

เปิดมุมมองทรัพย์สินสุราธหมึ้นล้าน เหล่าขาวเมอร์ยวัญใจคนไทย

“เหล่าขาว” ยังคงครองใจ นักดื่มชาวไทยด้วยองค์ประกอบสำคัญ คือ มีราคาต่ำสุดในตลาดในขณะที่ยอดบริโภคเฉลี่ยต่อปี สูงสุด 430.52 ล้านลิตร แม้เศรษฐกิจจะผันผิวยุติชะงักครั้งประวัติศาสตร์ แต่ส่งผลยอดบริโภคลดลงเพียงแค่ว่า 0.37% เมื่อเทียบกับบรรดาเหล้าชนิดอื่นๆ ที่ลดลงเฉลี่ยกว่า 10% ขณะเดียวกัน คาดการณ์ปริมาณการ

ดื่ม และการบริโภคต่อคนสูงสุดในปี 2548 ถึง 6.68 ล้านลิตร

ตลาดเหล้าในไทยปัจจุบัน มีมูลค่าของยอดขายประมาณ 6 หมื่นล้านบาท แยกเป็นสุราขาว 70% สุราสี 20% ที่เหลือ 10% เป็นวิสกี้นำเข้า จากตัวเลขดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า มูลค่าการตลาดของเหล่าขาวเป็น

เปิดชมทรัพย์

ตลาดที่ใหญ่ที่สุด เนื่องจากราคาไม่สูงนักหรืออีกมุมหนึ่ง คือ เป็นแหล่งที่ราคาต่ำที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับกำลังซื้อของผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มใหญ่ที่สุดในประเทศ โดยพื้นที่ที่มีปริมาณการดื่มมากที่สุด คือ ต่างจังหวัดแทบทุกพื้นที่ โดยภาคอีสานครองการดื่มมากที่สุด

เศรษฐกิจชนเหล้าขาวไม่ฟูบ

จากตัวเลขการรายงานของกรมสรรพสามิต เปิดเผยยอดขายสุราในกลุ่มต่างๆ ช่วงเดือนมกราคม-พฤษภาคม 2541 ซึ่งถือว่าเป็นช่วงที่เศรษฐกิจโดยรวมเข้าสู่ภาวะถดถอยแต่มีตัวเลขแสดงให้เห็นว่าเหล้าขาวซึ่งมีมูลค่าตลาดและอัตราการดื่มมากที่สุดนั้น มีอัตราการบริโภคลดลงน้อยที่สุด คือ 0.37% เท่านั้นเมื่อเทียบกับระยะเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา โดยมียอดขายรวมทั้งสิ้น 182.46 ล้านลิตร ส่วนปี 2541 มียอดขายหน่วยรวม 181.77 ล้านลิตร โดยในเดือนมกราคมมียอดขายประมาณ 35.25 ล้านลิตร เดือนกุมภาพันธ์ 38.47 ล้านลิตร เดือนมีนาคม 43.68 ล้านลิตร เดือนเมษายน 31.96 ล้านลิตร เดือนพฤษภาคม 32.39 ล้านลิตร

ส่วนสุราผสมพิเศษ คือ กลุ่มหงส์ทอง แสงทิพย์ ในช่วง 5 เดือนแรกของปี 2541 เทียบกับปี 2540 ในช่วงเวลาเดียวกันพบว่ายอดขายลดลง 5.46% โดยปี 2541 มียอดขายประมาณ 57.13 ล้านลิตรส่วนปี 2540 มียอดขาย 60.25 ล้านลิตร

โดยในเดือนมกราคม 2541 มียอดขายประมาณ 9.14 ล้านลิตร เดือนกุมภาพันธ์ 11.64 ล้านลิตร . มีนาคม 17.26 ล้านลิตร . เมษายน 10.26 ล้านลิตร . พฤษภาคม 8.84 ล้านลิตร

ส่วนสุราปรุงพิเศษ คือ แม่โขง กวางทอง ในช่วง 5 เดือนแรกของปี 2541 ปรากฏว่ามียอดขายรวม 29.68 ล้านลิตร เทียบกับช่วงเวลาเดียวกันในปี 2540 ที่มียอดขายรวม 34.58 ล้านลิตร หรือมีอัตราการลดลง 16% โดยในปี 2541 เดือนมกราคมมียอดขาย 5.26 ล้านลิตร เดือนกุมภาพันธ์ 5.20 ล้านลิตร เดือนมีนาคมมียอดขาย 8.02 ล้านลิตร เดือนเมษายนมียอดขาย 4.11 ล้านลิตร เดือนพฤษภาคมมียอดขาย 7 ล้านลิตร

ด้านสุราผสมพิเศษหรือสุรากลั่นที่เปิดให้เอกชนเข้ามาประกอบธุรกิจได้แต่ต้องเป็นเหล้าที่มีดีกรีตั้งแต่ 40 ดีกรีขึ้นไป เช่น วิเจนซี วีโอ สิงหราช สิงห์เจ้าพระยา แบล็คแคท เป็นต้น พบว่าในช่วง 5 เดือนของปี 2541 กลับมียอดขายพุ่งสวนกระแสมากกว่ากลุ่มอื่น

ทั้งนี้อาจเป็นผลมาจากมาตรการลดภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ระดับพรีเมียมของไทยหลังวิสกี้นำเข้าได้รับเพดานราคาสูงเกือบ 100% ตามการปรับภาษีของรัฐบาลที่ทำให้วิสกี้นำเข้าไปรับผลกระทบมากที่สุด เหล้าไทยจึงได้รับผลประโยชน์ดังกล่าว ซึ่งนอกจากราคาจะได้เปรียบกว่าแล้วทางด้านคุณภาพรสชาติของเหล้าที่ผลิตโดยผู้ผลิตไทยต่างก็ยกระดับใกล้เคียงกับวิสกี้นำเข้าอีกด้วย

โดยยอดขายช่วง 5 เดือนของปี 2541 ประมาณ 6.27 ล้านลิตร เทียบกับ 5 เดือนของปี 2540 ประมาณ 4.16 ล้านลิตร หรือมีอัตราการเพิ่มขึ้น 33.7% โดยยอดขายในเดือนมกราคม 2541 ประมาณ 5.48 แสนลิตร กุมภาพันธ์ 8.19 แสนลิตร มีนาคม 2.50 ล้านลิตร เมษายน 1.05 ล้านลิตร พฤษภาคม 1.34 ล้านลิตร

ส่วนวิสกี้นอกในช่วง 5 เดือนของปี 2541 มียอดขายประมาณ 8.11 ล้านลิตร เทียบปี 2540 มียอดขายประมาณ 11.58 ล้านลิตร หรือมีอัตราการลดลง 29.92% โดยเดือนมกราคม 2541 มียอดขาย 1.90 ล้านลิตร . กุมภาพันธ์ 2.51 ล้านลิตร . มีนาคม 1.37 ล้านลิตร . เมษายน 1.19 ล้านลิตร . พฤษภาคม 1.12 ล้านลิตร

เหล้าขาวแชมป์อัตราการบริโภคต่อคนสูงสุด

และจากปริมาณการบริโภคสุรากลั่นในปี 2538-2540 และการคาดการณ์ความต้องการบริโภคสุรากลั่นในปี 2541-2557 เพื่อคำนวณอัตราการบริโภคเฉลี่ยต่อคนต่อปี พบว่าสุรากลั่น 28 ดีกรีมีปริมาณการบริโภคเฉลี่ยต่อปี 430.52 ล้านลิตร ปริมาณการบริโภคเฉลี่ยต่อคนในปี 2548 คาดว่าประมาณ 6.68 ล้านลิตร และเมื่อคำนวณเป็นแอลกอฮอล์บริสุทธิ์ อัตราการบริโภคเฉลี่ยต่อคนในปี 2548 ประมาณ 1.68 ล้านลิตร เปรียบเทียบกับสุราผสม 28 ดีกรีปริมาณการบริโภคเฉลี่ยต่อปี 104.28 ล้านลิตร ปริมาณการบริโภคเฉลี่ยต่อคนในปี 2548 ประมาณ 1.48 ล้านลิตร และเมื่อคำนวณเป็นแอลกอฮอล์บริสุทธิ์ ปริมาณการบริโภคต่อคนในปี 2548 ประมาณ 0.42 ล้านลิตร