

23 'สุราแซ่' + 'สุรากลั่น' ได้ 5 ดาวโอท็อปปีนี้

23 'สุราแซ่' + 'สุรากลั่น'
ได้ 5 ดาวโอท็อป ปีนี้
> 22



เรื่อง : ธวัชชัย เทพพิทักษ์
กรุงเทพธุรกิจ

ผมได้รับเชิญเป็น 1 ในกรรมการคัดเลือก ผลิตภัณฑ์โอท็อป (OTOP) ประเภท เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ระดับประเทศหรือ โอท็อป โปรดักต์ แชมเปียน (OTOP PRODUCT CHAMPION) เมื่อปลายเดือนกันยายน ที่เมืองทองธานี ปีนี้เน้นที่ ร่ม ซึ่งทำจากอ้อย หลายฝ่ายมองว่ามีศักยภาพสูง

เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ได้ 5 ดาวโอท็อป มีจำนวน 23 ราย ครั้งที่แล้วมีเพียง 7 ราย ส่วนหนึ่งเป็นเพราะมีผู้ส่งเข้ามาคัดเลือกน้อย ผลพวงจากโควิด-19 ยังมี 4 ดาว 36 ราย, 3 ดาว 50 ราย, 2 ดาว 29 ราย และ 1 ดาว 9 ราย ซึ่งจะประกาศรายชื่ออย่างเป็นทางการ จัดแสดงและจัดจำหน่ายช่วงปลายปีนี้

ต้องบอกก่อนว่า เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ คณะกรรมการให้ความสำคัญในเรื่องความปลอดภัยกับผู้ดื่มหรือผู้บริโภคอย่างมาก โดยเฉพาะประเภทใช้สารตกแต่งทั้งกลิ่นและรส ซึ่งนอกจากจะผิดไปจากวัตถุประสงค์ของโอท็อปที่เน้นความเป็นธรรมชาติแล้ว ยังอาจจะเป็นอันตรายต่อผู้บริโภค เป็นต้น

เรื่องกระบวนการผลิต ฯลฯ ผู้ผลิตไม่สามารถโกหก หรือลบลวงพรางกับกรรมการได้ อย่างน้อยก็มีกรรมการและเจ้าหน้าที่จาก สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (วว.)

ดูแลเรื่องสิ่งแปลกปลอมต่างๆ อย่างเข้มงวด เขารู้หมดว่าหมักอย่างไร กลั่นอย่างไร ใส่อะไรหรือเติมแต่งอะไรลงไปบ้าง เป็นไปตามกฎกติกาของโอท็อปหรือไม่ บางคนอาจบอกว่าไม่ได้ใส่อะไร แต่ไม่สามารถทดลองเครื่องมือทางวิทยาศาสตร์ได้

ปัญหาคือผลิตภัณฑ์ที่ส่งมาให้กรรมการชิมเป็นตัวอย่างที่ทำถูกกฎทุกอย่าง หรือเกือบทุกอย่าง แต่ผลิตภัณฑ์ขายในท้องตลาดจริงๆ เป็นอีกอย่างหนึ่ง โดยอ้างว่าตลาดหรือผู้บริโภคชอบแบบนี้



ถึงหมักกับ (Cr.visitbarbados.org)



ฉลากแบบชาวบ้าน



ฉลากแบบศิลปิน



ไวน์กระชายดำยังมีหลงเหลืออยู่บ้าง

ผลิตภัณฑ์ที่หายไปจากการคัดเลือกระดับประเทศคือ **อุ** และ **สาโท** ซึ่งนับว่าน่าเสียดายมาก

"อุ" เมื่อก่อนมีนับ 10-20 เจ้า ครั้งนี้ไม่มีเลย ขณะที่ "สาโท" มีอยู่เจ้าเดียว จากยุคแรกๆ เคยมี 20-30 ราย เรื่องนี้ก็น่าเสียดายอย่างยิ่งสำหรับภูมิปัญญาของคนไทย

มีข้อสังเกตว่าปัจจุบันเป็นสาโทที่ตกแต่งกลิ่นและรสเป็นส่วนใหญ่ ส่วนแบบ **ดั้งเดิม** แทบจะหาได้ยากมาก ผู้ผลิตส่วนใหญ่บอกว่าเพราะตลาดนิยมแบบตกแต่งกลิ่นและรสชาติ ซึ่งคณะกรรมการก็ได้เสนอไปว่าครั้งหน้าควรแยกเป็น **สาโทดั้งเดิม** กับ **สาโทตกแต่งกลิ่นและรสชาติ** เพื่อไม่ให้เป็นการได้เปรียบ-เสียเปรียบกัน

อีกอย่างหนึ่งซึ่งแทบจะ **ไม่เป็นไปตามจุดประสงค์ของโอทอป** ก็คือ การให้ **ใช้วัตถุดิบในท้องถิ่น** เพื่อส่งเสริมชุมชนอัตลักษณ์ และเอกลักษณ์ เช่น ทำสาโทหรือสุรากลั่นด้วยข้าวเหนียวจากอำเภอ ก.

ซึ่งข้าวเหนียวคุณภาพดีมาก มีเอกลักษณ์ต่างจากที่อื่น เป็นการสนับสนุนเกษตรกรในอำเภอ ก. แต่ปัจจุบันพบว่ามีการนำวัตถุดิบจากพื้นที่อื่นมาใช้ เป็นต้น

เรื่อง "วัตถุดิบ" นี้ผู้ผลิตหลายรายที่ผลิตทั้งสุราแซ่ และสุรากลั่น ระบุว่า เป็นผลไม้ต่างๆ แต่จริงๆ แล้วมีผลไม้ชนิดนั้นน้อยมากหรือไม่มีเลย ใช้วิธีซื้อหัวน้ำหวานกลั่นผลไม้ในมาผสมหรือตกแต่งกลิ่น

ครั้งนี้พบว่าผลิตภัณฑ์ที่ทำจาก **อินทผลัม** ก่อนข้างมาก ซึ่งไม่เหมาะที่จะนำมาทำทั้งสุราแซ่และสุรากลั่น สอบถามได้ความว่าชาวบ้านถูกนายทุนหลอกขายพันธุ์อินทผลัม เมื่อผลผลิตตกต่ำหรือล้มตลาคชาวบ้านก็ไม่ว่าจะอย่างไรก็เลยนำมาทำสุรา สิ่งที่สำคัญที่สุดของผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกชนิดคือ **คุณภาพของวัตถุดิบผลิตภัณฑ์** ซึ่งจะนำมาสู่ **ความปลอดภัย** ต่อผู้บริโภคด้วย

การจะได้มาซึ่ง **คุณภาพ** ผู้ผลิตจำเป็นต้องมีความความเข้าใจที่ถูกต้องรวมทั้ง

เทคโนโลยีที่ทันสมัยด้วย ที่ผ่านมาผู้ผลิตหลายรายบอกว่า เคยไปขอคำปรึกษาและความช่วยเหลือจากหน่วยงานภาครัฐ เช่น สถานศึกษาต่างๆ ที่มีบุคลากรมีความรู้ แต่ไม่ค่อยได้รับการช่วยเหลือเท่าที่ควรหรือ **ไม่ได้รับความช่วยเหลือเลย**

ที่น่าสลดใจไปกว่านั้น บางพื้นที่เมื่อมีหน่วยงานรัฐที่มีเทคโนโลยีและความรู้ที่ถูกต้องทั้งการหมัก การกลั่น ฯลฯ จะเข้าไปช่วยเหลือชาวบ้านที่ทำ **สุราเถื่อน** ซึ่งทั้งผิดกฎหมายทั้งไม่ได้คุณภาพเป็นอันตรายต่อผู้ดื่ม ให้เป็นสุราที่ถูกกฎหมายมีคุณภาพและมีศักยภาพในการจัดจำหน่าย ฯลฯ แต่กลับมีหน่วยงานรัฐอีกหน่วยงานหนึ่ง ซึ่งมีหน้าที่ปราบปรามเหล้าเถื่อนและเก็บภาษีโดยตรง บอกว่าอย่าเข้าไปในพื้นที่เลย เพราะชาวบ้านทำเหล้าเถื่อนกันมันอันตราย สุดท้ายก็ต้องถอยออกมาให้ทำเหล้าเถื่อนกันต่อไปโดยที่เจ้าหน้าที่รัฐไม่ทำอะไร

เรื่องพัฒนาคุณภาพ การถ่ายทอดเทคโนโลยีต่างๆ รวมทั้งการออกแบบบรรจุ



ไวน์จินกัณฑ์



สุรากลั่นข้าวหอม



สุราแช่ตกแต่งกลิ่น

ภณัฒน์นั้น สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์ฯ มี
เจ้าหน้าที่ด้านนี้โดยตรง พร้อมให้การ
สนับสนุนอยู่เสมอและตลอดมา หลายพื้นที่
ชาวบ้านหรือผู้ผลิตทั่วไปใช้กับผลิตภัณฑ์
ของตนเอง

ในขณะที่เดียวกันก็มีผู้ไม่พร้อมหรือ
ไม่ยอมรับจำนวนมาก ด้วยเหตุผลว่าทำแบบ
เดิมก็ขายได้อยู่แล้ว ไม่ต้องการอะไรเพิ่ม
สุดท้ายก็ขายได้เฉพาะในชุมชน ในอำเภอ
ในจังหวัด ไม่สามารถก้าวสู่ระดับประเทศ
หรือส่งออกได้

บรรจุภัณฑ์ ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นขวด
ในรูปทรงต่างๆ ก็มีสำคัญและไม่ใช้จะ
ออกแบบตามใจชอบ เพราะมีข้อกำหนด
บังคับอยู่ด้วยว่าจะต้องประกอบด้วยอะไร
บ้าง ครึ่งนี้ได้เห็นการออกแบบขวดและฉลาก
ที่ค่อนข้างทันสมัยหรือเป็นอินเตอร์หลายราย
แต่ก็ยังมียางรายที่แฝงด้วยเจตนาบางอย่าง
ให้ผู้บริโภคเข้าใจผิด ซึ่งเรื่องนี้หน่วยงาน
ที่ควบคุมจากต้นทางบกพร่องหรือหละหลวม
ปล่อยให้เข้ามาถึงรอบสุดท้าย

ถ้าถามว่า **สุราแซ่** (อุ กระแซ่ สาโท ไวน์
ผลไม้) กับ **สุรากลั่น** (สุราขาว) ณ เวลานี้
อะไรจะมียอดมากกว่ากัน คงต้องเป็น
“สุรากลั่น” เพราะสุราแซ่มีข้อจำกัดหลาย
อย่าง โดยเฉพาะศักยภาพของวัตถุดิบ เช่น
ไวน์ผลไม้ ทำกันมาเป็นสิบๆ ปีแล้ว ก็ยัง
ไม่ไปถึงไหนเพราะเทคโนโลยีการหมักของ
ชาวบ้านไม่ดีเท่าที่ควร ทำออกมาแล้วกลั่น
สี รสชาติ ไม่นิ่ง อายุการเก็บก็สั้น เป็นต้น

ขณะที่ “สุรากลั่น” ไม่มีปัญหาในเรื่อง
ดังกล่าว เพียงแต่ใส่เทคโนโลยีที่ทันสมัย
เพิ่มเข้าไปเท่านั้น อีกไม่นานเราจะเห็นสุรา
กลั่นประเภทรัม วอดก้า จิน ฯลฯ มากมาย

สุดท้ายจะเป็นอย่างไรไม่ได้เลยคือ การ
สนับสนุนจากภาครัฐในด้านต่างๆ โดยเฉพาะ
อย่างยิ่งข้อกำหนดที่เป็นอุปสรรคถึงตอนนี้
จะไม่ร้อยเปอร์เซ็นต์ แต่ก็คลายโซ่ตรวน
ลงได้บ้าง