5.9 เปรียบเทียบมาตรการการจำกัดอายุผู้บริโภคในกลุ่มประเทศอาเซียน

ประเทศ	มาตรการการจำกัดอายุผู้บริโภค
บรูไน	- กำหนดอายุขั้นต่ำของผู้บริโภคที่ 17 ปี - ผู้บริโภคต้องไม่ใช่ชาวมุสลิม
กัมพูชา	- กำหนดอายุขั้นต่ำของผู้บริโภคที่ 21 ปี
อินโดนีเซีย	- กำหนดอายุขั้นต่ำของผู้บริโภคที่ 21 ปี
สปป. ลาว	- กำหนดอายุขั้นต่ำของผู้บริโภคที่ 18 ปี
มาเลเซีย	- กำหนดอายุขั้นต่ำของผู้บริโภคที่ 18 ปี และอยู่ระหว่างการปรับเปลี่ยนอายุขั้นต่ำที่ 21 ปี
เมียนมาร์	- ไม่มีกฎหมายจำกัดอายุผู้บริโภคอย่างชัดเจน
ฟิลิปปินส์	- กำหนดอายุขั้นต่ำของผู้บริโภคที่ 18 ปี
สิงคโปร์	- กำหนดอายุขั้นต่ำของผู้บริโภคที่ 18 ปี
ไทย	- จำกัดอายุของผู้ซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไม่ต่ำกว่า 20 ปี ห้ามเยาวชนอายุต่ำกว่า 18 ปี ซื้อ บริโภค และเข้าไปยังสถานที่ที่ จัดไว้สำหรับการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
เวียดนาม	- กำหนดอายุขั้นต่ำของผู้ซื้อเบียร์ ไวน์ และสุรากลั่นทั้งการนั่งดื่มในร้านและซื้อกลับบ้านไว้ที่ 18 ปี

### 5.11.3 มาตรการการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในขณะขับขี่ยานพาหนะในกลุ่มประเทศอาเซียน

มาตรการ การควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในขณะขับขี่ยานพาหนะ ส่วนใหญ่มักจะเป็นการควบคุมระดับแอลกอฮอล์ในกระแสเลือดขณะขับขี่ยานพาหนะเพื่อเป็นการตรวจสอบผู้ขับขี่ว่ามีสติและการรับรู้เพียงพอที่จะควบคุมยานพาหนะได้ โดยประเทศต่างๆ จะควบคุมโดยการกำหนดบทลงโทษสำหรับผู้ที่มีระดับแอลกอฮอล์ในกระแสเลือดสูงเกินกว่าที่กฎหมายของประเทศนั้นกำหนด โดยในประเทศสมาชิกอาเซียนทั้ง 10 ประเทศนี้ มีการกำหนดระดับแอลกอฮอล์ในกระแสเลือดขณะขับขี่ยานพาหนะ ยกเว้นประเทศอินโดนีเซีย ที่ยังไม่มีกฎหมายเพื่อควบคุมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในขณะขับขี่ยานพาหนะที่ชัดเจน โดย มาตรการการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในขณะขับขี่ยานพาหนะในกลุ่มประเทศอาเซียนสามารถแสดงได้ ดังตาราง

ตาราง 5.10 เปรียบเทียบมาตรการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในขณะขับขี่ยานพาหนะกลุ่มประเทศอาเซียน

ประเทศ	การควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในขณะขับขี่ยานพาหนะ
บรูไน	- ผู้ขับขี่ยานพาหนะต้องมีค่าแอลกอฮอล์ในกระแสเลือดไม่เกินกว่า 80 มิลลิกรัมเปอร์เซ็นต์ - ผู้บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในขณะขับขี่ต้องไม่เมาสุลิม
กัมพูชา	- ผู้ที่ขับขี่ยานพาหนะต้องมีค่าแอลกอฮอล์ในกระแสเลือดไม่เกินกว่า 50 มิลลิกรัมเปอร์เซ็นต์
อินโดนีเซีย	- ไม่มีกฎหมายหรือระเบียบข้อบังคับที่ชัดเจน
สปป. ลาว	- ผู้ที่ขับขี่ยานพาหนะต้องมีค่าแอลกอฮอล์ในกระแสเลือดไม่เกินกว่า 80 มิลลิกรัมเปอร์เซ็นต์
มาเลเซีย	- ผู้ที่ขับขี่ยานพาหนะต้องมีค่าแอลกอฮอล์ในกระแสเลือดไม่เกินกว่า 80 มิลลิกรัมเปอร์เซ็นต์
เมียนมาร์	-
ฟิลิปปินส์	- ผู้ที่ขับขี่ยานพาหนะต้องมีค่าแอลกอฮอล์ในกระแสเลือดไม่เกินกว่า 50 มิลลิกรัมเปอร์เซ็นต์สำหรับรถส่วนบุคคล - ผู้ที่ขับขี่ยานพาหนะต้องมีค่าแอลกอฮอล์ในกระแสเลือดไม่เกินกว่า 0 มิลลิกรัมเปอร์เซ็นต์สำหรับรถสำหรับรถบรรทุกและรถสาธารณะ
สิงคโปร์	- ผู้ที่ขับขี่ยานพาหนะต้องมีค่าแอลกอฮอล์ในกระแสเลือดไม่เกินกว่า

	80 มิลลิกรัมเปอร์เซ็นต์สำหรับรถส่วนบุคคล - กำหนดค่าแอลกอฮอล์ในลมหายใจไม่เกินกว่า 35 ไมโครกรัมเปอร์เซ็นต์
ไทย	- ผู้ที่ขับขี่ยานพาหนะต้องมีค่าแอลกอฮอล์ในกระแสเลือดไม่เกินกว่า 50 มิลลิกรัมเปอร์เซ็นต์สำหรับรถส่วนบุคคล - ผู้ที่ขับขี่ยานพาหนะต้องมีค่าแอลกอฮอล์ในกระแสเลือดไม่เกินกว่า 20 มิลลิกรัมเปอร์เซ็นต์ สำหรับผู้ที่มีอายุไม่ถึง 20 ปี - ผู้ที่ขับขี่ยานพาหนะต้องมีค่าแอลกอฮอล์ในกระแสเลือดไม่เกิน 20 มิลลิกรัมเปอร์เซ็นต์ สำหรับผู้ที่ไม่ใช่ใบอนุญาตขับรถ หรือผู้ขับซึ่งได้รับใบอนุญาตขับชั่วคราว
เวียดนาม	- กำหนดโทษของผู้มีค่าแอลกอฮอล์ในกระแสเลือดไว้เป็น 3 ระดับคือ (1) ค่าแอลกอฮอล์ในกระแสเลือดตั้งแต่ 0-50 มิลลิกรัมเปอร์เซ็นต์ จะถูกปรับเป็นเงิน 2-3 ล้านดอง (2) ค่าแอลกอฮอล์ในกระแสเลือดตั้งแต่ 50-80 มิลลิกรัมเปอร์เซ็นต์ จะถูกปรับเป็นเงิน 7-8 ล้านดอง (3) ค่าแอลกอฮอล์ในกระแสเลือดเกินกว่า 80 มิลลิกรัมเปอร์เซ็นต์ จะถูกปรับเป็นเงิน 16-18 ล้านดอง

#### 5.11.4 มาตรการควบคุมการโฆษณาในกลุ่มประเทศอาเซียน

มาตรการควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เป็นมาตรการที่รัฐบาลจัดทำขึ้นเพื่อจำกัดการจัดการโฆษณา การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย และการตลาดอื่นๆ เพื่อต้องการจำกัดการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประชาชน โดยมาตรการควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มประเทศอาเซียนแต่ละประเทศมีความแตกต่างกันขึ้นอยู่กับบริบทด้านวัฒนธรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ศาสนา ซึ่งจากการศึกษา มาตรการควบคุมการโฆษณาในกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียนสามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภทตามมาตรการควบคุมการโฆษณาที่คล้ายกันได้ดังนี้ (อัศวินท์ ศาสนพิทักษ์ และคณะ, 2559)

##### 1) การห้ามการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยเด็ดขาด

การห้ามการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยเด็ดขาด สามารถทำได้โดยรัฐบาลออกกฎหมายห้ามการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสื่อทุกประเภท การสื่อสารการตลาด การจัดกิจกรรมหรือสนับสนุนกิจกรรม และการส่งเสริมการขาย โดยประเทศในอาเซียนที่ใช้มาตรการห้ามการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยเด็ดขาด ส่วนใหญ่เป็นประเทศที่ประชากรส่วนใหญ่นับ

ถือศาสนาอิสลาม และมีการห้ามการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นโดยเด็ดขาดตามหลักศาสนาอิสลาม ประเทศที่ใช้มาตรการนี้ ได้แก่ บรูไน มาเลเซีย และอินโดนีเซีย

## 2) การเข้มงวดเรื่องการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

มาตรการการเข้มงวดเรื่องการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เป็นมาตรการที่นิยมใช้ในประเทศที่มีอัตราการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประชากรค่อนข้างสูง รัฐบาลสามารถจำกัดการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยการออกกฎหมายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นการเฉพาะ รวมถึงการออกบทบัญญัติด้านการควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ส่งผลให้ผู้ผลิตผู้นำเข้าและผู้จัดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไม่สามารถโฆษณาผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้อย่างเสรี โดยในบางประเทศ เช่น ประเทศไทย และสปป.ลาว ที่มีการกำหนดบทบัญญัติด้านการควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยกำหนดเนื้อหาของโฆษณาดังกล่าวต้องเป็นไปในแนวทางการให้ความรู้หรือแนวคิดที่สร้างสรรค์สังคม ห้ามโฆษณาตามสถานที่ราชการและสถานที่สาธารณะ

นอกจากนี้ ในบางประเทศไม่มีการกำหนดกฎหมายเฉพาะในการควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ แต่มีมาตรการการเข้มงวดเรื่องการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ภายใต้ข้อกำหนดด้านจรรยาบรรณวิชาชีพของสมาคมนักโฆษณาแห่งประเทศนั้นๆ เช่นในประเทศสิงคโปร์ และฟิลิปปินส์ มีการห้ามใช้เด็กและเยาวชนเป็นส่วนหนึ่งในการโฆษณา การห้ามโฆษณาไปยังเยาวชนโดยตรง และห้ามโฆษณาที่กระตุ้นให้เกิดความต้องการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

อย่างไรก็ตาม ยังมีประเทศในกลุ่มสมาชิกอาเซียน เช่น ประเทศกัมพูชา เมียนมาร์ และเวียดนาม ที่ยังไม่มีมาตรการหรือหน่วยงานควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยเฉพาะ ทั้งนี้ เนื่องจากการขาดเสถียรภาพทางการเมืองในอดีตที่ผ่านมา ประกอบกับวัฒนธรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีมานาน ทำให้ไม่มีมาตรการควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยมาตรการในการควบคุมการโฆษณาในประเทศกลุ่มอาเซียน สามารถสรุปได้ดังนี้

ตาราง 5.11 มาตรการ การเข้มงวดเรื่องการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ประเทศ	มาตรการ การเข้มงวดเรื่องการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
บรูไน	- ไม่อนุญาตให้มีการโฆษณาทุกรูปแบบ
กัมพูชา	- ให้โฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีการเผยแพร่ทางโทรทัศน์และป้ายโฆษณาจะต้องมีคำเตือน เช่น “Drive, don't drink” - ห้ามฉายภาพยนตร์ที่เป็นการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ระหว่างเวลา 18.00 - 20.00 น.
อินโดนีเซีย	- มีการกำหนดผลากคำเตือนอันตรายต่อสุขภาพบนโฆษณาหรือบรรจุภัณฑ์ - ออกระเบียบการโฆษณาแอลกอฮอล์และการตั้งแสดงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยกำหนดโทษผู้ใดฝ่าฝืนโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทางวิทยุ โดยมีโทษจำคุก 2 ปีหรือปรับไม่เกิน 500,000,000 รูเปียห์ และหากฝ่าฝืนโฆษณาทางโทรทัศน์มีโทษจำคุกสูงสุด 2 ปี หรือปรับสูงสุดเป็นเงิน 5,000,000,000 รูเปียห์
สปป. ลาว	- กฎหมายว่าด้วยการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2558 โดยกำหนดให้การโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เนื้อหา ดังนี้ 1) ต้องเป็นการให้ความรู้ แนวคิดสร้างสรรค์ต่อสังคม 2) ต้องมีคำเตือนด้านสุขภาพ 3) ต้องไม่มีลักษณะส่งเสริมกิจกรรมทางการตลาด 4) ต้องไม่มีลักษณะชวนเชื่อให้มีการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ 5) ต้องไม่แสดงเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์และการบริโภคเครื่องดื่ม 6) ต้องไม่แสดงเครื่องหมายการค้า และ 7) ต้องไม่ให้เป็นการสร้างค่านิยมเกี่ยวกับการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ให้แก่สังคม
มาเลเซีย	- กำหนดไว้ในระเบียบว่าด้วยการโฆษณาในมาเลเซีย เช่น 1) สื่อโฆษณาต้องไม่เป็นการแนะนำว่าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นสรรพคุณเป็นยาอายุวัฒนะ ช่วยส่งเสริมสภาพร่างกาย จิตใจและทางเพศ หรือช่วยส่งเสริมให้สามารถเล่นกีฬาได้เป็นอย่างดี 2) สื่อโฆษณาต้องคุ้มครองเด็กโดยต้องไม่แสดงให้เห็นว่าเด็กและเยาวชนเป็นส่วนหนึ่งของการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
เมียนมาร์	- ไม่มีกฎหมายที่ว่าด้วยการควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นการเฉพาะ

ฟิลิปปินส์	- มีกฎหมายควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เฉพาะเด็กและเยาวชนเท่านั้น
สิงคโปร์	- ออกพระราชบัญญัติกิจการกระจายเสียง และข้อตกลงจริยธรรมการโฆษณา เช่น 1) ไม่ควรมีเด็กในโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ 2) โฆษณาไม่ควรกระตุ้นให้ผู้บริโภคมีความต้องการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
ไทย	- ออกพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 โดยมาตรการควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เช่น 1) ห้ามมิให้โฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยการอวดอ้างสรรพคุณหรือชักจูงใจให้ผู้อื่นดื่ม 2) ห้ามลดราคาเพื่อประโยชน์ในการส่งเสริมการขาย 3) ห้ามเสนอให้สิทธิในการเข้าชมการแข่งขัน การแสดง การให้บริการการชิงโชคชิงรางวัลการให้สิทธิประโยชน์อื่นใดเป็นการตอบแทนแก่ผู้ซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
เวียดนาม	- มีกฎหมายการโฆษณาของเวียดนาม โดยมีการห้ามการโฆษณาเครื่องดื่มที่มีปริมาณแอลกอฮอล์ตั้งแต่ร้อยละ 15 ขึ้นไปผ่านสื่อมวลชนทุกประเภท - เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีปริมาณแอลกอฮอล์ต่ำกว่าร้อยละ 15 ได้กำหนดข้อห้ามเช่น ห้ามใช้คำโฆษณาที่มีหมายความว่า “ที่สุด” “ดีที่สุด” “เป็นที่หนึ่ง” “มีเอกลักษณ์เฉพาะ” และไม่อนุญาตให้โฆษณาในรายการวิทยุหรือโทรทัศน์ที่เป็นการถ่ายทอดสดเหตุการณ์ทางการเมืองหรือรัฐพิธีสำคัญ

#### 5.11.5 มาตรการควบคุมเชิงพื้นที่ในกลุ่มประเทศอาเซียน

มาตรการควบคุมเชิงพื้นที่ในกลุ่มประเทศอาเซียน เป็นมาตรการ การสงวนพื้นที่สำคัญของประเทศเพื่อไม่ให้มีการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เป็นมาตรการที่ทุกประเทศในกลุ่มอาเซียนนิยมใช้กัน โดยจะมีการกำหนดพื้นที่ ที่ประเทศส่วนไม่อนุญาตให้ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เช่น สถานที่ราชการ ศาสนสถาน สถานศึกษา หรือสวนสาธารณะ โดยมาตรการเข้มงวดในประเด็นดังกล่าวแตกต่างกัน ซึ่งสามารถสรุปได้นี้

1) ประเทศที่มีมาตรการควบคุมเชิงพื้นที่อย่างเด็ดขาดประเทศในกลุ่มนี้คือบรูไนซึ่งมีกฎหมายซารีอะห์ ซึ่งไม่อนุญาตให้ทั้งผู้ที่เป็นมุสลิมและผู้ที่ไม่ใช่มุสลิม รวมทั้งนักท่องเที่ยวบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในพื้นที่สาธารณะ

2) ประเทศที่มีมาตรการควบคุมเชิงพื้นที่ประเทศในกลุ่มนี้คือ ไทย สปป.ลาว เมียนมาร์ และสิงคโปร์ซึ่งมาตรการทางกฎหมายอย่างชัดเจนในการควบคุมเชิงพื้นที่สำคัญ เช่น ศาสนสถาน สถานศึกษา สถานที่ราชการ เป็นต้น

3) ประเทศที่มีมาตรการควบคุมเชิงพื้นที่ขึ้นอยู่กับท้องถิ่นประเทศในกลุ่มนี้คือ อินโดนีเซีย มาเลเซีย และฟิลิปปินส์ซึ่งมาตรการการควบคุมของประเทศเหล่านี้ขึ้นอยู่กับกฎหมายของรัฐท้องถิ่นหรือองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเป็นหน่วยงานที่ออกกฎหมายควบคุม

4) ประเทศที่อยู่ระหว่างการจัดทำมาตรการควบคุมเชิงพื้นที่ประเทศในกลุ่มนี้คือ กัมพูชา และเวียดนาม

## บทที่ 6

### อุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทยและผลกระทบจากอาเซียน

จากการศึกษาเรื่อง ข้อตกลงการค้าเสรีอาเซียนและผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทย ในบทนี้ได้นำเสนอเกี่ยวกับอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทยและผลกระทบจากอาเซียนต่ออุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทย โดยมีรายละเอียดการนำเสนอต่อไปนี้

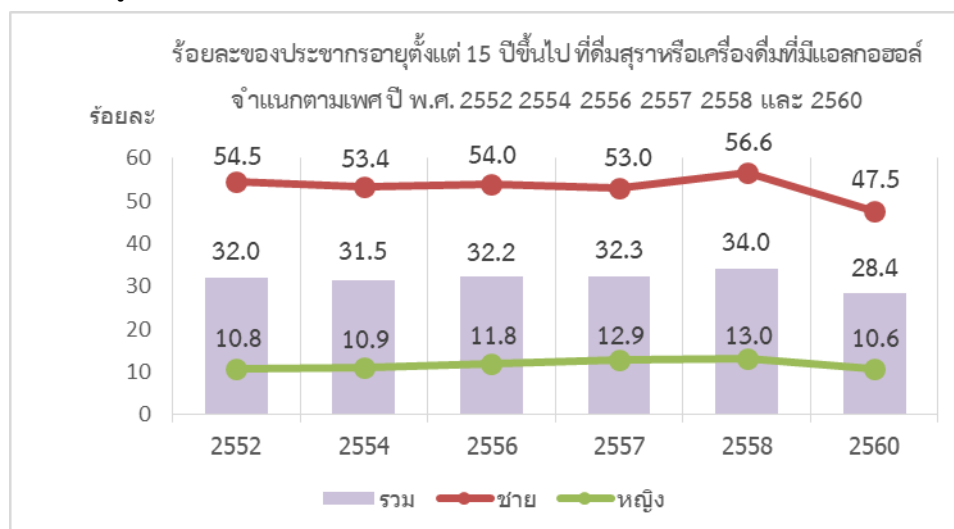
- 6.1 สถานการณ์การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศไทย
- 6.2 อุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศไทย
- 6.3 ผลกระทบอาเซียนต่ออุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทย

#### 6.1 สถานการณ์การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศไทย

พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประชากรไทยในปี พ.ศ. 2560 ที่ผ่านมา จากการสำรวจของสำนักงานสถิติแห่งชาติ พบว่า ในปี 2560 มีนักดื่มปัจจุบัน (current drinker) หรือผู้ที่ดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมาจำนวน 15.89 ล้านคน หรือคิดเป็นร้อยละ 28.4 ของประชากรไทยอายุ 15 ปีขึ้นไป สำหรับผู้ไม่เคยดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เลย มีจำนวน 31.99 ล้านคน หรือคิดเป็นร้อยละ 57.2 และผู้เคยดื่มแต่เลิกแล้ว (เป็นผู้เคยดื่มแต่ไม่ได้ดื่มในช่วง 12 เดือนที่ผ่านมา) จำนวน 8.061 ล้านคน หรือคิดเป็นร้อยละ 14.4 ของประชากรไทยอายุ 15 ปีขึ้นไป (ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา (ศสว.) หน่วยระบาดวิทยา คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, 2019) เมื่อเปรียบเทียบผลสำรวจของปี 2560 กับผลการสำรวจของครั้งก่อนหน้าในปี 2558 พบว่าเพศชาย ร้อยละ 47.5 เป็นนักดื่มปัจจุบัน สำหรับเพศหญิงมีเพียงร้อยละ 10.6 เท่านั้น ที่เป็นนักดื่มปัจจุบัน จะเห็นได้ว่าการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศไทยในปัจจุบันมีแนวโน้มที่ลดลง จากร้อยละ 34.0 ในปี 2558 เป็นร้อยละ 28.4 ในปี 2560 ดังแผนภูมิ

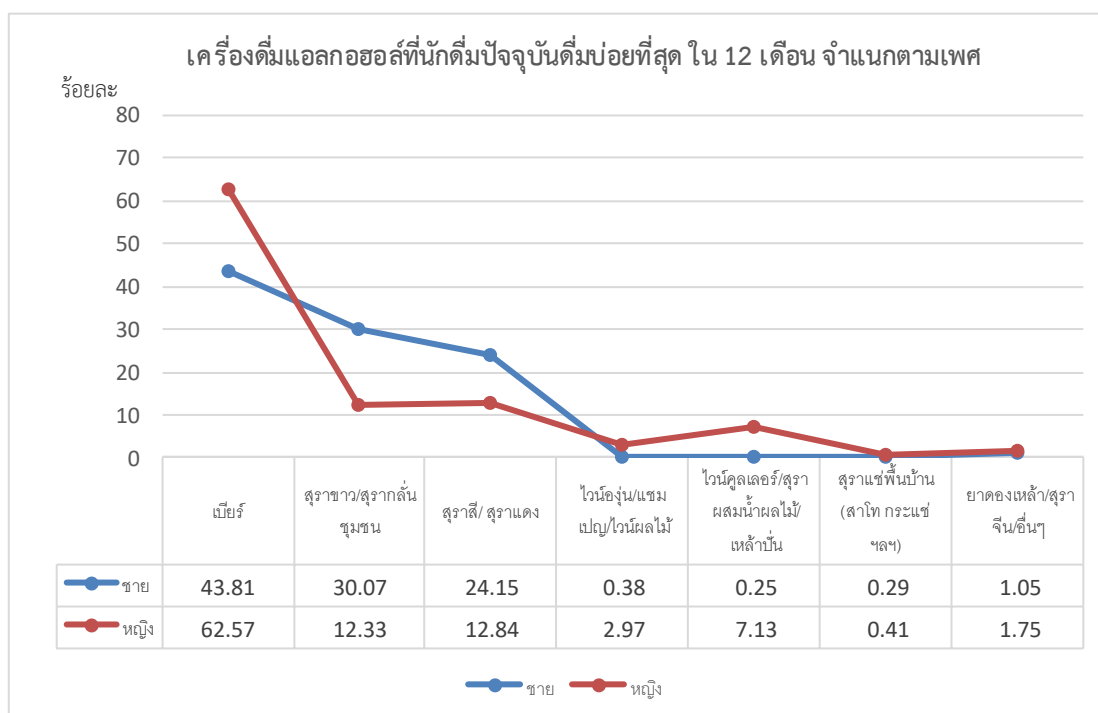


แผนภูมิ 6.1 การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศไทย



สำหรับสัดส่วนของนักดื่มปัจจุบันจำแนกตามประเภทของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ดื่มบ่อยที่สุดใน 12 เดือนที่ผ่านมา และจำแนกตามเพศ (ร้อยละ) ได้แก่ 1) เบียร์ 2) สุราขาว/สุรากลั่น ชุมชน 3) สุราสี/สุราแดง คิดเป็นร้อยละ 47.4 ร้อยละ 26.6 และร้อยละ 22.0 ตามลำดับ เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่านักดื่มเพศชายและนักดื่มเพศหญิงนิยมดื่มเบียร์มากที่สุด (ร้อยละ 43.8 และ 62.6 ตามลำดับ) ดังแผนภูมิ

แผนภูมิ 6.2 สัดส่วนของนักดื่มปัจจุบันจำแนกตามประเภทของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์



พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จึงเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลกระทบต่อสุขภาพ และก่อให้เกิดปัญหาด้านสาธารณสุขและด้านสังคม โดยก่อให้เกิดผลเสียต่อสุขภาพและร่างกายของผู้ดื่ม เช่น โรคพิษสุราเรื้อรัง โรคตับแข็ง อุบัติเหตุ และยังก่อให้เกิดผลกระทบและความเสียหายต่อผู้ที่ไม่ดื่ม เช่น การทะเลาะวิวาท การใช้ความรุนแรงและอุบัติเหตุบนท้องถนน

## 6.2 อุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทย

อุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หมายถึง ธุรกิจที่เกี่ยวข้องในการผลิตและจัดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยในประเทศไทยอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เป็นอุตสาหกรรมที่สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจและทำให้เกิดการจ้างงานจำนวนมาก ในขณะเดียวกันก็เป็นอุตสาหกรรมที่มีผลประโยชน์ขัดแย้งชัดเจน โดยเฉพาะในกระบวนการนโยบายและมาตรการของรัฐในการควบคุมการบริโภคแอลกอฮอล์ซึ่งมี ซึ่งในมิติทางนโยบายสาธารณะ อุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นอุตสาหกรรมที่ก่อให้เกิดผลกระทบทางลบต่อสุขภาพ และด้านสังคมอื่นๆ ดังนั้น รัฐบาลจึงต้องมีการ ควบคุมปัญหา มีระดับอิทธิพลต่อกระบวนการ นโยบายสูง ทั้งนี้เมื่อพิจารณาถึงทรัพยากร ความ สนใจในกระบวนการ ภาวะผู้นำ และความสัมพันธ์ ต่อผู้เกี่ยวข้องอื่นๆ ต่อปัญหาจากการบริโภคเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ อุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มีบทบาทของพาหะ ในการขยายความรุนแรงของปัญหาผ่านกลยุทธ์ การตลาด โดยเฉพาะในประเทศกำลังพัฒนา อุตสาหกรรม สุรายังมีบทบาทในด้านการต่อต้านและลดทอนความ เข้มแข็งของมาตรการของนโยบายแอลกอฮอล์ที่มี ประสิทธิภาพและความคุ้มค่า

อุตสาหกรรมเครื่องดื่มในประเทศไทยมีความหลากหลายทั้งในด้านการผลิตและการบริโภค และเกี่ยวเนื่องกับอุตสาหกรรมสนับสนุนต่างๆ เช่น วัตถุดิบ (โดยเฉพาะน้ำตาล) และบรรจุภัณฑ์ ซึ่งส่งผลทำให้ประเทศไทยสามารถผลิตเครื่องดื่มนานาชนิดสนองความต้องการบริโภคในประเทศได้เพียงพอ มีการนำเข้าเฉพาะเครื่องดื่มระดับบนที่มีราคาแพงบางประเภท เช่น ไวน์ วิสกี้ นอกจากนี้ ประเทศไทยยังสามารถส่งออกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ คิดเป็นประมาณ 10% ของปริมาณผลผลิตทั้งหมด ทั้งนี้ ในปี 2560 อุตสาหกรรมเครื่องดื่มในไทยมีโรงงานที่จดทะเบียนกับกรมโรงงานอุตสาหกรรม จำนวน 775 แห่ง แบ่งเป็น 1) โรงงานเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ 680 แห่ง คิดเป็นสัดส่วน 88% ของจำนวนโรงงานผลิตเครื่องดื่มทั้งหมด ในจำนวนนี้เป็นผู้ประกอบการ SME 60% ของโรงงานผลิตเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ทั้งหมด และ 2) โรงงานผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์รวม 95 แห่ง หรือคิดเป็นสัดส่วน 12% ของจำนวนผู้ผลิตเครื่องดื่มทั้งหมด มีทั้งโรงงานขนาดใหญ่ (สัดส่วน 49% ของโรงงานเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทั้งหมด) ที่เน้นผลิตสุรา (แอลกอฮอล์ 28 ดีกรี) และเบียร์ที่เป็นแบรนด์หลักในตลาดและโรงงานขนาดกลาง-เล็ก (สัดส่วน

51%) ที่ผลิตสุราขาว สุราพื้นบ้าน และไวน์ ซึ่งเป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ทางการไทยมีกฎระเบียบด้านขนาดโรงงานไม่เข้มงวดนักในการจัดตั้งโรงงานผลิต

อุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศไทย มีพัฒนาการเริ่มต้นมาจากการผลิตสุราพื้นบ้าน หรือสุราแช่ ซึ่งเป็น สุราที่เกิดจากการหมักข้าวหรือน้ำตาล ในช่วงแรกของการพัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในปี พ.ศ. 2470 รัฐบาลของประเทศไทยเป็นผู้ผูกขาดในการผลิตและการจัดจำหน่ายสุราเพียงผู้เดียว โดยทำการผลิตสุราขาวที่โรงงานสุราบางยี่ขัน ซึ่งขึ้นอยู่กับกรมสรรพสามิต หลังจากนั้นก็มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากสุราขาว มาผลิตสุราประเภทอื่นเพิ่มเติม เช่น สุราผสม ซึ่งใช้สมุนไพรมาสกัดและแช่ทำสุราดีกรีสูงเป็นน้ำเชื้อ เพื่อนำมาปรุงแต่งรส กลิ่น สี สุราปรุงพิเศษ โดยในเวลาต่อมารัฐบาลได้มีนโยบายอนุญาตให้เอกชนเข้ามาดำเนินการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ในปี พ.ศ. 2502 โดยมีการอนุญาตให้เอกชนเข้ามาประมูลสิทธิในการดำเนินกิจการโรงงานสุราบางยี่ขันในช่วงปีพ.ศ 2503-2542 หลังจากนั้นเกิดการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจที่สำคัญจากนโยบายเปิดเสรีการผลิตและจำหน่ายสุราในปี 2543 ทำให้มีการลงทุนโรงงานสุราอีกหลายแห่ง รวมทั้งเริ่มมีการผลิตเบียร์ในไทย โดยเป็นการร่วมทุนของทุนไทยและกิจการข้ามชาติ

จากการศึกษาพบว่า ตลาดเครื่องดื่มในไทยมีปริมาณการบริโภครวม 7,477 ล้านลิตร มูลค่าประมาณ 5.7 แสนล้านบาท โดยมีสัดส่วนของมูลค่าการตลาดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์สูงถึงร้อยละ 65 โดยเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ที่มีปริมาณการบริโภคและมูลค่าตลาดสูงสุด คือ เบียร์ ที่มีสัดส่วนประมาณร้อยละ 72.2 ของปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทั้งหมด รองลงมาคือเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทสุรา (25.9%) และหากพิจารณาในเชิงมูลค่า ตลาดเบียร์มีสัดส่วนมูลค่าร้อยละ 54.0 จากมูลค่าตลาดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์รวม

ปัจจุบันอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทยมีผู้ผลิตไม่มากนัก เนื่องจากลักษณะอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นอุตสาหกรรมที่ต้องใช้เงินลงทุนสูงและเทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัย นอกจากนี้อุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีกฎระเบียบของที่รัฐบาลไทยกำหนดเกี่ยวกับคุณสมบัติของผู้มีสิทธิขอรับใบอนุญาตผลิตและขายส่งเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในไทย และมาตรฐานโรงงานผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ใน “ประกาศกระทรวงการคลัง เรื่อง วิธีการบริหารงานสุรา พ.ศ. 2543” ทำให้เป็นอุปสรรคในการเข้าสู่อุตสาหกรรมของผู้ประกอบการ SME โดยเฉพาะในอุตสาหกรรมการผลิตสุราและเบียร์ โดยในอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทย สามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ อุตสาหกรรมเบียร์ และ อุตสาหกรรมสุรา ซึ่งมีลักษณะที่สำคัญ ดังนี้

- **อุตสาหกรรมเบียร์** โดยอุตสาหกรรมเบียร์ในประเทศไทย มีผู้ผลิตรายใหญ่ที่ผลิตและจำหน่ายในตลาด ซึ่งเป็นรายใหญ่เพียง 2 ราย คือ บจก.บุญรอดบริวเวอรี่ ซึ่งเป็นผู้ผลิตคือเบียร์หลายยี่ห้อ เช่น เบียร์สิงห์, เบียร์ลีโอ, U Beer และผู้ผลิตอีกรายคือ บมจ.ไทยเบฟเวอเรจ ซึ่งเป็นผู้ผลิต แบรินด์ เบียร์ช้าง, เบียร์อาชา, เฟดเดอร์บรอย ซึ่งโดยทั้งสองบริษัทมีศักยภาพในการดำเนินกิจการสูง และมีความได้เปรียบด้านเงินทุน และมีการกระจายสินค้าผ่านช่องทางจัดจำหน่ายที่มีประสิทธิภาพ ปัจจุบันทั้งสองรายมีส่วนแบ่งตลาดรวมกันมากกว่าร้อยละ 90 ของปริมาณจำหน่ายเบียร์ในประเทศ

- **อุตสาหกรรมสุรา** โดยการผลิตสุราในประเทศไทยเป็นตลาดถูกผูกขาดโดยกฎระเบียบของทางการทำให้การเข้ามาแข่งขันของผู้ผลิตรายใหม่ค่อนข้างยาก ผู้ผลิตสุรารายใหญ่ของประเทศไทย คือ บมจ.ไทยเบฟเวอเรจ ซึ่งมีส่วนแบ่งตลาดสูงสุดถึงกว่าร้อยละ 80 ของการผลิตสุราในประเทศไทย เนื่องจากเป็นธุรกิจที่มีความพร้อมด้านเงินทุน ศักยภาพในการผลิต และมีอำนาจทางการตลาดสูงจากการขยายไลน์การผลิตเครื่องดื่มครบวงจร มีโรงงานสุราในเครือ 18 โรง และมีบริษัทในเครือนำเข้าสุราเข้ามาจำหน่าย ปัจจุบัน บมจ.ไทยเบฟเวอเรจ มีผลิตภัณฑ์สุรามากกว่า 30 แบรินด์ เช่น สุราขาว (แบรินด์ รวงข้าว, ไม้ทอง, นิยมไทย, เสือขาว, หมิวขาว, มังกรท่าจีน, ไชยา, เจ้าพระยา, พญานาค, พญาเสือ, บางยี่ขัน) สุราสี (แบรินด์ แม่โขง, หงส์ทอง, มังกรทอง, แสงโสม, BLEND, CROWN99) และสุราผสม (แบรินด์ เสือดำ, เชียงขุน) โดยประเทศไทยมีโครงสร้างอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยมีการกำหนดมาตรฐานการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทย ดังนี้

ตาราง 6.1 มาตรฐานการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทย

ประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	มาตรฐานการผลิต
<b>สุรากลั่น</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• สุราพิเศษ (เช่น วิสกี้ บรั่นดี ยีน ที่มีแอลกอฮอล์ 28 ดีกรี)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ผู้ถือหุ้นต้องเป็นสัญชาติไทยไม่น้อยกว่า ร้อยละ 51</li> <li>• กำลังการผลิตขั้นต่ำ 3 หมื่นลิตรต่อวันและพื้นที่โรงงานไม่ต่ำกว่า 200 ไร่</li> <li>• อยู่ห่างจากแหล่งน้ำสาธารณะไม่น้อยกว่า 2 กิโลเมตร</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• สุรากลั่น (สุรขาว สุราผสม สุราปรุงพิเศษ และสุราพิเศษที่มีแอลกอฮอล์ 28 ดีกรี)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ผู้ถือหุ้นต้องเป็นสัญชาติไทยไม่น้อยกว่า ร้อยละ 51</li> <li>• กำลังการผลิตขั้นต่ำ 9 หมื่นลิตรต่อวันและพื้นที่โรงงานไม่ต่ำกว่า 350 ไร่</li> <li>• อยู่ห่างจากแหล่งน้ำสาธารณะไม่น้อยกว่า 2 กิโลเมตร</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• สุราสามทับ (แอลกอฮอล์บริสุทธิ์)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ผลิตและขายส่งโดยองค์การสุรา กรมสรรพสามิต</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• สุรากลั่นชุมชน (สุรขาว)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• เป็นสหกรณ์ที่มีภูมิลำเนาอยู่พื้นที่ตั้งโรงงาน</li> <li>• เครื่องจักรมีกำลังการผลิตขั้นต่ำ 9 หมื่นลิตรต่อวันใช้แรงงานน้อยกว่า 7 คน</li> <li>• อยู่ห่างจากแหล่งน้ำสาธารณะไม่น้อยกว่า 100 เมตร</li> </ul>
<b>สุราแช่</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• เบียร์</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ผู้ถือหุ้นต้องเป็นสัญชาติไทยไม่น้อยกว่า ร้อยละ 51</li> <li>• ทุนจดทะเบียนไม่ต่ำกว่า 10 ล้านบาท</li> <li>• โรงเบียร์ขนาดใหญ่ปริมาณการผลิตไม่ต่ำกว่า 10 ล้านลิตรต่อปี</li> <li>• โรงเบียร์ขนาดเล็กปริมาณการผลิตไม่ต่ำกว่า 1 แสนลิตรแต่ไม่เกิน 1 ล้านลิตรต่อปี</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• สุราแช่ผลไม้ (ไวน์)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ผู้ถือหุ้นต้องเป็นสัญชาติไทยไม่น้อยกว่า ร้อยละ 51</li> <li>• ต้องเป็นเป็นสหกรณ์</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• สุราแช่ผลไม้เมือง (สาโท กะแช่ และสุราเช่อื่น)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• เป็นสหกรณ์</li> <li>• กำหนดวัตถุประสงค์ในการผลิตและจำหน่าย</li> </ul>

ที่มา กรมสรรพสามิต

ตลาดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทย ซึ่งแม้การบริโภคต่อหัวจะมีปริมาณสูงเป็นอันดับต้นๆ ในภูมิภาคอาเซียน แต่อัตราเติบโตเฉลี่ยไม่สูงนัก โดยสถานการณ์ในแต่ละช่วงเวลา ดังนี้

- ช่วงปี 2556-2557 ประเทศไทย ได้รับผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจตกต่ำและทางการปรับโครงสร้างภาษีสรรพสามิตสุราและเบียร์ (มีผลบังคับใช้ 4 ก.ย. 2556) โดยทางการปรับวิธีคำนวณภาษีใน 2 ประเด็น คือ 1) ปรับฐานคำนวณภาษีจากราคาหน้าโรงงาน หรือ ราคานำเข้า CIF มาเป็นราคาขายส่งช่วงสุดท้าย (ไม่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม) และ 2) ปรับวิธีคำนวณภาษีโดยคำนวณจากอัตราตามมูลค่ารวมกับอัตราตามปริมาณแอลกอฮอล์บริสุทธิ์ในสัดส่วน 80:20 (แทนวิธีเดิมที่คำนวณจากมูลค่าขายหรือปริมาณแอลกอฮอล์ โดยเลือกวิธีที่จัดเก็บภาษีได้สูงกว่า) มีผลให้ราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะเบียร์และสุรานำเข้า (เบียร์และสุรานำเข้าภาษีสรรพสามิตเพิ่มขึ้น 20-25%, เบียร์ที่ผลิตในประเทศเพิ่มขึ้น 10-15%, สุราขาวที่ผลิตในประเทศเพิ่มขึ้น 10% และสุราสีที่ผลิตในประเทศเพิ่มขึ้น 25%) ส่งผลให้ในปี 2557 ความต้องการบริโภคเบียร์หดตัว ส่วนความต้องการบริโภคสุรายังขยายตัวได้เล็กน้อย (ดัชนีการจำหน่ายเบียร์ลดลง 2.2% YoY ส่วนสุราเพิ่มขึ้น 0.8%

- ปี 2560 – ปัจจุบัน ตลาดในประเทศยังคงขยายตัวต่ำ จากการปรับโครงสร้างภาษีสรรพสามิตใหม่มีผลให้ราคาจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยรวมปรับเพิ่มขึ้นตามภาวะภาษีที่สูงขึ้น โดยเฉพาะเซ็กเมนต์ที่ปริมาณแอลกอฮอล์สูง ประกอบกับการรณรงค์ลดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และพฤติกรรมผู้บริโภคที่ใส่ใจในสุขภาพมากขึ้น มีผลให้ผู้บริโภคบางส่วนหันไปบริโภคเครื่องดื่มที่มีปริมาณแอลกอฮอล์ต่ำลง และดื่มไวน์ทดแทน

หากพิจารณาจากประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จะมีความสามารถแข่งตลาดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ได้ ดังนี้

- ตลาดเบียร์ขยายตัว 2.3% โดยตลาดเบียร์ระดับ Economy ภาวะค่อนข้างทรงตัว เนื่องจากราคาจำหน่ายเพิ่มขึ้นตามภาวะภาษีที่สูงขึ้นประมาณ 0.5-2.66 บาทต่อขวด/กระป๋อง หรือเพิ่มขึ้น 1.3-6.8% โดยกลุ่มผู้บริโภคหลักมีความอ่อนไหวต่อราคาสูง แต่ตลาดเบียร์ระดับ Premium ยังขยายตัวได้ เนื่องจากมีราคาลดลงตามภาวะภาษีที่ลดลง 0.9-2 บาทต่อขวด/กระป๋อง หรือลดลง 1.8-4.0% นอกจากนี้ ความนิยมบริโภคคราฟท์เบียร์ (Craft Beer) เพิ่มขึ้นมาก (ปี 2560 ตลาดเบียร์คราฟท์ในไทยมีมูลค่าไม่มากประมาณ 300 ล้านบาท แต่มีอัตราการเติบโตสูงกว่า 40% YoY เทียบกับตลาดเบียร์โดยรวมที่เติบโต 6%) ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเบียร์นำเข้า ทั้งนี้ ตลาดเบียร์ในประเทศไทยปี 2560 มีผู้นำตลาด คือ บจก.บุญรอดบริวเวอรี่มีส่วนแบ่งตลาด

51.3% ของปริมาณการจำหน่ายเบียร์ทั้งหมดในไทย ตามด้วย บมจ.ไทยเบฟเวอเรจ (42%) และ บจก.ไทย เอเชีย แปซิฟิก บริวเวอรี่ (4.9%) หากพิจารณาเป็นรายแบรนด์ พบว่า ‘ลีโอ’ มีส่วนแบ่งตลาดสูงสุดที่ 52.0% ของมูลค่าตลาดเบียร์รวมประมาณ 2 แสนล้านบาท รองลงมา คือ ‘ช้าง’ (35.0%) ‘สิงห์’ (8.0%) ‘ไฮเนเกน’ (3.2%) ‘อาซา’ (1.0%)

- ตลาดสุรา เป็นตลาดที่มีการขยายตัวประมาณเฉลี่ย 3.0% โดยตลาดสุรากลั่น ชุมชนหรือสุราขาว (สัดส่วนราว 42% ของปริมาณการจำหน่ายสุราในประเทศทั้งหมด) มีการปรับขึ้นราคาตามการปรับขึ้นภาษีไม่มากนัก (0.84-3.5 บาทต่อขวด ตามปริมาณแอลกอฮอล์บริสุทธิ์ หรือเพิ่มขึ้น 1.6-6.6%) จึงกระทบความต้องการบริโภคไม่มากนัก ส่วนตลาดสุราสีได้รับผลกระทบจากการปรับขึ้นภาษีทำให้ราคาจำหน่ายปรับเพิ่มขึ้น 8-30 บาทต่อขวด ตามปริมาณแอลกอฮอล์บริสุทธิ์ หรือเพิ่มขึ้น 5.7-21% มีผลให้ผู้บริโภคลดการบริโภคหรือหันมาบริโภคเครื่องดื่มมีแอลกอฮอล์ชนิดอื่นที่มีราคาถูกลง เช่น สุราขาว สุราพื้นบ้าน เป็นต้น ทั้งนี้ ส่วนแบ่งตลาดสุราในปี 2560 พบว่า บมจ.ไทยเบฟเวอเรจครองส่วนแบ่งตลาดสูงสุดที่ 81% ของปริมาณการจำหน่ายสุราทั้งหมดในไทย ตามด้วย บจก.ดีอาจีโอ โมเอ็ท เฮนเนสซี่ (ประเทศไทย) (0.8%) บจก.เอเจเนซี่ บรันดีไทย (0.7%) และบริษัทอื่นๆ (17.5%) หากพิจารณาเป็นรายแบรนด์ พบว่า สุรากลั่นชุมชน ‘รวงข้าว’ มีส่วนแบ่งตลาดสูงสุด 51.7% ของปริมาณจำหน่ายสุราในไทย ตามด้วย สุรากลั่นสี ‘หงษ์ทอง’ (9.6%) สุรากลั่นสี ‘เบลนด์ 285’ (9.5%) สุรากลั่นชุมชน ‘ไม้ทอง’ (2.8%) สุรากลั่นสี ‘แสงโสม’ (2.4%) สุรากลั่นสี ‘แม่โขง’ (2.0%) และแบรนด์อื่นๆ (21.9%)

### แนวโน้มอุตสาหกรรม

อุตสาหกรรมเครื่องดื่มโดยรวมของไทย มีแนวโน้มขยายตัวแต่มีอัตราการเติบโตไม่สูงนัก เนื่องจากตลาดเครื่องดื่มสำคัญภายในประเทศ (ทั้งน้ำอัดลม เครื่องดื่มบำรุงกำลัง เบียร์ และสุรา สัดส่วนรวมกันประมาณ 90% ของปริมาณจำหน่ายทั้งหมด) เริ่มเข้าสู่ภาวะอิ่มตัวหลังพฤติกรรมผู้บริโภคใส่ใจในสุขภาพมากขึ้น อีกทั้งปัจจุบันทางการมีมาตรการต่างๆ เพื่อลดอัตราการบริโภคเครื่องดื่มกลุ่มที่ส่งผลกระทบต่อสุขภาพ (เช่น เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมน้ำตาลมาก) ส่วนตลาดส่งออก (สัดส่วน 10%) คาดว่าจะเติบโตได้อย่างจำกัด ผลจากผู้ผลิตเครื่องดื่มไทยหันไปขยายการลงทุนผลิตเครื่องดื่มในประเทศตลาดส่งออกเป้าหมาย แทน เพื่อลดต้นทุนและเพิ่มศักยภาพในการทำตลาดในประเทศคู่ค้า ซึ่งจะมีผลให้ผู้ผลิตเครื่องดื่มของไทยทยอยรับรู้รายได้จากฐานผลิตในต่างประเทศเพิ่มขึ้นเป็นลำดับ

ในส่วนของผู้ประกอบการเครื่องดีมีแอลกอฮอล์ได้อานิสงส์จากความต้องการบริโภคในประเทศที่มีแนวโน้มเติบโตต่อเนื่อง ตามทิศทางการเติบโตของเศรษฐกิจ และการขยายตัวของชุมชนเมือง และสภาพอากาศที่คาดว่าจะร้อนขึ้นจากผลกระทบของปรากฏการณ์ El Nino รอบใหม่ที่จะเริ่มขึ้นในช่วงต้นปี 2562 ทั้งนี้ ปัจจัยที่มีผลต่อตลาดเครื่องดีมีแต่ละประเภทมีดังนี้สำหรับผู้ประกอบการเครื่องดีมีแอลกอฮอล์ในประเทศปี 2562-2564 คาดว่าจะกลับมาขยายตัวได้แต่ไม่มากนัก ผลกระทบจากภาครัฐยังคงควบคุมการทำตลาดและโฆษณา กำหนดโซนนิ่งห้ามดีมีเครื่องดีมีแอลกอฮอล์และรณรงค์/จัดกิจกรรมงดดีมีเครื่องดีมีแอลกอฮอล์อย่างต่อเนื่องกีดกันการเติบโตของผู้ประกอบการเครื่องดีมีแอลกอฮอล์ อีกทั้งรายได้ภาคเกษตรที่ยังอยู่ในระดับต่ำยังเป็นข้อจำกัดในการขยายตลาดระดับล่าง

ตาราง 6.2 เติบโตของผู้ประกอบการเครื่องดีมีแอลกอฮอล์

ประเภท	2560	2561	2562	2563	2564
เบียร์	6.2	1.4	2.4	5-10	2-4
สปิริต	2.1	3.2	3.1	-3	-2

ที่มา Krungsri Research

เบียร์: คาดว่าความต้องการบริโภคในประเทศในช่วงปี 2562-2564 จะกลับมาเติบโตเฉลี่ย 2-4% ต่อปี ตามภาวะเศรษฐกิจโดยรวมที่ขยายตัวต่อเนื่อง และอานิสงส์จากการเร่งทำตลาดในช่วงที่มีการจัดมหกรรมกีฬาสำคัญช่วยกระตุ้นยอดขายผ่านช่องทางร้านอาหารและสถานบันเทิง โดยเฉพาะคราฟท์เบียร์ที่ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นเป็นลำดับ และผู้ผลิตเบียร์รายใหญ่ของไทยเริ่มทำการผลิตคราฟท์เบียร์ในประเทศนอกจากนี้ ผู้ผลิตยังแตกไลน์สินค้าใหม่ โดยลดปริมาณแอลกอฮอล์และลดขนาดบรรจุภัณฑ์ ทำให้ราคาจำหน่ายไม่สูงนัก เพื่อชดเชยภาวะภาษีที่เพิ่มขึ้นจากโครงสร้างภาษีสรรพสามิตใหม่ จึงคาดว่าจะสามารถกระตุ้นตลาดได้บ้าง อย่างไรก็ตาม ผู้บริโภคบางส่วนหันมาใส่ใจสุขภาพมากขึ้นอาจทำให้เบียร์ไร้แอลกอฮอล์ซึ่งเป็นเช็กเมนต์ใหม่และกำลังเป็นที่นิยมทั่วโลกเข้ามาแย่งส่วนแบ่งตลาดเบียร์มีแอลกอฮอล์ได้

สุรา: คาดว่าการบริโภคในประเทศปี 2562-2564 จะมีแนวโน้มเติบโตเฉลี่ย 0-3% ต่อปี เนื่องจากราคาจำหน่ายที่เพิ่มขึ้นอาจเป็นข้อจำกัดในการบริโภคสุราของกลุ่มผู้บริโภคในตลาดระดับล่าง เช่น เกษตรกร แรงงานภาคก่อสร้าง เป็นต้น อย่างไรก็ตาม ผู้ผลิตสุรารายใหญ่วางแผนออกผลิตภัณฑ์ระดับพรีเมียมเพื่อกระตุ้นตลาดอาจมีผลให้ตลาดสุราระดับพรีเมียมขยายตัวได้มากกว่า



การส่งออกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อาจมีโอกาสดำเนินการเพิ่มขึ้นได้ เนื่องจาก การบริโภคในอาเซียนซึ่งเป็นตลาดส่งออกหลักของไทย (สัดส่วนกว่า 80% ของมูลค่าส่งออกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทั้งหมดของไทย) ยังมีแนวโน้มเติบโตดี และผู้ประกอบการไทยออกผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เพิ่มขึ้น เพื่อกระตุ้นตลาด รวมทั้งการขยายเครือข่ายกระจายสินค้าในตลาดเอเซียเพิ่มขึ้น อาทิ บมจ.ไทยเบฟเวอเรจ ร่วมทุนกับ บจก. เอเชียยูโร ไวน์ส แอนด์ สปีริตส์ (เซ็นเจิ้น) ซึ่งเป็นธุรกิจจำหน่ายเครื่องดื่มรายใหญ่ที่มีเครือข่ายในจีน สิงคโปร์ และมาเลเซีย อย่างไรก็ตาม การแข่งขันภายในตลาดอาเซียนค่อนข้างรุนแรง เนื่องจากผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ท้องถิ่นมีส่วนแบ่งการตลาดภายในประเทศค่อนข้างสูง ส่งผลให้ผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์รายใหญ่ของไทยต้องเข้าไปลงทุนเพื่อขยายฐานผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ของไทยพ่วงกับการทำตลาดผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น โดยให้ความสำคัญกับฐานการผลิตในท้องถิ่นเป็นหลักเพื่อช่วงชิงส่วนแบ่งการตลาด ตัวอย่างเช่น 1) บมจ.ไทยเบฟเวอเรจ ร่วมทุนกับ Saigon Beer Alcohol Beverage Joint Stock Corporation (Sabeco) ซึ่งเป็นบริษัทเบียร์รายใหญ่ที่สุดในเวียดนาม (ธ.ค.2560) 2) บมจ.ไทยเบฟเวอเรจ ร่วมลงทุนใน บจก. เมียนมาร์ ซัพพลาย เซน แอนด์ เซอร์วิส โภ (MSC) และ บจก. เมียนมาร์ ดิสทริบิวทอรี โค (MDC) ซึ่งเป็นโรงกลั่นสุรารายใหญ่ที่สุดในเมียนมาร์ ภายใต้แบรนด์ “Grand Royal” ซึ่งผลจากการเข้าไปลงทุนในประเทศเพื่อนบ้านของผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์รายใหญ่ของไทย จะทำให้ผู้ประกอบการสามารถรับรู้รายได้เพิ่มขึ้นเป็นลำดับ

### 6.3 ผลกระทบของเขตการค้าเสรีอาเซียนต่ออุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทย

จากการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจระดับภูมิภาค โดยเฉพาะการรวมกลุ่มเศรษฐกิจอาเซียน ซึ่งมีผลกระทบกับประเทศไทยจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างภาษี ตลอดจนการเชื่อมโยงในด้านต่างๆระหว่างประเทศภายใต้การเป็นประชาคมอาเซียน ได้ทำให้ตลาดการผลิตและการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของไทยเชื่อมต่อกับประเทศต่างๆในภูมิภาคอย่างซับซ้อน ดังนั้นจะเห็นว่าอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เป็นอีกอุตสาหกรรมที่ได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว โดยจะส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ได้มีอิทธิพลสำคัญต่อทั้งอุปสงค์ และอุปทานของธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศกำลังพัฒนา โดยเฉพาะประเทศไทยได้รับผลกระทบจากอาเซียน เนื่องจาก การค้าเสรีส่งผลให้เกิดตลาด เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ใหม่ๆ เติบโตมากขึ้น โดยเฉพาะ ประเทศกำลังพัฒนาที่ยังมีระดับ การบริโภคต่ำเมื่อ เทียบกับประเทศพัฒนาแล้ว จนเกิดปรากฏการณ์ การลงทุนข้ามชาติจากผู้ประกอบการระดับนานาชาติ ซึ่งสามารถสร้างความเชื่อมโยงระหว่างตลาด และ ทำให้ตลาดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศต่างๆ มีลักษณะที่ใกล้เคียงกันมากขึ้นและยังพบ รูปแบบการสร้างความร่วมมือที่หลากหลายระหว่างผู้ประกอบการภายในและภายนอกประเทศ เช่น การความร่วมมือในการผลิตเครื่องดื่มยี่ห้อ

นานาชาติ โดยผู้ประกอบการในประเทศ โดยผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องตี้ออลกอฮอลล์ในประเทศไทยสามารถแบ่งเป็นผลกระทบด้านต่างๆ ดังนี้

### 6.3.1 ผลต่อการค้าและการลงทุน

โดยทั่วไป ธุรกิจเครื่องตี้ออลกอฮอลล์ เป็นธุรกิจที่มีการเชื่อมโยงระหว่างประเทศ โดยธุรกิจเครื่องตี้ออลกอฮอลล์ มีการเชื่อมโยงระหว่างประเทศไทยและอาเซียนได้ หลายรูปแบบ เช่น

- การค้าระหว่างประเทศเป็นการซื้อ ขาย เครื่องตี้ออลกอฮอลล์ระหว่างประเทศ
- การลงทุนระหว่างประเทศ ซึ่ง เป็นการที่ธุรกิจมาลงทุนเครื่องตี้ออลกอฮอลล์

ระหว่างประเทศ เช่น การลงทุนผลิตจำหน่ายเครื่องตี้ออลกอฮอลล์ในประเทศอื่นๆ เช่น มาเลเซีย ฟิลิปปินส์

- การเคลื่อนย้ายแรงงานระหว่างประเทศ ซึ่ง เป็นการเดินทางไปทำงานระหว่างประเทศสมาชิกอาเซียน

จากข้อตกลงการค้าเสรีในอาเซียน ซึ่งมีการลดและยกเลิกข้อจำกัดต่างๆ ทั้งทางด้าน การค้าและการลงทุน รวมทั้งการเปิดเสรีในการเคลื่อนย้ายแรงงาน ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อตรงกับการค้าและการลงทุนในประเทศสมาชิก รวมทั้งประเทศไทย ซึ่งการเป็นสมาชิกอาเซียนทำให้ ชาวต่างชาติสามารถเข้ามาเปิดตลาด และลงทุนได้อย่างเสรีตามกฎหมายว่าด้วยการส่งเสริม การลงทุน การผลิตหรือการร่วมทุนกับท้องถิ่นในการตั้งโรงงานและสามารถใช้ทรัพยากรท้องถิ่นได้

สำหรับอุตสาหกรรมเครื่องตี้ออลกอฮอลล์ เป็นอุตสาหกรรมที่ต้องใช้พื้นที่มาก และการขนส่งระหว่างประเทศจะมีต้นทุนค่าขนส่งหรือโลจิสติกส์ค่อนข้างสูง ดังนั้น การทำธุรกิจ เครื่องตี้ออลกอฮอลล์ระหว่างประเทศจึงนิยมใช้วิธีการลงทุนโดยตรงระหว่างประเทศ คือ กาลงทุน ตั้งฐานการผลิตในประเทศต่างๆที่มีความต้องการบริโภคสูง หรือ ประเทศที่สามารถใช้เป็น ศูนย์กลางในการส่งต่อสินค้าได้ ซึ่งประเทศไทยเป็นประเทศที่มีการเปิดการค้าเสรีได้มีอยู่ทั้งใน ระดับทวิภาคีและพหุภาคีทั้งภาคสินค้าและการให้บริการ สำหรับการรวมกลุ่มภายใต้ประชาคม อาเซียน โดยมีการอนุญาตให้ผู้ประกอบการสามารถดำเนินธุรกิจด้านบริการได้อย่างเสรี และ ผู้บริโภคมีเสรีภาพที่จะเลือกใช้บริการต่างๆ ตามความพึงพอใจ โดยสาขาธุรกิจบริการที่อาเซียน เร่งรัดการรวมกลุ่มให้เห็นผลเป็นรูปธรรมมี 5 สาขา อย่างน้อยที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจเครื่องตี้ออลกอฮอลล์ก็คือ สาขาท่องเที่ยว เทคโนโลยีสารสนเทศ และโลจิสติกส์

ผลการทำที่สำคัญที่เกิดจากการเป็นสมาชิกของอาเซียนเกิดจากมาตรการการลด ภาษีอากรเหลือร้อยละศูนย์ สำหรับประเทศสมาชิก ซึ่งทำให้ประเทศไทยมีการนำเข้าเครื่องตี้ออลกอฮอลล์ได้มากขึ้นเนื่องจากไม่มีภาระด้านภาษีนำเข้า โดยทั่วไปการที่อัตราภาษีนำเข้าลดลง จะส่งผลทำให้ราคาจำหน่ายเครื่องตี้ออลกอฮอลล์นำเข้ามีราคาลดลง อย่างไรก็ตาม กรณี ประเทศไทยราคาเครื่องตี้ออลกอฮอลล์ไม่ได้ถูกลงตามที่ควรจะเป็น

เมื่อพิจารณาลักษณะการกระจายสินค้าประเภทเครื่องตี้ออลกอฮอล์ระหว่างประเทศในอาเซียน จะพบว่ามึลักษณะของการกระจายผ่านการนำเข้าและส่งออก โดยประเทศไทยเป็นฐานส่งออกที่สำคัญของสิงคโปร์ในภูมิภาค เนื่องจากประเทศสิงคโปร์ซึ่งเป็นประเทศที่ส่งออกเครื่องตี้ออลกอฮอล์โดยเฉพาะเปียร์มากที่สุดใภูมิภาค และมีการส่งออกเปียร์มายังประเทศไทยมากที่สุดในประเทศอาเซียน และมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยสิงคโปร์เป็นประเทศที่ใช้กรอบสิทธิประโยชน์ทางการค้ามากที่สุดเพื่อเอื้อประโยชน์ทางการค้าและเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน จนปัจจุบันสามารถกล่าวได้ว่าสิงคโปร์เป็นผู้เล่นหลักในอุตสาหกรรมเปียร์ในภูมิภาคอาเซียน

นอกจากนี้ ประเทศไทยยังได้กลายเป็นฐานการส่งออกเครื่องตี้ออลกอฮอล์ โดยเฉพาะเปียร์ไปยังประเทศกัมพูชา สปป. ลาว และเมียนมา โดยมีแนวโน้มดังกล่าวนี้เพิ่มขึ้นตั้งแต่ปี 2007 เนื่องจากการขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศกัมพูชา สปป. ลาว และเมียนมา ที่ทำให้ความต้องการบริโภคสินค้าเหล่านี้เพิ่มมากขึ้นด้วย อีกทั้งประเทศเหล่านี้ล้วนมีพรมแดนทางบกติดต่อกับประเทศไทย รวมถึงมีพัฒนาการทางประวัติศาสตร์ของการเชื่อมโยงระหว่างกันที่ทำให้ไทยเปรียบเสมือนประตูในการเชื่อมต่อประเทศเหล่านี้กับต่างประเทศ โดยเฉพาะเมืองชายแดนไทย-กัมพูชา ที่มีการได้ขยายตัวจนกลายเป็นเมืองหน้าด่านทางการค้าระหว่างไทย และกัมพูชา อาทิ สระแก้ว จันทบุรี และตราด ได้กลายเป็นช่องทางในการขนส่งเครื่องตี้ออลกอฮอล์ระหว่างไทยกับกัมพูชา โดยการนำเข้าเครื่องตี้ออลกอฮอล์จากไทยนั้นมีทั้งการนำเข้าแบบถูกกฎหมาย และการลักลอบนำเข้าโดยหลบเลี่ยงภาษีนอกจากนี้ ยังมีการค้าในด้านชายแดนอื่นๆ เช่น เมืองชายแดนไทย-เมียนมา ที่ถือเป็นช่องทางกรนำเข้าที่สำคัญของประเทศเมียนมา

ประเทศไทย ยังได้รับผลกระทบสำหรับการนำเข้าและส่งออกระหว่างไทยกับ สปป. ลาว การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างภาษีภายใต้ข้อตกลงเขตการค้าเสรีอาเซียน (AFTA) ในปี 2010 มีผลให้ไทยต้องลดภาษีนำเข้าเครื่องตี้ออลกอฮอล์ลงเหลือร้อยละ 0 โดยเปียร์นำเข้าจากลาวสามารถเข้ามาทำตลาดด้วยราคาที่ถูกลงเพราะสามารถแจ้งในราคาที่ต่ำ จากการที่ไม่ต้องเสียภาษีนำเข้า นอกจากค่าใช้จ่ายในกระบวนการส่งออกที่เกิดขึ้นการจัดเก็บภาษี ณ หน้าโรงงานของกรมสรรพสามิตที่ถูกลงให้ลดลง ทำให้เปียร์ที่มีฐานการผลิตในประเทศเสียเปรียบในด้านราคา ในทางตรงข้ามการที่รัฐบาล สปปลาวเสนอสินค้าเปียร์เข้าในบัญชีที่มีการอ่อนไหว ทำให้การส่งออกเปียร์จากไทยไปยัง สปป. ลาวมีอุปสรรคจากการจัดเก็บอัตราภาษีขาเข้าที่สูงถึงร้อยละ

### 6.3.2 ผลกระทบต่อการบริโภคที่สัมพันธ์กับภาษีในเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ในด้านสถานการณ์ด้านการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศที่ศึกษามีแนวโน้มโดยรวมคือมีการบริโภคที่เพิ่มมากขึ้น แต่ต่างเฉพาะอัตราการเพิ่มและชนิดของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยประเทศที่มีการพัฒนาทางเศรษฐกิจสูงอย่างฟิลิปปินส์กับสิงคโปร์ซึ่งมีปริมาณการบริโภคที่สูงอยู่แล้วจะมีอัตราการเพิ่มขึ้นที่ต่ำกว่าประเทศที่กำลังเริ่มขยายตัวทางเศรษฐกิจอย่าง กัมพูชา สปป. ลาว และเมียนมาร์ นอกจากนี้ ยังเห็นความเปลี่ยนแปลงของชนิดของเครื่องดื่ม โดยเฉพาะประเทศที่กำลังพัฒนาในทางเศรษฐกิจเริ่มเปลี่ยนจากการบริโภคสุรากลุ่มมาบริโภคเบียร์มากขึ้น

สำหรับประเทศไทย การเป็นสมาชิกของอาเซียนเกิดจากมาตรการการลดภาษีอากรเหลือร้อยละศูนย์ ซึ่งส่งผลกระทบต่อราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่ง สุราบางชนิดที่มีระดับแอลกอฮอล์สูง มีราคาสูงเนื่องจากภาษีนำเข้า จะมีราคาที่ขายในประเทศต่ำลง โดยเฉพาะกรณีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นำเข้าจากประเทศสมาชิกในอาเซียน เช่น กรณีวิสกี้นำเข้าที่มีราคาราคาถูกลงเนื่องจากอัตราภาษีที่ต่ำลง จึงทำให้ประชมนนประเทศไทย สามารถเข้าถึง และบริโภควิสกี้ ได้มากขึ้น อย่างไรก็ตาม ประเทศไทยได้มีการจัดเก็บอัตราภาษีสรรพสามิต ที่จำกัดการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และเพื่อป้องกันผู้นำเข้ารายงานราคานำเข้า (c.i.f. Price) ต่ำกว่าความจริง รัฐควรกำหนดภาษีสรรพสามิตจากฐานราคาขายปลีก แต่เพื่อมิให้เกิดปัญหาเลือกปฏิบัติ ควรจัดเก็บภาษีฟุ่มเฟือยอัตราก้าวหน้า

นอกจากนี้ การคำนวณแบบฝังใน (inclusive) ทำให้ผู้นำเข้าเสียภาษีจำนวนมาก โดยเฉพาะวิสกี้ สก๊อต และไวน์ ราคาแพง ยังมีการลักลอบนำเข้าสุราบางประเภทในปริมาณสูง ดังจะเห็นได้จากการมีสุราเถื่อนขายอย่างกว้างขวางในกรุงเทพฯ และจังหวัดใกล้เคียงแดนประเทศ

### 6.3.3 ผลกระทบด้านอื่นๆ

จากการศึกษาเอกรมและสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่รัฐ และผู้เกี่ยวข้อง เจ้าหน้าที่สรรพสามิต และเจ้าหน้าที่จากกรมการค้าระหว่างประเทศ พบว่า เจ้าหน้าที่ที่ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบของการเข้าเป็นสมาชิกอาเซียนต่ออุตสาหกรรมในประเทศไทย ดังนี้

1) การเข้าเป็นสมาชิกอาเซียนซึ่งมีแนวทางการพัฒนาให้เป็นตลาดและฐานการผลิตเดียวกัน ซึ่งมีผลทำให้มีเคลื่อนย้ายสินค้าและการลงทุนได้อย่างเสรี นอกจากนี้ ยังมีการเคลื่อนย้ายเงินทุนอย่างเสรีมาก ทำให้ ประเทศไทยได้รับประโยชน์ในการเข้ามาลงทุน

2) จากการการลดภาษีอากรเหลือร้อยละศูนย์ ทำให้ราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นำเข้ามาราคาต่ำลง เช่น เหล้าวอดก้ามีราคาลดลง ในขณะที่สุราไทย เช่น สุราขาวใน

ประเทศซึ่งมีการเก็บภาษีสรรพสามิตสูงขึ้น ซึ่งทำให้ราคาเครื่องสำอางสูงขึ้นให้ใกล้เคียงกับเหล้าวอดก้า ซึ่งอาจจะมีผลทำให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่นำเข้าจากต่างประเทศได้เพิ่มขึ้น

3) ผลกระทบที่เกิดขึ้นกับหน่วยงานจัดเก็บภาษีจะเห็นได้ชัดว่า กรมศุลกากรที่มีหน้าที่ในการเก็บภาษีนำเข้า จะเสียรายได้จากภาษีนำเข้าที่ลดลง ในขณะที่ผลกระทบที่เกิดขึ้นกับภาษีสรรพสามิต ซึ่งมีการเก็บจากทั้งมูลค่าและปริมาณ ซึ่งจะมีรายได้เพิ่มขึ้น

4) ประเทศไทยสามารถส่งเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไปขายให้กลุ่มประเทศสมาชิกเพิ่มขึ้น ซึ่งจากสถานการณ์ด้านการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศสมาชิกอาเซียนมีแนวโน้มโดยรวมเพิ่มขึ้น แต่จะแตกต่างกันเฉพาะตามชนิดของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยเฉพาะประเทศที่กำลังพัฒนาในทางเศรษฐกิจเริ่มเปลี่ยนจากการบริโภคสุรา มาบริโภคเบียร์มากขึ้น ซึ่งมีหลายประเทศนำเข้าเบียร์จากประเทศไทย เช่น กัมพูชามีการนำเข้าเบียร์จากไทย โดยมีการนำเข้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากไทยมากเป็นอันดับสองรองจากสิงคโปร์ โดยบริษัทผู้ผลิตเบียร์ของไทย ทั้งเบียร์สิงห์และเบียร์ลิโอดีเข้าไปทำตลาดในกัมพูชามากขึ้น ส่งผลให้แนวโน้มการนำเข้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากไทยมีปริมาณสูงขึ้น นอกจากนี้ ประเทศเมียนมาร์มีการนำเข้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากต่างประเทศของเมียนมาร์มักนำเข้าผ่านประเทศไทยรวมถึงเครื่องดื่มไทยโดยเฉพาะเบียร์สิงห์ที่เข้าไปมีส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มขึ้น จึงส่งผลต่อแนวโน้มการส่งออกเครื่องดื่มจากไทยไปเมียนมาร์ที่เพิ่มขึ้นด้วย

5) ในส่วนของการนำเข้า ในขณะที่ประเทศไทยได้ประโยชน์จากการส่งออกได้มากขึ้นจากการลดภาษีสินค้านำเข้าระหว่างประเทศสมาชิก ในขณะที่เดียวกัน ประเทศไทยก็มีการนำเข้าเบียร์จากประเทศเพื่อนบ้านได้มากขึ้น เช่น ในกรณี สปป ลาว ซึ่ง เบียร์ Beerlao อยู่ในตลาดระดับEconomy มีส่วนแบ่งการตลาด ร้อยละ 97.5 ซึ่งประเทศไทยไม่สามารถเข้าแย่งส่วนแบ่งตลาดใน สปป ลาว ได้ ในขณะที่เดียวกับ ประเทศไทยเริ่มนิยม เบียร์ลาวมากขึ้น ซึ่งส่งผลทำให้ประเทศไทยมีการนำเข้าเบียร์จาก สปป ลาว มากขึ้น

6) การโยกย้ายด้านภาษีที่เกี่ยวข้องกับการจำกัดการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของแต่ละประเทศ ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อการเคลื่อนย้ายสินค้าโดยเฉพาะเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ระหว่างประเทศแล้วจะพบว่า ในบางประเทศใช้นโยบายภาษีสรรพสามิตยังคงเป็นเครื่องมือสำคัญเพื่อปกป้องอุตสาหกรรมภายในประเทศ เช่น สปป.ลาว และ เมียนมาร์ ที่ได้มีการการเก็บภาษีใน

อัตราที่สูงในเครื่องตีมแอลกอฮอล์ หรือ ประเทศบรูไน มาเลเซีย และอินชียนที่มีการห้ามนำเข้าเครื่องตีมแอลกอฮอล์ ซึ่งมาตรการที่กล่าวมาทำให้เกิดการลักลอบการนำเข้าเครื่องตีมแอลกอฮอล์ที่ผิดกฎหมายในหลายประเทศ รวมทั้งประเทศไทยด้วย เช่น ประเทศกัมพูชาที่มีการเก็บภาษีในอัตราที่ต่ำและนโยบายส่งเสริมการค้าการลงทุนของกัมพูชาทำให้เครื่องตีมแอลกอฮอล์ในกัมพูชามีราคาถูกลงกว่าไทย ทำให้เกิดการลักลอบนำเข้าเครื่องตีมแอลกอฮอล์ผ่านชายแดนไทย โดยหลบเลี่ยงภาษีเพื่อที่จะได้ขายในราคาที่ต่ำแข่งกับเครื่องตีมแอลกอฮอล์ของกัมพูชา ดังนั้นจึงแนวโน้มที่มีการเข้าเครื่องตีมแอลกอฮอล์จากไทยเพิ่มมากขึ้น

## บทที่ 7

### สรุปผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัย เรื่อง ข้อตกลงการค้าเสรีอาเซียนและผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องตีมีแอลกอฮอล์ในประเทศไทย ในบทนี้ได้แบ่งการนำเสนอออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้ประเด็นสำคัญในการนำเสนอ ดังนี้

#### 7.1 สรุปผลผลการวิจัยและอภิปรายผล

#### 7.2 ข้อเสนอแนะ

#### 7.1 สรุปผลผลการวิจัยและอภิปรายผล

ข้อตกลงการค้าเสรีอาเซียน เป็นความพยายามในการสร้างความร่วมมือทางเศรษฐกิจที่ใหญ่ที่สุดของกลุ่มประเทศกำลังพัฒนาโดยมีวัตถุประสงค์ในการเข้าสู่ภาวะตลาดเดียว ทั้งในด้านสินค้าและบริการ แรงงาน และสินค้าทุน ซึ่งจะเคลื่อนย้ายไปมาระหว่างประเทศในอาเซียนได้อย่างเสรีและปลอดภาษีศุลกากร ซึ่งส่งผลทำให้เครื่องตีมีแอลกอฮอล์และสุรา ซึ่งถือเป็นสินค้าทั่วไปและอยู่ในกลุ่มสินค้าปกติที่ได้รับการยกเว้นภาษีศุลกากรและสามารถเคลื่อนย้ายได้โดยเสรี ซึ่งส่งผลทำให้อุตสาหกรรมการผลิตเครื่องตีมีแอลกอฮอล์ ถือเป็นอีกหนึ่งอุตสาหกรรมที่มีโอกาสเติบโตและได้ประโยชน์ในประชาคมอาเซียน โดยเฉพาะประเทศที่มีใช้ชาตีมุสลิม ซึ่งส่งผลทำให้อุตสาหกรรมการผลิตเครื่องตีมีแอลกอฮอล์เติบโตได้อย่างต่อเนื่อง และส่งผลต่อการบริโภคเครื่องตีมีแอลกอฮอล์เพิ่มขึ้นด้วยเช่นกัน

อย่างไรก็ตามเครื่องตีมีแอลกอฮอล์เป็น จัดเป็นสินค้าที่ส่งผลกระทบต่อสุขภาพทั้งต่อตัวผู้ดื่มทั้งในด้านสุขภาพ เช่น โรคพิษสุราเรื้อรัง โรคมะเร็ง นอกจากนี้ยังส่งผลกระทบต่อภายนอกถึงผู้อื่นด้วย ซึ่งจากการสำรวจผลกระทบจากการตีมีเครื่องตีมีแอลกอฮอล์ทำให้เกิดอุบัติเหตุจราจร และก่อให้เกิดความสูญเสียทางเศรษฐกิจจำนวนมาก ดังนั้น รัฐบาลของหลายๆ ประเทศ จึงได้มีการออกมาตรการต่างๆ เพื่อควบคุมระดับการบริโภคเครื่องตีมีแอลกอฮอล์ เพื่อลดความเสียหายดังกล่าวทั้งมาตรการด้านภาษีและไม่ใช้ภาษี ซึ่งจะเห็นว่าข้อตกลงการค้าเสรีอาเซียน มีผลกระทบต่อการปรับนโยบายการควบคุมการเครื่องตีมีแอลกอฮอล์และการจัดเก็บภาษีสุราในกลุ่มประเทศสมาชิก ไทย ดังนั้นเพื่อให้นโยบายการควบคุมการบริโภคเครื่องตีมีแอลกอฮอล์ของประเทศ เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และสามารถสร้างรายได้แก่รัฐอย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งสามารถควบคุมหรือจำกัดการบริโภคเครื่องตีมีแอลกอฮอล์ จึงจำเป็นต้องศึกษา และเข้าใจบริบทของข้อตกลงการค้าเสรีอาเซียน และกำหนดนโยบายการ

ควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ของประเทศสมาชิกใน ASEAN นอกจากนี้ ยังต้องเข้าใจถึงผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ในประเทศไทย โดยการวิจัยฉบับนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อที่จะศึกษา บริบทของข้อตกลงการค้าเสรีอาเซียน และกำหนดนโยบายการควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ของประเทศสมาชิกใน ASEAN นอกจากนี้ยังศึกษาถึงผลกระทบของการค้าเสรี ASEAN ต่ออุตสาหกรรมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ในประเทศไทยโดยเฉพาะผลกระทบต่อปริมาณการบริโภคเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ ซึ่งงานวิจัยนี้จะสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการกำหนดแนวทาง การเตรียมความพร้อม และมาตรการควบคุมปริมาณการบริโภคเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ได้

จากผลการศึกษา พบว่า มาตรการที่สำคัญในการควบคุมปริมาณการบริโภคเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ในประเทศสมาชิกอาเซียน สามารถสรุปได้ ดังนี้

### 7.1.1 มาตรการภาษสรพสามิตสุราในกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียน

มาตรการทางภาษีนมาตรการสำคัญที่ภาครัฐของแต่ละประเทศในกลุ่มอาเซียนใช้ในการจำกัดการเข้าถึงเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ ภายใต้ข้อตกลงการเป็นประเทศสมาชิกอาเซียน 10 ประเทศ ทำให้การออกแบบระบบภาษีสรรพสามิตสุราเพื่อตอบสนองนโยบายภายในประเทศจะต้องคำนึงถึงข้อจำกัดและข้อตกลงต่างๆของประเทศสมาชิกในอาเซียน เนื่องจากประเทศสมาชิกอาเซียนจะมีความร่วมมือเพิ่มมากขึ้นในการพัฒนาความร่วมมือด้านเศรษฐกิจได้เป็นตลาดและฐานการผลิตเดียวในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน มาตรการทางภาษีมักมีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับการกำหนดราคาเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ ซึ่งรัฐบาลหลายประเทศในภูมิภาคอาเซียนเชื่อว่าเป็นมาตรการที่จะช่วยจำกัดการเข้าถึงเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ของประชาชนได้ เนื่องจากส่งผลให้เครื่องตี้มแอลกอฮอล์มีราคาจำหน่ายสูงกว่าเครื่องตี้มประเภทอื่นๆ ค่อนข้างมาก

ถึงแม้ว่าประเทศสมาชิกอาเซียนมีการใช้โครงสร้างภาษีเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ที่แตกต่างกันตามสภาพแวดล้อมและกฎหมายของแต่ละประเทศหลากหลาย แต่จากการศึกษาพบว่า การจัดเก็บภาษีระบบการจัดเก็บภาษีแอลกอฮอล์มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นรายได้ของรัฐบาลและยังเป็นการป้องกันอุตสาหกรรมภายในประเทศ และลดการบริโภคเครื่องตี้มแอลกอฮอล์โดยการจัดเก็บภาษีจากเครื่องตี้มแอลกอฮอล์อาเซียน จะมีการเก็บทั้งที่เป็นภาษีสกุลการและภาษีสรรพสามิตสุรา

ภาษีสรรพสามิตหรือภาษีเครื่องตี้มแอลกอฮอล์เป็นภาษีที่จัดเก็บจากผู้ผลิตหรือจัดจำหน่ายเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ โดยประเทศในกลุ่มอาเซียนที่ประชากรส่วนใหญ่นับถือศาสนาอิสลามที่รัฐไม่อนุญาตให้จัดจำหน่ายเครื่องตี้มแอลกอฮอล์โดยเด็ดขาด ได้แก่ ประเทศบรูไน จะไม่มีการจัดเก็บภาษีภาษีเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ ในขณะที่ประเทศอื่นๆ มีการจัดภาษีสรรพสามิตหรือภาษีเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ โดยมีวิธีการกำหนดอัตราภาษี วิธีการคำนวณและการจัดเก็บ



ภาษีแตกต่างกัน บางประเทศ เช่น สิงคโปร์ มีการกำหนดอัตราภาษีเป็นจำนวนเงินตามชนิดของ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ขณะที่อีกหลายประเทศมีการกำหนดอัตราภาษีเป็นร้อยละของมูลค่า เครื่องดื่มตามชนิดของเครื่องดื่ม ได้แก่ สเปน ลาว และเวียดนาม สำหรับประเทศไทยได้มีการ กำหนดอัตราภาษีด้วยการจัดเก็บเป็นจำนวนเงินตามปริมาณและอัตราร้อยละตามมูลค่า นอกจากนี้ ยังมีการเก็บภาษีอื่น ๆ ซึ่งเป็นมาตรการของแต่ละประเทศที่ต้องการเรียกเก็บจาก ผู้บริโภค โดยมีการเรียกที่แตกต่างกัน เช่น มาเลเซียเรียกภาษีประเภทนี้ว่า ภาษีสินค้าและบริการ (Goods and Services Tax: GST) กัมพูชา เก็บภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และบุหรี (Tax on Public Lighting: PLT) ในขณะที่เวียดนามเรียกว่าภาษีการบริโภคสินค้าพิเศษ (Special Consumption Tax) เป็นต้น

### 7.1.2 มาตรการที่ไม่ใช่ภาษีในกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียน

นอกจากการใช้มาตรการทางภาษีในการจำกัดและควบคุมการบริโภคเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ ประเทศต่างในอาเซียน ยังมีการใช้มาตรการอื่นที่ไม่ใช่ภาษีในการจำกัดและควบคุม การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เช่น

- มาตรการการจำกัดอายุผู้บริโภคในกลุ่มประเทศอาเซียน

รัฐบาลในกลุ่มประเทศอาเซียนได้มีการกำหนดมาตรการการจำกัดอายุ ผู้บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เพื่อให้เกิดความปลอดภัยกับผู้บริโภค และลดการบริโภค เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชน และป้องกันการเริ่มบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนวัยอัน ควร โดยประเทศส่วนใหญ่จะมีการจัดตั้งหน่วยงานเพื่อเข้ามาดูแลให้การคุ้มครองผู้บริโภคที่ ดื่มแอลกอฮอล์เฉพาะ โดยประเทศส่วนใหญ่มีการกำหนดอายุขั้นต่ำของผู้บริโภคที่ 18 ปี เช่น สเปน ลาว ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ และ เวียดนาม ในขณะที่บางประเทศกำหนดอายุขั้นต่ำของ ผู้บริโภคที่ 21 ปี เช่น กัมพูชา และอินโดนีเซีย

- มาตรการการควบคุมการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเทศอาเซียน

รัฐบาลในกลุ่มประเทศอาเซียนได้มีการกำหนดมาตรการควบคุมการจำหน่าย เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศอาเซียน โดยเฉพาะการควบคุมการจำหน่ายในร้านค้าปลีก เนื่องจาก ร้านค้าปลีก เป็นช่องทางที่ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ง่ายที่สุด กล่าวคือ หากยิ่งเอื้อประโยชน์ในการจัดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากยิ่งขึ้น ยิ่งทำให้ ปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพิ่มขึ้น ดังนั้นหลายประเทศจึงกำหนดมาตรการเพื่อ

ควบคุมร้านค้าปลีก เช่น การจำกัดจำนวนร้านค้าปลีก และการกำหนดเวลาในการจัดจำหน่าย (กัมพูชา,ไทย ) หรือในบางประเทศเช่น ประเทศบรูไน มีการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกชนิดโดยเด็ดขาด เป็นต้น

- **มาตรการควบคุมการดื่มแอลกอฮอล์ในขณะขับขี่ยานพาหนะในกลุ่ม**

**ประเทศอาเซียน**

มาตรการ การควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในขณะขับขี่ยานพาหนะ ส่วนใหญ่มักจะเป็นการควบคุมระดับแอลกอฮอล์ในกระแสเลือดขณะขับขี่ยานพาหนะเพื่อเป็นการตรวจสอบผู้ขับขี่ว่ามีสติและการรับรู้เพียงพอที่จะควบคุมยานพาหนะได้ โดยประเทศต่างๆ จะควบคุมโดยการกำหนดบทลงโทษสำหรับผู้ที่มีระดับแอลกอฮอล์ในกระแสเลือดสูงเกินกว่าที่กฎหมายของประเทศนั้นกำหนด โดยในประเทศสมาชิกอาเซียนทั้ง 10 ประเทศนี้ มีการกำหนดระดับแอลกอฮอล์ในกระแสเลือดขณะขับขี่ยานพาหนะ ยกเว้นประเทศอินโดนีเซีย ที่ยังไม่มีกฎหมายเพื่อควบคุมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในขณะขับขี่ยานพาหนะที่ชัดเจน โดย มาตรการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในขณะขับขี่ยานพาหนะในกลุ่มประเทศอาเซียน แต่ละประเทศจะมีการกำหนดปริมาณแอลกอฮอล์ในกระแสเลือดขณะขับขี่ยานพาหนะในระดับที่แตกต่างกัน เช่น สิงคโปร์ ผู้มีการกำหนดแอลกอฮอล์ในกระแสเลือดไม่เกินกว่า 80 มิลลิกรัมเปอร์เซ็นต์ ประเทศไทยกำหนดที่ 50 มิลลิกรัม เปอร์เซ็นต์ อย่างไรก็ตาม ยังมีบางประเทศในอาเซียนที่ไม่ให้มีปริมาณแอลกอฮอล์ในกระแสเลือดขณะขับขี่ยานพาหนะเลย เช่น ฟิลิปปินส์ไม่ให้มีปริมาณแอลกอฮอล์ในกระแสเลือดขณะขับขี่ยานพาหนะเลยสำหรับบรรดารถและรถสาธารณะ

- **มาตรการควบคุมการโฆษณาในกลุ่มประเทศอาเซียน**

มาตรการควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เป็นมาตรการที่รัฐบาลจัดทำขึ้นเพื่อจำกัดการจัดการโฆษณา การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย และการตลาดอื่นๆ เพื่อต้องการจำกัดการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประชาชน โดยมาตรการควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มประเทศอาเซียนแต่ละประเทศมีความแตกต่างกันขึ้นอยู่กับบริบทด้านวัฒนธรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ศาสนา ซึ่งจากการศึกษา มาตรการควบคุมการโฆษณาในกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียนสามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือประเทศที่มีการ การห้ามการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยเด็ดขาด เช่น บรูไน มาเลเซีย และอินโดนีเซีย และ การเข้มงวดเรื่องการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เช่น การกำหนดเวลาโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การ

กำหนดฉลากคำเตือนอันตรายต่อสุขภาพบนโฆษณาหรือบรรจุภัณฑ์ และ การออกระเบียบการโฆษณาแอลกอฮอล์ เป็นต้น

### ● มาตรการควบคุมเชิงพื้นที่ในกลุ่มประเทศอาเซียน

มาตรการควบคุมเชิงพื้นที่ในกลุ่มประเทศอาเซียน เป็นมาตรการ การ สงวนพื้นที่สำคัญของประเทศเพื่อไม่ให้มีการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เป็นมาตรการที่ทุก ประเทศในกลุ่มอาเซียนนิยมใช้กัน โดยจะมีการกำหนดพื้นที่ ที่ประเทศส่วนใหญ่อนุญาตให้ดื่ม เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เช่น สถานที่ราชการ ศาสนสถาน สถานศึกษา หรือสวนสาธารณะ โดย มาตรการเข้มงวดในประเด็นดังกล่าวแตกต่างกัน ซึ่งสามารถสรุปแบ่งได้เป็น 2 กลุ่ม คือ ประเทศ ที่มีมาตรการควบคุมเชิงพื้นที่อย่างเด็ดขาดประเทศในกลุ่มนี้คือบรูไนซึ่งมีกฎหมายชารีอะห์ ซึ่งไม่ อนุญาตให้ทั้งผู้ที่เป็นมุสลิมและผู้ที่ไม่ใช่มุสลิม รวมทั้งนักท่องเที่ยวบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในพื้นที่สาธารณะ และประเทศที่มีมาตรการควบคุมเชิงพื้นที่ประเทศในกลุ่มนี้คือ ไทย สปป. ลาว เมียนมาร์ และสิงคโปร์ซึ่งมาตรการทางกฎหมายอย่างชัดเจนในการควบคุมเชิงพื้นที่สำคัญ เช่น ศาสนสถาน สถานศึกษา สถานที่ราชการ เป็นต้น

## 7.2 ข้อเสนอแนะ

### ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

1. จากการศึกษา พบว่า อุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ สามารถกระตุ้นให้ ผู้บริโภคเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้สูงขึ้น ด้วยกลยุทธ์ทางการตลาด การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ซึ่งจะเป็นว่าในทุกประเทศในอาเซียน มีการใช้มาตรการควบคุมการโฆษณา อย่างไรก็ตาม ก็ยังไม่สามารถจำกัดที่บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้มากนัก ดังนั้น รัฐบาลอาจจะ ต้องมีการออกกฎหมาย (regulation) เพื่อจำกัดการเข้าถึงในทั้งในการจำกัดเข้าถึงทางกายภาพ และการเข้าถึงทางสังคม นอกจากนี้ รัฐบาลควรมีการสร้างแรงจูงใจให้มีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม และปรับเปลี่ยนทัศนคติและความนิยมของปัจเจกบุคคลที่มีต่อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งจะมี บทบาทในการลดระดับการเข้าถึงทางสังคม และการเข้าถึงทางจิตวิทยาด้วย

2. จากการศึกษาพบว่า รัฐบาลไทยมีการดำเนินนโยบายจำกัดการบริโภค เครื่องดื่มแอลกอฮอล์บ้างแล้วทุกนโยบายแต่ในระดับที่แตกต่างกัน และเมื่อนำนโยบายต่างๆ ของ รัฐบาลเหล่านี้ มาวิเคราะห์ร่วมกับสถานการณ์การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศไทยใน

ปัจจุบัน และกลยุทธ์ทางการตลาดของกลุ่มอุตสาหกรรมเครื่องตี้อัลกอฮอลล์ที่มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ทำให้พบว่ามีช่องว่างทางนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อยู่อีกมาก รัฐสามารถใช้โอกาสนี้ในการพัฒนาและปฏิรูบนโยบายต่างๆ ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น บัญญัติกฎหมายหรือกำหนดนโยบายใหม่ๆ เพื่อรับมือกับกลยุทธ์ของอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ตลอดจนรูปแบบการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของคนไทยที่เปลี่ยนแปลงไป

3. รัฐบาลควรกำหนดให้มีนโยบายภาพคำเตือนบนบรรจุภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ที่แสดงให้เห็นเด่นชัดและง่ายต่อการเข้าใจ โดยให้ถือว่าภาพคำเตือนเป็นเสมือนพื้นที่ที่ผู้ผลิตจะให้ความรู้ในด้านผลกระทบของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่ประชาชน อันเป็นการแสดงออกถึงความรับผิดชอบต่อสังคมทางหนึ่ง

4. รัฐบาลควรเพิ่มความเข้มข้นของการบังคับใช้ กฎหมายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณา เนื่องจากในปัจจุบันยังมีผู้ผลิตหรือร้านค้าที่ละเมิดกฎหมายโดยการโฆษณาแฝงอยู่มาก เช่น ร้านค้าที่จัดให้มีการลด แลก แจก แถม เครื่องดื่มแอลกอฮอล์

5. รัฐบาล ควรเคร่งครัดกับมาตรการเดิมที่มีอยู่ เช่น การกำหนดใบอนุญาต มาตรการกำหนดอายุ และ ช่วงเวลาจะหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เนื่องจากการวิจัยพบว่า ยังมีผู้ประกอบการบางรายไม่ปฏิบัติตามมาตรการดังกล่าว ทำให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้มากขึ้น

### ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1) การวิจัยในครั้งนี้เป็นวิจัยเชิงโดยเน้นการวิธีการศึกษาโดยการทบทวนเอกสาร (Documentary Research) ซึ่งยังไม่สามารถเข้าถึงข้อมูลเชิงลึกได้ ดังนั้นในการทำวิจัยในครั้งต่อไป ผู้วิจัยควรเลือกใช้เครื่องมืออื่นๆ ประกอบด้วย เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก หรือการจัดสนทนากลุ่ม เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นเชิงประจักษ์มากขึ้น

2) ในการศึกษานี้ มีข้อจำกัดในการหาข้อมูล ซึ่งเอกสารทางวิชาการที่ให้ข้อมูลของบางประเทศมีจำกัด ซึ่ง ควรเพิ่มเติมวิธีการวิจัยโดยอาศัยการสัมภาษณ์ประกอบด้วย การทำวิจัยในครั้งต่อไป ผู้วิจัย ควรใช้การวิเคราะห์เชิงปริมาณ เพื่อวิเคราะห์ผลกระทบจากการเข้าร่วมไรอาเซียนต่ออุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

3) ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิเคราะห์ภาพรวมของประเทศสมาชิกทั้ง 10 ประเทศในอาเซียน ซึ่งเป็นภาพเชิงมหภาค โดยแผนการการทำวิจัยในครั้งต่อไป ผู้วิจัยควรเป็นการวิจัยเชิงลึก เป็นประเทศ หรือ ศึกษาผลกระทบต่อการบริโภค เป็นต้น

### บรรณานุกรม

ขวัญฤทัย รัตนพรม และคณะ.(2554). การทดสอบความเที่ยงตรงและเชื่อมั่นของเครื่องมือการประเมินความสามารถด้านความรู้ความเข้าใจสำหรับผู้มีปัญหาด้านสุขภาพจิตจากแอลกอฮอล์. กรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข.

เชมณัฐ ลินสายอ. (2548). การมีส่วนร่วมของชุมชนในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเขตหญิง หมู่บ้านแห่งหนึ่งในจังหวัดนครราชสีมา.วิทยานิพนธ์ปริญญาสาธารณสุขศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

โครงการสารานุกรมไทยสำหรับเยาวชน โดยพระราชประสงค์ในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว. (2555).สารานุกรมไทยสำหรับเยาวชน เล่มที่ 27, ค้นเมื่อ 15 สิงหาคม 2557, จาก <http://kanchanapisek.or.th/kp6/sub/book/book.php?page=main&book=27>

จิราภรณ์ กมลรังสรรค์ และคณะ.(2561). สถานการณ์จุดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์.

วารสารวิจัยระบบสาธารณสุข, 12 (1), 42- 55

<http://ihpptaigov.net/DB/publication/attachdomestic/292/Full-text.pdf>

จูน เจริญเสียง และ ดนุพล อริยสัจจากร. (2558). “ผลของการลงทุนทางตรงไปยังประเทศอาเซียนที่มีต่อศักยภาพของอุตสาหกรรมอาหารไทย” ชุดโครงการ การศึกษาเงินลงทุนทางตรงระหว่างประเทศขาออกของประเทศไทยสนับสนุนโดย สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

ฉัตรสุมน พงศ์มิถิญา. (2551). การคุ้มครองผู้บริโภคด้านสุขภาพ : นโยบาย หลักกฎหมายและการบังคับใช้. กรุงเทพฯ : เจริญดีมั่นคงการพิมพ์.

ฉัตรสุมล พงศ์มิถิญา. (2555). การติดตามผลการค้าเสรีในเครื่องดื่มแอลกอฮอล์.สสส. และศูนย์วิจัยปัญหาสุรา (ศวส.)

ชลธาร วิศรุตวงศ์และคณะ. (2554). การศึกษาเชิงเปรียบเทียบภาษาสุรา: กรณีศึกษาประเทศไทย สิงคโปร์ ฟิลิปปินส์เกาหลีออสเตรเลีย และประชาคมยุโรป สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ. (สสส.)และศูนย์วิจัยปัญหาสุรา (ศวส.)

ชลธิชา โรจนแสง. (2550). **เยาวชนไทย : กรณีศึกษาพฤติกรรมการดื่มสุราของนักเรียนมหาวิทยาลัยขอนแก่น ในปี พ.ศ. 2550**. วิทยานิพนธ์ ศษ.ม., มหาวิทยาลัยขอนแก่น, ขอนแก่น

ธนะพงษ์ โพธิ์ปิติ และ กรกรณ์ย์ ชีวะตระกูลพง .(2560). “ผลกระทบของการลงทุนโดยตรง  
ขาออกในต่างประเทศต่อการส่งออกและมูลค่าเพิ่มที่ส่งผ่านไปยังเศรษฐกิจไทย”  
ชุดโครงการการศึกษาเงินลงทุนทางตรงระหว่างประเทศขาออกของประเทศไทย  
สนับสนุนโดย สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

เนื่อแพร เล็กเฟื่องฟู และคณะ .(2560). “การศึกษาผลกระทบของการลงทุนตรงของไทยใน  
ต่างประเทศต่อตลาดแรงงานในประเทศในระดับภาคเศรษฐกิจ ” ชุดโครงการ  
การศึกษาเงินลงทุนทางตรงระหว่างประเทศขาออกของประเทศไทยสนับสนุนโดย  
สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

นิพนธ์ พัวพงศกร และคณะ. (2552). “การวิเคราะห์ผลกระทบของการขึ้นภาษีสุรา และพ.ร.บ.  
ควบคุมการบริโภคสุรา”. ศูนย์บริการวิชาการเศรษฐศาสตร์ คณะเศรษฐศาสตร์  
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

นริศธยา ใจเสียงและคณะ. (2549). **พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของนักศึกษา  
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่**. เชียงใหม่ : ภาควิชาสถิติคณะวิทยาศาสตร์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

พีระ เจริญพร .(2558). **เงินลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศจะเป็นปัจจัยผลักดันเศรษฐกิจใน  
ปี พ.ศ. 2558 ได้หรือไม่ RESEARCH PAPER โครงการ ติดตามประเด็นเศรษฐกิจไทย**. ,  
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ราชบัณฑิตยสถาน. (2546). **พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542**. กรุงเทพฯ :  
นานมีบุ๊คส์พับลิเคชั่นส์

ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา. (2560). **รายงานสถานการณ์สุราประจำปี พ.ศ.2560**. นนทบุรี: ศูนย์วิจัย  
ปัญหาสุรา.

ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา. (2557). **รายงานสถานการณ์สุราประจำปี พ.ศ.2557**. นนทบุรี: ศูนย์วิจัย  
ปัญหาสุรา.

สมพร สิทธิสงคราม. (2549). **ปัจจัยทำนายพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของวัยรุ่น.**  
การค้นคว้าแบบอิสระคณะพยาบาลศาสตร์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

สำนักงานนโยบายภาษีสำนักงานเศรษฐกิจการคลัง. (2552). **การคาดการณ์และประเมินผลของ  
มาตรการภาษีและที่ไม่ใช่ภาษีต่อพฤติกรรมการบริโภคสุราของไทย.** กรุงเทพฯ:  
สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง

อัศวินท์ ศาสนพิทักษ์, สุกัลยา คงประดิษฐ์จินดา อารังอาจริยกุล. (2562). มาตรการการจำกัด  
การเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศบรูไน.วารสารอัล-ฮิกมะฮ  
มหาวิทยาลัยฟาฏอนี. 9 (17), 115-113 [https://so01.tci-  
thaijo.org/index.php/HIKMAH/article/view/126127/148319](https://so01.tci-thaijo.org/index.php/HIKMAH/article/view/126127/148319)

อารีกุล พวงสุวรรณ. (2553). **ผลกระทบของความตกลงการค้านานาชาติต่อนโยบายควบคุม  
เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทย.** กรุงเทพฯ: ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา

อุกฤษฏ์ ปัทมานันท์ และคณะ.(2559). **อุตสาหกรรมผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศใน  
กลุ่มอาเซียนที่มีโอกาสและแนวโน้มส่งผลกระทบต่อประเทศไทย.** กรุงเทพฯ :  
ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา (ศวส.), 2559.  
<http://opac.phuket.psu.ac.th/BibDetail.aspx?bibno=55155>

อ้อยทิพย์ ถานันตะ. (2550). **ทัศนคติต่อการดื่มสุราของนักศึกษามหาวิทยาลัยขอนแก่น.**  
วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสังคมศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย  
มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

อุกฤษฏ์ ปัทมานันท์ และคณะ (2559) .**อุตสาหกรรมการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศ  
ในกลุ่มอาเซียนที่มีโอกาสและแนวโน้มส่งผลกระทบต่อประเทศไทย.** กรุงเทพฯ :  
ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา (ศวส.)  
<http://wopac.rmuti.ac.th/BibDetail.aspx?bibno=35343>

Antras and Yeaple .(2013). ‘Multinational Firms and the Structure of International  
Trade” NBER Working Paper No. 18775 Issued in February 2013  
<http://www.nber.org/papers/w18083.pdf>



Asian Trade Center. (2019). Non-Tariff Barriers (NTBs) in ASEAN and their elimination from a business perspective.

[https://www.eabc-thailand.org/wp-content/uploads/2019/06/NTB\\_Study\\_Report\\_FINAL.pdf](https://www.eabc-thailand.org/wp-content/uploads/2019/06/NTB_Study_Report_FINAL.pdf)

Baldwin, R. and Okubo, T. (2014) Networked FDI: Sales and Sourcing Patterns of Japanese Foreign Affiliates. **The World Economy**, 37,8, 1051-1080

<https://doi.org/10.1111/twec.12116>

Braconier, H. and Ekholm, K. (2000): Swedish multinationals and competition from high-and low-wage locations, **Review of International Economics**, 8, 448-461.

[https://econpapers.repec.org/article/blareviec/v\\_3a8\\_3ay\\_3a2000\\_3ai\\_3a3\\_3ap\\_3a448-461.htm](https://econpapers.repec.org/article/blareviec/v_3a8_3ay_3a2000_3ai_3a3_3ap_3a448-461.htm)

Chen, Tain-Jy and Ying-Hua Ku. (2000). "The effect of foreign direct investment on firm growth: the case of Taiwan's manufacturers," **Japan and the World Economy**, 12 pp.153-172

[https://econpapers.repec.org/article/eeejapwor/v\\_3a12\\_3ay\\_3a2000\\_3ai\\_3a2\\_3ap\\_3a153-172.htm](https://econpapers.repec.org/article/eeejapwor/v_3a12_3ay_3a2000_3ai_3a2_3ap_3a153-172.htm)

Filatotchev, et.al. (2007). FDI by firms from newly industrialised economies in emerging markets: corporate governance, entry mode and location. **Journal of International Business Studies**, 38, 556–572

<https://link.springer.com/article/10.1057/palgrave.jibs.8400279>

Chaloupka, F.,J., Saffer, H. and Grossman, H (1993), Alcohol Control Policies and Motor Vehicle Fatalities, **Journal of Legal Studies**, 22,1 161-186.  
<https://www.jstor.org/stable/3085637?seq=1>

Cheah, Y. K. and Rasiah, R. (2017). Analysis of the Determinants of Alcohol Consumption among Adult Males in Malaysia. **Journal of Health Management**. <https://doi.org/10.1177/0972063416682548>

International trade center (2019) **International trade statistics 2001-2019**. <https://www.intracen.org/itc/market-info-tools/trade-statistics/>

Elder R.W., Lawrence B, Ferguson A, Naimi TS, Brewer RD, Chattopadhyay SK, Toomey TL, Fielding JE. (2010), “The effectiveness of tax policy interventions for reducing excessive alcohol consumption and related harms” *American Journal of Preventive Medicine*, 38(2):217–29

Grieshaber-Otto, J., Schacter, N., (2002). The GATS: Impacts of the international “services” treaty on health-based alcohol regulation. *NORDISK ALKOHOL- & NARKOTIKATIDSKRIFT VOL. 19, 2002 (ENGLISH SUPPLEMENT)* <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/145861260201901S12>

Jonny. (2013). How to Take Alcohol into Brunei Darussalam?.[Online], Available: <http://dontstopping.net/how-to-take-alcohol-into-brunei-darussalam/>. (27 May 2017)

Kaewpramkusol, R. and others. (2018). A qualitative exploration of Thai alcohol policy in regulating availability and access. **International Journal of Drug Policy**. 58, 1-8 <https://doi.org/10.1016/j.drugpo.2018.04.012>

Nelson, J. P. and McNall, A. D. (2016). Alcohol prices, taxes, and alcohol-related harms: A critical review of natural experiments in alcohol policy for nine countries. **Health Policy**. 120,3 264 – 272 <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0168851016000324>

Ruhm, C. (1996). “Alcohol Policies and Highway Vehicle Facilities” **Journal of Health Economics**, 15 (4): 435-454. <https://ideas.repec.org/p/nbr/nberwo/5195.html>

- Wagenaar, A. C., Salois, M. J. and Komro, K.A. (2009) Effects of beverage alcohol price and tax levels on drinking: a meta-analysis of 1003 estimates from 112 studies. **Addiction**. <https://doi.org/10.1111/j.1360-0443.2008.02438.x>
- Waleewong, Q., Markchang, K., Jankhotkaew, J. and Nasueb. S (2019) Key Facts about Alcohol Situation in ASEAN : Problems, Impacts, Responses and Solutions  
[https://www.researchgate.net/publication/332037415\\_Key\\_Facts\\_about\\_Alcohol\\_Situation\\_in\\_ASEAN\\_Problems\\_Impacts\\_Responses\\_and\\_Solutions](https://www.researchgate.net/publication/332037415_Key_Facts_about_Alcohol_Situation_in_ASEAN_Problems_Impacts_Responses_and_Solutions)
- Wang, K.H., and Ke, J.C. (2002), "Control Policy of an M/G/1 Queuing System with Removable and Non-Reliable Server" **International Transactions in Operational Research**, 9: 195-212.
- Witvorapong, N. and Watanapongvanichb, S. ( 2020) Using pre-commitment to reduce alcohol consumption: Lessons from a quasi-experiment in Thailand. **Socio-Economic Planning Sciences**.70  
<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0038012119300072?via%3Dihub>
- World Health Organization. (2014). Global status report on alcohol and health 2014.[Online], Available:<http://www.who.int/iris/bitst>
- World Health Organisation. (2018). **World health statistics 2018**. World Health Organization  
[https://www.who.int/gho/publications/world\\_health\\_statistics/2018/EN\\_WHS2018\\_TOC.pdf?ua=1](https://www.who.int/gho/publications/world_health_statistics/2018/EN_WHS2018_TOC.pdf?ua=1)
- Zeigler. D. W. (2008). The alcohol industry and trade agreements: a preliminary assessment. The alcohol industry and trade agreements: a preliminary. **Addiction**, 101,1: 13 -26  
<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/j.1360-0443.2008.02431.x>