

สุรากลั่น ชนิดสุราขาวที่ผลิตจากโรงงาน อุตสาหกรรมสุรานขนาดเล็ก (White Spirit)

โดย ฝ่ายวิเคราะห์สถานการณ์และเตือนภัยทางเศรษฐกิจ สสว.





วัตถุประสงค์การศึกษา

01

เพื่อศึกษาสถานการณ์ปัจจุบันของสุรากลั่นชนิดสุราขาวที่ผลิตจากโรงอุตสาหกรรมสุรขนาดเล็ก

02

เพื่อศึกษาโอกาสและข้อจำกัดในแต่ละมิติ ในการพัฒนาสุรากลั่นชนิดสุราขาวที่ผลิตจากโรงอุตสาหกรรมสุรขนาดเล็ก

03

เพื่อจัดทำข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการส่งเสริม SME ในสาขาการผลิตสุรากลั่นชนิดสุราขาวที่ผลิตจากโรงอุตสาหกรรมสุรขนาดเล็กให้สามารถแข่งขันได้อย่างยั่งยืน



กรอบการศึกษา

กรณีศึกษา “สุรากลั่นชนิดสุราขาวที่ผลิตจาก
โรงอุตสาหกรรมสุรากลั่นขนาดเล็ก” ซึ่งส่วนใหญ่เป็น
สุรากลั่นชุมชน

- ตามกฎกระทรวงการผลิตสุรา พ.ศ.2565 หมวด 2
การผลิตสุราเพื่อการค้า (2)
- ตามประกาศกรมสรรพสามิต เรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการและ
เงื่อนไขในการผลิตสุราและการนำสุราออกจากโรง
อุตสาหกรรมเพื่อตรวจวิเคราะห์ในขั้นตอนการผลิต



ขอบเขตของการศึกษา



แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ

พื้นที่ศึกษา 2 พื้นที่ ประกอบด้วย
ภาคเหนือ : จังหวัดเชียงใหม่ และ จังหวัดลำปาง
ภาคอีสาน : จังหวัดชัยภูมิ และ จังหวัดขอนแก่น

กลุ่มตัวอย่าง ในการสัมภาษณ์

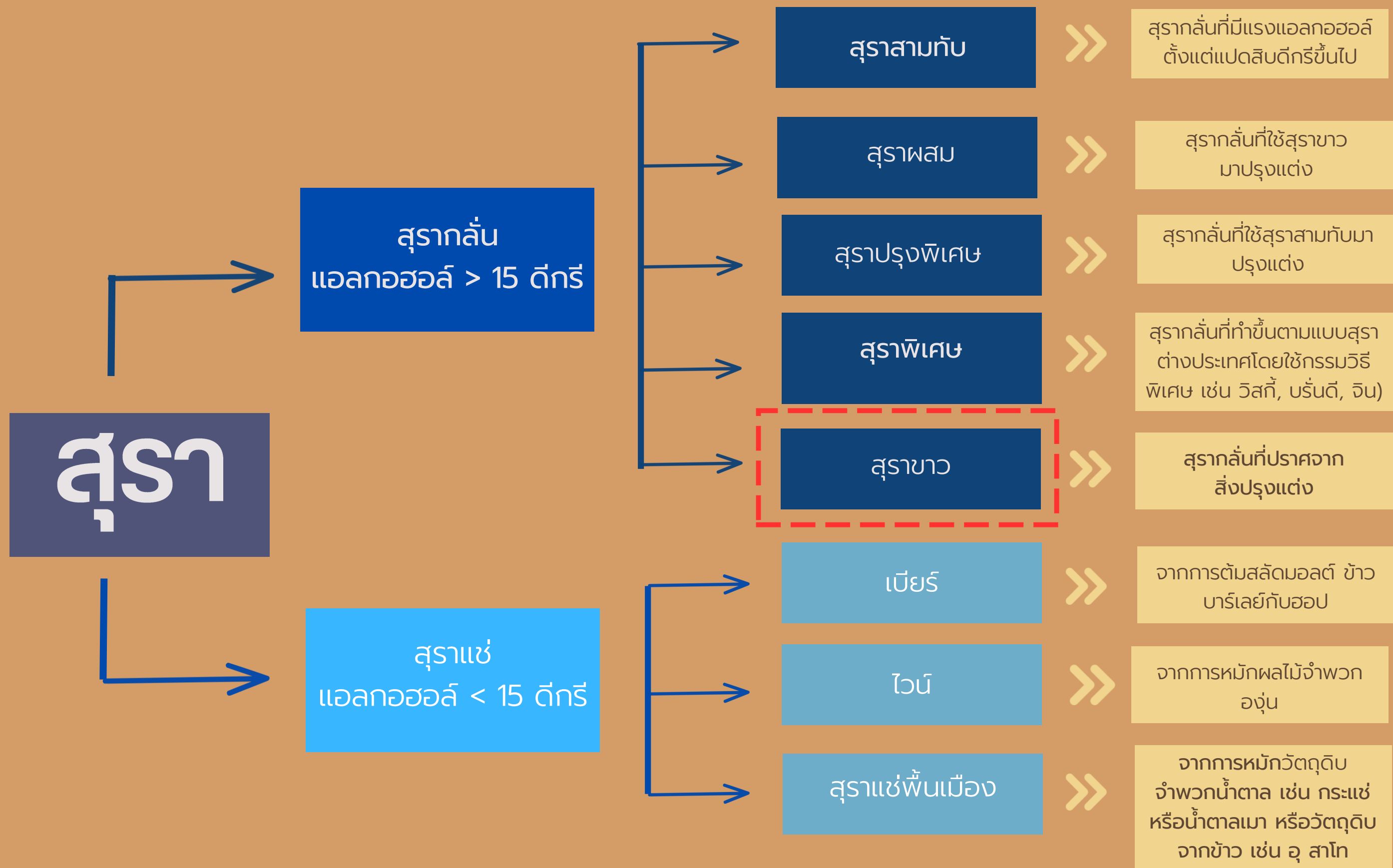
ผู้ผลิตสุรากลั่นชนิดสุรขาว/ ร้านค้าส่ง-ค้าปลีกสุรา/
สรรพสามิตในพื้นที่และส่วนกลาง/ ร้านบาร์จำหน่ายสุรา /
มหาวิทยาลัย รวมทั้งสิ้น 25 แห่ง เช่น

- ภาคผลิต : สุราชุมชนหมาใจดำ, สุราชุมชน the spirit of chaiyaphum, Sanpatong Distillery
- ภาคการค้า : ร้านเคียง, ร้านเชียงใหม่การสุรา
- ภาคบริการ : ร้านนพบุรีบาร์, ร้านอาหาร Blackit
- ภาคการศึกษา : มทร.อีสาน วิทยาเขตขอนแก่น

การศึกษานี้ใช้วิธีการศึกษาจากข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิประกอบกัน โดยข้อมูลทุติยภูมิผู้ศึกษาใช้วิธีการค้นคว้าจากเอกสารงานศึกษาเอกสารงานวิจัย บทความวิเคราะห์ รวมทั้งข่าวสารที่เกี่ยวข้อง ส่วนการศึกษาจากข้อมูลปฐมภูมิผู้ศึกษาใช้วิธีการลงพื้นที่สัมภาษณ์ผู้ประกอบการที่อยู่ใน Supply Chain ทั้งในด้านการผลิตและด้านการตลาด โดยทำการเลือกพื้นที่จากพื้นที่ที่ผลิตสุรากลั่นชนิดสุรขาวและพื้นที่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวต่างชาติ

ชนิดของสุรา

ตามกฎหมายกระทรวง
การผลิตสุรา พ.ศ.2565 และ
ประกาศกรมสรรพสามิต



ชนิดของสุรากลั่นตามวัตถุดิบหลัก

ชนิด	วัตถุดิบ	กลั่น	เก็บ บ่ม	บรรจุ
วิสกี้	เมล็ดธัญพืช	55-95	≥2 ปี	≥40 ดีกรี (วิสกี้ผสม ป룻แต่งจาก สุรากลั่นที่เก็บบ่ม ≥ ร้อยละ 25
บรั่นดี	ผลไม้ต่าง ๆ (ส่วนมากเป็นองุ่น)	60	≥1 ปี	≥38 ดีกรี
รัม	ผลิตภัณฑ์จากอ้อย	60-95	≥1 ปี	≥40 ดีกรี
วอดก้า	เมล็ดธัญพืช	≥95	-	≥40 ดีกรี
ยีน	ไม่จำกัดวัตถุดิบ กลั่นครั้งสุดท้าย ≥95 และมีกลั่นผลจูนิเปอร์			≥40 ดีกรี
ลิเคียว	ไม่จำกัดวัตถุดิบที่ใช้กับพืชหรือผลไม้หรือสมุนไพร แล้วป룻แต่งน้ำสุราด้วยน้ำตาลหรือน้ำเชื่อม ไม่น้อยกว่าร้อยละ 25 โดยน้ำหนัก			



สุราพื้นบ้าน (เครื่องดื่มที่เกิดจากภูมิปัญญาไทย)



สาโท หรือ น้ำขาว

ทำมาจากข้าวเหนียวหนึ่ง
คลูกกับลูกแป้ง หมักใน
ภาชนะจนเกิดเป็นน้ำสุรา
โดยมีเปอร์เซ็นต์แอลกอฮอล์
ไม่เกิน 15 เปอร์เซ็นต์



อุ หรือ เหล้าไห

ผลิตจากข้าวเหนียวเช่นกัน แต่มี
ส่วนผสมของเกลบด้วย และ
หมักในไห ปิดสนิท และมีวิธีดื่มที่
แตกต่างจากสาโท คือต้องดูด
จากไหด้วยหลอด



กระแช่ หรือ น้ำตาลเมา

ผลิตจากน้ำตาลจากจันทมะพร้าว
หรือต้นตาลโตนด นำมาใส่ไม้
มะเกลือ เพื่อให้เกิดการหมักจน
เกิดแอลกอฮอล์



สุรา หรือ สุรากลั่น

สุรากลั่น หรือที่หลาย ๆ คน
เรียกว่า **เหล้าขาว** เป็นเหล้าที่ได้
จากการนำน้ำสาโทมากลั่นจนได้
เป็นเหล้าที่มีความแรง
แอลกอฮอล์สูงกว่าสุราแช่ คือ
สูงกว่า 15 เปอร์เซ็นต์

TSIC ที่เกี่ยวข้อง

Code	Sub-Code	Thai Description	English Description
11		การผลิตเครื่องดื่ม	Manufacture of beverages
	1101	การต้ม การกลั่นและการผสมสุรา	Distilling, rectifying and blending of spirits
		11011 การผลิตสุรากลั่น	
		11012 การผลิตสุราผสม	
	1102	การผลิตสุราผลไม้ (ไวน์)	Manufacture of wines
		11021 การผลิตไวน์องุ่น	
		11022 การผลิตไวน์ผลไม้ (ยกเว้น องุ่น)	
		11029 การผลิตสุราผลไม้ (ไวน์) ซึ่งมีได้จัดประเภทไว้อื่น	
	1103	การผลิตมอลต์และสุราที่ทำจากข้าวบาร์เลย์	Manufacture of malt liquors and malt
		11030 การผลิตมอลต์และสุราที่ทำจากข้าวบาร์เลย์	

Tsic 11011 การผลิตสุรากลั่น เช่น วิสกี้ วอดก้า รัม บรั่นดี สุรา เตกิล่า เหล้าโรง หรือ เหล้าขาว รวมถึงการผลิตนิวทรีลสปิริตหรือแอลกอฮอล์บริสุทธิ์ร้อยละ 95 ขึ้นไป

จำนวนธุรกิจ การจ้างงานของ SME ใน TSIC ที่เกี่ยวข้อง ปี 2567

Tsic / Size	จำนวน	การจ้างงาน	สัดส่วนจำนวน	สัดส่วนการจ้างงาน
11011	2,653	5,218	87.53%	76.88%
M	6	340	0.20%	5.01%
Micro	2,501	3,318	82.51%	48.89%
S	146	1,560	4.82%	22.99%
11012	36	142	1.19%	2.09%
Micro	31	59	1.02%	0.87%
S	5	83	0.16%	1.22%
11021	20	130	0.66%	1.92%
Micro	15	62	0.49%	0.91%
S	5	68	0.16%	1.00%
11022	107	172	3.53%	2.53%
Micro	101	84	3.33%	1.24%
S	6	88	0.20%	1.30%
11029	170	599	5.61%	8.83%
M	1	19	0.03%	0.28%
Micro	147	395	4.85%	5.82%
S	22	185	0.73%	2.73%
11030	45	526	1.48%	7.75%
M	1	168	0.03%	2.48%
Micro	35	148	1.15%	2.18%
S	9	210	0.30%	3.09%
Grand Total	3,031	6,787	100.00%	100.00%



- ส่วนใหญ่เป็นสุรากลั่น ประเภท TSIC 11011
- มีวิสาหกิจชุมชน 1,177 ราย
- และส่วนใหญ่ SME อยู่ในภาคเหนือ

จำนวนธุรกิจ การจ้างงานของ SME ใน Tsic 11011 ปี 2567 (แบ่งตามภูมิภาค)

ภูมิภาค	จำนวน	การจ้างงาน
กรุงเทพมหานคร และปริมณฑล	64	488
ภาคกลาง	74	314
ภาคตะวันออก	91	232
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	198	485
ภาคใต้	333	419
ภาคเหนือ	1,893	3,280
Grand Total	2,653	5,218

ที่มา : สำนักงานสถิติแห่งชาติ, กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, กรมส่งเสริมการเกษตร
ประมวลผลโดย : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)

ส่วนแบ่งตลาดการผลิตสุรากลั่น (นิติบุคคล) ในปี 2567

(จำนวนนิติบุคคลส่งงบการเงิน 483 ราย)
ประเภทธุรกิจ : 11011 การผลิตสุรากลั่น



รายได้รวม 93,091 ล้านบาท

5 บริษัทที่มีรายได้สูงสุดเทียบกับรายได้รวมของสาขา คิดเป็น 60.1%

นิติบุคคลที่มีรายได้สูงสุด (5 อันดับแรก)

ลำดับ	เลขทะเบียน	ชื่อนิติบุคคล	รายได้รวม (บาท)
1	0105515001141	แสงโสม จำกัด	16,405,647,346.00
2	0135541002485	สุราบางยี่ขัน จำกัด	12,482,886,720.00
3	0745531000379	สุรากระหังแดง (1988) จำกัด	10,039,367,181.00
4	0105514001236	โรงงานสุราพิเศษสุวรรณภูมิ จำกัด	9,066,890,175.21
5	0105553089408	ตะวันแดง 1999 จำกัด	7,971,944,186.74

งบการเงินแบบย่อ ประเภทธุรกิจ 11011 การผลิตสุรากลั่น ธุรกิจทุกขนาด

ข้อมูลปีงบการเงิน 2565 - 2567 (ยอดรวม)

หน่วย : บาท	2565	2566	2567
สินทรัพย์รวม	59,565,015,999.13	61,419,883,426.04	74,914,511,029.52
หนี้สินรวม	17,295,418,892.34	19,104,988,357.44	22,111,918,079.64
หนี้สินรวมและส่วนของผู้ถือหุ้น	59,565,015,999.13	61,419,883,426.04	74,914,511,029.52
รายได้รวม	79,678,521,005.77	77,827,992,862.68	93,091,762,545.96
กำไร(ขาดทุน) ขั้นต้น	722,606.24	604,699.06	4,359,925,409.03
รายจ่ายรวม	75,232,520,615.09	73,085,055,503.38	87,900,306,918.69
กำไร(ขาดทุน) สุทธิ	3,249,483,435.01	3,401,527,135.09	3,778,582,192.76
จำนวนนิติบุคคลที่ส่งงบ	482 ราย	484 ราย	482 ราย
จำนวนนิติบุคคลที่มีกำไร	359 ราย	338 ราย	336 ราย
จำนวนนิติบุคคลที่ขาดทุน	123 ราย	146 ราย	145 ราย

หมายเหตุ : 1. แสดงเฉพาะรายการสำคัญทางการเงิน
2. %เปลี่ยนแปลง คำนวณจาก ค่ามัธยฐานสิ้นปีนั้น - สิ้นปีก่อนหน้า

หมายเหตุ : สืบค้น 30 กรกฎาคม 2568 <https://datawarehouse.dbd.go.th/business/11011?type=business>

ที่มา : กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์

จำนวนใบอนุญาตผลิตสุรา จำแนกตามพื้นที่ ปี 2563 -2567

ณ วันที่ 30 กันยายน 2568

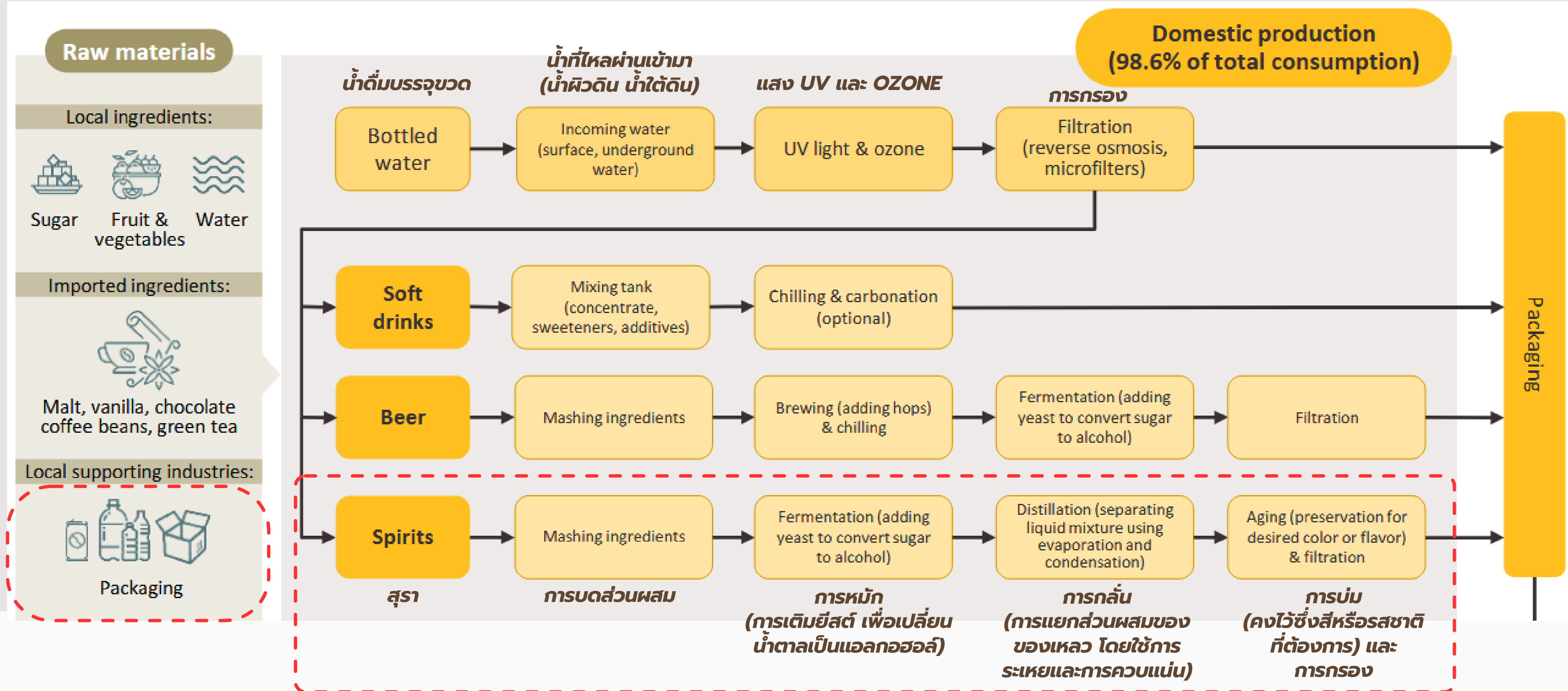


ภาค 1	ภาค 2	ภาค 3	ภาค 4	ภาค 5	ภาค 6	ภาค 7	ภาค 8	ภาค 9	ภาค 10
รวม 105 ราย	รวม 218 ราย	รวม 249 ราย	รวม 211 ราย	รวม 2,096 ราย	รวม 327 ราย	รวม 196 ราย	รวม 195 ราย	รวม 285 ราย	รวม 29 ราย
สสว.ชัยนาท 8 สสว.นนทบุรี 21 สสว.ปทุมธานี 1 8 สสว.ปทุมธานี 2 11 สสว.ลพบุรี 26 สสว.สระบุรี 14 สสว.สิงห์บุรี 2 สสว.อยุธยา 1 4 สสว.อยุธยา 2 8 สสว.อ่างทอง 3	สสว.ฉะเชิงเทรา 49 สสว.ชลบุรี 1 8 สสว.ชลบุรี 2 21 สสว.ตราด 26 สสว.นครนายก 7 สสว.ปราจีนบุรี 12 สสว.ระยอง 1 14 สสว.ระยอง 2 18 สสว.สมุทรปราการ 1 4 สสว.สมุทรปราการ 2 7 สสว.สระแก้ว 5	สสว.ชัยภูมิ 20 สสว.นครราชสีมา 89 สสว.บุรีรัมย์ 15 สสว.ยโสธร 4 สสว.ร้อยเอ็ด 13 สสว.ศรีสะเกษ 27 สสว.สุรินทร์ 38 สสว.อำนาจเจริญ 8 สสว.อุบลราชธานี 35	สสว.กาฬสินธุ์ 27 สสว.ขอนแก่น 36 สสว.นครพนม 24 สสว.บึงกาฬ 5 สสว.มหาสารคาม 4 สสว.มุกดาหาร 1 สสว.เลย 27 สสว.สกลนคร 31 สสว.หนองคาย 38 สสว.หนองบัวลำภู 1 สสว.อุดรธานี 17	สสว.เชียงราย 335 สสว.เชียงใหม่ 237 สสว.น่าน 292 สสว.พะเยา 238 สสว.แพร่ 406 สสว.แม่ฮ่องสอน 71 สสว.ลำปาง 334 สสว.ลำพูน 73 สสว.อุตรดิตถ์ 110	สสว.กำแพงเพชร 11 สสว.ตาก 135 สสว.นครสวรรค์ 13 สสว.พิจิตร 3 สสว.พิษณุโลก 57 สสว.เพชรบูรณ์ 10 สสว.สุโขทัย 88 สสว.อุทัยธานี 10	สสว.กาญจนบุรี 48 สสว.นครปฐม 1 20 สสว.นครปฐม 2 26 สสว.ประจวบคีรีขันธ์ 6 สสว.เพชรบุรี 13 สสว.ราชบุรี 34 สสว.สมุทรสาคร 28 สสว.สุพรรณบุรี 21	สสว.กระบี่ 13 สสว.ชุมพร 9 สสว.นครศรีธรรมราช 113 สสว.พังงา 1 สสว.ภูเก็ต 12 สสว.ระนอง 2 สสว.สุราษฎร์ธานี 45	สสว.ตรัง 37 สสว.นราธิวาส 10 สสว.ปัตตานี 5 สสว.พัทลุง 67 สสว.ยะลา 3 สสว.สงขลา 151 สสว.สตูล 12	สสว.กทม.1 7 สสว.กทม.2 4 สสว.กทม.3 4 สสว.กทม.4 11 สสว.กทม.5 3

ที่มา : สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม

[HTTPS://GDCATALOG.GO.TH/DATASET/GDPUBLISH-02-0201/RESOURCE/E049F63A-D740-4AD3-A072-F414DF2861D3](https://gdcatalog.go.th/dataset/gdpublish-02-0201/resource/E049F63A-D740-4AD3-A072-F414DF2861D3)

THAILAND BEVERAGE SUPPLYCHAIN, 2023



ข้อกฎหมายหรือกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับ “สุรากลั่นชนิดสุราขาวที่ผลิตจากโรงอุตสาหกรรมสุรขนาดเล็ก”



- 01 พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551**
(การโฆษณา การส่งเสริมการขาย)
- 02 ประกาศกรมสรรพสามิต เรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการและเงื่อนไขในการผลิตสุรา และการนำสุราออกจากโรงอุตสาหกรรมเพื่อตรวจวิเคราะห์ในขั้นตอนการผลิต ลงวันที่ 29 กันยายน พ.ศ. 2560**
(ระบุถึงหลักเกณฑ์, วิธีการ, และเงื่อนไขในการผลิตสุราเพื่อการค้า และการนำสุราออกจากโรงอุตสาหกรรมเพื่อตรวจวิเคราะห์ในขั้นตอนการผลิต)
- 03 กฎกระทรวงการผลิตสุรา พ.ศ. 2565 ให้ไว้ ณ วันที่ 1 พฤศจิกายน พ.ศ. 2565**
(กฎหมายที่กำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการผลิตสุราในประเทศไทย)
- 04 ระเบียบกรมสรรพสามิต ว่าด้วยการควบคุมโรงอุตสาหกรรมสุรขนาดเล็กและโรงอุตสาหกรรมสุรขนาดกลาง พ.ศ. 2566 ลงวันที่ 26 มกราคม พ.ศ. 2566**
(กำหนดเงื่อนไขเกี่ยวกับการผลิตสุราในโรงงานขนาดเล็กและกลาง เช่น สิ่งปลูกสร้าง เครื่องจักร อุปกรณ์ การใช้วัตถุดิบ การควบคุมแอสมปี การทำบัญชี และการนำสุราออกจากโรงงาน)
- 05 พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2568**
(แก้ไขเพิ่มเติม)
****ระหว่างทำการศึกษา พสบ.ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2568 อยู่ระหว่างการพิจารณา “ร่าง” พสบ.****



กฎกระทรวง
การผลิตสุรา
พ.ศ. ๒๕๖๕

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา ๕ วรรคหนึ่ง และมาตรา ๑๕๓ วรรคสอง แห่งพระราชบัญญัติ
ภาษีสรรพสามิต พ.ศ. ๒๕๖๐ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังออกกฎกระทรวงไว้ดังต่อไปนี้

ข้อ ๑ กฎกระทรวงนี้ให้ใช้บังคับตั้งแต่วันถัดจากวันประกาศในราชกิจจานุเบกษาเป็นต้นไป

ข้อ ๒ ให้ยกเลิกกฎกระทรวงการอนุญาตผลิตสุรา พ.ศ. ๒๕๖๐

ข้อ ๓ ในกฎกระทรวงนี้

“ผลิตสุราเพื่อการค้า” หมายความว่า ผลิตสุราโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อขาย แลกเปลี่ยน

สาระสำคัญของร่างกฎกระทรวงที่เกี่ยวข้องกับ การผลิตสุรากลั่น พ.ศ. 2565

1. ผ่อนปรนระยะห่างจากแหล่งน้ำสาธารณะ สำหรับโรงงานอุตสาหกรรมสุรากลั่นขนาดเล็ก และขนาดกลาง จากเดิมไม่น้อยกว่า 100 เมตร ปรับแก้ให้สามารถตั้งอยู่ใกล้กว่าได้ หากมีระบบบำบัดน้ำเสียที่ไม่ก่อให้เกิดมลภาวะตามมาตรฐาน ที่อธิบดีประกาศกำหนด

2. เปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการรายใหม่ สามารถยื่นขอใบอนุญาตผลิตสุรากลั่นขนาดกลางได้ โดยไม่จำเป็นต้องเคยได้รับอนุญาตในระดับขนาดเล็กมาก่อน

อยู่ระหว่างประกาศราชกิจจานุเบกษา

ปรับปรุงหลักเกณฑ์และเงื่อนไขตามกฎหมายการผลิตสุรา พ.ศ. 2565

ให้มีความสอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน สร้างโอกาสให้กับผู้ประกอบการผลิตสุรากลั่นขนาดเล็กและขนาดกลางและสอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาลในการส่งเสริม Soft Power ของประเทศ ผ่านการสนับสนุนภูมิปัญญาท้องถิ่น

การแก้ไขกฎหมายเกี่ยวกับ พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

สาระสำคัญของการแก้ไขเพิ่มเติม

ขอบเขตนิยามเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ชัดเจนขึ้น

เดิม: หมายถึงสุราตามกฎหมายว่าด้วยสุรา ไม่รวมยา/ วัตถุออกฤทธิ์
ใหม่: ครอบคลุมวัตถุหรือของผสมที่มีแอลกอฮอล์ซึ่งสามารถ ดื่มได้ รวมถึงของที่เมื่อผสมกับน้ำแล้วดื่มได้ แต่ ยกเว้น เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ ≤ 0.5 ดีกรี, ยา, สบุนไฟ, วัตถุออกฤทธิ์, และยาเสพติด

การสื่อสารการตลาด

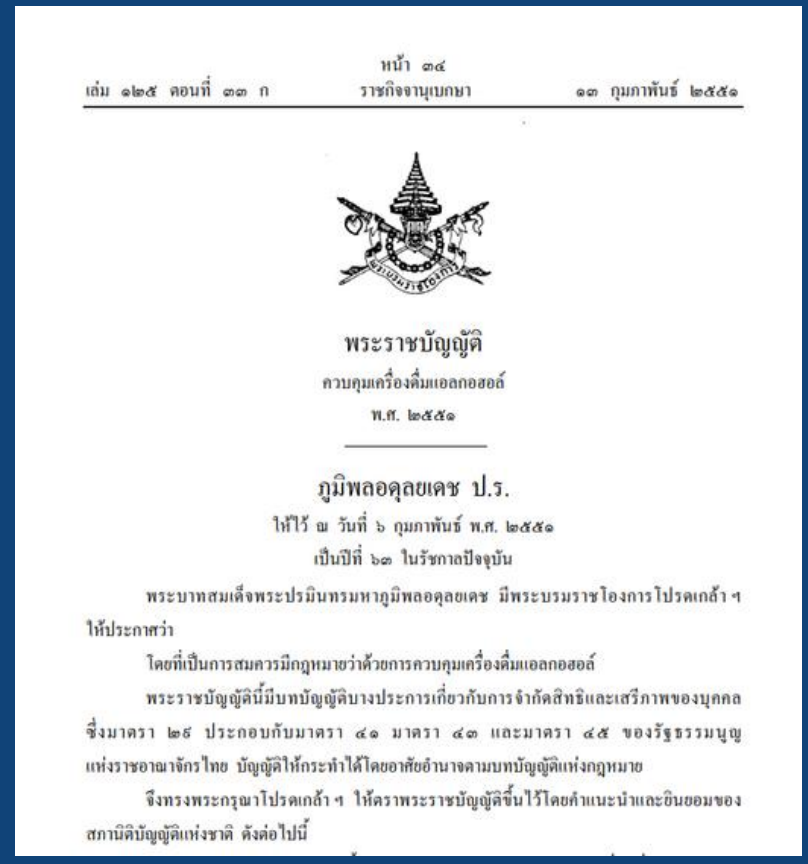
คงเนื้อหาเดิม แต่เพิ่มเติมความชัดเจนว่า **รวมถึงการสร้างภาพลักษณ์สินค้าและบริการ** ไม่ใช่แค่การขาย โดยตรง

มาตรา 32 (การโฆษณา)

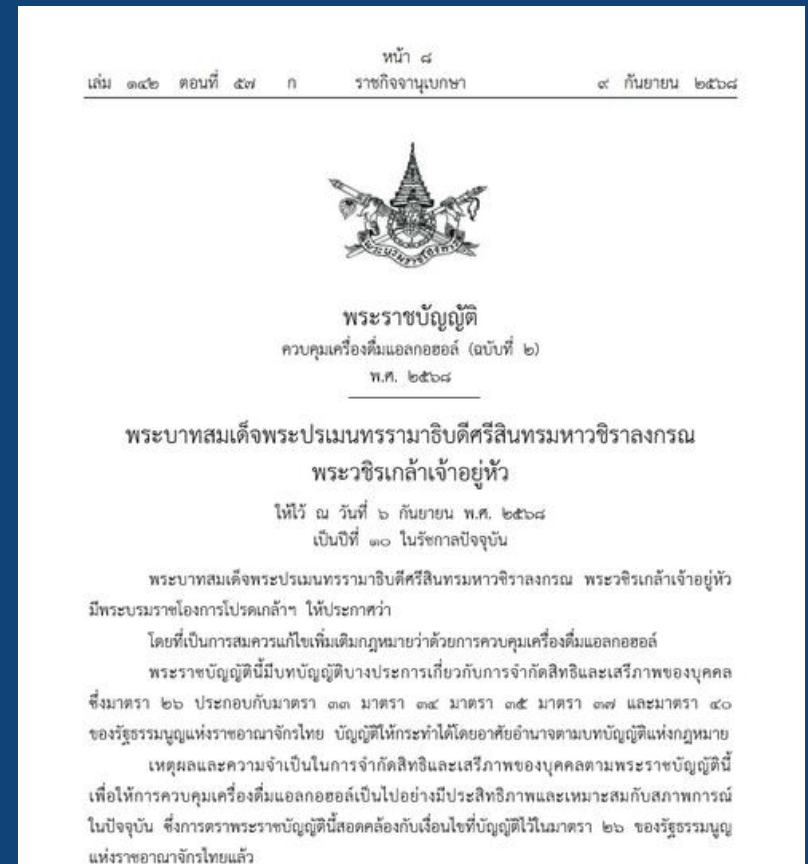
เดิม: เน้นห้ามโฆษณาที่จูงใจการดื่ม
ใหม่: เน้น **ห้ามบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานที่ขาย หรือจัดบริการ** ในเวลาที่กฎหมายห้ามขาย และให้อำนาจคณะกรรมการควบคุมกำหนดข้อยกเว้นเพิ่มเติม

เพิ่มหมวดใหม่เกี่ยวกับการโฆษณา (หมวด 4/1)

- มาตรา 32/1: ห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ยกเว้นเพื่อให้ข้อมูล/ความรู้ ภายใต้เกณฑ์ที่รัฐมนตรีกำหนด
- มาตรา 32/2: ห้ามใช้ชื่อเสียงบุคคลมาส่งเสริมการบริโภค เว้นแต่เพื่อการวิชาการในวงจำกัด
- มาตรา 32/3: ห้ามใช้ชื่อ/เครื่องหมายสุรามาเป็นส่วนหนึ่งของสินค้าหรือโฆษณาอื่นในลักษณะที่สื่อถึงการดื่ม
- มาตรา 32/4: ห้ามสนับสนุนกิจกรรมเพื่อสังคมหรือการกุศล ที่มีลักษณะส่งเสริมการบริโภค
- มาตรา 32/5: ห้ามเผยแพร่กิจกรรมหรือข่าวสารที่เป็นลักษณะต้องห้ามตามมาตรา 32/4



พระราชบัญญัติ
ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
พ.ศ. 2551



พระราชบัญญัติ
ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (ฉบับที่ 2)
พ.ศ. 2568

* หมายถึง พ.ร.บ.ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2568 จะมีผลบังคับเมื่อพ้นกำหนด 60 วันนับแต่วันประกาศในราชกิจจานุเบกษา (วันที่ 8 พฤศจิกายน 2568)

การแก้ไขครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อปรับปรุงกฎหมายให้สอดคล้องกับสภาพการณ์ปัจจุบัน และลดข้อจำกัดที่ส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการและประชาชนทั่วไป



สรุปผลการสัมภาษณ์

แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ

พื้นที่ศึกษา 2 พื้นที่ ประกอบด้วย

ภาคเหนือ : จังหวัดเชียงใหม่ และ จังหวัดลำปาง

ภาคอีสาน : จังหวัดชัยภูมิ และ จังหวัดขอนแก่น

กลุ่มตัวอย่างในการสัมภาษณ์

รวมทั้งสิ้น 25 แห่ง ประกอบด้วย

ผู้ผลิตสุรากลั่นชนิดสุราขาว / ร้านค้าส่ง-ค้าปลีกสุรา

สรรพสามิตในพื้นที่และส่วนกลาง / ร้านบาร์จำหน่ายสุรา /มหาวิทยาลัย



สรุปผลการสัมภาษณ์



01

ยอดจำหน่ายสุรากลั่นชนิดสุราขาว ในช่วงที่มีกระแสจากการเมือง ส่งผลดีต่อยอดขายของผู้ประกอบการ จึงทำให้เกิดผู้ประกอบการรายใหม่เพิ่มมากขึ้น แต่ปัจจุบันเมื่อกระแสเริ่มซาลง ทำให้จำหน่ายได้ยากขึ้น (สินค้าคงคลังจำนวนมาก)

02

ผู้ผลิตส่วนใหญ่ตั้งราคาสินค้าในราคาสูง เมื่อเปรียบเทียบกับสุราอื่น ๆ ในท้องตลาด

03

ผู้ผลิตเลือกใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพสูงและหลากหลายมากขึ้น เช่น ข้าวเหนียวอินทรีย์ อ้อยออแกนิก น้ำซอดอกมะพร้าว โกโก้ เป็นต้น

04

ผู้บริโภคส่วนใหญ่มักจะ "ลองแล้วไม่ไปต่อ" เนื่องจากรสชาติอาจยังไม่ถูกปาก ลูกค้าบางส่วนซื้อเพื่อภาพลักษณ์หรือ "คอนเทนต์" ในโซเชียลมีเดียมากกว่าการบริโภคจริงจัง

05

การผลิตสุรากลั่นฯ ยังคงเป็นการผลิตเป็นรอบไม่มีการผลิตต่อเนื่อง จากยอดขายที่กำหนดไม่ได้

06

ผู้ผลิตส่วนใหญ่มีต้นทุนการผลิตต่อหน่วยที่สูงกว่ารายใหญ่ เช่น บรรจุกัณฑ์ (ขวด) วัตถุดิบ

ข้อค้นพบจากการสัมภาษณ์



01

ผู้ประกอบการวางตำแหน่งสินค้าในระดับพรีเมียม แต่รูปแบบการทำธุรกิจไม่ชัดเจน

02

มีการกีดกันสุรากลั่นชนิดสุรขาวในการวางจำหน่าย โดยสร้างเงื่อนไขให้กับแหล่งค้าปลีก-ค้าส่ง ในพื้นที่

03

การสื่อสารแบรนด์ใช้วิธีการเลี้ยงโดยใช้ธุรกิจอื่นช่วยนำเสนอ เช่น ร้านกาแฟ

04

ภาพจำของผู้บริโภคยังคงมองว่าสุรากลั่นชนิดสุรขาว มีคุณภาพต่ำ รสชาติไม่ดี

05

ไม่สามารถระบุชนิดสุรขาวหลากหลายผลิตภัณฑ์ได้ เช่น จิน วอดก้า รัม วิสกี เนื่องจากติดกฎกระทรวงการผลิตสุรา พ.ศ. 2565 กำลังการผลิต ข้อ 17 (3) ที่กำหนดขนาดกำลังการผลิตเทียบเป็นน้ำสุราที่มีแรงแอลกอฮอล์ 28 ดีกรี ไม่ต่ำกว่า 30,000 ลิตรต่อวัน

06

ช่องทางหลักในการจำหน่าย คือการขายส่งให้ร้านค้า บาร์ หรือโรงแรมที่สนใจ และการออกบูธตามงานอีเวนต์ต่าง ๆ ซึ่งเป็นช่องทางที่มีประสิทธิภาพมากที่สุดใน การเข้าถึงลูกค้าโดยตรง ทำให้สามารถนำเสนอเรื่องราวและให้ลูกค้าทดลองชิมได้



ข้อค้นพบจากการสัมภาษณ์ (ต่อ)

- 07 บรรจุภัณฑ์ ใช้ของประเทศจีนเป็นหลัก เนื่องจากขนาดการผลิตของผู้ประกอบการ ไม่สามารถสั่งผลิตบรรจุภัณฑ์ในประเทศจำนวนมาก ตามเงื่อนไขของโรงงานได้
- 08 การประกวดสุราไทย จะช่วยยกระดับการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ของตนเอง และยกระดับแบรนด์ของสุราไทย เพื่อสร้างการรับรู้และยอมรับมากขึ้น
- 09 ผู้ประกอบการเริ่มหันมารวมกลุ่มกันจัดตั้งเป็นสมาคม เพื่อสร้างพลังต่อรอง แลกเปลี่ยนองค์ความรู้ และช่วยเหลือกันภายในกลุ่ม
- 10 ปัจจุบันผู้ประกอบการเป็นคนรุ่นใหม่มากขึ้น มีการลงทุนในเทคโนโลยีมากขึ้น แต่ยังคงต่อยอดองค์ความรู้เดิมจากบรรพบุรุษ เพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์สู่สากล
- 11 การเข้าถึงแหล่งเงินทุนจากสถาบันการเงินเป็นไปได้ยากมากเนื่องจากสุราถูกมองว่ามีความเสี่ยงและขัดต่อบรรพบุรุษทำให้ผู้ประกอบการต้องใช้ทุนส่วนตัวซึ่งเป็นข้อจำกัดของการเติบโตของธุรกิจ
- 12 ลักษณะการขายสุรากลั่นชนิดสุราขาวส่วนใหญ่เน้นเป็นของฝากสำหรับผู้ใหญ่ ยังไม่ชัดเจนในเรื่องของการซื้อเพื่อการบริโภค

SWOT ANALYSIS

S

Strengths

- วัตถุดิบท้องถิ่นที่หลากหลายและมีเอกลักษณ์ เช่น ข้าวสายพันธุ์ต่างๆ อ้อย ผลไม้ ไปจนถึงสมุนไพร ซึ่งเป็นการสร้างสรรพคุณผลิตภัณฑ์ที่มีรสชาติและเรื่องราวเฉพาะตัว
- การผลิตสุรากลั่นชนิดสุราขาวมาจากภูมิปัญญาดั้งเดิมที่สืบทอดกรรมวิธีการหมัก-การกลั่นมาจากบรรพบุรุษ เป็น STORY TELLING สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ได้
- ผู้บริโภคยุคใหม่ให้ความสนใจผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์ เรื่องราว โดยให้ความสำคัญกับคุณภาพ ซึ่งส่งผลดีต่อสุราชุมชนกลั่นชนิดสุราขาว
- สามารถเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยว เนื่องจากเป็นสินค้าที่สะท้อนวัฒนธรรมไทย (SOFT POWER)

W

Weaknesses

- ขาดองค์ความรู้เกี่ยวกับการควบคุมคุณภาพและมาตรฐานในการผลิต ทำให้รสชาติไม่สม่ำเสมอ หรือมีกลิ่นที่ไม่พึงประสงค์
- ภาพจำของผู้บริโภคบางกลุ่มมองว่าสุรากลั่นชนิดสุราขาวเป็น "สุราคุณภาพต่ำ" หรือสินค้าสำหรับผู้มีรายได้น้อย ส่งผลต่อการตั้งราคาและการยอมรับในตลาดพรีเมียม
- ผู้ประกอบการรายย่อยเข้าถึงแหล่งทุนจากสถาบันการเงินได้ยากมาก เนื่องจากธุรกิจสุราถูกมองว่ามีความเสี่ยงและขัดต่อภาพลักษณ์องค์กร
- ต้นทุนการผลิตที่สูง โดยเฉพาะค่าอากรแสตมป์ ที่ต้องจ่ายล่วงหน้า และต้นทุนบรรจุภัณฑ์ที่ต้องสั่งต่างประเทศในจำนวนมาก
- การตลาดและการสร้างแบรนด์ยังถูกจำกัดจากข้อกฎหมาย
- ช่องทางการจัดจำหน่ายที่จำกัด การเข้าถึงช่องทางจำหน่ายหลัก เช่น ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (MODERN TRADE) เป็นเรื่องยากมาก เนื่องจากถูกครอบงำโดยผู้ผลิตรายใหญ่ ทำให้ต้องพึ่งพาการขายตรง การออกบูธ หรือร้านค้าเฉพาะทาง ซึ่งมีข้อจำกัดในการเข้าถึงลูกค้าในวงกว้าง

O

Opportunities

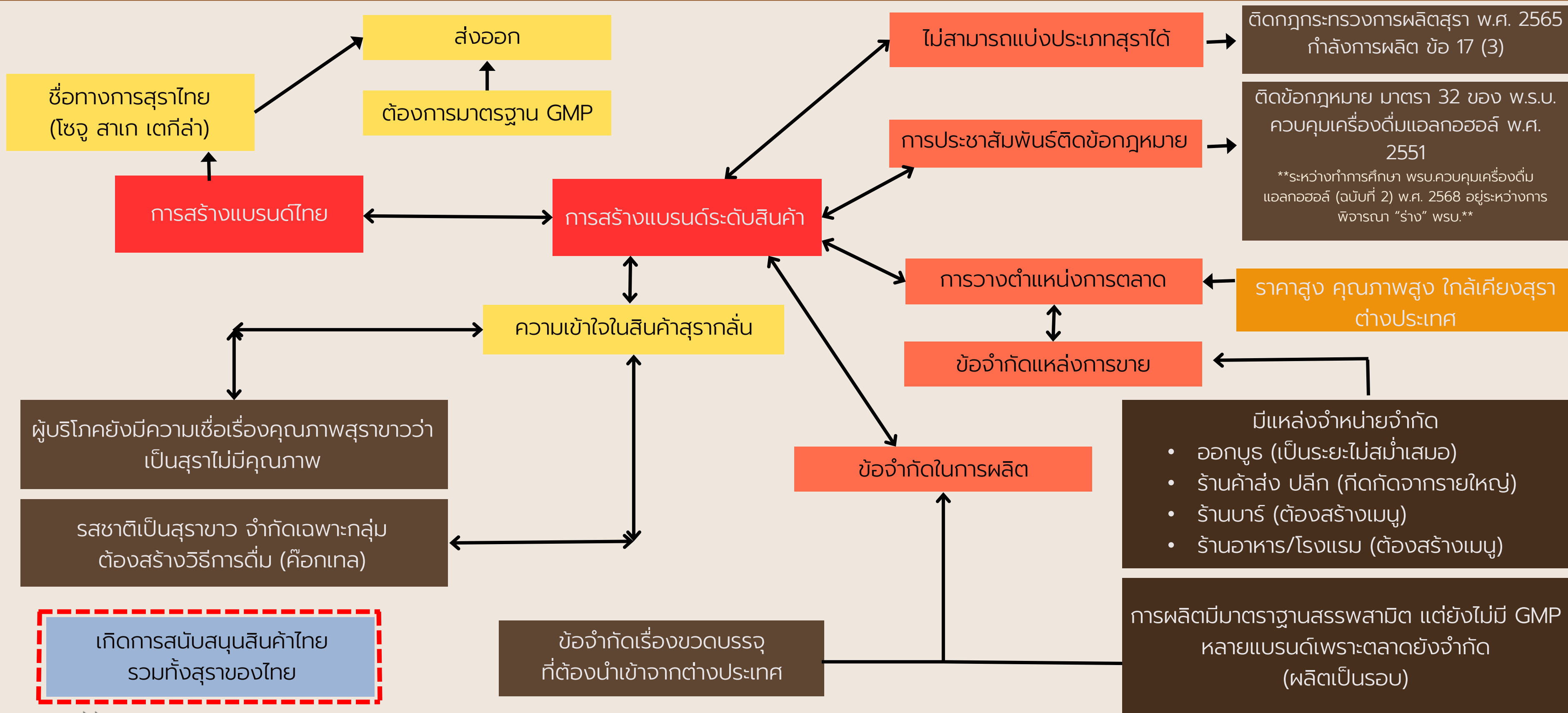
- การผ่อนปรนด้านกฎหมาย เช่น การขอใบอนุญาตผลิต การโฆษณา การกำหนดจุดจดทะเบียนขึ้นตำ กำหนดการผลิต ทำให้ผู้ผลิตรายย่อยเข้าสู่ตลาดและทำการค้าได้อย่างถูกต้องตามกฎหมายและแข่งขันได้
- การเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติเป็นกลุ่มลูกค้าสำคัญที่มองหาสินค้าและประสบการณ์ท้องถิ่น
- การสนับสนุนจากรัฐบาลในเรื่อง SOFT POWER ทำให้สุราไทยมีศักยภาพในการแข่งขันในตลาดโลก เช่นเดียวกับสาเกของญี่ปุ่นหรือโซจูของเกาหลี
- ปัจจุบันมีสถาบันการศึกษา ที่มีการเปิดสอนหลักสูตรเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งสามารถส่งเสริมความรู้ให้กับผู้ผลิตและผู้บริโภครุ่นใหม่ได้

T

Threats

- กฎหมายและข้อบังคับที่ยังเป็นอุปสรรค แม้จะมีการปลดล็อกไปบางส่วน
- ผู้ประกอบการรายย่อยเสียเปรียบด้านเงินทุนในการทำการตลาดและโฆษณาแฝง
- ผู้ประกอบการต้องเผชิญกับการแข่งขันที่สูงขึ้นจากการเพิ่มจำนวนของผู้ประกอบการหน้าใหม่ หลังการปลดล็อกกฎหมาย
- สังคมไทยยังมีทัศนคติเชิงลบต่อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ส่งผลต่อการออกนโยบายส่งเสริมของภาครัฐ
- เศรษฐกิจชะลอตัวและกำลังซื้อของผู้บริโภคลดลง ยอดขายของสุรากลั่นชนิดสุราขาวจะได้รับผลกระทบโดยตรง เนื่องจากมีราคาสูง

ภาพสุรากลั่นชนิดสุราขาวที่ผลิตจากโรงอุตสาหกรรมสุรขนาดเล็กในปัจจุบัน



ข้อเสนอแนะด้านกฎหมาย

- 01 แก้ไขหรือปรับปรุงกฎหมายให้เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการรายเล็ก ได้แก่ ยกเลิกข้อกำหนดด้านกำลังการผลิตขั้นต่ำ 30,000 ลิตร/วัน เพื่อเปิดโอกาสให้การผลิตสุราของรายเล็กสามารถทำสุรากลั่นชนิดสุราพิเศษได้ เช่น จิน รัม วอดก้า (กฎกระทรวงการผลิตสุรา พ.ศ.2565 ข้อ 17 (3)) เพื่อให้การผลิตสุรากลั่น ไม่ได้ถูกจำกัดแค่คำว่า “สุราขาว” หรือ “White spirits”
- 02 ให้สิทธิลดหย่อนทางภาษีแก่ร้านค้าที่จำหน่ายสุรากลั่นของผู้ประกอบการรายเล็ก เพื่อให้เกิดแรงจูงใจแก่ผู้ประกอบการร้านค้า

ข้อเสนอแนะด้านผลิตภัณฑ์

- 01 ควรมีหลักสูตรในการพัฒนาองค์ความรู้ด้านการผลิต เพื่อควบคุมคุณภาพสินค้าให้คงที่
- 02 การวิจัยและพัฒนา (R&D) เพื่อพัฒนาคุณภาพวัตถุดิบท้องถิ่น
- 03 สร้างเอกลักษณ์สุราไทยให้เป็นภาพจำในตลาดโลก เช่น สาเก ของญี่ปุ่น โซจูของเกาหลี เตกีล่าของเม็กซิโก เป็นต้น
- 04 การเพิ่มโอกาสทางการตลาดในต่างประเทศให้กับผู้ประกอบการ โดยการออก roadshow เช่น Thaifex เป็นต้น
- 05 ควรสร้างกิจกรรมการประกวดสุราไทย เพื่อการันตีคุณภาพ สร้างความเชื่อมั่นให้กับนักดื่มทั้งในและต่างประเทศ