

บทที่ 3

สภาพโดยทั่วไปของอุตสาหกรรมเบียร์ในประเทศสิงคโปร์

ในบทที่ 3 จะกล่าวถึงสภาพโดยทั่วไปของอุตสาหกรรมเบียร์ในประเทศสิงคโปร์ โดยศึกษาถึงลักษณะโดยรวมของประเทศสิงคโปร์ที่สร้างแรงจูงใจให้ผู้ผลิตจากต่างประเทศเข้ามาลงทุนในประเทศ และสภาพตลาดเบียร์โดยรวมในประเทศสิงคโปร์ ได้แก่ ปริมาณนำเข้า-ส่งออกเบียร์ ปริมาณนำเข้าวัตถุดิบต่างๆ ปริมาณการบริโภค อัตราภาษีเบียร์และวัตถุดิบ รวมถึงกฎหมายที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมเบียร์ของประเทศสิงคโปร์ ส่วนแรก จะกล่าวถึงลักษณะโดยรวมของประเทศสิงคโปร์ที่สร้างแรงจูงใจให้กับผู้ผลิตต่างประเทศในการเข้ามาลงทุนในประเทศ รวมถึงกฎหมายที่เกี่ยวข้องในธุรกิจเบียร์ ส่วนที่สอง จะศึกษาและวิเคราะห์ถึงข้อมูลทางเศรษฐกิจของธุรกิจเบียร์ได้แก่ อัตราภาษีเบียร์และวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต ปริมาณและมูลค่าการนำเข้าวัตถุดิบต่างๆ ปริมาณการนำเข้า-ส่งออกเบียร์ และปริมาณการบริโภค

3.1 ลักษณะโดยรวมของประเทศสิงคโปร์

ประเทศสิงคโปร์เป็นประเทศที่มีการเปิดเสรีทางการค้า นโยบายภาษีไม่ค่อยถูกนำมาใช้เพื่อปกป้องอุตสาหกรรมในประเทศ ซึ่งเป็นปัจจัยบวกและสร้างแรงดึงดูดทุนจากต่างประเทศได้เป็นอย่างดี การแข่งขันเสรีทำให้เกิดการผลิตเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ผู้ผลิตแต่ละรายในตลาดมีการแข่งขันและปรับปรุงเทคโนโลยีการผลิตของตนเองเพื่อลดต้นทุนและเพื่อให้สินค้าของตนเองสามารถแข่งขันได้ ประเทศสิงคโปร์มีนโยบายเปิดเสรีการค้าก็เนื่องมาจากสิงคโปร์เป็นประเทศเล็กมีพื้นที่รวมทั้งสิ้น 682.7 ตารางกิโลเมตรหรือเทียบเท่ากับเกาะภูเก็ตของประเทศไทย ทรัพยากรธรรมชาติมีจำกัดและต้องการทุนจากต่างประเทศเพื่อเข้ามาพัฒนาอุตสาหกรรมด้านต่างๆ ในประเทศของตน การต้องการทุนจากต่างประเทศเพื่อมาพัฒนาเศรษฐกิจในประเทศสิงคโปร์ทำให้รัฐบาลจำเป็นต้องมีการลงนามข้อตกลงการค้าเสรีทั้งแบบทวิภาคีและภูมิภาคกับประเทศต่างๆ

ในปี 2548 ธนาคารโลกได้จัดให้สิงคโปร์อยู่ในลำดับหนึ่งของประเทศในภูมิภาคเอเชียและลำดับ 2 ของโลกที่มีสภาพแวดล้อมที่เอื้ออำนวยต่อการลงทุนและจัดตั้งธุรกิจสูงที่สุด ปัจจัยที่สนับสนุนสภาพแวดล้อมดังกล่าว ได้แก่ อัตราภาษีศุลกากรที่ต่ำ ระบบราชการอิเล็กทรอนิกส์ที่มีประสิทธิภาพ และความโปร่งใสของระบบราชการ

แม้ว่าประเทศสิงคโปร์จะมีการคุ้มครองผู้ผลิตในประเทศต่ำแต่ก็มีการเก็บอัตราภาษีสรรพสามิตที่สูงเพราะถือว่าเป็น Sin product หรือ Demerit goods โดยเฉพาะสินค้าเหล้าและไวน์

ยาสูบ และเบียร์ สินค้าเบียร์มีการเก็บภาษีสรรพสามิตของเบียร์ในอัตรา 48 ดอลลาร์สิงคโปร์ต่อ ลิตรที่มีแอลกอฮอล์สำหรับเบียร์ดำรสเข้ม (สแตร์ท) และเบียร์ดำขม (พอร์เตอร์) และอื่นๆ รวมถึง เอล ส่วนวัตถุดิบต่างๆ ที่ใช้ในการผลิตเบียร์ เช่น มอลต์ ฮอป ยีสต์ จะไม่มีการเก็บภาษีสรรพสามิต ส่วนภาษีนำเข้าเบียร์จะเก็บภาษี 16 ดอลลาร์สิงคโปร์ต่อลิตรที่มีแอลกอฮอล์

ตารางที่ 3.1

อัตราอากรขาเข้าและอัตราภาษีสรรพสามิตของเบียร์ในประเทศสิงคโปร์

HS Code	รายการ	อัตราอากร		
		หน่วย	ภาษีนำเข้า	ภาษี สรรพสามิต
2203	เบียร์ที่ทำจากมอลต์	ลิตร		
22030010	- เบียร์ดำรสเข้ม (สแตร์ท) และเบียร์ดำขม (พอร์เตอร์)	ลิตร	\$16.00 Per Litre of Alcohol	\$48.00 Per Litre of Alcohol
22030090	- อื่น ๆ รวมถึงเอล	ลิตร	\$16.00 Per Litre of Alcohol	\$48.00 Per Litre of Alcohol

ที่มา: กรมศุลกากรประเทศสิงคโปร์, 2551, <http://www.customs.gov.sg/>

อัตราภาษีที่ใช้ในตารางที่ 3.1 นี้ได้มีผลเมื่อวันที่ 1 มกราคม 2551 การเก็บภาษีอัตราใหม่นี้ได้เปลี่ยนมาเก็บภาษีโดยมีพื้นฐานจากส่วนผสมแอลกอฮอล์เป็นหลัก และการขึ้นอัตราภาษีใหม่ให้สูงขึ้นไม่ได้มีจุดประสงค์ในการหารายได้ภาครัฐแต่เป็นการทำให้อัตราภาษีศุลกากรและอัตราภาษีสรรพสามิตมีความสอดคล้องกัน”Some liquors are taxed on the basis of alcoholic content while others are taxed on the basis of volume. We will progressively move towards taxing liquors on the basis of alcoholic content. From 1st January 2008, I will tax beer and stout on this new basis. This is a rationalisation of duties and is not aimed at generating additional revenues. In addition, we will harmonise the Customs and Excise duty rates for beer and stout. The new rates are set out in [Annex D.](#)”

ตารางที่ 3.2

การปรับอัตราภาษีศุลกากรและอัตราภาษีสรรพสามติของเบียร์และสแต้าท์

HS Code	ประเภทเบียร์	อัตราภาษี ก่อนวันที่ 1 ม.ค. 2551		อัตราภาษี ตั้งแต่วันที่ 1 ม.ค. 2551	
		ภาษี นำเข้า	ภาษี สรรพสามิต	ภาษี นำเข้า	ภาษี สรรพสามิต
22030010	สแต้าท์และ พอร์เตอร์	\$1.70 per litre	\$3.70 per litre	\$16.00 Per Litre of Alcohol	\$48.00 Per Litre of Alcohol
22030090	เบียร์และ เอล	\$0.8 per litre	\$2.70 per litre	\$16.00 Per Litre of Alcohol	\$48.00 Per Litre of Alcohol

ที่มา: กรมศุลกากรประเทศสิงคโปร์, 2551, <http://www.customs.gov.sg/>

ก่อนวันที่ 1 มกราคม 2552 อัตราภาษีนำเข้าของสแต้าท์และพอร์เตอร์อยู่ที่ 1.7 ดอลลาร์สิงคโปร์ต่อลิตร และภาษีนำเข้าเบียร์และเอลอยู่ที่ 0.8 ดอลลาร์สิงคโปร์ต่อลิตร ส่วนอัตราภาษีสรรพสามิตของสแต้าท์และพอร์เตอร์คือ 3.70 ดอลลาร์สิงคโปร์ต่อลิตรและ 2.7 ดอลลาร์สิงคโปร์ต่อลิตรสำหรับเบียร์และเอล จะเห็นได้ว่าภาษีนำเข้าและสรรพสามิตของสแต้าท์และพอร์เตอร์และเอลเบียร์ไม่เท่ากันและเก็บภาษีต่อลิตร ทางรัฐบาลจึงได้มีการปรับภาษีนำเข้าและภาษีสรรพสามิตของเบียร์ใหม่สำหรับสแต้าท์และพอร์เตอร์และเอลเบียร์ให้เท่ากันคือเก็บภาษีนำเข้าเบียร์ทั้ง 2 ประเภทที่ 16 ดอลลาร์สิงคโปร์ต่อลิตรที่มีแอลกอฮอล์และภาษีสรรพสามิต 48 ดอลลาร์สิงคโปร์ต่อลิตรที่มีแอลกอฮอล์ รัฐบาลสิงคโปร์ให้เหตุผลว่าการปรับอัตราภาษี 2 ประเภทไม่ได้เป็นเพราะต้องการหารายได้เข้ารัฐ แต่เป็นการปรับเพื่อให้ภาษีนำเข้าและสรรพสามิตมีความสอดคล้องกัน โดยอัตราภาษีสรรพสามิตคิดเป็น 3 เท่าของภาษีนำเข้า

เมื่อพิจารณาถึงวัตถุประสงค์ในการผลิตเบียร์ ตามกฎหมายของ Purify law วัตถุประสงค์หลักจะมี มอลต์ ฮอป และยีสต์ ประเภทศุลกากรไม่มีการเรียกเก็บภาษีนำเข้าและภาษีสรรพสามิตเลย

ตารางที่ 3.3

อัตราอากรขาเข้าและอัตราภาษีสรรพสามิตของวัตถุดิบ

HS Code	รายการ	อัตราอากร		
		หน่วย	Customs duty	Excise duty
1107	มอลต์ จะคั่วหรือไม่ก็ตาม	ตัน		
11071000	- ไม่ได้คั่ว	ตัน	-	-
11072000	- คั่วแล้ว	ตัน	-	-
1210	ดอกฮ็อพ สดหรือแห้ง จะบด ทำเป็นผง หรือทำเป็นเพลเลต หรือไม่ก็ตาม รวมทั้งผง ยางดอกฮ็อพ (ลูบูลิน)	ตัน	-	-
1210.10.00	- ดอกฮ็อพ ไม่บด ไม่ทำเป็นผงและไม่ทำ เป็นเพลเลต	ตัน	-	-
1210.20.00	- ดอกฮ็อพ บด ทำเป็นผง หรือทำเป็นเพล เลต รวมทั้ง ผงยางดอกฮ็อพ (ลูบูลิน)	ตัน	-	-
21.02	ยีสต์ (ชนิดทวิตัวได้หรือทวิตัวไม่ได้) จุลินท รีย์เซลล์เดี่ยวอื่น ๆ ที่ตายแล้ว (แต่ไม่รวมถึง วัคซีน ตามประเภทที่ 30.02) ผงฟูปรุงแต่ง	กิโลกรัม	-	-
2102.10	- ยีสต์ชนิดทวิตัวได้	กิโลกรัม	-	-
2102.10.10	-- ยีสต์ขนมปัง	กิโลกรัม	-	-

ที่มา: กรมศุลกากรประเทศสิงคโปร์, 2551, <http://www.customs.gov.sg/>

การผลิตเบียร์ในประเทศสิงคโปร์ ผู้ผลิตเบียร์จะต้องมี License เพื่อการผลิต ยกเว้น กรณีที่เป็น Home-brewing หรือไมโครบริวเวอรีเท่านั้นที่ไม่ต้องมี license เบียร์นั้นรวมไปถึง เอล สเด้าท์ เบียร์ที่ผสมกับน้ำขิง และเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ทำจากมอลท์ น้ำแอปเปิ้ลหรือน้ำผลไม้ อื่นๆ ที่หมักจนกลายเป็นเหล้า หรือเหล้าหมักลูกแพร์ ซึ่งข้อกำหนดต่างๆ นี้เป็นไปตามกฎหมายของ ประเทศสิงคโปร์ (Customs act)

เงื่อนไขที่เข้าข่ายการผลิตเบียร์ที่เป็นแบบ Home-brewing ที่ไม่ต้องมี license คือ

- ผู้ผลิตมีอายุไม่ต่ำกว่า 18 ปี
- การผลิตควรจะเป็นกรรมวิธีแบบหมักไม่ใช่การกลั่น
- ปริมาณการผลิตเบียร์จะต้องไม่เกิน 30 ลิตรต่อครอบครัวต่อเดือน
- จุดประสงค์จะต้องเป็นไปเพื่อการบริโภคเท่านั้นห้ามจำหน่ายและ

กระบวนการผลิตนั้นจะต้องไม่สร้างความเดือดร้อนรำคาญแก่สาธารณะและสิ่งแวดล้อม

เงื่อนไขอื่นๆ ที่ไม่เข้าข่ายตามที่ระบุไว้ข้างต้นจะต้องเสีย License การผลิตด้วย

การผลิตเบียร์เพื่อการค้าจะต้องขอ License ในการผลิตจากรัฐบาลทุกครั้งหากผู้ใด
ละเมิดฝ่าฝืนต้องเสียค่าปรับไม่เกิน 50,000 ดอลลาร์สิงคโปร์ และกรณีที่มีการต่อต้านและยังคงทำ
การผลิตต่อจะถูกปรับไม่เกิน 1,000 ดอลลาร์สิงคโปร์ของทุกวันที่มีการผลิต และการผลิตเบียร์ใน
ประเทศสิงคโปร์จะต้องเสียภาษีประจำปีให้แก่รัฐบาลตามที่กำหนดด้วย ซึ่งข้อกำหนดนี้เป็นไปตาม
กฎหมายควบคุมการผลิต (Control of Manufacture Act)

ในแง่ของการจัดจำหน่ายเบียร์แบบขายปลีกและขายส่งในประเทศสิงคโปร์ ผู้ทำ
การค้าจะต้องเสียค่าใบอนุญาตสำหรับการขายปลีกเบียร์ในผับหรือกรณีที่ขายนอกผับหรือร้านค้าก็
ต้องมีการเสียค่าใบอนุญาตเช่นกัน

ตารางที่ 3.4

ค่าใบอนุญาตสำหรับการขายปลีกสินค้าที่มีแอลกอฮอล์ในผับหรือร้านค้า

License fee for Liquor			
Liquor license for retails sale of intoxicating liquors for consumption <u>on</u> the premises			
No	Type of License	Operating Hours	Fee (2 years)
Public house			
1	1 st class public house	6 am to 12 midnight	\$1600
2	2 st class public house	6 am to 10 pm	\$1200
Beer house			
3	Beer house	6 am to 12 midnight	\$840
4	Outdoor beer stall	6 am to 3 am	\$520

ที่มา: กระทรวงอุตสาหกรรมประเทศสิงคโปร์, 2551

ในประเทศสิงคโปร์จะแยกประเภทของ License สำหรับการขายปลีกสินค้าที่มีแอลกอฮอล์ในผับหรือร้านค้าเป็น 2 ประเภทคือ Public house และ Beer house เวลาในการเปิดให้บริการก็จะต่างกัน ค่าธรรมเนียมของ public house จะสูงกว่า beer house และมีการจ่ายค่าธรรมเนียมเฉพาะช่วงเวลา 2 ปีเท่านั้น

ตารางที่ 3.5

ค่าใบอนุญาตสำหรับการขายสินค้าที่มีแอลกอฮอล์นอกผับหรือร้านค้า

License fee for Liquor			
Liquor license for retails or wholesale of intoxicating liquors for consumption <u>off</u> the premises			
No	Type of License	Operating Hours	Fee (2 years)
Retail			
1	Liquor shop	6 am to 12 midnight	\$200
2	Beer shop	6 am to 12 midnight	\$200
Wholesale			
3	Liquor shop	6 am to 12 midnight	\$200
4	Beer shop	6 am to 12 midnight	\$200

ที่มา: กระทรวงอุตสาหกรรมประเทศสิงคโปร์, 2551

สำหรับการขายสินค้าที่มีแอลกอฮอล์นอกผับหรือร้านค้าจะมี License 2 ประเภท สำหรับการขายปลีกและขายส่ง ค่าธรรมเนียมที่คิดจะเป็นค่าธรรมเนียมสำหรับ 2 ปี และเวลาในการเปิดให้บริการเท่ากันคือหกโมงเช้าจนถึงเที่ยงคืน

หากต้องการขายเบียร์เป็นการชั่วคราวตามเวลาที่รัฐบาลกำหนดก็ต้องเสีย ค่าธรรมเนียม ในอัตราเดียวกัน คือราคา 20 ดอลลาร์สิงคโปร์ต่อวันหรือ 40 ดอลลาร์สิงคโปร์ในระยะเวลาไม่เกิน 7 วัน ซึ่งเป็นราคาที่ใช้กับ License ทุกประเภทไม่ว่าจะเป็น 1st class public house 2nd class public house Beer house ร้านค้าปลีกและค้าส่งในผับหรือร้านค้าทั่วไป ในช่วงเวลา 6 โมงเช้าถึงเที่ยงคืน ยกเว้น 2nd class public house ที่จำกัดระยะเวลาเพียง 6 โมงเช้า ถึง 4 ทุ่มเท่านั้น

ตารางที่ 3.6

ค่าใบอนุญาตชั่วคราวสำหรับการขายเบียร์

Temporary license			
No	Type of License	Operating Hours	Fee (2 years)
1	1 st class public house	6 am to 12 midnight	\$20 per day/\$40 for up to 7 days
2	2 st class public house	6 am to 10 pm	
3	Beer house	6 am to 12 midnight	
4	Wholesales liquor shop	6 am to 12 midnight	
5	Retail liquor shop	6 am to 12 midnight	
6	Wholesales beer shop	6 am to 12 midnight	
7	Retail beer shop	6 am to 12 midnight	

ที่มา: กระทรวงอุตสาหกรรมประเทศสิงคโปร์, 2551

หากต้องการขายเบียร์เกินระยะเวลาที่กำหนดต้องมีการต่อเวลาการขายออกไปด้วย และจะต้องมีการจ่ายค่าธรรมเนียมเพื่อขออนุญาตในอัตรา 20 ดอลลาร์สิงคโปร์ต่อชั่วโมงสำหรับการขอต่อเวลาพิเศษเฉพาะที่จำเป็นเท่านั้น และการต่อเวลาเป็นประจำแน่นอนจะเสียค่าธรรมเนียมอัตรา 20 ดอลลาร์สิงคโปร์ต่อชั่วโมงหรือ 4 ดอลลาร์สิงคโปร์ต่อชั่วโมงขึ้นอยู่กับสถานที่ตั้งร้านค้านั้นๆ

ตารางที่ 3.7

ค่าใบอนุญาตการต่อเวลาการขายเบียร์นอกช่วงเวลาที่กำหนด

Extension of operating hours		
No	Type of extension	Fee
1	Regular extension	\$20 per hour / \$4 per hour
2	Ad-hoc extension	\$20 per hour

ที่มา: กระทรวงอุตสาหกรรมประเทศสิงคโปร์, 2551

3.2 ข้อมูลทางเศรษฐกิจของธุรกิจเบียร์ในประเทศไทย

บริษัทร่วมทุนต่างประเทศที่มีการตั้งฐานการผลิตในประเทศไทยมี 3 บริษัทใหญ่ ได้แก่ บริษัทเอเชียแปซิฟิก บิวเวอรี, บริษัทคาร์ลสเบอร์ก เอเอส และบริษัทอินเบฟ โดยบริษัท เอเชียแปซิฟิก บิวเวอรีเป็นผู้ผลิตรายใหญ่ในประเทศไทย มีการตั้งโรงงานในประเทศไทย เพื่อใช้เป็นฐานการผลิตเพื่อส่งออกไปยังภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ในปี 2007 ส่วนแบ่งตลาดของบริษัทเอเชียแปซิฟิก บิวเวอรี สูงถึง 69.5% (Datamonitor, 2007) และเบียร์ที่มีการส่งออกมากที่สุดคือเบียร์ไทเกอร์ ปัจจุบันบริษัทเอเชียแปซิฟิก บิวเวอรี มีโรงผลิตเบียร์ใน 14 แห่งใน 8 ประเทศทั่วโลก ได้แก่ สิงคโปร์ มาเลเซีย ไทย เวียดนาม กัมพูชา จีน นิวซีแลนด์ และปาปัวนิวกินี ยี่ห้อเบียร์ที่ผลิตได้แก่ ไทเกอร์ ไฮเนเก้น และแองเคอร์เบียร์

3.2.1 การส่งออก-นำเข้าเบียร์

ประเทศไทยมีการส่งออกนำเข้าเบียร์ในกลุ่มประเทศอาเซียนสูงโดยเฉพาะประเทศ มาเลเซียเป็นประเทศคู่ค้าเบียร์ที่สำคัญของประเทศไทยมีการส่งออกและนำเข้าสูงที่สุด ปริมาณนำเข้าส่งออก มูลค่าตลาด และปริมาณการบริโภค ในแต่ละปีก็มีแนวโน้มสูงขึ้นสูงขึ้นแต่ไม่มากนัก ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา

ตารางที่ 3.8

ปริมาณการบริโภค การส่งออก-นำเข้าเบียร์ในประเทศไทยในช่วงปี 2546-2550

หน่วย: ล้านลิตร

ปี พ.ศ.	ปริมาณการบริโภค	ปริมาณการนำเข้า	ปริมาณการส่งออก
2546	77.7	69.90	79.82
2547	80.3	67.56	86.69
2548	81.9	71.34	77.21
2549	83.9	71.14	85.58
2550	86.1	85.30	107.63

ที่มา: ปริมาณการบริโภค Datamonitor, 2007

ปริมาณการนำเข้า, ปริมาณการส่งออก World trade Atlas

มูลค่าตลาดเบียร์ในประเทศสิงคโปร์มีการเติบโตอย่างต่อเนื่องแต่ไม่สูงมากนัก ตลาดเบียร์ในปี 2550 มีมูลค่าสูงถึง 631.1 ล้านดอลลาร์สหรัฐ มีการพยากรณ์ว่าในอีก 5 ปีข้างหน้า นั่นคือในช่วงปี 2550-2555 มูลค่าตลาดจะสูงถึง 726.8 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (Datamonitor, 2007)

ปริมาณการบริโภคเบียร์ของคนในประเทศสิงคโปร์สูงขึ้นทุกปีเช่นเดียวกับมูลค่าตลาดแต่ไม่สูงนัก มีค่าค่อนข้างคงที่ Compound annual growth rate (CAGR) มีค่าเท่ากับ 2.6% ในช่วงปี 2546-2550 และมีปริมาณการบริโภคทั้งหมดเท่ากับ 86.1 ล้านลิตร ในปี 2550 ภาวะตลาดในอนาคตอีก 5 ปีข้างหน้า นั่นคือในช่วงปี 2551-2555 มีการคาดการณ์ว่าจะมีอัตราการเจริญเติบโตคงที่ โดยมีค่า compound annual growth rate (CAGR) เท่ากับ 2.9% ซึ่งไม่แตกต่างกันในช่วงปี 2546-2550 มากนัก และปริมาณการบริโภคจะสูงถึง 96.6 ล้านลิตรในปลายปี 2555 ซึ่งสูงกว่าการบริโภคเบียร์ 86.1 ล้านลิตรในปี 2007 อยู่ 12.2% (Datamonitor, 2007)

ปริมาณการนำเข้าเบียร์ของประเทศสิงคโปร์ค่อนข้างคงที่แต่มีปริมาณการนำเข้าสูงในปี 2550 โดยมีอัตราเพิ่มจากการนำเข้าในปี 2549 ประมาณ 20%

ปริมาณการส่งออกมีแนวโน้มสูงขึ้น ซึ่งเป็นตามนโยบายการค้าเสรีและประเทศที่สิงคโปร์ส่งออกเบียร์สูงคือมาเลเซีย รวมถึงกลุ่มประเทศอาเซียน ได้แก่ ไทยและกัมพูชา ปริมาณการส่งออกที่สูงจากประเทศสิงคโปร์ไปยังประเทศกลุ่มอาเซียนเป็นผลจากการทำ AFTA (Asean Free Trade Area) โดยมีอัตราภาษีนำเข้าระหว่างประเทศสมาชิกเหลือเพียง 5% และในปี 2553 ปริมาณนำเข้า-ส่งออกจากกลุ่มประเทศอาเซียนนี้จะสูงขึ้นมากเนื่องจากภาษีการนำเข้าเบียร์ระหว่างประเทศสมาชิกจะเป็น 0% และบางประเทศได้เตรียมเพิ่มกำลังการผลิตไว้แล้วเพื่อขยายตลาดไปในกลุ่มประเทศอาเซียน เช่นประเทศลาว เบียร์ลาวซึ่งมีหุ้นส่วนคือเจริญผู้เป็นเจ้าของเบียร์ช้างถือหุ้น 25% ร่วมกับรัฐบาลลาวกำลังวางแผนเพิ่มกำลังการผลิตและขยายโรงงานเพื่อเตรียมส่งออกเบียร์ไปยังประเทศในกลุ่มอาเซียนแล้ว นอกจากนี้เบียร์ไทยเกอร์ก็ยังสามารถสร้างโรงงานผลิตเบียร์ในเมืองหลวงของประเทศลาวแล้วเมื่อเดือนกรกฎาคม 2551 เพื่อผลิตและขายในประเทศลาวแต่ไม่ได้กล่าวถึงการส่งออกแต่อย่างใด

ตารางที่ 3.9

มูลค่าการนำเข้าเบียร์แยกตามประเทศปี 2547-2550

หน่วย: ล้านดอลลาร์สหรัฐ

ประเทศ	พ.ศ. 2547	พ.ศ. 2548	พ.ศ. 2549	พ.ศ. 2550	
				มูลค่า	สัดส่วน (%)
มาเลเซีย	26.49	30.66	31.70	46.72	50.12
เบลเยียม	7.31	8.01	6.02	8.64	9.27
เม็กซิโก	2.64	3.64	6.52	5.42	5.81
จีน	1.56	1.67	2.94	5.29	5.68
เยอรมัน	1.77	2.17	2.96	4.85	5.20
ไทย	3.48	2.22	3.70	4.78	5.13
อื่นๆ	17.69	18.09	17.63	17.51	18.79
รวม	60.94	66.46	71.47	93.21	100

ที่มา: World trade atlas

ประเทศสิงคโปร์มีการนำเข้าเบียร์จากประเทศมาเลเซียสูงสุดคิดเป็นสัดส่วน 50.12% ในปี 2550 เบียร์ที่ผลิตได้ในประเทศมาเลเซียได้แก่เบียร์ไทเกอร์ เบียร์แองเคอร์ (anchor) และเบียร์คาร์ลสเบอร์ก เบียร์คาร์ลสเบอร์กมีผลิตรกว่า 30 ชนิดในมาเลเซีย ตระกูลเบียร์คาร์ลสเบอร์กที่เป็นที่นิยมในมาเลเซีย ได้แก่เบียร์คาร์ลสเบอร์กสเปเชียล บิว (Carlsberg special brew) เป็นเบียร์ต้นตำรับของประเทศมาเลเซีย มีความเข้มข้นของแอลกอฮอล์ถึง 8.8% และเบียร์คาร์ลสเบอร์กฟิลสเนอร์เป็นเบียร์ที่มีส่วนแบ่งตลาดในประเทศมาเลเซียสูงกว่า 50%

ประเทศที่สิงคโปร์นำเข้าเบียร์รองลงมาคือเบลเยียม เม็กซิโกและจีนตามลำดับ ส่วนประเทศไทยเป็นประเทศที่สิงคโปร์นำเข้าเบียร์เป็นอันดับที่ 6 คิดเป็นสัดส่วนการนำเข้าเบียร์ทั้งหมด 5.13% มูลค่าการนำเข้าของประเทศไทยโดยรวมทั้งตั้งแต่ปี พ.ศ. 2547 จนถึงปี 2550 มีมูลค่าที่สูงขึ้นทุกปี แนวโน้มการนำเข้าเบียร์จากประเทศต่างๆ จะสูงขึ้น ตามนโยบายการค้าเสรีของโลก โดยเฉพาะประเทศจีนมีอัตราการเพิ่มจากปี 2549 สูงที่สุดเมื่อเทียบกับประเทศต่างๆ ถึง 80%

ภาษีเบียร์ในกลุ่มอาเซียนจะอยู่ในอัตราที่ต่ำ มีการนำเข้าภายใต้ CEPT (Common Effective Preferential Tariff) โดยประเทศบรูไน อินโดนีเซีย มาเลเซีย สิงคโปร์ มีการเก็บภาษี

นำเข้าที่ 0% ประเทศพม่า ฟิลิปปินส์ ไทยและเวียดนามมีการเก็บภาษีนำเข้า 5% ส่วนกัมพูชาและ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวมีการเก็บภาษีที่ 35% และ 40% ตามลำดับ เนื่องจากมีการเก็บภาษีนำเข้าเบียร์ที่สูง เจริญจึงได้ไปลงทุนในประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวเพื่อขยายการผลิตด้วย

ตารางที่ 3.10

มูลค่าการส่งออกเบียร์แยกรายประเทศปี 2547-2550

หน่วย: ล้านดอลลาร์สหรัฐ

ประเทศ	พ.ศ. 2547	พ.ศ. 2548	พ.ศ. 2549	พ.ศ. 2550
มาเลเซีย	43.43	27.94	25.64	31.59
อินโดนีเซีย	10.39	8.63	12.32	26.07
อังกฤษ	7.02	8.73	11.28	12.36
ไทย	1.59	5.72	14.68	10.48
ออสเตรเลีย	2.90	5.45	8.15	8.50
กัมพูชา	0.1	4.61	3.28	7.63
อื่นๆ	22.82	19.04	20.60	29.06
รวม	88.25	80.12	95.95	125.69

ที่มา: World trade atlas

แหล่งส่งออกเบียร์ที่สำคัญของประเทศสิงคโปร์คือประเทศมาเลเซีย ซึ่งเป็นตลาดส่งออกเบียร์ที่ใหญ่ที่สุดของสิงคโปร์ (www.apb.com.sg) ประเทศมาเลเซียได้นำเข้าเบียร์ทั้งหมดมาโดยตลอด ตั้งแต่ก่อนปี 2505 ประเทศที่นำเข้ามากที่สุดคือสิงคโปร์ จนกระทั่งปี 2505 Malayan Breweries หรือ บริษัทเอเชียแปซิฟิก บริวเวอรี่ในปัจจุบันได้สร้างฐานการผลิตเบียร์ในประเทศมาเลเซีย จนถึงปัจจุบันมาเลเซียก็ยังนำเข้าเบียร์จากประเทศสิงคโปร์สูงสุด เบียร์ที่ส่งออกไปประเทศมาเลเซียคือ เบียร์ไทเกอร์ ซึ่งผลิตโดยบริษัทเอเชียแปซิฟิก บริวเวอรี่ เบียร์ไทเกอร์เริ่มมีการผลิตในประเทศสิงคโปร์เมื่อปี 2473 ต่อมาได้มีการร่วมทุน (Joint venture) ระหว่างบริษัทท้องถิ่น คือ Fraser and Neave (F&N) และบริษัท Heineken ซึ่งเป็นบริษัทจากประเทศเนเธอร์แลนด์ ได้ก่อตั้งบริษัทในรูปแบบ Malayan breweries ในเดือนตุลาคม ปี 2475 จากนั้นก็ได้เปลี่ยนชื่อมาเป็นเอเชียแปซิฟิก บริวเวอรี่ในปี 2533 เพื่อให้สอดคล้องกับความเป็นสากลมากขึ้น เบียร์ไทเกอร์ได้รับรางวัลต่างๆ

มากมายจากทั่วโลก และรางวัลล่าสุดที่ได้รับในปี 2006 คือ รางวัล Cool Brand Leader ซึ่งจัดการแข่งขันโดย Cool Brandleaders Council เบียร์ไทเกอร์ ประสบความสำเร็จอย่างสูงในตลาดเบียร์ที่พัฒนาอย่างกว้างขวางที่สุดของโลกได้แก่ เยอรมนี อังกฤษ ไอร์แลนด์ รวมถึงกลุ่มประเทศในแถบแอฟริกาใต้ โดยมียอดขายเติบโตประมาณ 20% ต่อปี (วารสารนักรูทิจ, ไทเกอร์เบียร์ ประกาศศักดาบุกตลาดเมืองไทย 12, 127(2547) น. 62)

นอกจากสิงคโปร์จะส่งออกเบียร์ไปประเทศมาเลเซียมากที่สุดแล้ว ยังส่งออกไปยังประเทศอินโดนีเซีย อังกฤษ และไทย มูลค่าการส่งออกคิดเป็นมูลค่า 31.59, 26.07, 12.36 และ 10.48 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ประเทศสิงคโปร์ส่งออกเบียร์มายังประเทศไทยเป็นอันดับที่ 4 ของแหล่งส่งออกเบียร์ทั้งหมดและมีมูลค่าการส่งออกเบียร์ไปยังประเทศไทย 10.48 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

ตารางที่ 3.11

ส่วนแบ่งตลาดของเบียร์ประเภทต่างๆ

ประเภท	ส่วนแบ่งตลาด (%)	ยี่ห้อเบียร์
ลาเกอร์เบียร์ (สแตนดาร์ด)	75.10	ไทเกอร์
Specialty beer	10.40	Loyalhanna Pennsylvania Lager
เอล, สเต้าท์ และเบียร์รสขม	7.50	เกวานเนส
ลาเกอร์เบียร์ (พรีเมียม)	5.80	ไฮเนเก้น
เบียร์ที่มีแอลกอฮอล์ต่ำ	1.20	N/A

ที่มา: Datamonitor

เบียร์ที่มีส่วนแบ่งตลาดสูงสุดในประเทศสิงคโปร์คือ Standard lager beer ลักษณะของเบียร์จะมีสีจาง ใช้วิธีการหมักแบบ Bottom Fermented Yeast (ต้องใช้เวลาที่ต่ำกว่าการออกซิเจนในการย่อยน้อย โดยจะย่อยสลายวัตถุดิบข้างล่างก่อน คือย่อยจากโมเลกุลใหญ่ไปหาโมเลกุลย่อย) เบียร์ชนิดนี้ชาวยุโรปนิยมดื่ม ผลิมากในประเทศสหรัฐอเมริกา โดยทั่วไปมีแอลกอฮอล์ประมาณร้อยละ 3.5-4 เบียร์ยี่ห้อต่างๆ ที่จัดอยู่ในกลุ่ม Standard lager beer ได้แก่ เบียร์ไทเกอร์

Specialty beer เป็นเบียร์ที่เกิดการจากผสมผลไม้เข้าไปในขั้นตอนการผลิตเบียร์ชนิดต่างๆ เพื่อให้ได้เบียร์ที่มีรสชาติแปลกใหม่ หลากหลาย แตกต่าง และซับซ้อนกว่าเบียร์มีเพียงความหวานของมอลต์และความขมของฮ็อพเท่านั้น Specialty beer มีส่วนแบ่งตลาดสูงรองจากลาเกอร์

เบียร์แสดนดาร์ต โดยมีสัดส่วนอยู่ที่ 10.4% รองลงมาคือเอล, สเต้าท์ และเบียร์รสชม, ลาเกอร์เบียร์ (พรีเมียม) และเบียร์ที่มีแอลกอฮอล์ต่ำหรือไม่มีแอลกอฮอล์ โดยมีสัดส่วนอยู่ที่ 7.5%, 5.8% และ 1.2% ตามลำดับ

เบียร์ที่ประสบความสำเร็จในประเทศสิงคโปร์มากที่สุดคือเบียร์ไทเกอร์ ซึ่งเป็นลาเกอร์เบียร์ในกลุ่มเบียร์สแตนด์ดาร์ด ในประเทศไทยมีการนำเบียร์ไทเกอร์เข้ามาทำตลาดเมื่อเดือนกรกฎาคม 2547 โดยบริษัทไทยเอเชีย แปซิฟิก บรีวเวอรี จำกัด

เบียร์ไทเกอร์เป็นเบียร์ที่ได้มียอดขายสูงสุดใน Portfolio ของบริษัทเอเชียแปซิฟิก บรีวเวอรี และเป็นที่ยอมรับของคนทั่วโลก ปัจจัยที่เบียร์ไทเกอร์ประสบความสำเร็จเป็นเพราะเบียร์ไทเกอร์มีเอกลักษณ์เป็นตัวของตัวเอง และมีการสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ๆ นำเสนอสิ่งใหม่ต่อลูกค้าอย่างต่อเนื่อง และมีความพยายามในการยกระดับตัวเองเป็นผู้นำในตลาดให้ได้ มีรูปลักษณ์หรือสไตล์เป็นของตัวเอง นอกจากนี้ยังปรับรสชาติให้เป็นที่นิยมในแต่ละประเทศ บริษัทเอเชียแปซิฟิก บรีวเวอรีได้มีการผลิตเบียร์ไทเกอร์ คริสตัล ที่มีความขมน้อย ขายในประเทศจีน หลังจากที่ได้มีการทำวิจัยสำรวจผู้บริโภค และมีการปรับผลิตภัณฑ์ของตนเองให้เข้ากับตลาด

3.2.2 ปริมาณและมูลค่าการนำเข้าวัตถุดิบ

วัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิตเบียร์ในประเทศสิงคโปร์ คือ มอลต์ ฮอป ยีสต์ และน้ำ วัตถุดิบหลักต่างๆ ยกเว้นน้ำยังคงต้องนำเข้าจากต่างประเทศทั้งหมดเพื่อทำการผลิต

ตารางที่ 3.12

ปริมาณและมูลค่าการนำเข้าวัตถุดิบหลักในการผลิตเบียร์

ปริมาณ: ตัน

มูลค่า: ล้านดอลลาร์

พ.ศ.	มอลต์		ฮอป		ยีสต์	
	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า
2545	43,462	12.25	1	0.000299	0.001992	4.07
2546	41,471	12.43	0	0	0.002099	4.60
2547	47,441	16.60	0	0.00012	0.002118	4.33
2548	51,817	16.81	0	0.000106	0.002285	4.65
2549	63,450	20.55	2	0.015318	0.002088	4.59
2550	63,379	30.15	0	0.00036	0.002666	6.03

ที่มา: World trade atlas

วัตถุดิบที่นำเข้าเพื่อใช้ในการผลิตเบียร์ได้แก่ มอลต์ ฮอปและยีสต์ ปริมาณและมูลค่าการนำเข้าวัตถุดิบสูงขึ้นทุกปีจากปี 2545 เป็นต้นมา โดยมูลค่านำเข้ามอลต์ในปี 2550 สูงกว่ามูลค่าการนำเข้ามอลต์ในปี 2549 คิดเป็น 46.72% ปริมาณและมูลค่าการนำเข้าฮอปมีสัดส่วนไม่คงที่ ส่วนหนึ่งเป็นเพราะราคาฮอปที่ผันผวนในตลาดโลก และมูลค่านำเข้ายีสต์ในปี 2550 สูงกว่ามูลค่าการนำเข้ายีสต์ในปี 2549 คิดเป็น 31.37%

วัตถุดิบที่นำเข้ามาผลิตเบียร์ในประเทศสิงคโปร์ส่วนใหญ่นำเข้ามาจากประเทศในแถบยุโรป โดยในปี 2550 ประเทศสิงคโปร์ได้นำเข้ามอลต์และยีสต์มากที่สุดเป็นอันดับ 1 และฮอปนำเข้าจากประเทศอังกฤษ

ตารางที่ 3.13

มูลค่าการนำเข้ามอลต์แยกตามประเทศปี 2546-2550

หน่วย: ล้านดอลลาร์สหรัฐ

ประเทศ	2546	2547	2548	2549	2550
ฝรั่งเศส	5.89	6.86	6.07	10.27	16.80
ออสเตรเลีย	4.46	6.93	6.97	7.27	9.28
เบลเยียม	1.83	1.56	2.79	1.24	2.48
นิวซีแลนด์	-	-	-	0.29	1.06
อังกฤษ	0.19	1.23	0.93	1.05	0.44
เยอรมัน	0.02	0.01	0.03	0.05	0.09
อื่นๆ	0.04	0.01	0.02	0.38	0.006
รวม	12.43	16.60	16.81	20.55	30.15

ที่มา: World trade atlas

ประเทศสิงคโปร์มีการนำเข้ามอลต์จากประเทศฝรั่งเศสมากที่สุด โดยในปี 2550 มีการนำเข้ามอลต์ 16.80 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นสัดส่วน 79.46% ของการนำเข้ามอลต์ทั้งหมด นอกจากแหล่งนำเข้ามอลต์จากประเทศฝรั่งเศสแล้วยังมีประเทศออสเตรเลีย เบลเยียมและนิวซีแลนด์ มีมูลค่าการนำเข้า 9.28, 2.48 และ 1.06 ล้านดอลลาร์สหรัฐตามลำดับ

แนวโน้มการนำเข้ามอลต์จากประเทศฝรั่งเศส ออสเตรเลีย และเยอรมันสูงขึ้นทุกปี ตั้งแต่ปี 2546 แต่ประเทศเบลเยียมและอังกฤษมีแนวโน้มอัตราการนำเข้าที่ไม่คงที่

ตารางที่ 3.14

มูลค่าการนำเข้าอัญมณีแยกตามประเทศปี 2546-2550

หน่วย: ล้านดอลลาร์สหรัฐ

ประเทศ	2546	2547	2548	2549	2550
อังกฤษ	0	0	0	0	360
ออสเตรเลีย	0	120	106	0	0
มาเลเซีย	299	0	0	0	0
ปากีสถาน	0	0	0	15,318	0
รวม	299	120	106	15,318	360

ที่มา: World trade atlas

ประเทศสิงคโปร์มีการนำเข้าอัญมณีจากแหล่งต่างๆ หลายประเทศได้แก่ อังกฤษ ออสเตรเลีย มาเลเซียและปากีสถาน การนำเข้าอัญมณีไม่ได้พึ่งพาประเทศใดประเทศหนึ่งแต่มีการกระจายการนำเข้าวัตถุดิบจากประเทศต่างๆ ในปี 2550 แหล่งนำเข้าอัญมณีคือประเทศอังกฤษ ปี 2549 นำเข้าจากประเทศปากีสถาน ปี 2547-2548 นำเข้าจากประเทศออสเตรเลียและปี 2546 นำเข้าจากประเทศมาเลเซีย

ตารางที่ 3.15

มูลค่าการนำเข้ายี่สิบแยกตามประเทศปี 2546-2550

หน่วย: ล้านดอลลาร์สหรัฐ

ประเทศ	2546	2547	2548	2549	2550
ฝรั่งเศส	1.69	1.11	1.15	1.25	1.78
มาเลเซีย	0.41	0.47	0.62	0.71	1.01
สหรัฐอเมริกา	0.34	0.43	0.24	0.52	0.76
เบลเยียม	0.36	0.34	0.32	0.32	0.48
อื่นๆ	1.8	1.98	2.32	1.79	2.00
รวม	4.60	4.33	4.65	4.59	6.03

ที่มา: World trade atlas

ประเทศสิงคโปร์มีแหล่งนำเข้าสินค้าที่สำคัญคือประเทศฝรั่งเศสเช่นเดียวกับประเทศไทย ในปี 2550 ได้นำเข้าสินค้าจากประเทศฝรั่งเศส 1.78 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นสัดส่วน 29.52% ของการนำเข้าสินค้าทั้งหมด รองลงมาคือประเทศมาเลเซีย สหรัฐอเมริกา และเบลเยียม มีมูลค่าการนำเข้า 1.01, 0.76 และ 0.48 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ตามลำดับ