



การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างตลาดสุรา
ภายใต้นโยบายสุราเสรี

รัตนา จินกลาง

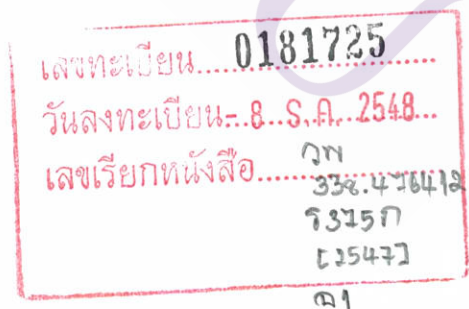
	วพ 338. 4764121 ร375ก
33B0181725	
Title: การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างตลาด	
สรุ หอสมุดและศูนย์สนเทศ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต	

ภาคินิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

พ.ศ. 2548

Analysis on Change in Market Structure Under
Liquor Liberalization Policy

Rattana Jeanklang



A Term Paper Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Economics
Department of Economics
Graduate School Dhurakij Pundit University
2005



ใบรับรองภาคินิพนธ์
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
ปริญญา เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

ชื่อภาคินิพนธ์ การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างตลาดสุรกายใต้นโยบายสุราเสรี

เสนอโดย น.ส.รัตนา จินกลาง

สาขาวิชา เศรษฐศาสตร์ กลุ่มวิชา เศรษฐศาสตร์การเงินการคลัง

อาจารย์ที่ปรึกษาภาคินิพนธ์ ผศ.ดร.ธรรมนุญ พงษ์ศรีกูร

ได้พิจารณาเห็นชอบโดยคณะกรรมการสอบภาคินิพนธ์แล้ว

.....ประธานกรรมการ

(อาจารย์ ดร.ชัยวัฒน์ คนจริง)

.....กรรมการที่ปรึกษาภาคินิพนธ์

(ผศ.ดร.ธรรมนุญ พงษ์ศรีกูร)

.....กรรมการ

(รศ. ดร.สมพงษ์ อรพินท์)

.....กรรมการ

(รศ.ดร.เรืองโร โตกฤษณะ)

บัณฑิตวิทยาลัยรับรองแล้ว

.....คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

(อาจารย์ ดร.พีรพันธุ์ พาลุสุข)

วันที่ ... 20 ... เดือน ... พ.ศ. 2548

หัวข้อภาคนิพนธ์	การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างตลาดสุราภายใต้นโยบายสุราเสรี
ชื่อนักศึกษา	รัตนา จินกลาง
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธรรมบุญ พงษ์ศรีกูร
สาขาวิชา	เศรษฐศาสตร์
ปีการศึกษา	2547

บทคัดย่อ

การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างตลาดสุราภายใต้นโยบายสุราเสรี มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อวิเคราะห์ถึงผลของการดำเนินนโยบายการผลิตสุราเสรี ที่มีผลทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่ออำนาจการผูกขาดของผู้ผลิตสุรา และโครงสร้างตลาดของอุตสาหกรรมสุราในประเทศไทย โดยได้ทำการศึกษาเปรียบเทียบให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงในช่วงก่อนเปิดเสรีในปี 2542 และในช่วงหลังเปิดเสรีระหว่างปี 2543 - 2547 โดยนำทฤษฎีโครงสร้างตลาดและทฤษฎีการกระจุกตัวของตลาด (Market Concentration) มาใช้วิเคราะห์โครงสร้างตลาดสุรา

ผลการศึกษาพบว่าในยุคก่อนเปิดเสรีปี 2542 ลักษณะโครงสร้างตลาดสุราเป็นตลาดผูกขาด เนื่องจากรัฐใช้นโยบายเปิดประมูลสัมปทานให้แก่เอกชนเพียงกลุ่มเดียว คือ กลุ่มบริษัทสุรา มหาราชกูรและสุราทิพย์ พร้อมทั้งมีการแบ่งเขตการจำหน่ายสุราไว้อย่างชัดเจน นอกจากนี้ยังพบว่าผู้ผลิต 5 บริษัทแรกมีส่วนแบ่งการตลาดรวมกันแล้วมีค่าสูงมากถึงร้อยละ 80.56 ของมูลค่าตลาดรวม ขณะที่อัตราส่วนการกระจุกตัว (ค่า C) มีค่าสูงถึง 0.8 ซึ่งถือว่ามีค่าเข้าใกล้ 1 มาก แสดงว่ามีการกระจุกตัวในอุตสาหกรรมสูง ผู้ผลิตมีอำนาจผูกขาดมาก

อย่างไรก็ตามภายหลังจากรัฐมีนโยบายเปิดเสรีการผลิตและจำหน่ายสุราในปี 2543 พบว่ามีจำนวนผู้ผลิตสุราประเภทโรงงานขนาดใหญ่ทั้งสิ้น 18 ราย ซึ่งทั้งหมดเป็นนักลงทุนกลุ่มเดิม ตั้งแต่ยุคผูกขาดอันเป็นผลมาจากหลักเกณฑ์ เงื่อนไขการเปิดเสรีของรัฐที่ยังเอื้อประโยชน์ให้แก่กลุ่มทุนขนาดใหญ่ ส่งผลทำให้ในช่วง 1-2 ปีแรกของการเปิดเสรีจึงไม่มีผู้ผลิตรายใหม่เกิดขึ้น กระทั่งในปี 2545 รัฐได้ผ่อนคลายให้ผู้ผลิตรายย่อยเข้ามาผลิตและขายสุราแก่พื้นเมืองได้ และในปี 2546 เปิดกว้างให้กลุ่มชุมชนสามารถทำการผลิตสุรากลั่นได้อีก ปรากฏว่ามีผู้ผลิตเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก พร้อมกับภาวะการแข่งขันได้เริ่มสูงขึ้น ซึ่งเป็นแรงผลักดันให้อำนาจผูกขาดของผู้ขายกลุ่มเดิมเริ่มลดลง โดยสอดคล้องกับผลการศึกษาอัตราส่วนการกระจุกตัวของตลาดสุราที่มีแนวโน้มลดลงในช่วงปี 2542 - 2546 มีค่าเท่ากับ 0.80 , 0.74 , 0.72, 0.50, 0.58 ตามลำดับ และยังพบอีกว่าผู้ผลิตรายใหญ่กลุ่มเดิมยังมีการรวมตัวกันแบบคาร์เทล (Cartel) อีกด้วย พร้อมทั้งได้สร้างอุปสรรค

กีดกันคู่แข่งรายใหม่ (Barrier to Entry) ไว้อย่างแข็งแกร่งมาก จึงมีความได้เปรียบทุกด้าน อย่างไรก็ตาม เมื่อมีผู้ผลิตรายย่อยเพิ่มขึ้นทำให้อำนาจการผูกขาดของผู้ผลิตรายใหญ่ได้เริ่มลดลง ดังนั้น ผลจากนโยบายการเปิดเสรีการผลิตและจำหน่ายสุรา ทำให้โครงสร้างตลาดสุราของไทยเปลี่ยนแปลงจากตลาดผูกขาด เข้าสู่ลักษณะของตลาดที่มีการแข่งขันกันมากขึ้น



Term Paper Title	Analysis on Change in Market Structure Under Liquor Liberalization Policy
Name	Rattana Jeanklang
Term Paper Advisor	Asst.Prof.Dr.Thammanoon Pongsrikul
Department	Economics
Academic Year	2004

ABSTRACTS

The government's liberalization of the liquor industry is analysed in terms of its impacts on market concentration and structure. The study compares the liquor industry during pre-liberalization (1999) and post-liberalization (2000-4) using market concentration theory as the main analytical tool. Up to 1999, it was found that the liquor industry exhibited considerable market concentration since the government opened the concession bidding to only one group of companies namely the Suramaharas and Surathip Group. Moreover, liquor distribution was also clearly segmented. Accordingly, it was found that the top 5 companies have a combined market share of as much as 80.56%, implying a high market concentration ratio of 0.8. It was clear that up to 1999, producers had considerable market power. In the early liberalization years (2000-1), it was found that the 18 top liquor producers belonged to the same group of companies that previously dominated the industry. In other words, conditions set for the liberalization of the liquor industry still favored existing producers. The government further eased restrictions, allowing many small producers to manufacture native liquor in 2002. In 2003, local communities were allowed to openly manufacture liquor. As a result, the number of producers multiplied rapidly and market concentration fell from 0.8 in 1999 to 0.74, 0.72, 0.50, and 0.58 respectively in 2000, 2001, 2002, and 2003. In response, major producers formed a cartel and erected barriers to entry. Thus, the liquor industry's market structure was transformed from one that was monopolized to that of competitive market.

กิตติกรรมประกาศ

ภาคนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี โดยผู้เขียนได้รับความกรุณาจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธรรมบุญ พงษ์ศรีกูร อาจารย์ที่ปรึกษาภาคนิพนธ์ที่ได้กรุณาใช้เวลา เพื่อให้ความช่วยเหลือและแนะนำแนวทางการศึกษา ตลอดจนตรวจทานแก้ไขข้อผิดพลาดของภาคนิพนธ์ฉบับนี้ให้สมบูรณ์ ผู้เขียนรู้สึกซาบซึ้งและขอกราบขอบพระคุณมา ณ ที่นี้ด้วย

นอกจากนี้ผู้เขียนยังได้รับกำลังใจอย่างแรงกล้าจากคุณแม่ พี่ๆที่คอยสนับสนุนเสมอมา โดยเฉพาะอย่างยิ่งกองบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ “ประชาชาติธุรกิจ” ที่ให้โอกาสในการศึกษาครั้งนี้ รวมทั้งคุณสมปอง แจ่มเกาะ ที่คอยให้คำแนะนำด้วยดี คุณจุฬาร แสนศิลา คุณวิชุดา ก้องเกียรติ ช่วยจัดทำรูปเล่มให้สมบูรณ์ เจ้าหน้าที่กรมสรรพสามิต และเพื่อน ๆ น้องๆ ที่คอยช่วยเหลือในการจัดทำภาคนิพนธ์ฉบับนี้ให้สำเร็จลุล่วงด้วยดี หากภาคนิพนธ์ฉบับนี้มีคุณค่าและมีประโยชน์ต่อการศึกษาค้นคว้าของผู้สนใจอื่นๆ หรือผู้ประกอบการสุรายาใหม่ ผู้เขียนขอยกแก่นบุคคลต่างๆ ที่กล่าวข้างต้น สำหรับข้อผิดพลาดหรือข้อบกพร่องประการใด ผู้เขียนขอน้อมรับไว้แต่เพียงผู้เดียว

รัตนา จินกลาง

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย.....	๗
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	๙
กิตติกรรมประกาศ.....	๑๑
สารบัญตาราง.....	๑๓
สารบัญภาพ.....	๑๕
บทที่	
1. บทนำ.....	1
1 ความสำคัญของปัญหา.....	1
2 วัตถุประสงค์การศึกษา.....	4
3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	4
4 ระเบียบวิธีการศึกษา.....	4
5 ขอบเขตการศึกษา.....	5
6 นิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา.....	5
2. แนวคิดทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	7
1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	7
2 กรอบความคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง.....	13
2.1 ทฤษฎีโครงสร้างตลาด.....	13
2.2 ทฤษฎีการกระจุกตัวของตลาด.....	20
2.3 เครื่องมือวิเคราะห์พฤติกรรมการแข่งขัน.....	23
2.4 แนวคิดเรื่องอุปสรรคกีดขวางในการเข้ามาแข่งขันในอุตสาหกรรม.....	25
3. ธุรกิจ และนโยบายการบริหารงานสุรา.....	27
1 วิวัฒนาการของธุรกิจสุรา.....	27
2 นโยบายการบริหารการผลิตและการจำหน่ายสุราในประเทศไทย.....	27
2.1 นโยบายการบริหารงานสุรายุคผูกขาดปี 2457-2542.....	27
2.2 นโยบายการบริหารงานสุรายุคเปิดเสรีปี 2543-ปัจจุบัน.....	31
3 ประเภทของสุราไทย.....	35
4 วัตถุประสงค์ในการผลิตสุรา.....	36

สารบัญ (ต่อ)

5	สถานการณ์ปัจจุบัน.....	36
5.1	การบริโภค.....	36
5.2	ผู้ผลิตสุรา.....	39
5.3	สุราต่างประเทศ.....	41
5.4	การตลาด.....	44
6	รายได้ภาษีสุรา.....	45
4.	ผลการศึกษาและวิเคราะห์.....	48
1	วิเคราะห์กลุ่มผู้ผลิตในประเทศ.....	48
2	วิเคราะห์ยอดขายรวมของผู้ผลิตในประเทศ.....	51
3	ผลการศึกษาการกระจุกตัวของตลาดสุรา.....	54
4	ผลการศึกษาอุปสรรคในการเข้ามาดำเนินธุรกิจสุรา.....	59
5	ผลการศึกษาโครงสร้างตลาดสุรา.....	65
5.	สรุปและข้อเสนอแนะ.....	68
1	สรุปผลการศึกษา.....	68
2	ข้อเสนอแนะ.....	69
	บรรณานุกรม.....	72
	ภาคผนวก.....	74

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1 แสดงรายชื่อบริษัทในกลุ่มสุราที่พียกับแสงโสมที่ชนะประมูลโรงงานสุรากรมสรรพสามิต กระทรวงการคลัง ระหว่างปี 2528 – 2542.....	29
2 แสดงรายชื่อโรงงานสุราเอกชนที่ผลิตสุราพิเศษ ปี 2503 – 2542.....	30
3 แสดงจำนวนผู้ได้รับอนุญาตให้ทำและขายสุรากลั่นชุมชน ตามประกาศ กระทรวงการคลัง เรื่องวิธีการบริหารงานสุรา พ.ศ.2546 (ฉบับที่3) ตั้งแต่วันที่ 21 มกราคม 2546 ถึงวันที่ 31 สิงหาคม 2547	34
4 แสดงการคาดการณ์ความต้องการบริโภคสุราในปี 2548 – 2557.....	37
5 แสดงประมาณการการบริโภคสุราต่อคนต่อปีของประเทศต่างๆในปี 2548.....	38
6 แสดงรายชื่อโรงงานสุรากลั่นผลิตสุราขาว สุราผสม และสุราพิเศษปี 2543-2547.....	39
7 แสดงรายชื่อโรงงานสุราสามทับ (แอลกอฮอล์บริสุทธิ์).....	40
8 แสดงรายชื่อโรงงานเบียร์ขนาดใหญ่ ในปี 2547.....	41
9 แสดงมูลค่าการนำเข้า การส่งออกสุรา ปี 2538 – 2547.....	42
10 แสดงรายได้ภาษีสุรา ภาษีเบียร์ ในปีงบประมาณ 2538 – 2547.....	46
11 แสดงรายได้ภาษีสุราในพื้นที่เมือง และสุรากลั่นชุมชนในปีงบประมาณ 2545-2547.....	47
12 แสดงสัดส่วนยอดขายสุราของผู้ผลิตรายใหญ่จำนวน 5รายในปี 2542 – 2547.....	49
13 แสดงมูลค่ายอดขายรวมสุรา ในปี 2542-2546.....	53
14 แสดงยอดขายและส่วนแบ่งการตลาดสุราสูงสุด 5 อันดับแรกในปี 2542.....	54
15 แสดงยอดขายและส่วนแบ่งการตลาดสุราสูงสุด 5 อันดับแรกในปี 2543.....	55
16 แสดงยอดขายและส่วนแบ่งการตลาดสุราสูงสุด 5 อันดับแรกในปี 2544.....	56
17 แสดงยอดขายและส่วนแบ่งการตลาดสุราสูงสุด 5 อันดับแรกในปี 2545.....	56
18 แสดงยอดขายและส่วนแบ่งการตลาดสุราสูงสุด 5 อันดับแรกในปี 2546.....	59
19 แสดงอัตราภาษีก่อนเปิดและหลังเปิดเสรีสุรา.....	64
20 แสดงรายได้ภาษีสุรา ในปีงบประมาณ 2540 – 2547.....	65
21 แสดงข้อมูลทั่วไปและกรรมการ บริษัท แสงโสม จำกัด.....	98
22 แสดงรายชื่อผู้ถือหุ้นหลักบริษัท แสงโสม จำกัด.....	99
23 แสดงรายชื่อผู้ถือหุ้นหลัก และสัดส่วนการถือหุ้นในเครือบริษัทแสงโสม.....	100

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1 แสดงการตั้งราคาและทำกำไรในตลาดแข่งขันสมบูรณ์.....	15
2 แสดงการตั้งราคาและทำกำไรในตลาดผูกขาด.....	16
3 แสดงการตั้งราคาและทำกำไรในระยะสั้นในตลาดผู้ขายมากมาย.....	17
4 แสดงการตั้งราคาและทำกำไรในระยะยาวในตลาดผู้ขายมากมาย.....	17
5 แสดงส่วนแบ่งการตลาดสุราระหว่างปี 2542-2546	50
6 ประเภทสุร่าจำแนกตามประกาศกระทรวงการคลัง.....	95
7 คุณสมบัติผู้ขออนุญาตทำและขายส่งสุร่ากลั่น ตามประกาศกระทรวงการคลัง เรื่องวิธีการบริหารสุร่าพ.ศ.2543.....	96
8 คุณสมบัติผู้ขออนุญาตทำและขายส่งสุร่าแช่ ตามประกาศกระทรวงการคลัง เรื่อง วิธีการบริหารสุร่า พ.ศ. 2543 (ฉบับที่ 2).....	97

บทที่ 1 บทนำ

1 ความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมสุรานั้นเป็นอีกภาคการผลิต(Real Sector)หนึ่งที่มีความสำคัญในการสร้างผลผลิตและสร้างรายได้ให้แก่ประเทศไทย และเป็นธุรกิจที่มีศักยภาพในการทำกำไรอย่างสูงตลอดหลายสิบปีที่ผ่านมา เนื่องจากเป็นธุรกิจที่ผูกขาดภายใต้ระบบสัมปทานของรัฐ จึงเป็นธุรกิจที่ไม่มีคู่แข่ง และแทบจะไม่มีสินค้าประเภทอื่นมาทดแทนได้เหมือนในยุคปัจจุบัน เป็นผลทำให้เจ้าของสัมปทานมีอำนาจผูกขาดเต็มที่ทั้งในด้านการกำหนดราคาสินค้า และปริมาณสินค้าในตลาดสุรา และที่สำคัญอย่างยิ่งก็คือ ธุรกิจสุราก็เป็นแหล่งรายได้สำคัญของรัฐ ซึ่งที่ผ่านมารวมสรรพสามิตมีรายได้จากการจัดเก็บภาษีสุรา หรือเครื่องดื่มแอลกอฮอล์สูงติดอันดับที่ 3 รองจากภาษีน้ำมันและภาษีรถยนต์มาตลอด เช่น ในช่วงก่อนเปิดเสรีสุรา ในปี 2541 มีรายได้จากภาษีสุรา จำนวน 20,257.35 ล้านบาท ปี 2542 จำนวน 22,800 ล้านบาท ปี 2543 จำนวน 8,275 ล้านบาท ปี 2544 จำนวน 22,290.17 ล้านบาท ดังนั้นอุตสาหกรรมสุราจึงมีบทบาทอย่างมากต่อรายได้ของรัฐในแต่ละยุคสมัยที่จะนำมาใช้จ่ายสำหรับการพัฒนาประเทศ

กฎหมายที่ให้อำนาจผูกขาดในอุตสาหกรรมสุราของไทย คือ พระราชบัญญัติ สุรา พ.ศ. 2493 ซึ่งมีสาระสำคัญคือ ให้สิทธิในการผูกขาดการผลิตและจำหน่ายสุรา โดยระยะเวลาเกือบ 50 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ. 2493 – ธันวาคม 2542) เป็นช่วงเวลาที่ตลาดการค้าสุราของไทยผูกขาดอย่างยาวนาน โดยมีผู้ผลิตที่ครองตลาดสุราเพียง 1-2 รายเท่านั้น นอกจากนี้จะไม่มีการแข่งขันจากผู้ผลิตรายใหม่แล้วยังถือได้ว่าเป็นการหยุดยั้งการพัฒนาอุตสาหกรรมสุราในประเทศไทยโดยสิ้นเชิง โดยเฉพาะภูมิปัญญาชาวบ้านที่ถูกปิดตายมานาน เนื่องจากผิดกฎหมาย

ขณะเดียวกันในช่วงปลายของระบบสัมปทานสุราในระยะ 10 กว่าปีที่ผ่านมา(2529-2542) หลังจากมีการรวมตัวกันเป็นบริษัทเดียวเป็นผลสำเร็จระหว่างเจ้าของสัมปทานใหญ่ 2 รายแล้ว นับได้ว่าการดำเนินธุรกิจสุราเป็นลักษณะตลาดผูกขาดอย่างแท้จริง โดยมีผู้ประกอบการรายใหญ่เพียงรายเดียว คือ กลุ่มของนายเจริญ สิริวัฒนภักดี ผู้ถือหุ้นใหญ่ในบริษัท แสงโสม จำกัดและกลุ่มสุราทิพย์เป็นผู้ได้รับสัมปทาน กระทั่งในปี 2542 เป็นปีที่สิ้นสุดอายุสัมปทานโรงงานสุราที่รัฐทำไว้กับบริษัทเอกชน และรัฐได้ประกาศดำเนินนโยบายสุราเสรีโดยมีผลตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2543 เป็นต้นมา ซึ่งถือเป็นการเปิดฉากยุคสัมปทานสุราเมื่อรัฐได้นำโรงงานผลิตสุรารายงาน 12 แห่ง ออก

มาประมวลขายให้แก่ภาคเอกชนดำเนินการ จึงนับเป็นการเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญของอุตสาหกรรมสุราของไทย

อย่างไรก็ตามแม้ว่าเจตนารมณ์ในเชิงนโยบาย รัฐจะสามารถลดการผูกขาดการผลิตและจำหน่ายสุราไปแล้ว แต่ปรากฏว่าในช่วง 1-2 ปีแรก ตลาดสุราของไทยก็ยังไม่มีการแข่งขันอย่างเสรีจริงๆ เพราะไม่มีผู้ประกอบการรายใหม่เข้ามา เนื่องจากยังมีอุปสรรคกีดขวางในการเข้าสู่ตลาดสูงมาก ทั้งจากเงื่อนไขของประกาศกระทรวงการคลัง เรื่อง วิธีการบริหารงานสุราระบบต่างๆ และที่สำคัญยักษ์ใหญ่ในธุรกิจสุรากลุ่มเดิมยังเป็นผู้ครอบครองโรงงานสุราทั้ง 12 แห่งไว้ทั้งหมด ต่อมาในปี 2545 รัฐได้อนุมัติให้เปิดเสรีการผลิตและจำหน่ายสุราแช่พื้นเมือง ประเภทไวน์ กะแช่ อู สาโท ได้ เพื่อสนับสนุนภูมิปัญญาชาวบ้าน และส่งเสริมให้ผู้ประกอบการสุราของไทยมีการแข่งขัน เพื่อพัฒนาคุณภาพสินค้ามากขึ้น รวมถึงลดการนำเข้าสุราจากต่างประเทศ

นอกจากนี้ยังเป็นการส่งเสริมอุตสาหกรรมในครัวเรือน ช่วยเพิ่มมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลผลิตทางการเกษตรที่ล้นตลาดอยู่ทุกปี และยังคงคาดหวังถึงการส่งออกในอนาคตอีกด้วย ซึ่งถ้อยนโยบายดังกล่าวได้เริ่มสัมฤทธิ์ผลโดยในช่วงปี 2545 มีผู้ผลิตเกิดขึ้นเป็นจำนวนมากทั้งในลักษณะของผู้ผลิตรายย่อยที่เป็นกลุ่มสหกรณ์ กลุ่มเกษตรกร ห้างหุ้นส่วนจำกัดแข่งขันกันผลิตสินค้าทะลักออกสู่ตลาด โดยเฉพาะไวน์ผลไม้ ไวน์สมุนไพร กะแช่ อู และสาโท กระทั่งเกิดปัญหาผลผลิตล้นตลาด (Over Supply) เกินความต้องการที่แท้จริงของผู้บริโภค สินค้าขายไม่ได้ทำให้ผู้ผลิตรายย่อยจำนวนหนึ่งต้องทยอยปิดกิจการในเวลาต่อมา

ขณะเดียวกันก็มีการเคลื่อนไหวผลักดันให้รัฐเปิดเสรีสุรากลั่นให้แก่ชุมชนด้วย เพื่อให้การแข่งขันเท่าเทียมกับผู้ประกอบการรายใหญ่และยังเป็นการรับรองสิทธิพื้นฐานและเสรีภาพในการประกอบอาชีพของประชาชนตามบทบัญญัติของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทยปี พ.ศ.2540 อีกด้วย จากกระแสดังกล่าว ในวันที่ 21 มกราคม 2546 คณะรัฐมนตรีได้เห็นชอบนโยบายสนับสนุนเศรษฐกิจชุมชนและอุตสาหกรรมต่อเนื่อง โดยส่งเสริมให้ใช้ผลผลิตทางการเกษตรมาทำสุรากลั่นชุมชน (สุราขาว) ได้

ดังนั้นตั้งแต่ปี 2543 เป็นต้นมาจนถึงปัจจุบันนับเป็นช่วงของการเปลี่ยนผ่านของนโยบายการบริหารสุราแบบผูกขาดเข้าสู่ยุคการค้าเสรี ซึ่งการดำเนินธุรกิจสุราจะต้องเผชิญกับกระแสการแข่งขันอย่างรุนแรง ทั้งจากผู้ประกอบการภายในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งปัจจุบันมีจำนวนผู้ผลิตและจำหน่ายสุราเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมากทั่วประเทศ จากสถิติข้อมูลของกรมสรรพสามิต ณ เดือนสิงหาคม 2547 จำนวนผู้ได้รับอนุญาตให้ผลิตและขายสุราแช่พื้นเมือง จำนวน 1,910 ราย และให้ผลิตและจำหน่ายสุรากลั่นจำนวน 5,865 ราย และปัจจุบันมีโรงงานขนาดใหญ่ที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการผลิตสุรากลั่นจากกรมโรงงานอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม 18 โรงงาน

ปัจจุบันตลาดเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ในประเทศไทยมีมูลค่าสูงกว่า 1 แสนล้านบาท จำแนกเป็นตลาดสุรา 6 หมื่นล้านบาท ตลาดเบียร์ 48,000 ล้านบาท ตลาดไวน์ 1,500-2,000 ล้านบาท สำหรับตลาดสุรา 6 หมื่นล้านบาทนั้น ประกอบด้วยสุราสีประมาณ 3 หมื่นล้านบาท สุราขาวประมาณ 2 หมื่นล้านบาท ขณะที่สุรานำเข้าจากต่างประเทศมีมูลค่าปีละประมาณ 1 หมื่นล้านบาท ที่ผ่านมาสुरาที่ผลิตในประเทศไทยยึดครองส่วนแบ่งการตลาดสุรามากที่สุด ทั้งนี้เป็นผลมาจากธุรกิจสุราได้รับความคุ้มครองดูแลจากภาครัฐอย่างใกล้ชิดและมีการตั้งกำแพงภาษีนำเข้าสุราและไวน์จากต่างประเทศในอัตราที่ค่อนข้างสูง

ดังนั้นหากพิจารณาในภาพรวมของอุตสาหกรรมเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ ส่วนใหญ่เป็นการผลิตเพื่อใช้ในการบริโภคภายในประเทศและในปัจจุบันแม้ว่ารัฐได้เปิดเสรีการผลิตและจำหน่ายสุราแล้ว แต่เงื่อนไขและสภาพแวดล้อมต่างๆยังคงเอื้อประโยชน์ให้กับผู้ผลิตรายใหญ่เท่านั้น เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมที่ต้องใช้เงินทุนจำนวนมากและต้องมีระบบการจัดจำหน่ายที่ดี จึงทำให้การผลิตและการตลาดยังคงมีการผูกขาดอยู่ในกลุ่มผู้ผลิตรายใหญ่ อย่างไรก็ตามการเปิดเสรีสุราทำให้มีผู้ประกอบการรายใหม่มีโอกาสที่จะเข้าสู่ตลาดมากขึ้น และมีการแข่งขันเพิ่มสูงขึ้น ส่งผลทำให้ราคาสุรามีแนวโน้มลดลง

สำหรับภาพรวมระยะสั้นนั้น ผู้ประกอบการรายเดิมยังคงความได้เปรียบในการแข่งขันเนื่องจากมีประสบการณ์และสามารถเข้าใจตลาดสุราได้ดีกว่า อีกทั้งมีการดำเนินการเตรียมความพร้อมทุกด้านก่อนนโยบายเสรีสุราจะเกิดขึ้นในช่วงต้นปี 2543 เช่น การสต็อกสุราไว้จำนวนมากโดยมีความได้เปรียบด้านต้นทุนภาษีที่ต่ำ เพราะหลังจากเปิดเสรีสุรา รัฐบาลได้กำหนดอัตราภาษีสุราเพิ่มสูงขึ้นเป็น 3 เท่า ซึ่งถือเป็นกลยุทธ์ที่ใช้สกัดกั้นผู้ประกอบการรายใหม่ได้อย่างมีประสิทธิภาพอย่างยิ่งอันนำมาสู่การดีดราคาเกิดขึ้นเพื่อขจัดคู่แข่งหลังเปิดเสรี รวมทั้งมีเครือข่ายการจัดจำหน่ายเดิม(เอเยนต์)ครอบคลุมทุกจังหวัดและมีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับตัวแทนขายในท้องถิ่น และที่สำคัญคือ การทุ่มทุนจัดตั้งบริษัทลูกเพื่อเข้าร่วมประมูลโรงงานผลิตสุราจากกรมโรงงาน และกรมสรรพสามิตไว้ได้หมดทั้ง 12 แห่ง ซึ่งโรงงานทั้ง 12 แห่งดังกล่าวนอกจากใช้เป็นฐานการผลิตใหญ่กระจายอยู่ทุกภูมิภาคแล้ว ยังก่อให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างมาก เนื่องจากตั้งอยู่ใกล้แหล่งวัตถุดิบ และยังช่วยประหยัดค่าขนส่งได้เป็นอย่างดี ทำให้สามารถกระจายสินค้าเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคได้อย่างทั่วถึงทุกพื้นที่ ขณะที่ผู้ประกอบการรายใหม่ที่จะเข้ามาสู่ตลาดสุรา จะต้องอาศัยระยะเวลาและการลงทุนจำนวนมาก เพื่อให้สามารถแข่งขันกับผู้ประกอบการรายเดิม ซึ่งปัจจุบันเริ่มพบว่าผู้ประกอบการรายใหม่ที่มีทุนน้อยได้เริ่มทยอยปิดกิจการแล้ว

สำหรับผลกระทบต่อผู้บริโภคนั้น ผู้บริโภคจะได้รับประโยชน์มากขึ้นจากการเปิดเสรีสุรา เนื่องจากการแข่งขันของผู้ประกอบการจะส่งผลให้ราคาสินค้ามีแนวโน้มลดลง และมีสินค้าให้เลือก

บริโศคได้หลากหลายมากยิ่งขึ้น แต่อย่างไรก็ตามสุรราชองผู้ประกอบการกลุ่มเดิม(กลุ่มสุรชาติพิพม์) หรือนิยมเรียกกันว่าเหล่าโรงงาน ยังคงเป็นสุรชาติที่มีรชชาติตรงกับรสนิยมของผู้บริโศคมากกว่า จึงเป็นที่ต้องการของผู้บริโศคเป็นอย่างมาก ขณะที่ผู้ผลิตรายใหม่ยังมีปัญหามากทั้งในเรื่องการพัฒนา คุณภาพสินค้า

ดังนั้นสิ่งที่เป็นประเด็นน่าสนใจสำหรับการศึกษาในครั้งนี้ คือ การวิเคราะห์โครงสร้างตลาดสุรชาติหลังดำเนินนโยบายสุรชาติเสรี กล่าวคือ แม้ว่ารัฐจะดำเนินนโยบายสุรชาติเสรีมา 5 ปีแล้ว แต่ในสภาพความเป็นจริงของตลาดสุรชาติในปัจจุบันแม้ว่าจะมีผู้ผลิตในตลาดจำนวนมากรายก็ก็ตาม แต่เจ้าของโรงงานสุรชาติขนาดใหญ่ล้วนเป็นกลุ่มผู้ถือหุ้นกลุ่มเดียวกันทั้งสิ้น และยังคงใช้พฤติกรรมการแข่งขันทางการตลาดแบบผูกขาดมาตลอด จึงทำให้สามารถครองส่วนแบ่งทางการตลาดสุรชาติไว้ได้เกือบทั้งหมด เนื่องจากมีความได้เปรียบในการลงทุนทุกด้าน และนโยบายรัฐยังเอื้อประโยชน์แก่รายใหญ่ นอกจากนี้สถานการณ์ในปัจจุบันยังพบว่า สุรชาติชุมชนกำลังประสบกับปัญหาการแข่งขันอย่างรุนแรง ซึ่งผู้ผลิตได้ทยอยปิดกิจการภายหลังเปิดเสรีสุรชาติชุมชนได้ไม่นาน

2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

ในการศึกษาการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างตลาดสุรชาติภายใต้ันนโยบายสุรชาติเสรี มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาดังนี้

1. เพื่อศึกษาถึงการเปลี่ยนแปลงของโครงสร้างตลาดหลังดำเนินนโยบายสุรชาติเสรี
2. เพื่อศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจสุรชาติหลังเปิดเสรี

3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อให้ทราบถึงลักษณะของโครงสร้างตลาดสุรชาติหลังดำเนินนโยบายสุรชาติเสรี
2. เพื่อเป็นแนวทางสำหรับผู้ประกอบการรายใหม่ในการวางแผนทำธุรกิจสุรชาติในยุคการค้าเสรี
3. เพื่อเป็นข้อมูลประกอบในการวางแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสุรชาติในอนาคต

4 ระเบียบวิธีการศึกษา

ในการศึกษาดังนี้ได้แบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่

1. การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) จะเป็นการศึกษาถึงลักษณะของโครงสร้างตลาดสุรา และอธิบายถึงทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งได้แก่ทฤษฎีโครงสร้างตลาด

2. การวิเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative Analysis) เป็นการศึกษาถึงการเปลี่ยนแปลงของการกระจุกตัวของอุตสาหกรรมสุรา โดยใช้ทฤษฎีการกระจุกตัวของตลาด ซึ่งเป็นดัชนีตัวหนึ่งที่แสดงถึงอำนาจผูกขาดและโครงสร้างของอุตสาหกรรมสุรา และใช้ยอดขาย(Sales)มาเป็นตัวแปรในการวัดการกระจุกตัวของตลาดสุรา

5 ขอบเขตของการศึกษา

การดำเนินนโยบายสุราเสรีได้เริ่มต้นขึ้นเมื่อวันที่ 1 มกราคม 2543 จนถึงปัจจุบัน ซึ่งในช่วง 5 ปีที่ผ่านมาแนวนโยบายการบริหารสุรามีการปรับเปลี่ยนอีก 2 ครั้ง ได้แก่ ครั้งที่ 1 ปี 2545 อนุญาตให้สหกรณ์ กลุ่มเกษตรกร ห้างหุ้นส่วนจำกัด สามารถผลิตและจำหน่ายสุราแช่พื้นเมือง (สาโท กะแช่ ไวน์ผลไม้) ครั้งที่ 2 ปี 2546 อนุญาตให้ผลิตและจำหน่ายสุรากลั่น(สุรากลั่น)ได้ แต่ต้องดำเนินการภายใต้เงื่อนไขของกรมสรรพสามิต นโยบายดังกล่าวได้เริ่มส่งผลกระทบต่อโครงสร้างตลาดสุราโดยรวมอีกครั้ง เนื่องจากจำนวนผู้ผลิตรายใหม่เพิ่มขึ้นจำนวนมาก และเป็นปัจจัยผลักดันให้เกิดการแข่งขันอย่างรุนแรงระหว่างผู้ผลิตรายเก่าและรายใหม่ ซึ่งทำให้อำนาจต่อรองของผู้ผลิตกลุ่มเดิมลดลงและราคาสินค้ามีแนวโน้มลดลง ดังนั้นการศึกษาครั้งนี้จะจำกัดขอบเขตการวิเคราะห์ให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างตลาดสุราในช่วง ปี 2542 - 2546

สำหรับข้อมูลที่ใช้วิเคราะห์เป็นทั้งข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิ โดยข้อมูลปฐมภูมิมาจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ ผู้บริหารกรมสรรพสามิต สำหรับข้อมูลทุติยภูมินั้นเป็นการค้นคว้าเก็บรวบรวมจากกรมสรรพสามิต กรมศุลกากร กระทรวงการคลัง กรมโรงงานอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม กรมพัฒนาธุรกิจการค้า และกรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์ ธนาคารแห่งประเทศไทย ศูนย์วิจัยธนาคารกสิกรไทย สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (ทีดีอาร์ไอ) หนังสือ และหนังสือพิมพ์ต่างๆ สมาคมอุตสาหกรรมไวน์และสุราไทย รวมทั้งบริษัทบีบีเอสออนไลน์ จำกัด

6 นิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา

สุราแช่ หมายถึง สุราที่ยังไม่ได้กลั่น และหมายถึงสุราแช่ที่ได้ผสมกับสุรากลั่นแล้วแต่มีแรงแอลกอฮอล์ไม่เกินสิบห้าดีกรี ได้แก่ เบียร์ ไวน์ รวมทั้งสุราแช่พื้นเมือง อาทิ อุ สาโท กะแช่ หรือน้ำตาลเมา และสุราแช่ผลไม้

สุรากลั่น หมายถึง สุราที่ได้กลั่นแล้ว และรวมถึงสุรากลั่นที่ได้ผสมกับสุราแช่แล้วแต่มีแรงแอลกอฮอล์เกินกว่าสิบห้าดีกรี สุรากลั่นมีหลายประเภท ได้แก่ สุราขาว สุราผสม สุราปรุงพิเศษ วิสกี้ บรั่นดี รีม

สุราสามทับ หมายถึง สุรากลั่นที่มีแรงแอลกอฮอล์ตั้งแต่แปดสิบดีกรีขึ้นไป

สุราชุมชน หมายถึง สุราที่ผลิตโดยองค์กรชุมชนที่จัดตั้งขึ้นโดยถูกต้องตามกฎหมาย เช่น สหกรณ์ กลุ่มเกษตรกร ห้างหุ้นส่วนจำกัด ผลิตภัณฑ์สุราชุมชน ได้แก่ สุราขาว สุราแช่พื้นเมือง (อุ สาโท กะแช่) สุราแช่ผลไม้ (ไวน์ผลไม้ชนิดต่างๆ)

กลุ่มสุรามหาราชฎา หมายถึง ผู้ผลิตและจำหน่ายสุราที่ได้รับสัมปทานสุราจากรัฐ ซึ่งมีบทบาทอย่างมากต่ออุตสาหกรรมสุราในยุคผูกขาด

กลุ่มสุราทิพย์กับแสงไสม หมายถึง ผู้ผลิตและจำหน่ายสุรารายใหญ่ที่มีบริษัทผลิตและจำหน่ายสุราอยู่ในเครือจำนวนไม่น้อยกว่า 15 บริษัท และในยุคเปิดเสรีกลุ่มนี้ได้ใช้ชื่อบริษัท แสงไสม จำกัด เป็นหัวหอกในการทำธุรกิจสุราทั้งสุราขาวและสุราสี ซึ่งบริษัทแสงไสมมีฐานะเป็นโฮลดิ้งคัมปะนี โดยการเข้าไปลงทุนถือหุ้นหลักใน 15 บริษัทผลิตสุราข้างต้น

บทที่ 2

แนวคิดทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เสกสรร นิสัยกล้า และคณะ (2529) ศึกษาบทบาทของรัฐบาลต่ออุตสาหกรรมสุรา การศึกษาเฉพาะกลุ่ม บริษัท สุราทิพย์ จำกัด มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงการบริหารงานและปัญหาที่แท้จริงของธุรกิจสุรา โดยเฉพาะปัญหาการดำเนินงานของกลุ่มสุราทิพย์ที่ได้รับสัมปทานจากรัฐบาล ซึ่งจากการศึกษาและวิจัยได้ข้อสรุปว่า ปัญหาของอุตสาหกรรมสุรา โดยเฉพาะปัญหาของกลุ่มสุราทิพย์นั้น มีสาเหตุการเกิดปัญหาเนื่องมาจากการกำหนดนโยบาย และมาตรการของรัฐบาลเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่ง เพราะผลจากนโยบายได้ก่อให้เกิดปัญหาหนี้สิน และวิกฤตการณ์ทางการเงินอย่างรุนแรง โดยสรุปประเด็นความผิดพลาด ได้แก่ 1. ความผิดพลาดในการเลือกผู้รับประโยชน์จากการประมูลโรงงานสุราในปี 2526 เพราะรัฐบาลคำนึงถึงรายได้ของรัฐบาลเพียงอย่างเดียวโดยรัฐบาลได้คัดเลือกผู้ที่ให้ประโยชน์สูงสุดแต่เกินความสามารถที่จะทำได้เป็นผู้ชนะการประมูล นี่คือนโยบายทำให้เกิดปัญหาต่างๆ จำต้องมีการแก้ไขสัญญาในภายหลัง 2. รัฐบาลมีนโยบายที่ขัดแย้งกัน เช่น รัฐบาลมีนโยบายต้องการให้มีระบบการบริหารงานสุราที่ทันสมัย กำจัดระบบการผูกขาด ส่งเสริมให้มีการแข่งขันทั้งทางด้านราคาและคุณภาพ เพื่อประโยชน์ของผู้บริโภค และส่งเสริมให้รัฐมีรายได้เพิ่มขึ้น และลักษณะที่ขัดแย้งกันคือ เดิมมีนโยบายให้แข่งขันกันระหว่างค่ายแม่โขง-กวางทอง กับค่ายสุราทิพย์ แต่ภายหลังรัฐบาลกลับยินยอมให้มีการรวมกันเป็นบริษัทเดียว ทำให้ระบบการบริหารสุราผูกขาดมากขึ้น และกลุ่มผู้ผลิตสุรามีอำนาจต่อรองมากขึ้น ถึงแม้ว่าการรวมตัวกันนี้จะทำให้ลดต้นทุนและการแข่งขันลง ซึ่งจะทำให้ลดปัญหาวิกฤตทางการเงินของกลุ่มบริษัทสุราก็ตาม แต่เป็นการทำลายระบบการตลาด ทั้งนี้ผู้วิจัยได้เสนอแนะว่าการบริหารอุตสาหกรรมสุราให้สัมฤทธิ์ผลสูงสุดนั้นทั้ง 4 ฝ่ายที่เกี่ยวข้องเหล่านี้ควรจะได้รับประโยชน์จากอุตสาหกรรมสุราอย่างเท่าเทียมกันและสามารถอยู่รอดด้วยกันทุกฝ่าย ซึ่งเป้าหมายทั้ง 4 กลุ่มได้แก่ 1. รายได้ของรัฐบาล 2. ประชาชนผู้บริโภคสุราและประชาชนทั่วไป 3. อุตสาหกรรมสุราและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง 4. เสถียรภาพของธนาคารและสถาบันการเงินต่างๆ

สนั่น สังฆะโร (2544) ศึกษาเรื่องความคิดเห็นของข้าราชการกรมสรรพสามิตในเขตพื้นที่รับผิดชอบของสำนักงานสรรพสามิตภาค 9 ต่อนโยบายสุราเสรี โดยมีวัตถุประสงค์ 2 ประการคือ เพื่อศึกษาความคิดเห็นต่อด้านคุณภาพสุรา ด้านการจัดเก็บภาษีและด้านสิ่งแวดล้อม และเพื่อศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคต่างๆของนโยบายสุราเสรี โดยใช้วิธีออกแบบสอบถามความคิดเห็นซ้ำ

ราชการกรมสรรพสามิต สำนักงานสรรพสามิตภาค 9 จำนวน 211 คน ซึ่งผลการศึกษาพบว่า กลุ่มประชากรมีความเห็นด้วยกับนโยบายสุราเสรีที่ส่งผลให้ราคาสุรามีแนวโน้มลดลงและหาซื้อได้ง่ายยิ่งขึ้น และระดับความคิดเห็นต่อนโยบายสุราเสรีในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งในด้านราคาของสุรา การจัดระบบภาษี ด้านสิ่งแวดล้อม และด้านคุณภาพสุรา และในส่วนของราคาสุรา ชนิดและคุณภาพเดียวกันมีราคาถูกลงและกิจการมีการแข่งขันกันมากขึ้น สำหรับในด้านคุณภาพของสุรากลุ่มตัวอย่างเห็นว่าจะมีการแข่งขันการผลิตทำให้สุราขาดคุณภาพ และการจัดเก็บภาษีเข้ารัฐจะน้อยลงเนื่องจากเมื่อมีการเปิดเสรี การตรวจสอบจะทำได้ไม่ดี ส่วนในด้านสิ่งแวดล้อมนั้นมีการบุกเบิกพื้นที่มากขึ้นเพื่อเป็นแหล่งวัตถุดิบ ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะว่าเมื่อราคาสุรามีราคาลดลงและหาซื้อได้ง่าย รัฐบาลควรหามาตรการป้องกันมิให้มีการจำหน่ายสุราให้แก่เยาวชน และกำหนดเวลาจำหน่ายสุราที่ชัดเจน เช่น ห้ามจำหน่ายสุราหลังเที่ยงคืนไปแล้ว

ปิยวรรณ สุขศรี (2544) ศึกษาวิเคราะห์เศรษฐกิจการผลิตสุราร้านของชุมชนในประเทศไทย กรณีศึกษาการผลิตเหล้าขาวในจังหวัดเชียงรายและแพร่ งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงวิวัฒนาการทางการผลิต แบบแผนและกรรมวิธีในการผลิต สมการการผลิต ต้นทุนรายได้ และกำไรจากการผลิต รวมทั้งวิเคราะห์ถึงปัญหาและอุปสรรคในการผลิตและจำหน่ายเหล้าขาวของชุมชน โดยออกแบบสอบถามสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างผู้ผลิตเหล้าขาวในจังหวัดเชียงราย 35 ครัวเรือนและจังหวัดแพร่ 31 ครัวเรือน จากการศึกษาพบว่า การผลิตเหล้าขาวของชาวบ้านเป็นการผลิตในครัวเรือน ใช้แรงงานในครัวเรือนในการผลิต วิธีการผลิตไม่ซับซ้อน เหล้าขาวที่ผลิตทำจากข้าวเหนียวขาว ลูกแป้งเหล้าและน้ำ มีแรงแอลกอฮอล์ 40 -50 ดีกรี ส่วนใหญ่ทำการผลิตประมาณ 2-5 รอบต่อเดือน แต่ละรอบมีระยะเวลา 7-15 วัน แล้วแต่สูตรการผลิต นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างในจังหวัดเชียงรายได้กำไรจากการผลิตเหล้าขาว 10.59 บาทต่อขวด หรือมีรายได้ (กำไรและผลตอบแทนค่าแรงตนเอง) เท่ากับ 6,837.68 บาทต่อเดือน ส่วนกลุ่มตัวอย่างในจังหวัดแพร่ได้กำไรแค่ 0.23 บาทต่อขวด มีรายได้จากการผลิตเท่ากับ 3,961.88 บาทต่อเดือน สาเหตุที่ได้กำไรน้อยเพราะราคาขายต่อขวดต่ำมาก เนื่องจากการขายส่งให้พ่อค้า ที่มารับไปขายต่อมีการแข่งขันสูง และในการศึกษารั้งนี้มีการส่งตัวอย่างเหล้าขาวไปตรวจที่ภาควิชาเคมี คณะวิทยาศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ไม่พบว่ามีการให้โทษในสุราตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมสุรา และชาวบ้านยังสามารถนำกากที่เหลือจากการกลั่นไปใช้ประโยชน์ในการเลี้ยงสุกรจึงไม่เหลือของเสียใดๆและรัฐยังสามารถจัดเก็บภาษีสุราและค่าใบอนุญาตเพิ่มขึ้นได้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะว่าถ้ามีการอนุญาตให้ผลิตและเก็บภาษีอย่างถูกต้อง จะทำให้รัฐมีรายได้เพิ่มมากขึ้น แต่เนื่องจากเป็นการผลิตรายย่อย การเก็บภาษีของภาครัฐจะต้องเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (2545) ทำการศึกษาเกี่ยวกับระบบการจัดจำหน่าย กลยุทธ์ทางการตลาด และพฤติกรรมการแข่งขันของผู้ผลิตสุรา โดยได้ข้อสรุปดังนี้

1. ระบบการจัดจำหน่าย พบว่าในอุตสาหกรรมสุรามีระบบการจัดจำหน่าย 2 รูปแบบ คือ ก) การจำหน่ายผ่านตัวแทนจำหน่าย (เอเยนต์) และตัวแทนจำหน่ายรายย่อย (ซับเอเยนต์) ที่กระจายอยู่ทั่วประเทศ ซึ่งตัวแทนจำหน่ายและตัวแทนจำหน่ายรายย่อยสามารถจำหน่ายสุราได้ทุกชนิดโดยไม่จำกัดยี่ห้อ ข) การขายตรง ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา ผู้ผลิตได้ให้ความสำคัญกับการจำหน่ายสินค้าโดยการขายตรงมากขึ้น โดยเฉพาะในร้านสะดวกซื้อต่างๆ ซูเปอร์สโตร์ และห้างสรรพสินค้า เนื่องจากผู้ผลิตทำการผลิตสินค้าหลายยี่ห้อได้ใช้กลยุทธ์ทางการตลาด เช่น การโฆษณา การจัดรายการโปรโมชั่นเพื่อส่งเสริมการขายมากขึ้น นอกจากนี้ผู้ผลิตสุราที่เน้นกลุ่มลูกค้าระดับกลางก็ยังเน้นจำหน่ายสินค้าไปยังโรงแรมและร้านอาหารเพิ่มมากขึ้น

2. กลยุทธ์ทางการตลาด ได้แก่ ก) การแถมและกลยุทธ์ทางด้านราคา ผลิตภัณฑ์สุรานิยมใช้วิธีการแถมและการลดราคาให้แก่ยี่ปัวและชาบี๊วที่ซื้อสินค้าจำนวนมากเช่นเดียวกับสินค้าอุปโภคบริโภคทั่วไป อย่างไรก็ตามวิธีการทางการตลาดนี้ได้เปลี่ยนแปลงกลายเป็นลักษณะของการขายสินค้าพ่วงเบียร์ ซึ่งเปรียบเสมือนการได้รับสินค้าแถมลดราคาไปในตัวตั้งแต่ก่อนปี 2540 ข) การโฆษณา ใช้วิธีโฆษณาในสื่อวิทยุและโทรทัศน์ โปสเตอร์และสื่อสิ่งพิมพ์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ยี่ห้อสินค้าติดตลาด และเน้นความเป็นเอกลักษณ์ในความเป็นสุราไทย ค) การแจกปฏิทิน กลยุทธ์การแจกปฏิทินเริ่มดำเนินการโดยเหล่าแม่โขงซึ่งมีมามากกว่า 20 ปีเพื่อเอาใจลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย โดยเฉพาะกลุ่มลูกค้าผู้ชายและต้องการให้ยี่ห้อติดตลาดโดยทำเป็นปฏิทินนู้ด ซึ่งประสบความสำเร็จอย่างสูงเนื่องจากเป็นที่นิยมของผู้บริโภค

3. พฤติกรรมการแข่งขันของผู้ผลิตสุราในตลาดสุรา เนื่องจากตลาดสุราในประเทศไทยเดิมเป็นตลาดแบบผูกขาด โดยมีผู้ผลิตหลายบริษัทแต่มีเจ้าของเป็นคนๆเดียวกัน มีส่วนแบ่งตลาดสุราสูงกว่า 90% ของมูลค่าตลาดทั้งหมด ด้วยเหตุผลดังกล่าวบริษัทในเครือเหล่านี้จึงใช้ทั้งระบบช่องทางการจัดจำหน่ายและแหล่งวัตถุดิบเดียวกัน มีการจัดตั้งบริษัทการผลิตครบวงจรตั้งแต่การผลิตสุรา ขายส่ง เป็นเจ้าของในกลุ่มตัวแทนจำหน่ายหลัก โดยการถือหุ้นถึง 25% ในบริษัทจำหน่ายและธุรกิจอื่นๆที่เกี่ยวข้อง เช่น วัตถุดิบในการผลิต นอกจากนี้ยังพบพฤติกรรมการแข่งขันของผู้ผลิตสุราในรูปแบบอื่นๆ อีกดังนี้

3.1) การกำหนดหรือปรับเปลี่ยนราคาซื้อหรือราคาขายที่ไม่เป็นธรรม เนื่องจากกลุ่มแสงโสมมีอำนาจผูกขาดในตลาดสุราจากการได้สัมปทานผลิตสุราของรัฐแต่เพียงผู้เดียวทำให้มีพฤติกรรมกำไรราคา เพื่อชดเชยกับการขาดทุนจากการตัดราคาเบียร์ ซึ่งเป็นธุรกิจสำคัญอีกประเภทหนึ่งของกลุ่มแสงโสม มีจุดประสงค์เพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งตลาดของเบียร์สิงห์และทำลายคู่แข่ง ซึ่ง

พฤติกรรมกรรมการผูกขาดโดยการโก่งราคาสุรา และตัดราคาเบียร์ในตลาดของกลุ่มแสงโสมมีนัยมาจากพฤติกรรมการกักตุนสินค้าในช่วงก่อนการเปิดเสรีสุราและการสิ้นสุดสัมปทานสุราในปี 2542 โดยกลุ่มแสงโสมได้เร่งผลิตสุราเพื่อกักตุนทำให้มีสุราในสต็อกสูงมาก ซึ่งเทียบเท่ากับปริมาณการบริโภคอีก 3 ปีหรือมากกว่าโดยไม่จำเป็นต้องผลิตเพิ่มอีก ตั้งแต่ปี 2537 โดยสุรากล่องนี้ได้รับอนุญาตจากกรมสรรพสามิตเพื่อถ่ายเทสุราในสต็อกออกมาผลิตใหม่เพื่อขายเป็นจำนวนเฉลี่ย 7-8 ล้านบาทต่อปี ซึ่งคาดกันว่าเมื่อสิ้นสุดสัมปทานในปี 2542 จะมีสุราในสต็อกทั้งสิ้น 45-48 ล้านบาท หรือจำนวน 2,000 ล้านขวด หรือมูลค่าประมาณ 45,000 ล้านบาท การกระทำดังกล่าวอาจจะมีสาเหตุเพื่อเตรียมการทุ่มตลาด(Dumping) เนื่องจากทั้งที่ปริมาณความต้องการสุราในประเทศมีระดับค่อนข้างคงที่ การที่กลุ่มแสงโสมกลับเพิ่มกำลังการผลิตเพื่อกักตุนสุราอาจมีสาเหตุมาจากการผลิตสุราหลังปี 2542 จะต้องเสียภาษีสรรพสามิตในอัตราที่สูงขึ้นในสุรบางชนิด ซึ่งหมายถึงต้นทุนที่สูงขึ้นด้วย ดังนั้นเพื่อหลบเลี่ยงภาระภาษีใหม่ดังกล่าว บริษัทสุราในกลุ่มแสงโสมจึงเร่งผลิตและสต็อกสุราไว้จะทำให้บริษัทแสงโสมมีต้นทุนการผลิตต่ำทำให้ได้เปรียบคู่แข่งและผู้ประกอบการรายใหม่เป็นเวลาอย่างน้อย 3 ปี ดังนั้นกลยุทธ์การกักตุนสินค้าดังกล่าว จึงสามารถนำไปสู่การใช้วิธีการตัดราคา หรือการทุ่มตลาด เพื่อเพิ่มส่วนแบ่งตลาดและคู่แข่งต้องออกจากธุรกิจได้อีกด้วย

3.2) การกำหนดปริมาณการขายขั้นต่ำ (Quota) เนื่องจากกลุ่มแสงโสมมีตัวแทนจำหน่ายครอบคลุมทั่วประเทศและยังเป็นเจ้าของในตัวแทนจำหน่ายบางแห่ง เช่น ถือนุ่นใหญ่ในกลุ่มบริษัทตัวแทนจำหน่ายตามภูมิภาค 16 บริษัท ซึ่งครอบคลุมพื้นที่ทุกภาค ทำให้บริษัทมีอำนาจเหนือผู้แทนจำหน่าย ในปี 2542 กลุ่มบริษัททั้ง 16 แห่งนี้มีอำนาจต่อรองกับเอเยนต์ค่อนข้างสูง ซึ่งสามารถกำหนดปริมาณการขายให้แก่เอเยนต์ โดยวิธีกำหนดจำนวนขั้นต่ำต่อเดือนให้กับตัวแทนจำหน่ายหรือยี่ปัวกับผลิตภัณฑ์แทบทุกยี่ห้อทั้งสุรขาว สุราสี และเบียร์ พฤติกรรมดังกล่าวทำให้ยี่ปัวบางรายขาดทุนเนื่องจากไม่สามารถขายสินค้าทั้งหมดให้กับซัพเอเยนต์ได้

3.3) การบังคับพ่วงสินค้า (Tie-in Sales) เนื่องจากบริษัทเบียร์ไทย (1991) ผู้ผลิตเบียร์ช้างซึ่งมีกลุ่มนายเจริญ สิริวัฒนภักดี เป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ต้องการตีตลาดอุตสาหกรรมเบียร์ซึ่งมีกลุ่มบริษัท บุญรอด บริวเวอรี่ จำกัด ผู้ประกอบการรายเดิมที่มีส่วนแบ่งตลาดสูง ในช่วง 4-5ปีที่ผ่านมา กลุ่มแสงโสมได้ใช้ยุทธวิธีการขายสินค้าพ่วง โดยกำหนดเงื่อนไขกับเอเยนต์และซัพเอเยนต์ว่าถ้าซื้อสุรขาว สุราผสม หรือสุราปรุงพิเศษพ่วงเบียร์ช้างจะได้รับส่วนลดในการขายเบียร์ ซึ่งวิธีการขายพ่วงนั้นจะถูกกำหนดโดยบริษัทในระดับผู้ค้าปลีกซึ่งต้องรับสินค้าจากตัวแทนค้าช่วง (Sub agent) นั้น ไม่จำเป็นต้องรับซื้อสินค้าพ่วงแต่ถ้าซื้อสินค้าพ่วงด้วยแล้ว ซัพเอเยนต์จะลดราคาสุรขาวให้กับร้านค้าปลีกประมาณ 15% ของราคาขายถ้าอมรับซื้อสินค้าพ่วง แต่สูตรการขายพ่วงก็เปลี่ยน

แปลงไปตลอดเวลาและไม่แน่นอน นอกจากนี้แล้วการขายพ่วงยังขยายตัวจากการซื้อสุราขายควบ เบียร์ไปยังควบโซดาข้างและน้ำดื่มบรรจุขวดข้างอีกด้วย

3.4) การบังคับมิให้ผู้ค้าปลีกขายสินค้าของคู่แข่ง (Exclusive Dealing) กลุ่มแสงโสมใช้วิธีการบังคับมิให้ตัวแทนจำหน่ายหรือเอเยนต์ขายสินค้าอื่นจากการบังคับโดยจะไม่ส่งสินค้าให้ ซึ่งกลุ่มแสงโสมจะใช้ในเวลาที่ต้องการเท่านั้น เนื่องจากกลุ่มแสงโสมครองส่วนแบ่งตลาดสูงมากกว่า 90% จึงมีอำนาจเหนือตัวแทนจำหน่ายอย่างมาก

3.5) การกำหนดราคาขายปลีก (Resale Price Maintenance) ในธุรกิจนี้ยังไม่พบพฤติกรรมกรรมการกำหนดราคาจากผู้ผลิตถึงระดับร้านค้าย่อย มีแต่พฤติกรรมกรรมการกำหนดราคาจัดจำหน่าย และการห้ามตัดราคา โดยมีกติกาให้ตัวแทนจำหน่ายตั้งราคาจัดจำหน่ายในระดับเดียวกัน แต่ได้มีการกำหนดราคาขั้นต่ำเพื่อไม่ให้เอเยนต์ตัดราคาตัวเอง เพื่อป้องกันการแย่งลูกค้าระดับร้านค้าระหว่างกัน

3.6) การยึดครองหรือจำกัดการเข้าถึงปัจจัยการผลิต (Exclusive Supply) กลุ่มแสงโสมมีบริษัทในเครือที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องหลายบริษัท เช่น ขวด กระดาษ ถังไม้ และยังมีโรงงานน้ำตาลอีก 3 โรงซึ่งเป็นวัตถุดิบหลักสำคัญในการผลิตสุรา ทำให้มีความได้เปรียบด้านต้นทุนการผลิต

3.7) การตกลงร่วมกันในการประมูล (Bid Rigging) ในการประมูลโรงงานสุราช่วงก่อนปี 2542 อาจมีการร่วมตกลงกันระหว่างผู้เข้าร่วมประมูลโรงงานผลิตสุรา เนื่องจากผู้ที่เข้าประมูลมีจำนวนมากกว่า 40 บริษัท แต่บริษัทเหล่านั้นเป็นบริษัทในกลุ่มธุรกิจไม่กี่กลุ่ม ซึ่งบางกลุ่มมีความสัมพันธ์ทางธุรกิจกันด้วย

โดยสรุปแล้วอุตสาหกรรมสุรามีลักษณะเป็นตลาดที่มีผู้ประกอบการน้อยราย คือมีผู้ประกอบการ 1-2 รายมาตลอดในช่วงหลายสิบปีที่ผ่านมา ในปัจจุบันกลุ่มแสงโสมมีส่วนแบ่งตลาดมากกว่าร้อยละ 90 โดยผู้ประกอบการอันดับที่ 2 มีส่วนแบ่งตลาดเพียงร้อยละ 3 เท่านั้น และจะเห็นได้ว่าการแข่งขันมีการกระจุกตัวอยู่ที่ผู้ผลิตรายใหญ่อย่างมาก ทำให้มีระดับการแข่งขันในตลาดมีน้อย นอกเหนือจากการเป็นผู้ผลิตรายใหญ่แล้ว กลุ่มแสงโสมยังมีบริษัทที่เป็นเครือข่ายวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์หลายบริษัท ซึ่งพรั่งพร้อมกว่าผู้ประกอบการอื่นๆทุกราย นอกจากนี้กลุ่มแสงโสมยังมีอำนาจเหนือตลาดในระบบจัดจำหน่ายอีกด้วย

วรรณา สุวรรณสังข์ (2545) ทำการศึกษาถึงนโยบายเปิดเสรีอุตสาหกรรมสุราในประเทศไทย ศึกษาผลต่อโครงสร้างตลาดและพฤติกรรมของผู้ประกอบการในช่วงปี 2543 - 2545 โดยทำการเปรียบเทียบการเปลี่ยนแปลงในอุตสาหกรรมสุราในช่วงก่อนเปิดเสรีปี 2543 และหลังเปิดเสรีตั้งแต่ปี 2543 - 2545 และวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงของปัจจัยที่มีผลต่อการแข่งขันตามกรอบ

ของไมเคิล อี พอร์เตอร์ คือ พลังการแข่งขัน 5 ประการ หรือ Five Force Model ผลการศึกษาพบว่าในช่วงก่อนเปิดเสรีอุตสาหกรรมสุรามีโครงสร้างตลาดแบบผูกขาด เนื่องจากรัฐบาลใช้ระบบสัมปทานการผลิตและจำหน่ายสุราแก่เอกชนเพียงรายเดียว แต่หลังจากเปิดเสรีสุราในช่วงปี 2543 - 2545 แล้วทำให้มีผู้ประกอบการเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะในกลุ่มผู้ประกอบการรายย่อยที่เข้ามาผลิตสุราในพื้นที่เมืองมีจำนวนมากถึง 154 ราย ขณะที่สุรากลั่นมีเพียงรายเดียว แม้ว่าโครงสร้างตลาดจะเปลี่ยนไปจากตลาดผูกขาด มีผู้ประกอบการมากขึ้น แต่ในระยะสั้นนี้อาจหรือพฤติกรรมในการแข่งขัน พบว่ารายเก่ายังมีบทบาทในการแข่งขันมากกว่ารายใหม่เนื่องจากเป็นกลุ่มที่ชนะประมูลโรงงานสุราของรัฐทั้งหมดซึ่งเป็นอุปสรรคกีดกันผู้ผลิตรายใหม่ ซึ่งงานวิจัยชิ้นนี้ผู้ศึกษาเสนอว่าการเปลี่ยนแปลงในอุตสาหกรรมนั้นจำเป็นต้องใช้ระยะเวลาอย่างน้อย 5 ปีขึ้นไปเพื่อให้เห็นการเปลี่ยนแปลงมากกว่านี้

มานิตย์ วรรณวานิช และคณะ (2546) ศึกษาถึงผลกระทบของการนำนโยบายเปิดเสรีสุราไปปฏิบัติที่มีต่อผู้จำหน่ายสุราในจังหวัดชลบุรี โดยมีวัตถุประสงค์ในการวิจัยเพื่อทราบถึงผลกระทบของนโยบายต่อปริมาณการจำหน่ายสุราในร้านค้าส่งหรือค้าปลีกว่าเพิ่มขึ้นหรือลดลง และพฤติกรรมทางการค้าของผู้ผลิตที่มีต่อร้านค้าส่งและค้าปลีกภายหลังใช้นโยบายเปิดเสรีสุรา โดยใช้วิธีการออกแบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย ซึ่งผลการวิจัยได้ข้อสรุปว่า นโยบายเปิดเสรีสุรา มีผลให้ปริมาณการจำหน่ายสุราเพิ่มขึ้นและมีแนวโน้มว่าปริมาณการจำหน่ายสุราเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ยังมีผลทำให้ยี่ห้อสุรามีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างชัดเจน และที่สำคัญนโยบายเปิดเสรีสุราให้มีการตัดราคาในบรรดาร้านค้าปลีกสุรา โดยเฉพาะในกลุ่มร้านขายปลีกสุราที่ผลิตในประเทศ กลุ่มร้านจำหน่ายสุราพื้นเมือง อย่างไรก็ตามในส่วนของร้านค้าส่งนั้นพบว่ายังมีการผูกบังคับซื้อสินค้าฟองคิดเป็นร้อยละ 45.5 และยังคงกำหนดราคาขายขั้นต่ำ ร้อยละ 65.0

งานวิจัยชิ้นนี้คณะผู้วิจัยได้ระบุถึงข้อจำกัดในการวิจัยไว้ว่า ขาดประสบการณ์ในงานวิจัยเนื่องจากงานวิจัยต้องอาศัยความรู้และประสบการณ์ในการออกแบบงานวิจัยและมีเวลาเก็บข้อมูล ทำให้ผลการวิจัยอาจไม่สมบูรณ์เท่าที่ควร นอกจากนี้ยังมีความจำกัดทางด้านข้อมูล เนื่องจากนโยบายการเปิดเสรีสุราบังคับใช้ได้เพียง 1 ปีกว่าเท่านั้น ทำให้การประเมินผลกระทบต่อผู้จำหน่ายสุรายังไม่แสดงออกอย่างชัดเจนเท่าที่ควร นอกจากนี้ยังมีข้อเสนอแนะว่ารัฐบาลควรมีการพัฒนากฎระเบียบเพื่อให้สุราพื้นบ้านยังอยู่คู่สังคมไทย และเป็นฐานรายได้ที่สำคัญอีกประเภทหนึ่งของรัฐบาล รวมถึงการหาตลาดและช่องทางการจัดจำหน่ายให้แก่ผู้ผลิตสุราชุมชน และป้องกันการทุ่มตลาดของผู้ผลิตที่มีเงินทุนสูง และมีมาตรการส่งเสริมพัฒนาคุณภาพสุราให้สามารถแข่งขันทั้งตลาดในประเทศและต่างประเทศ

พืชอบ เต็มประสิทธิ์ (2547) ศึกษาเกี่ยวกับพัฒนาการธุรกิจสุรา ภายใต้ระบบทุนนิยมผูกขาด การวิจัยดังกล่าวมีวัตถุประสงค์หลัก 3 ประการคือ 1. เพื่อศึกษาพัฒนาการธุรกิจสุรา ภายใต้โครงสร้างระบบทุนนิยมผูกขาด ในบริบทการเปลี่ยนแปลงด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง 2. เพื่อศึกษายุทธศาสตร์การครอบงำและการแข่งขันการตลาดในการผูกขาดธุรกิจสุรา 3. เพื่อศึกษากลไกในการปรับตัวของธุรกิจสุราที่มีการผูกขาดอยู่เดิม หลังจากรัฐมีนโยบายให้มีการเปิดเสรีสุราที่บ้านเข้ามาแข่งขัน ในการศึกษาได้ใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกผู้ให้ข้อมูลสำคัญ 10 คน ประกอบกับการเก็บรวบรวมข้อมูลจากหนังสือและเอกสารต่างๆ ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มทุนบริษัทสุราแสงโสมมีการทำธุรกิจแบบผูกขาด โดยกลุ่มสิริวัฒนภักดีเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ นั้นมีเครือข่ายอุตสาหกรรมสุราได้รับการอุปถัมภ์จากรัฐ คำจูนจากนักการเมือง และข้าราชการประจำตลอดมา และตั้งแต่ปี 2530 ได้มีการรวมตัวของกลุ่มธุรกิจสุราระหว่างกลุ่มบริษัทสุรามหาราชภัฏและกลุ่มสุราทิพย์ ทำให้เกิดการผูกขาดสัมปทานจากรัฐเพียงผู้เดียว ขณะเดียวกันยังพบว่าในแง่ของการครอบงำและการแข่งขันการตลาดนั้น กลุ่มสุราแสงโสมของนายเจริญ สิริวัฒนภักดี เป็นผู้ผูกขาดตลาดสุราทั้งด้านการผลิตและจำหน่าย โดยอาศัยความได้เปรียบจากกฎหมายสุรา พ.ศ.2493 ทำให้ทุนสุรายุขยตัวเติบโตเข้าครอบครองทั้งอำนาจทุนและตลาดเหนือคู่แข่งก่อนเปิดเสรีสุราที่บ้าน และกลุ่มสุราผูกขาดยังใช้กลยุทธ์การแข่งขันบังคับเอเยนต์และซบเอเยนต์หากต้องการซื้อสุราขาว สุราผสมไปจำหน่ายจะต้องพ่วงเบียร์ข้างไปขายด้วย

นอกจากนี้หลังจากที่รัฐมีนโยบายเปิดเสรีสุราที่บ้านให้เข้ามาแข่งขันพบว่า กลุ่มทุนสุราผูกขาดยังเป็นผู้นำตลาดสุราและขยายการทำธุรกิจสุราได้มากยิ่งขึ้นและยังคงผูกขาดตลาดสุราไว้ได้ และประกาศกระทรวงการคลังให้เปิดเสรีสุรายังมีเงื่อนไข ระเบียบ กฎเกณฑ์ปิดกั้นสุราที่บ้านอีกด้วย และผู้วิจัยได้มีข้อเสนอแนะว่ารัฐบาลต้องยกเลิกกฎหมายสุรา พ.ศ.2493 และแก้ไขระเบียบ คำสั่งของกรมสรรพสามิตที่ยังขัดต่อเจตนารมณ์ของรัฐธรรมนูญปี 2540 รัฐบาลต้องให้สิทธิเกษตรกร บุคคลทั่วไปผลิตเหล้าที่บ้านเพื่อการบริโภคและจำหน่ายทั้งในชุมชนและนอกท้องถิ่นอย่างเสรี และที่สำคัญรัฐบาลต้องให้การสนับสนุนเงินทุนวิจัย เพื่อยกระดับคุณภาพสุราที่บ้านให้เท่าเทียมกับสุราของกลุ่มทุนสุราผูกขาดของนายเจริญ สิริวัฒนภักดี

2 กรอบความคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.1 ทฤษฎีโครงสร้างตลาด

คำว่า "ตลาด" ในทางเศรษฐศาสตร์ มีการให้คำจำกัดความที่แตกต่างกัน แต่ตลาดในความ

หมายของ Kelvin Lancaster ¹ หมายถึง การที่ผู้ซื้อและผู้ขายสามารถแลกเปลี่ยนซื้อขายสินค้ากัน ได้ถือว่าตลาดเกิดขึ้นแล้ว โดยไม่คำนึงว่าผู้ซื้อและผู้ขายจะพบปะกันหรือไม่ หรือมีการระบุสถานที่หรือไม่ การศึกษาโครงสร้างตลาดในทฤษฎีเศรษฐศาสตร์ เป็นการศึกษาถึงอำนาจการต่อรองของผู้ขายในการตั้งราคา และตัดสินใจในปริมาณสินค้าเสนอขาย ในตลาดที่ผู้ขายมีอำนาจผูกขาด หรืออำนาจต่อรองสูง ผู้ขายจะตั้งราคาสูงกว่า และปริมาณเสนอขายน้อยกว่ากรณีการแข่งขันสมบูรณ์ การแบ่งโครงสร้างตลาดในทางทฤษฎีเศรษฐศาสตร์มีหลายวิธี แต่ถ้าแบ่งโครงสร้างตลาดตามจำนวนผู้ขายและลักษณะสินค้า โครงสร้างตลาดจะประกอบด้วย

- 1) ตลาดแข่งขันสมบูรณ์ (Perfect Competition Market)
- 2) ตลาดผู้ขายมากมาย (Monopolistic Competition Market)
- 3) ตลาดผู้ขายน้อยราย (Oligopoly)
- 4) ตลาดผูกขาด (Monopoly)

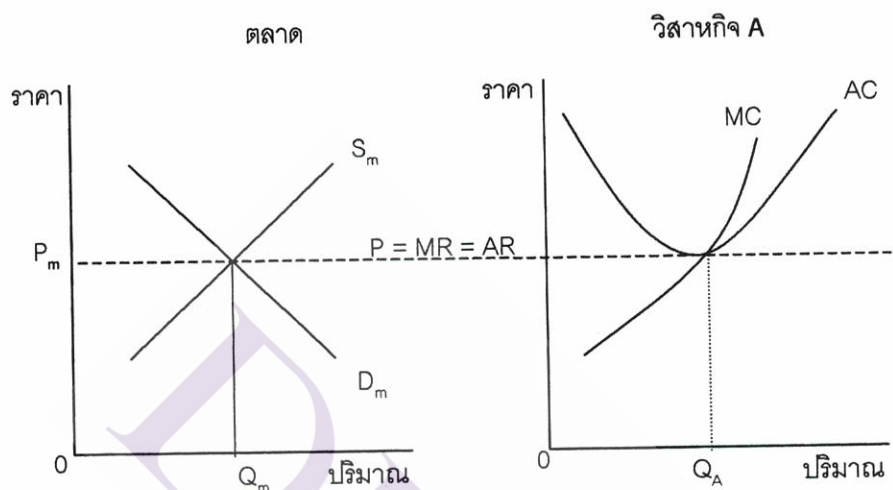
ตลาดแข่งขันสมบูรณ์ (Perfect Competition Market) มีลักษณะสำคัญดังนี้

1. ผู้ซื้อและผู้ขายมีเป็นจำนวนมาก จนกระทั่งผู้ขายและผู้ซื้อแต่ละคนเป็นส่วนย่อยของตลาด จึงไม่มีอิทธิพลต่อราคาในตลาด ราคาสินค้าจะถูกกำหนดโดยอุปสงค์และอุปทานของตลาด ผู้ขายทุกคนจะต้องขายตามราคาตลาด และเส้นอุปสงค์สำหรับสินค้าของผู้ขายแต่ละคนจะเป็นเส้นนอน (Horizontal line) ขนานกับแกนนอน
2. สินค้าที่ซื้อขายมีลักษณะเหมือนกันทุกประการ (Homogeneous Product) ทำให้ผู้ซื้อไม่เห็นความแตกต่างของสินค้าของผู้ขายแต่ละราย ดังนั้นผู้ซื้อจะตัดสินใจซื้อ
3. สินค้าจากผู้ขายรายใดขึ้นอยู่กับราคาเป็นสำคัญ ส่วนผู้ขายเองก็ไม่สามารถตั้งราคาขายสูงกว่าราคาตลาด เพราะจะขายสินค้าไม่ได้เลย
4. ผู้ซื้อและผู้ขายแต่ละคนต่างดำเนินนโยบายอย่างเสรี โดยปราศจากข้อกีดขวางใดๆ ทั้งสิ้น (Absence of collusion or artificial restrain) และโยกย้ายปัจจัยการผลิตทุกชนิดได้อย่างสมบูรณ์ (Perfect Mobility of resources) กล่าวคือที่ดิน ทุน แรงงาน หรือผู้ประกอบการสามารถโยกย้ายจากที่หนึ่งอย่างเสรี ทำให้การเข้าและออกจากตลาดเป็นไปอย่างเสรี
5. ผู้ซื้อและผู้ขายมีข้อมูลเกี่ยวกับการตลาดและทางเลือกอย่างสมบูรณ์ (Perfect Information and knowledge) กล่าวคือ ผู้ซื้อผู้รู้ลักษณะสินค้าและราคาอย่างสมบูรณ์ และผู้ขายก็มีความรู้เกี่ยวกับการทำกำไรในตลาด

¹ Kelvin Lancaster . Introduction to Microeconomics. 2nd ed. , Chicago: Rand Mc Nally , 1974, p.45.

จากลักษณะทั้ง 4 ประการข้างต้นทำให้ผู้ซื้อและผู้ขายต้องซื้อขายตามราคาตลาด โดยไม่มีผู้ใดมีอิทธิพลต่อราคา และลักษณะของข้อ 3 และข้อ 4 ทำให้ไม่มีกำไรส่วนเกินเกิดขึ้นในตลาดแข่งขันสมบูรณ์ ตามภาพที่ 1

ภาพที่ 1 แสดงการตั้งราคาและทำกำไรในตลาดแข่งขันสมบูรณ์

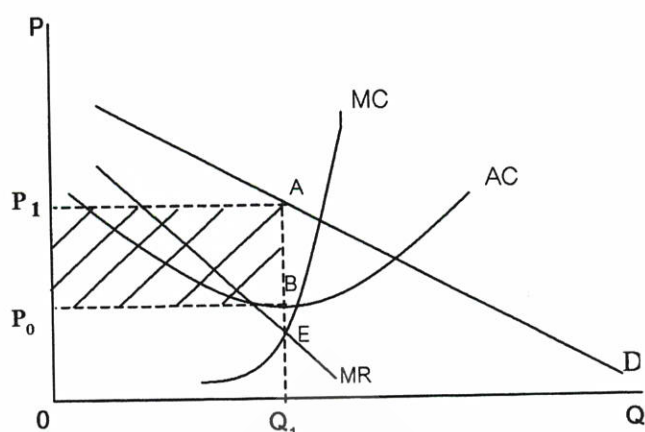


ตลาดผูกขาด (Monopoly)

ตลาดผูกขาดมีลักษณะตรงกันข้ามกับตลาดแข่งขันสมบูรณ์ กล่าวคือตลาดผูกขาดจะมีผู้ขายเพียงคนเดียวที่ขายสินค้าที่มีลักษณะแตกต่างจากสินค้าของผู้ขายรายอื่นๆ และสินค้าไม่สามารถใช้ทดแทนกันได้ ดังนั้นการเปลี่ยนแปลงราคา และปริมาณขายของผู้ขายรายอื่นจะไม่กระทบต่อราคาและปริมาณขายของผู้ผูกขาด นอกจากนี้การเคลื่อนย้ายปัจจัยการผลิต และการเข้าออกตลาดไม่สามารถกระทำได้ ซึ่งอาจจะเกิดจากข้อบังคับทางกฎหมาย หรือการผูกขาดโดยเทคโนโลยี หรือปัจจัยอื่นๆ เช่น ปัจจัยทางภูมิศาสตร์ เป็นต้น นอกจากนี้ข้อมูลข่าวสารทางการตลาดกระจายไม่ทั่วถึง ทำให้ผู้ผูกขาดสามารถตั้งราคาสูง และได้รับกำไรส่วนเกิน (Excess Profit)

การมีผู้ขายเพียงรายเดียวในตลาด ทำให้อุปสงค์ของวิสาหกิจ (firm) จะเป็นอุปสงค์ของตลาดไปด้วย และเส้นอุปสงค์ดังกล่าวจะเป็นเส้นที่ทอดลงจากทางซ้ายมือไปทางขวามือ และผู้ขายจะมีอำนาจต่อรองสูง และเป็นผู้กำหนดราคาตลาดสูงกว่าที่ควรจะเป็น ทำให้ผู้ผูกขาดได้รับกำไรส่วนเกิน (Excess Profit) ดังภาพที่ 2

ภาพที่ 2 แสดงการตั้งราคาและทำกำไรในตลาดผูกขาด



ผู้ขายจะตั้งราคาให้ $MR = MC$ แต่เนื่องจากผู้ขายมีอำนาจผูกขาด ผู้ขายจึงตั้งราคาในระดับ P_1 แทนการตั้งราคาให้จุด E ในโครงสร้างตลาดแบบนี้ผู้ผูกขาดจะได้กำไรส่วนเกินเท่ากับพื้นที่แรเงาในสี่เหลี่ยม P_1ABP_0

ตลาดผู้ขายมากมาย (Monopolistic Competition)

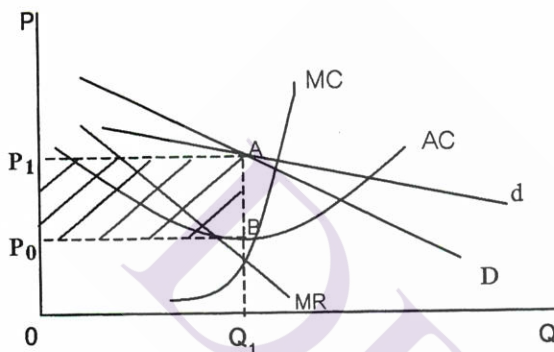
โครงสร้างตลาดแบบแข่งขันสมบูรณ์ และโครงสร้างตลาดแบบผูกขาด ได้ถูกนักเศรษฐศาสตร์ในยุคต่อมาวิจารณ์อย่างกว้างขวางโดยเฉพาะ Edward Chamberlin และ Joan Robinson ซึ่งชี้ให้เห็นว่าข้อสมมติในโครงสร้างตลาดดังกล่าวมีน้อยมาก หรือแทบจะไม่มีเลยที่สินค้าอื่นไม่สามารถใช้ทดแทนได้เลย หรือสินค้าอื่นทดแทนได้อย่างสมบูรณ์ แต่ในโลกแห่งความเป็นจริง สินค้าต่างๆ ที่ผลิตขึ้นในระบบเศรษฐกิจจะเป็นสินค้าที่มีสินค้าอื่นสามารถใช้ทดแทนกันได้ ในอัตราที่แตกต่างกัน กล่าวคือ สินค้าบางชนิดอาจจะมีสินค้าอื่นใช้ทดแทนได้เป็นอย่างดีและเป็นจำนวนมาก ในขณะที่สินค้าบางชนิดอาจจะมีสินค้าอื่นใช้ทดแทนได้ไม่ดี หรือใช้ทดแทนได้ไม่ดีและเป็นจำนวนน้อย

Edward Chamberlin ได้เขียนหนังสือชื่อ "The Theory of Monopolistic Competition" ขึ้นในปี ค.ศ.1933 โดยกล่าวว่าในตลาดจะมีผู้ผลิตสินค้าที่แตกต่างกัน แต่สามารถทดแทนกันได้เป็นจำนวนมาก จนการดำเนินนโยบายของผู้ขายคนหนึ่งๆ จะไม่มีผลกระทบต่อผู้ขายรายอื่นโดยตรง ทำให้ผู้ขายรายอื่นไม่มีปฏิกิริยาโต้ตอบ โดยการวิเคราะห์ได้จัดรวมผู้ผลิตเหล่านั้นไว้ในกลุ่มผู้ผลิตสินค้ากลุ่มเดียวกัน (Product group) ดังนั้นผู้ผลิตแต่ละรายมีอำนาจผูกขาดในสิน

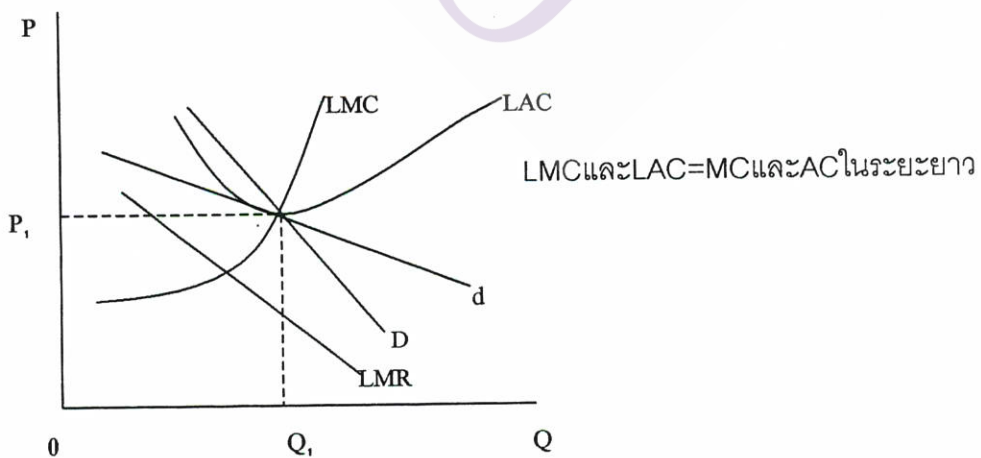
ค้าของตนเอง และสามารถตั้งราคาขายได้เพราะสินค้าแตกต่างกัน แต่ผู้ขายทุกคนจะถูกกระทบจากการแข่งขันของผู้ขายรายอื่น

ดังนั้นตลาดแบบนี้จึงมีลักษณะทั้งกึ่งแข่งขันและกึ่งผูกขาด แต่การเข้าออกจากตลาดเป็นแบบเสรี และในระยะสั้นข้อมูลข่าวสารการตลาดกระจายไม่ทั่วถึง ผู้ขายจึงมีโอกาสได้กำไรส่วนเกิน และในระยะยาวการกระจายของข่าวสารสมบูรณ์ขึ้น ทำให้กำไรส่วนเกินไม่เกิดในระยะยาวดังภาพที่ 3

ภาพที่ 3 แสดงการตั้งราคาและทำกำไรในระยะสั้นในตลาดผู้ขายมากมาย



ภาพที่ 4 แสดงการตั้งราคาและทำกำไรในระยะยาวในตลาดผู้ขายมากมาย



ตลาดผู้ขายน้อยราย (Oligopoly)

ตลาดผู้ขายน้อยรายเป็นตลาดที่อยู่ระหว่างตลาดผูกขาดและตลาดผู้ขายมากราย การแข่งขันในตลาดผู้ขายน้อยรายจะเกิดขึ้นในกลุ่มผู้ขายจำนวนน้อย ลักษณะสำคัญของตลาดแบบนี้มีดังนี้

1. ในตลาดผู้ขายน้อยรายมีผู้ขายเป็นจำนวนน้อย ซึ่งอาจจะมีตั้งแต่ 2 รายขึ้นไปถึง 3 ราย ทำให้ส่วนแบ่งตลาดหรือยอดขายของผู้ขายแต่ละรายมีสัดส่วนค่อนข้างสูงเมื่อเทียบกับยอดขายทั้งหมด ถ้าตลาดมีขอบเขตกว้างผู้ขายอาจจะเป็นผู้ผลิตรายใหญ่ แต่ถ้าตลาดมีขอบเขตแคบ ผู้ขายอาจจะเป็นผู้ผลิตรายเล็ก ผลของการมีผู้ขายเป็นจำนวนน้อยในตลาด ทำให้การดำเนินหรือเปลี่ยนแปลงนโยบายของผู้ขายแต่ละคนจะกระทบซึ่งกันและกัน และคู่แข่งอีก 2-3 รายในตลาดจะรู้และจะดำเนินนโยบายได้ตอบทันที การกำหนดนโยบายของผู้ขายในตลาดแบบนี้ต้องคำนึงผลที่ตนเองจะได้รับจากการดำเนินนโยบายนั้น และต้องคำนึงถึงปฏิกิริยาของผู้ขายรายอื่นที่จะส่งผลกระทบต่อตนด้วย ดังนั้นความขึ้นอยู่กับซึ่งกันและกันระหว่างผู้ขายในตลาดนี้จึงสูงมาก

2. ลักษณะของสินค้าที่ขายในตลาดผู้ขายน้อยราย อาจจะเป็นสินค้าที่เหมือนกันอย่างสมบูรณ์ หรืออาจจะเป็นสินค้าที่แตกต่างกันแต่ใช้ทดแทนกันได้ สำหรับตลาดผู้ขายน้อยรายที่ขายสินค้าเหมือนกันและมาตรฐานเดียวกัน เช่น ปูนซีเมนต์ เหล็กกล้า หรืออลูมิเนียม เป็นต้น ตลาดแบบนี้เรียกว่า Pure Oligopoly สำหรับตลาดผู้ขายน้อยรายที่ขายสินค้าต่างกันแต่ใช้ทดแทนกันได้ เรียกว่า Differentiation Oligopoly

3. ถึงแม้ในทฤษฎีจะระบุเป็นตลาดที่เข้าและออกได้อย่างเสรี แต่ในทางปฏิบัติเป็นไปได้ค่อนข้างยาก ซึ่งอาจจะมาจากสาเหตุต่างๆ เช่น เทคนิคการผลิตยุ่งยาก ใช้ทุนสูงมาก เป็นต้น จึงทำให้ตลาดแบบนี้มีจำนวนผู้ขายเพียงไม่กี่ราย

ตลาดผู้ขายน้อยรายมีความขึ้นอยู่กับซึ่งกันและกัน (The Interaction among firms) หรือการโต้ตอบกัน (The Reaction among firms) สูงมาก ทำให้ไม่สามารถกำหนดหลักทฤษฎีที่จะใช้ในการอธิบายโดยทั่วไป กล่าวคือ ในการวิเคราะห์ตลาดแบบนี้ไม่สามารถระบุชัดถึงลักษณะของเส้นอุปสงค์ว่าเป็นอย่างไร เพราะไม่สามารถกำหนดรูปแบบที่แน่นอนของนโยบายของแต่ละหน่วยธุรกิจ แม้กระทั่งในปัจจุบันยังไม่อาจจะกล่าวได้ว่าทฤษฎีใดเป็นของตลาดผู้ขายน้อยราย การศึกษาจึงแยกออกเป็นแบบจำลองต่างๆในกรณีต่อไปนี้

1. การรวมตัวของผู้ผลิตอย่างเป็นทางการ หรือเรียกว่าคาร์เทล (Cartel)
2. การรวมตัวของผู้ผลิตอย่างไม่เป็นทางการ เช่น การกำหนดราคาตามผู้นำ (Price Leadership) เป็นต้น
3. ผู้ขายแต่ละรายกำหนดนโยบายอิสระ และแข่งขันตามภาวะต้นทุน เป็นต้น

ดังนั้นจำนวนผู้ขายจะเป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดอำนาจผูกขาดในทฤษฎีเศรษฐศาสตร์ เช่น ตลาดผูกขาดจะมีผู้ขายรายเดียว เป็นต้น ในความเป็นจริงนั้น จำนวนผู้ขายในตลาดไม่ใช่เป็นปัจจัยสำคัญปัจจัยเดียวเท่านั้น แต่จะต้องพิจารณาถึงจำนวนผู้ขายที่มีบทบาทหรือส่วนแบ่งตลาดมาก ตัวอย่างเช่นมีผู้ขายรายใหญ่ 2 ราย มียอดขายรวมถึงร้อยละ 90 ของยอดขายทั้งหมด ในกรณีเช่นนี้ถือว่าผู้ขายรายใหญ่ทั้งสองมีอำนาจผูกขาดสูง หรือตลาดมีการกระจุกตัวสูง จึงมีการนำการกระจุกตัวของตลาด (Market Concentration) มาใช้วิเคราะห์อำนาจผูกขาด ดังนั้นการกระจุกตัวของตลาดเป็นดัชนีตัวหนึ่ง que แสดงถึง โครงสร้างของอุตสาหกรรม กล่าวคืออุตสาหกรรมใดที่มีการกระจุกตัวสูงจะทำให้โครงสร้างตลาดของอุตสาหกรรมนั้นโน้มเอียงไปทางการผูกขาด ในทางกลับกันอุตสาหกรรมใดที่มีการกระจุกตัวต่ำ โครงสร้างของตลาดจะโน้มเอียงไปทางการแข่งขันกันมาก ปัจจัยที่เป็นสาเหตุทำให้เกิดการกระจุกตัวขึ้นในอุตสาหกรรมใดอุตสาหกรรมหนึ่งคือ ปัจจัยที่เรียกว่า อุปสรรคในการเข้ามาดำเนินธุรกิจ (Barrier to Entry) ประกอบด้วย

1. ความได้เปรียบของต้นทุนการผลิต (Absolute Cost Advantages) อาจเกิดขึ้นกับวิสาหกิจที่มีสิ่งเหล่านี้

- 1.1 การครอบครองเทคโนโลยีการผลิตที่ดีกว่าโดยการจดสิทธิบัตรไว้หรือเก็บรักษาไว้เป็นความลับ
- 1.2 เป็นเจ้าของทรัพยากรหรือวัตถุดิบที่สำคัญในการผลิตเช่น เป็นผู้ได้รับสัมปทานแหล่งแร่ที่อุดมสมบูรณ์
- 1.3 ผู้จะเข้ามาใหม่ไม่สามารถหาปัจจัยการผลิต เช่น การจัดการ แรงงานฝีมือ ฯลฯ ได้ในเกณฑ์เดียวกับผู้ผลิตที่อยู่ในกิจการแล้ว
- 1.4 ผู้จะเข้ามาใหม่ไม่สามารถหาเงินทุนได้เพียงพอ หรือได้เงินทุนในอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำกว่าผู้ผลิตรายเดิม

2. อุปสรรคของผลิตภัณฑ์ที่แตกต่าง (Product Differentiation Barriers) อาจเกิดจากสิ่งเหล่านี้ คือ

- 2.1 ผู้อยู่ในกิจการได้จดสิทธิบัตรการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ดีกว่าไว้แล้ว
- 2.2 ขอบผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจที่อยู่ในกิจการนี้มาก่อน และมีชื่อเสียงดีกว่า
- 2.3 วิสาหกิจที่อยู่ในกิจการแล้วได้ครอบครองหรือผูกพันกิจกรรมการตลาดผลิตภัณฑ์นั้นไว้หมดแล้ว
- 2.4 วิสาหกิจที่อยู่ในกิจการแล้วได้มีการโฆษณา มีการวิจัยและพัฒนากลยุทธ์การตลาดไว้แล้ว

3. อุปสรรคจากการประหยัดจากขนาด (Scale Economy Barriers) อาจเกิดขึ้นได้จาก
- 3.1 การประหยัดจากขนาดจริงๆเกิดขึ้นกับวิสาหกิจที่อยู่ในกิจการแล้วโดยที่วิสาหกิจนั้นได้ทำการผลิตถึงขั้นต่ำของระดับที่มีประสิทธิภาพที่แท้จริง ทำให้ต้นทุนการผลิตเฉลี่ยลดต่ำลงเมื่อเทียบกับขนาดของตลาดนั้นหรือมีโรงงานขนาดใหญ่ตั้งอยู่ในพื้นที่ต่างกัน
 - 3.2 การชักนำให้เกิดการผูกขาดหรือการฮั้วกันของวิสาหกิจ
 - 3.3 การลงทุนทำวิจัยและพัฒนา

2.2 ทฤษฎีการวัดการกระจุกตัวของตลาด การวัดการกระจุกตัว² แบ่งเป็น 2 กลุ่ม

1. การวัดการกระจุกตัวสัมบูรณ์ เป็นการวัดทั้งจำนวนรายของวิสาหกิจ และขนาดของวิสาหกิจ หรือส่วนแบ่งตลาดของวิสาหกิจแต่ละรายโดยเปรียบเทียบ
2. กลุ่มการวัดความไม่เท่าเทียมกัน ใช้ในกรณีการวัดการกระจายตัวของส่วนแบ่งตลาดของวิสาหกิจเท่านั้น ไม่ได้นำจำนวนรายของวิสาหกิจเข้ามาพิจารณาร่วมด้วย เป็นการคำนวณดัชนีในกรณีที่ไม่สามารถหาข้อมูลของวิสาหกิจทุกรายในอุตสาหกรรมนั้นได้ เป็นการประยุกต์เอาทฤษฎีทางสถิติมาใช้

ตัวแปรที่ใช้ในการวัดการกระจุกตัว

ตัวแปรที่จะนำมาใช้วัดส่วนแบ่งตลาดของอุตสาหกรรมก็คือ ปริมาณหรือมูลค่าของตัวแปรนั้นๆ อย่างไรก็ตามตัวแปรแต่ละตัวต่างมีจุดเด่นและจุดด้อยแตกต่างกันไป ซึ่งตัวแปรที่นิยมใช้ในการวัดการกระจุกตัวมีดังนี้

1. ยอดขาย (Sales) เป็นยอดรายรับทั้งหมดจากการขายผลผลิตของวิสาหกิจ
2. มูลค่าเพิ่ม (Value-added) เป็นความแตกต่างระหว่างยอดขายและต้นทุนการผลิตทั้งหมด
3. การจ้างงาน (Employment) เป็นตัวแปรที่ใช้วัดขีดความสามารถในการผลิตหรือขนาดการผลิตตัวหนึ่ง เนื่องจากเป็นตัวแปรที่ค่อนข้างง่าย แต่มีข้อจำกัดคือ

² วิทย์ สัตยารักษ์วิทย์ . เศรษฐศาสตร์อุตสาหกรรม : เครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2544, หน้า 65.

4. วิสาหกิจบางแห่งอาจใช้แรงงานเข้มข้นในการผลิตมากกว่าอีกวิสาหกิจหนึ่ง แต่ผลผลิตอาจไม่มากเท่ากับวิสาหกิจที่ใช้ทุนเข้มข้น เป็นเพียงตัวแปรที่แสดงถึงขีดความสามารถในการผลิตของวิสาหกิจ

5. ทรัพย์สิน (Asset) ทรัพย์สินของวิสาหกิจแสดงถึงมูลค่าของทรัพย์สินที่สะสมกันมาหลายปี การเพิ่มขึ้นของทรัพย์สินของวิสาหกิจในเวลาต่างกันอาจมีหลายรูปแบบในอุตสาหกรรมหนึ่งๆ โดยเฉพาะในกรณีที่มีการเปลี่ยนแปลงของราคาทรัพย์สินมากๆ และระยะเวลาเปรียบเทียบยาวนาน ทำให้การเปรียบเทียบทรัพย์สินระหว่างวิสาหกิจทำได้ยากมาก

ดัชนีการกระจุกตัว (Concentration Index) ที่นิยมใช้กันมากมีดังนี้

1. อัตราส่วนการกระจุกตัว (Concentration Ratio) ของส่วนแบ่งตลาด เครื่องมือนี้ใช้วัดส่วนแบ่งของตลาดที่อยู่ในอุตสาหกรรมนั้นที่อยู่ในมือของผู้ผลิตรายใหญ่ที่สุดจำนวนหนึ่ง โดยส่วนแบ่งตลาดสามารถใช้ตัวแปรใดตัวแปรหนึ่งตามความเหมาะสม อย่างไรก็ตามจำนวนผู้ผลิตรายใหญ่ที่ใช้ในการคำนวณการกระจุกตัวแตกต่างกันไป เช่น ประเทศสหรัฐอเมริกาใช้จำนวนผู้ผลิตรายใหญ่ที่สุดจำนวน 4 ราย (กระจุกตัวระดับสูงสุด) , 8 ราย , 20 ราย (กระจุกตัวระดับต่ำ) และ 50 ราย สำหรับประเทศอังกฤษใช้ผู้ผลิต 3 ราย ประเทศแคนาดาใช้จำนวนรายของวิสาหกิจที่รวมกันแล้วมีส่วนแบ่ง 80% ของตลาด

สำหรับจำนวนวิสาหกิจหรือผู้ผลิตรายใหญ่ที่สุด มีสูตรที่ใช้ในการคำนวณหาอัตราส่วนการกระจุกตัวดังนี้

$$C = \frac{\sum_{i=1}^n P_i}{n}$$

โดยที่ C = อัตราส่วนการกระจุกตัว มีค่าระหว่าง 0-1

P_i = ส่วนแบ่งตลาดของผู้ผลิตรายที่ i

n = จำนวนรายของผู้ผลิตซึ่งเรียงจากผู้ผลิตใหญ่ไปหาเล็ก

ทั้งนี้ C ยิ่งมีค่าสูง ผู้ผลิตยิ่งมีอำนาจผูกขาดมาก หรือ มีการกระจุกตัวในอุตสาหกรรมสูง และข้อดีของอัตราส่วนการกระจุกตัว (C) คือ สามารถบอกได้ว่าอุตสาหกรรมที่ศึกษามีลักษณะตลาดเป็นแบบผู้ผลิตน้อยราย แบบผูกขาด หรือแข่งขันสมบูรณ์ และจุดอ่อนคือ การคำนวณค่า C ไม่ได้นำทุกวิสาหกิจเข้ามาพิจารณา และไม่ได้พิจารณาการกระจายของขนาดวิสาหกิจทุกแห่ง เป็น

การพิจารณาเฉพาะจุดใดจุดหนึ่งบนเส้นการกระจุกตัว ซึ่งลำดับการกระจุกตัวของอุตสาหกรรมหนึ่งขึ้นอยู่กับจำนวนรายของผู้ผลิตเลือกใช้ และ C ไม่สามารถบอกถึงอำนาจผูกขาดของแต่ละผู้ผลิตในตลาด

2. ดัชนีเฮอริฟินดาห์ล (Herfindahl Index)

ดัชนีเฮอริฟินดาห์ล เป็นผลรวมของส่วนแบ่งตลาดของวิสาหกิจขนาดใหญ่ยกกำลังสอง ซึ่งในการคำนวณนั้นจะมีการนำเอาจำนวนวิสาหกิจและส่วนแบ่งตลาดของทุกวิสาหกิจที่อยู่ในอุตสาหกรรมนั้นๆ เข้ามาพิจารณา โดยมีสูตรดังนี้

$$H = \sum_{i=1}^n (P_i)^2$$

$$P_i = Q_i / Q$$

Q_i = คือผลผลิตของวิสาหกิจรายที่ i

Q = คือผลผลิตของทุกวิสาหกิจในอุตสาหกรรมนั้น

n = จำนวนรวมทั้งหมดของวิสาหกิจในอุตสาหกรรมนั้น

$$(P_i)^2 = P_i \times P_i \text{ ส่วนแบ่งตลาดของวิสาหกิจรายที่ } i \text{ ถ่วงน้ำหนักด้วยส่วน}$$

แบ่งตลาดโดยตัวของมันเอง

H มีค่าเท่ากับหนึ่ง เมื่ออุตสาหกรรมนั้นมีผู้ผลิตเพียงรายเดียว และ H จะมีค่าต่ำสุด = $1/n$ เมื่ออุตสาหกรรมนั้นมีผู้ผลิตอยู่ n ราย และแต่ละรายมีส่วนแบ่งตลาดเท่าๆกัน H จะมีค่าลดลงเมื่อจำนวนผู้ผลิต n เพิ่มขึ้น

ทั้งนี้ผลสรุปที่ออกมาจะสอดคล้องกับทฤษฎีผู้ผลิตน้อยราย เนื่องจากการวัดดังกล่าว เหมือนกับการวัดอำนาจการผูกขาด นอกจากนี้ดัชนีเฮอริฟินดาห์ล เหมาะสมที่สุดสำหรับการวัดการเปลี่ยนแปลงของส่วนแบ่งตลาดแต่ละวิสาหกิจ

3. ดัชนีฮอร์วัทธ (The Horvath Index)

ดัชนีฮอร์วัทธ หรือดัชนี Comprehensive Concentration Index (CCI) เป็นดัชนีที่นำเอาทุกวิสาหกิจที่อยู่ในอุตสาหกรรมเข้ามาคำนวณดัชนีการกระจุกตัว โดยมีสูตรที่ใช้ในการคำนวณดังนี้

บทที่ 3

ธุรกิจ และนโยบายการบริหารงานสุรา

1 วิวัฒนาการของธุรกิจสุรา

ธุรกิจการผลิต และการจำหน่ายสุราในประเทศไทย ได้ดำเนินการอย่างจริงจังในสมัยกรุงรัตนโกสินทร์ โรงงานสุราบางยี่ขันเป็นโรงงานผลิตสุราแห่งแรกในประเทศไทย โดยมีนายอากรบ่อนเบี้ยเป็นเจ้าของกิจการและผลิตเหล้าขาวเพียงอย่างเดียว ต่อมาโรงงานแห่งนี้ได้กลายเป็นโรงงานผลิตสุราของกรมสรรพสามิต กระทรวงการคลังในปี 2457 ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นที่รัฐเข้ามาดำเนินการผูกขาดการผลิตและการจำหน่ายสุราขาว ในปี 2470 ยังได้ทำการผลิตสุราผสมเพิ่มขึ้น เนื่องจากคนนิยมดื่มเหล้าดองยาหรือสุราปรุงแต่งมากขึ้น ซึ่งสุราผสมเกิดจากการหมักด้วยยาสมุนไพรในน้ำสุรา และปรุงแต่งด้วยกลิ่น รส และแอลกอฮอล์ นอกจากนี้ยังทำการผลิตสุราปรุงพิเศษเพิ่มขึ้นอีกชนิดหนึ่ง ที่ใช้กรรมวิธีแบบแช่สกัด ซึ่งเป็นที่มาของสุรายี่ห้อ “แม่โขง” โดยสรุปแล้วสุราที่ผลิตในประเทศไทยสามารถแบ่งเป็นกลุ่มต่างๆ ดังนี้ สุราขาว สุราสามทับ (แอลกอฮอล์) สุราผสม และสุราปรุงพิเศษ สุราแช่ (เบียร์ ไวน์ อู สาโท และกะแช่)

2 นโยบายการบริหารการผลิตและการจำหน่ายสุราในประเทศไทย

การวิเคราะห์นโยบายสุราสามารถแบ่งออกเป็น 2 ยุค คือ ยุคผูกขาดและยุคเปิดเสรี โดยมีรายละเอียดดังนี้

2.1 นโยบายการบริหารงานสุรายุคผูกขาด (ปี 2457-2542) นโยบายการบริหารสุราในยุคนี้ รัฐบาลและเอกชนเฉพาะรายเท่านั้นที่มีสิทธิผลิตและจำหน่ายสุราเฉพาะอย่าง เพื่อความเข้าใจในนโยบายการบริหารงานและธุรกิจสุราอย่างชัดเจน ในการศึกษาจะแบ่งเป็นการบริหารงานโดยภาครัฐ และภาคเอกชน ดังนี้

1) การบริหารงานสุราโดยภาครัฐ มีโรงงานผลิตสุราที่อยู่ในความดูแลของหน่วยงานต่างๆ ได้แก่

1.1 โรงงานผลิตสุราขาว-ผสม ของกรมสรรพสามิต กระทรวงการคลัง รัฐเปิดประมูลโดยให้สิทธิในการผลิตและจำหน่ายแก่เอกชนที่เสนอผลตอบแทนให้แก่รัฐสูงสุด โดยจัดแบ่งการทำสัญญาออกเป็น 2 ระยะ ได้แก่

- ระยะที่ 1 สัญญาผลิตและขายส่งสุราขาว-ผสม โรงงานสุรากรมสรรพสามิตจำนวน 32 โรงงาน มีอายุสัญญาระหว่างปี 2523 – 2527

- ระยะเวลาที่ 2 สัญญาผลิตและขายส่งสุรารวม โรงงานสุรา
กรรมสรรพสามิตจำนวน 12 โรงงาน โดยยุบรวมมาจากโรงงาน
เดิมทั้ง 32 แห่งนั่นเอง เนื่องจากโรงงานเก่าล้าสมัย ซึ่งมีอายุ
สัญญาระหว่างปี 2528 -2542

ทั้งนี้กลุ่มเอกชนที่ชนะการประมูล และได้สิทธิในการบริหารโรงงานเหล่านี้ ได้แก่ กลุ่ม
สุราทิพย์และแสงโสม ภายใต้การนำของนายเถลิง เหล่าจินดา และนายเจริญ สิริวัฒนภักดี เจ้าของ
ฉายาจอมยุทธ์น้ำเมา ซึ่งเป็นกลุ่มที่แยกตัวออกมาจากค่ายสุรามหาราษฎร โดยเริ่มจากการเข้าไป
ซื้อกิจการบริษัท ธารน้ำทิพย์ จำกัด จากนายจตุล กาญจนลักษณ์ เจ้าของธาราวิสกี้ ซึ่งถือเป็นจุด
กำเนิดของสุราตระกูลแสงโสม ในเวลาต่อมาได้มีการเปลี่ยนชื่อบริษัทธารน้ำทิพย์เป็น บริษัท แสง
โสม จำกัด จดทะเบียนก่อตั้งบริษัทในปี 2515 ด้วยทุนจดทะเบียน 110 ล้านบาท และก่อนที่จะมี
การเปิดเสรีสุราได้เพิ่มทุนเป็น 20,000 ล้านบาท ถือหุ้นใหญ่โดยนายเจริญ สิริวัฒนภักดี 72.78 %
นอกจากจะทำการผลิตสุราตระกูลแสงโสมแล้ว บริษัท แสงโสม จำกัด ยังทำหน้าที่เป็นผู้จำหน่าย
และผลิตสุราสีให้กับกลุ่มสุราทิพย์บริษัทในเครือแสงโสมอีกด้วย

1.2 โรงงานสุราองค์การสุรา กรรมสรรพสามิต องค์การสุราเป็นรัฐวิสาหกิจ
ในสังกัดกระทรวงการคลัง ดำเนินการผลิตสุราและผลิตแอลกอฮอล์ โรงงานตั้งอยู่ที่จังหวัด
พระนครศรีอยุธยา และยังมีโรงงานสาขาอีก 4 แห่ง ได้แก่ สาขาจังหวัดนครราชสีมา สระบุรี ลพบุรี
ชัยนาท ซึ่งรัฐเปิดประมูลให้เอกชนทำการขายส่งภายในเขตจำหน่าย 8 จังหวัด คือจังหวัด
พระนครศรีอยุธยา อ่างทอง สิงห์บุรี ลพบุรี ชัยนาท สระบุรี อุทัยธานี และนครราชสีมา ผู้ชนะ
ประมูลคือ กลุ่มสุราทิพย์

1.3 โรงงานสุรากรรมสรรพสามิต จังหวัดกำแพงเพชร ทำการผลิตสุรารวม -
สุรามวม จำหน่ายเฉพาะในเขตจังหวัดกำแพงเพชร โดยเปิดประมูลให้เอกชนผลิตและขายส่งเช่น
กัน และตั้งแต่ปี 2523 ได้เริ่มผลิตสุราตระกูล“หงส์ทอง” โรงงานสุราในกลุ่มนี้มีอายุสัญญา
ระหว่างปี 2523 - 2532 และมีการต่ออายุสัญญาอีกในปี 2533 ไปสิ้นสุดสัญญาในปี 2542 กลุ่มสุราทิพย์
เป็นผู้ชนะประมูลอีกเช่นกัน

1.4 โรงงานสุราบางยี่ขัน เป็นโรงงานที่กรมโรงงานอุตสาหกรรม กระทรวง
อุตสาหกรรม ได้รับโอนความรับผิดชอบจากกรรมสรรพสามิตตั้งแต่ปี 2485 ซึ่งมีจำนวน 2 โรงงาน
คือ โรงงานสุราบางยี่ขัน 1 ตั้งอยู่ที่กรุงเทพมหานคร และโรงงานสุราบางยี่ขัน 2 ตั้งอยู่ที่จังหวัด
ปทุมธานี ดำเนินการผลิตและจำหน่ายสุรารวม-ผสม มีเขตการจำหน่ายในพื้นที่กรุงเทพมหานคร
ปทุมธานี นนทบุรี ปทุมธานี สมุทรปราการ นอกจากนี้ยังทำการผลิตสุราปรุงพิเศษ ยี่ห้อแม่โขง

และกวางทองอีกด้วย มีเขตการจำหน่ายได้ทั่วราชอาณาจักร มีการทำสัญญาสัมปทาน 2 ช่วง คือ ระหว่างปี 2533-2537 และมีการต่ออายุสัญญาอีกครั้งในปี 2538 โดยไปสิ้นสุดสัญญาในปี 2542

ทั้งนี้กลุ่มบริษัท สุรามหาคุณ จำกัด ต่อมาคือกลุ่มบริษัท สุรามหาราชฎา จำกัด เป็นผู้ชนะการประมูลและผูกขาดการผลิตและจำหน่าย ซึ่งผู้ถือหุ้นใหญ่ประกอบด้วยตระกูลเตชะไพบูลย์ มหาคุณ ล้ำชา และตระกูลเหล่าจินดา

1.5 โรงงานสุราสามทับ (แอลกอฮอล์) เป็นโรงงานผลิตสุรากลั่นบริสุทธิ์ ปราศจากเครื่องปรุงแต่ง และมีแอลกอฮอล์ตั้งแต่ 80 ดีกรีขึ้นไป ซึ่งรัฐกำหนดนโยบายให้องค์การสุรา ในสังกัดกรมสรรพสามิต เป็นผู้ผูกขาดทั้งการผลิตและการขายส่งสุราสามทับ

สรุป โรงงานผลิตสุราของรัฐทั้งหมดยกเว้นโรงงานผลิตสุราสามทับ รัฐได้เปิดประมูล เพื่อให้สัมปทานในการผลิตและจำหน่ายสุราแก่เอกชนที่เสนอให้ผลตอบแทนแก่รัฐสูงสุด และเอกชนที่ชนะการประมูลมีอยู่ 2 กลุ่ม คือ กลุ่มสุรามหาราชฎา และกลุ่มสุราทิพย์กับแสงโสม ซึ่งมีการแข่งขันทางธุรกิจกันอย่างรุนแรง ทำให้เกิดภาระหนี้สินสะสมจำนวนมาก และส่งผลกระทบต่อฐานะการเงินของธนาคารเจ้าหนี้หลายแห่ง

ดังนั้นในปี 2528 เป็นต้นมารัฐได้ยุติปัญหาดังกล่าวด้วยการอนุญาตให้ทั้งสองกลุ่มรวมตัวกันเหลือเพียงกลุ่มเดียวเท่านั้น ทำให้ตลาดสุราของไทยตกอยู่ในภาวะผูกขาดอย่างแท้จริง เนื่องจากสัมปทานสุราของรัฐมีผู้ผลิตและจำหน่ายเพียงกลุ่มเดียวในนามกลุ่มสุราทิพย์กับแสงโสม สำหรับรายละเอียดผู้ชนะการประมูลปรากฏในตารางข้างล่าง ดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงรายชื่อบริษัทในกลุ่มสุราทิพย์กับแสงโสม ที่ชนะประมูลโรงงานสุราของกรมสรรพสามิต กระทรวงการคลัง ระหว่างปี 2528- 2542

ที่	ที่ตั้งโรงงาน	ผู้ชนะประมูล	เขตการขายส่ง
1	ปราจีนบุรี	หจก.สถาพรการค้า	ปราจีนบุรี นครนายก จันทบุรี ตราด
2	ฉะเชิงเทรา	หจก.ไมตรีบูรพา	ฉะเชิงเทรา ชลบุรี ระยอง
3	บุรีรัมย์	หจก.สุราสีหราช	บุรีรัมย์ สุรินทร์
4	อุบลราชธานี	หจก.จักรวาลเมรัย	อุบลราชธานี ศรีสะเกษ ยโสธร ร้อยเอ็ด
5	ขอนแก่น	หจก.สิบเจ็ดการสุรา	ขอนแก่น ชัยภูมิ มหาสารคาม กาฬสินธุ์
6	หนองคาย	บ.สุราไทยเดิม จำกัด	หนองคาย อุดรธานี สกลนคร นครพนม เลย มุกดาหาร
7	เชียงใหม่	บ.สุราไทยเดิม จำกัด	เชียงใหม่ เชียงราย พะเยา ลำพูน แม่ฮ่องสอน ลำปาง
8	พิษณุโลก	หจก.โยนกพาณิชย์	พิษณุโลก สุโขทัย ตาก อุตรดิตถ์ แพร่ น่าน
9	นครสวรรค์	หจก.เพชรวิจิตร	นครสวรรค์ พิจิตร เพชรบูรณ์
10	กาญจนบุรี	บ.ทิพย์นิมิต จำกัด	กาญจนบุรี นครปฐม สุพรรณบุรี

ตารางที่ 1 (ต่อ)

11	ราชบุรี	บ.ทิพย์นิมิต จำกัด	ราชบุรี สมุทรสงคราม สมุทรสาคร เพชรบุรี ประจวบฯ
12	สุราษฎร์ธานี	หจก.รุ่งเรืองทักซิณ	สุราษฎร์ธานี ชุมพร ระนอง ภูเก็ต พังงา กระบี่ ตรัง สตูล
			พัทลุง สงขลา นครศรีธรรมราช ยะลา ปัตตานี นราธิวาส

ที่มา : กรมสรรพสามิต กระทรวงการคลัง, 2542

2) การบริหารงานสุราโดยภาคเอกชน นอกจากรัฐจะใช้นโยบายผูกขาดอุตสาหกรรมสุรา โดยการให้สัมปทานเอกชนผลิตและขายส่งสุราขาว - ผสมดังกล่าวข้างต้นแล้ว ขณะเดียวกันรัฐยังได้เปิดให้ภาคเอกชนสามารถจัดตั้งโรงงานสุราพิเศษ ประเภท วิสกี้ บรันดี ยิน สุราจีน รวมถึงสุราแช่ประเภทเบียร์ ไวน์ และสุราแช่พื้นเมืองได้ โดยประเภทของสุราที่ภาคเอกชนทำการผลิตนั้น จะไม่ซ้ำซ้อนกับสุราสัมปทานของรัฐ

ทั้งนี้โรงงานสุราของเอกชนจะแตกต่างจากโรงงานสุราของรัฐ ในสาระสำคัญ คือ โรงงานสุราเอกชนไม่ตกเป็นกรรมสิทธิ์ของรัฐ ไม่มีโควต้าขั้นต่ากำหนดให้เสียภาษี ไม่มีอายุของการดำเนินงาน และไม่มีเขตการจำหน่าย โดยสามารถจำหน่ายได้ทั่วประเทศและเอกชนผลิตได้ แต่เฉพาะสุรากลั่นและสุราปรุงพิเศษเท่านั้น ได้แก่ วิสกี้ บรันดี ไวน์ รัม สุราจีน ซึ่งนับตั้งแต่ปี 2503 - 2542 มีโรงงานสุราเอกชนที่ได้รับอนุญาตให้ผลิตและจำหน่ายสุราปรุงพิเศษรวมทั้งสิ้น 12 ราย ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงรายชื่อโรงงานสุราเอกชน ที่ผลิตสุราพิเศษระหว่างปี 2503 - 2542

ลำดับ	รายชื่อ	ชนิดสุรา
1	บริษัท ประมวลผล จำกัด	วิสกี้ บรันดี ไวน์
2	บริษัท แสงโสม จำกัด	รัม สุราจีน
3	บริษัท สุราพิเศษสุวรรณภูมิ จำกัด	บรันดี
4	บริษัท ยูไนเต็ท ไวน์เนอรี แอนดีดีสทิลเลอร์ จำกัด	วิสกี้ไวน์ ไวน์คูลเลอร์
5	บริษัท สุราพิเศษสัมพันธ์ จำกัด	สุราจีน
6	บริษัท สุราพิเศษทิพราช จำกัด	สุราจีน
7	บริษัท สุราพิเศษภัทรลานนา จำกัด	สุราจีน
8	บริษัท สุราพิเศษสหสันต์ จำกัด	สุราจีน
9	บริษัท สุรากระทิงแดง (1988) จำกัด	รัม
10	บริษัท ซี พี เค อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด	บรันดี ไวน์

ตารางที่ 2 (ต่อ)

11	บริษัท บีบีดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด	บริันดี ไวน์
12	บริษัท สุราท่าจีน จำกัด	สุราจีน

ที่มา : กรมสรรพสามิต กระทรวงการคลัง, 2547

สำหรับนโยบายสุราต่างประเทศนั้น ในยุคผูกขาดนี้รัฐได้เปิดเสรีให้มีการนำเข้าสุราจากต่างประเทศได้ไม่จำกัดจำนวน แต่ต้องอยู่ภายใต้หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่รัฐกำหนดเช่นกัน เนื่องจากรัฐบาลมีจุดประสงค์เพื่อให้สามารถกำหนดรายรับจากการจัดเก็บภาษีสุราขั้นต่ำคงที่และสม่ำเสมอในแต่ละปี โดยกำหนดให้จัดเก็บภาษีสุราและค่าผลประโยชน์แบบเหมาจ่าย คิดจากอัตราการเสียภาษีของผู้รับสัมปทานขั้นต่ำต่อปีตามจำนวนการผลิต ซึ่งรัฐบาลจะกำหนดยอดการผลิตขั้นต่ำต่อปีไว้ และจะจัดเก็บภาษีเพิ่มเติมเป็นขั้นบันไดตามจำนวนการผลิตที่เพิ่มขึ้นในแต่ละปี โดยกรมสรรพสามิตมีหน้าที่กำกับดูแลการจัดเก็บภาษี และออกกฎระเบียบต่างๆ

2.2 นโยบายการบริหารงานสุรายุคเปิดเสรี (ปี 2543 - ปัจจุบัน)

ในปี 2542 เป็นปีที่อายุสัญญาสัมปทานสุราทั้งระบบสิ้นสุดลง ทั้งในส่วนของโรงงานสุรากรมสรรพสามิต กระทรวงการคลัง จำนวน 12 โรงงาน และโรงงานสุราบางยี่ขัน ของกรมโรงงานอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม จำนวน 2 โรงงาน โดยได้สิ้นสุดลงพร้อมกันเมื่อวันที่ 31 ธันวาคม 2542 คณะรัฐมนตรีได้มีมติเมื่อวันที่ 15 กันยายน 2541 ให้มีการเปิดเสรีการผลิตและจำหน่ายสุรากลั่นได้ทุกชนิด ซึ่งรัฐได้เปิดประมูลโรงงานสุราของรัฐยกเว้นโรงงานสุราสามทับ โดยการขายทอดตลาดเครื่องจักรและอุปกรณ์การผลิตสุราต่างๆ ให้แก่ภาคเอกชนทั้งหมด การเปิดเสรีสุรามีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2543 เป็นต้นไป โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ผลิตทั่วไปสามารถขออนุญาตผลิตและจำหน่ายสุราได้โดยเสรี หากมีคุณสมบัติเป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่รัฐกำหนดไว้

ดังนั้นจึงถือได้ว่าเป็นการเปลี่ยนแนวนโยบายการบริหารงานสุราครั้งใหญ่ เนื่องจากเป็นการยกเลิกระบบ "การผูกขาดอุตสาหกรรมสุรา" ที่ให้เอกชนรายใดรายหนึ่งทำการผลิตและจำหน่ายมาสู่ระบบ "การค้าเสรี" โดยเปิดโอกาสให้เอกชนลงทุนแข่งขันกันได้อย่างเสรี รวมทั้งเป็นการยกเลิกกิจการโรงงานสุราของรัฐไปโดยปริยาย ยกเว้นโรงงานสุราสามทับ

สำหรับแนวทางการบริหารอุตสาหกรรมสุราตั้งแต่ปี 2543 เป็นต้นมานั้น รัฐดำเนินนโยบายเปิดสุราเสรีการผลิตและจำหน่ายทั้งสุราขาวและสุราสีทั้งหมด แต่ต้องดำเนินการภายใต้

การพิจารณาเฉพาะจุดใดจุดหนึ่งบนเส้นการกระจุกตัว ซึ่งลำดับการกระจุกตัวของอุตสาหกรรม
หนึ่งๆขึ้นอยู่กับจำนวนรายของผู้ผลิตเลือกใช้ และ C ไม่สามารถบอกถึงอำนาจผูกขาดของแต่ละผู้
ผลิตในตลาด

2. ดัชนีเฮอริฟินดาห์ล (Herfindahl Index)

ดัชนีเฮอริฟินดาห์ล เป็นผลรวมของส่วนแบ่งตลาดของวิสาหกิจขนาดใหญ่ยกกำลังสอง
ซึ่งในการคำนวณนั้นจะมีการนำเอาจำนวนวิสาหกิจและส่วนแบ่งตลาดของทุกวิสาหกิจที่อยู่ในอุตสาหกรรม
นั้นๆเข้ามาพิจารณา โดยมีสูตรดังนี้

$$H = \sum_{i=1}^n (P_i)^2$$

$$P_i = Q_i / Q$$

Q_i = คือผลผลิตของวิสาหกิจรายที่ i

Q = คือผลผลิตของทุกวิสาหกิจในอุตสาหกรรมนั้น

n = จำนวนรวมทั้งหมดของวิสาหกิจในอุตสาหกรรมนั้น

$(P_i)^2 = P_i \times P_i$ ส่วนแบ่งตลาดของวิสาหกิจรายที่ i ถ่วงน้ำหนักด้วยส่วน

แบ่งตลาดโดยตัวของมันเอง

H มีค่าเท่ากับหนึ่ง เมื่ออุตสาหกรรมนั้นมีผู้ผลิตเพียงรายเดียว และ H จะมี
ค่าต่ำสุด = $1/n$ เมื่ออุตสาหกรรมนั้นมีผู้ผลิตอยู่ n ราย และแต่ละรายมีส่วนแบ่งตลาดเท่าๆกัน H จะ
มีค่าลดลงเมื่อจำนวนผู้ผลิต n เพิ่มขึ้น

ทั้งนี้ผลสรุปที่ออกมาจะสอดคล้องกับทฤษฎีผู้ผลิตน้อยราย เนื่องจากการวัดดังกล่าว
เหมือนกับการวัดอำนาจการผูกขาด นอกจากนี้ดัชนีเฮอริฟินดาห์ล เหมาะสมที่สุดสำหรับการวัด
การเปลี่ยนแปลงของส่วนแบ่งตลาดแต่ละวิสาหกิจ

3. ดัชนีฮอร์วัธ (The Horvath Index)

ดัชนีฮอร์วัธ หรือดัชนี Comprehensive Concentration Index (CCI) เป็นดัชนีที่นำเอาทุก
วิสาหกิจที่อยู่ในอุตสาหกรรมเข้ามาคำนวณดัชนีการกระจุกตัว โดยมีสูตรที่ใช้ในการคำนวณดังนี้

$$CCI = P_i + \sum_{j=2}^n P_j^2 [1 + P_j]$$

$i = 1$ วิสาหกิจที่ใหญ่ที่สุด

$j = 2 \dots \dots \dots n$

CCI มีค่าสูงสุด = 1 เมื่ออุตสาหกรรมนั้นมีเพียงวิสาหกิจเดียว

และ มีค่าต่ำสุดที่ $(3n^2 - 3n + 1) / n^3$ เมื่อ n ไม่เท่ากับ 2

ทั้งนี้ CCI ไม่เป็นที่นิยมใช้ในการคำนวณการกระจุกตัวนัก เพราะไม่มีค่าความได้เปรียบดัชนีตัวอื่นๆทั้งทางด้านทฤษฎีและวิธีการคำนวณ

สำหรับการศึกษาโครงสร้างตลาดสุราในครั้งนี้จะทำการวัดการกระจุกตัวของตลาด โดยใช้ดัชนีการกระจุกตัว (Concentration Index) แบบอัตราส่วนการกระจุกตัว (The Concentration Ratio) ซึ่งเครื่องมือนี้จะใช้วัดส่วนแบ่งของตลาดในอุตสาหกรรมสุราที่อยู่ในมือของผู้ผลิตรายใหญ่ที่สุดจำนวนหนึ่ง โดยใช้ข้อมูลยอดขายผลผลิตมาเป็นตัวแปรวัดการได้มาซึ่งส่วนแบ่งตลาดของอุตสาหกรรมที่ศึกษา

ทั้งนี้เหตุที่ต้องเลือกใช้อัตราส่วนการกระจุกตัว (The Concentration Ratio) เพราะเป็นดัชนีที่ได้รับการยอมรับและนิยมใช้ รวมทั้งสามารถสืบค้นข้อมูลที่เป็นยอดขายของบริษัทสุรารายใหญ่ได้เท่านั้น ซึ่งไม่สามารถนำยอดขายของทุกวิสาหกิจในอุตสาหกรรมสุรามาพิจารณาได้ทั้งหมด โดยเฉพาะยอดขายของสุราชุมชน

2.3 เครื่องมือวิเคราะห์พฤติกรรมการแข่งขัน

ก่อนที่จะศึกษาพฤติกรรมการแข่งขันในอุตสาหกรรมสุรา เราควรจะทราบเครื่องมือทางการตลาดที่ใช้ในการแข่งขันโดยทั่วไป โดยแบ่งเป็น 2 รูปแบบคือ การแข่งขันทางด้านราคา และการแข่งขันในด้านที่ไม่ใช่ราคา ดังนี้

1. การแข่งขันด้านราคา (Price Competition) หมายถึง การใช้วิธีการที่มีผลกระทบต่อราคาโดยตรง เช่น การลดราคาสินค้า
2. การแข่งขันในด้านที่ไม่ใช่ราคา (Non- Price Competition) หมายถึง การใช้เครื่องมือทางการตลาดอื่นที่ไม่ใช่ราคาเข้ามาแข่งขันในตลาด ประกอบด้วยสิ่งต่างๆคือ

2.1 ผลิตภัณฑ์ คือ วิธีการที่ผู้ผลิตใช้ในการพยายามทำสินค้าของตนให้แตกต่างจากสินค้าของผู้ผลิตรายอื่น (Product Differentiation) ซึ่งมีอยู่มากมายหลายวิธี ที่สำคัญคือ

2.1.1 การเปลี่ยนแปลงรูปแบบของสินค้า (Style Change) โดยผู้ผลิตสามารถที่จะเปลี่ยนแปลงสินค้าของตนเองให้แตกต่างจากสินค้าของผู้ผลิตรายอื่นๆ สามารถทำได้โดยต้นทุนการผลิตไม่เพิ่มขึ้น เช่น ต้นทุนในการจัดทำหีบห่อของสินค้าของผู้ผลิตจำนวนหนึ่ง สามารถนำมาใช้ดัดแปลงรูปแบบของหีบห่อ หรือเปลี่ยนแปลงลักษณะของหีบห่อได้โดยไม่ต้องมีต้นทุนเพิ่มขึ้น หรือผู้ผลิตสามารถเปลี่ยนรูปแบบของสินค้าเมื่อเครื่องเก่าหมดอายุการใช้งานแล้ว และต้องเปลี่ยนเครื่องจักรใหม่แทน แต่อย่างไรก็ตาม ผู้ผลิตอาจยอมเสียต้นทุนเพิ่มเพื่อเปลี่ยนรูปแบบของสินค้า หรือหีบห่อ ซึ่งต้นทุนดังกล่าวนี้ไม่ขึ้นอยู่กับจำนวนการผลิตในระหว่างการเปลี่ยนแปลงรูปแบบของสินค้า

2.1.2 การกำหนดตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ (Product Positioning) เป็นอีกวิธีหนึ่งที่สามารถทำให้สินค้ามีความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์ของคู่แข่งได้ โดยการวางผลิตภัณฑ์ไว้ในระดับที่แตกต่างจากคู่แข่ง จะเป็นการสร้างคุณสมบัติให้กับผลิตภัณฑ์ และยังสามารถสร้างภาพลักษณ์ให้ผลิตภัณฑ์

2.1.3 การวิจัยและพัฒนา (Research and Development) ได้แก่การวิจัยและพัฒนาความรู้ใหม่ๆ หรือเทคนิคในการผลิตใหม่ๆ ที่ทำให้ต้นทุนการผลิตต่ำลง แต่การวิจัยและพัฒนาจะต้องใช้ต้นทุนค่อนข้างสูง จึงทำให้ผู้ผลิตขนาดเล็กเสียเปรียบ และยังเป็นตัวกีดขวางผู้ผลิตรายใหม่ที่จะเข้าสู่ตลาดด้วย

2.2 การจัดจำหน่าย (Channel of distribution) ช่องทางการจัดจำหน่ายนับว่าสำคัญมากต่อผู้ผลิต เพราะเป็นการผ่านสินค้าไปยังผู้บริโภค ถ้าบริษัทใดมีช่องทางการจัดจำหน่ายที่ดีก็จะสามารถทำให้สินค้าติดตลาดได้ไม่ยาก ดังนั้นผู้ผลิตจึงต้องพิจารณาให้ดีในการที่จะใช้ช่องทางการตลาดแบบใด เช่น การจำหน่ายผ่านผู้แทนจำหน่าย การจำหน่ายโดยตรงกับร้านค้าปลีก

2.3 การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการส่งเสริมให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จักและได้รับการยอมรับ โดยมีรูปแบบดังนี้

2.3.1 การส่งเสริมการขาย (Sale Promotion) เช่น การจัดรายการชิงโชคต่างๆ การให้ส่วนลดแก่ตัวแทนจำหน่าย เป็นต้น ซึ่งการส่งเสริมการขายเป็นสิ่งสำคัญ

ในการส่งเสริมด้านการตลาด ทำให้สินค้าเป็นที่รู้จัก และได้รับการยอมรับ ทั้งจากผู้บริโภคและผู้แทนจำหน่าย

2.3.2 การสร้างภาพลักษณ์ให้ผลิตภัณฑ์ (Product Image) เป็นการทำให้ผู้บริโภคมองผลิตภัณฑ์ในแง่ดี และยังช่วยส่งเสริมการภักดีในยี่ห้อ เช่น การจัดกิจกรรมต่างๆขึ้นมาเพื่อทำประโยชน์ให้สังคม โดยเป็นทั้งการโฆษณาผลิตภัณฑ์และยังคืนกำไรให้แก่สังคมด้วย

2.4 แนวคิดเรื่องอุปสรรคกีดขวางการเข้ามาแข่งขันในอุตสาหกรรม (Barrier to Entry)

อุปสรรคกีดขวางหรือการกีดกันการเข้าสู่อุตสาหกรรมเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่มีส่วนกำหนดโครงสร้างตลาด เพราะการกีดกันดังกล่าวจะมีผลต่อจำนวนผู้ขายในตลาด กล่าวคือ ถ้าตลาดมีอุปสรรคกีดขวางผู้ผลิตรายใหม่สูงผู้ผลิตเดิมที่อยู่ในตลาดก็ไม่ต้องกลัวผู้ที่เข้ามาแข่งขันจากภายนอก ซึ่งจะทำให้ผู้ผลิตที่อยู่ในตลาดมีอำนาจผูกขาดทางการตลาดมาก แต่ถ้าอุปสรรคกีดขวางต่ำหรือน้อยผู้ผลิตรายใหม่ก็จะเข้าสู่ตลาดได้ง่าย ในกรณีเช่นนี้ผู้ผลิตเดิมที่อยู่ในตลาดก็จะมีอำนาจผูกขาดทางการตลาดต่ำลง หรือมีส่วนแบ่งทางการตลาดลดลง เนื่องจากต้องกระจายส่วนแบ่งทางการตลาดออกไปให้กับผู้ผลิตรายใหม่ ลักษณะของอุปสรรคกีดขวางการเข้ามาแข่งขันในอุตสาหกรรม ประกอบด้วยหลายลักษณะดังนี้

1. อุปสรรคกีดขวางเนื่องมาจากความนิยมของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าและบริการนั้นๆ (Preference Barrier) อุปสรรคกีดขวางในลักษณะนี้เนื่องมาจากผู้บริโภคมีความภักดีในยี่ห้อสินค้า กล่าวคือ การที่ผู้บริโภคยึดมั่นในยี่ห้อและมีความตั้งใจที่จะซื้อสินค้านั้น โดยผู้ผลิตทำให้ผลิตภัณฑ์ของตนแตกต่างจากคู่แข่ง (Product Differentiation) ทางด้านลักษณะของสินค้า คุณภาพ รูปแบบ ตลอดจนการโฆษณาเพื่อให้ผู้บริโภครับรู้ถึงความแตกต่างระหว่างผลิตภัณฑ์ของผู้ผลิตและผู้แข่งขัน

2. อุปสรรคกีดขวางเนื่องจากการประหยัดต่อขนาด (Economy of Scale Barrier) สินค้าบางชนิดต้องมีการผลิตขนาดใหญ่เพื่อให้ต้นทุนในการผลิตต่อหน่วยต่ำ ดังนั้นการประหยัดต่อขนาดจึงเป็นข้อได้เปรียบของการผลิตขนาดใหญ่ ซึ่งเกิดจากการที่ผู้ผลิตสามารถผลิตสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งในปริมาณการผลิตที่มากพอ จนทำให้ต้นทุนในการผลิตต่อหน่วยต่ำลง ดังนั้นขนาดของการผลิตที่เหมาะสมจึงต้องเป็นขนาดใหญ่พอ ซึ่งจากความได้เปรียบทางด้านต้นทุนนี้ทำให้ผู้ผลิตที่อยู่ในตลาดมีต้นทุนในการผลิตต่อหน่วยต่ำกว่าผู้ผลิตรายใหม่ที่จะเข้าสู่ตลาด

3. อุปสรรคกีดขวางเนื่องจากความได้เปรียบทางด้านต้นทุน (Absolute-Cost Barrier) ผู้ผลิตที่อยู่ในตลาดที่มีต้นทุนการผลิตต่อหน่วยต่ำกว่าผู้ผลิตรายใหม่ที่จะเข้าสู่ตลาดเนื่องมาจากผู้ผลิตในตลาดสามารถซื้อ หรือจ่ายค่าวัตถุดิบหรือปัจจัยการผลิตได้ต่ำกว่า หรือสามารถควบคุมปัจจัยการผลิตที่สำคัญๆ ไว้

4. อุปสรรคกีดขวางเนื่องจากกฎหมาย (Legal Barrier) กฎหมายเป็นอุปสรรคสำหรับผู้ผลิตรายใหม่ในการเข้าสู่ตลาด กล่าวคือระเบียบข้อบังคับ หรือพระราชบัญญัติที่รัฐบาลกำหนดขึ้น ถือเป็นปัจจัยภายนอกที่ผู้ผลิตไม่สามารถควบคุมได้ (Uncontrollable Factor) ซึ่งปัจจัยที่ไม่สามารถควบคุมได้ยังประกอบไปด้วย ภาวะเศรษฐกิจ ประชากร สังคม วัฒนธรรม การเมือง และเทคโนโลยี เป็นต้น แต่ผู้ผลิตต้องปฏิบัติตามซึ่งเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการเข้าสู่ตลาดของผู้ผลิตรายใหม่ทั้งสิ้น

5. อุปสรรคกีดขวางเนื่องจากช่องทางการจัดจำหน่าย (Channel of Distribution Barrier) เนื่องจากผู้ผลิตที่อยู่ในตลาดสามารถควบคุมช่องทางการจัดจำหน่ายได้อย่างทั่วถึงในการกระจายสินค้าเข้าสู่ตลาด รวมถึงมีความสัมพันธ์อันดีกับคนกลางที่จัดจำหน่ายสินค้าให้ ประกอบกับสินค้าของผู้ผลิตเป็นสินค้าที่มียี่ห้อสินค้าหรือเครื่องหมายการค้าเป็นที่นิยมและรู้จักเป็นอย่างดี

เงื่อนไขและประกาศของกระทรวงการคลัง และภายใต้พระราชบัญญัติสุรา พ.ศ. 2493 ปัจจุบันรัฐมีนโยบายการบริหารงานสุราประเภทต่างๆ ดังนี้

สุราสามทับ (แอลกอฮอล์) ถือเป็นอุตสาหกรรมปิดและผูกขาดโดยรัฐ โดยองค์การสุรา กรมสรรพสามิต เป็นผู้ผลิตและจำหน่ายในประเทศแต่เพียงผู้เดียว เพราะถือว่าแอลกอฮอล์เป็นยุทธปัจจัยตามกฎหมายและเป็นหัวข้อในการผลิตสุรา แต่ปัจจุบันกรมสรรพสามิตได้อนุญาตให้เอกชนเข้ามาทำการผลิต และจำหน่ายสุราสามทับได้ แต่ต้องผลิตเพื่อส่งออกเท่านั้น

สุราขาว เป็นอุตสาหกรรมเปิด ปัจจุบันมีทั้งผู้ผลิตรายใหญ่ในระดับโรงงานขนาดใหญ่และผู้ผลิตรายย่อยที่เป็นกลุ่มสุรากลั่นชุมชน โดยทำการผลิตสุราขาวที่มีระดับแอลกอฮอล์ตั้งแต่ 28,30,35, และ 40 ดีกรี

สุราผสมและสุราปรุงพิเศษ เป็นอุตสาหกรรมเปิดเช่นกัน ปัจจุบันมีแต่ผู้ผลิตรายใหญ่เท่านั้น เนื่องจากต้องมีกำลังการผลิตขั้นต่ำวันละ 30,000 ลิตร มีพื้นที่ไม่น้อยกว่า 200 ไร่

สุราแช่ ได้แก่ เบียร์ ไวน์ และยักรวมถึงสุราแช่พื้นเมืองประเภท อุ สาโท กะแช่ เป็นอุตสาหกรรมเปิด โดยผู้ที่ประสงค์จะผลิตสุราแช่ที่มีคุณสมบัติถูกต้องตามที่กระทรวงการคลังกำหนดไว้สามารถไปขอใบอนุญาตผลิตได้จากกรมสรรพสามิต

อย่างไรก็ตามแนวทางการบริหารงานสุราเสรีดังกล่าว ยังจะต้องปฏิบัติตามมติคณะรัฐมนตรี และเงื่อนไขตามประกาศกระทรวงการคลัง ที่ทยอยประกาศออกมาบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2543 จนถึงปัจจุบัน รวมทั้งสิ้น 4 ฉบับ ได้แก่

1. ประกาศกระทรวงการคลัง เรื่อง วิธีการบริหารงานสุรา พ.ศ.2543 ลงวันที่ 6 ตุลาคม 2543 ซึ่งใช้เป็นหลักในการบริหารงานสุราของรัฐ
2. ประกาศกระทรวงการคลัง เรื่อง วิธีการบริหารงานสุรา พ.ศ.2543 (ฉบับที่2) ลงวันที่ 21 ธันวาคม 2543 โดยออกตามกรอบมติคณะรัฐมนตรีเมื่อวันที่ 7 พฤศจิกายน 2543 ที่อนุญาตให้ผลิตสุราแช่พื้นเมือง และสุราแช่อื่นนอกจากสุราแช่ผลไม้และเบียร์ด้วย ซึ่งเป็นประกาศที่กำหนดหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขการก่อสร้างโรงงานผลิตและจำหน่ายสุราแช่พื้นเมือง
3. ประกาศกระทรวงการคลัง เรื่อง วิธีการบริหารงานสุรา พ.ศ. 2544 (ฉบับที่3) ลงวันที่ 12 ธันวาคม 2544 อนุญาตให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสามารถทำและจำหน่ายสุราแช่พื้นเมืองได้
4. ประกาศกระทรวงการคลัง เรื่อง วิธีการบริหารงานสุรา พ.ศ. 2544 (ฉบับที่4) ลงวันที่ 21 ธันวาคม 2546 อนุญาตให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสามารถทำและจำหน่ายสุรากลั่นได้ (อ่านรายละเอียดทั้งหมดในภาคผนวก)

อย่างไรก็ตามในยุคเปิดเสรี รัฐได้มีการปรับเปลี่ยนแนวนโยบายการบริหารงานสุราออกเป็น 3 ช่วงเวลา ดังนี้

1. ช่วงปี 2543 - 2544 เป็นการเปิดเสรีการผลิตและจำหน่ายสุรากลุ่มสุรากลั่นและสุราแช่ แต่เป็นการเปิดเสรีแบบมีเงื่อนไขที่เอื้อต่อผู้ผลิตรายใหญ่เท่านั้น โดยกำหนดให้ผู้ผลิตรายใหม่จะต้องมีคุณสมบัติ ตามประกาศของกระทรวงการคลัง เรื่อง วิธีการบริหารงานสุรา พ.ศ.2543 ลงวันที่ 6 ตุลาคม 2543 ซึ่งระเบียบดังกล่าวได้กลายเป็นอุปสรรคสำหรับผู้ผลิตรายใหม่ที่จะเข้าสู่ธุรกิจสุรากลั่นหลังจากเปิดเสรี เช่น เงื่อนไขการพิจารณาอนุญาตตั้งโรงงานสุรากลั่นใน "กลุ่มสุราพิเศษ" (วิสกี้ บรั่นดี ยิน) จะต้องเป็นบริษัทจำกัด มีกำลังการผลิตคิดที่ 28 ดีกรีขึ้นต่ำน้อยกว่า 30,000 ลิตร พื้นที่โรงงานไม่น้อยกว่า 200 ไร่ ส่วนผู้ผลิตรายสุรากลั่นประเภทสุราขาว สุราผสม สุราปรุงพิเศษ ก็จะต้องเป็นบริษัทจำกัด มีกำลังการผลิตขึ้นต่ำน้อยกว่า 90,000 ลิตร พื้นที่โรงงานไม่น้อยกว่า 350 ไร่ เป็นต้น

ดังนั้นหลังจากเริ่มเปิดเสรีสุราในช่วงปี 2543 จึงไม่มีผู้ผลิตรายใหม่เกิดขึ้นเลย กระทั่งในเดือนมีนาคม 2544 บริษัท ยูไนเต็ควาไรเนอร์ แอนด์ ดิสทิลเลอร์ จำกัด (เดิมเป็นโรงงานสุราเอกชนที่มีใบอนุญาตผลิตสุราพิเศษอยู่แล้ว) ได้รับความอนุญาติให้ผลิตสุราขาว สุราผสม โดยเริ่มเดินเครื่องผลิตสุราขาวยี่ห้อไฟทอง ซึ่งถือเป็นเหล้าขาวตัวแรกหลังจากรัฐเปิดเสรีสุรา แต่ในปีถัดมากลุ่มบริษัท แสงโสมได้เข้าซื้อกิจการบริษัทยูไนเต็ควาไรเนอร์ฯ เรียบร้อยแล้ว ปัจจุบันเป็นผู้ผลิตวิสกี้วีไอ แบล็ค แคท แบล็คไทย จอห์นนี่ วอล์คเกอร์วัน สิงห์ทอง และสุราผลไม้คูลเลอร์คลับ ไทยเซอร์รี่ นอกจากนี้ในเดือนพฤศจิกายน 2544 บริษัท ประมวลผล จำกัด ซึ่งผลิตสุราพิเศษอยู่ก่อนแล้วได้เพิ่มไลน์การผลิตสุรากลั่นยี่ห้อหมี่ขาวออกสู่ตลาดเป็นรายที่สอง

2. ช่วงปี 2545 รัฐได้ดำเนินนโยบายผ่อนคลายเป็นพิเศษ โดยอนุญาตให้ผู้ผลิตรายย่อยรวมกลุ่มกันผลิต "สุราแช่พื้นเมือง" ประเภท สาโท อุ กระแช่ ไวน์ผลไม้ได้ แต่ต้องมีแอลกอฮอล์ไม่เกิน 15 ดีกรี ซึ่งในช่วงปี 2545 มีจำนวนผู้ประกอบการสุราแช่พื้นเมืองเกิดขึ้นจำนวน 431 ราย พร้อมทั้งมีผลิตภัณฑ์สุราแช่พื้นเมืองออกจำหน่ายเกือบร้อยยี่ห้อ เนื่องจากการเปิดเสรีครั้งแรกหลังจากถูกปิดกั้นมานาน และการลงทุนค่อนข้างต่ำ เพราะเป็นการผลิตที่ใช้ภูมิปัญญาชาวบ้าน และใช้วัตถุดิบที่มีอยู่ในชุมชนมาทำการผลิต เช่น ข้าวเหนียวผลิตสาโท และผลไม้ผลิตไวน์ อาทิ ไวน์มังคุด ไวน์เงาะ ไวน์กระเจี๊ยบ ไวน์มะยม ไวน์สับปะรด ไวน์กระชายดำ เป็นต้น

3. ช่วงปี 2546 รัฐได้ทลายกำแพงครั้งใหญ่ด้วยการอนุญาตให้เปิดเสรี "สุรากลั่นชุมชน" หรือเหล้าขาวตามนโยบายสนับสนุนเศรษฐกิจชุมชน โดยกลุ่มผู้ผลิตรายย่อยจะต้องมีการรวมตัวกันจัดตั้งเป็นองค์กรถูกต้องตามกฎหมาย เช่น สหกรณ์ ห้างหุ้นส่วนจำกัด สามารถผลิตและจำหน่ายสุรากลั่นชุมชนได้ทั่วประเทศ ซึ่งมีผู้สนใจยื่นขออนุญาตผลิตเป็นจำนวนมาก โดยเห็นได้จากสถิติของกรมสรรพสามิต ในช่วงเวลาเกือบสองปี คือ ตั้งแต่วันที่ 21 มกราคม 2546 ถึงวันที่ 31

สิงหาคม 2547 มีผู้ได้รับอนุญาตให้ทำและขายสุรากลั่นชุมชน จำนวนทั้งสิ้น 5,865 ราย (ดังตารางที่ 3)

สำหรับจำนวนผู้ประกอบการสุราแช่พื้นเมือง (สาโท อุ กะแช่) มีผู้ได้รับอนุญาตจำนวน 1,960 ราย ซึ่งระยะหลังผู้ประกอบการสุราแช่พื้นเมืองส่วนใหญ่จะหันไปขออนุญาตผลิตและขายสุรากลั่นชุมชนด้วย เนื่องจากตลาดสุรากลั่นหรือเหล้าขาวมีฐานลูกค้ามากกว่า

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนผู้ได้รับอนุญาตให้ทำและขายสุรากลั่นชุมชน ตามประกาศ

กระทรวงการคลัง เรื่องวิธีการบริหารงานสุราพ.ศ.2546 (ฉบับที่ 4)

ตั้งแต่วันที่ 21 มกราคม 2546 ถึงวันที่ 31 สิงหาคม 2547

ภาคที่ 1	จำนวน (ราย)	ภาคที่ 2	จำนวน (ราย)	ภาคที่ 3	จำนวน (ราย)	ภาคที่ 4	จำนวน (ราย)	ภาคที่ 5	จำนวน (ราย)
ชัยนาท	6	ชลบุรี	7	นครราชสีมา	823	อุดรธานี	74	เชียงใหม่	254
นนทบุรี	1	ฉะเชิงเทรา	11	ชัยภูมิ	50	หนองคาย	77	ลำพูน	102
ปทุมธานี	3	ปราจีนบุรี	6	บุรีรัมย์	113	หนองบัวลำภู	35	ลำปาง	605
ลพบุรี	35	ระยอง	23	สุรินทร์	105	นครพนม	44	แพร่	527
สระบุรี	12	จันทบุรี	42	ศรีสะเกษ	104	มุกดาหาร	14	น่าน	474
สิงห์บุรี	7	ตราด	21	อุบลราชธานี	196	สกลนคร	40	อุดรดิตถ์	137
อ่างทอง	16	สมุทรปราการ	9	ยโสธร	44	ขอนแก่น	86	พะเยา	283
อยุธยา	6	สระแก้ว	18	อำนาจเจริญ	43	กาฬสินธุ์	49	เชียงราย	370
		นครนายก	9	ร้อยเอ็ด	67	มหาสารคาม	41	แม่ฮ่องสอน	73
						เลย	75		
รวม	86		146		1104		535		2825
ภาคที่ 6	จำนวน (ราย)	ภาคที่ 7	จำนวน (ราย)	ภาคที่ 8	จำนวน (ราย)	ภาคที่ 9	จำนวน (ราย)	ภาค	จำนวน (ราย)
พิษณุโลก	184	นครปฐม	4	กระบี่	9	สงขลา	62	ภาคที่ 1	86
กำแพงเพชร	79	ราชบุรี	27	ชุมพร	38	ตรัง	29	ภาคที่ 2	146
ตาก	139	กาญจนบุรี	20	พังงา	5	พัทลุง	59	ภาคที่ 3	1,104
นครสวรรค์	41	เพชรบุรี	9	ภูเก็ต	0	สตูล	7	ภาคที่ 4	535
พิจิตร	35	สมุทรสงคราม	3	ระนอง	1	ยะลา	4	ภาคที่ 5	2,825
เพชรบูรณ์	82	สมุทรสาคร	9	สุราษฎร์ฯ	57	ปัตตานี	3	ภาคที่ 6	671
สุโขทัย	97	สุพรรณบุรี	17	นครศรีฯ	102	นราธิวาส	13	ภาคที่ 7	103
อุทัยธานี	14	ประจวบฯ	14					ภาคที่ 8	212

ตารางที่ 3 (ต่อ)

							ภาคที่ 9	177
							กรุงเทพฯ	6
รวม	671		103		212		177	5,865

ที่มา : กรมสรรพสามิต กระทรวงการคลัง, 2547

3 ประเภทของสุราไทย

กรมสรรพสามิต ได้จัดแบ่งประเภทสุรออกเป็น 2 หมวดหลัก คือ หมวดสุราแช่ และหมวดสุรากลั่น ซึ่งแต่ละหมวดมีความหมายดังนี้

1. สุราแช่ หมายถึง สุราที่ยังไม่ได้กลั่น และหมายความรวมถึงสุราแช่ที่ได้ผสมกับสุรากลั่นแล้วแต่ยังมีแรงแอลกอฮอล์ไม่เกินกว่าสิบห้าดีกรีด้วย เช่น เบียร์และไวน์

- เบียร์ คือ สุราแช่ที่ทำจากข้าวมอลต์ ดอกฮอปและข้าว

- ไวน์ คือ สุราที่ทำจากองุ่น แบ่งเป็นสองพวกคือ ทำจากองุ่นเขียวและทำจากองุ่นแดง

- สุราแช่ผลไม้ คือ สุราแช่ที่ผลิตจากผลไม้ชนิดต่างๆ

- สุราแช่พื้นเมือง คือ สุราที่ทำจากข้าว เช่น อุ น้ำขาวหรือสาโท หรือทำจากน้ำตาล

เช่น กะแช่หรือน้ำตาลเมา

2. สุรากลั่น หมายถึง สุราที่ได้กลั่นแล้วและหมายความรวมถึงสุรากลั่นที่ได้ผสมกับสุราแช่แล้วแต่มีแรงแอลกอฮอล์เกินกว่าสิบห้าดีกรีด้วย เช่น วิสกี้ บรั่นดี รัม วอดก้า ยิน ลิเคียว เป็นต้น

- สุราขาว คือ สุรากลั่นที่ปราศจากเครื่องย้อมหรือสิ่งผสมปรุงแต่งมีแรงแอลกอฮอล์ที่ต่ำกว่าแปดสิบดีกรี

- สุราผสม (เซียงซุน หงส์ทอง แสงทิพย์) คือ สุรากลั่นที่ใช้สุราขาวหรือสุรากลั่นมาปรุงแต่งมีแรงแอลกอฮอล์ต่ำกว่าแปดสิบดีกรี

- สุราปรุงพิเศษ คือ สุรากลั่นที่ใช้สุรากลั่นมาปรุงแต่งมีแรงแอลกอฮอล์ต่ำกว่าแปดสิบดีกรี เช่น สุราแม่โขง

- สุราวิสกี้ คือ สุราที่กลั่นจากธัญพืช เช่น ข้าวมอลต์ ข้าว ข้าวโพด มาปรุงแต่งมีแรงแอลกอฮอล์ต่ำกว่าแปดสิบดีกรี

- สุราบรั่นดี คือ สุราที่กลั่นจากไวน์องุ่น

- รัม คือ สุราที่กลั่นจากน้ำตาล กากน้ำตาล

- สุราสามทับ คือ สุรากลั่นที่มีแรงแอลกอฮอล์ตั้งแต่แปดสิบดีกรีขึ้นไป
- สุรากลั่นชุมชน คือ สุราขาวที่ทำจากข้าว ผลไม้ ผลผลิตทางการเกษตรที่หมักกับเชื้อสุราแล้วนำไปต้มกลั่น

4 วัตถุดิบในการผลิตสุรา

ในอุตสาหกรรมสุรา วัตถุดิบสำคัญที่นำมาผลิตสุรา ได้แก่ แอลกอฮอล์ ข้าว หรือกากน้ำตาล (Molasses) ซึ่งเป็นกากที่แยกได้จากอ้อยในกระบวนการผลิตน้ำตาล การเลือกใช้วัตถุดิบแต่ละชนิดมาใช้ขึ้นอยู่กับว่าจะผลิตสุราประเภทใด เช่น กากน้ำตาลเป็นวัตถุดิบสำคัญในการผลิตสุราขาว สำหรับมอลต์ที่ได้จากข้าวบาร์เลย์เป็นวัตถุดิบหลักในการผลิตวิสกี้ ปัจจุบันประเทศไทยยังผลิตเองไม่ได้ต้องนำเข้าจากต่างประเทศ แต่ในปัจจุบันวัตถุดิบสำคัญที่สุดในการผลิตสุราในประเทศ คือ กากน้ำตาล รวมทั้งวัตถุดิบที่เกี่ยวข้องกับบรรจุภัณฑ์ เช่น ขวด กระจาด หีบห่อ ถังบ่มไม้โอ๊ค และจุกก๊อก

5 สถานการณ์ปัจจุบัน

ตลาดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทย มีการประมาณการว่ามีมูลค่าตลาดรวมมากกว่า 100,000 ล้านบาท แบ่งออกเป็น 1. ตลาดสุรา 60,000 ล้านบาท โดยสุราที่ผลิตในประเทศครองส่วนแบ่งตลาดมากที่สุดประมาณ 50,000 ล้านบาท ประกอบด้วยสุราสี 30,000 ล้านบาท สุราขาวประมาณ 20,000 ล้านบาท ส่วนสุรานำเข้ามีมูลค่าประมาณ 10,000 ล้านบาท 2. ตลาดเบียร์มูลค่า 46,000 – 48,000 ล้านบาท และ 3. ตลาดไวน์มูลค่า 1,500-2,000 ล้านบาท

5.1 การบริโภค

แม้ว่าสุราจะเป็นเครื่องดื่มที่อยู่คู่สังคมไทยมานาน แต่ในอดีตการบริโภคสุรานั้นบ้านยังอยู่ในวงจำกัด กระทั่งรัฐได้สนับสนุนการผลิตมากขึ้น รวมทั้งกำลังซื้อของประชาชนเพิ่มสูงขึ้น ส่งผลให้การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของคนไทยเพิ่มขึ้นหลายเท่าตัว และมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นอย่างรวดเร็วไม่ว่าภาวะเศรษฐกิจจะดีขึ้นหรือแย่ลงก็ตาม

จากการสำรวจล่าสุดของสำนักงานสถิติแห่งชาติพบว่าในปี 2546 มีผู้บริโภคดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จำนวน 18.61 ล้านคน หรือคิดเป็นร้อยละ 29.13 ของประชากรทั้งประเทศ แบ่งเป็นเพศชาย 15.51 ล้านคน เพศหญิง 3.95 ล้านคน ส่วนใหญ่อยู่ในกลุ่มผู้ชายวัยทำงานที่มีอายุระหว่าง 25-44 ปี จำนวน 7.84 ล้านคน คิดเป็นสัดส่วนถึง 74.64 % ของประชากรในกลุ่มนี้ และยังพบอีกว่า คนไทยบริโภคแอลกอฮอล์เพิ่มขึ้นถึง 3 เท่าจาก 20.2 ลิตร/คน/ปี เป็น 58.0 ลิตร/คน/ปี

ภายในระยะเวลา 14 ปี จากปี 2532 -2546 และในปี 2546 กรมสรรพสามิตเก็บภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้สูงถึง 6.27 หมื่นล้านบาท จากการใช้เม็ดเงินประมาณ 2 แสนล้านบาท เพื่อซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มาบริโภค

สำหรับกลุ่มผู้บริโภคเพศหญิงนั้น ปรากฏว่าในช่วงเวลาเพียง 7 ปีที่ผ่านมา (ปี2539-2546) กลุ่มผู้หญิงวัย 15-19 ปี มีสถิติการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพิ่มสูงขึ้นเกือบ 6 เท่า โดยขยับเพิ่มขึ้นจากร้อยละ1.0 เป็นร้อยละ 5.6 โดยมีจำนวนมากถึง ร้อยละ 14.1 ที่ดื่มประจำ ซึ่งปัจจัยที่ทำให้ผู้หญิงดื่มมากขึ้นคือ การแพร่หลายของสุราต่างประเทศ และเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ต่ำ เช่น ไวน์ เครื่องดื่มผสมพร้อมดื่มหรืออาร์ทีดี ขณะที่กรมสรรพสามิตได้คาดการณ์ความต้องการบริโภคสุราไว้ดังนี้

ตารางที่ 4 แสดงการคาดการณ์ความต้องการบริโภคสุราใน ปี 2548-2557

(หน่วย : ลิตร/คน)

ปี	สุรา ขาว	สุรา ผสม	สุรา ผสม พิเศษ	สุรา ปรุง พิเศษ	เบียร์	ไวน์	สุราแช่	รวมสุราทุกชนิด
2548E	121.2	25.64	56.17	25.5	82.15	2.56	1.31	5.26
2549E	121.1	28.01	60.84	26.89	93.27	2.95	1.47	5.53
2550E	120.6	29.2	93.17	27.72	98.82	3.15	1.55	5.67
2551E	120	30.39	65.61	28.46	104.38	3.34	1.63	5.81
2552E	119.5	31.57	67.84	29.19	109.91	3.54	1.72	5.93
2553E	118.9	32.76	70.18	29.93	115.5	3.73	1.77	6.05
2554E	118.4	33.95	72.51	30.67	121.05	3.93	1.85	6.18
2555E	117.9	35.13	74.84	31.41	126.61	4.13	1.92	6.30
2556E	117.3	36.32	77.18	32.15	132.17	4.32	1.98	6.40
2557E	116.8	37.51	79.51	32.89	137.73	4.52	2.06	6.55

ที่มา : กรมสรรพสามิต กระทรวงการคลัง,2542

E : หมายถึง ประมาณการโดยกรมสรรพสามิต

จากตารางพบว่าปริมาณความต้องการบริโภคสุราขาวยังสูงเป็นอันดับที่ 1 มาอย่างต่อเนื่อง และในปี 2548 ทางกรมสรรพสามิตได้ประเมินและคาดการณ์ถึงความต้องการบริโภคสุราในประเทศไทยว่า จะมีความต้องการบริโภคสุราขาวสูงถึง 121.2 ต่อลิตรต่อคน และจะเริ่มลดลงตั้งแต่ปี 2552- 2557 และยังคงพบว่าความต้องการบริโภคสุราในกลุ่มสุราผสมพิเศษมีทิศทางเพิ่มสูงขึ้น

ขณะที่ความต้องการบริโภคเบียร์มีปริมาณเพิ่มมากขึ้นหลายเท่าตัว เช่น ในปี 2557 คาดการณ์ว่า ความต้องการสุรามีเพียง 116.78 ลิตรต่อคน สุราผสมพิเศษ 79.51 ลิตรต่อคน ส่วนความต้องการบริโภคเบียร์พุ่งสูงถึง 137.73 ลิตรต่อคน ขณะที่ไวน์ก็เพิ่มขึ้นเป็น 4.52 ลิตรต่อคน

ทั้งนี้สถิติของกรมสรรพสามิตข้างต้น ยังมีทิศทางที่สอดคล้องกับข้อมูลการสำรวจและประมาณการในปี 2548 ของ The Drinks International Word Spirits Report ซึ่งพบว่าประเทศที่มีการบริโภคสุรากลั่นอันดับที่ 1 คือ ประเทศรัสเซีย จำนวน 5.03 ลิตรต่อคน อันดับที่ 2 ประเทศไทย จำนวน 4.01 ลิตรต่อคน อันดับที่ 3 ประเทศเกาหลีใต้ จำนวน 3.63 ลิตรต่อคน

สำหรับเบียร์นั้นสาธารณรัฐเช็กบริโภคเบียร์มากที่สุดจำนวน 173.46 ลิตรต่อคน รองลงมาคือประเทศอังกฤษ จำนวน 108.72 ลิตรต่อคน และประเทศฮังการี จำนวน 108.27 ลิตรต่อคน นอกจากนี้ยังประมาณการบริโภคไวน์ไว้ว่า ประเทศที่บริโภคไวน์สูงสุดคือ ฝรั่งเศส จำนวน 80.1 ลิตรต่อคน อันดับที่ 2 ฮังการี จำนวน 33.29 ลิตรต่อคน และอาร์เจนตินา จำนวน 28.24 ลิตรต่อคน ขณะที่ประเทศไทยบริโภค จำนวน 0.39 ลิตรต่อคน โดยมีรายละเอียดแสดงในตารางที่ 5

ตารางที่ 5 แสดงประมาณการบริโภคสุรารต่อคนต่อปีในประเทศต่างๆ ในปี 2548

(หน่วย : ลิตร/คน)

ประเทศ	สุรากลั่น /ลิตร	เบียร์	ไวน์	รวมสุราทุกชนิด
อังกฤษ	1.61	108.72	17.79	9.01
สาธารณรัฐเช็ก	1.35	173.46	19.05	12.12
ฮังการี	3.00	108.27	33.29	18.57
โปแลนด์	2.95	70.23	1.03	6.57
รัสเซีย	5.03	28.78	9.63	7.53
ฝรั่งเศส	2.30	40.1	80.1	13.12
สหรัฐอเมริกา	1.47	84.5	6.39	6.40
แคนาดา	1.28	64.21	7.75	5.34
เม็กซิโก	0.76	49.17	0.27	3.25
อาร์เจนตินา	0.24	55.9	28.24	6.15
บราซิล	1.26	60.56	1.73	4.48
ชิลี	1.82	46.65	18.66	6.20
ออสเตรเลีย	1.24	77.14	18.65	7.15
จีน	0.55	28.42	0.36	2.01
ฮ่องกง	2.90	56.89	0.72	5.83

ตารางที่ 5 (ต่อ)

อินเดีย	0.11	1.45	0.10	0.19
อินโดนีเซีย	0.004	1.83	0.02	0.10
ญี่ปุ่น	1.93	62.94	1.41	5.23
มาเลเซีย	0.09	8.01	0.06	0.50
นิวซีแลนด์	1.41	80.05	14.21	6.97
สิงคโปร์	0.54	25.00	3.09	2.13
เกาหลีใต้	3.63	55.99	0.51	6.49
ไต้หวัน	2.82	42.55	2.75	5.25
ไทย	4.01	26.98	0.39	5.40

ที่มา : The Drinks International World Spirits Report 2548

5.2 ผู้ผลิตสุรา ปัจจุบันสามารถจัดแบ่งกลุ่มผู้ผลิตสุราได้ดังนี้

1. ผู้ผลิตที่เป็นโรงงานสุราขนาดใหญ่ ปัจจุบันมีโรงงานที่ได้รับอนุญาตให้ผลิตและจำหน่ายสุราขาว-ผสม จากกรมสรรพสามิตจำนวน 18 บริษัท ดังนี้

ตารางที่ 6 แสดงรายชื่อโรงงานสุรากลั่นผลิตสุราขาว สุราผสม สุราปรุงพิเศษ หลังจากเปิดเสรีสุรา ปี 2543 – 2547

(หน่วย: ล้านลิตร/ปี)

ปีจดทะเบียน	ชื่อโรงงานสุรา	ที่ตั้งโรงงาน	ชนิดสุราที่ผลิต	กำลังการผลิต
2537	บริษัท เฟื่องฟูอนันต์ จำกัด	ปราจีนบุรี	ขาว-ผสม 28 30 35 40 ดีกรี	39
2537	บริษัท อธิมาตร จำกัด	บุรีรัมย์	ขาว-ผสม 28 30 35 40 ดีกรี	39
2537	บริษัท เอสเอสการสุรา จำกัด	อุบลราชธานี	ขาว-ผสม 28 30 35 40 ดีกรี	39
2541	บริษัท แก่นขวัญ จำกัด	ขอนแก่น	ขาว-ผสม 28 30 35 40 ดีกรี	39
2537	บริษัท เทพอรุโณทัย จำกัด	หนองคาย	ขาว-ผสม 28 30 35 40 ดีกรี	39
2537	บริษัท ธนภักดี จำกัด	เชียงใหม่	ขาว-ผสม 28 30 35 40 ดีกรี	39
2537	บริษัท สีมารุกิจ จำกัด	นครสวรรค์	ขาว-ผสม 28 30 35 40 ดีกรี	39
2541	บริษัท กาญจนสิงขร จำกัด	กาญจนบุรี	ขาว-ผสม 28 30 35 40 ดีกรี	39
2541	บริษัท มงคลสมัย จำกัด	อุตรดิตถ์	ขาว-ผสม 28 30 35 40 ดีกรี	39
2537	บริษัท หลักชัยค้าสุรา จำกัด	ราชบุรี	ขาว-ผสม 28 30 35 40 ดีกรี	39
2541	บริษัท นทีชัย จำกัด	สุราษฎร์ธานี	ขาว-ผสม 28 30 35 40 ดีกรี	45
2541	บริษัท สุราบางยี่ขัน จำกัด	ปทุมธานี	ขาว-ผสม 28 30 35 40 ดีกรี	274.8

ตารางที่ 6 (ต่อ)

2529	บริษัท ยูโนเด็คไวน์เนอริ แอนด์ ดิสทิลเลอริ จำกัด	นครปฐม	ขาว-ผสม 28 30 35 40ดีกรี	27.96
2531	บริษัท สุรากระทิงแดง(1988)จำกัด	สมุทรสาคร	ขาว-ผสม 28 30 35 40ดีกรี	39
2515	บริษัท แสงโสม จำกัด(นครปฐม)	นครปฐม	ขาว-ผสม 28 30 35 40ดีกรี	43.97
2515	บริษัท แสงโสม จำกัด (กาญจนบุรี)	กาญจนบุรี	ขาว-ผสม 28 30 35 40ดีกรี	57.37
2497	บริษัท ประมวลผล จำกัด	นครปฐม	ขาว-ผสม 28 30 35 40ดีกรี	9.16
2533	บริษัท ซี.เอ็น.ที.ไวน์แอนด์ลิเคอร์จำกัด	กาญจนบุรี	ขาว-ผสม 28 30 35 40ดีกรี	na
2512	บริษัท โรงงานสุราพิเศษสุวรรณภูมิจก.	นครปฐม	สุราพิเศษ(บรันดีรีเจนซี)	17.82

ที่มา : กรมสรรพสามิต กระทรวงการคลัง,2547

2. ผู้ผลิตสุรสามทับ (แอลกอฮอล์) ปัจจุบันมีจำนวน 4 โรงงาน ได้แก่ 1) โรงงานสุราองค์การสุรา กรมสรรพสามิต กระทรวงการคลัง ตั้งอยู่ที่จังหวัดฉะเชิงเทรา 2) บริษัท ตะวันออกเคมีเกิ้ล จำกัด ตั้งอยู่ที่จังหวัดชลบุรี 3) บริษัท พรวิไลอินเตอร์เนชั่นแนลกรุ๊ป เทรดิง จำกัด ตั้งอยู่ที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา และ 4) บริษัท ไทยแอลกอฮอล์ จำกัด ตั้งอยู่ที่จังหวัดนครปฐม ซึ่งโรงงานสุรสามทับที่เป็นของภาคเอกชนจะต้องทำการผลิตเพื่อส่งออกต่างประเทศเท่านั้น

ตารางที่ 7 แสดงรายชื่อโรงงานสุรสามทับ (แอลกอฮอล์บริสุทธิ์)

ลำดับที่	ชื่อโรงงานสุรสามทับ	ที่ตั้งโรงงาน
1	โรงงานสุราองค์การสุรา กรมสรรพสามิต	ฉะเชิงเทรา
2	บริษัท ตะวันออกเคมีเกิ้ล จำกัด	ชลบุรี
3	บริษัท พรวิไลอินเตอร์เนชั่นแนลกรุ๊ป เทรดิงจำกัด	พระนครศรีอยุธยา
4	บริษัท ไทยแอลกอฮอล์ จำกัด	นครปฐม

ที่มา : กรมสรรพสามิต กระทรวงการคลัง,2547

3. ผู้ได้รับอนุญาตผลิตและขายสุราแช่พื้นเมือง (อุ สาโท กะแช่) จากกรมสรรพสามิต จำนวน 1,943 ราย

4. ผู้ได้รับอนุญาตผลิตและขายสุรากลั่นชุมชน จากกรมสรรพสามิต จำนวน 5,865 ราย จึงทำให้เกิดการแข่งขันทางธุรกิจอย่างรุนแรงทั้งในกลุ่มผู้ผลิตสุรากลั่นชุมชนด้วยตนเอง และการแข่งขันกันระหว่างผู้ผลิตสุรากลั่นชุมชนกับผู้ผลิตรายใหญ่

5. ผู้ผลิตเบียร์ที่เป็นโรงงานขนาดใหญ่ ปัจจุบันมีจำนวน 7 ราย ดังตารางข้างล่างนี้

ตารางที่ 8 แสดงรายชื่อผู้ผลิตเบียร์ที่เป็นโรงงานขนาดใหญ่ ในปี 2547

ลำดับที่	ชื่อโรงงาน	ที่ตั้งโรงงาน	กำลังผลิต ล้านลิตร/ปี
1	บริษัท ปทุมธานีบริวเวอรี่ จำกัด(กลุ่มบุญรอดฯ)	ปทุมธานี	500
2	บริษัท ชานมิเกลเบียร์ จำกัด(ไทยอมฤตบริวเวอรี่)	ปทุมธานี	100
3	บริษัท คาร์ลเบอร์ก บริวเวอรี่(ประเทศไทย)จำกัด	พระนครศรีอยุธยา	150
4	บริษัท เบียร์ทิพย์ บริวเวอรี่ (1991) จำกัด	พระนครศรีอยุธยา	600
5	บริษัท เบียร์ไทย (1991) จำกัด	กำแพงเพชร	1,100
6	บริษัท ไทยเอเชียแปซิฟิก บริวเวอรี่ จำกัด	นนทบุรี	500
7	บริษัท ขอนแก่น บริวเวอรี่ จำกัด (กลุ่มบุญรอดฯ)	ขอนแก่น	500

ที่มา:กรมสรรพสามิต กระทรวงการคลัง และกรมโรงงานอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม,2547

ดังนั้นอาจเรียกได้ว่าผลของนโยบายเปิดสุราเสรีทำให้มีผู้ผลิตรายใหม่เกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก แต่ส่วนใหญ่ของผู้ผลิตจะกระจุกตัวในกลุ่มสุราชุมชน เนื่องจากใช้เงินลงทุนน้อย ใช้แรงงานไม่มาก สามารถใช้วัตถุดิบหาง่ายที่มีอยู่ในท้องถิ่น และใช้กรรมวิธีการผลิตแบบภูมิปัญญาพื้นบ้าน จึงลงทุนไม่มาก สามารถเข้าสู่ตลาดได้ง่ายและออกจากตลาดได้ง่ายเช่นกัน

อย่างไรก็ตามผู้ผลิตสุราชุมชนก็ต้องเผชิญกับปัญหาหลายด้าน ไม่ว่าจะเป็นปัญหาด้านคุณภาพสินค้า ปัญหาการบริหารจัดการ และปัญหาการตลาด และช่องทางการจัดจำหน่าย ขณะที่ผู้ผลิตรายใหญ่มีความได้เปรียบเหนือกว่ามากทั้งในด้านเงินทุน และมีเครือข่ายการจัดจำหน่ายผ่านเอเยนต์ครอบคลุมอยู่ทั่วประเทศ สามารถคุมตลาดไว้ได้อย่างเบ็ดเสร็จ

5.3 สุราต่างประเทศในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา สุราต่างประเทศได้เข้ามาแย่งตลาดสุราที่ผลิตในประเทศไทยเพิ่มขึ้น เนื่องจากคนไทยมีการยกระดับการดื่มสุราและมีกำลังซื้อเพิ่มขึ้น ประกอบกับบรรณานิคมสินค้าจากต่างประเทศเพิ่มสูงขึ้น ทำให้ยอดการนำเข้าสุราต่างประเทศสูงขึ้นดังนี้

ตารางที่ 9 แสดงมูลค่าการนำเข้า และการส่งออกสุราของประเทศไทย ในปีงบประมาณ
2540-2547

(หน่วย : ล้านบาท)

ปี	มูลค่าการนำเข้า	มูลค่าการส่งออก
2540	3,938.6	1,381.0
2541	2,067.2	1,782.7
2542	3,109.5	1,624.8
2543	4,228.0	1,931.9
2544	4,634.4	2,724.9
2545	5,151.9	2,716.2
2546	6,176.1	4,354.2
2547 (ม.ค.-พ.ย.)	5,636.8	2,850.9

ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์
(www.ops2.moc.go.th/treadeth/cgi/lmComm2.asp)

จากตารางในช่วงผูกขาดตลาดสุรา ประเทศไทยมีการนำเข้าสุราต่างประเทศเพิ่มสูงขึ้นทุกปี เช่น ในปี 2540 มูลค่านำเข้าทั้งสิ้น 3,938.6 ล้านบาท ปี 2541 มูลค่า 2,067.2 ล้านบาท และในปี 2542 มูลค่านำเข้าทั้งสิ้น 3,109.5 ล้านบาท และในเวลาต่อมาเมื่อมีการเปิดเสรี พบว่ามีการนำเข้าสุราต่างประเทศเพิ่มมากขึ้น เช่น ในปี 2543 มูลค่านำเข้า 4,228.0 ล้านบาท ปี 2544 มูลค่านำเข้า 4,634.4 ล้านบาท ปี 2545 มูลค่านำเข้า 5,151.9 ล้านบาท ปี 2546 มูลค่านำเข้า 6,176.1 ล้านบาท และปี 2547 ตั้งแต่เดือนมกราคมถึงเดือนพฤศจิกายน มีมูลค่านำเข้า 5,636.8 ล้านบาท ซึ่งส่วนใหญ่เป็นการนำเข้าสุราประเภท วิสกี้ รัม จิน วอดก้า ลิเคียว เกรปมัสต์ เหล้าจีน

สำหรับการส่งออกนั้นพบว่า เริ่มที่จะเห็นทิศทางว่าเพิ่มสูงขึ้นเช่นกัน เช่น ในช่วงปี 2540- 2543 มีมูลค่าส่งออกในระดับพันล้าน และมูลค่าการนำเข้าได้ขยับตัวขึ้นชัดเจนในปี 2544 มีมูลค่า 2,724.9 ล้านบาท ปี 2545 มูลค่า 2,716.2 ล้านบาท ปี 2546 มูลค่า 4,354.2 ล้านบาท ปี 2547 ในช่วงเดือนมกราคมถึงเดือนพฤศจิกายน มูลค่า ส่งออก 2,850.9 ล้านบาท

สำหรับประเภทของสุราต่างประเทศที่นำเข้ามาจำหน่ายในประเทศไทยนั้น สามารถจัดแบ่งประเภทตามระยะเวลาการหมักบ่ม ดังนี้

กลุ่มซูเปอร์พรีเมียม เป็นวิสกี้ที่ใช้เวลาหมักบ่ม 15 ปี จับกลุ่มผู้บริโภคที่มีรายได้ค่อนข้างสูง โดยมีส่วนแบ่งในตลาดยังไม่มาก เน้นช่องทางการจำหน่ายในสถานบันเทิง ภัตตาคาร โรงแรมเป็นหลัก ยี่ห้อที่เป็นผู้นำตลาด ได้แก่ จอห์นนี่วอล์กเกอร์ สวิง รอยัลชาลทิง โกดัลลีย์

กลุ่มพรีเมียม เป็นวิสกี้ที่มีระยะเวลาการหมักบ่ม 12 ปี ผู้นำตลาดคือ ซิวาสรีกัล จอห์นนี่วอล์กเกอร์ แบล็คเลเบล ตลาดนี้ไม่เน้นกลยุทธ์ด้านราคา หรือการลดแลกแจกแถม แต่เน้นการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างภาพลักษณ์สินค้า ซึ่งช่องทางการจัดจำหน่ายยังคงเป็นสถานบันเทิง ร้านอาหาร รวมทั้งร้านค้าปลีก

กลุ่มสแตนดาร์ด มีระยะเวลาการหมักบ่มประมาณ 5 ปี เช็กเม้นท์นี้มุ่งเน้นการทำตลาดโดยใช้กลยุทธ์ราคา และจัดรายการส่งเสริมการขายต่างๆ เช่น การชิงโชค แจกของที่ระลึก เช่น หมวก แก้ว เสื้อ ร่ม ผู้นำตลาด คือ จอห์นนี่วอล์กเกอร์ เรด เลเบล บัลลันท์ใหม่ วิลเลียมแตรนท์ เฟมัสเกวราส์ เจแอนด์บีแรว์ เดวอยส์เปเซียล แมคคอล์มน์ ทีชเชอร์ เป็นต้น

กลุ่มเซกันดารี เป็นวิสกี้ที่มีเวลาหมักบ่มประมาณ 3 ปี เป็นเช็กเม้นท์ที่มีอัตราการเติบโตต่อเนื่อง โดยผู้นำตลาด คือ ฮันเดรดไปเปอร์ สเปียร์รอยัล แคลนแม็คเกรเกอร์ ชันโดรี บลูอีเกิล เบรมาร์ โนเบิลสก๊อต แมคอาเธอร์ นอร์ทเทิร์น ตลาดเหล่านี้ในกลุ่มนี้ใช้กลยุทธ์ราคาเป็นตัวหลักในการเข้าถึงลูกค้าที่มีกำลังซื้อไม่สูงมาก เป็นตลาดที่มีแนวโน้มเติบโตค่อนข้างสูง เนื่องจากราคาไม่สูงมากนัก เหมาะกับผู้บริโภคที่ต้องการดื่มสุราต่างประเทศ เพื่อป้องกันถึงรสนิยม แต่มีงบประมาณจำกัด โดยมีช่องทางการจัดจำหน่ายทั้งในสถานบันเทิง ร้านอาหาร ผับ ร้านสะดวกซื้อ ไมเคิร์นเทรต และร้านค้าปลีกทั่วไป

กลุ่มอีโคโนมี (Economy /Low End) หรือเหล้านอกราคาประหยัด เป็นวิสกี้ที่หมักบ่มไม่เกิน 2 ปี เป็นเช็กเม้นท์ที่มีอัตราการเติบโตต่อเนื่องเฉลี่ยประมาณ 30-40 % โดยมีราคาตั้งแต่ 120-170 บาท โดยมีการนำเข้ามาจำหน่ายกว่า 18 แบรินด์ แต่แบรินด์ที่เป็นผู้นำตลาดคือ มาสเตอร์เบลนด์ คราวน์ 99 จอห์นแลงก์ คลับเฮ้าส์ ไวท์ฮอลล์ แชรแมน และปัจจุบันมีแบรินด์ที่หยุดทำตลาดไปแล้ว เช่น แบล็กดี ทอนเดน่า บอสส์ สเปเซียล พอลแซปแมน ดุควินเซอร์ โกลด์คาสเทิล เป็นต้น

ในตลาดสุราต่างประเทศมีผู้ประกอบการที่นำเข้รายใหญ่เพียงไม่กี่ราย ได้แก่ 1.บริษัท ริชมอนด์ (บางกอก) จำกัด นำเข้ยี่ห้อจอห์นนี่วอล์กเกอร์ แบล็คเลเบล และเรดเลเบล สเปียร์รอยัล 2. บริษัท ยูไนเต็ด แปซิฟิกโฮลดิ้ง จำกัด นำเข้ยี่ห้อบลูอีเกิล และคราวน์ 99 3. บริษัท เพอร์นีออตริคาร์ด(ประเทศไทย) จำกัด นำเข้ยี่ห้อซิวาสรีกัล มาสเตอร์เบลนด์ 4.บริษัท ซิตีเท็กซ์ อินเตอร์ไพรส์ จำกัด นำเข้ยี่ห้อคลับเฮ้าส์ และโกลด์คาสเทิล และ 5.บริษัท อัลลายด์ โนมเมค สปริต แอนด์ไวน์ (ประเทศไทย) จำกัด นำเข้ยี่ห้อบันลันท์ไทเนส และเบรมาร์ เป็นต้น

5.4 การตลาด

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) ปกติทั่วไปผลิตภัณฑ์สุราของไทย หากพิจารณาในแง่ของตัวสินค้าหรือน้ำสุรานั้นในความรู้สึก (Perception) ของผู้บริโภค เรียกได้ว่าตัวสินค้าเหล่านี้ ไม่มี ความแตกต่างกันเลยระหว่างเหล้าที่ผลิตจากโรงงานขนาดใหญ่ซึ่งส่วนใหญ่ผลิตจากกากน้ำตาลและเหล้าขาวที่ผลิตจากข้าวโดยองค์กรชุมชน ซึ่งถือเป็นสินค้าที่มีลักษณะคล้ายกันและใช้ทดแทนกันได้ แต่ในความเป็นจริงแล้วผลิตภัณฑ์สุรามีความแตกต่างในแง่ของการใช้วัตถุดิบ และบรรจุภัณฑ์ เนื่องจากเหล้าโรงผลิตจากกากน้ำตาลหรือโมลาส แต่เหล้าโรงมีภาพลักษณ์ความทันสมัยและมีคุณภาพมากกว่า เพราะผลิตและครองตลาดมานานและมีเทคโนโลยีการผลิตทันสมัยมากกว่า สำหรับเหล้าขาวชุมชนนั้นจะผลิตจากข้าวเหนียวเป็นวัตถุดิบหลัก และสินค้าทั้งหมดจะมีลักษณะคล้ายกัน

ที่ผ่านมาเมื่อสภาพการแข่งขันรุนแรงขึ้น กลุ่มผู้ผลิตเหล้าชุมชนก็มีความพยายามที่จะสร้างความแตกต่าง (Product Differentiation) ในตัวสินค้าทั้งในรูปแบบของการสร้างแบรนด์ฉลาก หรือวัตถุดิบที่ใช้ผลิต เช่น มีการผสมสูตรเป็นสุราสมุนไพร ไวน์สมุนไพร ไวน์กระชายดำ เป็นต้น ดังนั้นในระยะหลังจึงมีเครื่องดื่มรูปแบบใหม่ๆ หลากหลายยี่ห้อออกสู่ท้องตลาด พร้อมทั้งมีบรรจุภัณฑ์หลายขนาดให้เลือกตามกำลังซื้ออีกด้วย เช่น ล่าสุดเมื่อต้นปี 2547 มีการผลิตสุราขาวขวดจิ๋ว ขนาดบรรจุ 0.150 ลิตรออกจำหน่ายแล้ว ซึ่งได้รับความนิยมอย่างมากในกลุ่มผู้ใช้แรงงานและผู้มีรายได้น้อย เนื่องจากราคาไม่สูงมาก และพกพาสะดวก

2. ราคา (Price) ในส่วนของตลาดสุรากลั่น ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะนิยมดื่มสุราขาวที่มีแรงแอลกอฮอล์ที่ 40 ดีกรี ในช่วงก่อนเปิดเสรีจะตั้งราคาขายปลีกขวดใหญ่ ขนาดบรรจุ 0.650 ลิตรไว้สูงถึง 80 บาท เนื่องจากเป็นตลาดผูกขาด แต่หลังจากเปิดเสรีในช่วง 1-2 ปีแรก เริ่มมีการลดราคาลงมาประมาณขวดละ 5 บาท และทยอยลดราคาลงมาเรื่อยๆ เป็น 70,65,58 บาทตามสภาพการแข่งขันในแต่ละพื้นที่ ส่วนเหล้าขาวชุมชนนั้นตั้งราคาขายปลีกไว้ที่ขวดละประมาณ 50-60 บาท และทยอยลดลงเป็น 40-50 บาท เพื่อดึงดูดลูกค้าเช่นกัน ฉะนั้นหลังเปิดสุราเสรีแนวโน้มราคาสุราเริ่มลดลง

3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ระบบการจัดจำหน่ายอุตสาหกรรมสุราแบ่งได้ 2 รูปแบบ ได้แก่

- 1) การขายผ่านตัวแทนจำหน่าย ผู้ผลิตสุราขาวและสุราผสมส่วนใหญ่มี ระบบการขายผ่านตัวแทน คือ ผ่านตัวแทนจำหน่าย(เอเยนต์) และตัวแทนจำหน่ายรายย่อย (ซัพเอเยนต์) ซึ่งกระจายอยู่ทั่วประเทศ

- 2) การขายตรง ในปัจจุบันนี้ผู้ผลิตได้ให้ความสำคัญในขายตรงมากขึ้น เช่น ร้านสะดวกซื้อ ซูเปอร์สโตร์ ห้างสรรพสินค้า ร้านโมเดิร์นเทรด โรงแรม ร้านอาหาร เป็นต้น

4. โปรโมชั่น (Promotion) ที่ผ่านมาอุตสาหกรรมสุราเป็นอีกธุรกิจหนึ่งที่มีการใช้งบโฆษณา ประชาสัมพันธ์เป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะสุราสีทั้งสุราในประเทศและสุราต่างประเทศ โดยผู้ผลิตรายใหญ่ที่เป็นผู้นำตลาดมักจะมีโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ โดยเฉพาะสื่อโทรทัศน์ วิทยุ สิ่งพิมพ์ ไปสเตอร์ และจัดรายการโปรโมชั่นเพื่อส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่อง ซึ่งมีผลต่อพฤติกรรมการดื่มของคนไทยอย่างมาก โดยพบว่ามูลค่าโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงปี 2539-2545 เฉลี่ยสูงกว่า 2,000 ล้านบาทต่อปี โดยในปี 2543 มีมูลค่า 2,751 ล้านบาท ปี 2544 มีมูลค่า 2,191 ล้านบาท ปี 2545 มีมูลค่า 2,360 ล้านบาท

นอกจากนี้ยังใช้วิธีการแถมและลดราคาสินค้าให้เก๋ยปี๊บ ซาบีวี่ที่สั่งซื้อสินค้าจำนวนมาก รวมทั้งการขายสินค้าฟวงเบียร์ ฟวงน้ำดื่ม ฟวงโซดาอีกด้วย ขณะที่กลุ่มผู้ผลิตรายย่อย โดยเฉพาะกลุ่มสุราชุมชนจะใช้วิธีประชาสัมพันธ์จากแผ่นพับ ไปสเตอร์ การออกบูธตามงานแสดงสินค้า งานประเพณี และเทศกาลต่างๆ รวมทั้งมีการตั้งขุมจำหน่ายบริเวณข้างถนนหลวงสายหลัก หรือ ป้ายน้ำมัน

6 รายได้ภาษีสุรา

ในช่วงเวลา 10 ปีที่ผ่านมา สุราเป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญของรัฐ หากเทียบกับรายได้ทุกประเภทของกรมสรรพสามิตในแต่ละปีพบว่า รายได้จากการจัดเก็บภาษีสุราติดอันดับที่ 3 หรือ 4 มาโดยตลอด โดยเฉพาะในช่วงก่อนเปิดเสรีในปีงบประมาณ 2540 จัดเก็บได้จำนวน 22,763 ล้านบาท ปี 2541 จำนวน 20,257 ล้านบาท ปี 2542 จำนวน 22,800 ล้านบาท และภายหลังจากเปิดเสรี ในปีงบประมาณ 2543 จัดเก็บได้ 8,276 ล้านบาท ปี 2544 จำนวน 8,933 ล้านบาท ปี 2545 จำนวน 22,290 ล้านบาท ปี 2546 จำนวน 25,676 และปีงบประมาณ 2547 จัดเก็บภาษีสุราได้แล้วทั้งสิ้น 275,773 ล้านบาท

หากพิจารณาจากสถิติปริมาณการเสียภาษีสุราในช่วงปีงบประมาณ 2540 - 2547 พบว่าสุราขาวมีปริมาณการเสียภาษีสูงที่สุดอย่างต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน เนื่องจากสุราขาวเป็นสุราของกลุ่มผู้บริโภคที่มีรายได้น้อยและฐานกว้าง เช่นในปี 2540-2547 สุราขาวมีสัดส่วนการเสียภาษีสูงสุดเป็นอันดับ 1 เท่ากับร้อยละ 51.35, 49.04, 52.98, 41.91, 17.68, 68.78 , 69.87, และ 72.61 และสุราที่เสียภาษีอันดับรองลงมา คือ กลุ่มสุราพิเศษ สุราปรุงพิเศษ สุราผสม สุราผลไม้ แอลกอฮอล์

อย่างไรก็ตามหลังจากเปิดเสรี ผู้บริโภคได้หันไปดื่มเบียร์กันมากขึ้น โดยเริ่มเห็นแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงได้ชัดเจนภายหลังเปิดเสรีเป็นต้นมา เช่น ในปี 2542 กรมสรรพสามิตจัดเก็บภาษีเบียร์ได้ทั้งสิ้น 24,992 ล้านบาท ปี 2543 จำนวน 26,438 ล้านบาท ปี 2544 จำนวน 29,991 ล้านบาท ปี 2545 จำนวน 31,650 ล้านบาท ปี 2546 จำนวน 36,969 ล้านบาท และล่าสุดปีงบประมาณ 2547 จัดเก็บได้ 42,748 ล้านบาท ซึ่งสถิติการจัดเก็บภาษีเบียร์ได้เพิ่มสูงขึ้นทุกปี (ดูตารางเปรียบเทียบการจัดเก็บภาษีสุราและเบียร์ได้จากตารางที่ 10

ตารางที่ 10 แสดงรายได้ภาษีสุรา และภาษีเบียร์ในปีงบประมาณ 2538- 2547

(หน่วย : ล้านบาท)

ปี	สุรา	เบียร์
2538	19,759	15,131
2539	21,548	17,360
2540	22,763	21,383
2541	20,257	23,191
2542	22,800	24,992
2543	8,276	26,438
2544	8,933	29,991
2545	22,290	31,650
2546	25,676	36,969
2547	26,181	42,748

ที่มา : กรมสรรพสามิต กระทรวงการคลัง, 2547

นอกจากนี้หลังจากรัฐมีนโยบายสนับสนุนเปิดเสรีสุราในพื้นที่เมือง และสุรากลั่นชุมชน กรมสรรพสามิตสามารถขยายฐานการจัดเก็บภาษีได้เพิ่มขึ้น โดยสามารถจัดเก็บภาษีสุรากลั่นชุมชนได้ โดยดูจากตารางที่ 11 พบว่าในปีงบประมาณ 2545 จัดเก็บภาษีสุรากลั่นได้จำนวน 78,444,048 บาท ปีงบประมาณ 2546 จัดเก็บภาษีสุรากลั่นเพิ่มขึ้นเป็น 91,832,791 บาท และจัดเก็บภาษีสุรากลั่นในปีแรกได้ 211,715,009 บาท และในช่วง 11 เดือนแรกของปีงบประมาณ 2547 สามารถจัดเก็บภาษีสุรากลั่นของชุมชนได้สูงถึง 699 ล้านบาท ขณะที่ตัวเลขการจัดเก็บภาษีสุรากลั่นเมืองลดลงเหลือเพียง 26 ล้านบาทเท่านั้น

ตารางที่ 11 แสดงรายได้ภาษีสุราแช่พื้นเมือง และสุรากลั่นชุมชน ในปีงบประมาณ 2545-2547

(หน่วย : บาท)

ปีงบประมาณ	2545*		2546**		2547	
ประเภทสุรา	สุราแช่	สุราแช่	สุรากลั่น	สุราแช่	สุรากลั่น	
รวม	78,444,048	91,832,791	211,715,009	26,000,000	699,000,000	

* เปิดเสรีสุราแช่พื้นเมือง (อุ สาทโ กะแช่ ไวน์ผลไม้)

** เปิดเสรีสุรากลั่นชุมชน (เหล้าขาว)

ที่มา : กรมสรรพสามิต กระทรวงการคลัง, 2547

บทที่ 4 ผลการศึกษาและวิเคราะห์

1 วิเคราะห์กลุ่มผู้ผลิตในประเทศ

จากการศึกษาพบว่าภายหลังจากที่รัฐดำเนินนโยบายสุราเสรีตั้งแต่ปี 2543 เป็นต้นมา จนถึงปัจจุบัน ตลาดสุราไทยมีจำนวนผู้ผลิตและผู้ขายทั้งรายเล็กและรายใหญ่เป็นจำนวนมาก แต่ ยอดขายส่วนใหญ่กว่า 90% ยังคงกระจุกตัวอยู่เฉพาะในกลุ่มผู้ผลิตรายใหญ่จำนวน 19 บริษัทเท่านั้น ซึ่งในจำนวนกลุ่มผู้ผลิตรายใหญ่นี้มีถึง 15 บริษัทที่อยู่ในเครือเดียวกันกับกลุ่มแสง โสมและสุราทิพย์ ซึ่งเป็นกลุ่มบริษัทสัมปทานก่อนเปิดสุราเสรี โดยพบว่ามีกลุ่มนักลงทุนกลุ่มเดียวกันได้เข้าไปเป็น “กรรมการ” และเป็น “ผู้ถือหุ้นไขว้” ใน 15 บริษัท ซึ่งกลุ่มผู้ถือหุ้นหลักคือ ตระกูล สิริวัฒนภักดี ตระกูลชีวะศิริ ตระกูลตันติวิวัฒน์พันธ์

สำหรับรูปแบบของการถือหุ้นไขว้กันนั้น พบว่ามี 2 ลักษณะคือ 1. การถือหุ้นในนาม บุคคลที่เป็นครอบครัวเดียวกัน และ 2. การใช้บริษัท แสงโสม จำกัด ทำหน้าที่เป็นโฮลดิ้ง คัมปะนี (Holding Company) เข้าไปลงทุนถือหุ้นแทน 100% ในบริษัทในเครือที่ทำการผลิตสุรามาไม่น้อยกว่า 7 บริษัท ได้แก่ บริษัท เทพอรุโณทัย จำกัด บริษัท มงคลสมัย จำกัด บริษัท กาญจนสิงขร จำกัด บริษัท นทีชัย จำกัด บริษัท โรงงานสุราบางยี่ขัน จำกัด บริษัท อธิมาตร จำกัด (ดูรายละเอียดจาก ภาคผนวก ข และภาคผนวก ค)

นอกจากนี้ในระบบการจัดจำหน่ายสุรา บริษัท แสงโสม จำกัด ยังได้เข้าไปถือหุ้นในกลุ่ม บริษัทจัดจำหน่ายภูมิภาคอีกจำนวน 16 บริษัท โดยบริษัทจัดจำหน่ายภูมิภาคเหล่านี้จะทำหน้าที่ดูแลการกระจายสินค้าให้แก่ตัวแทนจำหน่าย (เอเยนต์) และตัวแทนจำหน่ายรายย่อย (ซับเอเยนต์) ซึ่งผลการวิจัยของสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทยในปี 2545 พบว่า กลุ่มแสงโสมฯ มีเครือข่ายตัวแทนจัดจำหน่ายมากกว่า 3,000 แห่งกระจายอยู่ทั่วประเทศ

ทั้งนี้ลักษณะของการรวมตัวกันของกลุ่มผู้ผลิตและผู้ขายดังกล่าวนี้ เรียกว่า “คาร์เทล” (Cartel) ซึ่งเป็นการรวมตัวกันเพื่อดำเนินนโยบายในทิศทางที่เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน มีจุดมุ่งหมายที่จะลดการแข่งขัน ลดความเสี่ยง และกีดกันการเข้ามาของผู้ผลิตรายใหม่ ซึ่งมีเป้าหมายหลักคือ การเพิ่มกำไรให้สูงขึ้น ซึ่งวิธีการที่กลุ่มแสงโสมฯ นิยมนำมาใช้ในรูปคาร์เทล เช่น การบังคับขายสุราฟวงเบียรี่ให้แก่เอเยนต์ การกำหนดราคาจำหน่ายสุราไว้ในระดับเดียวกัน รวมทั้งการห้ามเอเยนต์จำหน่ายสุราข้ามเขต และการห้ามเอเยนต์จำหน่ายสินค้าของคู่แข่ง เป็นต้น

สำหรับกลุ่มผู้ผลิตสุรากลุ่มชนชั้นนั้น จากการศึกษาพบว่า ผู้ผลิตที่เป็นกลุ่มสหกรณ์ กลุ่มเกษตรกร บางแห่งได้มีการรวมตัวกันเช่นกัน โดยใช้วิธีผลิตน้ำสุราแล้วนำมาติดยี่ห้อเดียวกัน เพื่อให้ปริมาณน้ำสุรามีจำนวนมากเพียงพอต่อการจำหน่าย และยังเป็นการสร้างยี่ห้อ (Brand) ทำให้ผู้บริโภคยอมรับและทำการตลาดร่วมกัน

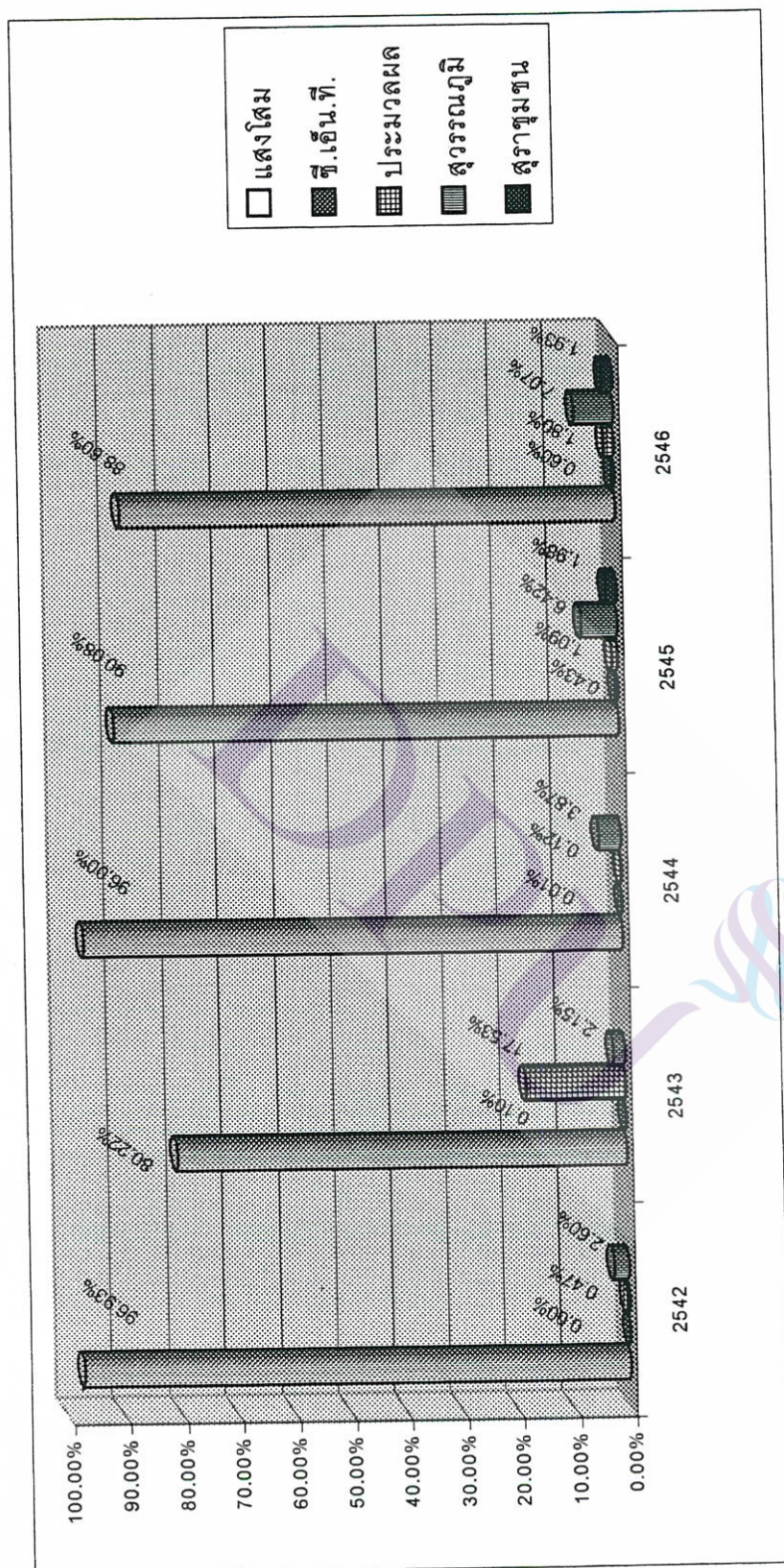
ดังนั้นในปัจจุบันอุตสาหกรรมสุราของไทยจึงมีจำนวนผู้ผลิตประมาณ 5 กลุ่มใหญ่เท่านั้น คือ 1. กลุ่มแสงโสมและสุราทิพย์ 2. บริษัท ประมวลผล จำกัด 3. บริษัท โรงงานสุราพิเศษสุวรรณภูมิ จำกัด 4.บริษัท ซี.เอ็น.ที.ไวน์แอนด์ลิเคอร์ จำกัด และ 5. กลุ่มสุรากลุ่มชน ซึ่งกลุ่มที่มียอดขายสูงสุดต่อเนื่องมาตลอด คือ กลุ่มแสงโสมและสุราทิพย์ที่มีบริษัทผลิตและจำหน่ายสุราในเครือจำนวนมากถึง 15 บริษัท โดยพบว่ามีสัดส่วนยอดขายรวมกันทั้งหมดในปี 2542-2546 เท่ากับ 96.93%,80.2%,96.00%,90.08% และ 88.60% ตามลำดับ ดูรายละเอียดจากตารางที่ 12 และรูปภาพที่ 5

ตารางที่ 12 แสดงสัดส่วนยอดขายสุราของผู้ผลิตรายใหญ่จำนวน 5 กลุ่มในปี 2542-2546

ชื่อบริษัท	ปี 2542	ปี 2543	ปี 2544	ปี 2545	ปี 2546
กลุ่มแสงโสม	96.93%	80.22%	96.00%	90.08%	88.60%
ซี.เอ็น.ที.	0.00%	0.10%	0.01%	0.43%	0.60%
ประมวลผล	0.47%	17.53%	0.12%	1.09%	1.80%
สุวรรณภูมิ	2.60%	2.15%	3.87%	6.42%	7.07%
สุรากลุ่มชน	-	-	-	1.98%	1.93%
รวม	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

ที่มา : รวบรวมข้อมูลจากกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์,2547

ภาพที่ 5 แสดงส่วนแบ่งการตลาดสุรา ระหว่างปี 2542-2546



2 วิเคราะห์ยอดขายรวมของผู้ผลิตในประเทศ

การวิจัยครั้งนี้ได้เปรียบเทียบให้เห็นถึงมูลค่าตลาดสุราของไทยในช่วงก่อนและหลังการเปิดเสรี โดยพบว่ายอดขายสุรารวมของไทยภายใต้ระบบผูกขาด ในปี 2542 มียอดขายรวมสูงถึง 64,084,073,076 บาท และหลังจากที่รัฐเปิดเสรีสุราปีแรกในปี 2543 ยอดขายรวมได้ขยายตัวเพิ่มขึ้นเป็น 99,654,682,822 บาท

ปัจจัยที่ทำให้ยอดขายสุราเพิ่มสูงขึ้นภายหลังจากเปิดเสรีในปีแรกนั้นมีหลายประการ ดังนี้

1. กลุ่มผู้ผลิตรายเดิมได้ทำการสต็อกสุราไว้เป็นจำนวนมากเพื่อนำออกจำหน่ายในตลาดได้ทันที โดยเสียภาษีในอัตราเดิม ขณะที่หลังจากเปิดเสรีแล้ว สุราที่ผลิตใหม่จะต้องเสียภาษีสูงขึ้นถึง 3 เท่า ทำให้ผู้ผลิตกลุ่มเดิมได้เปรียบผู้ประกอบการรายใหม่เป็นอย่างมาก

2. ผู้ผลิตสุราของไทยได้นำสุร่ายี่ห้อใหม่ออกสู่ตลาด โดยเฉพาะในกลุ่มสุราสี เช่น ยี่ห้อสมิлян แสงโสมพรีเมียม มังกรทอง และสาเกชิโนบุ เป็นต้น ซึ่งเป็นการขยายฐานลูกค้าเพิ่มขึ้น

3. เป็นผลมาจากกรณีของบริษัท เบียร์ไทย (1991) จำกัด ผู้ผลิตเบียร์ช้าง ซึ่งเป็นบริษัทในเครือกลุ่มสุราแสงโสมและสุราทิพย์ได้ใช้กลยุทธ์ “ขายสุราฟวงเบียร์ช้าง” ให้แก่เอเยนต์และซัพเอเยนต์เพื่อขยายฐานผู้ดื่มเบียร์ช้าง โดยการขายเบียร์ช้างฟวงไปกับสุราขาว สุราสี ซึ่งขณะนั้นถือว่าสุราเป็นสินค้าหลักที่ผู้ซื้อต้องการมากกว่าเบียร์ โดยมีสูตรการฟวงคือ ซื้อมสุรา 1 เท (32 ขวด) ต้องฟวงเบียร์ช้าง 3-5 โหล เป็นต้น ทำให้เอเยนต์ต้องแบกรับสต็อกเบียร์ช้างจำนวนมาก จึงจำเป็นต้องเร่งระบายเบียร์ช้างด้วยการขายในราคาต่ำเพียง 3 ขวด 100 บาท หรือบางพื้นที่ขายเบียร์ช้าง 4 ขวด 100 บาท และหันไปเพิ่มราคาสุราขาวแทน (ราคาขวดละ 60-70 บาท) เพื่อนำกำไรที่ได้จากการขายสุราไปชดเชยการขาดทุนของเบียร์ช้างนั่นเอง ซึ่งกลยุทธ์การขายเหล้าฟวงเบียร์ที่กลุ่มแสงโสมนำมาใช้นั้นค่อนข้างประสบความสำเร็จอย่างมาก เนื่องจากในขณะนั้นสุราขาวยังเป็นตลาดผูกขาด เพราะผู้บริโภคยังนิยมดื่มสุรามากกว่าเบียร์ และวิธีการขายฟวงดังกล่าวสามารถช่วยกระจายสินค้าได้อย่างทั่วถึงสามารถเพิ่มยอดขายได้ทั้งสุราและเบียร์ช้างไปพร้อมๆ กันด้วย เนื่องจากกลุ่มแสงโสมฯ มีระบบการจัดจำหน่ายผ่านเอเยนต์กว่า 3,000 แห่ง

4. ในปี 2543 ประเทศไทยมีการนำเข้าสุราสุราต่างประเทศมากกว่า 10 ยี่ห้อ โดยมีบริษัทนำเข้าและจำหน่ายสุราต่างประเทศใหม่ๆ เกิดขึ้น 4-5 บริษัท พร้อมทั้งมีการทำการตลาดแบบครบวงจรทั้งการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย ซึ่งจากสถิติของกรมส่งเสริมการค้าส่งออก กระทรวงพาณิชย์พบว่า ประเทศไทยมีการนำเข้าสุราต่างประเทศเพิ่มสูงขึ้นทุกปี เช่น ในปี 2542 มีมูลค่าการนำเข้าทั้งสิ้น 3,109 ล้านบาท ขณะที่ในปี 2543 มีมูลค่าการนำเข้าจำนวน 4,228 ล้านบาท

ทั้งนี้สอดคล้องกับสถิติปริมาณการเสียภาษีสุราต่างประเทศของกรมสรรพสามิตที่เพิ่มขึ้น เช่น ในปีงบประมาณ 2543 มีจำนวนทั้งสิ้น 34,698 พันลิตร คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 7.59 ของปริมาณการเสียภาษีสุราทั้งหมด ขณะที่ในปีงบประมาณ 2542 มีปริมาณการเสียภาษีสุราต่างประเทศเพียง 24,449 พันลิตร หรือร้อยละ 2.06 เท่านั้น เห็นได้ชัดว่า ตลาดสุราต่างประเทศในปี 2543 มีอัตราการเติบโตสูงขึ้นจากปี 2542 มากถึงร้อยละ 5.53

อย่างไรก็ตามในปี 2544 ยอดขายรวมได้เริ่มชะลอตัวลดลงเป็น 68,024,751,504 บาท ซึ่งในปีนี้มีผู้ผลิตสุราที่ไม่ใช่กลุ่มแสงไสมฯ ได้แตกสายการผลิตสุราขาวออกมาแข่งขันกับกลุ่มแสงไสมฯ ขณะที่ยอดขายรวมทั้งตลาดเริ่มมีแนวโน้มลดลงมาตั้งแต่ปี 2544 โดยมียอดขายจำนวน 68,024,751,504 บาท ปี 2545 มียอดขายรวม จำนวน 42,972,745,628 บาท และในปี 2546 มียอดขายรวมทั้งสิ้น 44,500,281,074 บาท

สำหรับยอดขายสุราที่ลดลงค่อนข้างมากในปี 2545 นั้นสาเหตุส่วนหนึ่งน่าจะเกิดจากปัจจัยต่างๆ ได้แก่ กระแสความนิยมของผู้บริโภคที่หันไปบริโภคเบียร์มากขึ้น เพราะเบียร์มีราคาถูกกว่าสุรามาก โดยทางกรมสรรพสามิตสามารถจัดเก็บภาษีเบียร์ได้สูงถึง 31,650 ล้านบาท ส่วนภาษีสุราจัดเก็บได้เพียง 22,290 ล้านบาท

นอกจากนี้ในปี 2545 ตลาดสุราขาวของไทยยังถูกทดแทนด้วยสุราแช่พื้นเมือง (สาโท กะแช่ ไวน์ผลไม้) อันเป็นผลมาจากนโยบายเปิดเสรีให้ผู้ผลิตรายย่อยที่เป็นกลุ่มสหกรณ์ กลุ่มเกษตรกรเข้ามาผลิตสุราแช่พื้นเมืองได้ ทั้งนี้สมาคมอุตสาหกรรมไวน์และสุราไทยได้ประมาณการว่าในปี 2545 สุราแช่พื้นเมืองมีมูลค่ายอดขายรวมประมาณ 850 ล้านบาท และในช่วงที่กระแสสุราแช่พื้นเมืองและสุรากลั่นชุมชนขยายตัวมากที่สุดในปี 2546 ประมาณการว่ายอดขายเพิ่มสูงขึ้นเป็น 1,200 ล้านบาท

ขณะเดียวกันกลุ่มสุราต่างประเทศราคาถูกที่มีราคาไม่เกินขวดละ 300 บาทได้เข้ามาแย่งชิงส่วนแบ่งการตลาดสุราไทยด้วย นอกจากนี้การบริโภคสุราที่ลดลงในปี 2545 ยังเป็นผลสืบเนื่องมาจากนโยบายจัดระเบียบสังคมของกระทรวงมหาดไทยที่เข้มงวดในการปิดสถานบันเทิงเร็วขึ้น ขณะที่กระทรวงสาธารณสุขก็เข้มงวดในการบังคับใช้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสุรา เช่น ห้ามขายสุราในปิ่นน้ำมัน หรือห้ามขายให้แก่เด็กที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปี เป็นต้น

สำหรับยอดขายสุราโดยรวมทั้งตลาด มีรายละเอียดตามที่แสดงไว้ในตารางที่ 13 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 13 แสดงมูลค่าขายรวมสุรา ในปี 2542-2546 (หน่วย : บาท)

ชื่อบริษัท	ปี 2542	ปี 2543	ปี 2544	ปี 2545	ปี 2546
บริษัท บริษัท แสงโสม จำกัด	21,466,998,355	28,849,975,622	24,940,593,046	7,529,174,641	9,185,725,842
บริษัท สุราบางยี่ขัน จำกัด	7,350,920,294	11,592,003,570	8,081,806,603	3,961,415,838	8,492,578,017
บริษัท สุรากระหิงแดง (1988) จำกัด	863,554,617	8,857,747,430	542,857,978	3,231,469,246	2,661,182,594
บริษัท หลักชัยคำสุรา จำกัด	319,012,123	760,969,709	1,820,913,485	1,324,328,888	776,574,939
บริษัท กาญจนสิงขร จำกัด	6,408,383,652	3,781,090,166	7,458,047,680	1,957,451,481	1,422,607,666
บริษัท นทีชัย จำกัด	8,189,333,318	590,587,174	791,218,074	3,159,369,044	1,377,303,849
บริษัท สีมารุกิจ จำกัด	298,361,884	2,203,929,088	3,324,443,190	2,326,424,560	1,613,523,477
บริษัท มงคลสมัย จำกัด	7,299,976,408	434,140,278	1,153,781,392	1,751,890,990	2,627,835,000
บริษัท รบมกัต จำกัด	252,183	1,708,122,570	1,247,263,496	164,183,187	545,300,865
บริษัท อธิมาตร จำกัด	1,504,016,619	4,326,831,520	4,009,651,117	2,464,140,160	1,527,760,000
บริษัท แกนขวัญ จำกัด	7,315,346,400	2,888,541,114	1,972,871,621	2,940,847,168	2,208,597,939
บริษัท ยูไนเต็ดไวน์แอนด์เอนจินดิคัลลิตีเคอร์ จำกัด	592,221,136	2,005,119,660	1,409,426,589	1,369,889,769	2,212,869,591
บริษัท เอสเอสการสุรา จำกัด	3,796,578	1,368,534,920	1,735,095,342	3,804,972,175	2,609,879,877
บริษัท เพ็ญพูนันต์ จำกัด	3,180,352	3,211,318,728	2,216,571,370	422,282,764	341,820,000
บริษัท เทพอรุณทัย จำกัด	502,790,357	7,370,390,167	4,599,945,514	2,302,151,163	1,517,939,360
บริษัท ซี.เอ็น.ที. ไวน์แอนด์ลิตีเคอร์ จำกัด	266,159	100,190,576	4,103,095	184,153,320	263,891,000
บริษัท ประมวลผล จำกัด	301,211,433	17,465,421,779	84,590,316	467,661,429	793,521,110
บริษัท โรงงานสุราพิเศษการภูมิ จำกัด	1,664,451,208	2,139,768,750	2,631,571,595	2,760,939,803	3,121,369,947
กลุ่มผู้ผลิตสุราชุมชน	na	na	na	850,000,000*	1,200,000,000*
รวม	64,084,073,076	99,654,682,822	68,024,751,504	42,122,745,628	43,300,281,074

na : หมายถึง ยังไม่อนุญาตผลิตสุราชุมชน

* หมายความว่า ประมาณการโดยสมาคมอุตสาหกรรมไวน์และสุราไทย

ที่มา : กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์,2547

3 ผลการศึกษาการกระจุกตัวของตลาดสุรา

การวิจัยครั้งนี้ยังได้นำทฤษฎีการกระจุกตัวของตลาดมาวิเคราะห์เปรียบเทียบให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงของ “อำนาจผูกขาด” ตลาดสุรา ในช่วงก่อนเปิดเสรี และหลังจากมีการเปิดเสรีสุรา โดยแบ่งการศึกษาเป็น 3 ช่วง คือ ยุคก่อนเปิดเสรีในปี 2542 ยุคเปิดเสรีในปี 2543-2544 และยุคเปิดเสรีโดยการส่งเสริมสุราชุมชนตั้งแต่ปี 2545 จนถึงปัจจุบัน ซึ่งผลการศึกษาจะประกอบไปด้วยยอดขายและส่วนแบ่งการตลาดสุราสูงสุด 5 อันดับแรก และอัตราส่วนการกระจุกตัว (C) ซึ่งเป็นผลรวมของส่วนแบ่งการตลาดของผู้ผลิตสุราทั้ง 5 บริษัทดังกล่าว โดยปรากฏผลศึกษาดังต่อไปนี้

1. ยุคก่อนเปิดสุราเสรี

ในช่วงที่รัฐดำเนินนโยบายผูกขาดสัมปทานสุราระหว่างปี 2528 - 2542 โดยเปิดให้กลุ่มบริษัทสุราราชการและสุราทิพย์ ได้รับสิทธิดำเนินการผลิตและจำหน่ายสุราในประเทศแต่เพียงผู้เดียวนั้น ผลการศึกษพบว่าในปี 2542 ตลาดสุรามียอดขายรวมทั้งสิ้น 64,084,073,076 บาท และปรากฏข้อมูลยอดขายสูงสุดใน 5 บริษัทแรกดังตารางที่ 14

ตารางที่ 14 แสดงยอดขายและส่วนแบ่งการตลาดสุราสูงสุด 5 อันดับแรกในปี 2542

บริษัท	ยอดขาย	ส่วนแบ่งการตลาด(ร้อยละ)
บริษัท แสงโสม จำกัด	21,466,998,355	33.50
บริษัท นทีชัย จำกัด	8,189,333,318	12.78
บริษัท สุราบางยี่ขัน จำกัด	7,350,920,294	11.47
บริษัท แก่นขวัญ จำกัด	7,315,346,400	11.42
บริษัท มงคลสมัย จำกัด	7,299,976,408	11.39
รวม	51,622,574,775	80.56

จากตารางผู้ผลิตที่มียอดขายสูงสุดใน 5 อันดับแรก คือ (1) บริษัท แสงโสม จำกัด มีส่วนแบ่งการตลาดมากที่สุด ร้อยละ 33.50 อันดับที่ (2) บริษัท นทีชัย จำกัด มีส่วนแบ่งการตลาด ร้อยละ 12.78 อันดับที่ (3) บริษัท สุราบางยี่ขัน จำกัด มีส่วนแบ่งการตลาด ร้อยละ 11.47 อันดับที่ (4) บริษัท แก่นขวัญ จำกัด มีส่วนแบ่งการตลาด ร้อยละ 11.42 และอันดับที่ (5) บริษัท มงคลสมัย จำกัด ร้อยละ 11.39 โดยมีส่วนแบ่งการตลาดรวมใน 5 บริษัทดังกล่าวเท่ากับร้อยละ 80.56

ทั้งนี้อัตราส่วนการกระจุกตัว หรือค่า C มีค่าเท่ากับ 0.80 ถือว่ามีค่าเข้าใกล้ 1 มาก แสดงว่ามีการกระจุกตัวในอุตสาหกรรมสุราสูง และผู้ผลิตมีอำนาจผูกขาดมากในตลาดสุรา ภายใต้ระบบสัมปทานของรัฐ

2. ยุคเปิดเสรีสุรา

หลังจากที่รัฐปรับเปลี่ยนแนวนโยบายการบริหารสุรา จากระบบสัมปทานผูกขาดมาเป็นนโยบายสุราเสรีโดยเริ่มดำเนินการตั้งแต่เมื่อวันที่ 1 มกราคม 2543 เป็นต้นมา พบว่ามีผู้ที่ชนะประมูลโรงงานสุราของรัฐในส่วนของโรงงานสุรากลมสรรพสามิต จำนวน 11 โรงงาน ได้แก่ (1) บริษัท หลักชัยค้าสุรา จำกัด (2) บริษัท กาญจนสิงขร จำกัด (3) บริษัท นทีชัย จำกัด (4) บริษัท สีมารุทกิจ จำกัด (5) บริษัท มงคลสมัย จำกัด (6) บริษัท ธนภัคดี จำกัด (7) บริษัท อธิมาตร จำกัด (8) บริษัท แก่นขวัญ จำกัด (9) บริษัท เอสเอสการสุรา จำกัด (10) บริษัท เฟื่องฟูอนันต์ จำกัด และ (11) บริษัท เทพอรุโณทัย จำกัด พร้อมกันนี้ยังมีบริษัทที่ชนะประมูลโรงงานสุรียบ้างซึ่งอยู่ภายใต้การดูแลของกรมโรงงานอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม คือ บริษัท สุราบางยี่ขัน จำกัด

นอกจากนี้ในปี 2543 ยังมีผู้ผลิตที่มีใบอนุญาตผลิตสุราพิเศษ (วิสกี้ บรั่นดี รัม ยิน สุรา จีน) ที่ได้รับอนุญาตมาตั้งแต่ยุคผูกขาดอีก 6 บริษัท คือ (1) บริษัท ประมวลผล จำกัด (2) บริษัท ซี.เอ็น.ที.ไวน์แอนด์ลิเคอร์ จำกัด และ (3) บริษัท โรงงานสุราพิเศษสุวรรณภูมิ จำกัด (ผลิตสุราพิเศษยี่ห้อบรั่นดีรีเจนท์) (4) บริษัท แสงโสม จำกัด (5) บริษัท ยูไนเต็ควิไวน์เนอร์ แอนด์ ดิสทิลเลอร์ จำกัด และ (6) บริษัท สุรากระทิงแดง (1988) จำกัด แต่เมื่อมีการเปิดเสรีสุราแล้วกลุ่มบริษัทเหล่านี้ได้หันมาผลิต และจำหน่ายสุราขาว สุราผสมด้วย

ดังนั้นในปี 2543 ซึ่งเป็นปีแรกของการเริ่มต้นใช้นโยบายสุราเสรี พบว่า อุตสาหกรรมสุราของไทยมีจำนวนผู้ผลิตทั้งสิ้น 18 ราย มียอดขายรวมทั้งสิ้น 99,654,682,822 บาท และผู้ผลิตที่มียอดขายสูงสุด 5 บริษัทแรกมีดังนี้

ตารางที่ 15 แสดงยอดขายและส่วนแบ่งการตลาดสุราสูงสุด 5 อันดับแรกในปี 2543

บริษัท	ยอดขาย	ส่วนแบ่งการตลาด(ร้อยละ)
บริษัท แสงโสม จำกัด	28,849,975,622	28.95
บริษัท ประมวลผล จำกัด	17,465,421,779	17.53
บริษัท สุราบางยี่ขัน จำกัด	11,592,003,570	11.66
บริษัท สุรากระทิงแดง(1988) จำกัด	8,857,747,430	8.89
บริษัท เทพอรุโณทัย จำกัด	7,370,390,167	7.40
รวม	74,135,538,569	74.43

จากตารางผู้ผลิตที่มียอดขายสูงสุดใน 5 อันดับแรก ได้แก่ (1) บริษัท แสงโสม จำกัด มีส่วนแบ่งการตลาด ร้อยละ 28.95 (2) บริษัท ประมวลผล จำกัด มีส่วนแบ่งการตลาด ร้อยละ 17.53 (3) บริษัท สุราบางยี่ขัน จำกัด มีส่วนแบ่งการตลาด ร้อยละ 11.63 (4) บริษัท สุรากระทิง

แดง (1988) จำกัด มีส่วนแบ่งการตลาด ร้อยละ 8.89 และ (5) บริษัท เทพอรุโณทัย จำกัด มีส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 7.40 โดยมีส่วนแบ่งการตลาดรวมสูงสุด 5 บริษัทดังกล่าวเท่ากับร้อยละ 74.43

ขณะที่อัตราส่วนการกระจุกตัว หรือค่า C มีค่าเท่ากับ 0.74 ซึ่งเริ่มเห็นการเปลี่ยนแปลงว่าหลังเปิดเสรีสุรา อัตราส่วนการกระจุกตัว หรืออำนาจการผูกขาดของผู้ผลิตในตลาดสุราเริ่มลดลงต่อเนื่องจนถึงปี 2544 เนื่องจากมีผู้ผลิตสุราชาวรายใหม่เกิดขึ้นถึงสองราย

ตารางที่ 16 แสดงยอดขายและส่วนแบ่งการตลาดสุราสูงสุด 5 อันดับแรกในปี 2544

บริษัท	ยอดขาย	ส่วนแบ่งการตลาด(ร้อยละ)
บริษัท แสงโสม จำกัด	24,940,593,046	36.66
บริษัท สุราบางยี่ขัน จำกัด	8,081,806,603	11.88
บริษัท กาญจนสิงขร จำกัด	7,458,047,680	10.96
บริษัท เทพอรุโณทัย จำกัด	4,599,945,514	6.76
บริษัท อธิมาตร จำกัด	4,009,651,117	5.89
รวม	49,090,043,961	72.15

ในปี 2544 ตลาดสุรามียอดขายรวม 68,824,751,504 บาท จากตารางพบว่า 5 บริษัทแรกที่มียอดขายสูงสุด ได้แก่ (1) บริษัท แสงโสม จำกัด มีส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 36.66 (2) บริษัท สุราบางยี่ขัน จำกัด มีส่วนแบ่งการตลาด ร้อยละ 11.88 (3) บริษัท กาญจนสิงขร จำกัด มีส่วนแบ่งการตลาด ร้อยละ 10.96 (4) บริษัท เทพอรุโณทัย จำกัด มีส่วนแบ่งการตลาด ร้อยละ 6.76 และอันดับที่ (5) บริษัท อธิมาตร จำกัด มีส่วนแบ่งการตลาด ร้อยละ 5.89 ซึ่งมีส่วนแบ่งการตลาดรวมใน 5 บริษัทดังกล่าวเท่ากับร้อยละ 72.15

สำหรับอัตราส่วนการกระจุกตัว หรือค่า C ได้ลดต่ำลงอีก โดยมีค่าเท่ากับ 0.72

ตารางที่ 17 แสดงยอดขายและส่วนแบ่งการตลาดสุราสูงสุด 5 อันดับแรกในปี 2545

บริษัท	ยอดขาย	ส่วนแบ่งการตลาด(ร้อยละ)
บริษัท แสงโสม จำกัด	7,529,174,641	17.52
บริษัท สุราบางยี่ขัน จำกัด	3,961,415,838	9.22
บริษัท เอสเอสการสุรา จำกัด	3,804,972,175	8.85
บริษัท สุรากระทิงแดง(1988) จำกัด	3,231,469,246	7.52
บริษัท นทีชัย จำกัด	3,159,369,044	7.35
รวม	21,686,400,944	50.46

ในปี 2545 มียอดขายรวมทั้งสิ้น 42,922,745,628 บาท จากตาราง 5 บริษัทแรกที่มียอดขายสูงสุด ได้แก่ (1) บริษัท แสงโสม จำกัด ยังครองตำแหน่งยอดขายสูงสุดต่อเนื่อง โดยมีส่วนแบ่งการตลาด ร้อยละ 17.52 (2) บริษัท สุราบางยี่ขัน จำกัด มีส่วนแบ่งการตลาด ร้อยละ 9.22 (3) บริษัท เอสเอสการสุรา จำกัด มีส่วนแบ่งการตลาด ร้อยละ 8.85 (4) บริษัท สุรากระทิงแดง (1988) จำกัด มีส่วนแบ่งการตลาด ร้อยละ 7.52 อันดับที่ (5) บริษัท นทีชัย จำกัด มีส่วนแบ่งการตลาด ร้อยละ 7.35 โดยมีส่วนแบ่งการตลาดรวมใน 5 บริษัทดังกล่าวเท่ากับร้อยละ 50.46

ทั้งนี้อัตราส่วนการกระจุกตัว หรือค่า C มีค่าลดลงอย่างมากเหลือเพียง 0.50 ซึ่งเมื่อเทียบกับปี 2544 อัตราส่วนการกระจุกตัวปรับตัวลดลงอย่างชัดเจนถึงร้อยละ 21.69 สาเหตุที่ทำให้ยอดขายรวมและอัตราส่วนการกระจุกตัว ในปี 2545 ลดต่ำลงอย่างมากรุนแรง อาจเกิดจากปัจจัยต่างๆ ดังนี้

1. เกิดจากผลกระทบจากการเปิดเสรีสุราแช่พื้นเมือง (สาโท, อุ, กะแช่, ไวน์ผลไม้) ซึ่งในปีงบประมาณ 2545 มีผู้เสียภาษีสุราแช่ จำนวน 438 ราย จัดเก็บภาษีได้ 78,444,048 บาท ขณะที่สมาคมอุตสาหกรรมไวน์และสุราไทย ซึ่งเป็นหนึ่งในเครือข่ายผู้ประกอบการสุราชุมชนได้ประเมินมูลค่าตลาดสุราแช่พื้นเมืองในปี 2545 ว่ามีมูลค่าตลาดรวมทั่วประเทศไม่น้อยกว่า 850 ล้านบาท ดังนั้นสุราชุมชนจึงมีส่วนเข้ามาแย่งส่วนแบ่งการตลาดสุรารายใหญ่ไป ซึ่งเป็นสาเหตุหนึ่งที่ส่งผลทำให้ยอดขายรวม และส่วนแบ่งการตลาดของผู้ผลิตรายใหญ่มีสัดส่วนลดลง

นอกจากนี้นายธนิต ธรรมสุคติ ผู้บริหารกลุ่มบริษัทแสงโสมได้ให้สัมภาษณ์หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ ฉบับวันที่ 18 ตุลาคม 2545 ว่ากระแสความนิยมดื่มสุราแช่พื้นเมือง โดยเฉพาะ "สาโท" ได้เข้ามาแย่งตลาดสุราขาวและสุราพิเศษไปจำนวนหนึ่ง เนื่องจากมีราคาต่ำ หาซื้อได้ง่าย โดยสาโทจำหน่ายเพียงขวดละ 20-25 บาท ขณะที่เหล้าขาวของกลุ่มโรงงานขนาดใหญ่มีราคาสูงถึงขวดละ 60-70 บาท และกลุ่มนักดื่มสุราขาวยังได้หันไปเป็นผู้ผลิตสุราแช่พื้นเมืองเองด้วย

ขณะที่นายสันติ ภิรมย์ภักดี ประธานกรรมการบริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด ผู้ผลิตและจำหน่ายเบียร์สิงห์ก็ยอมรับว่า ผู้บริโภคได้หันไปดื่มสาโทเป็นจำนวนมาก และมีผลต่อยอดขายเบียร์ราคาประหยัดทุกยี่ห้อ โดยในปี 2545 ยอดขายเบียร์ปรับลดลงประมาณ 20 % ขณะที่เบียร์สิงห์และลีโอบีไม่ได้รับผลกระทบมากนัก เพราะเป็นผู้ดื่มคนละกลุ่มกัน แต่ผลกระทบดังกล่าวเป็นแค่ระยะสั้นเท่านั้น

อย่างไรก็ตามปัจจัยที่ทำให้สุราแช่พื้นเมืองได้รับความนิยมสูงเกินคาด คือ ภาครัฐได้เข้ามาสนับสนุนส่งเสริมสุราแช่พื้นเมืองอย่างจริงจัง เช่น กรมพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทยได้จัดงานมหกรรมสุราแช่ ที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ ซึ่งประสบความสำเร็จอย่างมาก มีผู้ผลิตร่วมออกงานกว่า 1,000 ราย มียอดขายประมาณ 37 ล้านบาท บางผลิตภัณฑ์ได้รับคัดเลือกให้

เป็นสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) รวมทั้งคัดสรรไวน์ไทย เพื่อเสิร์ฟให้แก่ผู้นำประเทศ ในงานประชุมเอเปค ที่จัดขึ้นในประเทศไทยเมื่อปลายปี 2545

นอกจากนี้ค่ายบุญรอดบริวเวอรี่ ผู้ผลิตและจำหน่ายเบียร์สิงห์ก็ได้จับมือกับกลุ่มผู้ผลิต สุราแช่พื้นเมือง อนุญาตให้นำเหล้าชุมชนไปวางจำหน่าย โดยผ่านเครือข่ายเอเยนต์เบียร์สิงห์ที่ กระจายอยู่ทั่วประเทศเกือบ 2,000 แห่ง ส่งผลให้ยอดขายสาโทเพิ่มขึ้นหลายเท่าตัว

ขณะเดียวกันภาคเอกชนกลุ่มอื่นๆก็ขานรับนโยบายรัฐบาลได้เข้ามามีบทบาทช่วย กระจายสินค้าให้แก่สุราแช่พื้นเมืองกันอย่างกว้างขวาง เช่น ภาคค้าปลีกสมัยใหม่(โมเดิร์นเทรด) ทั้งแมคโคร บิ๊กซี เทสโก้ โลตัส และร้านสะดวกซื้อ เซเว่น อีเลฟเว่น ที่มีเครือข่ายกว่า 2 พันแห่งและ ร้านค้า ปั่นน้ำมันต่างๆ ก็นำสินค้าไปจำหน่ายเช่นกัน จึงทำให้สุราชุมชนมีโอกาสกระจายสู่มือผู้ บริโภคได้อย่างทั่วถึง ซึ่งการมีเครือข่ายร้านค้าปลีกที่มีอยู่จำนวนมากดังกล่าวช่วยเพิ่มศักยภาพใน การทำตลาดให้กับสุราแช่พื้นเมืองเพื่อเข้าถึงผู้บริโภคได้ง่ายและรวดเร็ว

2. ผลกระทบจากการนำเข้าสุราต่างประเทศมาตีตลาดสุราภายในประเทศและยังเป็นผล สืบเนื่องมาจากวิกฤตเศรษฐกิจปี 2540 ที่ส่งผลให้ตลาดสุราของไทยเริ่มเปลี่ยนแปลงไป เนื่องจาก ผู้บริโภคที่มีกำลังซื้อลดลงจะหันไปดื่มเหล้านอกราคาถูกมากขึ้น โดยในช่วงปี 2545 มีการนำเข้าสุรา ต่างประเทศเพิ่มขึ้นเกือบ 700,000 ลิ้ง ขณะที่ปี 2544 มีการนำเข้าเพียง 300,000 ลิ้ง ส่วนใหญ่เป็น การนำเข้าเหล้าสีในกลุ่มเช็กเม้นท์อีโคโนมี (Economy) หรือเหล้านอกราคาถูกจำนวนหลายสิบล้านลิ้ง ซึ่งเหล้ากลุ่มนี้มีราคาค่อนข้างต่ำขวดละ 120-130 บาทเท่านั้น ซึ่งสอดคล้องกับกำลังซื้อของผู้บริโภค และกระแสความนิยมเหล้านอก ขณะที่เหล้าสีของไทย เช่น แสงโสม แม่โขง หงส์ทอง ราคาจะสูงกว่า คือขายปลีกขวดละ 140 - 150 บาท

นอกจากนี้ผู้นำเข้าเหล้านอกราคาถูกกลุ่มอีโคโนมี ยังทำการตลาดเชิงรุก พร้อมทั้งมี การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย โปรโมชันในรูปแบบต่างๆอย่างต่อเนื่องทั้งปี ไม่ว่าจะเป็นการโหม โฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุ และโทรทัศน์ การลดราคา การแจกสินค้าฟรีเยี่ยม การสนับสนุนการ แข่งขันกีฬาเพื่อกระตุ้นยอดขายอย่างต่อเนื่องตลอดปี

อย่างไรก็ตามในปี 2546 เกิดการเปลี่ยนแปลงอีกครั้งในตลาดสุรา เมื่อรัฐบาลอนุญาต ให้เปิดเสรีการผลิตและจำหน่าย “สุรากลั่นชุมชน” ได้ ซึ่งเป็นการต่อยอดให้กับกลุ่มผู้ผลิตรายย่อย สามารถทำการผลิตเหล้ากลั่น หรือเหล้าขาวจำหน่ายได้ทั่วประเทศ ส่งผลให้มูลค่าตลาดสุรายับ เพิ่มขึ้นจากปี 2544 ทันที โดยมียอดขายรวมทั้งสิ้น 44,500,281,074 บาท

ตารางที่ 18 แสดงยอดขายและส่วนแบ่งการตลาดสุราสูงสุด 5 อันดับแรกในปี 2546

บริษัท	ยอดขาย (บาท)	ส่วนแบ่งการตลาด(ร้อยละ)
บริษัท แสงโสม จำกัด	9,185,725,842	20.64
บริษัท สุราบางยี่ขัน จำกัด	8,492,578,017	19.08
บริษัท สุราพิเศษสุวรรณภูมิ จำกัด	3,121,369,947	7.01
บริษัท สุรากระทิงแดง(1988) จำกัด	2,661,182,594	5.98
บริษัท มงคลสมัย จำกัด	2,627,835,000	5.91
รวม	26,088,691,400	58.62

จากตารางพบว่า 5 บริษัทแรกที่ครองส่วนแบ่งการตลาดสูงสุดในปี 2546 ได้แก่ อันดับ (1) บริษัท แสงโสม จำกัด มีส่วนแบ่งการตลาด ร้อยละ 20.64 (2) บริษัท สุราบางยี่ขัน จำกัด มีส่วนแบ่งการตลาด ร้อยละ 19.08 (3) บริษัท โรงงานสุราพิเศษสุวรรณภูมิ จำกัด มีส่วนแบ่งการตลาด ร้อยละ 7.01 (4) บริษัท สุรากระทิงแดง (1988) จำกัด มีส่วนแบ่งการตลาด ร้อยละ 5.98 และอันดับที่ (5) บริษัท มงคลสมัย จำกัด มีส่วนแบ่งการตลาด ร้อยละ 5.91 มีส่วนแบ่งการตลาดรวมใน 5 บริษัทดังกล่าวเท่ากับ ร้อยละ 58.62

สำหรับอัตราส่วนการกระจุกตัว หรือค่า C มีค่าลดลงเช่นกัน โดยมีค่าเท่ากับ 0.58

ดังนั้นผลการวิจัยครั้งนี้สรุปได้ว่า ในช่วงระยะเวลาตั้งแต่ ปี 2542 – 2546 พบว่ายังมีการกระจุกตัวในอุตสาหกรรมสุราค่อนข้างสูง เนื่องจากอัตราส่วนการกระจุกตัว (ค่า C) มีค่าเข้าใกล้ 1 (ค่า C มีค่าระหว่าง 0-1) แต่อย่างไรก็ตามเริ่มเห็นแนวโน้มว่าเมื่อเปิดเสรีและมีผู้ผลิตรายใหม่เพิ่มขึ้น ระดับการกระจุกตัวเริ่มลดลงบ้างเป็นลำดับ คือ มีค่าเท่ากับ 0.80 , 0.74 , 0.72 , 0.50 และ 0.58 แสดงให้เห็นว่าผู้ผลิตหรือผู้ขายในอุตสาหกรรมสุราของไทย มีอำนาจการผูกขาดลดลง แต่อย่างไรก็ตามส่วนแบ่งการตลาดสุรา (Market Share) ก็ยังคงกระจุกตัวอยู่ในมือของผู้ผลิตรายใหญ่ที่สุดจำนวนหนึ่ง

4 ผลศึกษาอุปสรรคในการเข้ามาดำเนินธุรกิจสุรา(Barrier to Entry)

ในการวิจัยครั้งนั้นนอกจากการใช้ดัชนีการกระจุกตัวของตลาดมาวัดระดับการกระจุกตัวของอุตสาหกรรมสุราดังกล่าวแล้ว อุปสรรคในการเข้ามาดำเนินธุรกิจสุรา (Barrier to Entry) เป็นอีกองค์ประกอบหนึ่ง ที่มีส่วนในการกำหนดอำนาจผูกขาดหรือโครงสร้างตลาด จากการศึกษาพบว่าปัจจุบันตลาดสุรายังมี Barrier to Entry สูงมาก ดังนี้

1. ความได้เปรียบของต้นทุนการผลิต (Absolute Cost Advantages) โดยผู้ผลิตสุราที่เป็นโรงงานขนาดใหญ่มีความได้เปรียบผู้ประกอบการรายย่อย ดังนี้

1.1 มีความเชี่ยวชาญและมีเทคโนโลยีการผลิตที่ดีกว่า โดยโรงงานสุราขนาดใหญ่มีกำลังการผลิตเป็นจำนวนมากไม่ต่ำกว่า 39 ล้านลิตรต่อปี ขณะที่ผู้ผลิตรายย่อยหรือกลุ่มผู้ผลิตสุราพื้นเมืองและสุรากลั่นชุมชนถูกจำกัดด้วยเงื่อนไขให้ใช้เครื่องจักรที่มีกำลังแรงม้าไม่เกิน 5 แรงม้า และต้องใช้แรงงานไม่เกิน 7 คน

1.2 สามารถเข้าถึงและจัดหาแหล่งเงินทุนได้ง่าย เพราะเป็นบริษัทที่มีประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจสุรามานาน มีเครดิตดี จึงได้รับการสนับสนุนจากสถาบันการเงินต่างๆ

1.3 มีระบบการจัดการโรงงานที่มีประสิทธิภาพกว่าผู้ผลิตรายเล็ก

1.4 เป็นผู้ครอบครองทรัพยากรหรือปัจจัยการผลิตครอบคลุมตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ โดยพบว่าผู้ผลิตสุรารายใหญ่ยังเป็นเจ้าของโรงงานน้ำตาลถึง 3 โรงงาน ซึ่งเป็นฐานผลิตโมลาส หรือกากน้ำตาลที่ใช้เป็นวัตถุดิบหลักสำคัญในการผลิตสุราขาว โดยโมลาสมีราคาเพียงกิโลกรัมละ 2-5 บาท ซึ่งมีส่วนต่างอย่างมากเมื่อเทียบกับการนำข้าวเหนียวมาผลิตสุรากลั่นชุมชนที่มีราคาสูงถึงกิโลกรัมละ 15-20 บาท ทำให้ต้นทุนการผลิตแตกต่างกันเป็นอย่างมาก

1.5 มีการยึดครองหรือจำกัดการเข้าถึงปัจจัยการผลิต โดยมีบริษัทในเครือเป็นโรงงานผลิตบรรจุภัณฑ์ครบวงจรเป็นของตัวเอง ได้แก่ โรงงานขวดแก้ว ฝาจับ กระดาษ ถังหมักบ่ม และโรงงานผลิตแอลกอฮอล์ (สุราสามทับ) และยังเป็นเจ้าของบริษัทตัวแทนจัดจำหน่าย (Agent) ประมาณ 3,000 ราย ครอบคลุมอยู่ทุกภาคของประเทศ จึงสามารถกระจายสินค้าไปสู่ผู้บริโภคได้อย่างทั่วถึง

2. ความได้เปรียบจากผลิตภัณฑ์ที่แตกต่าง (Product Differentiation Barriers) กลุ่มผู้ผลิตรายใหญ่มีความได้เปรียบจากการทำผลิตภัณฑ์ให้แตกต่าง ดังนี้

2.1 ผู้ผลิตรายใหญ่ได้จดสิทธิบัตรและเครื่องหมายการค้าอันเป็นที่รู้จักของผู้บริโภคไว้แล้ว เช่น เครื่องหมายการค้าสัญลักษณ์ “รวงข้าว” สำหรับสุราขาว และเป็นเจ้าของยี่ห้อสุราผสมสุราปรุงพิเศษที่เคยขึ้นชื่อติดตลาดมานานตั้งแต่ก่อนเปิดเสรี เช่น ยี่ห้อแม่โขง แสงโสม หงส์ทอง กวางทอง เชียงขุน เป็นต้น

2.2 กลุ่มผู้ผลิตรายใหญ่มีผลิตภัณฑ์ (Product) ที่หลากหลายในท้องตลาด และยังสามารถใช้ประกอบกันได้แบบครบวงจร คือ มีทั้งสุราขาว สุราสี สุราต่างประเทศ รวมถึงโซดา น้ำดื่ม และเบียร์ ซึ่งเป็นการขยายโอกาสทางการตลาด และเพิ่มอำนาจการแข่งขัน

2.3 ผู้บริโภคได้สะสมความชอบผลิตภัณฑ์หรือเกิดความภักดีในยี่ห้อสินค้า เนื่องจากผู้ผลิตรายใหญ่พยายามทำให้ผลิตภัณฑ์ของตนแตกต่างจากคู่แข่งทั้งลักษณะของสินค้า คุณภาพ

รสนชาติ และรูปแบบ ตลอดจนการทุ่มงบประมาณเพื่อการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ และมีกิจกรรมทางการตลาดอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ผู้บริโภครับรู้ถึงความแตกต่างระหว่างผลิตภัณฑ์ได้มากกว่า

2.4 มีการลงทุนทำวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่องเพื่อสนองความต้องการของลูกค้าได้แทบทุกกลุ่ม พร้อมทั้งมีการแบ่งแยกราคาขายเพื่อให้สอดคล้องกับกำลังซื้อของผู้บริโภคที่มีรายได้ตั้งแต่มากจนถึงรายได้น้อย เช่น มีการลดหลั่นขนาดขวดบรรจุสุรา โดยมีทั้งขนาดใหญ่ 0.750 ลิตร ขนาดกลาง 0.330 ลิตร และล่าสุดยังได้ผลิตขวดขนาดจิ๋วเพียง 0.150 ลิตรเท่านั้น ซึ่งกำลังได้รับความนิยมสูงมากในปัจจุบัน

3. อุปสรรคจากการประหยัดจากขนาด (Economy of Scale)

ตามทฤษฎีเศรษฐศาสตร์นั้น การประหยัดจากขนาดของโรงงานขนาดใหญ่ เกิดจากการที่ผู้ผลิตสามารถผลิตสินค้าในปริมาณที่มากพอจนทำให้ต้นทุนในการผลิตต่อหน่วย (AC) ต่ำลง ดังนั้นขนาดการผลิตที่เหมาะสมจึงต้องเป็นขนาดที่ใหญ่พอจึงจะทำให้ต้นทุนในการผลิตของโรงงานขนาดใหญ่ต่ำกว่าโรงงานขนาดเล็ก

ในการศึกษาครั้งนี้พบว่าข้อได้เปรียบของผู้ผลิตสุรารายใหญ่คือ เป็นบริษัทที่มีการประหยัดจากขนาด (Economy of Scale) เพราะมีโรงงานผลิตขนาดใหญ่ มีกำลังการผลิตสูง ตั้งอยู่ใกล้แหล่งวัตถุดิบ และโรงงานตั้งอยู่ในหัวเมืองหลักครอบคลุมพื้นที่ทุกภาคทำให้ประหยัดค่าขนส่งในการกระจายสินค้าสู่มือผู้บริโภค

4. อุปสรรคอื่นๆ การศึกษายังพบอีกว่า ผู้ผลิตรายใหญ่ในอุตสาหกรรมสุราในปัจจุบัน ได้มีการสร้างเครื่องกีดขวางขึ้นมาอีกหลายประการ ซึ่งเป็นเครื่องมือสำคัญที่สุดในการสกัดคู่แข่งรายใหม่ ดังนี้

4.1 การใช้กลยุทธ์การขายพ่วง (Tie in sales) โดยมีการบังคับขายเหล้าพ่วงเบียร์ หรือพ่วงน้ำดื่ม หรือพ่วงโซดาให้แก่เอเยนต์และซัพเอเยนต์ ซึ่งกลยุทธ์นี้จะมีสูตรการพ่วงที่แตกต่างกันไปตามสภาพตลาดแต่ละพื้นที่ว่ามีการแข่งขันรุนแรงมากน้อยแค่ไหน เช่น ซื้อเหล้าขาวหรือเหล้าสี 1 ลิ้ง ต้องพ่วงเบียร์ข้าง 3-5 ลิ้ง เป็นต้น

4.2 การใช้นโยบายราคา มีทั้งการลดราคา หรือแจกของแถมให้แก่เอเยนต์และซัพเอเยนต์ที่ซื้อสินค้าจำนวนมาก และยังพบว่าหลังเปิดเสรี ดักรีการการแข่งขันรุนแรงขึ้นเนื่องจากมีผู้ผลิตรายใหม่เข้าสู่ตลาด จึงมีการใช้กลยุทธ์การแข่งขันโดยการลดราคา (Price War) จนกระทั่งทำให้ผู้ผลิตสุรากลั่นชุมชนแข่งขันไม่ได้ เพราะมีต้นทุนการผลิตสูงกว่า

4.3 มีการบังคับไม่ให้เอเยนต์ขายสินค้าของคู่แข่ง

5. อุปสรรคเนื่องจากกฎหมายและนโยบายของรัฐ

หลังจากที่คณะรัฐมนตรีมีมติเมื่อวันที่ 15 กันยายน 2541 เห็นชอบนโยบายการเปิดเสรีการผลิตและจำหน่ายสุรากลั่นปี 2542 และในวันที่ 31 ธันวาคม 2542 กรมสรรพสามิตได้เปิดประมูลขายโรงงานสุราที่มีอยู่ทั้ง 11 แห่งให้แก่เอกชนไปดำเนินการ รวมเป็นเงินทั้งสิ้น 7,210 ล้านบาท ขณะที่กรมโรงงานอุตสาหกรรมก็เปิดประมูลจำหน่ายทรัพย์สินโรงงานสุราบางยี่ขัน มูลค่า 8,252 ล้านบาทเช่นกัน

อย่างไรก็ตามการเปิดสุราเสรีดังกล่าวไม่ได้หมายความว่าผู้ใดจะผลิตสุราได้เองโดยเสรีทุกกรณี ทั้งนี้จะต้องดำเนินการภายใต้ประกาศของกระทรวงอุตสาหกรรม เรื่อง หลักเกณฑ์และเงื่อนไขการพิจารณาอนุญาตจัดตั้งโรงงานสุรา ที่ประกาศใช้เมื่อวันที่ 3 เมษายน 2543 โดยเฉพาะเงื่อนไขประกาศข้อที่ 2 เรื่องเกณฑ์การตั้งโรงงานสุรากลั่นระบุว่า สุรากลั่นประเภทวิสกี้ บรันดีและยีน ต้องมีกำลังการผลิตที่แอลกอฮอล์ 28 ดีกรี ขึ้นต่ำนวันละ 30,000 ลิตร ต้องมีพื้นที่โรงงานไม่น้อยกว่า 200 ไร่ หากกำลังการผลิตเกินต้องเพิ่มพื้นที่ให้สอดคล้อง

สำหรับโรงงานสุราประเภทอื่นนั้นต้องมีกำลังการผลิตที่แอลกอฮอล์ 28 ดีกรี ขึ้นต่ำนวันละ 90,000 ลิตร ต้องมีพื้นที่ตั้งโรงงานไม่น้อยกว่า 350 ไร่ หากกำลังการผลิตมากขึ้นต้องเพิ่มพื้นที่ในสัดส่วนเดียวกัน และยังต้องใช้วัตถุดิบสำหรับผลิตน้ำสุรารภายในประเทศไม่น้อยกว่า 50% โรงงานต้องตั้งห่างจากแม่น้ำ 2 กิโลเมตร และต้องพัฒนามาตรฐานการผลิตให้เป็นสากลภายใน 3 ปี หลังจากแจ้งประกอบกิจการ ซึ่งเงื่อนไขเหล่านี้เป็นการสกัดกั้นผู้ผลิตรายใหม่ เพราะหากมีการสร้างโรงงานใหม่จะต้องใช้เวลาอย่างน้อย 3 ปีกว่าที่จะผลิตสุราที่มีคุณภาพเทียบเท่ากับสุราของผู้ผลิตกลุ่มเดิมที่มีอยู่ และยังต้องใช้วงเงินลงทุนมหาศาลในการจัดซื้อที่ดิน เครื่องจักร วัตถุดิบ จ้างแรงงาน การวางระบบการจัดจำหน่าย เป็นต้น

อย่างไรก็ตามแม้ว่ากระทรวงอุตสาหกรรมจะได้ออกประกาศล่วงหน้าไปแล้วตั้งแต่เดือนเมษายน 2543 แต่ปรากฏว่า ภาครัฐกลับมีปัญหาการบริหารงานสุราเอง โดยเจ้าภาพใหญ่คือกระทรวงการคลัง ไม่ได้ออกประกาศกระทรวงการคลัง เรื่อง วิธีการบริหารงานสุรา พ.ศ. 2543 โดยทิ้งช่วงเวลานานถึง 10 เดือน ซึ่งกลายเป็นผลดีต่อกลุ่มสุราทิพย์ ผู้ผลิตสุรากลุ่มเดิมที่ชนะประมูลโรงงานมาทั้ง 12 แห่ง เพราะไม่มีคู่แข่งเพิ่มขึ้นในตลาดระหว่างขบปีแรกของการเปิดเสรี

สภาพการณ์ดังกล่าวได้กลายเป็นเงื่อนไขหรืออุปสรรค (Barrier to Entry) กีดกันผู้ผลิตรายใหม่ที่จะเข้าสู่ตลาดสุรา โดยพบว่าหลังเปิดเสรีสุราในปี 2543 ไม่มีผู้ผลิตรายใหม่เกิดขึ้นเลยกระทั่งในช่วงเดือนเมษายน 2544 บริษัท ยูไนเต็ดไวน์เนอร์รี่ แอนด์ ดิสทิลเลอร์รี่ จำกัด ของกลุ่มนายไพศาล ชีวะศิริ จำกัด ผู้ผลิตวิสกี้วี.โอ. แบล็คแคท แบล็คไทย และคูเลอร์คลับ ได้เพิ่มการผลิตสุรากลั่นยี่ห้อ “ไม้ทอง” ออกสู่ตลาด ซึ่งถือเป็นเหล่าขาวตัวแรกหลังจากรัฐบาลประกาศนโยบายสุราเสรี และยังได้ผลิตสุราผสมพิเศษ 35 ดีกรี ยี่ห้อ “สิงห์ทอง” เพิ่มขึ้นอีก แต่ปรากฏว่า

ดำเนินการได้เพียง 1 ปี บริษัท ยูไนเต็ควอร์เนอริ แอนด์ ดิสทิลเลอริ จำกัดได้มอบสิทธิการขายสุราทั้งหมดให้แก่กลุ่มแสงโสมและสุราทิพย์ พร้อมทั้งมีการถือหุ้นไขว้กันกับบริษัทแสงโสมอีกด้วย จึงกลายเป็นพันธมิตรธุรกิจกลุ่มเดียวกันไปโดยปริยาย

นอกจากนี้ยังมีความพยายามของกลุ่มบุญรอดบริวเวอรี่ ผู้ผลิตเบียร์สิงห์ ต้องการที่จะเข้ามาผลิตสุรากลั่นเช่นกัน โดยเมื่อวันที่ 16 สิงหาคม 2544 บริษัท บุญรอดเทรอดิง จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทตัวแทนจำหน่ายเครื่องดื่มบุญรอดฯ ได้รับอนุญาตจากกรมสรรพสามิต และกรมโรงงานอุตสาหกรรมให้ตั้งโรงงานสุรากลั่น สุราผสมได้ โดยผู้บริหารเครื่องดื่มบุญรอดบริวเวอรี่ระบุว่าต้องใช้เงินลงทุนขั้นต่ำประมาณ 500-800 ล้านบาท ซึ่งได้พยายามหาพันธมิตรธุรกิจกับนักลงทุนญี่ปุ่น แต่ไม่ประสบความสำเร็จ ประกอบกับในปีถัดมา สถานการณ์ตลาดสุราแช่พื้นเมืองและสุรากลั่นชุมชนไม่ค่อยดี ปัจจุบันกลุ่มบริษัทบุญรอดฯจึงชะลอการลงทุนก่อสร้างโรงงานสุราดังกล่าวออกไปอีก

ทั้งนี้หากวิเคราะห์ถึงความได้เปรียบเสียเปรียบในช่วงรอยต่อที่รัฐจะมีการปรับเปลี่ยนแนวทางการบริหารสุราในปี 2542 และปี 2543 ยังพบอีกว่านโยบายสุราเสรีทำให้ "กลุ่มแสงโสมและสุราทิพย์" ซึ่งเป็นกลุ่มนักลงทุนเดิม ที่เคยผูกขาดสัมปทานสุราของรัฐ ได้รับประโยชน์โดยตรงและปิดกั้นผู้ผลิตรายใหม่ ดังนี้

1. มีความได้เปรียบด้านภาษี โดยพบว่า กลุ่มสุราทิพย์และแสงโสม ได้ทำการผลิตและสต็อก (Stock)) สุราไว้เป็นจำนวนมากถึง 45 ล้านเท (1 เท เท่ากับ 32 ขวด) หรือประมาณ 2,000 ล้านขวด โดยมีสัดส่วนสต็อกสุรา แบ่งเป็นเหล้าขาว 70% เหล้าสี 30 % คิดเป็นมูลค่าประมาณ 45,000 ล้านบาท รวมทั้งได้เสียภาษีไว้ในอัตราเดิมก่อนที่รัฐจะมีการปรับอัตราภาษีขึ้นหลังเปิดเสรี โดยที่สุราขาว ปรับภาษีสูงขึ้นจากเดิมประมาณ 3 เท่า สุราผสม 2.5 เท่า และสุราปรุงพิเศษ 1.5 เท่า ดูรายละเอียดในตารางที่ 19

ตารางที่ 19 แสดงอัตราภาษีก่อนและหลังเปิดเสรีสุรา

ชนิดสุรา	ตามมูลค่า ร้อยละ... (ก่อนปี2542)	ตามปริมาณ ลิตรละ...บาท แห่งแอลกอฮอล์ บริสุทธิ์ (ก่อนปี2542)	ตามมูลค่า ร้อยละ... (หลังปี 2542)	ตามปริมาณ ลิตรละ...บาท แห่งแอลกอฮอล์ บริสุทธิ์ (หลังปี2543)	หมายเหตุ
1. สุราสามทับ ใช้ในอุตสาหกรรม	2	1	2	1	ไม่เปลี่ยนแปลง
2. สุราสามทับ ใช้ทางการแพทย์	0.1	0.05	0.1	0.05	ไม่เปลี่ยนแปลง

ตารางที่ 19 (ต่อ)

3. สุราสามทับ ใช้เพื่อจุด ประสงค์อื่น	10	6	10	6	ไม่เปลี่ยนแปลง
4. สุราแซชนิด เบียร์	53	100	53	100	ไม่เปลี่ยนแปลง
5. สุราแซชนิด ไวน์	55	100	55	100	ไม่เปลี่ยนแปลง
6. สุราแซอื่น	25	100	25	100	ไม่เปลี่ยนแปลง
7. สุรากลั่น	0	30	28	100	ตามกฎหมาย กระทรวงฉบับ 103
8. สุราผสม	35	60	35	150	ตามกฎหมาย กระทรวงฉบับ 103
9. สุราปรุง พิเศษ	35	100	35	150	ตามกฎหมาย กระทรวงฉบับ 103
10. วิสกี้	35	150	35	150	ไม่เปลี่ยนแปลง
11. บรันดี	25	150	25	150	ไม่เปลี่ยนแปลง
12. สุรากลั่นอื่น (ยกเว้นวิสกี้, บรันดี)	35	150	35	150	ไม่เปลี่ยนแปลง

ที่มา : กรมสรรพสามิต กระทรวงการคลัง, 2547

2. ความได้เปรียบด้านวัตถุดิบ ในช่วงเวลานั้นกลุ่มสุราทิพย์มีสต็อกแอลกอฮอล์ที่ใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตสุราพิเศษอยู่ประมาณ 5 ล้านเท ซึ่งในกระบวนการผลิตสุราพิเศษที่มีคุณภาพนั้นจะต้องใช้แอลกอฮอล์ที่เก็บบ่มไว้ไม่น้อยกว่า 1 ปี และเมื่อเปิดเสรีแล้วกลุ่มสุราทิพย์จะมีสต็อกสุราออกมาจำหน่ายได้นาน 2-3 ปี โดยที่กลุ่มสุราทิพย์ไม่ต้องทำการผลิตเพิ่มขึ้นเลย ดังนั้นจึงมีความได้เปรียบผู้ผลิตรายอื่นๆที่จะเข้ามาแข่งขันหลังจากมีการเปิดเสรีสุรา

นอกจากนี้แนวทางการบริหารนโยบายสุราของรัฐดังกล่าวยังได้ก่อให้เกิดผลเสียตามมาอีก เพราะทำให้รัฐต้องสูญเสียรายได้จากภาษีสุราเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะในปีงบประมาณ

2543 กรมสรรพสามิตสามารถจัดเก็บภาษีสุราได้เพียง 8,276 ล้านบาท ต่ำกว่าปีงบประมาณ
 2542 ประมาณ 14,539 ล้านบาท หรือลดลงไปประมาณ 63.7% และถัดมาในปีงบประมาณ
 2544 สามารถจัดเก็บภาษีสุราได้เพียง 8,933 ล้านบาท เนื่องจากเป็นช่วงของการระบายสต็อก
 สุราในอัตราภาษีเดิม ดังนั้นการเปลี่ยนแปลงแนวทางการบริหารสุราของรัฐในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา ได้
 ส่งผลกระทบต่อโครงสร้างตลาดสุรา และทำให้รายได้ของรัฐในบางปีลดลงด้วย ดังปรากฏข้อมูล
 แสดงในตารางที่ 20

ตารางที่ 20 แสดงรายได้ภาษีสุราปีงบประมาณ 2540 -2547

(หน่วย : ล้านบาท)

ปีงบประมาณ	2540	2541	2542	2543	2544	2545	2546	2547
ภาษี	22,763	20,257	22,800	8,276	8,933	22,290	25,676	24,629

ที่มา : กรมสรรพสามิต กระทรวงการคลัง, 2547

5 ผลศึกษาโครงสร้างตลาดสุรา

ในการศึกษาครั้งนี้หากพิจารณาจากลักษณะของโครงสร้างตลาดแบบต่างๆตามทฤษฎีเศรษฐกิจศาสตร์ และผลการศึกษาอัตราส่วนการกระจุกตัวของตลาดสุร่าข้างต้น จะเห็นได้ว่าอุตสาหกรรมสุราของประเทศไทยได้เริ่มเปลี่ยนผ่านจากสภาพตลาดผูกขาด (Monopoly Market) เข้าสู่ตลาดที่มีการแข่งขันมากขึ้น ซึ่งเห็นได้ชัดเจนว่าอัตราส่วนการกระจุกตัว (ค่า C) ของส่วนแบ่งการตลาดสุร่าค่อยๆลดลงเป็นลำดับ กล่าวคือในช่วงที่เป็นตลาดผูกขาดในปี 2542 มีอัตราส่วนการกระจุกตัวค่อนข้างสูงในระดับ 0.80 แต่เมื่อมีการเปิดเสรีสุร่าในปี 2543 เริ่มทำให้อุตสาหกรรมสุร่าของไทยมีการแข่งขันกันมากขึ้นโดยอัตราส่วนการกระจุกตัวเริ่มปรับตัวลดลงเป็น 0.74 และ 0.72 ในปี 2544 และ 0.50 ในปี 2545 และ 0.58 ในปี 2546 ซึ่งค่า C ที่ลดลงนั้นสะท้อนว่าอำนาจในการต่อรองของผู้ขายเริ่มลดลง โดยเฉพาะในช่วงปี 2545 และ 2546 นั้นอำนาจการต่อรองของผู้ขายกลุ่มเดิมเริ่มมีแนวโน้มลดลงอย่างชัดเจน เนื่องจากมีกลุ่มผู้ผลิตสุร่าพื้นเมืองและสุร่ากลั่นชุมชน รวมทั้งมีผู้ขายสุร่าต่างประเทศเกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก ส่งผลทำให้การแข่งขันมีมากขึ้น อำนาจการผูกขาดของผู้ผลิตรายใหญ่เริ่มลดน้อยลง เช่น อำนาจอิสระในการตั้งราคาเริ่มลดลง เนื่องจากหลังเปิดเสรี ปรากฏว่าราคาสุร่าของกลุ่มผู้ผลิตรายใหญ่เริ่มลดลง เช่น สุร่าขาว 40 ดีกรี ขวดใหญ่ ขนาดบรรจุ 0.750 ลิตร ช่วงก่อนเปิดเสรีมีราคาจำหน่ายสูงถึงขวดละ 70-80 บาท แต่หลังจากเปิด

เสร็จแล้ว ราคาเริ่มปรับตัวลดลงเรื่อยๆ ซึ่งในบางพื้นที่ที่ภาวะการแข่งขันรุนแรง มีการจำหน่ายเพียงขวดละ 55-60 บาท เท่านั้น

จากปรากฏการณ์ดังกล่าวส่งผลให้โครงสร้างตลาดสุราเริ่มเปลี่ยนแปลงไป โดยในปี 2545 ค่า C ลดต่ำลงอย่างชัดเจนจากระดับ 0.72 เป็น 0.50 และ 0.58 ในปี 2546 แสดงว่าตลาดที่เคยผูกขาดก็จะค่อยๆกลายเป็นตลาดที่มีการแข่งขันมากขึ้น โดยมีผู้ผลิตเกิดขึ้นจำนวนมากทั้งรายใหญ่และรายเล็ก และสินค้ามีลักษณะแตกต่างกันเพียงเล็กน้อยโดยเฉพาะในกลุ่มสุรารายอื่น ทั้งการตัดสินใจวางกลยุทธ์ของแต่ละบริษัทจะต้องพิจารณาถึงการโต้ตอบจากคู่แข่งด้วย รวมทั้งการเข้าและออกจากตลาดสุราเป็นไปค่อนข้างยาก เนื่องจากมีอุปสรรคในการเข้ามาดำเนินธุรกิจสูงมาก และที่สำคัญยังพบว่ามีความผูกพันกันในกลุ่มผู้ผลิตรายใหญ่อีกด้วย

ดังนั้นลักษณะของอุตสาหกรรมสุราของไทยในปัจจุบันอำนาจการต่อรองของผู้ผลิตเริ่มลดลงแล้ว โดยอยู่ในช่วงของการเปลี่ยนผ่านจากตลาดผูกขาด(Monopoly) เข้าสู่โครงสร้างตลาดที่มีการแข่งขันมากขึ้น ซึ่งตลาดสุราในปัจจุบันมีลักษณะสำคัญที่น่าสนใจคือ

1. มีผู้ขายเป็นจำนวนมากทั้งรายเล็กและรายใหญ่
2. ผลิตภัณฑ์สุราในตลาดมีหลากหลายชนิด โดยสินค้ามีทั้งลักษณะคล้ายกัน และแตกต่างกันทั้งในด้านคุณภาพ ยี่ห้อ กลิ่น สี รสชาติ และวัตถุดิบ แต่สินค้าเหล่านี้สามารถทดแทนกันได้ในระดับหนึ่ง ซึ่งความแตกต่างเกิดจากการใช้วัตถุดิบในการผลิตต่างกัน เช่น สุรากลั่นผลิตจากข้าวเหนียว กากน้ำตาลหรือโมลาส นอกจากนี้ผลิตภัณฑ์สุรายังมีความแตกต่างที่เกิดจากการประดิษฐ์คือมีกรรมวิธีการปรุงแต่งที่ต่างกัน โดยเฉพาะในกลุ่มสุราสี และยังมี ความแตกต่างอันเกิดจากยี่ห้อ เครื่องหมายการค้า การบรรจุภัณฑ์ การโฆษณา เป็นต้น ซึ่งความแตกต่างของผลิตภัณฑ์สุรา ทำให้ผู้ขายที่เป็นเจ้าของสินค้ามีอำนาจต่อรองสูงกว่าผู้บริโภค ผู้ขายมีอำนาจตั้งราคาสินค้า หรือทำการปรับเปลี่ยนราคาได้ตามสภาพการแข่งขันในแต่ละพื้นที่

3. การเข้าสู่ตลาดของผู้ผลิตรายใหม่ทำได้ยาก ไม่มี Free entry เพราะมีอุปสรรคในการเข้ามาดำเนินธุรกิจ (Barrier to Entry) สูงมากที่ปิดกั้นนักลงทุนใหม่ ซึ่งอุปสรรคดังกล่าวเกิดจาก 2 ปัจจัย คือ 1) เกิดจากนโยบายของรัฐ ที่มุ่งส่งเสริมผู้ผลิตรายใหญ่ เช่น เงื่อนไขการขออนุญาตก่อสร้างโรงงานสุรากลั่น กำหนดให้ต้องใช้ขนาดพื้นที่ไม่น้อยกว่า 200 ไร่ ต้องมีกำลังการผลิตที่มีแอลกอฮอล์ไม่น้อยกว่าวันละ 30,000 ลิตร ซึ่งถือว่าต้องใช้เงินลงทุนสูงมาก ทำให้ผู้ผลิตรายเล็กเข้าสู่ตลาดได้ยาก และ 2) เกิดจากความได้เปรียบของกลุ่มผู้ผลิตรายใหญ่สร้างขึ้นมาเอง เช่น การประหยัดจากขนาด ความหลากหลายของสินค้า ความได้เปรียบจากผลิตภัณฑ์ที่แตกต่าง และความได้เปรียบด้านต้นทุน การมีระบบช่องทางการจัดจำหน่ายที่เข้มแข็งและครอบคลุมทั่วประเทศ

และการใช้กลยุทธ์ขายสุราฟองเบียร์ ซึ่งปัจจุบันพระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ.2542 ไม่สามารถบังคับใช้ในกรณีนี้ได้

4. การกระจายของข้อมูลข่าวสารทางการตลาดไม่ค่อยทั่วถึง เช่น ผลการดำเนินงานของผู้ผลิต ความเคลื่อนไหวด้านราคา การส่งเสริมการขาย ความแตกต่างด้านคุณภาพ หรือช่องทางการจัดจำหน่ายสุรา เป็นต้น



บทที่ 5 สรุปและข้อเสนอแนะ

1 สรุปผลการศึกษา

ในการศึกษาถึงการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างตลาดสุราภายใต้นโยบายสุราเสรีพบว่า หลังจากรัฐดำเนินนโยบายสุราเสรีมาตั้งแต่ปี 2543 จนถึงปัจจุบันเป็นเวลา 5 ปีแล้วนั้น สิ่งที่เปลี่ยนแปลงชัดเจน คือ ผู้ผลิตสุรารายใหม่จำนวนมากมีโอกาสเข้ามาดำเนินธุรกิจสุราเพิ่มมากขึ้น ซึ่งทำให้อัตรายอดขายหรือส่วนแบ่งการตลาดสุรา (Market Share) ของผู้ผลิตกลุ่มเดิมลดลงไป ขณะเดียวกัน อัตราส่วนการกระจุกตัวของส่วนแบ่งการตลาดในอุตสาหกรรมสุราก็มีแนวโน้มลดลงเป็นลำดับ แสดงว่าอำนาจการผูกขาด หรืออำนาจในการตั้งราคา (Market Power) ของผู้ผลิต หรือผู้ขายกลุ่มเดิมเริ่มลดลงเมื่อมีคู่แข่งเพิ่มมากขึ้นในตลาดสุรา แต่อย่างไรก็ตามยอดขายสุราในปัจจุบันยังคงมีการกระจุกตัวค่อนข้างสูงอยู่ในกลุ่มของผู้ผลิตรายใหญ่เพียง 3-4 กลุ่มเท่านั้น

นอกจากนี้ผลจากการดำเนินนโยบายสุราเสรีทำให้สภาพแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจเปลี่ยนแปลงไป ซึ่งเป็นแรงผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในเชิงโครงสร้างตลาด โดยพบว่าเป็นการเปลี่ยนผ่านจากยุคตลาดผูกขาด (Monopoly) เข้าสู่ตลาดที่มีการแข่งขันกันมากขึ้น โดยค่อนข้างที่จะโน้มเอียงไปทางตลาดผู้ขายมากมาย เนื่องจากอุตสาหกรรมสุราของไทยในปัจจุบันมีผู้ผลิตจำนวนมาก และผลิตภัณฑ์สุรามีลักษณะแตกต่างกันแต่สามารถใช้ทดแทนกันได้ ซึ่งในส่วนของผลิตภัณฑ์สุราที่มีความแตกต่างแท้จริงนั้นเกิดจากการใช้วัตถุดิบในการผลิตต่างกัน และมีความแตกต่างที่เกิดจากการประดิษฐ์ การปรุงสุรา ยี่ห้อ เครื่องหมายการค้า บรรจุภัณฑ์ การโฆษณา และการประชาสัมพันธ์ นอกจากนี้ยังพบว่าการกระจายข้อมูลข่าวสารทางการตลาดยังไม่ค่อยทั่วถึง ทำให้กลุ่มผู้ขายที่เป็นผู้นำตลาดยังมีอำนาจต่อรองสูงกว่าผู้บริโภค โดยยังคงมีอำนาจตั้งราคาสินค้าในระดับที่ตนเองต้องการ หรือทำการปรับเปลี่ยนราคาได้ ดังนั้นจึงทำให้ตลาดสุรามีกำไรส่วนเกินเกิดขึ้น

อย่างไรก็ตามแม้ว่าในช่วง 1-2 ปีที่ผ่านมาจะมีผู้ผลิตรายใหม่เข้าสู่ตลาดสุราเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมากก็ตาม แต่ส่วนใหญ่เป็นผู้ผลิตรายย่อย ซึ่งมีความเสียเปรียบกับผู้ผลิตรายใหญ่ เนื่องจากผู้ผลิตรายใหญ่จำนวนหนึ่ง โดยเฉพาะกลุ่มแสงไสกับสุราทิพย์ได้มีการรวมตัวกันในลักษณะของ “คาร์เทล” โดยมีข้อตกลงในการกำหนดนโยบายร่วมกันเพื่อสกัดการเติบโตของคู่แข่ง และปิดกั้นการเข้าสู่ตลาดของนักลงทุนรายใหม่ ซึ่งกลุ่มนี้ได้กลายเป็นผู้นำตลาดที่มีอำนาจในการตั้งราคาสินค้า และยังเป็นผู้ครอบครองช่องทางจัดจำหน่ายไว้อย่างเบ็ดเสร็จ มีระบบลอจิสติกครบวงจร รวมทั้งยังมีอำนาจกำหนดปริมาณการผลิตและการขายในกลุ่มตนเอง โดยมีการนำกลยุทธ์ขายเหี่ยว

พวงเปียร์มาใช้ได้อย่างได้ผล ซึ่งแสดงว่าสุรายังเป็นสินค้าที่มีฐานอำนาจการผูกขาด ทำให้ผู้จำหน่ายและผู้บริโภคขาดอิสระในการซื้อสินค้า

นอกจากนี้กลุ่มผู้ผลิตรายใหญ่ยังมีการสร้างอุปสรรค (Barrier to Entry) กีดกันคู่แข่งรายใหม่ที่จะเข้ามาดำเนินธุรกิจสุราในรูปแบบต่างๆ และที่สำคัญยังได้รับประโยชน์จากนโยบายของรัฐอีกด้วย

2 ข้อเสนอแนะ

2.1 ข้อเสนอแนะด้านนโยบาย จากสภาพปัญหาและผลที่เกิดขึ้นข้างต้น รัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีบทบาทดังนี้

1. ควรมีมาตรการในการควบคุม กำกับ ดูแลให้ “กลไกตลาด” ทำงานได้อย่างเสรีและเต็มประสิทธิภาพอย่างแท้จริง เพื่อไม่ให้มีการผูกขาดการค้า และมีการจำกัดการแข่งขัน ซึ่งเกิดความไม่เป็นธรรมต่อผู้ผลิตรายใหม่และผู้บริโภค
2. ประเด็นสำคัญที่สุดคือ รัฐควรเร่งส่งเสริมและพัฒนามาตรฐานสุรา โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์สุราแช่พื้นเมือง และสุรากลั่นพื้นบ้านที่ยังไม่ได้รับการพัฒนาเท่าที่ควร โดยควรให้การสนับสนุนด้านเทคโนโลยีเพื่อทำให้การกลั่นสุราได้มาตรฐาน มีคุณภาพคงที่และพิสูจน์ได้ และยังคงต้องมีกฎเกณฑ์การควบคุม ตรวจสอบที่ดีและรัดกุมเพียงพอ รวมทั้งส่งเสริมการสร้างยี่ห้อ (Brand) สุราชุมชน และมีตรารับรองคุณภาพ เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความเชื่อถือ และเกิดความภักดีต่อสุราไทย
3. รัฐควรให้ความรู้ด้านการตลาด และการบริหารจัดการองค์กรแก่ผู้ผลิตรายชุมชน รวมทั้งต้องมีการสร้างวิญญูณนักธุรกิจชุมชนให้เกิดขึ้น ตระหนักถึงความเจริญเติบโต (Growth) ของธุรกิจ เพื่อที่จะกระตุ้นให้มีการพัฒนา ปรับปรุงคุณภาพสุราให้ได้มาตรฐานยิ่งขึ้น และช่วยยกระดับผู้ประกอบการให้มีศักยภาพ ที่จะแข่งขันกับคู่แข่งรายใหญ่ทั้งในและต่างประเทศได้ และเมื่อผู้ประกอบการสุราชุมชนเข้มแข็งและเติบโตขึ้นก็จะทำให้เกิดการแข่งขันที่สมบูรณ์มากยิ่งขึ้น ซึ่งจะช่วยสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนได้อีกทางหนึ่งด้วย
4. รัฐควรมีการปรับปรุงเงื่อนไข หลักเกณฑ์ และวิธีการบริหารงานสุรา และอัตราภาษีเพื่อให้เกิดการแข่งขันอย่างเท่าเทียมกัน

5. รัฐควรมีการรวบรวมและจัดทำข้อมูลเกี่ยวกับอุตสาหกรรมสุราให้เป็นระบบ และทันสมัยอยู่ตลอดเวลา

2.2 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป สำหรับการวิจัยครั้งต่อไปนั้น เพื่อให้เห็นความเปลี่ยนแปลงของโครงสร้างตลาดสุราอย่างชัดเจนมากกว่านี้ควรกำหนดรอบเวลาศึกษา มากกว่า 5 ปีขึ้นไป ส่วนปัญหาในการวิจัยครั้งนี้ คือ มีระยะเวลาจำกัด จึงไม่สามารถที่จะสืบค้นข้อมูลยอดขายสุราต่างประเทศให้ครบถ้วนได้ นอกจากนี้ยังมีปัญหาการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับสุรา ทั้งจากองค์กรภาครัฐและภาคเอกชน เนื่องจากข้อมูลอยู่กระจัดกระจายในหน่วยงานหลายแห่งของภาครัฐ และยังเป็นข้อมูลที่ไม่สมบูรณ์ ส้ำซ้ำ ไม่เป็นระบบ และเนื่องจากอุตสาหกรรมสุราเป็นอุตสาหกรรมปิดมานานไม่ค่อยมีการเปิดเผยข้อมูลต่อสาธารณะ ดังนั้นจึงทำให้การสืบค้นข้อมูลจากบริษัทเอกชนทำได้ลำบากอย่างมาก

นอกจากนั้นยังมีปัญหาในการรวบรวมข้อมูลยอดขายที่แท้จริงของกลุ่มผู้ผลิตสุราชุมชนจากทั่วประเทศอีกด้วย ดังนั้นในการวิจัยครั้งต่อไปควรมีการพิจารณาถึงประเด็นการเปิดเขตการค้าเสรีระหว่างประเทศไทยกับประเทศคู่ค้าต่างๆด้วย เนื่องจากมีแนวโน้มที่จะส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมสุราไทยในอนาคตต่ออย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ด้วย

บรรณานุกรม



บรรณานุกรม

ภาษาไทย

หนังสือ

- นราทิพย์ ชูติวงศ์. **ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์จุลภาค**. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ : คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542
- วัฒน์ วรรณยางกูร. **ภูมิปัญญาที่ตีไม่ได้**. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ. : สำนักพิมพ์มติชน, 2546.
- วิทย์ สัตยารักษ์วิทย์. **เศรษฐศาสตร์อุตสาหกรรม : เครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2544
- สถิต ลิ้มพงศ์พันธุ์. **รวมกฎหมายสรรพสามิต**. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ. : กรมสรรพสามิต, 2547
- สรกมล อุดุลยานนท์. **จอมยุทธ์น้ำเมา เจริญ สิริวัฒนภักดี ผู้หาญกระตุกหนดสิงห์**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ. : สำนักพิมพ์มติชน, 2537

วารสาร

- นรัชย์ ลีอกุลวัฒน์ชัย. "เปิดสุราเสรีดีกรีการแข่งขันเดือด." **ศูนย์วิจัยกสิกรไทย**. ฉบับที่ 16. พฤศจิกายน 2541
- เรณู รื่นกลิ่น. "ความเป็นมานโยบายสุราเสรี." **วารสารสามิตสาร**. ปีที่ 55, กรมสรรพสามิต กระทรวงการคลัง, 2542
- อนุสนธิ์ ชวาลวิทย์. "เปิดเบื่องหลังราชันย์น้ำเมา เจริญ สิริวัฒนภักดี ผู้เสียภาษีปีละ 60,000 ล้านบาท." **มติชนสุดสัปดาห์**. ฉบับที่ 1246. กันยายน 2547

เอกสารอื่นๆ

- พิรอบ แต้มประสิทธิ์. "พัฒนาการธุรกิจสุรา ภายใต้ระบบทุนนิยมผูกขาด." **ภาคนิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์**, 2547
- มานิตย์ วรรณวานิช และคณะ. "การศึกษาผลกระทบของการนำนโยบายเปิดเสรีสุราไปปฏิบัติที่มีต่อผู้จำหน่ายสุรา." **ภาคนิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์**, 2546
- ถุณย์ วิริยะตระกูลชัย. "การวิเคราะห์โครงสร้างอุตสาหกรรมเบียร์ไทยกับการผูกขาด." **ภาคนิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์**, 2541

วรรณาสุวรรณสังข์. “นโยบายเปิดเสรีอุตสาหกรรมสุราในประเทศ ศึกษาผลต่อโครงสร้างตลาด และพฤติกรรมของผู้ประกอบการในช่วงปี 2543-2545.” ภาคนิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต คณะพัฒนาการเศรษฐกิจ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2545
สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย(ทีดีอาร์ไอ). “โครงการสำรวจพฤติกรรมทางการตลาด เพื่อ สนับสนุนระบบการแข่งขันตามโครงการส่งเสริมระบบการแข่งขันทางการค้าที่เกี่ยวเนื่อง ต่อการส่งออก.” 2545

สนั่น สังฆะโร. “ความคิดเห็นของข้าราชการสรรพสามิตในเขตพื้นที่รับผิดชอบของสำนักงานสรรพ สามิตภาคที่ 9 ต่อนโยบายสุราเสรี.” ภาคนิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต คณะพัฒนา สังคม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2544

เสกสรร นิสัยกล้า และคณะ. “บทบาทของรัฐบาลต่ออุตสาหกรรมสุรา การศึกษาเฉพาะกลุ่มบริษัท สุราทิพย์ จำกัด.” ภาคนิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต คณะพัฒนาการเศรษฐกิจ สถาบัน บัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2529

วิทยานิพนธ์

ปิยวรรณ สุขศรี. “การวิเคราะห์เศรษฐกิจการผลิตสุราร้านของชุมชนในประเทศไทย กรณี ศึกษาการผลิตเหล้าขาวในจังหวัดเชียงรายและแพร่.” วิทยานิพนธ์ปริญญา เศรษฐ ศาสตร์มหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544

ภาษาอังกฤษ

Book

Daniel L. Rubinfeld., and Robert S. Pindyck. *Microeconomics*. 4nd. Ed.,
Massachusetts Institute of Technology, University of California Berkeley,
1977.

เว็บไซต์

<http://www.excise.go.th>

http://www.excise.go.th/stat2b5/rev_september_47.html

http://www.excise.go.th/liquor_sep_47.html

<http://www.customs.go.th>

<http://www.customs.go.th/statistic/statisticindex.jsp>



ภาคผนวก ก

ประกาศกระทรวงการคลัง

นับตั้งแต่รัฐเริ่มใช้นโยบายสุราเสรีในปี 2543 เป็นต้นมา ได้มีการกำหนดหลักเกณฑ์และเงื่อนไขการบริหารงานสุรา โดยการออกเป็น “ประกาศกระทรวงการคลัง” มาบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2543 จนถึงปัจจุบันรวมทั้งสิ้น 4 ฉบับ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ประกาศกระทรวงการคลัง เรื่อง วิธีการบริหารงานสุรา พ.ศ.2543 ลงวันที่ 6 ตุลาคม 2543 ซึ่งใช้เป็นหลักในการบริหารงานสุราของรัฐ

2. ประกาศกระทรวงการคลัง เรื่อง วิธีการบริหารงานสุรา พ.ศ.2543 (ฉบับที่2) ลงวันที่ 21 ธันวาคม 2543 โดยออกตามกรอบมติคณะรัฐมนตรีเมื่อวันที่ 7 พฤศจิกายน 2543 ที่อนุญาตให้ผลิตสุราแช่พื้นเมือง และสุราแช่อื่นนอกจากสุราแช่ผลไม้และเบียร์ด้วย ซึ่งเป็นประกาศที่กำหนดหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขการก่อสร้างโรงงานผลิตและจำหน่ายสุราแช่พื้นเมือง

3. ประกาศกระทรวงการคลัง เรื่อง วิธีการบริหารงานสุรา พ.ศ. 2544 (ฉบับที่3) ลงวันที่ 12 ธันวาคม 2544 อนุญาตให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสามารถทำและจำหน่ายสุราแช่พื้นเมืองได้

4. ประกาศกระทรวงการคลัง เรื่อง วิธีการบริหารงานสุรา พ.ศ. 2544 (ฉบับที่4) ลงวันที่ 21 ธันวาคม 2546 อนุญาตให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสามารถทำและจำหน่ายสุรากลั่นได้ ซึ่งประกาศแต่ละฉบับมีรายละเอียดดังนี้

ประกาศกระทรวงการคลัง

เรื่อง วิธีการบริหารงานสุรา พ.ศ. 2543

ตามที่คณะรัฐมนตรีได้มีมติเมื่อวันที่ 15 กันยายน 2541 เห็นชอบนโยบายการเปิดเสรีการผลิตและจำหน่ายสุราหลังปี 2542 โดยให้กระทรวงการคลังชี้แจงให้ประชาชนได้เข้าใจชัดเจนในหลักการและกรอบของการเปิดเสรีสุราดังกล่าวมิได้หมายความว่าผู้ใดจะผลิตสุราได้เองโดยเสรีทุกกรณี โรงงานสุราที่ได้รับอนุญาตดำเนินการต้องควบคุมการผลิตให้มีมาตรฐานในด้านคุณภาพตามที่กำหนดใช้วัตถุดิบภายในประเทศเป็นส่วนใหญ่ และรัฐต้องเข้าไปควบคุมดูแลในด้านสิ่งแวดล้อมและสุขอนามัย รวมทั้งทำให้รัฐมีความมั่นใจว่าจะมีการเสียภาษีสุราให้ถูกต้องด้วยนั้น กระทรวงการคลังจึงออกประกาศกำหนดวิธีการบริหารงานสุราให้ถือปฏิบัติตั้งแต่ พ.ศ. 2543 ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 การทำและขายส่งสุรากลั่น

ข้อ 1 ให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ทำและขายส่งสุรากลั่น ผู้ได้รับอนุญาตให้ก่อสร้างโรงงานสุราผลิตสุราพิเศษประเภทวิสกี บรันดี รัม ยิน หรือสุราแบบต่างประเทศอย่างอื่น ผู้รับอนุญาตให้ก่อสร้างโรงงานสุราผลิตสุราพิเศษประเภทเกาเหลียง เชียงซุน ปูนกุ่มโล้ว หรือสุราแบบจีนอย่างอื่น และผู้ได้รับอนุญาตให้ผลิตสุราสามทับ(แอลกอฮอล์) ซึ่งเป็นคู่สัญญาภิกรมสรรพสามิตอยู่ในวันที่ออกประกาศนี้ เป็นผู้ทำและขายส่งสุราต่อไปตามเงื่อนไขแห่งสัญญาที่มีอยู่กับกรมสรรพสามิต

ในกรณีที่ผู้ได้รับอนุญาตตามวรรคหนึ่งประสงค์จะทำและขายส่งสุรากลั่นชนิดสุราขาว สุราผสม สุราปรุงพิเศษ หรือสุราพิเศษด้วย ต้องทำสัญญาเพิ่มเติมกับกรมสรรพสามิตตามแบบที่กรมสรรพสามิตกำหนด

ข้อ 2 ผู้ประสงค์จะขออนุญาตทำและขายส่งสุรากลั่นรายใหม่ต่อกรมสรรพสามิตต้องเป็นบริษัทจำกัดซึ่งจดทะเบียนตามกฎหมายไทย มีผู้ถือหุ้นสัญชาติไทยไม่น้อยกว่าร้อยละ 51 ของจำนวนหุ้นทั้งหมด

2.1 การขออนุญาตทำและขายส่งสุรากลั่นประเภทวิสกี บรันดี และยิน

ผู้ขออนุญาตต้องเสนอโครงการลงทุนก่อสร้างโรงงานสุรา ซึ่งต้องเป็นไปตามประกาศกระทรวงอุตสาหกรรม เรื่องหลักเกณฑ์และเงื่อนไขการพิจารณาอนุญาตโรงงานสุรา ลงวันที่ 3 เมษายน 2543 กล่าวคือ ต้องมีขนาดกำลังการผลิตคิดเทียบเป็นน้ำสุราที่มีแรงแอลกอฮอล์ 28 ดีกรี ขึ้นต่ำนวันละ 30,000 ลิตร จะต้องมีพื้นที่ไม่น้อยกว่า 200 ไร่ หากกำลังการผลิตเกินกว่าวันละ 30,000 ลิตร จะต้องเพิ่มขนาดพื้นที่มากขึ้นให้สอดคล้องตามกำลังการผลิตที่เพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้สถานที่ตั้งโรงงานต้องห่างจากแม่น้ำลำคลองสาธารณะที่ใช้ในการสัญจรทางน้ำตามปกติและคลองชลประทานเป็นระยะทางไม่น้อยกว่า 2 กิโลเมตร

2.2 การขออนุญาตทำและขายส่งสุรากลั่นชนิดอื่นร่วมกับสุราชนิดพิเศษประเภทวิสกี บรันดี และยิน

ผู้ขออนุญาตต้องเสนอโครงการลงทุนก่อสร้างโรงงานสุราซึ่งต้องเป็นไปตามประกาศกระทรวงอุตสาหกรรม เรื่อง หลักเกณฑ์และเงื่อนไขการพิจารณาอนุญาตโรงงานสุรา ลงวันที่ 3 เมษายน 2543 กล่าวคือ ต้องมีขนาดกำลังการผลิตคิดเทียบเป็นน้ำสุราที่มีแรงแอลกอฮอล์ 28 ดีกรี ขึ้นต่ำนวันละ 90,000 ลิตร จะต้องมีพื้นที่ไม่น้อยกว่า 350 ไร่ หากกำลังการผลิตเกินกว่าวันละ 90,000 ลิตร จะต้องเพิ่มขนาดพื้นที่มากขึ้นให้สอดคล้องตามกำลังการผลิตที่เพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้สถานที่ตั้งโรงงานสุราต้องห่างจากแม่น้ำลำคลองสาธารณะที่ใช้ในการสัญจรทางน้ำปกติและคลองชลประทานเป็นระยะทางไม่น้อยกว่า 2 กิโลเมตร

ข้อ 3 เมื่อได้รับหนังสือแจ้งอนุญาตให้ทำและขายส่งสุรากลั่นจากกรมสรรพสามิตแล้วผู้ได้รับอนุญาตต้องดำเนินการขอใบอนุญาตประกอบกิจการโรงงานตามกฎหมายว่าด้วยโรงงาน และส่งสำเนาคำขออนุญาตดังกล่าวให้กรมสรรพสามิต 1 ชุด ในกรณีที่ผู้ได้รับอนุญาตมีความจำเป็นต้องส่งเอกสารหรือหลักฐานใดๆเพิ่มเติม เพื่อประกอบการพิจารณาตามกฎหมายว่าด้วยโรงงาน จะต้องส่งสำเนาเอกสารหรือหลักฐานนั้นๆให้กรมสรรพสามิต 1 ชุดด้วย

ข้อ 4 เมื่อผู้รับอนุญาตทำการก่อสร้างโรงงานเสร็จ พร้อมทั้งจะดำเนินการทำสุราได้จะต้องแจ้งหนังสือให้กรมสรรพสามิตทราบล่วงหน้าก่อนที่จะเปิดดำเนินการไม่น้อยกว่า 15 วัน ทั้งนี้ผู้รับอนุญาตจะต้องดำเนินการขอใบอนุญาตต่างๆให้ถูกต้องตามกฎหมายว่าด้วยสุราด้วย

ข้อ 5 ผู้รับอนุญาตต้องปฏิบัติตามเงื่อนไข ในการทำสุรากลั่นออกขายทั่วราชอาณาจักร ดังนี้

5.1 ก่อนที่จะเปิดดำเนินการทำและขายส่งสุรา ผู้รับอนุญาตต้องทำสัญญาว่าด้วยการอนุญาตให้ทำและขายส่งสุรากับกรมสรรพสามิต ตามแบบที่กรมสรรพสามิตกำหนด

5.2 ผู้รับอนุญาตจะทำสุราชนิดใด ชื่อใด ต้องยื่นเรื่องขออนุญาตพร้อมกับเสนอกรรมวิธีการทำสุราและวัตถุประสงค์ที่ใช้ในการทำสุราให้กรมสรรพสามิตพิจารณาอนุญาตก่อนดำเนินการทำสุรา ถ้าจะเปลี่ยนแปลงกรรมวิธีการทำสุรา หรือชนิดวัตถุประสงค์ในวรรคหนึ่งเป็นอย่างอื่น ต้องได้รับความยินยอมจากกรมสรรพสามิตก่อนเช่นเดียวกัน

5.3 ผู้รับอนุญาตจะต้องส่งตัวอย่างน้ำสุราที่ทำได้ตาม 5.2 ให้กรมสรรพสามิตทำการวิเคราะห์ก่อน เมื่อได้รับอนุญาตแล้วจึงนำออกจากโรงงานสุราได้ สุราที่ได้รับอนุญาตให้นำออกจากโรงงานสุราได้แล้ว ถ้าไม่มีการเปลี่ยนแปลงกรรมวิธีการทำสุรา หรือเปลี่ยนแปลงชนิดวัตถุประสงค์ให้ผิดไปจากเดิมก็ไม่ต้องส่งตัวอย่างให้ทำการวิเคราะห์อีก

5.4 สุราที่ทำขึ้นต้องมีคุณสมบัติตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมสุรา ซึ่งออกโดยอาศัยอำนาจตามกฎหมายว่าด้วยมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม และตรงตามตัวอย่างที่กรมสรรพสามิตหรือเจ้าพนักงานสรรพสามิตประจำโรงงานเก็บรักษาไว้

5.5 ผู้รับอนุญาตต้องส่งตัวอย่างฉลากและเครื่องหมายต่างๆที่จะใช้บรรจุสุรา และให้แจ้งชนิดกับขนาดความจุของภาชนะ พร้อมตัวอย่างภาชนะต่างๆที่จะใช้บรรจุสุราให้กรมสรรพสามิตพิจารณาและให้ความเห็นชอบเสียก่อนจึงจะนำไปใช้ได้

ฉลากที่ใช้ขึ้น ต้องมีข้อความที่ชัดเจน ระบุชนิดสุรา ชื่อสุรา ชื่อโรงงานสุรา สถานที่ตั้งของโรงงาน ขนาดบรรจุ แรงแอลกอฮอล์สุรา วันเดือนปีที่บรรจุ และค่าเดือนตามประกาศกระทรวงสาธารณสุขด้วยตัวอักษรภาษาไทยหรือภาษาอังกฤษหรือภาษาอื่นที่กรมสรรพสามิตเห็นชอบ และไม่เลียนแบบฉลากหรือเครื่องหมายโรงงานสุราแห่งอื่นที่ได้รับอนุญาตให้ใช้

อยู่แล้ว

ในกรณีที่เกิดความเสียหายแก่บุคคลอื่นอันเนื่องมาจากการใช้ฉลากหรือเครื่องหมายต่างๆ ตามความในวรรคก่อน หากกรมสรรพสามิตต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่ายด้วยประการใดๆ ผู้รับอนุญาตยินยอมชดเชยค่าเสียหายรวมทั้งค่าใช้จ่ายในการนี้แทนกรมสรรพสามิตโดยสิ้นเชิง

5.6 ผู้รับอนุญาตจะมีสุรารายอื่นนอกจากสุราที่ได้รับอนุญาตให้ทำไว้ในโรงงานสุราได้ต่อเมื่อได้รับอนุญาตจากกรมสรรพสามิตแล้วเท่านั้น

5.7 การจัดสุราที่ผู้รับอนุญาตทำขึ้นให้อยู่ในชนิดใดหรือประเภทใดให้เป็นไปตามคำสั่งของกรมสรรพสามิต และให้ถือว่าคำสั่งของกรมสรรพสามิตดังกล่าวนี้เป็นเด็ดขาด

5.8 ผู้รับอนุญาตยินยอมให้กรมสรรพสามิตทำการตรวจสอบคุณภาพสุราที่ทำขึ้นก่อนนำออกจากโรงงานสุรา ถ้าตรวจสอบแล้วปรากฏว่าสุรานั้นไม่มีคุณภาพตามที่กรมสรรพสามิตได้อนุญาตไว้ กรมสรรพสามิตมีสิทธิสั่งห้ามมิให้นำออกจากโรงงานสุราได้ ในกรณีนี้ผู้รับอนุญาตจะเรียกร้องค่าเสียหายหรือค่าทดแทนจากกรมสรรพสามิตไม่ได้ทั้งสิ้น

ในการตรวจสอบคุณภาพสุรา กรมสรรพสามิตจะเก็บตัวอย่างสุราที่ได้ตรวจสอบนั้นตามจำนวนที่เห็นสมควรก็ได้ และผู้รับอนุญาตต้องยินยอมมอบตัวอย่างสุรานั้นให้แก่กรมสรรพสามิตโดยไม่คิดมูลค่าแต่อย่างใด

5.9 ผู้รับอนุญาตต้องแจ้งราคาขาย ณ โรงงานสุราให้กรมสรรพสามิตทราบตามกฎหมายว่าด้วยสุรา สำหรับการกำหนดราคาสุรานั้น กรมสรรพสามิตอนุญาตให้ผู้รับอนุญาตกำหนดราคาขายส่งและขายปลีกได้เอง แต่ต้องแจ้งราคาขายดังกล่าวให้กรมสรรพสามิตทราบด้วย

5.10 ผู้รับอนุญาตต้องทำบัญชีแสดงผลการทำสุราและการซื้อวัตถุดิบมาเพื่อทำสุราตามแบบที่กรมสรรพสามิตกำหนด โดยยื่นบัญชีแสดงผลการทำสุราและการรับซื้อวัตถุดิบทุกเดือนต่อกรมสรรพสามิต หรือที่สำนักงานสรรพสามิตจังหวัดที่ตั้งโรงงานสุรารายในวันที่ 10 ของเดือนถัดไป และต้องปฏิบัติตามระเบียบและข้อบังคับว่าด้วยการควบคุมโรงงานสุราของกรมสรรพสามิตที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน และพึงนำออกบังคับใช้ในอนาคต ทั้งนี้ผู้รับอนุญาตต้องยินยอมให้เจ้าพนักงานสรรพสามิตไปประจำควบคุมโดยเสียค่าใช้จ่ายในการควบคุมตามระเบียบข้อบังคับดังกล่าวนี้ และจะต้องจัดสถานที่ไว้สำหรับเจ้าพนักงานสรรพสามิตใช้ปฏิบัติราชการในการควบคุมโรงงานให้เป็นสัดส่วนโดยเฉพาะในบริเวณโรงงานสุราให้อยู่อาศัยได้ทั้งครอบครัวภายในบริเวณโรงงานสุรา ในกรณีนี้ผู้รับอนุญาตต้องอำนวยความสะดวกให้แก่เจ้าพนักงานสรรพสามิตตามสมควร

ในกรณีที่กรมสรรพสามิตเห็นสมควรจะเรียกเก็บเงินค่าใช้จ่ายในการควบคุมโรงงานสุราเพิ่มขึ้น โดยได้รับอนุมัติจากรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังแล้ว ผู้รับอนุญาตต้องยินยอมชำระเงินดังกล่าวนี้ให้แก่กรมสรรพสามิตหรือเจ้าพนักงานสรรพสามิต

5.11 ก่อนนำสุราออกนอกโรงงานสุรา ผู้รับอนุญาตต้องชำระเงินค่าภาษีสุราต่อกรมสรรพสามิตหรือเจ้าพนักงานสรรพสามิต โดยชำระเงินค่าภาษีสุราตามอัตราที่กำหนดไว้ในกฎหมาย และรับแสตมป์สุราไปปิดภาชนะบรรจุสุรา โดยปฏิบัติตามระเบียบว่าด้วยการควบคุมโรงงานสุราของกรมสรรพสามิต

ถ้าผู้รับอนุญาตประสงค์จะเสียภาษีสุราโดยวิธีอื่นนอกจากการติดแสตมป์ตามวิธีที่กำหนดในกฎกระทรวงต้องได้รับอนุญาตจากอธิบดีเสียก่อน เมื่อได้รับอนุญาตแล้วจึงจะดำเนินการต่อไปได้ ทั้งนี้ผู้รับอนุญาตมีหน้าที่ต้องปฏิบัติตามกฎกระทรวง ระเบียบ ข้อบังคับของทางราชการที่เกี่ยวข้อง

ถ้ามีกฎหมายหรือระเบียบอื่นใดกำหนดให้ผู้รับอนุญาตต้องยินยอมชำระเงินค่าภาษีหรือเงินอื่นใดตามอัตราที่กำหนดไว้ทุกครั้งที่มีการชำระเงินค่าภาษีสุรา หรือก่อนนำสุราออกจากโรงงานสุรา

5.12 ผู้รับอนุญาตต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขข้อ 5.1-5.11 โดยเคร่งครัด และจะปฏิบัติตามกฎหมายว่าด้วยระเบียบ ข้อบังคับ ข้อกำหนด หรือคำสั่งกรมสรรพสามิต และตามกฎหมายว่าด้วยโรงงาน และตามประกาศกระทรวงอุตสาหกรรม เรื่อง หลักเกณฑ์และเงื่อนไขการพิจารณาอนุญาตโรงงานสุรา ลงวันที่ 3 เมษายน 2543 ซึ่งออกใช้อยู่ในปัจจุบัน หรือที่จะพ่วงออกใช้ในอนาคต กับทั้งยอมรับปฏิบัติตามคำสั่งของเจ้าพนักงานสรรพสามิตให้เป็นการเรียบร้อยด้วย

ถ้าผู้รับอนุญาตไม่ปฏิบัติตามเงื่อนไขข้อหนึ่งข้อใด หรือมิได้ปฏิบัติให้เป็นไปตามกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ ข้อกำหนด หรือคำสั่งต่างๆของทางราชการ นอกจากผู้รับอนุญาตจะต้องรับผิดชอบตามกฎหมายแล้ว ผู้รับอนุญาตต้องยินยอมให้กรมสรรพสามิตปรับเป็นจำนวนเงินตามที่กรมสรรพสามิตเห็นสมควรแต่ไม่เกินครั้งละ 100,000 บาท (หนึ่งแสนบาทถ้วน) ซึ่งผู้รับอนุญาตจะต้องนำเงินค่าปรับไปชำระตามคำสั่งของกรมสรรพสามิตภายในสิบห้าวันนับแต่วันที่ได้รับคำสั่ง ถ้าหากผู้รับอนุญาตไม่ปฏิบัติตามกรมสรรพสามิตมีอำนาจพักใช้ใบอนุญาตทำสุราหรือเพิกถอนใบอนุญาตทำสุราและใบอนุญาตขายสุราประเภทที่ 2 เสียก็ได้ โดยผู้รับอนุญาตจะเรียกร้องค่าทดแทนความเสียหายอย่างใดจากกรมสรรพสามิตมิได้

ในกรณีที่มีการกระทำผิดเงื่อนไข กฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ ข้อกำหนด หรือคำสั่งของทางราชการ อันเกี่ยวกับการทำหรือขายสุรา ไม่ว่าจะการนั้นจะได้กระทำโดยบุคคลที่ได้รับอนุญาตแต่งตั้ง มอบหมาย จ้างวาน หรือใช้ให้กระทำหรือไม่ก็ตาม ผู้รับอนุญาตต้องรับผิดชอบเสมือนหนึ่งผู้รับอนุญาตได้กระทำด้วยตนเองทุกประการ โดยยินยอมให้กรมสรรพสามิตปรับตามอัตราที่กำหนดตามกฎหมายว่าด้วยสุรา หรือสั่งพักใช้หรือเพิกถอนใบอนุญาตทำสุราหรือใบอนุญาตขายสุราของ

ผู้รับอนุญาตก็ได้ ทั้งนี้ผู้รับอนุญาตจะเรียกชดเชยค่าทดแทนความเสียหายจากผู้อนุญาตแต่อย่างใดไม่ได้

ส่วนที่ 2 การทำและขายส่งสุราแช่ชนิดเบียร์และชนิดสุราผลไม้

ข้อ 6 ให้ผู้ได้รับอนุญาตทำและขายส่งสุราแช่ชนิดเบียร์ และผู้ได้รับอนุญาตให้ทำและขายส่งสุราแช่ชนิดสุราผลไม้(ไวน์) ซึ่งเป็นคู่สัญญากับกรมสรรพสามิตอยู่ในวันที่ออกประกาศนี้เป็นผู้ทำและขายส่งสุราต่อไปตามเงื่อนไขแห่งสัญญาที่มีอยู่กับกรมสรรพสามิต

ข้อ 7 ผู้ประสงค์จะขออนุญาตทำและขายส่งสุราแช่รายใหม่ต่อกรมสรรพสามิต

7.1 การขออนุญาตทำและขายส่งสุราแช่ชนิดเบียร์ ผู้ขออนุญาตต้องเป็นบริษัทจำกัด ซึ่งจดทะเบียนตามกฎหมายไทย มีผู้ถือสัญชาติไทยไม่น้อยกว่าร้อยละ 51 ของจำนวนหุ้นทั้งหมด และมีทุนจดทะเบียนไม่ต่ำกว่า 10 ล้านบาท มีเงินค่าหุ้น หรือเงินลงทุนที่ชำระแล้วไม่น้อยกว่า 10 ล้านบาท ทั้งนี้ให้เสนอโครงการลงทุนก่อสร้างโรงงานสุราในกรณีที่เป็นโรงงานเบียร์ขนาดใหญ่ จะต้องมียุทธศาสตร์การผลิตไม่ต่ำกว่า 10 ล้านลิตรต่อปี หรือในกรณีที่เป็นโรงงานเบียร์ขนาดเล็กที่ผลิตเพื่อขาย ณ สถานที่ผลิต (Brewpub) จะต้องมียุทธศาสตร์การผลิตไม่ต่ำกว่า 100,000 ลิตร แต่ไม่เกินหนึ่งล้านลิตรต่อปี

7.2 การขออนุญาตทำและขายส่งสุราแช่ชนิดผลไม้ ผู้ขออนุญาตต้องเป็นบริษัทจำกัด ซึ่งจดทะเบียนตามกฎหมายไทย มีผู้ถือสัญชาติไทยไม่น้อยกว่าร้อยละ 51 ของจำนวนหุ้นทั้งหมด หรือเป็นสหกรณ์ ทั้งนี้ให้เสนอโครงการลงทุนก่อสร้างโรงงานสุราพร้อมทั้งกรรมวิธีการผลิตสุราแช่ประเภทสุราแช่ผลไม้ชนิดที่ขออนุญาตด้วย

ข้อ 8 เมื่อได้รับหนังสือแจ้งการอนุญาตให้ทำและขายส่งสุราแช่ชนิดเบียร์หรือสุราแช่ชนิดผลไม้แล้วแต่กรณีจากกรมสรรพสามิตแล้ว ผู้ได้รับอนุญาตต้องขออนุญาตประกอบกิจการโรงงานตามกฎหมายว่าด้วยโรงงาน และส่งสำเนาคำขออนุญาตดังกล่าวให้กรมสรรพสามิต 1 ชุด ในกรณีที่ผู้ได้รับอนุญาตมีความจำเป็นต้องส่งเอกสารหรือหลักฐานใดๆเพิ่มเติมเพื่อประกอบการพิจารณาตามกฎหมายว่าด้วยโรงงาน จะต้องส่งเอกสารหรือหลักฐานนั้นๆให้กรมสรรพสามิต 1 ชุดด้วย

ข้อ 9 เมื่อผู้รับอนุญาตทำการก่อสร้างโรงงานสุราแช่ชนิดเบียร์ หรือชนิดสุราแช่ผลไม้แล้วแต่กรณีเสร็จสรรพพร้อมที่จะดำเนินการทำสุราได้ จะต้องแจ้งเป็นหนังสือให้กรมสรรพสามิตทราบล่วงหน้าก่อนที่จะเปิดดำเนินการไม่น้อยกว่า 15 วัน ทั้งนี้ผู้รับอนุญาตจะต้องดำเนินการขอใบอนุญาตต่างๆให้ถูกต้องตามกฎหมายว่าด้วยสุรಾದังกล่าวด้วย

ข้อ 10 ผู้รับอนุญาตต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขในการทำสุราแช่ชนิดเบียร์ หรือชนิดสุราแช่ผลไม้ ออกขายทั่วราชอาณาจักร เช่นเดียวกับเงื่อนไขที่กำหนดในการทำสุรากลั่นออกขายในข้อ 5.1-5.2 ทุกประการ

ส่วนที่ 3 การทำและขายส่งสุราสามทับ (แอลกอฮอล์)

ข้อ 11 ให้โรงงานสุราองค์การสุรา กรมสรรพสามิตเป็นผู้ทำและขายส่งสุราสามทับ ตลอดจนกำหนดราคาขายส่งและราคาขายปลีก โดยการอนุมัติของประธานคณะกรรมการบริหารกิจการองค์การสุรา กรมสรรพสามิต และไม่อนุญาตให้โรงงานสุรากลั่นแห่งอื่นทำสุราสามทับออกขายภายในประเทศ

ส่วนที่ 4 การขายสุราต่างประเทศ

ข้อ 12 ให้กรมสรรพสามิตและจังหวัดอนุญาตให้เอกชนขายสุราต่างประเทศได้โดยไม่จำกัดจำนวน

ส่วนที่ 5 การทำสุราเพื่อนำไปใช้ทำสินค้า

ข้อ 13 ให้เอกชนผู้ได้รับใบอนุญาตให้ทำสุรากลั่นเพื่อนำไปใช้ทำน้ำส้มสายชู ซึ่งยังคงเป็นคู่สัญญากับกรมสรรพสามิตอยู่ในวันออกคำสั่งนี้ ทำสุราตามเงื่อนไขแห่งสัญญาที่มีอยู่ต่อทางราชการต่อไป สำหรับผู้ขออนุญาตใช้สุราทำน้ำส้มสายชู โดยวิธีกลั่นรายใหม่จะต้องซื้อสุราสามทับ (แอลกอฮอล์) จากโรงงานสุราองค์การสุรา กรมสรรพสามิต และจะต้องทำหนังสือสัญญากับกรมสรรพสามิตตามแบบที่กรมสรรพสามิตกำหนด

ข้อ 14 ให้เอกชนผู้ได้รับใบอนุญาตให้ทำสุรากลั่นเพื่อนำไปใช้ทำสินค้าใดๆ ซึ่งยังคงเป็นคู่สัญญากับกรมสรรพสามิตในวันออกประกาศนี้ ทำสุราและสินค้าตามเงื่อนไขแห่งสัญญาที่มีอยู่ต่อทางราชการต่อไป สำหรับผู้ประสงค์จะใช้สุรากลั่นไปทำสินค้านรายใหม่ แต่ไม่มีใบอนุญาตให้ทำสุราต้องซื้อสุราซึ่งเป็นวัตถุดิบไปจากโรงงานสุราองค์การสุรา กรมสรรพสามิต หรือโรงงานสุรากลั่นแห่งหนึ่งแห่งใดที่กรมสรรพสามิตเห็นชอบแล้วเท่านั้น

ข้อ 15 ให้กรมสรรพสามิตมีอำนาจพิจารณาอนุญาตให้บุคคลหรือนิติบุคคลทำสุราแช่เพื่อนำไปใช้ผสมสีย้อมผ้า ทำน้ำปรุงเต้าหู้ยี้ ทำอาหารสัตว์ หรือทำสินค้าอื่นซึ่งมีกรรมวิธีเช่นเดียวกัน และให้เรียกเก็บค่าธรรมเนียมใบอนุญาตเท่ากับอัตราค่าธรรมเนียมใบอนุญาตให้ทำสุราสำหรับทำน้ำส้มโดยวิธีอื่นตามที่กำหนดไว้ในกฎกระทรวง และให้ผู้ได้รับใบอนุญาตทำหนังสือสัญญากับกรมสรรพสามิตตามแบบที่กรมสรรพสามิตกำหนด

ส่วนที่ 6 การทำและขายเชื้อสุรา

ข้อ 16 ให้กรมสรรพสามิตออกใบอนุญาตให้ทำแบ่งเชื้อสุราให้แก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ทำสุราที่ประสงค์จะทำเชื้อสุราด้วย แต่ห้ามไม่ให้ทำแบ่งข้าวหมัก

ข้อ 17 การทำแบ่งข้าวหมักในเขตท้องที่จังหวัดต่างๆ ให้กรมสรรพสามิตพิจารณาอนุญาตให้เอกชนทำได้โดยให้มีจำนวนผู้ได้รับอนุญาตเท่าที่ได้รับอนุญาตอยู่แล้ว และให้ผู้ได้รับใบอนุญาตทำสัญญากับเจ้าพนักงานตามแบบที่กรมสรรพสามิตกำหนด

ข้อ 18 ผู้ได้รับอนุญาตทำเชื้อสุราที่มีความประสงค์จะขายเชื้อสุรา จะต้องได้รับใบอนุญาตขายเชื้อสุรา และจะขายได้แต่เฉพาะผู้ได้รับใบอนุญาตให้ทำสุรา โดยอนุมัติจากกรมสรรพสามิตเท่านั้น

ข้อ 19 ผู้ได้รับอนุญาตให้ขายแบ่งข้าวหมัก ต้องขายแบ่งข้าวหมักของผู้ได้รับอนุญาตให้ทำและขายแบ่งข้าวหมัก หรือจากร้านที่เจ้าพนักงานสรรพสามิตกำหนดไว้เท่านั้น ทั้งนี้ให้ผู้ได้รับใบอนุญาตทำสัญญากับเจ้าพนักงานตามแบบที่กรมสรรพสามิตกำหนด

ส่วนที่ 7 เบ็ดเตล็ด

ข้อ 20 เงินค่าภาษีสุรา เงินประกันการปฏิบัติตามสัญญา เงินค่าปรับตามสัญญา และเงินอื่นๆ ให้ปฏิบัติการรับ การนำส่ง และการนำฝาก ตามระเบียบที่กรมสรรพสามิตและกรมบัญชีกลางกำหนด

ข้อ 21 การปฏิบัติงานอย่างอื่นที่มีได้สั่งการไว้ในประกาศนี้ ให้ถือตามกฎหมาย กฎ ระเบียบ และให้กรมสรรพสามิตวางระเบียบการปฏิบัติข้อปลีกย่อยและรายละเอียดต่างๆ เพื่อให้จังหวัดปฏิบัติโดยถูกต้องอีกส่วนหนึ่งได้

ข้อ 22 ถ้ามีปัญหาอย่างใดอย่างหนึ่งเกี่ยวกับการบริหารงานสุรา รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังเป็นผู้วินิจฉัยชี้ขาด

ทั้งนี้ ตั้งแต่บัดนี้เป็นต้นไป

ประกาศ ณ วันที่ 6 ตุลาคม พ.ศ. 2543

(ลงชื่อ) อารินทร์ นิมมานเหมินท์

รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลัง

ประกาศกระทรวงการคลัง

เรื่อง วิธีการบริหารงานสุรา พ.ศ.2543 (ฉบับที่2)

ตามที่คณะรัฐมนตรีได้มีมติเมื่อวันที่ 7 พฤศจิกายน 2543 เห็นชอบนโยบายการบริหารงานสุราหลังปี 2542 สำหรับการผลิตสุราแช่ เช่น กะแช่หรือน้ำตาลเมา ซึ่งทำจากวัตถุดิบจำพวกน้ำตาลและธัญพืชหรือสาโทซึ่งทำจากวัตถุดิบจำพวกข้าว อันเป็นสุราแช่พื้นเมืองของไทยและสุราแช่อื่นนอกจากสุราแช่ผลไม้และเบียร์ ว่าควรจะได้รับ การสนับสนุนโดยจัดให้เป็นระบบขึ้นต่างหาก เพื่อให้สามารถกำหนดมาตรการและแนวทางในการควบคุมดูแลได้ กระทรวงการคลังจึงออกประกาศกำหนดวิธีการบริหารงานสุราสำหรับสุราแช่พื้นเมืองของไทยและสุราแช่อื่นนอกจากสุราผลไม้และเบียร์ ให้ถือปฏิบัติตั้งแต่ พ.ศ. 2543 ไว้ ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 การก่อสร้างโรงงานสุราแช่พื้นเมืองและสุราแช่อื่นนอกจากสุราผลไม้และเบียร์

ข้อ 1 ให้ผู้ได้รับอนุญาตก่อสร้างโรงงานสุราแช่พื้นเมืองและสุราแช่อื่นนอกจากสุราผลไม้และเบียร์ และผู้ได้รับอนุญาตให้ทำและขายส่งสุราแช่พื้นเมืองและสุราแช่อื่นนอกจากสุราผลไม้และเบียร์ ซึ่งเป็นคู่สัญญากับกรมสรรพสามิตอยู่ในวันที่ออกประกาศนี้ ดำเนินการก่อสร้างโรงงานสุราและเป็นผู้ทำและขายส่งสุราต่อไป ตามเงื่อนไขแห่งสัญญาที่มีอยู่กับกรมสรรพสามิต

ข้อ 2 ผู้ขออนุญาตก่อสร้างโรงงานสุรารายใหม่ต้องเป็นสหกรณ์การเกษตรเท่านั้น และมีวัตถุประสงค์เพื่อการผลิตและจำหน่ายสุราแช่พื้นเมือง

ข้อ 3 ผู้ขออนุญาตก่อสร้างโรงงานสุราต้องยื่นคำขออนุญาตสร้างโรงงานสุราพร้อมด้วยแผนผังสังเขปแสดงสถานที่ตั้งโรงงานสุรา การก่อสร้างโรงงานสุรา การติดตั้งเครื่องจักรและอุปกรณ์การผลิตสุราและการปลูกสร้างอาคารและโรงเรือนต่ออธิบดีกรมสรรพสามิต

ในกรณีที่จะมีการดัดแปลงแก้ไขต่อเติมอาคารหรือสิ่งปลูกสร้างที่มีอยู่แล้วอื่นใด ให้ยื่นขออนุญาตพร้อมด้วยแผนผังสังเขปแสดงสถานที่ตั้งโรงงานสุรา การติดตั้งเครื่องจักรและอุปกรณ์การผลิตสุรา และการปลูกสร้างอาคารและโรงเรือน ต่ออธิบดีกรมสรรพสามิตก่อนดำเนินการเช่นเดียวกับการก่อสร้างโรงงานสุรา

สถานที่ตามวรรคแรกและวรรคสอง ต้องแยกออกจากที่อยู่อาศัยโดยชัดเจน และต้องตั้งอยู่ในทำเลและสภาพแวดล้อมที่เหมาะสม มีบริเวณและพื้นที่เพียงพอที่จะผลิตสุราแช่พื้นเมืองและสุราแช่อื่นนอกจากสุราผลไม้และเบียร์ โดยไม่อาจก่อให้เกิดอันตราย เหตุเดือดร้อนรำคาญ หรือความเสียหายต่อบุคคลและทรัพย์สินของผู้อื่นด้วย

ข้อ 4 เมื่อได้รับหนังสือแจ้งการอนุญาต พร้อมทั้งร่างสัญญาว่าด้วยการก่อสร้างโรงงานสุราจากรมสรรพสามิตแล้ว ผู้ขออนุญาตจะต้องมีหนังสือตอบรับให้กรมสรรพสามิตทราบภายใน 30 วัน นับแต่วันที่รับหนังสือ และต้องทำสัญญาดังกล่าวกับกรมสรรพสามิตภายใน 6 เดือน นับแต่วันที่ได้รับหนังสือแจ้งการอนุญาต

ข้อ 5 ผู้รับอนุญาตจะต้องเสนอแบบแปลน แผนผังการก่อสร้างโรงงานสุรา การติดตั้งเครื่องจักร และอุปกรณ์การผลิตสุรา การปลูกสร้างอาคารและโรงเรือน และอื่นๆ พร้อมทั้งข้อมูลเกี่ยวกับระบบการกำจัดน้ำเสีย และการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม ซึ่งต้องเป็นไปตามมาตรฐานที่คณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติกำหนดต่ออธิบดีกรมสรรพสามิตภายในกำหนดเวลา 8 เดือน นับแต่วันที่ได้รับหนังสือแจ้งการอนุญาต

หากกรมสรรพสามิตให้ผู้รับอนุญาตแก้ไขเพิ่มเติมหรือเปลี่ยนแปลงข้อเสนอดังกล่าวในวรรคแรกประการใด ผู้รับอนุญาตจะต้องดำเนินการให้แล้วเสร็จ และยื่นต่อกรมสรรพสามิตภายในกำหนด 4 เดือนนับแต่วันได้รับแจ้งให้แก้ไขเพิ่มเติมหรือเปลี่ยนแปลง

ข้อ 6 ผู้รับอนุญาตต้องดำเนินการก่อสร้างให้แล้วเสร็จ พร้อมทั้งจะดำเนินการผลิตสุราได้ภายในกำหนดไม่เกิน 36 เดือนนับแต่วันที่ทำสัญญากับกรมสรรพสามิต และต้องแจ้งเป็นหนังสือให้กรมสรรพสามิต และต้องแจ้งเป็นหนังสือให้กรมสรรพสามิตทราบล่วงหน้าก่อนเปิดดำเนินการไม่น้อยกว่า 15 วัน

ข้อ 7 ผู้รับอนุญาตจะมีเครื่องกลั่นสุรภายในบริเวณโรงงานสุราไม่ได้

ข้อ 8 ถ้าผู้ขออนุญาตหรือผู้รับอนุญาตไม่ปฏิบัติตามกำหนดเวลาที่กำหนดไว้ในส่วนที่ 1 นี้ ให้ถือว่าละสิทธิการก่อสร้างโรงงานสุรา และจะเรียกร้องค่าทดแทนความเสียหายใดๆ จากทางราชการไม่ได้ทั้งสิ้น

ข้อ 9 กำหนดเวลาใดๆ ที่กำหนดไว้ในส่วนที่ 1 นี้ ถ้าอธิบดีกรมสรรพสามิตเห็นเป็นการสมควรอาจเปลี่ยนแปลงกำหนดเวลาตามความจำเป็นแก่กรณีได้

ส่วนที่ 2 การทำและขายส่งสุราแช่พื้นเมือง และสุราแช่อื่นนอกจากสุราผลไม้และเบียร์

ข้อ 10 ก่อนดำเนินการทำและขายส่งสุรา ผู้รับอนุญาตให้ก่อสร้างโรงงานสุราต้องทำสัญญาว่าด้วยการอนุญาตให้ทำและขายส่งสุรากับกรมสรรพสามิตตามแบบที่กรมสรรพสามิตกำหนด

ข้อ 11 ผู้รับอนุญาตทำและขายส่งสุราจะต้องใช้วัตถุดิบและกรรมวิธีการผลิตสุรา ตามที่กรมสรรพสามิตเห็นชอบ และในกรณีที่มีความจำเป็นต้องใช้สุราหรือแอลกอฮอล์ที่ผลิตได้จากโรง

งานสุราแห่งอื่นไปใช้ปรุงแต่งสุราของตน ต้องได้รับความเห็นชอบจากกรมสรรพสามิตก่อนเช่นเดียวกัน

ข้อ 12 สุราที่ผลิตได้แล้วก่อนนำออกจากโรงงานสุรา ผู้รับอนุญาตจะต้องส่งตัวอย่างให้กรมสรรพสามิตทำการตรวจวิเคราะห์คุณภาพก่อน เมื่อได้รับอนุญาตแล้วจึงจะนำออกจากโรงงานสุราได้ เว้นแต่อธิบดีกรมสรรพสามิตจะสั่งเป็นอย่างอื่น

ข้อ 13 ผู้รับอนุญาตจะต้องมีเครื่องมือเครื่องใช้ในการตรวจสอบและควบคุมปริมาณน้ำสุราที่ผลิตได้ตามที่กรมสรรพสามิตกำหนด

ข้อ 14 ในการใช้ภาชนะบรรจุสุรา รวมตลอดถึงการใช้ฉลากปิดภาชนะบรรจุสุราทุกชนิด ต้องได้รับอนุญาตจากกรมสรรพสามิตก่อน

ข้อ 15 ผู้รับอนุญาตต้องแจ้งราคาขาย ณ โรงงาน รวมทั้งเงินหรือผลประโยชน์อื่นใดที่อาจคำนวณเป็นเงินได้ที่ผู้ซื้อสุราชำระให้หรือให้ด้วยประการใดๆ โดยแจ้งกรมสรรพสามิตทราบตามแบบและระยะเวลาที่กรมสรรพสามิตกำหนด และหลังจากชำระภาษีสุราแล้ว ผู้รับอนุญาตจึงมีสิทธิ์นำสุราออกจากโรงงานสุราเพื่อจำหน่ายได้ทั่วราชอาณาจักร

ข้อ 16 ผู้รับอนุญาตมีหน้าที่ต้องขอรับใบอนุญาตทำสุราประจำปี และปฏิบัติตามกฎหมาย กฎกระทรวง ระเบียบ คำสั่ง และข้อบังคับที่เกี่ยวข้องทุกประการ

ข้อ 17 ผู้รับอนุญาตนอกจากต้องปฏิบัติตามกฎหมายว่าด้วยสุราแล้ว ยังต้องปฏิบัติตามกฎหมายว่าด้วยมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม และกฎหมายอื่นๆ ที่มีอยู่ หรือที่จะประกาศใช้ในภายหน้า รวมทั้งต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขที่ระบุไว้ในสัญญาว่าด้วยการอนุญาตให้ทำ และขายส่งสุราตามที่กรมสรรพสามิตกำหนดด้วย

ส่วนที่ 3 เบ็ดเตล็ด

ข้อ 18 เงินค่าภาษีสุรา เงินประกันการปฏิบัติตามสัญญา เงินค่าปรับตามสัญญา และเงินอื่นๆ ให้ปฏิบัติกรรับ การนำส่ง การนำฝาก ตามระเบียบที่กรมสรรพสามิตและกรมบัญชีกลางกำหนด

ข้อ 19 การปฏิบัติอย่างอื่นที่ไม่ได้กำหนดไว้ในประกาศนี้ ให้กรมสรรพสามิตวางระเบียบเพื่อให้มีการปฏิบัติตามกฎหมายได้

ข้อ 20 ถ้ามีปัญหาอย่างใดอย่างหนึ่งเกี่ยวกับการบริหารงานสุรา รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังเป็นผู้วินิจฉัยชี้ขาด

ทั้งนี้ ตั้งแต่บัดนี้เป็นต้นไป

ประกาศ ณ วันที่ 21 ธันวาคม พ.ศ.2543

(ลงชื่อ) อารินทร์ นิมมานเหมินท์

(นายอารินทร์ นิมมานเหมินท์)

รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลัง

ประกาศกระทรวงการคลัง

เรื่อง วิธีการบริหารงานสุรา พ.ศ. 2544 (ฉบับที่ 3)

ตามที่คณะรัฐมนตรีมีมติเมื่อวันที่ 12 พฤศจิกายน 2544 เห็นชอบนโยบายสนับสนุนเศรษฐกิจชุมชนโดยการส่งเสริมการผลิตสุราแช่ชนิดสุราผลไม้ สุราแช่พื้นเมือง และผลิตภัณฑ์จากผลผลิตทางการเกษตรที่มีแรงแอลกอฮอล์ไม่เกินสิบห้าดีกรี อันเป็นการพัฒนาผลผลิตจากภูมิปัญญาท้องถิ่น และเป็นการฟื้นฟูเศรษฐกิจสร้างรายได้แก่ชุมชน ตลอดจนสนับสนุนสิทธิพื้นฐานและเสรีภาพในการประกอบอาชีพของประชาชนในท้องถิ่นนั้นๆ กระทรวงการคลังจึงออกประกาศกำหนดวิธีการบริหารงานสุราสำหรับสุราแช่ชนิดสุราผลไม้ สุราแช่พื้นเมือง และผลิตภัณฑ์จากผลผลิตทางการเกษตรที่มีแรงแอลกอฮอล์ไม่เกินสิบห้าดีกรีเพิ่มเติมไว้ดังต่อไปนี้

ข้อ 1 ในประกาศนี้

“สุราแช่และผลิตภัณฑ์” หมายความว่า สุราแช่ชนิดสุราผลไม้ สุราแช่พื้นเมือง และผลิตภัณฑ์จากผลผลิตทางการเกษตรที่มีแรงแอลกอฮอล์ไม่เกินสิบห้าดีกรี

“สถานที่ทำสุรา” หมายความว่า โรงงานสุราตามพระราชบัญญัติสุรา พ.ศ. 2493

ข้อ 2 วิธีการ และเงื่อนไขในการทำและขายสุราตามประกาศนี้ให้ใช้บังคับกับกรณีดังต่อไปนี้

2.1 การทำและขายสุราแช่และผลิตภัณฑ์ แต่ไม่รวมถึงการทำและขายสุราแช่ชนิดเบียร์

2.2 สถานที่ทำสุราที่ใช้เครื่องจักรต้องมีกำลังรวมต่ำกว่าห้าแรงม้า หรือใช้คนน้อยกว่าเจ็ดคน หรือกรณีที่ใช้เครื่องจักรและคนงาน เครื่องจักรต้องมีกำลังรวมต่ำกว่าห้าแรงม้า และคนงานต้องน้อยกว่าเจ็ดคน

ส่วนที่ 1 การก่อสร้างสถานที่ทำสุราแช่และผลิตภัณฑ์

ข้อ 3 ผู้ขออนุญาตต้องมีคุณสมบัติอย่างใดอย่างหนึ่งดังต่อไปนี้

3.1 เป็นสหกรณ์

3.2 เป็นกลุ่มบุคคลธรรมดาผู้มีสัญชาติไทยตามกฎหมายเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชน

3.3 เป็นกลุ่มเกษตรกรที่จดทะเบียนตามพระราชบัญญัติสหกรณ์ พ.ศ.2542 และมีภูมิลำเนาอยู่ในพื้นที่ที่สถานที่ทำสุราดังอยู่ขณะที่ขออนุญาต

3.4 เป็นนิติบุคคลตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ที่มีผู้ถือหุ้นทุกคนมีสัญชาติไทย และมีภูมิลำเนาอยู่ในพื้นที่ที่สถานที่ทำสุราดังอยู่ขณะที่ขออนุญาต

ข้อ 4 ผู้ขออนุญาตต้องยื่นคำขออนุญาตสร้างสถานที่ทำสุรา พร้อมด้วยแผนผังสังเขปแสดงสถานที่ตั้งและการติดตั้งเครื่องจักรและอุปกรณ์การทำสุราต่ออธิบดีกรมสรรพสามิต สรรพสามิตจังหวัด หรือผู้ที่ได้รับมอบหมาย

สถานที่ดังกล่าวต้องแยกออกจากส่วนที่ใช้อยู่อาศัยโดยชัดเจน และต้องตั้งอยู่ในทำเลและสภาพแวดล้อมที่เหมาะสม มีบริเวณและพื้นที่เพียงพอที่จะทำสุราโดยไม่ก่อให้เกิดอันตราย เหตุเดือดร้อนรำคาญ หรือความเสียหายต่อบุคคลหรือทรัพย์สินของผู้อื่นด้วย

ข้อ 5 เมื่อได้รับหนังสือแจ้งอนุญาตจากกรมสรรพสามิตแล้ว ผู้รับอนุญาตต้องดำเนินการทำสุรารายในระยะเวลาที่กำหนดในหนังสืออนุญาต แต่ทั้งนี้ต้องไม่เกินยี่สิบสี่เดือน โดยผู้รับอนุญาตต้องแจ้งเป็นหนังสือ ให้กรมสรรพสามิตทราบล่วงหน้าก่อนเปิดดำเนินการไม่น้อยกว่าสิบห้าวัน

ถ้าผู้ขออนุญาตหรือผู้รับอนุญาตไม่ปฏิบัติตามกำหนดเวลาที่ระบุไว้ข้างต้น ให้ถือว่าสละสิทธิการได้รับอนุญาตทำสุรา และจะเรียกร้องค่าทดแทนความเสียหายใดๆ จากทางราชการไม่ได้

ข้อ 6 ผู้รับอนุญาตจะมีเครื่องกลั่นสุรารายในบริเวณสถานที่ทำสุราไม่ได้

ส่วนที่ 2 การทำและขายสุราแช่และผลิตภัณฑ์

ข้อ 7 ก่อนดำเนินการทำและขายสุราผู้รับอนุญาตต้องทำสัญญาว่าด้วยการอนุญาตให้ทำและขายสุรากับกรมสรรพสามิตตามแบบและเงื่อนไขที่กรมสรรพสามิตกำหนด ทั้งนี้ ผู้รับอนุญาตมีสิทธิที่จะขายส่งและขายปลีกสุรานั้นได้

ข้อ 8 สุราแช่และผลิตภัณฑ์ตามหลักเกณฑ์นี้จะต้องทำขึ้นโดยวิธีการต่อไปนี้

8.1 นำวัตถุดิบซึ่งเป็นผลไม้ หรือน้ำผลไม้ หรือผลผลิตทางการเกษตรใดๆ ไปหมักกับเชื้อสุราให้มีแรงแอลกอฮอล์ไม่เกินสิบห้าดีกรี

8.2 กรณีนำสุราแช่ที่ได้ตาม 8.1 ไปผสมกับสุรากลั่นแล้วมีแรงแอลกอฮอล์ไม่เกิน 15 ดีกรี

ข้อ 9 สุราแช่และผลิตภัณฑ์ที่ผลิตได้แล้วก่อนนำออกจากสถานที่ทำสุรา ผู้รับอนุญาตจะต้องส่งตัวอย่างให้หน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่งเพื่อทำการตรวจวิเคราะห์คุณภาพก่อนดังต่อไปนี้

9.1 กรมสรรพสามิต กรมวิชาการเกษตร สถาบันราชภัฏ กรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ และกรมวิทยาศาสตร์บริการ

9.2 หน่วยงานอื่นทั้งภาครัฐและเอกชน ที่กรมสรรพสามิตให้ความเห็นชอบสำหรับค่าใช้จ่ายในการตรวจวิเคราะห์คุณภาพสุราดังกล่าวให้ผู้รับอนุญาตเป็นผู้รับผิดชอบ

ข้อ 10 คุณลักษณะของน้ำสุราที่จะผ่านการตรวจวิเคราะห์คุณภาพได้ จะต้องมีความเข้มข้น ปริมาณเมทิลแอลกอฮอล์ วัตถุเจือปนอาหารและสารปนเปื้อนในน้ำสุราไม่เกินมาตรฐานที่กระทรวงอุตสาหกรรมกำหนด

ข้อ 11 สุราแช่และผลิตภัณฑ์ที่จะนำออกจากสถานที่ทำสุราต้องบรรจุในภาชนะซึ่งต้องมีความเหมาะสม สะอาด ปิดให้สนิท และไม่ทำปฏิกิริยากับสุรา และผลิตภัณฑ์ที่บรรจุนั้น และสามารถปิดแฉกมปีสุราที่ปากภาชนะบรรจุได้

ข้อ 12 ฉลากที่ใช้ปิดภาชนะบรรจุนั้น อย่างน้อยต้องมีข้อความต่อไปนี้

12.1 ชนิดสุรา

12.2 สุรา

12.3 ชื่อผู้ได้รับอนุญาต

12.4 ที่ตั้งของสถานที่ทำสุรา

12.5 ส่วนประกอบหลักหรือวัตถุดิบที่ใช้ทำสุรานั้น

12.6 แรงแอลกอฮอล์

12.7 ขนาดบรรจุ

12.8 วันเดือนปีที่บรรจุ

12.9 คำเตือนตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข

ข้อ 13 ผู้รับอนุญาตต้องแจ้งราคาขาย ณ สถานที่ทำสุรา รวมทั้งเงินหรือผลประโยชน์อื่นใดที่อาจคำนวณเป็นเงินได้ที่ผู้ซื้อชำระให้ หรือให้ด้วยประการใดๆ โดยแจ้งให้อธิบดีกรมสรรพสามิต สรรพสามิตจังหวัด หรือผู้ที่ได้รับมอบหมายทราบ ตามแบบและระยะเวลาที่กรมสรรพสามิตกำหนด

ข้อ 14 ผู้รับอนุญาตมีหน้าที่ต้องเสียค่าธรรมเนียม ใบอนุญาตประจำปี และปฏิบัติตามกฎหมาย กฎกระทรวง ระเบียบ คำสั่ง และข้อบังคับที่เกี่ยวข้องกับค่าธรรมเนียมและภาษสุรา

ข้อ 15 การเสียภาษีสุราให้กระทำโดยการปิดแสตมป์สุราที่ภาชนะบรรจุสุรา โดยไม่ต้องรอให้มีการขนส่งออกจากสถานที่ทำสุรา ทั้งนี้ภายในความควบคุมของพนักงานเจ้าหน้าที่

ข้อ 16 ผู้รับอนุญาตจะต้องปฏิบัติตามกฎเกณฑ์และเงื่อนไขในข้อ 8 ข้อ 9 ข้อ 10 ข้อ 11 ข้อ 12 ข้อ 13 ข้อ 14 และข้อ 15 จึงมีสิทธิ์นำสุราแช่และผลิตภัณฑ์ออกจากสถานที่ทำสุราเพื่อจำหน่ายได้ทั่วราชอาณาจักร เว้นแต่อธิบดีกรมสรรพสามิตสั่งการเป็นอย่างอื่น หรือกรณีที่น่าสุราแช่และผลิตภัณฑ์ออกจากสถานที่ทำสุราเพื่อใช้เป็นตัวอย่างตามข้อ 9

ส่วนที่ 3 เบ็ดเตล็ด

ข้อ 17 เงินค่าภาษี เงินประกันการปฏิบัติตามสัญญา เงินค่าปรับตามสัญญาและเงินอื่นๆ ให้ปฏิบัติกรับ การนำส่งและการนำฝาก ตามระเบียบที่กรมสรรพสามิตและกรมบัญชีกลางกำหนด

ข้อ 18 การขออนุญาตก่อสร้างโรงงานผลิตและการทำสุรา และการขายส่งที่เป็นการประกอบกิจการขนาดใหญ่ หรือไม่เป็นไปตามเงื่อนไขให้ดำเนินการตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขเดิมที่กระทรวงการคลังได้กำหนดไว้ก่อนหน้าแล้ว ตามประกาศกระทรวงการคลัง เรื่อง วิธีการบริหารงานสุรา พ.ศ. 2543 ลงวันที่ 6 ตุลาคม 2543 และประกาศกระทรวงการคลัง เรื่อง วิธีการบริหารงานสุรา พ.ศ. 2543 (ฉบับที่ 2) ลงวันที่ 21 ธันวาคม 2543

ข้อ 19 ผู้ขออนุญาตต้องทำบัญชีแสดงผลการทำสุรา การใช้ และการนำวัตถุดิบเข้ามาในสถานที่ทำสุราตามแบบที่กรมสรรพสามิตกำหนด โดยยื่นตามแบบดังกล่าวทุกเดือนต่อกรมสรรพสามิต หรือสำนักงานสรรพสามิตจังหวัดที่ตั้งสถานที่ทำสุราภายในวันที่ 10 ของเดือนถัดไป

ข้อ 20 การปฏิบัติอย่างอื่นที่มีได้กำหนดไว้ในประกาศนี้ ให้กรมสรรพสามิตวางระเบียบเพื่อให้มีการปฏิบัติตามกฎหมายได้

ข้อ 21 ถ้ามีปัญหาอย่างใดอย่างหนึ่งเกี่ยวกับการบริหารงานสุรา รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังเป็นผู้วินิจฉัยชี้ขาด

ข้อ 22 ประกาศนี้ให้ใช้บังคับตั้งแต่วันที่ออกประกาศเป็นต้นไป

ประกาศ ณ วันที่ 12 ธันวาคม พ.ศ. 2544

(ลงชื่อ) ธารินทร์ นิมมานเหมินท์

รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลัง

ประกาศกระทรวงการคลัง

เรื่อง วิธีการบริหารสุรา พ.ศ. 2546 (ฉบับที่ 4)

ตามมติคณะรัฐมนตรีเมื่อวันที่ 21 มกราคม 2546 เห็นชอบนโยบายสนับสนุนเศรษฐกิจชุมชนของรัฐบาล โดยส่งเสริมการใช้ผลผลิตทางการเกษตรทำสุรากลั่นชุมชนของประชาชนในท้องถิ่นที่รวมกลุ่มกันจัดตั้งเป็นองค์กรที่เหมาะสมและถูกต้องตามกฎหมายเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมต่อเนื่อง ซึ่งเป็นการรับรองสิทธิขั้นพื้นฐานและเสรีภาพในการประกอบอาชีพของประชาชน กระทรวงการคลังจึงออกประกาศกำหนดวิธีการบริหารงานสุราสำหรับสุรากลั่นชุมชนไว้ดังต่อไปนี้

ข้อ 1 ตามประกาศนี้ "สุรากลั่นชุมชน" หมายความว่า สุรากลั่นชนิดสุราขาว และมีคุณสมบัติตามที่กำหนด ในประกาศนี้

"สถานที่ทำสุรา" หมายความว่า โรงงานสุราตามพระราชบัญญัติสุรา พ.ศ. 2493

หมวด 1 บทบัญญัติทั่วไป

ข้อ 2 ผู้ขออนุญาตทำสุราต้องมีคุณสมบัติอย่างใดอย่างหนึ่ง ดังต่อไปนี้

- 2.1 เป็นสหกรณ์
- 2.2 เป็นกลุ่มบุคคลธรรมดาผู้มีสัญชาติไทยตามกฎหมายเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชน
- 2.3 เป็นกลุ่มเกษตรกรที่จดทะเบียนตามพระราชบัญญัติสหกรณ์ พ.ศ. 2542 และมีภูมิลำเนาอยู่ในพื้นที่ที่สถานที่ทำสุรากลั่นชุมชนตั้งอยู่ขณะที่ขออนุญาต
- 2.4 เป็นนิติบุคคลตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ที่มีผู้ถือหุ้นทุกคนมีสัญชาติไทย และมีภูมิลำเนาอยู่ในพื้นที่ที่สถานที่ทำสุรากลั่นชุมชนตั้งอยู่ขณะที่ขออนุญาต
- 2.5 เป็นองค์กรเกษตรกรตามพระราชบัญญัติกองทุนฟื้นฟูและพัฒนาเกษตรกร พ.ศ. 2542 และมีภูมิลำเนาอยู่ในพื้นที่ที่สถานที่ทำสุรากลั่นชุมชนตั้งอยู่ขณะที่ขออนุญาต

ทั้งนี้ผู้ขออนุญาตทำสุรากลั่นชุมชน ต้องไม่ใช่ผู้ได้รับอนุญาตทำสุราที่ใช้เครื่องจักรที่มีกำลังรวมตั้งแต่ห้าแรงม้าขึ้นไปหรือใช้คนงานตั้งแต่เจ็ดคนขึ้นไป หรือกรณีที่ใช้เครื่องจักรและคนงานโดยตรงหรือโดยอ้อมของผู้ได้รับอนุญาตทำสุราดังกล่าวข้างต้น

ข้อ 3 สถานที่ทำสุรา ต้องมีลักษณะดังนี้

- 3.1 ต้องแยกออกจากส่วนที่ใช้อยู่อาศัยโดยชัดเจน

3.2 ต้องตั้งอยู่ในทำเลและสภาพแวดล้อมที่เหมาะสม มีบริเวณและพื้นที่เพียงพอที่จะทำสุราโดยไม่ก่อให้เกิดอันตราย เหตุเดือดร้อนรำคาญ หรือความเสียหายต่อบุคคลหรือทรัพย์สินของผู้อื่น

3.3 ต้องตั้งอยู่ห่างจากแหล่งน้ำสาธารณะไม่น้อยกว่า 100 เมตร

3.4 ต้องมีระบบบำบัดน้ำเสียที่ไม่ก่อให้เกิดมลภาวะต่อสิ่งแวดล้อม (กรมควบคุมมลพิษ ได้กำหนดแนวทางปฏิบัติและรูปแบบวิธีบำบัดน้ำเสียเบื้องต้นไว้แล้ว)

3.5 ต้องใช้เครื่องจักรที่มีกำลังรวมต่ำกว่าห้าแรงม้า หรือใช้คนงานน้อยกว่าเจ็ดคน หรือกรณีที่ใช้เครื่องจักรและคนงาน เครื่องจักรต้องมีกำลังรวมต่ำกว่าห้าแรงม้าและคนงานต้องน้อยกว่าเจ็ดคน

ข้อ 4 สุรากลั่นชุมชน ต้องมีคุณสมบัติดังนี้

4.1 ต้องมีแอลกอฮอล์เกินกว่าสิบห้าดีกรี แต่ไม่เกินสี่สิบดีกรี

4.2 ต้องมีปริมาณเมทิลแอลกอฮอล์ ฟิวเซลอยล์ เฟอร์ฟิวรัล เอสเทอร์ แอลดีไฮด์ เอทิลคาร์บอนเนต วัตถุเจือปนอาหารประเภทกรดเบนซอิก และสารปนเปื้อนในน้ำสุรา โดยเฉพาะสารหนูและตะกั่วไม่เกินมาตรฐานที่กระทรวงอุตสาหกรรมกำหนด

หมวด 2 การก่อสร้างสถานที่ทำสุรากลั่นชุมชน

ข้อ 5 ผู้ขออนุญาตทำสุรากลั่นชุมชนต้องยื่นคำขออนุญาตสร้างสถานที่ทำสุราต่ออธิบดีกรมสรรพสามิต หรือผู้ที่ได้รับมอบหมาย พร้อมด้วยหลักฐานและเอกสาร ดังต่อไปนี้

5.1 แผนผังแสดงสถานที่ตั้งโดยสังเขป การติดตั้งอุปกรณ์ การหมักสุรา เครื่องต้มกลั่นสุรา รวมทั้งเครื่องจักรและอุปกรณ์อื่น ๆ ในการทำสุรา

5.2 แผนผังการก่อสร้างระบบบำบัดน้ำเสียตามที่กล่าวใน 3.4

ข้อ 6 เมื่อได้รับอนุญาตจากอธิบดีกรมสรรพสามิต หรือผู้ที่ได้รับมอบหมายแล้วแต่กรณี ผู้รับอนุญาตต้องเริ่มดำเนินการทำสุรากลั่นชุมชนภายในระยะเวลาที่กำหนดในหนังสืออนุญาตซึ่งต้องไม่เกินสามสิบหกเดือนนับแต่ได้รับหนังสืออนุญาตจากกรมสรรพสามิต แต่ทั้งนี้ผู้รับอนุญาตทำสุราต้องแจ้งเป็นหนังสือให้อธิบดีกรมสรรพสามิตหรือผู้ที่ได้รับมอบหมายทราบล่วงหน้าก่อนเปิดดำเนินการไม่น้อยกว่าสิบห้าวัน

ถ้าผู้ไม่ปฏิบัติตามกำหนดเวลาที่ระบุไว้ข้างต้น ให้ถือว่าสละสิทธิการได้รับอนุญาตทำสุรากลั่นชุมชน และจะเรียกร้องค่าเสียหายใดๆ จากทางราชการไม่ได้

หมวด 3 การทำและขายสุรากลั่นชุมชน

ข้อ 7 ก่อนดำเนินการทำและขายสุรากลั่นชุมชน ผู้ได้รับอนุญาตต้องทำสัญญาว่าด้วยการอนุญาตให้ทำและขายสุรากลั่นชุมชนกับอธิบดีกรมสรรพสามิต หรือผู้ที่ได้รับมอบหมายตามแบบและเงื่อนไข ที่อธิบดีกรมสรรพสามิตกำหนด

ข้อ 8 สุรากลั่นชุมชน จะต้องทำขึ้นโดยวิธีการดังต่อไปนี้

8.1 นำวัตถุดิบจำพวกข้าวหรือแป้ง หรือผลไม้ หรือน้ำผลไม้ หรือผลผลิตทางการเกษตรอื่นๆ ไปหมักกับเชื้อสุรา เพื่อให้เกิดมีแรงแอลกอฮอล์ตามต้องการ

8.2 นำสุราที่ได้ตาม 8.1 ไปต้มกลั่นโดยใช้เครื่องต้มกลั่นสุราที่ติดตั้งในสถานที่ทำสุราที่ได้รับอนุญาต

ข้อ 9 สุรากลั่นชุมชนที่ผลิตได้แล้วก่อนนำออกจากสถานที่ทำสุรา ผู้ได้รับอนุญาตต้องส่งตัวอย่างให้หน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่ง เพื่อทำการตรวจวิเคราะห์คุณภาพก่อน ดังต่อไปนี้

9.1 กรมสรรพสามิต กรมวิชาการเกษตร สถาบันราชภัฏ กรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ กรมวิทยาศาสตร์บริการ หรือหน่วยงานของกรม หรือสถาบันดังกล่าว

9.2 หน่วยงานอื่นทั้งภาครัฐและเอกชนที่กรมสรรพสามิตให้ความเห็นชอบ สำหรับค่าใช้จ่ายในการตรวจวิเคราะห์คุณภาพดังกล่าว ให้ผู้ได้รับอนุญาตเป็นผู้รับผิดชอบ

ข้อ 10 สุรากลั่นชุมชนที่จะนำออกจากสถานที่ทำสุราต้องบรรจุในภาชนะซึ่งต้องมีความเหมาะสม สะอาด ปิดให้สนิท และไม่ทำปฏิกิริยากับสุราและผลิตภัณฑ์ที่บรรจุนั้น และสามารถปิดแฉกมปีสุราที่ปากภาชนะบรรจุได้

ข้อ 11 ฉลากที่ใช้ปิดภาชนะบรรจุสุรายน้อยต้องมีข้อความดังต่อไปนี้

11.1 ชื่อประเภทผลิตภัณฑ์ว่า "สุรากลั่นชุมชน"

11.2 ชนิดสุร่าว่าเป็น "สุราขาว"

11.3 ชื่อสุรา

11.4 ส่วนประกอบหลัก หรือวัตถุดิบที่ใช้ทำสุรานั้น

11.5 แรงแอลกอฮอล์เป็นดีกรี หรือร้อยละโดยปริมาตร

11.6 ปริมาตรสุทธิ

11.7 วันเดือนปีที่ทำหรือผลิต หรือรหัสรุ่นที่บรรจุ

11.8 คำเตือนตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกำหนด เช่น การดื่มสุราทำให้ความ

สามารถในการ ขับขี่ยานพาหนะลดลง

11.9 ชื่อผู้ได้รับอนุญาต และชื่อสถานที่ทำสุรา (ถ้ามี)

11.10 ที่ตั้งของสถานที่ทำสุรา

11.11 เครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียน (ถ้ามี)

ข้อ 12 ผู้ได้รับอนุญาตต้องแจ้งราคาขาย ณ สถานที่ทำสุรา รวมทั้งเงินหรือผลประโยชน์อื่นใด ที่อาจคำนวณได้เป็นเงินได้ซึ่งผู้ซื้อชำระให้หรือให้ด้วยประการใดๆ ให้อธิบดีกรมสรรพสามิต หรือผู้ที่ได้รับมอบหมาย ตามแบบและระยะเวลาที่กรมสรรพสามิตกำหนด

ข้อ 13 ผู้ได้รับอนุญาตมีหน้าที่ต้องเสียค่าธรรมเนียมใบอนุญาตประจำปี และปฏิบัติตามกฎหมาย และระเบียบที่เกี่ยวข้องกับค่าธรรมเนียมและภาษีสุรา

ข้อ 14 ผู้ได้รับอนุญาตต้องปิดแสตมป์สุราที่ภาชนะบรรจุในภาชนะเสร็จ ทั้งนี้ภายใต้การควบคุมของพนักงานเจ้าหน้าที่

ข้อ 15 ผู้ได้รับอนุญาตจะต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ และเงื่อนไขในข้อ 8 ข้อ 9 ข้อ 10 ข้อ 11 ข้อ 12 ข้อ 13 และข้อ 14 จึงจะมีสิทธินำสุรากลั่นชุมชนออกจากสถานที่ทำสุราเพื่อจำหน่าย ได้ที่วราชอาณาจักร เว้นแต่อธิบดีกรมสรรพสามิตสั่งการเป็นอย่างอื่น หรือกรณีนำสุรากลั่นชุมชนออกจากสถานที่ทำสุราเพื่อใช้เป็นตัวอย่างตามข้อ 9

หมวด 4 เบ็ดเตล็ด

ข้อ 16 การรับ การนำส่ง และการนำฝากเงินค่าภาษีสุรา เงินประกันการปฏิบัติตามสัญญา เงินค่าปรับตามสัญญา และเงินอื่นใด ให้เป็นไปตามระเบียบที่กรมสรรพสามิตและกรมบัญชีกลางกำหนด

ข้อ 17 การขออนุญาตก่อสร้างโรงงานผลิตสุรากลั่นที่ใช้เครื่องจักรมีกำลังรวมตั้งแต่ห้าแรงม้าขึ้นไป หรือใช้คนงานตั้งแต่เจ็ดคนขึ้นไป หรือกรณีที่ใช้เครื่องจักรและคนงาน เครื่องจักรมีกำลังรวมตั้งแต่ห้าแรงม้าขึ้นไป และใช้คนงานตั้งแต่เจ็ดคนขึ้นไป และการทำและขายส่งสุรากลั่นที่เป็นการประกอบกิจการขนาดใหญ่ หรือไม่เป็นไปตามเงื่อนไข ให้ดำเนินการตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขเดิมที่กระทรวงการคลังได้กำหนดไว้ก่อนแล้ว ตามประกาศกระทรวงการคลัง เรื่อง วิธีการบริหารงานสุรา พ.ศ. 2543 ลงวันที่ 6 ตุลาคม 2543

ข้อ 18 ผู้ได้รับอนุญาตต้องทำบัญชีแสดงผลการทำสุรา การใช้ และการนำวัตถุดิบเข้ามาในสถานที่ทำสุราตามแบบที่กรมสรรพสามิตกำหนด โดยยื่นบัญชีตามแบบดังกล่าวทุกเดือนต่ออธิบดีกรมสรรพสามิต หรือผู้ที่ได้รับมอบหมายภายในวันที่สิบของเดือนถัดไป

ข้อ 19 การปฏิบัติอย่างอื่นที่มีได้กำหนดไว้ในประกาศนี้ให้เป็นไปตามระเบียบที่อธิบดีกรมสรรพสามิตกำหนด

ข้อ 20 ในกรณีมีข้อโต้แย้งเกี่ยวกับการบังคับใช้ตามประกาศฉบับนี้ ให้รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังเป็นผู้วินิจฉัยชี้ขาด

ข้อ 21 ประกาศนี้ให้ใช้บังคับตั้งแต่วันออกประกาศเป็นต้นไป

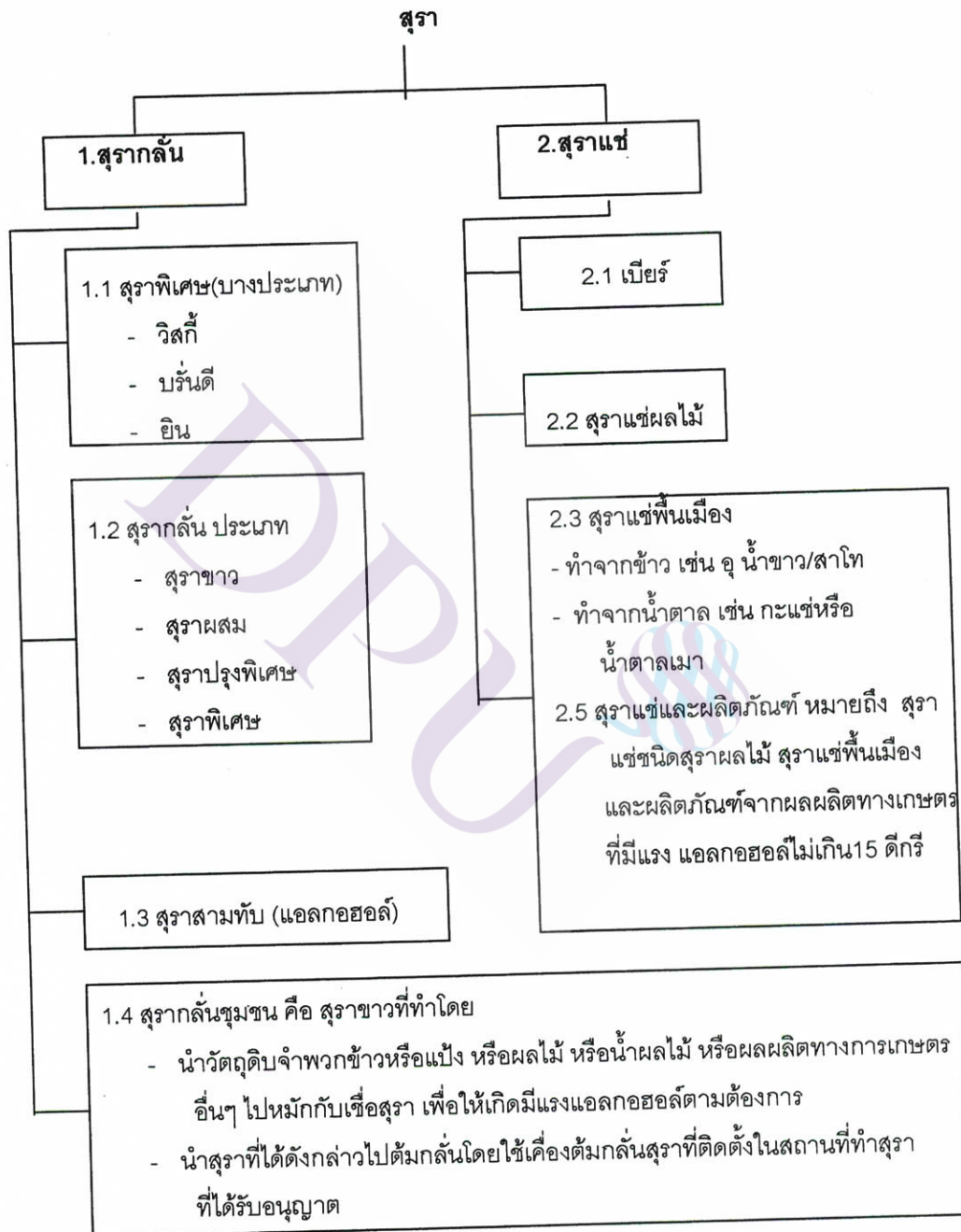
ประกาศ ณ วันที่ 21 มกราคม พ.ศ.2546
(ลงชื่อ) ร้อยเอกสุชาติ เชาววิศิษฏ์
รัฐมนตรีช่วยว่าการรักษาราชการแทน
รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลัง

DPU



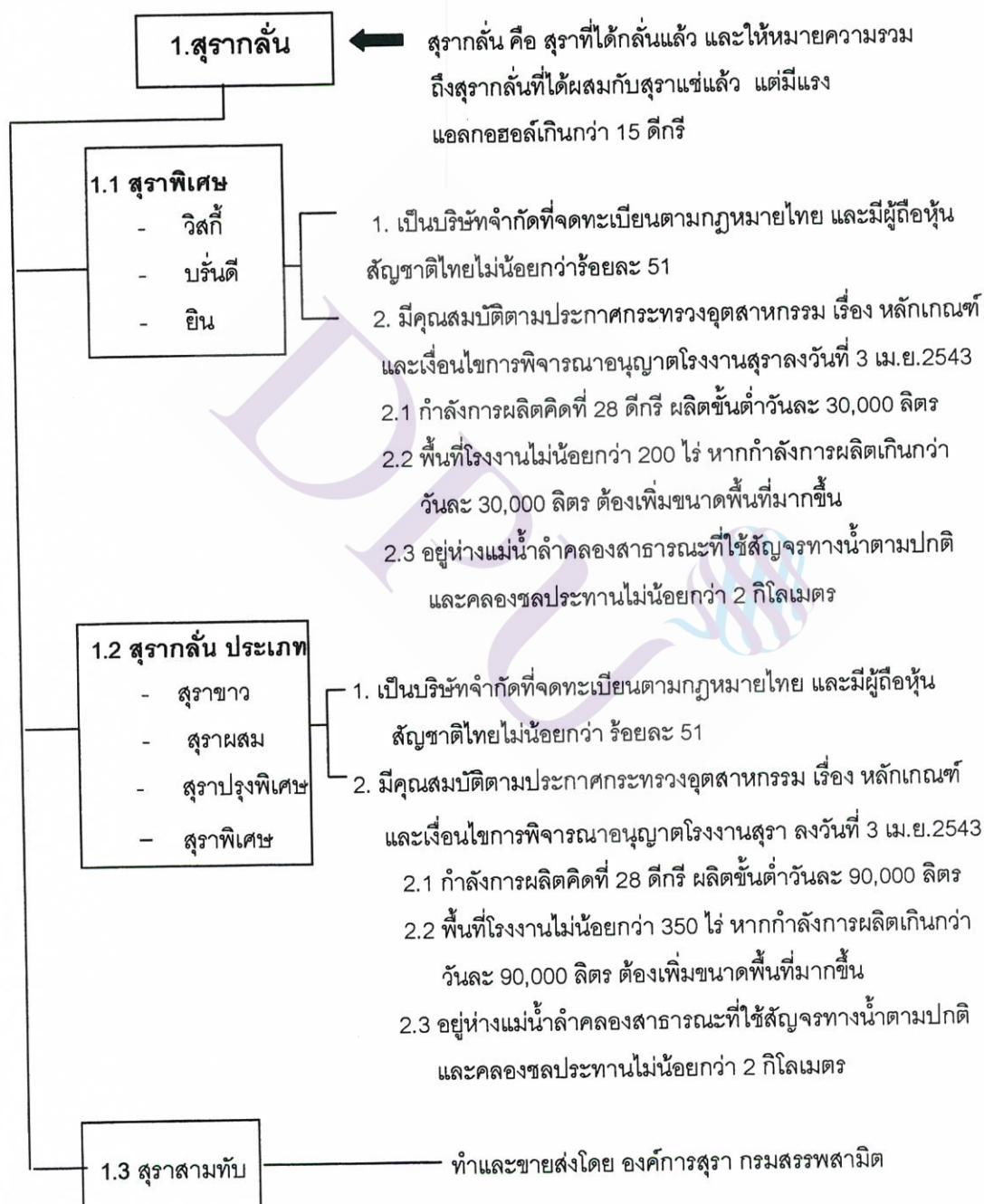
ภาคผนวก ข

ภาพที่ 6
ประเภทสุร่าจำแนกตามประกาศกระทรวงการคลัง



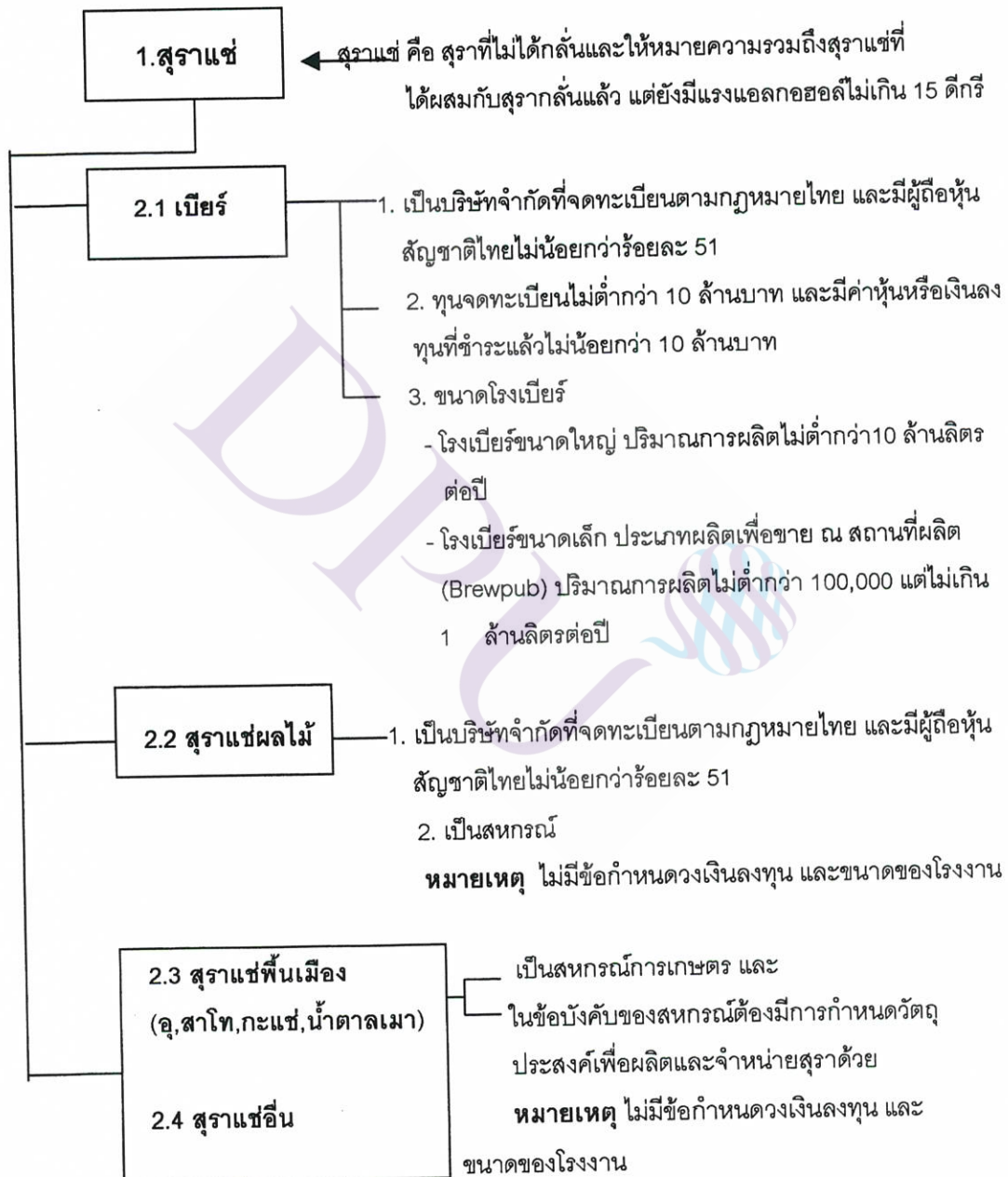
ภาพที่ 7

คุณสมบัติผู้ขออนุญาตทำและขายส่งสุรากลั่น
ตามประกาศกระทรวงการคลัง เรื่อง วิธีการบริหารงานสุรา พ.ศ.2543



ภาพที่ 8

คุณสมบัติผู้ขออนุญาตทำและขายส่งสุราแช่
 ตามประกาศกระทรวงการคลัง เรื่อง วิธีการบริหารงานสุรา พ.ศ.2543
 ประกาศกระทรวงการคลัง เรื่อง วิธีการบริหารงานสุรา พ.ศ.2543 (ฉบับที่ 2)



ภาคผนวก ค

ตารางที่ 21 แสดงข้อมูลทั่วไปและกรรมการ บริษัท แสงโสม จำกัด

ประเภท	บริษัทจำกัด
วันเดือนปีที่จดทะเบียน	23 กุมภาพันธ์ 2515
เลขทะเบียนนิติบุคคล	114/2515 BOL(c)2000
ทุนจดทะเบียน	7,500,000,000 บาท BOL(c)2000
ประเภทธุรกิจ	ผลิต และขายส่งสุรา
ที่ตั้ง(กระทรวง)	14 ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร
ที่ตั้ง (สบข.3)	14 ซ.ยาสูบ 1 ถ.วิภาวดีรังสิต แขวงลาดยาว เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร 10900
โทรศัพท์	0-2272-2051
ผู้มีอำนาจตามสบข. 3	นายโกเมน ตันติวิวัฒน์พันธ์
ที่อยู่ผู้มีอำนาจ	21-23 ถ.นเรศวร ต.หมากแข้ง อ.เมือง จ.อุดรธานี 41000
ผู้มีอำนาจ	กรรมการสองคนลงลายมือชื่อร่วมกันและประทับตรา สำคัญของบริษัท
กรรมการ	นายเจริญ สิริวิวัฒน์ภักดี นายโกเมน ตันติวิวัฒน์พันธ์ นายวานิช ไชยวรรณ นางนงลักษณ์ ภัทรประสิทธิ์ นางสาวกนกนาฏ รังษีเทียนไชย นางสาวอาทิตนธ์ สิริวิวัฒน์ภักดี นางสาวสุภาณี สิริวิวัฒน์ภักดี นายเฉลิม พรรัชกิจ นายชูเกียรติ ตั้งพงศ์ปราชญ์ นายประสาร แสงวิริยากุล นายวีระศักดิ์ อุ่นจิตต์ นายสมศักดิ์ อัครวีระกุล

ข้อมูล ณ วันที่ 26 พฤศจิกายน 2547

ที่มา : กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์

ตารางที่ 22 แสดงรายชื่อผู้ถือหุ้นหลัก บริษัท แสงโสม จำกัด

รายชื่อผู้ถือหุ้นหลัก	ร้อยละ
วิน แอลไลต์ อินเตอร์เนชั่นแนล อิงค์	27.4492
วิวัฒนพัฒน์เทรดดิ้ง จำกัด	25.0000
นาย เจริญ สิริวัฒนภักดี	14.7713
คุณหญิง วรรณภา สิริวัฒนภักดี	8.1508
นาย วิวัฒน์ เตชะไพฑูริย์	3.7426
นาย ไพศาล ชีวะศิริ	1.6642
นาง ศิริลักษณ์ ไม้ไทย	1.5811
ซี.แลงก์ จำกัด	1.4908
นาย โกเมน ตันติวิวัฒนพันธ์	1.0484
ริมเพ ดิเวลลอปเม้นต์ จำกัด	1.0069
กลุ่มไทยไลฟ์ จำกัด	.9516
ภัทรลานนา จำกัด	.9073
นาง วงศ์ชนก วีระกุล	.8624
นาง วันทนีย์ ชีวะศิริ	.8018
พัฒนาทรัพย์สิน จำกัด	.7927
ภัทรเกียรติไกร จำกัด	.6346
นาย สมชาย ตันติวิวัฒนพันธ์	.5371
นาย กฤษฎา ตันติวิวัฒนพันธ์	.5220
นาย ชาญชัย ตันติวิวัฒนพันธ์	.5220
นาง หทัยา มินสุข	.5220
นาง อรมาศ สุวรรณวิฑู	.5220
นาง วันวิสาข์ ตันติวิวัฒนพันธ์	.5220
นางสาว อูมาพร ตันติวิวัฒนพันธ์	.5220
นาย วิศิษฐ์ ภัทรประสิทธิ์	.5000
นาย วิชาส ตันติวิวัฒนพันธ์	.4755
นาย วิระ ตันติวิวัฒนพันธ์	.4755
นาย วิศิษฐ์ ตันติวิวัฒนพันธ์	.4755

ตารางที่ 23 แสดงรายชื่อกรรมการ ผู้ถือหุ้นหลัก และสัดส่วนการถือหุ้นในบริษัทผลิต
และจำหน่ายสุราในเครือบริษัทแสงโสม

บริษัท	รายชื่อกรรมการ	ผู้ถือหุ้น	สัดส่วนถือหุ้น (%)
บ.เทพอรุณทัย จำกัด	นายณรงค์ ศรีสอ้าน นายไพศาล ชีวะศิริ นายวิวัฒน์ เตชะไพบูลย์ นายสมุทรร หัตถสิงห์ นายภูษชงค์ ชาญธนากิจ นายปณต สิริวัฒนภักดี นายสมศักดิ์ แซ่ก๊วย นายสุพรรณ ชาดตระกูล นายพีรพงศ์ ศิริการบัณฑิตย์ นายจรินทร์ สกุลวานิชพร นางสาวจิตติยา ชูตินันทกุล	บ.แสงโสม จำกัด	100
บ.มงคลสมัย จำกัด	คุณหญิงวรรณา สิริวัฒนภักดี นายโกเมน ตันติวิวัฒน์พันธ์ นายวานิช ไชยวรรณ นางนงลักษณ์ ภัทรประสิทธิ์ น.ส.นกนาฏ รังษีเทียนไชย น.ส.อาทิตนันท์ สิริวัฒนภักดี น.ส.ฐาปณี สิริวัฒนภักดี นายเฉลิม พรรัชกิจ นายชูเกียรติ ตั้งพงศ์ประาษฎ์ นายประสาร แสงวิริยากุล นายวีระศักดิ์ อุ่นจิตต์ นายสมศักดิ์ อัครวิธากุล	บ.แสงโสม จำกัด	100

ตารางที่ 23 (ต่อ)

บ.กาญจนสิงขร จำกัด	คุณหญิงวรรณมา สิริวัฒนภักดี นายโกเมน ตันติวิวัฒน์พันธ์ นายวานิช ไชยวรรณ นางนงลักษณ์ ภัทรประสิทธิ์ น.ส.กนกนาฏ รังษีเทียนไชย น.ส.อาทิตย์ สิริวัฒนภักดี น.ส.ฐาปณี สิริวัฒนภักดี นายเฉลิม พรวิรัชกิจ นายชูเกียรติ ตั้งพงศ์ประาษฎ์ นายประสาร แสงวิริยากุล นายวีระศักดิ์ อุ่นจิตต์ นายสมศักดิ์ อัครวิธรากุล	บ.แสงโสม จำกัด	100
บ.นทีชัย จำกัด	นายเจริญ สิริวัฒนภักดี นายฐาปน สิริวัฒนภักดี นายกฤษฏา ตันติวิวัฒน์พันธ์ นายเกษมสันต์ วีระกุล นายสวัสดิ์ โสภะ นายสิทธิชัย ชัยเกรียงไกร นายอวยชัย ตันทโอภาส นายปราโมทย์ ธรรมมนตรี นายประเสริฐ มัทธนากุล นายสมศักดิ์ วัฒนสุนทรกุล	บ.แสงโสม จำกัด	100
บ.โรงงานสุราบางยี่ขัน จำกัด	นายณรงค์ ศรีธำชาน นายไพศาล ชีวะศิริ นายวิวัฒน์ เตชะไพบูลย์ นายสมุทรร ทัตถสิงห์ นายภูษงค์ ชาญธนากิจ นายปณต สิริวัฒนภักดี นายสมศักดิ์ แซ่ก๊วย นายสุพรรณ ชาดตระกูล นายพีรพงศ์ ศิริการบัณฑิตย์ นายจรินทร์ สกุลวานิชพร นางสาวจิตติยา ชูตินันทกุล	บ.แสงโสม จำกัด	100

ตารางที่ 23 (ต่อ)

บ.หลักชัยค้าสุราจำกัด	นายเจริญ สิริวัฒนภักดี นายสุภาพน สิริวัฒนภักดี นายกฤษฎา ตันติวัฒนภักดี นายเกษมสันต์ วีระกุล นายสวัสดิ์ โสภะ นายสิทธิชัย ชัยเกรียงไกร นายอวยชัย ตันทโอภาส นายปราโมทย์ หรรษมนตร์ นายประเสริฐ มหัทธกุล นายสมศักดิ์ วัฒนสุนทรกุล	บ.แสงโสม จำกัด	100
บ.อธิมาตร จำกัด	นายณรงค์ ศรีธำมาน นายไพศาล ชีวะศิริ นายวิวัฒน์ เตชะไพฑูริย์ นายสมุทรร ทัตถสิงห์ นายภูษชงค์ ชาญธนาภิจ นายปณต สิริวัฒนภักดี นายสมศักดิ์ แซ่ก้วย นายสุพรรณ ชาติตระกูล นายพีรพงศ์ ศิริการบัณฑิตย์ นายจรินทร์ สกุลวานิชพร นางสาวจิตติยา ชูตินันทกุล	บ.แสงโสม จำกัด	100
บ.เฟื่องฟูอนันต์ จำกัด	นางสาววรรณดา ดำรงเสถียร นางสาวปราณี นิลจันทร์ นายสมศักดิ์ อัครวิฑูรกุล นายเกียรติ เอี่ยมสกุลรัตน์	บ.สุรากระทิงแดง (1988) จำกัด	100

ตารางที่ 23 (ต่อ)

บ.ธนนกดี จำกัด	คุณหญิงวรรณมา สิริวัฒนภักดี นายโกเมน ตันติวิวัฒนพันธ์ นายวานิช ไชยวรรณ นางนงลักษณ์ ภัทรประสิทธิ์ น.ส.กนกนาฏ รังษีเทียนไชย น.ส.อาทิตนันทน์ สิริวัฒนภักดี น.ส.ฐาปณี สิริวัฒนภักดี นายเฉลิม พรวิรัชกิจ นายชูเกียรติ ตั้งพงศ์ประาษฎ์ นายประสาร แสงวิริยากุล นายวีระศักดิ์ อุ่นจิตต์ นายสมศักดิ์ อัครวิธรากุล	บ.แก่นขวัญ จำกัด บ.แสงโสม จำกัด	75 25
บ.แก่นขวัญ จำกัด	นายณรงค์ ศรีธำมาน นายไพศาล ชีวะศิริ นายวิวัฒน์ เตชะไพบุลย์ นายสมุทร หัตถสิงห์ นายภูซงค์ ชาญธนากิจ นายปณต สิริวัฒนภักดี นายสมศักดิ์ แซ่ก๊วย นายสุพรรณ ชาดตระกูล นายพีรพงศ์ ศรีการบัณฑิตย์ นายจรินทร์ สกุลวานิชพร นางสาวจิตติยา ชูตินันทกุล	นาย เกรียงศักดิ์ เหลืองอังกูร นาย สมเกียรติ ลีลาสุขารมย์ นาง จุรีรัตน์ เหลืองอังกูร นาย เกียรติศักดิ์ เหลืองอังกูร นาง นุชชานา เหลืองอังกูร นาง อุดมศรี ลีลาสุขารมย์ นาง จิตรา ลีลาสุขารมย์	91.6667 91.6667 .6667 .6667 .6667 .6667 .6667

ที่มา : กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์, 2547