

ผนวก ง

บริษัทผู้ผลิตในประเทศสิงคโปร์

การศึกษาผู้ผลิตในตลาดเบียร์สิงคโปร์จะศึกษาเน้นไปที่บริษัทข้ามชาติที่มีฐานการผลิตในประเทศสิงคโปร์และการที่ประเทศต่างๆ มาลงทุนในธุรกิจเบียร์ในประเทศสิงคโปร์ซึ่งได้แก่ บริษัทเอเชีย แปซิฟิก บริวเวอรี่ จำกัด บริษัท คาร์ลสเบอร์ก เอเอส จำกัด และบริษัท อินเบฟ จำกัด บริษัทข้ามชาติต่างๆ เหล่านี้มักจะมีฝั่บและร้านค้าขายปลีกเป็นของตัวเองด้วย ช่องทางการจัดจำหน่ายทางฝั่บและร้านอาหารมีสัดส่วนสูงถึง 64% ของปริมาณเบียร์ในตลาด (Datamonitor, 2007) ฝั่บและร้านอาหารต่างๆ เหล่านี้จะมีเบียร์ที่หลายหลายในร้านเพื่อเป็นทางเลือกให้กับผู้บริโภคที่มีรสนิยม และความต้องการที่แตกต่างกันออกไป ส่วนผู้ผลิตเบียร์รายย่อยในประเทศซึ่งมีเงินทุนน้อยก็จะมีตลาดเบียร์ของตัวเองที่แยกออกไปและกลุ่มลูกค้าก็จะเป็นกลุ่มเฉพาะของตนเอง

วัตถุประสงค์หลักในการผลิตเบียร์ของประเทศสิงคโปร์คือมอลต์ซึ่งส่วนใหญ่ได้จากข้าวบาร์เลย์ ฮ็อปและขวดหรือถังที่ใช้บรรจุเบียร์ ตลาดเบียร์โดยทั่วๆ ไปจะมีการดำเนินกิจการแบบ Non vertically integration นั่นคือไม่ได้เป็นเจ้าของปัจจัยการผลิตด้วย แต่ในทางตรงข้ามจะมีการซื้อปัจจัยการผลิตนี้จากแหล่งผลิต ฮ็อปและมอลต์จะมีการนำเข้า โดยมอลต์จะซื้อจากแหล่งผลิตทั้งในและต่างประเทศเพื่อมาผ่านกระบวนการ malting process ของผู้ผลิตเอง

จากการศึกษาการนำเข้าวัตถุดิบปรากฏว่า ประเทศผู้ส่งออกรายใหญ่จะเป็นประเทศทางแถบยุโรป หากเป็นผู้ผลิตที่ต้องการลงทุนผลิตเบียร์ในประเทศแถบเอเชียแล้ว ประเทศสิงคโปร์เป็นประเทศที่น่าลงทุนตั้งฐานการผลิตอย่างยิ่ง เพราะโครงสร้างของการผลิตเบียร์ที่ต้องนำเข้าวัตถุดิบสำคัญจากประเทศแถบยุโรปเพื่อมาผลิตในประเทศสิงคโปร์ไม่ต้องมีการเสียภาษีนำเข้าชนิดต่างๆ เลย

กฎหมายของประเทศสิงคโปร์อนุญาตให้ผู้ผลิต Lager เบียร์สามารถเป็นเจ้าของฝั่บได้ แต่ในขณะที่ผู้ผลิตรายเล็กไม่สามารถมีเงินทุนเพียงพอที่จะสร้างฝั่บเป็นของตนเองดังนั้นจึงจำเป็นต้องสร้างแรงจูงใจให้ร้านค้า supermarket, store ต่างๆ เก็บสินค้าของตนไว้ใน stock เพื่อขาย นอกจากนี้การมี infrastructure ในเรื่องของการขนส่งยังไม่ได้เพียงพอทำให้เป็นอุปสรรคในการกระจายสินค้าไปยังที่ต่างๆ อีกด้วย การมีฝั่บเป็นของตนเองสามารถทำให้ได้เปรียบคู่แข่งชั้นในเรื่องของเงินลงทุนซึ่งเป็นการกีดกันผู้ผลิตรายใหม่ที่มีเงินลงทุนต่ำไม่สามารถเข้ามาแข่งขันกับผู้ผลิตรายเดิมที่มีอยู่ในตลาดได้เนื่องจากมีช่องทางการจัดจำหน่ายไว้ก่อนหน้าแล้ว

1) บริษัทเอเชีย แปซิฟิก เบียร์ จำกัด

บริษัทเอเชีย แปซิฟิก เบียร์ จำกัด ได้ผลิตเบียร์หลายประเภทออกสู่ตลาดเพื่อขายในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก และได้มีการผลิตเบียร์ออกมาหลายยี่ห้อเพื่อส่งออกไปทั่วโลก บริษัทเอเชีย แปซิฟิก เบียร์ จำกัด มีโรงงานผลิตเบียร์ 28 แห่งในหลายประเทศ ได้แก่ สิงคโปร์, มาเลเซีย, ไทย, เวียดนาม, กัมพูชา, จีน, นิวซีแลนด์และปาปัวนิวกินี ศรีลังกาและอินเดีย

ยี่ห้อเบียร์ที่ประสบความสำเร็จมากที่สุดของบริษัทเอเชีย แปซิฟิก เบียร์ จำกัด ก็คือ "ไทเกอร์" ซึ่งได้ผลิตและขายในประเทศต่างๆ มากกว่า 60 ประเทศทั่วโลก ในยุโรป อเมริกา ออสเตรเลียและตะวันออกกลาง ตลาดที่มีการเติบโตสูงและสามารถทำกำไรให้แก่บริษัทเอเชีย แปซิฟิก เบียร์ จำกัด ก็คือไทยและประเทศแถบอินโดจีน โดยบริษัทมีกำไรจาก 2 ประเทศนี้มากถึง 53% ของทั้งหมด นอกจากนี้ยี่ห้อไทเกอร์แล้ว บริษัทเอเชีย แปซิฟิก เบียร์ จำกัด ยังเป็นผู้ผลิตเบียร์อีกหลายยี่ห้อรวมถึงเป็นผู้จำหน่ายเบียร์ยี่ห้ออื่นๆ เช่น Heineken Anchor beer เป็นเบียร์ที่ทำมาจาก hop ในแถบยุโรป ปรุงโดยใช้สูตรของประเทศเยอรมัน และ เบียร์ที่มีรสเข้มซึ่งเป็นสูตรของบริษัทเอง

เบียร์ไทเกอร์ เริ่มมีการผลิตในประเทศสิงคโปร์เมื่อปี 2473 ต่อมาได้มีการร่วมทุน (Joint venture) ระหว่างบริษัทท้องถิ่น คือ Fraser and Neave (F&N) และบริษัท Heineken ซึ่งเป็นบริษัทจากประเทศเนเธอร์แลนด์ ได้ก่อตั้งบริษัทในรูปแบบ Malayan breweries ในเดือนตุลาคม ปี 2475 จากนั้นก็ได้เปลี่ยนชื่อมาเป็นเอเชียแปซิฟิก เบียร์ จำกัด ในปี 2533 เพื่อให้สอดคล้องกับความเป็นสากลมากขึ้น เบียร์ไทเกอร์ได้รับรางวัลต่างๆ มากมายจากทั่วโลก และรางวัลล่าสุดที่ได้รับในปี 2006 คือ รางวัล Cool Brand Leader ซึ่งจัดการแข่งขันโดย Cool Brand Leaders Council เบียร์ไทเกอร์ประสบความสำเร็จอย่างสูงในตลาดเบียร์ที่พัฒนาอย่างกว้างขวางที่สุดของโลกได้แก่ เยอรมนี อังกฤษ ไอร์แลนด์ รวมถึงกลุ่มประเทศในแถบแอฟริกาใต้ โดยมียอดการเติบโตประมาณ 20% ต่อปี (วารสารนักธุรกิจ, ไทเกอร์เบียร์ ประกาศศักดาบุกตลาดเมืองไทย 12, 127(2547) น. 62)

ในประเทศสิงคโปร์ผู้นำตลาดเบียร์คือบริษัทเอเชียแปซิฟิก เบียร์ จำกัด ในปี 2550 มีส่วนแบ่งตลาดเมื่อเทียบกับคู่แข่งสูงถึง 69.50% และมีรายได้ทั้งหมด 484.9 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เป็นผู้ผลิตเบียร์ไทเกอร์และเบียร์ไฮเนเก้นซึ่งเป็นยี่ห้อที่มีความสามารถในการทำกำไรสูงของบริษัท นอกจากนี้เบียร์ไทเกอร์และไฮเนเก้นแล้วยังมีเบียร์อีกหลายยี่ห้อที่บริษัทเอเชียแปซิฟิก เบียร์ จำกัด เป็นผู้ผลิต ได้แก่ Anchor, Bivina, Reeb, Gold crown, DB draught, SP lager, Archipelago และ Baron's strong brew

ตารางผนวก ง.1

ส่วนแบ่งตลาดของบริษัทผู้ผลิตในประเทศสิงคโปร์ในปี 2550

บริษัทผู้ผลิต	% ส่วนแบ่งตลาด
Asia Pacific Breweries Limited	69.50%
Carlsberg A/S	14.00%
InBev	3.2%
อื่นๆ	13.30%
Total	100%

ที่มา: Datamonitor, 2007

จากตารางตารางผนวก ง.1 บริษัทเอเชีย แปซิฟิก บรีวเวอรี จำกัด มีส่วนแบ่งตลาดในประเทศสิงคโปร์สูงที่สุดและเป็นผู้นำตลาดเบียร์ในประเทศสิงคโปร์ ซึ่งมีสัดส่วนแบ่งตลาดเทียบกับบริษัทอื่นๆ คิดเป็นสัดส่วน 69.50% รองลงมาคือบริษัทคาร์ลสเบอร์ก เอเอส และบริษัทอินเบฟ มีส่วนแบ่งตลาดเท่ากับ 14% และ 3.2% ตามลำดับ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในต่างประเทศบริษัทเอเชียแปซิฟิกยังได้เข้าร่วมเป็นหุ้นส่วนกับบริษัทแอนฮอยเชอร์บรุช โดยบริษัทแอนฮอยเชอร์บรุชจะเป็นผู้นำเข้าเบียร์ไทเกอร์ไปขายในประเทศอเมริกาและจัดเบียร์ไทเกอร์อยู่ในกลุ่มเบียร์พรีเมียมระดับ High end บริษัทแอนฮอยเชอร์บรุชเป็นบริษัทผู้ผลิตเบียร์ขนาดใหญ่ในอเมริกาและเป็นผู้จัดจำหน่ายเบียร์ให้กับหลายยี่ห้อ การที่บริษัทแอนฮอยเชอร์บรุชนำเข้าเบียร์ไทเกอร์เข้าไปในตลาดอเมริกาก็เพราะคาดการณ์ว่าเบียร์ไทเกอร์สามารถทำกำไรในกลุ่มเบียร์ใน Portfolio ของบริษัทได้

2) บริษัทคาร์ลสเบิร์ก A/S จำกัด

บริษัทคาร์ลสเบิร์ก A/S จำกัด เป็นบริษัทที่มี Market share ในประเทศสิงคโปร์สูงเป็นอันดับที่สอง รองจากบริษัทเอเชียแปซิฟิก บรีวเวอรี มี market share สูงถึง 14% ในปี 2007 บริษัทคาร์ลสเบิร์กเป็นบริษัทผู้ผลิตเบียร์รายใหญ่ของโลก นอกจากการผลิตเบียร์แล้วยังมีการผลิต Soft drink เครื่องดื่มที่ให้พลังงานและน้ำบรรจุขวดอีกด้วย

บริษัทคาร์ลสเบิร์ก A/S ที่ประเทศสิงคโปร์เดิมที่จะมีการร่วมลงทุนกับบริษัทไทย เบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน) และจัดตั้งบริษัทในเดือนสิงหาคม 2546 แต่มีเหตุไม่ลงรอยกันในเรื่องผลประโยชน์และตกลงกันไม่ได้ (หนังสือพิมพ์ข่าวหุ้น ฉบับวันที่ 4 ส.ค. 2546, หน้า 21) ทำให้

คาร์ลสเบอร์กตัดสินใจดำเนินกิจการเพียงลำพัง โรงงานคาร์ลสเบอร์กที่ก่อตั้งในประเทศสิงคโปร์มีจุดประสงค์เพื่อเจาะตลาดเบียร์แถบเอเชีย

ในระยะเริ่มแรกบริษัท คาร์ลสเบอร์กได้ผลิตเบียร์ในยุโรปตะวันตก ซึ่งเป็นตลาดที่มีการอิมพอร์ตแต่บริษัทก็ยังสามารถทำกำไรได้ โดยได้ส่งออกเบียร์ไปยังประเทศที่บริษัท คาร์ลสเบอร์กไม่มีโรงงานผลิต ได้แก่ประเทศรัสเซีย ประเทศเพื่อนบ้านใกล้เคียงในแถบยุโรปตะวันตก ยุโรปตะวันออก และเอเชีย นอกจากการส่งออกเบียร์ไปยังประเทศต่างๆ แล้วบริษัทคาร์ลสเบอร์ก A/S จำกัดยังได้ทำการขยายฐานการผลิตออกไปโดยแบ่งตามโซนพื้นที่ออกเป็น 4 segments ตามพื้นภูมิศาสตร์ ได้แก่ยุโรปตะวันตก, BBH group (Baltic Beverage Holding) ยุโรปตะวันออก (ไม่รวม BBH) และเอเชีย

ตลาดในยุโรปตะวันตกยังคงเป็นกลุ่มตลาดที่สำคัญที่สุดของบริษัท คาร์ลสเบอร์ก ซึ่งเป็นแหล่งที่มาของรายได้ 66% ของรายได้ทั้งหมด บริษัท คาร์ลสเบอร์กเป็นผู้นำตลาดในกลุ่มประเทศสแกนดิเนเวีย เยอรมนีเหนือ สวิตส์เซอร์แลนด์ โปรตุเกส อังกฤษ และอิตาลี ในกลุ่มประเทศสแกนดิเนเวีย บริษัท คาร์ลสเบอร์กต้องทำการแข่งขันกับผู้ผลิตท้องถิ่นและ local brand ต่างๆ ส่วนตลาดเบียร์ในประเทศอังกฤษ และเยอรมัน บริษัท คาร์ลสเบอร์กต้องแข่งขันกับผู้ผลิตต่างชาติและ international brand ดังต่างๆ ตลาดเบียร์ในกลุ่มที่กล่าวมานี้เป็นตลาดที่มีความอิมพอร์ตและมีการบริโภคเบียร์อยู่ในระดับสูงต่อจำนวนประชากร

Baltic Beverage Holding (BBH) เป็นกลุ่มที่มีการร่วมทุนระหว่าง Scottish&Newcastle เป็นกลุ่มที่ทำรายได้ให้บริษัทคาร์ลสเบอร์กสูงถึง 20% ของรายได้ทั้งหมด และโซนิยุโรปตะวันออกที่ไม่รวมกลุ่ม BBH สามารถทำรายได้ให้บริษัทคาร์ลสเบอร์ก 10% ของรายได้ทั้งหมด บริษัทคาร์ลสเบอร์กได้ดำเนินการผลิตในประเทศโปแลนด์ และในปี 2006 บริษัทคาร์ลสเบอร์กได้จัดตั้งบริษัทเพื่อการขายโดยเฉพาะขึ้นใน ประเทศบอสเนียเฮอเซโกเวียนา เพื่อขายและกระจายสินค้าผ่านช่องทางต่างๆ ด้วย

ผลประกอบการของบริษัทคาร์ลสเบอร์กในเอเชียมีเพียงแค่ 6% ของรายได้ทั้งหมด ตลาดที่สำคัญของบริษัทคาร์ลสเบอร์กในเอเชียคือประเทศมาเลเซีย ฮองกงและสิงคโปร์ แต่กำลังจะมีคู่แข่งเพิ่มขึ้นในตลาดเหล่านี้ ซึ่งคู่แข่งนี้ก็คือกลุ่ม emerging market รวมทั้งจีน เวียดนามและอินเดีย

3) บริษัท Inbev จำกัด

บริษัท Inbev เป็นผู้ผลิต จัดจำหน่ายและเป็นผู้ขายในอุตสาหกรรมเบียร์ และเป็นผู้ผลิตที่สามารถผลิตเบียร์ได้ในปริมาณที่สูงที่สุดในโลกนั้นคือสูงกว่า 202 ล้านเฮคโตลิตร

ในปี 2007 Inbev เป็นผู้จำหน่ายเบียร์ลาเกอร์ premium beer และ specialty และมีโรงงานผลิตใน 140 ประเทศทั่วโลก

Inbev เป็นผู้ผลิตเบียร์รายใหญ่กว่า 200 ยี่ห้อทั่วโลก ได้แก่ สเตลล่า อาร์ทัว, สุการ์เด็น, Brahma และ Beck's Stella Artoris เป็นเบียร์ที่มียอดขายสูงเป็นอันดับที่ 5 ของโลกและเป็นยี่ห้อที่มีอัตราการเติบโตสูงที่สุดในโลกด้วย มีจำหน่ายกว่า 130 ประเทศทั่วโลก Brahma เป็นเบียร์ที่มีถิ่นกำเนิดในประเทศบราซิล เป็นยี่ห้อที่ติดอันดับ 1 ใน 10 ของเบียร์ระดับโลก Beck's เป็นเบียร์ที่ยอดการส่งออกสูงที่สุดในประเทศเยอรมัน มีขายกว่า 120 ประเทศทั่วโลก จัดอยู่ในกลุ่ม premium นอกจากนี้ Inbev ยังเป็นเจ้าของ local brand ซึ่งได้แก่ Skol, Chernigivske, Cass และ Bergenbier อีกด้วย

Skol เป็นเบียร์ยี่ห้อดังในประเทศบราซิลและเป็นเบียร์ที่ขายดีเป็นอันดับ 3 ของโลก Chernigivske เป็น local เบียร์ของประเทศยูเครน เป็นเบียร์ที่ไม่มีแอลกอฮอล์ มีส่วนผสมของวิตามินและสมุนไพรด้วย Cass เป็นลาเกอร์เบียร์มีจำหน่ายในเกาหลีใต้ และ Bergenbier เป็นเบียร์ยี่ห้อชั้นนำในประเทศโรมาเนีย สเตลล่า อาร์ทัวเป็นยี่ห้อหลักที่บริษัทใช้รุกตลาดเบียร์นอกระดับพรีเมียม เพราะมีจุดเด่นเรื่องของผลิตภัณฑ์ ความน่าเชื่อถือและความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ ปัจจุบัน สเตลล่า อาร์ทัวเป็นเบียร์อินเตอร์เนชั่นแนลใหญ่เป็นอันดับ 5 ของโลก

Inbev มีฐานการผลิตในยุโรปกลางและตะวันออก รวมถึงประเทศเซโกสโลวาเกีย รัสเซียและยูเครน นอกจากนี้ยังมีฐานการผลิตในกลุ่มเอเชียแปซิฟิก รวมถึงจีน เกาหลี นิวซีแลนด์ และออสเตรเลียด้วย

ในเดือนกรกฎาคม 2551 อินเบฟได้ตกลงซื้อกิจการจากแอนไฮเซอร์-บิว ผู้ผลิตเบียร์ บัดไวเซอร์ในราคาหุ้นละ 70 ดอลลาร์ รวมมูลค่า 52,000 ล้านดอลลาร์ การควบรวมกิจการครั้งนี้จะเป็นการควบรวมกิจการครั้งใหญ่ที่สุดในอุตสาหกรรมเบียร์ (หนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายวัน ฉบับวันที่ 15 ก.ค. 2551, หน้า 9)