แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรม ปี 2567-69

อุตสาหกรรมเครื่องดื่ม



พฤศจิกายน 2566

วิจัยกรุงศรี

ผู้เขียน

ศุภกร กรบุญไตรทศ

นักวิเคราะห์

suppakorn.kornboontritos@krungsri.com

+662 296 2000 Ext. 10262

krungsri Research

เครือ MUFG หนึ่งใน สถาบันการเงินที่ใหญ่ที่สุดของโลก

Subscribe Us

สมัครสมาชิกวิจัยกรุงศรี...

krungsri.research@krungsri.com

คำสงวนสิทธิ์

เนื้อหาและข้อมูลใดๆ ทั้งหมดที่ปรากฏในรายงานฉบับนี้ หากมิได้ระบุไว้เป็นอย่างอื่น ถือเป็นลิขสิทธิ์ของวิจัยกรุงศรี ห้ามมิให้ผู้ใดกระทำการใดๆ เกี่ยวข้องกับเนื้อหา สำเนา หรือดัดแปลงแก่บุคคลอื่นโดยมิได้รับอนุญาตเป็นลายลักษณ์อักษรจากวิจัยกรุงศรี รายงานฉบับนี้จัดทำขึ้นโดยอาศัยข้อมูลจากแหล่งที่เชื่อหรือควรเชื่อว่ามีความน่าเชื่อถือ อย่างไรก็ตาม วิจัยกรุงศรีไม่อาจรับรองความครบถ้วนสมบูรณ์หรือความถูกต้องของข้อมูลดังกล่าว อีกทั้งไม่รับผิดชอบต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นทั้งทางตรงหรือทางอ้อมจากการใช้รายงานฉบับนี้หรือเนื้อหาในรายงานฉบับนี้ ข้อมูล ความคิดเห็น และการประมาณการที่ปรากฏในรายงานนี้ถือเป็นความคิดเห็นของวิจัยกรุงศรี ไม่จำเป็นต้องสอดคล้องกับ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) และบริษัทในเครือ ความคิดเห็นในรายงานฉบับนี้เป็นไปตามสถานการณ์ปัจจุบัน ณ วันที่มีการเผยแพร่รายงาน วิจัยกรุงศรีขอสงวนสิทธิ์ในการเปลี่ยนแปลงโดยมิต้องแจ้งให้ทราบล่วงหน้า

EXECUTIVE SUMMARY



อุตสาหกรรมเครื่องดื่มของไทยฟื้นพาตลาดในประเทศกว่า 79% ของปริมาณจำหน่ายทั้งหมด โดยในปี 2565 สถานการณ์การผลิตและจำหน่ายโดยรวมเริ่มฟื้นตัว หลังจากการแพร่ระบาดของ COVID-19 คลี่คลาย และกิจกรรมทางเศรษฐกิจกลับมาดำเนินได้ตามปกติ แต่ในช่วง 8 เดือนแรกของปี 2566 ภาวะการผลิตและจำหน่ายโดยรวมปรับลดลงตามภาวะกำลังซื้อที่ได้รับผลกระทบจากค่าครองชีพสูง รวมทั้งการปรับขึ้นราคาสินค้าจากต้นทุนที่เพิ่มขึ้นและมาตรการขึ้นภาษีควบคุมความหวาน โดยในปี 2567-2569 การผลิตมีแนวโน้มขยายตัวเล็กน้อยเฉลี่ย 1.5-2.5% ต่อปี โดยการจำหน่ายในประเทศจะขยายตัว 3.0-4.0% ต่อปี จาก (1) การฟื้นตัวเต็มรูปแบบของกิจกรรมภาคธุรกิจ โดยเฉพาะธุรกิจร้านอาหาร โรงแรม ผับและบาร์ (2) สภาวะอากาศที่ร้อนขึ้นจากผลกระทบของภาวะ El Niño และ (3) การขยายตัวของเมืองและร้านสะดวกซื้ออย่างต่อเนื่อง ด้านการส่งออกมีแนวโน้มเติบโต 1.5-2.5% ต่อปี จากการทยอยเปิดด่านการค้าระหว่างชายแดนของประเทศเพื่อนบ้านซึ่งกำลังฟื้นตัว อย่างไรก็ตามการขยายตัวของผลผลิตจากการลงทุนในต่างประเทศของผู้ประกอบการไทยที่ผ่านมาอาจทำให้การส่งออกเติบโตได้ไม่มากนัก

มุมมองวิจัยกรุงศรี

แนวโน้มผลประกอบการผู้ผลิตเครื่องดื่มโดยรวมของไทยในปี 2567-2569 มีทิศทางฟื้นตัวแบบค่อยเป็นค่อยไป ตามสภาพเศรษฐกิจ อุตสาหกรรมร้านอาหาร และการท่องเที่ยวในประเทศกลับมาฟื้นตัว แต่อาจเผชิญต้นทุนน้ำและวัตถุดิบเกษตรที่สูงขึ้นจากภาวะ El Niño ที่จะรุนแรงขึ้น

- **ผู้ผลิตน้ำดื่มและน้ำแร่บรรจุขวด**: คาดว่ารายรับจะเพิ่มขึ้น จากการฟื้นตัวของเศรษฐกิจในประเทศและการท่องเที่ยวที่ช่วยหนุนอุปสงค์ต่อน้ำดื่ม โดยเฉพาะจากธุรกิจร้านอาหาร โรงแรม และสถานบันเทิง รวมถึงความต้องการของผู้บริโภคที่คำนึงถึงความสะอาด ไม่ปนเปื้อน โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตที่มีแบรนด์น่าเชื่อถือและมีมาตรฐานการผลิตสูง นอกจากนี้ความต้องการน้ำสะอาดจากประเทศ CLMV ซึ่งเป็นคู่ค้าหลักจะมีทิศทางฟื้นตัวหลังจากการค้าชายแดนกลับมาปกติ
- **ผู้ผลิตน้ำอัดลม**: กิจกรรมภาคธุรกิจที่กระเตื้องขึ้นท่ามกลางอุณหภูมิที่มีแนวโน้มปรับสูงขึ้น ทำให้ผู้บริโภคหันมาบริโภคเครื่องดื่มที่ทำให้รู้สึกสดชื่นมากขึ้น แม้จะมีผลกระทบจากมาตรการภาษีความหวาน แต่ผู้ผลิตหลายรายได้ปรับตัวหันไปใช้สารให้ความหวานทดแทนน้ำตาลมากขึ้น รวมทั้งการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ สำหรับกลุ่มผู้รักสุขภาพ อาทิ น้ำอัดลมผสมวิตามิน น้ำอัดลมแต่งกลิ่น/รสชาติเลียนแบบแอลกอฮอล์ และโซดารสผลไม้ต่างๆ จะช่วยหนุนให้รายได้มีแนวโน้มปรับดีขึ้น

- **ผู้ผลิตเบียร์**: รายได้คาดว่าจะฟื้นตัวอย่างค่อยเป็นค่อยไป โดยมีแรงหนุนจากธุรกิจร้านอาหาร ผับ บาร์ และสถานที่เที่ยวกลางคืนที่กลับมาดำเนินกิจการได้ตามปกติรองรับกิจกรรมการพบปะสังสรรค์ที่จะมีมากขึ้นเป็นลำดับ รวมถึงการออกผลิตภัณฑ์ที่มีหลากหลายและรสชาติแปลกใหม่เพื่อกระตุ้นความสนใจของผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม ต้นทุนวัตถุดิบเกษตรที่สูงขึ้นจากภาวะภัยแล้ง อาจจะกดดันความสามารถในการทำกำไร
- **ผู้ผลิตสุรา**: ปริมาณการบริโภคที่มีแนวโน้มลดลง จากราคาที่มีแนวโน้มปรับเพิ่มขึ้นตามต้นทุนวัตถุดิบ ในภาวะที่ผู้บริโภคยังระมัดระวังการใช้จ่ายฟุ่มเฟือย ประกอบกับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่หันไปเน้นเครื่องดื่มเชิงสุขภาพมากขึ้นแทน กดดันให้ผู้ผลิตมีแนวโน้มต้องเร่งพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยเพิ่มคุณภาพของส่วนผสมของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เพื่อเพิ่มความพึงพอใจและประสบการณ์ที่ดีในการบริโภคมากขึ้น.



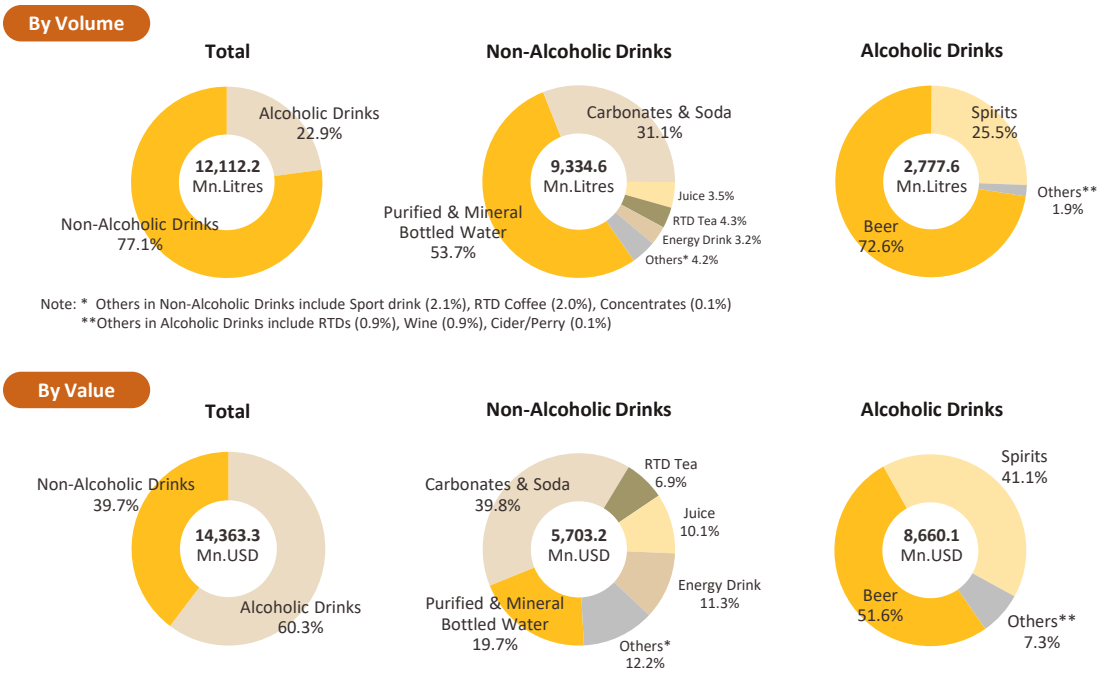
ข้อมูลพื้นฐาน

อุตสาหกรรมเครื่องดื่มของไทยมีสัดส่วนของปริมาณการผลิตภายในประเทศ 98.3% **ของปริมาณเครื่องดื่มที่บริโภคในประเทศทั้งหมด โดยเน้นผลิตเพื่อจำหน่ายในประเทศเป็นหลัก คิดเป็นสัดส่วน** 78.7%[1/] **ของปริมาณการผลิตทั้งหมดของไทย ส่วนที่เหลือเป็นการผลิตเพื่อส่งออก ขณะที่ปริมาณการนำเข้ามีสัดส่วนเพียง** 1.7% **ของปริมาณการจำหน่ายเครื่องดื่มในประเทศทั้งหมด โดยมีสัดส่วนปริมาณนำเข้าเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ คิดเป็นสัดส่วน** 43:57 **ในเชิงปริมาณ และ** 20:80 **ในเชิงมูลค่า** ในปี 2565 อุตสาหกรรมเครื่องดื่มในไทยมีโรงงานที่จดทะเบียนกับกรมโรงงานอุตสาหกรรมจำนวน 393 แห่ง ส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในพื้นที่ภาคกลางเป็นหลัก โดยจังหวัดนครปฐมมีการจัดตั้งโรงงานเครื่องดื่มมากที่สุดจำนวน 38 โรงงาน รองลงมาได้แก่ ปทุมธานี (30 โรงงาน) ชลบุรี (29 โรงงาน) พระนครศรีอยุธยา (24 โรงงาน) สมุทรสาคร (18 โรงงาน) และกรุงเทพฯ (18 โรงงาน) จำนวนโรงงานเครื่องดื่มทั้งหมดแบ่งเป็น 1) **โรงงานเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์** 332 **แห่ง คิดเป็น** 84% **ของจำนวนโรงงานผลิตเครื่องดื่มทั้งหมด** และ 2) **โรงงานผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์** 61 **แห่ง คิดเป็น** 16% **ของจำนวนโรงงานผลิตเครื่องดื่มทั้งหมด**

ในปี 2565 **ปริมาณจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในประเทศของไทยอยู่ที่** 12,112.2 **ล้านลิตร คิดเป็นมูลค่า** 14,363.3 **ล้านดอลลาร์สหรัฐ**[2/] แบ่งเป็นเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ คิดเป็นสัดส่วน 77:23 ในเชิงปริมาณ และ 40:60 ในเชิงมูลค่า (รูปที่ 1) มีรายละเอียดดังนี้

- **เครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์** มีปริมาณการจำหน่ายในประเทศ 9,334.6 ล้านลิตร คิดเป็น 5,703.2 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยมีสัดส่วน 77.1% และ 39.7% ในเชิงปริมาณและเชิงมูลค่าของการจำหน่ายเครื่องดื่มทั้งหมดของไทยตามลำดับ โดยผลิตภัณฑ์หลักเป็นน้ำดื่มและน้ำแร่บรรจุขวดซึ่งมียอดจำหน่ายรวมกัน 5,008.8 ล้านลิตร คิดเป็น 53.7% ของปริมาณจำหน่ายเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ทั้งหมด รองลงมา ได้แก่ น้ำอัดลมและโซดา (31.1%) ชาพร้อมดื่ม (4.3%) น้ำผลไม้ (3.5%) เครื่องดื่มชูกำลัง (3.2%) และเครื่องดื่มอื่นๆ (4.2%) ตามลำดับ

Figure 1: Thailand's Beverage Domestic Consumption (2022)



Note: * Others in Non-Alcoholic Drinks include Sport drink (2.1%), RTD Coffee (2.0%), Concentrates (0.1%)
**Others in Alcoholic Drinks include RTDs (0.9%), Wine (0.9%), Cider/Perry (0.1%)

Note: * Others in Non-Alcoholic Drinks include Sport drink (4.3%), RTD Coffee (6.7%), Concentrates (1.2%)
**Others in Alcoholic Drinks include Wine (6.2%), RTDs (1.0%), Cider/Perry (0.1%)

Source: Euromonitor

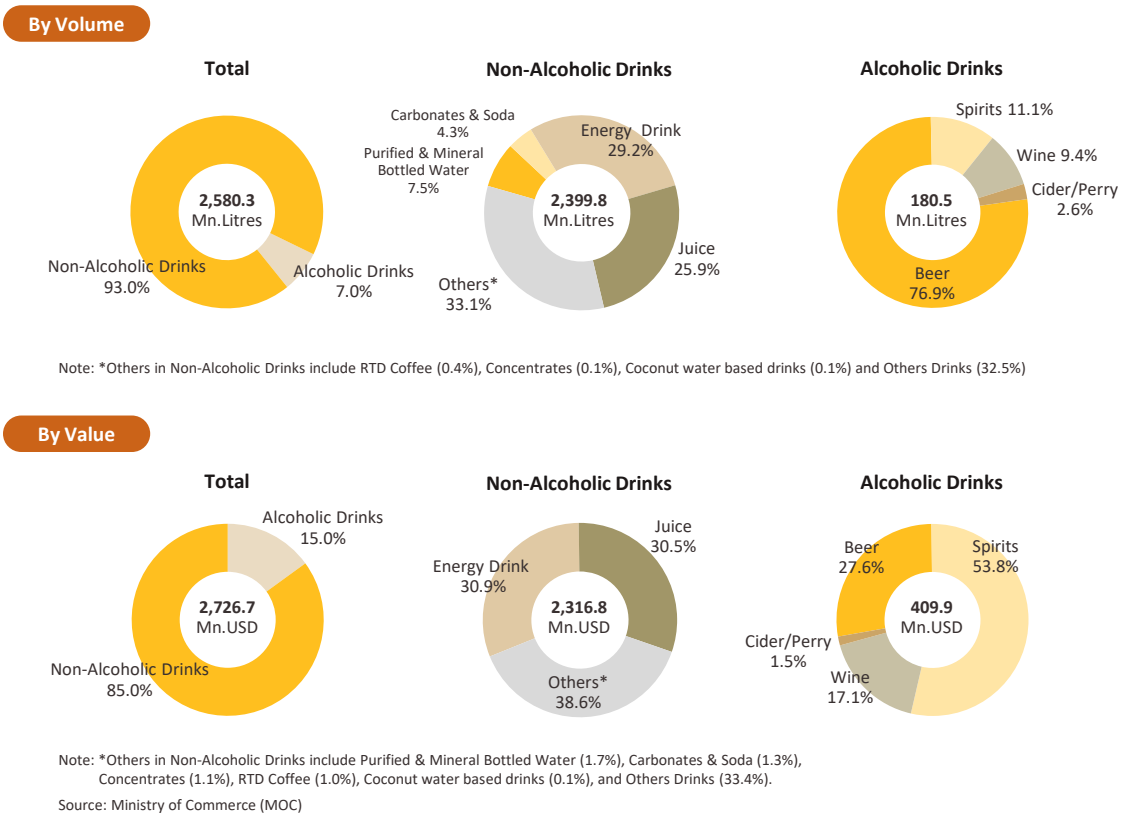
1/ ที่มา : Euromonitor, Ministry of Commerce

2/ อ้างอิงอัตราแลกเปลี่ยนเฉลี่ยของธนาคารแห่งประเทศไทยประจำปี 2565 ที่ 35.07 บาท ต่อ 1 ดอลลาร์สหรัฐ

- **เครื่องดื่มแอลกอฮอล์** มีปริมาณการจำหน่ายในประเทศ 2,777.6 ล้านลิตร คิดเป็น 8,660.1 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยมีสัดส่วน 22.9% และ 60.3% ในเชิงปริมาณและเชิงมูลค่าของการจำหน่ายเครื่องดื่มทั้งหมดของไทยตามลำดับ โดยผลิตภัณฑ์หลักเป็นเบียร์ซึ่งมียอดจำหน่าย 2,017.1 ล้านลิตร คิดเป็น 72.6% ของปริมาณจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทั้งหมด รองลงมาได้แก่ สุรา (25.5%) เครื่องดื่มแอลกอฮอล์พร้อมดื่ม (0.9%) ไวน์ (0.9%) และน้ำผลไม้ที่ผ่านกระบวนการหมักหรือบ่มกับยีสต์ (0.1%) ตามลำดับ

ปริมาณการส่งออกเครื่องดื่มของไทยอยู่ที่ 2,580.3 ล้านลิตร คิดเป็น 2,726.7 ล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2565 (รูปที่ 2) ประเทศกัมพูชาเป็นคู่ค้าหลักในการส่งออกเครื่องดื่มของไทย มีสัดส่วน 21.2% ในเชิงปริมาณ ตามด้วย เวียดนาม (15.1%) เมียนม่า (12.5%) สหรัฐฯ (12.3%) และจีน (6.2%) **โดยผลิตภัณฑ์ส่งออกแบ่งเป็น 1) เครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ มีสัดส่วน 93.0% ในเชิงปริมาณ และ 85.0% ในเชิงมูลค่า** ประเทศกัมพูชาเป็นคู่ค้าหลัก มีสัดส่วน 22.2% ของปริมาณส่งออกผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ทั้งหมด รองลงมาได้แก่ เวียดนาม (16.2%) สหรัฐฯ (13.1%) เมียนม่า (9.6%) และจีน (6.6%) และ **2) เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มีสัดส่วน 7.0% ในเชิงปริมาณ และ 15.0% ในเชิงมูลค่า** ประเทศเมียนม่าเป็นคู่ค้าหลัก มีสัดส่วน 49.4% ของปริมาณส่งออกผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทั้งหมด รองลงมาได้แก่ สหรัฐ (12.7%) กัมพูชา (10.4%) ญี่ปุ่น (5.1%) และฟิลิปปินส์ (2.3%)

Figure 2: Thailand's Beverage Exports



พัฒนาการและโครงสร้างอุตสาหกรรมเครื่องดื่มในประเทศไทย

การผลิตเครื่องดื่มในเชิงพาณิชย์ของไทยในระยะแรกเป็นการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของภาครัฐ เพื่อจำหน่ายทดแทนการนำเข้า ระยะต่อมาภาครัฐได้เปิดโอกาสให้เอกชนเข้ามาลงทุนผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ รวมทั้งมีการส่งเสริมการลงทุนในอุตสาหกรรมเครื่องดื่มโดยคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (Board of Investment: BOI) อย่างต่อเนื่อง ทำให้อุตสาหกรรมเครื่องดื่มในไทยขยายตัวและสามารถผลิตเครื่องดื่มหลากหลายประเภททั้งเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยพัฒนาการของอุตสาหกรรมเครื่องดื่มที่สำคัญในไทย มีรายละเอียดดังนี้

อุตสาหกรรมเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ ในยุคแรกเป็นการเข้ามาลงทุนของบริษัทข้ามชาติ เช่น กิจการผลิตน้ำอัดลม “Coca Cola” และโรงงานน้ำดื่มและน้ำแร่บรรจุขวด “POLARIS” ของนักลงทุนชาวอเมริกันที่เข้ามาลงทุนในปี 2492 และปี 2493 ตามลำดับ **ต่อมาเมื่อเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ได้รับการตอบรับจากตลาดในประเทศมากขึ้น รัฐบาลไทยจึงออกนโยบายส่งเสริมการลงทุนในอุตสาหกรรมนี้** อาทิ พ.ร.บ.ส่งเสริมการลงทุนในกิจกรรมอุตสาหกรรมในปี 2503 เพื่อผลิตสำหรับบริโภคในประเทศ และการส่งเสริมอุตสาหกรรมเพื่อส่งออกในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2515-2519) โดยอาศัยความได้เปรียบด้านต้นทุนแรงงานและวัตถุดิบทางการเกษตรที่หลากหลายในไทย โดยเฉพาะการผลิตน้ำผัก/น้ำผลไม้ **ทำให้มีการลงทุนจากนักลงทุนไทยและต่างชาติ ในอุตสาหกรรมนี้เพิ่มขึ้นมาก และสามารถผลิตสนองความต้องการตลาดในประเทศและตลาดส่งออกได้มากขึ้นเป็นลำดับ โดยประเภทและเงื่อนไขของการจัดตั้งโรงงานผลิตเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ในไทยภายใต้ พรบ.การจัดตั้งโรงงานปี 2535 สามารถจำแนกตามขนาดของจำนวนคนงานและตามกำลังการผลิตได้ดังนี้** (**ตารางที่** 1)

Table 1: Thailand’s Factory Act (1992)

Category of Factory	Number of Workers	Machine Total Power	Factory Operation
Category 1	7-20 workers	5-20 hp*	Immediately as desired by the factory operator
Category 2	21-50 workers	More than 20 hp but less than 50 hp	Requires a notice to be made to the license grantor prior to its operation
Category 3	More than 50 workers	More than 50 hp	The setting up of which requires a license from the license grantor

Note: *hp refers to horsepower
Source: Ratchakitcha, Department of Industrial Works (DIW)

ปัจจุบันอุตสาหกรรมเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ในประเทศไทยมีผู้ประกอบการจำนวนมาก โดยมีการผลิตหลากหลายประเภท ซึ่งโครงสร้างการผลิตและการตลาดในแต่ละประเภทมีความแตกต่างกันดังนี้

- **อุตสาหกรรมน้ำดื่มและน้ำแร่บรรจุขวด** เป็นอุตสาหกรรมที่ใช้เงินลงทุนสูงในช่วงเริ่มแรก โดยปัจจุบันมีการพัฒนาเครื่องจักรและเทคโนโลยีการกรองน้ำก้าวหน้าอย่างต่อเนื่องจนสามารถกรองน้ำได้สะอาดตามมาตรฐาน ด้วยต้นทุนเครื่องจักรและต้นทุนการผลิตต่อหน่วยต่ำลง ทำให้มีผู้ประกอบการรายใหม่เข้าสู่ตลาดเพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้บางรายมีการรับจ้างผลิตให้กับแบรนด์หรือกิจการเฉพาะอื่นๆ อาทิ โรงแรม โรงพยาบาล และมีการผลิตเครื่องดื่มประเภทอื่นควบคู่ด้วย เช่น น้ำอัดลม สุรา เบียร์ น้ำผลไม้ ฯลฯ ทำให้มีความได้เปรียบในการทำกลยุทธ์ขยายช่องทางการตลาด โดยผู้ผลิตน้ำดื่มและน้ำแร่บรรจุขวดที่สำคัญ ประกอบด้วย บมจ. **ไทยเบฟเวอเรจ** (แบรนด์คริสตัล และช้าง), **บจก. บุญรอดบริวเวอรี่** (แบรนด์สิงห์), **บจก. เนสท์เล่ (ไทย)** (แบรนด์เนสท์เล่ เพียวไลฟ์), **บจก. โคคา-โคลา(ประเทศไทย)** (แบรนด์น้ำทิพย์) และ **บจก. ซันโทรี่ เป๊ปซี่โค เบเวอเรจ (ประเทศไทย)** (แบรนด์อควาฟิน่า) ในปี 2565 ผู้ผลิตกลุ่มนี้มี**ส่วนแบ่งตลาดรวมกัน** 57.6% ของมูลค่าตลาดน้ำดื่มและน้ำแร่บรรจุขวดทั้งหมดในไทย โดยมีช่องทางการตลาดผ่านร้านค้าปลีก โมเดิร์นเทรด และร้านอาหาร รวมทั้งจำหน่ายผ่านระบบออนไลน์และขายตรง (จัดส่งตามบ้านและอาคารสำนักงาน) นอกจากนี้ ยังมีผลิตภัณฑ์แบรนด์ท้องถิ่น (Local brand) ที่เน้นตลาดต่างจังหวัดซึ่งจำหน่ายในร้านค้าและร้านอาหารทั่วไป

- **อุตสาหกรรมน้ำอัดลม** เป็นอุตสาหกรรมในตลาดผู้ขายน้อยราย (Oligopoly) ผู้ประกอบการรายใหม่เข้าสู่ตลาดไม่ง่ายนัก เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมที่ต้องใช้เงินลงทุนสูงในการซื้อเครื่องจักร (ต้นทุนคงที่) จึงจำเป็นต้องมีการผลิตในระดับที่เกิดการประหยัดจากขนาด และต้องอาศัยการนำเข้าหัวเชื้อจากบริษัทแม่ ผู้ประกอบการรายสำคัญ ประกอบด้วย **บจก.โคคา-โคลา (ประเทศไทย)** (แบรนด์โคคา-โคลา, แฟนต้า, สไปรท์ และซเวปส์), **บจก.ซันโทรี่ เป๊ปซี่โค เบเวอเรจ (ประเทศไทย)** (แบรนด์เป๊ปซี่, มิรินด้า และเซเว่นอัพ), **บมจ. ไทยเบฟเวอเรจ** (แบรนด์เอส) และ **บจก. อาเจไทย** (แบรนด์บิ๊ก) โดยในปี 2565 ผู้ผลิตกลุ่มนี้มี**ส่วนแบ่งตลาดรวมกันมากกว่า** 98.4% ของมูลค่าตลาดน้ำอัดลมทั้งหมด

อุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มีพัฒนาการมาจากการผลิตสุราพื้นบ้านหรือสุราแช่ (สุราที่เกิดจากการหมักข้าวหรือน้ำตาล) ในปี 2470 ซึ่งเป็นการผลิตของไทยในยุคแรก รัฐเป็นผู้ผูกขาดการผลิตและจำหน่ายสุรา โดยผลิตสุราขาวที่โรงงานสุราบางยี่ขัน และมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากสุราขาวมาผลิตสุราประเภทอื่นเพิ่มเติม อาทิ สุราผสม (ใช้สมุนไพรมาสกัดและแช่เพื่อผลิตสุราดีกรีสูงสำหรับเป็นหัวเชื้อ แล้วจึงนำมาปรุงแต่ง รส กลิ่น สี) และสุราปรุงพิเศษ ต่อมารัฐบาลมีนโยบายอนุญาตให้เอกชนเข้ามาดำเนินการผลิตสุราได้ตั้งแต่ปี 2502 โดยให้เอกชนประมูลสิทธิดำเนินกิจการโรงงานสุราบางยี่ขันในช่วงปี 2503-2542 ก่อนที่จะมีนโยบายเปิดเสรีการผลิตและจำหน่ายสุราในปี 2543 ซึ่งถือเป็นช่วงเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจครั้งสำคัญจากการเข้ามาลงทุนตั้งโรงงานสุราอีกหลายแห่ง รวมทั้งเริ่มมีการผลิตเบียร์ในไทยซึ่งเป็นการร่วมทุนของทุนไทยและบรรษัทข้ามชาติ **อย่างไรก็ตาม โรงงานผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ยังอยู่ภายใต้เงื่อนไขในการจัดตั้งและข้อจำกัดสำคัญ อาทิ การจัดตั้งโรงงานทุกขนาดจะถูกจัดอยู่ในประเภทโรงงานจำพวกที่ 3 ซึ่งต้องรับใบอนุญาตก่อนจัดตั้งโรงงาน ข้อกำหนดกฎหมายจากพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ไม่อนุญาตให้โฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกรูปแบบ รวมถึงการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ผ่านช่องทางจำหน่ายออนไลน์ ซึ่งข้อจำกัดดังกล่าวส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันอย่างมาก โดยเฉพาะผู้ประกอบการขนาดกลางและเล็กในการสร้างการรับรู้ของตลาดผู้บริโภค** โดยโครงสร้างอุตสาหกรรมจำแนกได้ดังนี้

- **อุตสาหกรรมเบียร์** กฎกระทรวงฉบับปัจจุบันปี 2565 ได้ยกเลิกเงื่อนไขการกำหนดกำลังการผลิตขั้นต่ำ (จากเดิมต้องไม่ต่ำกว่า 100,000 ลิตรต่อปี) และทุนจดทะเบียน (จากเดิมต้องไม่ต่ำกว่า 10 ล้านบาท) เพื่อให้ผู้ประกอบการรายย่อยสามารถเข้ามาแข่งขันในตลาดได้ง่ายขึ้น สำหรับผู้ผลิตเบียร์ที่สำคัญ ประกอบด้วย **บจก. บุญรอดบริวเวอรี่** (แบรนด์ลีโอ, สิงห์, สโนว์ ไวเซ่น และยูเบียร์), **บมจ. ไทยเบฟเวอเรจ** (แบรนด์ช้าง, อาซา และเฟเดอร์บรอย), **บจก. ไฮเนเก้น** (แบรนด์ไฮเนเก้น) โดยในปี 2565 ผู้ผลิตกลุ่มนี้มี**ส่วนแบ่งตลาดรวมกันมากกว่า** 95.7% ของมูลค่าตลาดเบียร์ทั้งหมด

- **อุตสาหกรรมสุรา** กฎกระทรวงปี 2565 อนุญาตให้ผู้ประกอบการรายย่อยสามารถขยายโรงงานเป็นขนาดกลางได้ จึงทำให้มีโอกาสเติบโตได้มากขึ้น แต่การผลิตสุราบางส่วนก็ยังคงถูกจำกัดด้วยเงื่อนไขปริมาณการผลิตขั้นต่ำไว้อย่างเดิม เช่น สุราชนิดพิเศษและสุรากลั่นอื่นๆ ได้กำหนดปริมาณการผลิตขั้นต่ำไว้ในระดับที่สูงมาก สำหรับผู้ประกอบการผลิตสุรารายสำคัญ ประกอบด้วย **บมจ. ไทยเบฟเวอเรจ** (แบรนด์รวงข้าว, หงษ์ทอง และเบลนด์ 285), **บจก. ดิอาจิโอ โมเอ็ท เฮนเนสซี่ (ประเทศไทย)** (แบรนด์จอห์นนี่ วอล์คเกอร์, สเมอร์นอฟ และเบนมอร์), **บจก. รีเจนซี่ บรั่นดีไทย** (แบรนด์รีเจนซี่) โดยในปี 2565 ผู้ผลิตกลุ่มนี้มี**ส่วนแบ่งตลาดรวมกันมากกว่า** 71.2% ของมูลค่าตลาดสุราทั้งหมด

Box 1 กฎกระทรวงสำหรับการผลิตสุราปี 2565



สุรากลั่น
แอลกอฮอล์>15 ดีกรี

สุราชนิดพิเศษ (บางประเภท)
วิสกี้, บรั่นดี, เกาเหลียง เชี่ยงชุน
(แอลกอฮอล์ < 80 ดีกรี)

- ผู้ถือหุ้นต้องเป็นสัญชาติไทยไม่น้อยกว่า 51%
- กำลังการผลิตขั้นต่ำ 3 หมื่นลิตรต่อวัน พื้นที่โรงงานไม่น้อยกว่า 200 ไร่
- หากกำลังการผลิตเกิน 3 หมื่นลิตรต่อวัน ต้องขยายพื้นที่ให้สอดคล้องกัน
- อยู่ห่างจากแหล่งน้ำสาธารณะไม่น้อยกว่า 2 กิโลเมตร

สุรากลั่นอื่น ๆประเภท
สุราขาว, สุราผสม, สุราปรุงพิเศษ
(แอลกอฮอล์ < 80 ดีกรี)

- ผู้ถือหุ้นต้องเป็นสัญชาติไทยไม่น้อยกว่า 51%
- กำลังการผลิตขั้นต่ำ 9 หมื่นลิตรต่อวัน พื้นที่โรงงานไม่น้อยกว่า 350 ไร่
- หากกำลังการผลิตเกิน 9 หมื่นลิตรต่อวัน ต้องขยายพื้นที่ให้สอดคล้องกัน
- อยู่ห่างจากแหล่งน้ำสาธารณะไม่น้อยกว่า 2 กิโลเมตร

สุราสามทับ
(แอลกอฮอล์ > 80 ดีกรี)

- เป็นรัฐวิสาหกิจไทยที่จัดตั้งตามกฎหมายไทย (ผลิตและขายส่งในประเทศโดยองค์การสุรา กรมสรรพสามิต)
- เป็นนิติบุคคลประเภทบริษัทจำกัดหรือบริษัทมหาชนจำกัด (ผลิตเพื่อส่งออก)
- ต้องใช้เทคโนโลยีที่ผลิตแอลกอฮอล์ได้สูงถึง 99.5 ดีกรี, มีเครื่องมือและอุปกรณ์เพื่อคำนวนปริมาณสุรากลั่นบริสุทธิ์[3/] และติดตั้งระบบฐานข้อมูลเพื่อเชื่อมโยงไปยังกรมสรรพสามิต

สุรา

สุรากลั่นชุมชน
หรือ สุรากลั่นชนิดสุราขาว
(แรงแอลกอฮอล์ 28,30,35,40 ดีกรี)

- ผู้ถือหุ้นต้องเป็นสัญชาติไทยไม่น้อยกว่า 51%
- เป็นสหกรณ์, วิสาหกิจชุมชน, องค์กรเกษตรกร, ห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลหรือบริษัท
- อยู่ห่างจากแหล่งน้ำสาธารณะไม่น้อยกว่า 100 เมตร และต้องมีระบบบำบัด
- แยกออกจากที่พักอาศัยชัดเจน, ผลิตสุราที่มีมาตรฐาน, ใช้ผลผลิตทางการเกษตรเป็นวัตถุดิบ



สุราแช่
แอลกอฮอล์<15 ดีกรี

เบียร์

- ผู้ถือหุ้นต้องเป็นสัญชาติไทยไม่น้อยกว่า 51%
- ยกเลิกทุนจดทะเบียนขั้นต่ำ และยกเลิกกำลังผลิตขั้นต่ำ เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการขนาดกลางและเล็ก
- เป็นโรงงานตามกฎหมายว่าด้วยโรงงาน หรือใช้เครื่องจักรอุปกรณ์ผลิตสุราที่มีมาตรฐานตามที่กรมสรรพสามิตกำหนด และปฏิบัติตามกฎหมายเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมและสาธารณสุข

สุราแช่ผลไม้ (ไวน์)

- ผู้ถือหุ้นต้องเป็นสัญชาติไทยไม่น้อยกว่า 51%
- เป็นสหกรณ์, วิสาหกิจชุมชน, องค์กรเกษตรกร, ห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลหรือบริษัท
- เป็นโรงงานตามกฎหมายว่าด้วยโรงงาน หรือใช้เครื่องจักรอุปกรณ์ผลิตสุราที่มีมาตรฐานตามที่กรมสรรพสามิตกำหนด

สุราแช่พื้นเมือง
เช่น สาโท (ทำจากข้าว) กะแช่ (ทำจากน้ำตาล)
สุราแช่อื่น ๆ

- ผู้ถือหุ้นต้องเป็นสัญชาติไทยไม่น้อยกว่า 51%
- เป็นสหกรณ์, วิสาหกิจชุมชน, องค์กรเกษตรกร, ห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลหรือบริษัท
- เป็นโรงงานตามกฎหมายว่าด้วยโรงงาน หรือใช้เครื่องจักรอุปกรณ์ผลิตสุราที่มีมาตรฐานตามที่กรมสรรพสามิตกำหนด
- ต้องใช้ผลผลิตทางการเกษตรเป็นวัตถุดิบหรือส่วนประกอบในการผลิต



สุรามิใช่เพื่อการค้า

- ผลิตสุราทุกชนิดไม่เกิน 200 ลิตรต่อปี
- ห้ามผลิตสุราในสถานที่ที่มีใบอนุญาตขายสุรา, ในสถานที่เดียวกับผู้ผลิตสุรารายอื่น , ในสถานที่ห้ามดื่มสุรา และการผลิตต้องไม่ก่อให้เกิดความเดือดร้อน หรือความเสียหายต่อบุคคลหรือทรัพย์สินของผู้อื่น
- ห้ามจำหน่ายสุราที่ผลิตได้ หรือนำออกจากสถานที่ผลิตสุรา เว้นแต่เป็นการส่งตัวอย่างเพื่อวิเคราะห์และต้องได้รับอนุญาตก่อนนำออกจากสถานที่ผลิต
- ห้ามบุคคลที่อายุต่ำกว่า 20ปี บริโภคสุราในสถานที่ผลิต
- สุราที่ผลิตได้ต้องมีแรงแอลกอฮอล์ต่ำกว่า 80 ดีกรี

หมายเหตุ : 1.ผู้ผลิตสุราเพื่อจำหน่ายหรือมิใช่ทางการค้าต้องมีใบอนุญาตผลิต
2. ผู้ประกอบการรายย่อย (SMEs) ใช้เครื่องจักรต่ำกว่า 5 แรงม้า และ/หรือมีคนงานน้อยกว่า 7 คน หากผลิตสุรามาแล้ว 1 ปีโดยไม่มีการกระทำผิดกฎหมายสามารถขยายเป็นโรงงานขนาดกลางได้ โดยกำลังผลิตต่ำกว่า 50 แรงม้า และ/หรือ มีคนงานมากกว่า 7 คนแต่น้อยกว่า 50 คน (หากเคยกระทำความผิดจะต้องพ้นโทษเสียก่อน)

Source : The Excise Department

3/ เป็นการใช้เครื่องมือหรือวิเคราะห์ปริมาณแอลกอฮอล์ เพื่อควบคุมคุณภาพเพื่อให้มีแอลกอฮอล์เพียงพอที่จะนำไปกลั่น ตัวอย่างเครื่องมือและวิธี อาทิ Density Meter, Gas Chromatograph, UV-Visible Spectrophotometer (ที่มา: กรมสรรพสามิต)

Box 2 มาตรการปรับโครงสร้างภาษีสรรพสามิตเพื่อควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ของไทยปี 2560 (มีผลบังคับใช้ 16 กันยายน 2560)

วัตถุประสงค์เพื่อควบคุมปริมาณการบริโภคแอลกอฮอล์และน้ำตาลของประชากร ให้สอดคล้องกับมาตรการที่มีการใช้กันอย่างแพร่หลายทั่วโลก ส่งผลให้มีการเปลี่ยนแปลงการจัดเก็บภาษีสรรพสามิตในอุตสาหกรรมเครื่องดื่มโดยปัจจุบันมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1) **การปรับฐานการคำนวณภาษีเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ตามมูลค่าโดยคิดตามราคาขายปลีกแนะนำ (ไม่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม)** เครื่องดื่มที่ผลิตในประเทศ (เดิมคิดตามราคาขายหน้าโรงงาน) และเครื่องดื่มนำเข้า (เดิมคิดจากราคานำเข้า หรือ Cost Insurance Freight: CIF) (ภาษีสรรพสามิตตามมูลค่า = ราคาขายปลีกแนะนำ × อัตราภาษีตามมูลค่า)

2) **การจัดเก็บภาษีเครื่องดื่มตามปริมาณความหวาน** (ภาษีสรรพสามิตตามปริมาณ = (ภาษีตามปริมาณความหวาน × ปริมาตรสุทธิ(มิลลิลิตร) / 1,000)) โดยอิงกับการกำหนดพิกัดภาษีสรรพสามิต ฉบับที่ 28 ปี 2565 (ล่าสุด) ที่มีการปรับโครงสร้างอัตราภาษีในส่วนของเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ (ตารางที่ 3) แบ่งเป็น 1) จัดเก็บภาษีตามมูลค่าและตามปริมาณความหวานของเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ ซึ่งในระยะแรกภาษีเพิ่มขึ้นในอัตราไม่สูงนัก แต่จะปรับเพิ่มทุกๆ 2 ปี โดยระยะถัดไปนั้นจะเริ่มตั้งแต่ 1 เมษายน 2566 ถึง 31 มีนาคม 2568 2) ยกเลิกเครื่องดื่มประเภทชาและกาแฟออกจากรายการเครื่องดื่มที่ได้รับการยกเว้นภาษีภายใต้เงื่อนไขด้านการส่งเสริมการใช้วัตถุดิบการเกษตร และด้านการจัดเป็นเครื่องดื่มที่ดีต่อสุขภาพ มีผลให้เครื่องดื่มชาและกาแฟเข้าข่ายถูกจัดเก็บภาษีเพิ่ม ส่วนเครื่องดื่มชนิดผง จะคำนวนภาษีความหวานจาก (ปริมาณน้ำตาลสุทธิ(กรัม) × 100) / ปริมาตรตามฉลากแนะนำของผลิตภัณฑ์

3) **การจัดเก็บภาษีสุราตามปริมาณแอลกอฮอล์** (ภาษีสรรพสามิตตามปริมาณ = (แรงแอลกอฮอล์ (ดีกรี)/ 100) × ขนาดภาชนะบรรจุ (ลิตร) × อัตราภาษีตามปริมาณ) ตารางที่ 2

อย่างไรก็ตาม อัตราภาษีสำหรับเครื่องดื่มบางประเภทปรับลดลง โดยที่ประชุมคณะรัฐมนตรีเมื่อวันที่ 24 กันยายน 2562 เห็นชอบปรับลดอัตราภาษีสรรพสามิต (ไม่รวมภาษีมูลค่าเพิ่มและภาษีความหวาน) สำหรับเครื่องดื่ม Functional Drink หรือเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมนวัตกรรมเพื่อสุขภาพ เช่น คอลลาเจน สมุนไพรและวิตามินต่างๆ เพื่อส่งเสริมให้ประชาชนบริโภคเครื่องดื่มที่ส่งผลดีต่อสุขภาพ ประกอบด้วย (1) เครื่องดื่มทั่วไปที่มีส่วนผสมของนวัตกรรมเพื่อสุขภาพจัดเก็บภาษีสรรพสามิต 10% ของราคาขายปลีกแนะนำ ซึ่งลดลงจากเดิมที่ต้องเสียภาษีในพิกัดเครื่องดื่มทั่วไปที่ 14% และ (2) น้ำผัก/ผลไม้ที่มีส่วนผสมของนวัตกรรมเพื่อสุขภาพ จัดเก็บภาษี 3% ของราคาขายปลีกแนะนำ ลดลงจากเดิมที่ต้องเสียภาษี 10% โดยมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2562 เป็นต้นไป รวมถึงการใช้สารให้ความหวานทดแทน เช่น Aspartame, หญ้าหวาน โดยที่ค่าความหวานเกินกำหนดนั้นจะไม่ถูกคิดภาษีเพิ่ม

Table 2: Excise Tax Structure on Alcoholic Drinks for Commercial Production (September 2017)

	Fermented Spirits							Distill Spirits			
Tax Based	Beer	Wine & Sparkling Wine (Made from Grapes)		Fruit Wine				White Liquor	Not For Drinks		Other Drinks
	Beer	SRP[4/] <1,000	SRP >1,000	ABV[5/] <7% Size < 330ml	SRP <1,000	SRP >1,000	Others	White Liquor	As Excise Dep. Specified*	Others	Other Drinks
By Value	22%	0%	10%	10%	0%	10%	10%	2%	0%	0%	20%
By Volume (THB/Liter/ alcoholic degree)	430	1,500	1,500	150	900	900	150	155	0	6	255

Note: * As Excise Department Specified include Exportation, Industry Used (ex. Vinegar, Acetic Acid, Ethyl Acetate, Promoting Investment of BOI, Biodiesel or Others Renewable Energy, Food Additives, Cleaning Products, Medical, Pharmaceutical, Scientific, Undrinkable Alcohol Formula as Excise Department Specified.
Source: The Excise Department

4/ Suggested Retail Price คือ ราคาขายที่ผู้ผลิต แนะนำให้ผู้ขายหรือผู้ค้าปลีกจำหน่ายสินค้า

5/ Alcohol by Volume คือปริมาณแอลกอฮอล์โดยปริมาตร หรือเรียกอีกอย่างว่า ดีกรี

Table 3: Sugar Tax on Non-alcoholic Drinks

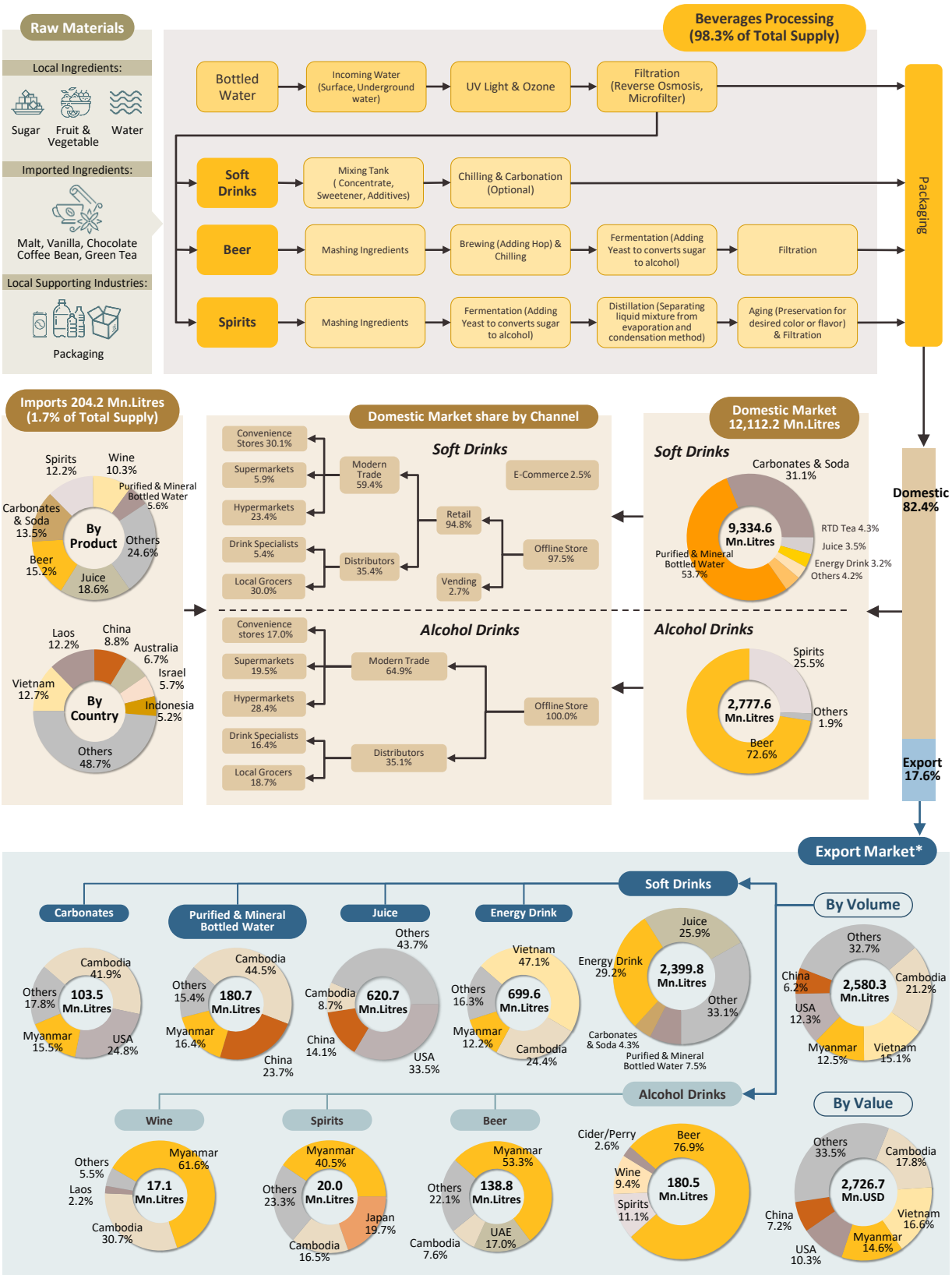
ประเภทที่	รายการ	วันที่เริ่มใช้	ภาษีความหวาน					
			ภาษีตามมูลค่า (%)	ภาษีตามปริมาณน้ำตาลต่อเครื่องดื่มปริมาตร 100 มิลลิลิตร (บาท/ลิตร)				
				0.00 - 6.00 กรัม	6.01 - 8.00 กรัม	8.01 - 10.00 กรัม	10.01 - 14.00 กรัม	> 14.01 กรัม
0201	น้ำแร่เทียม น้ำโซดาและน้ำอัดลม ที่ไม่เติมน้ำตาลหรือสารที่ทำให้หวานอื่นๆ และไม่ปรุงกลิ่นรส	1 เมษายน 2566 – 31 มีนาคม 2568	14%	ยกเว้น				
		ตั้งแต่ 1 เมษายน 2568		ยกเว้น				
0202 (1)	น้ำแร่ และน้ำอัดลม ที่เติมน้ำตาลหรือสารที่ทำให้หวานอื่นๆ หรือที่ปรุงกลิ่นรสและเครื่องดื่มอื่นๆ แต่ไม่รวมถึงน้ำผลไม้หรือน้ำพืชผักตามประเภทที่ 0203	1 เมษายน 2566 – 31 มีนาคม 2568	14%	ยกเว้น	0.30	1.00	3.00	5.00
		ตั้งแต่ 1 เมษายน 2568		ยกเว้น	1.00	3.00	5.00	5.00
0202 (2)	เครื่องดื่มอื่นๆที่มีการเติมสารอาหารหรือสารอื่นที่ได้รับเลขสารบบอาหารตามกฎหมายว่าด้วยอาหารและเป็นไปตามหลักเกณฑ์ วิธีการและเงื่อนไขที่อธิบดีประกาศกำหนด แต่ไม่รวมถึงเครื่องดื่มเกลือแร่ตามกฎหมายว่าด้วยอาหาร และเครื่องดื่มที่ผสมกาเฟอีนตามกฎหมายว่าด้วยอาหารซึ่งต้องแสดงข้อความจำกัดการดื่มบนฉลาก	1 เมษายน 2566 – 31 มีนาคม 2568	10%	ยกเว้น	0.30	1.00	3.00	5.00
		ตั้งแต่ 1 เมษายน 2568		ยกเว้น	1.00	3.00	5.00	5.00
0203 (1)	น้ำผักและผลไม้	1 เมษายน 2566 – 31 มีนาคม 2568	10%	ยกเว้น	0.30	1.00	3.00	5.00
0203 (2)	น้ำผักและผลไม้[6/]		0%					
0203 (3)	น้ำผักและผลไม้[7/]		3%					
0203 (1)	น้ำผักและผลไม้	ตั้งแต่ 1 เมษายน 2568	10%	ยกเว้น	1.00	3.00	5.00	5.00
0203 (2)	น้ำผักและผลไม้[6/]		0%					
0203 (3)	น้ำผักและผลไม้[7/]		3%					
0204	หัวเชื้อเข้มข้นเฉพาะที่ใช้กับเครื่องผลิตเครื่องดื่มพร้อมดื่มเพื่อขายให้กับผู้บริโภค ณ จุดขายปลีก ทั้งนี้ การตรวจวัดปริมาณน้ำตาลให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่อธิบดีประกาศกำหนด	1 เมษายน 2566 – 31 มีนาคม 2568	0%	9.0	12.0	16.0	30.0	44.0
		ตั้งแต่ 1 เมษายน 2568		9.0	16.0	30.0	44.0	44.0
1690	ผลิตภัณฑ์ที่ใช้เป็นเครื่องดื่มที่มีลักษณะผงเกล็ด หรือเครื่องดื่มเข้มข้นที่มีส่วนผสมของน้ำตาลและสามารถละลายน้ำได้ แต่ไม่รวมถึงผลิตภัณฑ์เสริมอาหารและผลิตภัณฑ์นมที่อยู่ในรูปแบบผงตามกฎหมายว่าด้วยอาหาร ทั้งนี้ การตรวจวัดปริมาณน้ำตาลให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่อธิบดีประกาศกำหนด	1 เมษายน 2566 – 31 มีนาคม 2568	0%	ยกเว้น	0.30	1.00	3.00	5.00
		ตั้งแต่ 1 เมษายน 2568		ยกเว้น	1.00	3.00	5.00	5.00

หมายเหตุ: 1. ผลิตภัณฑ์ที่มีนมเป็นส่วนประกอบหลักและมีส่วนผสมของน้ำตาล อาทิ นมเปรี้ยว นมปรุงแต่งจะไม่เสียภาษีความหวาน (ที่มา : กรมสรรพสามิต)
2. โครงสร้างภาษีความหวานในเครื่องดื่มอ้างอิงจากกำหนดพิกัดอัตราภาษีสรรพสามิต (ฉบับที่ 28 ปี 2565)

6/ ที่มา: ประกาศกรมสรรพสามิต เรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขการเสียภาษีในอัตราตามมูลค่าร้อยละศูนย์สำหรับเครื่องดื่มประเภทน้ำผลไม้และน้ำพืชผัก

7/ ที่มา: ประกาศกรมสรรพสามิต เรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขการเสียภาษีในอัตราตามมูลค่าสำหรับเครื่องดื่มประเภทน้ำผลไม้และน้ำพืชผักที่มีการเติมสารอาหารหรือสารอื่น

Figure 3: Thailand's Beverage Industry Supply Chain 2022



Note: * HS Code: 2009, 2201-2208
Source: Euromonitor, Ministry of Commerce (MOC), The Office of Industrial Economics (OIE), Krungsri Research

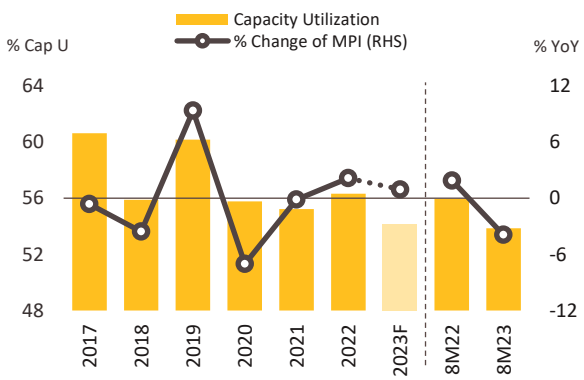
สถานการณ์ที่ผ่านมา

การผลิตเครื่องดื่มของไทย

สถานการณ์การผลิตค่อนข้างผันผวนในช่วงที่ผ่านมาโดยในปี 2565 **ดัชนีการผลิตอุตสาหกรรมเครื่องดื่มของไทยเพิ่มขึ้น** +2.1% **ก่อนที่จะปรับลดลง** -3.9% YoY **ในช่วง** 8 **เดือนแรกของปี** 2566 **และคาดว่าการผลิตโดยรวมทั้งปี** 2566 **มีแนวโน้มทรงตัวหรือเพิ่มขึ้น** 0.0-2.0% (รูปที่ 4) โดยจำแนกรายผลิตภัณฑ์ได้ดังนี้

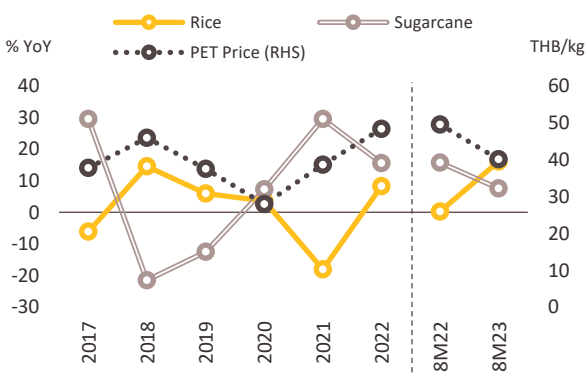
- **เครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์: ผลิตภัณฑ์หลัก ได้แก่ น้ำดื่มบริสุทธิ์และน้ำแร่บรรจุขวด น้ำอัดลมและโซดา และเครื่องดื่มให้พลังงานรวมถึงเครื่องดื่มเกลือแร่ ซึ่งดัชนีการผลิตของผลิตภัณฑ์กลุ่มนี้ในปี** 2565 **ปรับตัวเพิ่มขึ้น** +0.4% แรงหนุนหลักมาจากด้านอุปสงค์ตามความต้องการที่เพิ่มขึ้นหลังมีการเปิดประเทศ และกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่ทยอยฟื้นตัว แม้ผู้ประกอบการต้องเผชิญแรงกดดันด้านอุปทานจากต้นทุนการผลิตตามราคาน้ำมัน โดยเฉพาะต้นทุนด้านบรรจุภัณฑ์ รวมถึงต้นทุนพลังงานที่ใช้ในการผลิตและขนส่ง (รูปที่ 5) **สำหรับ** 8 **เดือนแรกปี** 2566 **การผลิตปรับลดลง** -2.9 YoY เนื่องจากการผลิตที่ลดลงในกลุ่มเครื่องดื่มให้พลังงานและเกลือแร่ (-13.9% YoY) และเครื่องดื่มรสน้ำผลไม้ (- 5.1% YoY) ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มที่ใช้น้ำตาลเป็นส่วนผสมหลักได้รับผลกระทบจากการเพิ่มภาษีน้ำตาลตามโครงสร้างภาษีใหม่ที่มีผลบังคับใช้เดือนเมษายน 2566 (รูปที่3) อย่างไรก็ตามคาดว่า**ภาพรวมการผลิตเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์โดยรวมของไทยน่าจะทรงตัวหรือขยายตัวในช่วง** 0.0-2.0% **ในปี** 2566 ซึ่งได้แรงหนุนจากผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบริสุทธิ์และน้ำแร่บรรจุขวด น้ำอัดลมและโซดา จากอุปสงค์ที่ฟื้นตัวและการใช้สารให้ความหวานแทนน้ำตาลของผู้ประกอบการ
  - **น้ำดื่มและน้ำแร่บรรจุขวด: ปี** 2565 **ดัชนีการผลิตปรับตัวเพิ่มขึ้น** +5.2% **และยังคงเติบโตต่อเนื่อง** +1.8% YoY **ในช่วง** 8 **เดือนแรกปี** 2566 (รูปที่ 6) รองรับความต้องการที่สูงขึ้นตามภาวะฟื้นตัวของกิจกรรมทางเศรษฐกิจ ประกอบกับผู้ผลิตบางรายเร่งการผลิตเพื่อสต๊อกสินค้าจากภาวะ El Niño ที่มีแนวโน้มรุนแรงขึ้นจนอาจจะส่งผลต่ออุปทานน้ำและทำให้ต้นทุนน้ำสูงขึ้นได้ในระยะถัดไป **และคาดว่าการผลิตน้ำดื่มและน้ำแร่บรรจุขวดทั้งปี** 2566 **น่าจะปรับเพิ่มขึ้น** 2.0-.3.0%
  - **น้ำอัดลมและโซดา: ปี** 2565 **ดัชนีการผลิตปรับตัวเพิ่มขึ้น** +1.1% **และขยายตัวถึง** +6.4% YoY **ในช่วง** 8 **เดือนแรกปี** 2566 (รูปที่ 7) ตามการกระเตื้องขึ้นอย่างต่อเนื่องของกิจการร้านอาหาร สถานบันเทิง รองรับการฟื้นตัวของกลุ่มนักท่องเที่ยวส่งผลให้ผู้ประกอบการเร่งผลิตเพื่อรองรับความต้องการของตลาด ประกอบกับทิศทางต้นทุนบรรจุภัณฑ์ (เม็ดพลาสติก และอลูมิเนียม) เริ่มปรับลดลง ขณะที่ราคาน้ำตาลและภาษีความหวานที่ปรับเพิ่มขึ้นยังส่งผลกระทบค่อนข้างจำกัด จากการปรับตัวของผู้ผลิตน้ำอัดลมที่หันไปใช้สารให้ความหวานทดแทนน้ำตาล **ทำให้คาดว่าการผลิตน้ำอัดลมและโซดาทั้งปี** 2566 **น่าจะปรับเพิ่มขึ้น** 5.5-.6.5%

Figure 4: MPI and Capacity Utilization of Beverage Industry



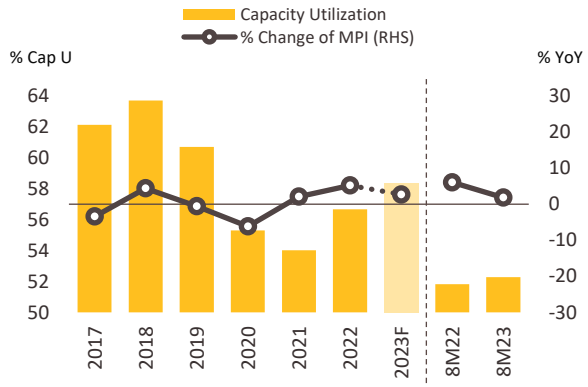
Source: OIE, OAE, Plastic Intelligence Unit

Figure 5: Ingredient and Material Costs



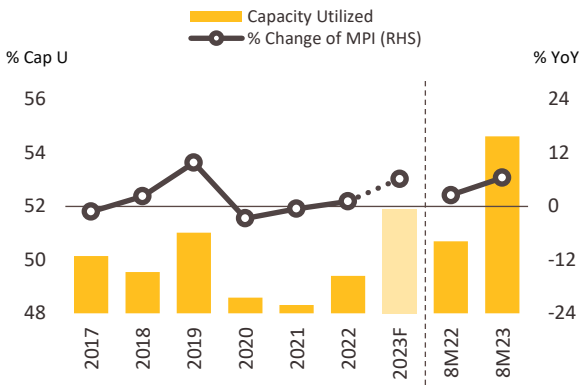
Source: OIE, OAE, Plastic Intelligence Unit

Figure 6: MPI and Capacity Utilization of Bottled Water



Source: OIE, OAE, Plastic Intelligence Unit

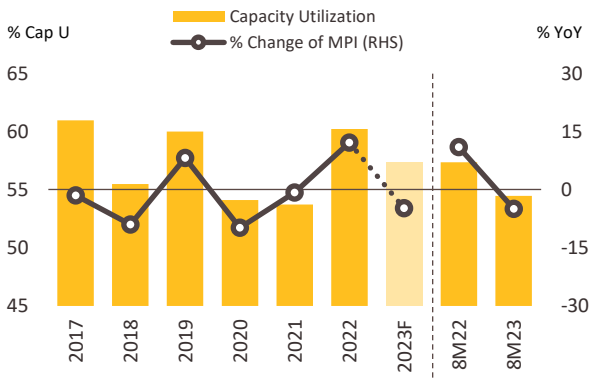
Figure 7: MPI and Capacity Utilization of Soda & Carbonated Drinks



Source: OIE, OAE, Plastic Intelligence Unit

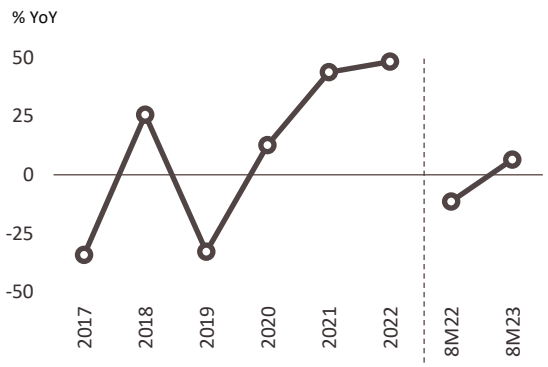
- **เครื่องดื่มแอลกอฮอล์: ผลิตภัณฑ์หลักในกลุ่มนี้ ได้แก่ เบียร์ และสุรา โดยในปี 2565 การผลิตขยายตัว +9.0% ก่อนที่จะปรับลดลง -4.9% YoY ในช่วง 8 เดือนแรกของปี 2566 โดยคาดว่าทั้งปี 2566 การผลิตโดยรวมน่าจะหดตัว (-4.0)-(-5.0)% แบ่งเป็น**
  - **เบียร์: ปี 2565 ดัชนีการผลิตเพิ่มขึ้น +12.1%** รองรับกิจกรรมสันทนาการที่ฟื้นตัวตามภาวะเศรษฐกิจที่เริ่มกระเตื้อง โดยเฉพาะการเปิดประเทศรองรับการทยอยเข้ามาของนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยผู้ผลิตได้ปรับตัวทางธุรกิจรองรับมาตรการภาษีโดยปรับสูตรเครื่องดื่มให้มีระดับความเข้ม (Degree) ของปริมาณแอลกอฮอล์ลดน้อยลง อย่างไรก็ตามในช่วง 8 **เดือนแรกปี 2566 การผลิตปรับลดลง -5.0% YoY** (รูปที่ 8) เนื่องจากต้นทุนนำเข้ามอลต์ปรับเพิ่มขึ้นถึง +36.0% YoY และผู้ผลิตทยอยลดการผลิตเพื่อระบายสต๊อกสินค้า (Destocking) หลังจากที่ได้เร่งการผลิตไปมากในปี 2565 (รูปที่ 9) **โดยทั้งปี 2566 คาดว่าการผลิตเบียร์น่าจะปรับลดลง** (-4.5)-(-5.0)%
  - **สุรา: ปี 2565 ดัชนีการผลิตหดตัว -11.1%** จากต้นทุนวัตถุดิบที่ปรับสูงขึ้น อาทิ กากน้ำตาล (+2.0%) และเอทานอล (+7.6%) ซึ่งเป็นผลกระทบต่อเนื่องจากราคาอ้อยที่สูงขึ้น (+15.6%) โดยการผลิตยังคงลดลงต่อเนื่อง **-4.7% YoY ในช่วง 8 เดือนแรกของปี** 2566 (รูปที่ 10) เนื่องจากต้นทุนวัตถุดิบทางการเกษตรยังคงมีราคาสูงขึ้น อาทิ อ้อย (+7.6% YoY) ข้าวเปลือกเจ้า (+16.1% YoY) ประกอบกับสินค้าคงคลังเริ่มปรับตัวขึ้นตามการหดตัวของยอดจำหน่ายสินค้ากลุ่มฟุ่มเฟือยที่ได้รับผลกระทบจากค่าครองชีพ ส่งผลให้ผู้ประกอบการชะลอการผลิตเพื่อระบายสินค้า (รูปที่ 11) **โดยการผลิตสุราในปี** 2566 **น่าจะปรับลดลง** (-3.0)-(-4.0)%

Figure 8: MPI and Capacity Utilization of Beer



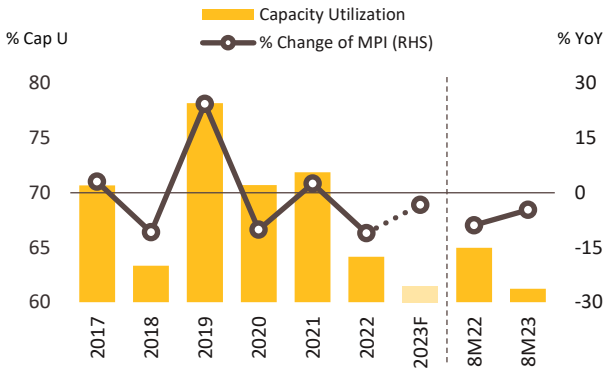
Source: OIE

Figure 9: Stock Index of Beer



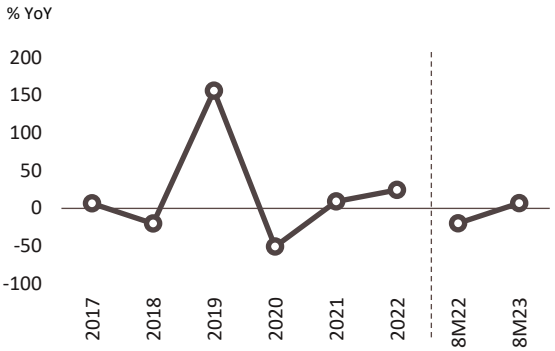
Source: OIE

Figure 10: MPI and Capacity Utilization of Spirits



Source: OIE

Figure 11: Stock Index of Spirits



Source: OIE

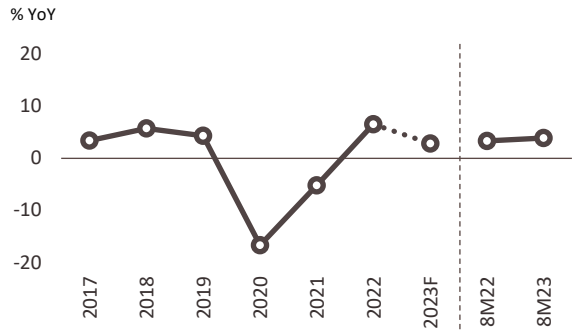
การจำหน่ายเครื่องดื่มในประเทศ[8/]

ปี 2565 ปริมาณจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มโดยรวมทุกประเภทภายในประเทศเพิ่มขึ้น +6.1% จากการผ่อนปรนมาตรการ COVID-19 ส่งผลให้ภาวะเศรษฐกิจและภาคธุรกิจต่างๆเริ่มทยอยฟื้นตัว โดยธุรกิจร้านอาหาร ผับ บาร์ สามารถกลับมาเปิดให้บริการ และประชาชนออกมารับประทานอาหารนอกบ้านได้ตามปกติ ทำให้ผลิตภัณฑ์มีช่องทางการจำหน่ายและเข้าถึงผู้บริโภคได้มากขึ้น **สำหรับ 8 เดือนแรกปี 2566 ปริมาณจำหน่ายในประเทศเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง** +6.7% YoY แรงหนุนจากอากาศที่ร้อนติดต่อกันเป็นเวลานาน ทำให้ผู้บริโภคมีความต้องการเครื่องดื่มดับกระหายมากขึ้น รวมถึงธุรกิจท่องเที่ยวที่ฟื้นตัวดีขึ้นเป็นลำดับ ทำให้คาดว่า **ปริมาณการจำหน่ายเครื่องดื่มในประเทศทั้งปี 2566 น่าจะเติบโต** 3.5-4.0% โดยสถานการณ์ความต้องการผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในประเทศจำแนกได้ ดังนี้

- **เครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์: ในปี 2565 ปริมาณจำหน่ายขยายตัว** +5.8% ตามการทยอยกลับมาดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจได้เป็นปกติมากขึ้น **โดยในช่วง 8 เดือนแรกปี 2566 ปริมาณจำหน่ายยังคงเติบโต** +10.2% YoY จากแรงหนุนต่อเนื่องของปัจจัยในปีก่อนหน้า โดยเฉพาะภาคบริการทั้งธุรกิจร้านอาหาร โรงแรม และการท่องเที่ยว **โดยปัจจัยหนุนดังกล่าวยังคงส่งผลต่อเนื่องไปตลอดปี 2566 ทำให้คาดว่าปริมาณการจำหน่ายเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์จะเติบโต** 5.5-6.5% โดยผลิตภัณฑ์หลักในกลุ่มนี้แบ่งเป็น
  - **น้ำดื่มและน้ำแร่บรรจุขวด: ปี 2565 ปริมาณจำหน่ายเพิ่มขึ้น** +6.5% จาก 1) ความกังวลด้านโรคระบาดที่ยังมีอยู่ทำให้ผู้บริโภคใส่ใจเรื่องสุขภาพ ความสะอาด และเลือกบริโภคเครื่องดื่มที่มีบรรจุภัณฑ์ที่ปลอดภัย 2) การฟื้นตัวของกิจกรรมทางเศรษฐกิจ และการท่องเที่ยว และ 3) การขยายตัวประชากรและความเป็นเมือง โดยมีปัจจัยจากโครงการลงทุนโครงสร้างพื้นฐานและ Mass Transit ที่เชื่อมต่อสู่พื้นที่ชานเมืองมากขึ้น (Conglomeration) **สำหรับ 8 เดือนแรกปี 2566 ปริมาณจำหน่ายยังคงขยายตัว** +3.9% YoY (รูปที่ 12) จากปัจจัยบวกที่ต่อเนื่องจากปีก่อน ประกอบกับอุณหภูมิที่สูงขึ้นจากภาวะคลื่นความร้อนและการเริ่มเข้าสู่ปรากฏการณ์ El Niño ทำให้ตลาดน้ำดื่มและน้ำแร่บรรจุขวดยังคงขยายตัว **โดยทั้งปี 2566 ปริมาณการจำหน่ายน้ำดื่มและน้ำแร่บรรจุขวดมีแนวโน้มปรับเพิ่มขึ้น** 2.5-3.0%
  - **น้ำอัดลมและโซดา: ปี 2565 ปริมาณจำหน่ายเพิ่มขึ้น** +5.4% จากการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจ หลังการผ่อนคลายมาตรการเข้มงวดในการควบคุมโรคระบาดที่หนุนการฟื้นตัวของธุรกิจร้านอาหาร ผับ บาร์ และสถานบันเทิง รวมถึงการปรับปรุงผลิตภัณฑ์น้ำอัดลมสู่ทางเลือกที่หลากหลาย โดยเฉพาะการพัฒนาสูตรไม่มีน้ำตาลหรือน้ำตาลน้อยเพื่อตอบโจทย์กระแสรักสุขภาพ **สำหรับ 8 เดือนแรกปี 2566 ปริมาณจำหน่ายเติบโต** +17.1% YoY (รูปที่ 13) นอกจากได้แรงหนุนของธุรกิจร้านอาหาร และสถานบันเทิง ประกอบกับอุณหภูมิที่สูงขึ้นแล้ว ส่วนหนึ่งยังเกิดจากอุปสงค์ของร้านค้าหรือผู้จำหน่ายตามช่องทางอื่นๆ ที่ต้องการสต๊อกสินค้าไว้ก่อนที่ผู้ผลิตน้ำอัดลมจะปรับขึ้นราคาตามต้นทุนที่สูงขึ้น **ส่งผลให้ปริมาณการจำหน่ายน้ำอัดลมและโซดาในปี 2566 ทั้งปีมีแนวโน้มจะปรับเพิ่มขึ้น** 9.0-11.0%

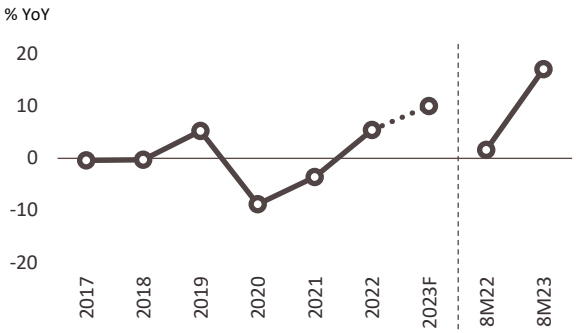
8/ การจำหน่ายของปี 2565 ใช้ข้อมูลจาก Euromonitor และการจำหน่ายของ 8 เดือนแรกปี 2566 ใช้ข้อมูลจากสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม

Figure 12: Domestic Consumption of Bottled Water by Volume



Source: OIE, Euromonitor

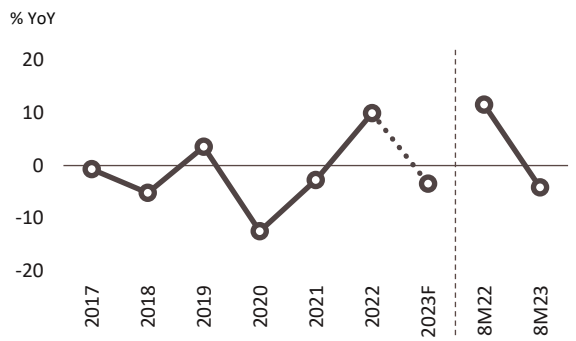
Figure 13: Domestic Consumption of Carbonates & Soda by Volume



Source: OIE, Euromonitor

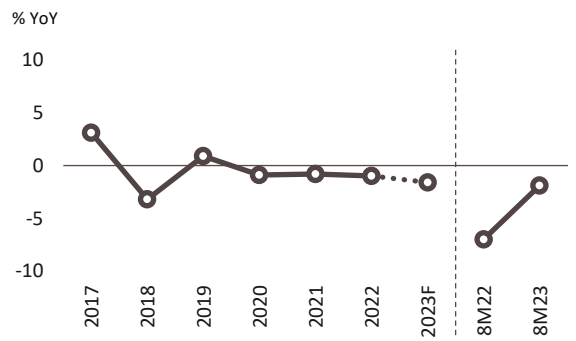
- **เครื่องดื่มแอลกอฮอล์:** **ในปี** 2565 **ปริมาณจำหน่ายขยายตัว** +6.9% จากการเปิดประเทศ และการฟื้นตัวของธุรกิจท่องเที่ยวที่ช่วยหนุนการกลับมาให้บริการของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ อาทิ ผับ บาร์ และสถานบันเทิง **อย่างไรก็ตาม สำหรับ** 8 **เดือนแรกปี** 2566 **ปริมาณจำหน่ายกลับมาหดตัว** -4.0% YoY จากภาวะค่าครองชีพสูงบั่นทอนกำลังซื้อ ทำให้ผู้บริโภคลดการบริโภคสินค้าฟุ่มเฟือย ท่ามกลางกระแสของพฤติกรรมผู้บริโภคที่หันมาใส่ใจสุขภาพมากขึ้น **คาดว่าปริมาณจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยรวมทั้งปี** 2566 **น่าจะปรับลดลง** (-3.0)-(-3.5)% โดยผลิตภัณฑ์หลักในกลุ่มนี้แบ่งเป็น
  - **เบียร์:** **ปี** 2565 **ปริมาณจำหน่ายเพิ่มขึ้น** +9.9% ตามการเพิ่มขึ้นของช่องทางจำหน่ายหลังจากที่ธุรกิจร้านอาหาร ผับ บาร์กลับมาให้บริการตามปกติ ขณะเดียวกันก็มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์เบียร์เพื่อเพิ่มทางเลือกให้ผู้บริโภค อาทิ เบียร์ไม่มีแอลกอฮอล์ เบียร์กลิ่นผลไม้ เบียร์เอล เบียร์ลาเกอร์ **สำหรับ** 8 **เดือนแรกปี** 2566 **ปริมาณจำหน่ายหดตัว** -4.2% YoY (รูปที่ 14) จากผลของการปรับขึ้นราคาสินค้าตามต้นทุนวัตถุดิบ ขณะที่กำลังซื้อของผู้บริโภคยังคงเปราะบาง **ทำให้คาดว่าปริมาณจำหน่ายเบียร์ทั้งปี** 2566 **น่าจะปรับลดลง** (-3.0)-(-4.0)%
  - **สุรา:** **ปี** 2565 **ปริมาณจำหน่ายลดลง** -1.0% เนื่องจากพฤติกรรมผู้บริโภคนิยมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีดีกรีต่ำมากขึ้น โดยบางส่วนหันไปบริโภคเบียร์ซึ่งเป็นสินค้าทดแทนที่มีการพัฒนารสชาติใหม่ๆให้ทดลองได้หลากหลาย **สำหรับ** 8 **เดือนแรกปี** 2566 **ปริมาณจำหน่ายยังคงหดตัวต่อเนื่อง** -1.9% YoY (รูปที่ 15) เนื่องจากผู้ผลิตได้ปรับเพิ่มราคาตามต้นทุนที่สูงขึ้น รวมถึงผู้บริโภคบางส่วนลดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามกระแสรณรงค์ด้านสุขภาพมากขึ้น **ทำให้คาดว่าปริมาณจำหน่ายสุราในปี** 2566 **น่าจะปรับลดลง** (-1.0)-(-2.0)%

Figure 14: Domestic Consumption of Beer by Volume



Source: OIE, Euromonitor

Figure 15: Domestic Consumption of Spirits by Volume

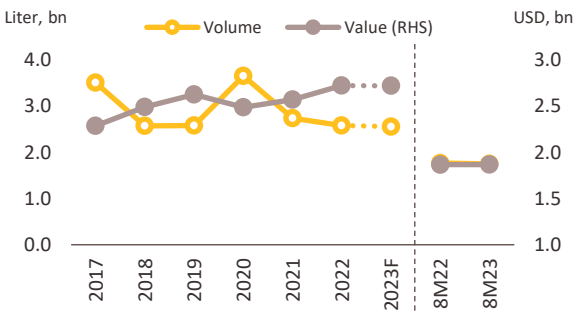


Source: OIE, Euromonitor

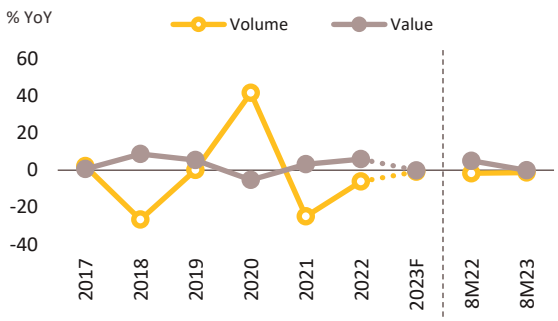
การส่งออกเครื่องดื่มของไทย

ปี 2565 ปริมาณส่งออกอยู่ที่ 2.6 พันล้านลิตร (-6.4%) ขณะที่มูลค่าส่งออกอยู่ที่ 2.7 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ (+6.0%) (รูปที่ 16) โดยปริมาณการส่งออกที่หดตัวส่วนใหญ่มาจาก สุรา (-15.3%) และน้ำอัดลมและโซดา (-39.7%) **สำหรับ 8 เดือนแรกปี 2566 ปริมาณส่งออกหดตัวเล็กน้อย -1.2% YoY และมูลค่าหดตัว -0.1% YoY** จากภาวะกำลังซื้อที่ยังคงอ่อนแอ และค่าเงินที่อ่อนค่าของประเทศเพื่อนบ้านที่เป็นคู่ค้าหลัก อาทิ กัมพูชา และเมียนม่า **โดยทั้งปี 2566 คาดว่าปริมาณการส่งออกน่าจะหดตัว (-0.5)-(-1.5)%** โดยจำแนกรายผลิตภัณฑ์ส่งออกหลักได้ดังนี้

Figure 16: Thailand's Beverage Exports



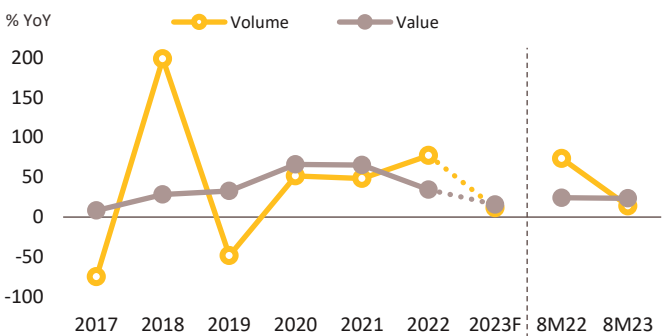
Source: MOC



Source: MOC

- **เครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์: ในปี 2565 ปริมาณการส่งออกหดตัว -6.9%** ขณะที่มูลค่าการส่งออกขยายตัว +2.5% **โดยปริมาณส่งออกที่หดตัวส่วนใหญ่มาจากผลิตภัณฑ์น้ำอัดลมและโซดา** โดยเฉพาะในประเทศเมียนม่าซึ่งยังเผชิญปัญหาด้านเศรษฐกิจ รวมทั้งนโยบายห้ามนำเข้าสินค้าเครื่องดื่มบางประเภท[9/] **สำหรับ 8 เดือนแรกปี 2566 ปริมาณส่งออกหดตัว -0.3% YoY และมูลค่าส่งออกหดตัว -0.3% YoY โดยทั้งปี 2566 ปริมาณการส่งออกคาดว่าจะเติบโต 0.0-2.0%** แบ่งเป็น
  - **น้ำดื่มและน้ำแร่บรรจุขวด: ปี 2565 การส่งออกเพิ่มขึ้น +77.1% ในเชิงปริมาณ และ +34.3% ในเชิงมูลค่า** มาจากการขยายตัวทั้งในตลาดหลัก ได้แก่ กัมพูชา (+68.5%) และจีน (+53.0%) ซึ่งมีสัดส่วนรวมกันกว่า 68% ของปริมาณส่งออกน้ำดื่มและน้ำแร่บรรจุขวดของไทย รวมถึงตลาดประเทศเพื่อนบ้านอื่นๆ อาทิ ลาว (+54.4%) เมียนม่า (+429.1%) และเวียดนาม (+55.1%) จากการเปิดการค้าระหว่างชายแดน **สำหรับ 8 เดือนแรกปี 2566 การส่งออกขยายตัว +14.0% YoY ในเชิงปริมาณ และ +23.6% YoY ในเชิงมูลค่า** (รูปที่ 17) โดยปริมาณส่งออกในตลาดที่ขยายตัวดี ได้แก่ กัมพูชา (+6.8%) จีน (+53.7%) และลาว (+66.1%) จากการกลับมาเปิดด่านการค้าชายแดน และการเพิ่มด่านการค้าใหม่ รวมทั้งตลาดจีนได้ลดความเข้มงวดในมาตรการตรวจสอบสินค้านำเข้าประกอบกับความเชื่อมั่นของตลาดที่มีต่อคุณภาพของผลิตภัณฑ์น้ำดื่มและน้ำแร่บรรจุขวดที่นำเข้าจากไทย ทำให้**ทั้งปี 2566 ปริมาณส่งออกคาดว่าจะเพิ่มขึ้น** 10.0-12.0%

Figure 17: Thailand's Bottled Water Exports

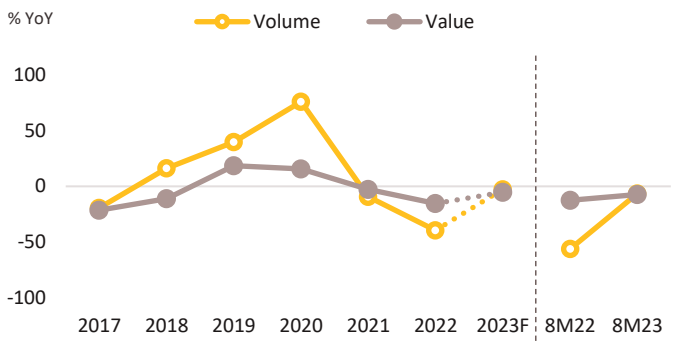


Source: MOC

9/ น้ำอัดลม เครื่องดื่มชูกำลัง เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของกาแฟและชา กาแฟสำเร็จรูป นมข้นหวาน และนมข้นจืด ซึ่งมีผลตั้งแต่เดือนพฤษภาคม 2564 จนถึงปัจจุบัน (ที่มา: รัฐบาลไทย)

- **น้ำอัดลมและโซดา**: **ปี** 2565 **การส่งออกหดตัว** -39.7% **ในเชิงปริมาณ และ** -15.5% **ในเชิงมูลค่า** ส่วนใหญ่มาจากการหดตัวของตลาดเมียนม่า (-16.4%) จากการห้ามนำเข้าเครื่องดื่มบางประเภทจากทุกประเทศผ่านทางการขนส่งทางบก ขณะที่มาเลเซียหดตัว (-60.7%) จากอุปสงค์ในการสต๊อกสินค้าลดลง หลังจากที่ความเสี่ยงด้านความมั่นคงทางอาหารและปัญหาภัยพิบัติเริ่มคลี่คลาย **สำหรับ 8 เดือนแรกปี** 2566 **ปริมาณส่งออกหดตัว** -6.4% YoY **และมูลค่าลดลง** -7.5% YoY (รูปที่ 18) จากปริมาณส่งออกที่หดตัวในตลาดเมียนม่า (-11.4% YoY) และลาว (-33.4% YoY) เนื่องจากทั้ง 2 ตลาดคู่ค้ายังเผชิญปัญหาเศรษฐกิจและการเมืองภายในประเทศอย่างต่อเนื่อง โดยมีปัญหาเงินเฟ้อและอัตราแลกเปลี่ยนที่อ่อนค่าซ้ำเติมให้กำลังซื้ออ่อนแอ ทำให้ผู้บริโภคระมัดระวังค่าใช้จ่ายในกลุ่มเครื่องดื่มที่ไม่จำเป็น **โดยทั้งปี** 2566 **คาดว่าปริมาณส่งออกจะลดลง** (-2.0)-(-3.0)%

Figure 18: Thailand's Carbonate Exports



Source: MOC

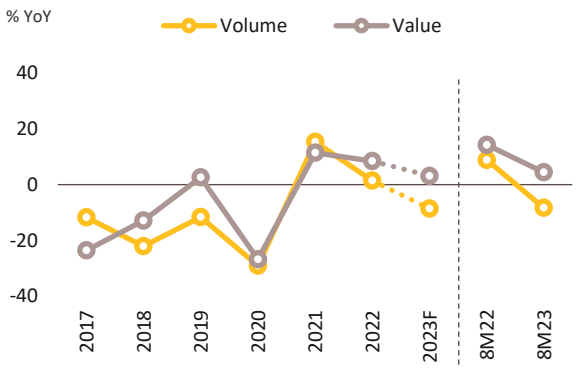


- **เครื่องดื่มแอลกอฮอล์:** **ในปี** 2565 **การส่งออกขยายตัว** +7.1% **ในเชิงปริมาณ และ** +31.5% **ในเชิงมูลค่า** เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาด COVID-19 ของประเทศเพื่อนบ้านคลี่คลาย ทำให้คู่ค้าหลัก อาทิ เมียนม่า และกัมพูชา (สัดส่วน 53.3% และ 7.6%) กลับมาเปิดด่านระหว่างพรมแดนซึ่งเป็นช่องทางหลักของการส่งออกสินค้ากลุ่มนี้จากไทย **สำหรับ 8 เดือนแรกปี** 2566 **การส่งออกหดตัว** -11.9% YoY **ในเชิงปริมาณ และ** +1.1% YoY **ในเชิงมูลค่า โดยทั้งปี** 2566 **ปริมาณส่งออกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของไทยคาดว่าจะหดตัว** (-10.0)-(-11.0)% แบ่งเป็น

  - **เบียร์:** **ปี** 2565 **การส่งออกเพิ่มขึ้น** +1.5% **ในเชิงปริมาณ และ** +8.5% **ในเชิงมูลค่า** โดยปริมาณส่งออกขยายตัวจากประเทศเมียนม่า (+20.8%) และกัมพูชา (+44.1%) จากการเปิดด่านการค้าชายแดนตามปกติ **สำหรับ 8 เดือนแรกปี** 2566 **การส่งออกหดตัว** -8.3% YoY **ในเชิงปริมาณ และ** +4.5% YoY **ในเชิงมูลค่า** (รูปที่ 19) โดยปริมาณส่งออกที่หดตัวมาจากตลาดเมียนม่า (-15.5% YoY) ซึ่งที่ผ่านมาราคาส่งออกโดยเฉลี่ยจากไทยได้ปรับสูงขึ้น (+14.0% YoY) ไม่จูงใจให้นำเข้า และผลจากที่ผู้ประกอบการในไทยได้เข้าไปลงทุนและขยายกิจการในตลาดเหล่านี้มากขึ้น **โดยทั้งปี** 2566 **ปริมาณส่งออกคาดว่าจะปรับลดลง** (-8.0)-(-10.0)%

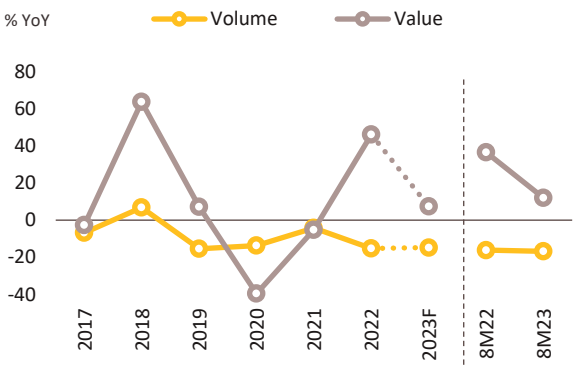
  - **สุรา:** **ปี** 2565 **การส่งออกหดตัว** -15.3% **ในเชิงปริมาณ และ** +46.2% **ในเชิงมูลค่า** โดยปริมาณส่งออกที่หดตัวมาจากตลาดไต้หวัน (-94.5%) และฟิลิปปินส์ (-39.2%) สัดส่วนรวมกัน 21.9% ของปริมาณส่งออกสุราจากไทยทั้งหมด เนื่องจากทั้งสองประเทศลดการนำเข้าสำหรับการสต๊อกแอลกอฮอล์บริสุทธิ์จากไทย[10/] หลังจากที่สถานการณ์ COVID-19 ได้คลี่คลาย ปัจจัยดังกล่าวยังคงทำให้ **การส่งออกหดตัว** -16.8% YoY **ในเชิงปริมาณ และ** +11.9% YoY **ในเชิงมูลค่า ในช่วง 8 เดือนแรกปี** 2566 (รูปที่ 20) ทำให้**ทั้งปี** 2566 **คาดว่าปริมาณส่งออกคาดการณ์จะปรับลดลงต่อเนื่อง** (-14.0)-(-16.0)%

Figure 19: Thailand's Beer Exports



Source: MOC

Figure 20: Thailand's Spirits Exports



Source: MOC

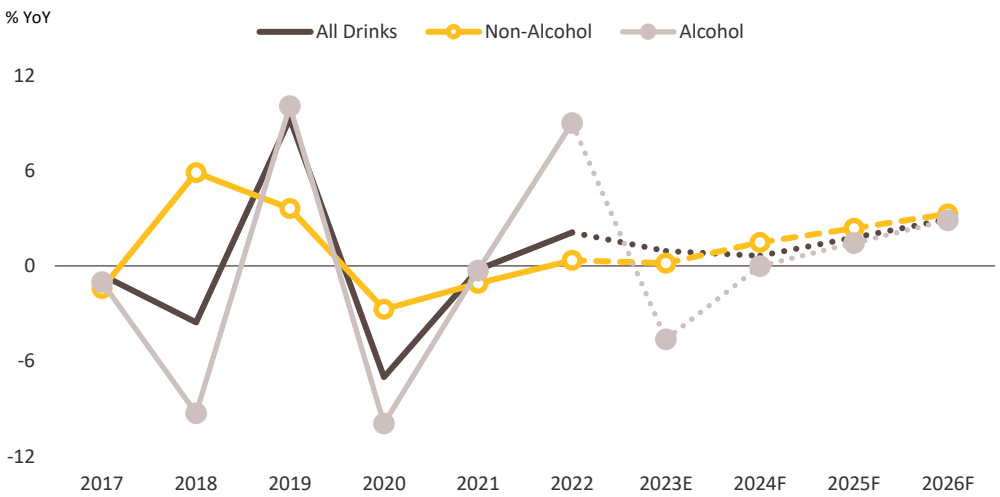
10/ แอลกอฮอล์ที่ใช้นั้นจะมีเปอร์เซ็นต์ของแอลกอฮอล์ต่อปริมาณของสารละลายมากกว่า 80 ขึ้นไป ซึ่งสามารถใช้เป็นสารตั้งต้นสำหรับผลิตภัณฑ์ในอุตสาหกรรม หรือเป็นส่วนผสมในผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มสุรา (ที่มา : U.S. Food & Drug Administration และ กรมสรรพสามิต)

แนวโน้มอุตสาหกรรม

แนวโน้มปริมาณการผลิตเครื่องดื่มคาดว่าจะเติบโตโดยเฉลี่ย 1.5-2.5 % **ต่อปี** โดยแรงหนุนการเติบโตมาจาก 1) ภาวะ El Niño ส่งผลให้อุณหภูมิของไทยเพิ่มสูงขึ้น กระตุ้นความต้องการบริโภคเครื่องดื่ม และ 2) สต๊อกสินค้าที่มีแนวโน้มลดลงจากการเร่งระบายสต๊อกในช่วงที่ผ่านมา (Destocking) โดยเริ่มเข้าสู่การสะสมสต๊อกรอบใหม่ (Restocking) เพื่อรองรับทิศทางการฟื้นตัวต่อเนื่องของกิจกรรมทางเศรษฐกิจ อย่างไรก็ตาม ปัจจัยด้านอุปทานที่อาจกดดันการผลิตมาจากต้นทุนวัตถุดิบที่ปรับเพิ่มขึ้นจากผลกระทบของภาวะ El Niño ที่จะรุนแรงขึ้น ส่งผลให้น้ำและพืชผลเกษตรที่ใช้เป็นวัตถุดิบมีแนวโน้มลดลงทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพ แม้ว่าต้นทุนบรรจุภัณฑ์อาจจะลดลงบ้างตามทิศทางราคาพลังงานที่ปรับตัวลง โดยรายละเอียดในแต่ละผลิตภัณฑ์เป็นดังนี้

- เครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์: **ปริมาณการผลิตในประเทศคาดว่าจะขยายตัว** 2.0-3.0% **ต่อปี** โดยผลิตภัณฑ์หลักแบ่งเป็น 1) **น้ำดื่มและน้ำแร่บรรจุขวดจะขยายตัว** 2.0-3.0% **ต่อปี และ** 2) **น้ำอัดลมและโซดาจะขยายตัว** 3.0-4.0% **ต่อปี** โดยการขยายตัวส่วนใหญ่มีแรงหนุนจากการฟื้นตัวด้านอุปสงค์ (Demand Driven) โดยเฉพาะจากธุรกิจท่องเที่ยวที่คาดว่าจำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศจะกลับคืนสู่ระดับก่อนช่วง COVID-19 ในปี 2568 ทำให้ผู้ผลิตบางรายเพิ่มกำลังการผลิตและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆออกมากระตุ้นตลาดเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะเครื่องดื่มในเชิงสุขภาพ
- เครื่องดื่มแอลกอฮอล์: **ปริมาณการผลิตในประเทศคาดว่าจะขยายตัวเล็กน้อยที่** 1.0-2.0% **ต่อปี** โดยผลิตภัณฑ์หลักแบ่งเป็น 1) **เบียร์คาดว่าจะขยายตัวเล็กน้อยที่** 1.0-2.0% **ต่อปี และ** 2) **สุราจะทรงตัวหรือขยายตัวเล็กน้อยที่** 0.0-1.0 **ต่อปี** โดยปัจจัยหนุนมาจากอุปสงค์ที่ฟื้นตัวจากภาคท่องเที่ยว และธุรกิจสถานบันเทิง แต่ยังคงมีข้อจำกัดของการเติบโตด้านอุปทานจากต้นทุนวัตถุดิบที่ใช้ผลิตแอลกอฮอล์ อาทิ อ้อย และข้าว คาดว่าจะมีราคาสูงขึ้นจากผลกระทบของ El Niño ที่รุนแรงมากขึ้น

Figure 21: Forecast Thai Beverage Production

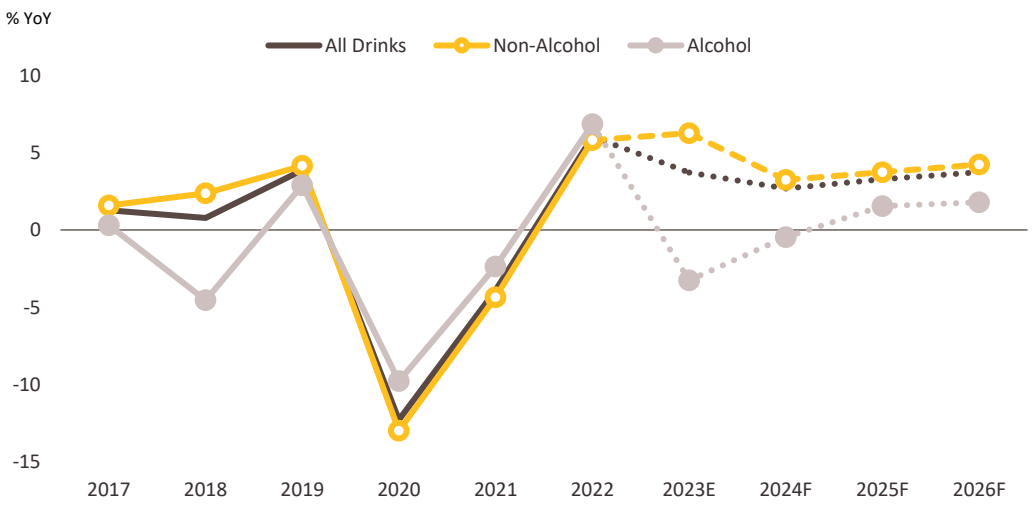


Source: OIE, Euromonitor

แนวโน้มปริมาณการจำหน่ายเครื่องดื่มในประเทศ คาดว่าจะเพิ่มขึ้น 3.0-4.0% **ต่อปี** ตามความต้องการของผู้บริโภคที่จะเพิ่มขึ้นจากผลของสภาวะอากาศที่ร้อน การฟื้นตัวเต็มรูปแบบของธุรกิจร้านอาหาร โรงแรม ผับ บาร์ และธุรกิจเกี่ยวเนื่อง นอกจากนี้การขยายตัวของเมืองและร้านค้าปลีกสมัยใหม่อย่างต่อเนื่องยังส่งผลให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงสินค้าได้ง่าย โดยแบ่งเป็นรายผลิตภัณฑ์ ดังนี้

- **เครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์: ปริมาณการจำหน่ายในประเทศคาดว่าจะขยายตัว** 3.5-4.5% **ต่อปี** โดยผลิตภัณฑ์หลักแบ่งเป็น **1) น้ำดื่มและน้ำแร่บรรจุขวดจะขยายตัว** 3.0-4.0% **ต่อปี** จาก 1.1) ผู้บริโภคเลือกบริโภคสินค้าที่มีมาตรฐานความสะอาดและความปลอดภัยมากขึ้นหลังเผชิญเหตุการณ์ COVID-19 1.2) ภาวะอากาศที่ร้อนขึ้นและภัยแล้งทำให้ความต้องการน้ำดื่มเพิ่มขึ้นโดยเฉพาะผู้บริโภคในพื้นที่ห่างไกลต้องพึ่งพาน้ำบรรจุขวด เนื่องจากสภาวะโลกร้อนทำให้น้ำทะเลหนุนสูง น้ำประปา/น้ำบาดาลในบางพื้นที่จึงมีรสชาติเค็มหรือรสชาติที่เปลี่ยนไป และ 1.3) การขยายตัวของชุมชนเมืองและร้านค้าปลีกสมัยใหม่ช่วยหนุนให้ผู้บริโภคเข้าถึงสินค้าได้ง่ายขึ้น และ **2) น้ำอัดลมและโซดาจะขยายตัว** 3.5-4.5% **ต่อปี** แรงหนุนมาจาก 2.1) การฟื้นตัวเต็มรูปแบบของธุรกิจร้านอาหารและโรงแรมรองรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ 2.2) การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศสู่ภาวะโลกเดือดมากขึ้น ทำให้ผู้บริโภคต้องการบริโภคเครื่องดื่มที่ทำให้รู้สึกสดชื่นและดับกระหาย อย่างไรก็ตาม มาตรการเข้มงวดในการควบคุมความหวานของผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มรอบล่าสุดที่มีผลตั้งแต่เดือนเมษายา 2566 ยังเป็นข้อจำกัดการเติบโตของเครื่องดื่มกลุ่มนี้ในตลาดในประเทศ แม้ว่าผู้ประกอบการบางรายจะมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำอัดลมที่ตอบรับกระแสรักสุขภาพของผู้บริโภคมากขึ้น อาทิ ไม่มีน้ำตาล/น้ำตาลน้อย และมีแคลอรีต่ำแล้วก็ตาม
- **เครื่องดื่มแอลกอฮอล์: ปริมาณการจำหน่ายในประเทศคาดว่าจะยังทรงตัวหรือขยายตัวเล็กน้อย ที่** 0.0-2.0% **ต่อปี** โดยผลิตภัณฑ์หลักแบ่งเป็น **เบียร์ขยายตัว** 1.0-2.0% **ต่อปี และสุราขยายตัวเล็กน้อย** 0.0-1.0% **ต่อปี** โดยมีแรงหนุนจากการฟื้นตัวที่ชัดขึ้นของธุรกิจท่องเที่ยว และการกระเตื้องขึ้นต่อเนื่องของกิจกรรมทางธุรกิจ หนุนความต้องการที่มาจากธุรกิจร้านอาหาร ผับ บาร์ และสถานบันเทิง อย่างไรก็ตามปัจจัยฉุดรั้งการเติบโตให้อยู่ในอัตราต่ำ ได้แก่ 1) กระแสใส่ใจด้านสุขภาพที่มากขึ้นทำให้ผู้บริโภคบางส่วนลดปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ลง และ 2) ช่องทางการจำหน่ายที่ยังถูกจำกัดจากกฎหมายควบคุมให้จำหน่ายผ่านร้านค้าห้างสรรพสินค้า หรือกลุ่มธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม (Offline Retail) เท่านั้น รวมทั้งการห้ามโฆษณา ซึ่งทำให้ผู้ประกอบการสูญเสียโอกาสในการนำเสนอผลิตภัณฑ์แก่ผู้บริโภคตามสื่อและช่องทางออนไลน์ต่างๆ แม้ว่าจะมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆโดยเฉพาะเบียร์ที่มีรสชาติแปลกใหม่และพัฒนาคุณภาพของส่วนผสม เพื่อเพิ่มความพึงพอใจและประสบการณ์ที่ดีในการบริโภคก็ตาม

Figure 22: Forecast Domestic Beverage Consumption

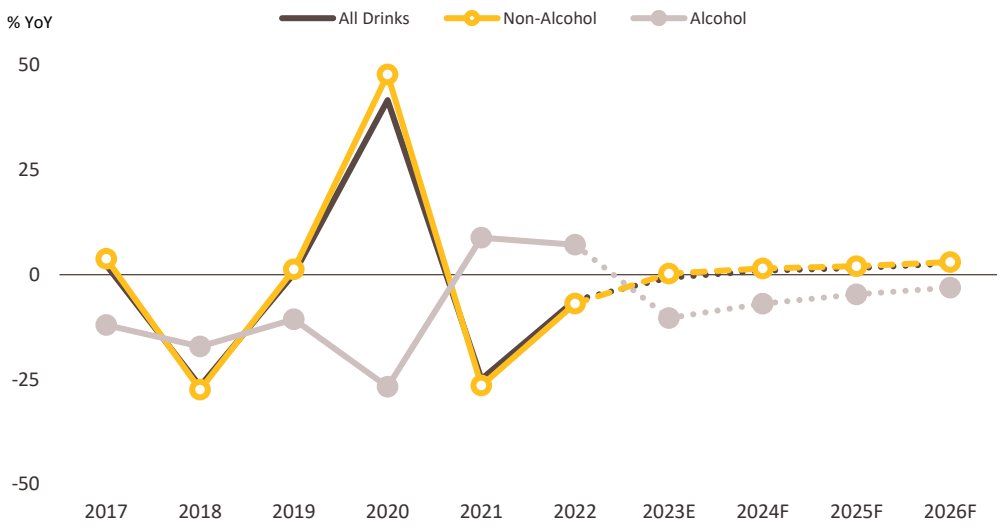


Source: OIE, Euromonitor

แนวโน้มปริมาณส่งออก คาดว่าจะขยายตัว 1.5-2.5% **ต่อปี** จากการเปิดด่านชายแดนระหว่างประเทศเพื่อนบ้าน ซึ่งเป็นช่องทางสำคัญประกอบกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มบางประเภททำให้ได้รับความนิยมจากต่างประเทศเพิ่มขึ้น[11/] โดยแบ่งเป็นรายผลิตภัณฑ์ดังนี้

- **เครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์: ปริมาณการส่งออกคาดว่าจะขยายตัว** 1.5-2.5% **ต่อปี** โดยผลิตภัณฑ์หลักแบ่งเป็น 1) **น้ำดื่มและน้ำแร่บรรจุขวดจะขยายตัว** 11.5-12.5% **ต่อปี** ตามการฟื้นตัวของกิจกรรมทางเศรษฐกิจและการขยายช่องทางการค้าของกลุ่มประเทศ CLMV อาทิ เมียนม่า ลาว กัมพูชา ที่เป็นคู่ค้าหลักซึ่งส่วนใหญ่ยังมีพื้นที่ขาดแคลนน้ำสะอาดที่ได้มาตรฐานสุขอนามัย 2) **น้ำอัดลมและโซดาจะหดตัว** (-2.0)-(-3.0)% **ต่อปี** เนื่องจากคู่ค้าหลัก โดยเฉพาะกัมพูชาและเมียนม่า มีการเข้าไปลงทุนของผู้ประกอบการไทย บริษัทข้ามชาติ และบริษัทท้องถิ่นมากขึ้น ประกอบกับราคาจำหน่ายเครื่องดื่มท้องถิ่นมีราคาต่ำกว่าสินค้านำเข้า 3) **เครื่องดื่มให้พลังงานจะขยายตัว** 4.5-5.5% **ต่อปี** โดยแรงขับเคลื่อนส่วนใหญ่มาจากประเทศเวียดนาม ซึ่งผู้บริโภคมีความต้องการแหล่งพลังงานที่สดชื่นและรวดเร็วตามวิถีชีวิตที่เร่งรีบและทำงานหนักมากขึ้น และ 4) **น้ำผลไม้จะทรงตัวที่** 0.0-1.0% **ต่อปี** โดยตลาดที่ขยายตัวได้แก่ ประเทศจีน ซึ่งผู้บริโภคนิยมนำน้ำผลไม้ไปผสมเครื่องดื่มอื่นๆ เพื่อสุขภาพมากขึ้น ขณะที่ความต้องการจากสหรัฐฯ ซึ่งเป็นคู่ค้าสำคัญอาจยังฟื้นตัวช้าจากกำลังซื้อที่ยังอ่อนแอ และผู้บริโภคระมัดระวังการใช้จ่าย
- **เครื่องดื่มแอลกอฮอล์: ปริมาณการส่งออกคาดว่าจะหดตัว** (-4.5)-(-5.5)% **ต่อปี** โดยผลิตภัณฑ์หลักแบ่งเป็น 1) **เบียร์จะหดตัว** (-4.0)-(-5.0)% **ต่อปี และ** 2) **สุราจะหดตัว** (-5.0)-(-6.0)% เนื่องจาก i) ประเทศเพื่อนบ้าน (CLMV) ซึ่งเป็นตลาดหลักยังมีแนวโน้ม ซึ่งประเทศเหล่านี้มีแนวโน้มระมัดระวังการใช้จ่ายในกลุ่มสินค้าฟุ่มเฟือยตามภาวะกำลังซื้อที่ยังมีแนวโน้มเปราะบาง ii) การแข่งขันของผู้ผลิตในประเทศยังเผชิญการแข่งขันค่อนข้างสูงจากการเข้ามาลงทุนของผู้ประกอบการทั้งในและต่างประเทศ

Figure 23: Forecast Thai Beverage Exports



Source: MOC

11/ ที่มา: กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

วิจัยกรุงศรี

ดร.พิมพ์นารา หิรัญกสิ

ผู้บริหารสายงานวิจัยและหัวหน้าทีมวิจัยเศรษฐกิจ

ทีมวิจัยเศรษฐกิจ

สุจิต ชัยวิชญชาติ

ผู้บริหารทีมวิจัยเศรษฐกิจมหภาค

วนิชา ดิเรกอุดมศักดิ์

เศรษฐกรอาวุโส

จุไรลักษณ์ พลศรี

เศรษฐกรอาวุโส (พยากรณ์ตัวเลขเศรษฐกิจ)

ทรรศิน กลิ่นถนอม

เศรษฐกร

กฤตพร ศิริใจชิงกุล

เศรษฐกร

ทีมวิเคราะห์และพัฒนางานวิจัย

ดร.พิมพ์นารา หิรัญกสิ

รักษาการผู้บริหารทีมวิเคราะห์และพัฒนางานวิจัย

ณธัญอร รัตนาธรรมวัฒน์

นักวิเคราะห์อาวุโส

นฤชยา สาตแฟง

นักวิเคราะห์

ชินกฤต อัมพรพรรณวัต

นักวิเคราะห์

ปริญญา มิ่งสกุล

นักวิเคราะห์

ทีมบริหารระบบข้อมูลวิจัย

ธมณ เสริญสุขสกุล

เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป

เชิดศักดิ์ ศรีชัยตัน

เจ้าหน้าที่ระบบข้อมูลวิจัย

วงศกร แก้วอุดทัง

เจ้าหน้าที่ระบบข้อมูลวิจัย

ทีมวิจัยอุตสาหกรรม

ดร.พิมพ์นารา หิรัญกสิ

รักษาการผู้บริหารทีมวิจัยอุตสาหกรรม

ธเนศ มหัทธนาลัย

นักวิเคราะห์อาวุโส (Digital)

พูลสุข นิลกิจศรานนท์

นักวิเคราะห์อาวุโส (Healthcare, Mobile Operators)

ปิยะนุช สถาพงศ์ภักดี

นักวิเคราะห์อาวุโส (Transport & Logistics)

นรินทร์ ตันไพบูลย์

นักวิเคราะห์อาวุโส (Power Generation, Modern Trade, Chemicals, Medical Devices)

เตียร เทียมศักดิ์

นักวิเคราะห์อาวุโส (Energy, Petrochemicals)

พุทธชาด ลุนคำ

นักวิเคราะห์อาวุโส (Construction Contractors, Construction Materials, Hotels, Industrial Estate)

พัชรา กลิ่นชวนชื่น

นักวิเคราะห์อาวุโส (Real Estate)

ชัยวัช โชวเจริญสุข

นักวิเคราะห์อาวุโส (Agriculture)

ประพันธ์ ลีน้อย

นักวิเคราะห์ (ESG)

ศุภวัฒน์ โชคสวัสดิ์ไพศาล

นักวิเคราะห์ (Automobile, Electronics & Electrical Appliances)

ศุภกร กรบุญไตรทศ

นักวิเคราะห์ (Agriculture, Food & Beverages)