

Why craft beer business does not prosper in Thailand?

Abstract

“Craft beer is unique, craft beer is delicate, craft beer is niche, that is the reason behind the addiction of craft beer once a person has tasted it”, stated Mr. Wichit Saiklao, a Thai craft beer initiator. In Thailand, consumers have shown interest in craft beer and the rate has been increasing dramatically. The numbers of producers and consumers have grown significantly within the past 3-4 years. Nonetheless, Thai craft beer is still not able to sell and distribute widely in the market due to the constraints of law. This issues became the concern in this report of why does not craft beer business prosper in Thailand. This report includes 4 findings that might affect the prosperity of the Thai craft beer industry; production, demand, monopoly power, and government. It has been found that *production* affects the prosperity of craft beer in terms of quality, production cost, and quantity. For *demand* side, the demand does not influence directly on the prosperity of craft beer. Culture shapes the behavior of Thais so there is still a wide gap of people who does not recognize what craft beer is. For *monopoly*, there is no obvious evidence that supports the action of large players in the market. For government, it is related in term of law and regulation that has not been changed or adjusted. This report will analyze further on each finding mainly based on survey, market observation, and interview.

I. Introduction

What do we know about Beers? Was there only one type of it? Apparently it is not, one of its product line is called craft beer. Craft beer has become more popular ever since when the Thai police started to arrest many brewers from making the craft beer. Even though, it was a controversial case but not everyone deeply understands a current situation of craft beer and the reason behind those actions. First, to have everyone on the same page; small, independent, and traditional are what define craft beer that is proposed by Brewers Association¹. The definition was created to track and separate the craft brewery from the main players as it plays a huge role in many countries such as United States and United Kingdom. However, the restrictions of laws and regulations in Thailand have not been changed or adjusted to the ongoing social growth since the minimum requirement of brews per year is relatively high and costly for craft manufacturers. It impedes the creativity hidden behind the newcomers of craft beer producers to create their own brands and sell widely in the domestic and international market. “Its legal limitations do not stimulate development and competition”, said Yannakorn Apirajkamol of Craft ‘N Roll² which affect to the overall economic growth of the country. Therefore, the easiest solution for Thai brewer to get licensed is to brew or bottle outside the country and import the craft beer back to Thailand as a foreign product.

In Thailand, the two main players in the market are Chang Beer by Thai Beverage PCL and Leo & Singha by Boon Rawd Brewery Co Ltd. Approximately 91 percent³ of market shares in Thailand were captured by those two companies and the situation is likely to remain the same in long run. Meanwhile, there are some certain groups who want to enter in this industry due to

¹ Brewers Association is an American trade group that defines what craft beer is which has a major role in promoting and protect craft beer brewers.

² Craft ‘N Roll is a Thai craft beer maker.

³ Euromonitor

the reason that they see the opportunities and wish to build their own brands but fail to do because of various limitations. Then, it has become a concern on why those incidents happened in Thailand while many countries around the world have successfully built their craft breweries.

In this paper, the reader will find an in-depth analysis into the factors contributing to the unsuccessful growth of the craft beer business in Thailand. In this sense, prosperity is to be well-known and able to sell widely in the market and if possible, is able to capture some of the market share in beer industry. This report includes findings based on the incident of foreign case studies and current situation in beer industry to support and argue the topic question. The research questions include;

- A. Is domestic demand for craft beer large enough to change the performance of beer industry?
- B. Whether or not constraints limited by laws affect the growth of craft breweries in Thailand?
- C. Does monopoly power limit the existence of craft beer? And if so, how?

The structure of this paper will start with introduction, background of beer industry and laws, methodology, theoretical framework, findings and data analysis, and conclusion, respectively.

II. Background

Beer

Many people may wonder what are beers, and its product line. Beer industry and wine industry share several similarities, but not everyone can differentiate those. Wine comes in various grapes, colors, fermenting procedures, years, tannin, and full to none body in which distinguish the rarity of wine in each harvest. The same concept applies to beer industry, there are two main types of beer in the market, which are Lager and Ales. What defines the distinction between those two are ingredients and preserve procedure. However, Thai people are more familiar with Lager

because the main players in Thai market produce only this type of beer. Lager produces smoother, sweeter, and slightly yellow color fuzzy drink. Three major lager beers that captured the highest brand shares of 47%, 28.3%, and 10.4% are Leo, Chang, and Singha respectively (See Appendix 1). Leo and Singha are under Boon Rawd Brewery Co Ltd who controls half of the market share, which is 58.5% while Chang beer is produced by Thai Beverage PCL with a 32.5% of market share (See Appendix 2). The total market value is around 180,000 million baht⁴.

Craft Beer

It is a challenge to define what craft beer is. Different people give different definition of craft beer. Some people define it as art. However, it can be simply defined as beer that is not brewed by big corporates. According to Brewers Association in United State, craft beer consists of 3 attributes; small, independent, and traditional. Small defines as less than 6 million barrels production per year. Independent defines as less than ¼ of craft brewery share is owned by anyone that not identifies themselves as craft beer. Traditional defines as innovative and traditional ingredients during their fermentation. Craft beer contains 4 main ingredients; water, malt, yeast, and hops. Malt creates a flavor, aroma, and color. Hop adds flavor and bitterness to craft beer. The bitterness of hop balances malts sweetness.

Craft beer is mainly popular in mid-to-high income consumers because it is more expensive than mass beer that is sold widely in the market. That is why craft beer generally presents in urban areas. The trend of craft beer started 3-4 years ago when distributor ‘HOBS’ had imported many foreign beers. They introduced several new brands to Thai people apart from existing products in the market. Hoegaarden, a Belgium beer, was the very first beer that Thai people had more attention to and became another choice for them because of its uniqueness. Leffe and Stella Artois

⁴ (มหาชน), %. (n.d.). เบียร์ 1.8 แสนล้านเดือด! "สิงห์-ช้าง" แลกหมัด แข่งมาร์เก็ตแชร์. Retrieved April 20, 2017, from http://www.prachachat.net/news_detail.php?newsid=1483269512

followed the trend of Hoegaarden. It has led bar owners to seek for something different and that is to import foreign craft beer. However, due to an easy access to information on what and how to produce craft beer, craft beer lover started to plan to make their own brand. However, they cannot yet produce domestically only to produce abroad and imported back. The popular brands in Thailand are Chalawan, Phuket, Stone Head, Chiang Mai Beer, etc. Chalawan was founded in Phuket in 2010 and named his microbrewery as Full Moon Brewworks. Mr. Sukij Thipatima, the founder of Chalawan, still is not able to bottle and distribute broadly in Thailand due to the constraint of laws. Hence, the product is needed to be produced and bottled in Australia, before being distributed back to Thailand.

Laws

Thai craft beer laws are becoming a significant issue because people who are fascinated in the tastes of beer disagree and dispute about it. There is a gap between oligopolists and newcomers in term of power, capital, and so on that creates the inequality in the market. Even though many people asserted that changing the laws will stimulate the creativity of Thai people, provide more choices for customers, increase the employment, and create more choices of jobs but the laws have not current been changed and seems like it will not easily happen. Changing the liquor laws will definitely impact Thai cultures and society as well as tax collection.

According to the Liquor Act B.E. 2493 (see Appendix 3), laws are applied for collecting and controlling excise taxes on liquor, prescribed in section 5 paragraph 1 that "Whoever produces liquor, possesses appliances or distilling apparatus used for producing liquor is prohibited except that he receives the license from Director General" (Wachirawiroon, 2000). To produce beer legally in Thailand, Brewers can acquire two type of licenses. First, major brewery, the brewers are required to produce at least 10,000,000 liters per year. Second, brewpub, the beer producer

must produce beer at least 100,000 liters per year but not exceed 1,000,000 liters per year and permitted to sell only on premise and no bottling. Most importantly, both types of brewers must be a company limited with at least 10 million Baht of registered capital with at least 51% of Thai nationality shareholders.

III. Methodology

In this paper, the objective is to analyze the reason why craft beer business does not prosper in Thailand. This research includes both primary and secondary sources data.

In primary source data, a survey, market observation, and in-depth interview with related people from four different fields; craft beer producers, distributors, retailers, and lawyers were conducted in order to use for analyzing the topic problem.

For craft beer producers' side, the interviewee is Mr. Wichit Saiklao, who is the owner of craft beer producers, Chit Beer, in Pak Kret. He was the first person who successfully created his own craft beer brand. He is called 'The Father of Craft Beer' in the industry. He has an idea of making craft beer as an ecosystem, which is making a full cycle of craft beer both supply and demand side by creating a craft community and providing a training course with more than 1,000 people who are currently joining the course. He once stated that "In order to change the structure of Thai laws, it is neither to resist the laws nor creating a controversial against it. Under the regulations, we have to respect and strictly follow it and at the same time showing that craft beer could help creating new jobs for people, providing more variety of beers, as well as increasing revenue for government". In the interview, the questions will be asked about his perspectives on craft beer in Thailand.

For distributors' side, the interviewees are; Mr. Thananard Prapurtdee; Supervisor of Bottles of Beer, Mr. Jason Poon; Founder of Bottles of Beer, Mr. Prasit Suntipab; Bar Managers of The one, and Mr. Nuttorn Wongtoom, Admin of page: Beercyclopedia.

For retailers' side, there are four interviewees; Mr. Adirek Tonmue; Beverage Manager of Riverwine restaurant, Ms. Ketsara Photchanasomboon; Manager of Mulligan Bar, Mr. Nikorn Khamkliang; Supervisor of Fu Bar, and Mr. Banjongsak Supalum; Supervisor of Moments Bar. These distributors and retailers can give a point of view on craft beer industry since they have met with many craft beer consumers, producers, and importers.

For lawyer's side, Dr. Munin Pongsapan, who is a specialist on the Liquor Act was selected to be an interviewee in order to provide the different perspective of craft beer issue.

By interviewing with people from different expertise background, different perspectives will be given from each interviewee. The interview questions included perspective of current craft beer situation and factors that affect the success of craft beer industry as well as interview's result will be display in the appendix (See Appendix 4).

For survey, the writers conducted a survey with a number of 300 observations in order to estimate the demand of people toward craft beers. In this research, the sample group is Thai population who drink beer with different genders, ages, and occupations. The proportion of the observation on age will be based on the actual proportion of Thailand population⁵ (See Appendix 5). People who are in middle income class and above is the focus group since craft beer is more expensive than the usual beer. In this case, middle income people are defined as people who earn more than 15,000 Baht per month. The survey was collected through online by via of google doc. The questionnaires were conducted and surveyed in the field of consumer's demand and factors

⁵ Population Pyramid: "Population Pyramids of the World from 1950 to 2100." *PopulationPyramid.net*. N.p., n.d. Web. 26 Apr. 2017. <<https://www.populationpyramid.net/thailand/2016/>>.

affect buying decision of craft beer. The survey results can be found in the appendix (See Appendix 6).

Apart from survey and interview, market observation was made in order to observe the market behaviors of each restaurant and bar on whether or not they have done a contract with monopoly. The market observations include 30 restaurants/bars around Khao San road and Ratchathewi.

For the secondary source, the data was gathered from both offline and online sources. These include Liquor Act B.E. 2493, past research papers, news, and cases of foreign countries. Studying deeper into the factors that affect the prosperity of craft beer by using the writing above will help in understanding more on why craft beer industry could not be successful in Thailand. All collected data will be analyzed to investigate on possible factors that influence the flourish of craft beer industry.

IV. Theoretical Framework

Oligopoly

According to Cambridge Dictionary, oligopoly is a situation in which a small number of organizations or companies has control of an area of business, Resulting others to have no share in the market⁶. The market is dominated by small number of sellers, which is called oligopolists. In the case of beer industry, these big players are Thai Beverages and Boon Rawd Brewery. The barrier to entry is high but still possible. With their market power, they are able to charge price above its marginal cost (MC).

⁶ Dictionary, o. (2017). oligopoly Meaning in the Cambridge English Dictionary. [online] Dictionary.cambridge.org. Available at: <http://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/oligopoly> [Accessed 3 Apr. 2017].

Strategic Behavior

Strategic behavior⁷ theory is one of the big firm's strategy that could affect the overall market which will be used and applied to the analysis in this paper. This theory explains the actions taken by firms to reduce the competition by actual and potential rivals⁸. This paper assumes that the firm focuses on only non-cooperative strategic behavior. According to Calton (2015), it is the actions of the firm that is trying to maximize its profits by improving its position relative to its rivals. To be successful in a non-cooperative strategy, the firm needs to reach two conditions which are advantage and commitment. For the advantage, the firm must meet the cost advantage, innovation and technological advantage, as well as first mover advantage over its competitors. For the commitment, the firm needs to create credible threats to its rivals, and makes them believe that the strategy is rational. Three well known strategies which could drive firm's rival out of the business are;

Predatory Pricing, it can be done by lowers its price to drive rivals out of business. It also helps discouraging the potential entrants from coming in. An incumbent will later on raise the price when there is no one to compete with.

Limited Pricing, it occurs when an incumbent firm sets its price and output so there is just small demand left in the market which is not enough for other firms to enter the market and make profit.

Raising Rivals' Cost Strategy, a firm's profit would rely on its cost relative to those of its rivals. A firm can raise its rivals' cost without losing any benefits, it could increase its profit at the expense of its rivals. To raise the cost of the firm's rivals, market power or political power is necessary.

⁷ Strategic behavior is a set of actions a firm takes to influence the market environment so as to increase its profits.

⁸ Church, J. and R. Ware, Industrial Organization: A Strategic Approach, International Edition, McGraw-Hill, 2000.

Direct Methods: To increase the cost of firm's rivals, the firm may intervene rival's production or selling method that could affect to raise rivals' cost directly. For example, the firm could lobby suppliers of the competitors to decrease quantities or increase the price of inputs.

Interference through Government Regulation: The firm can raise the cost of rivals through the government policy; for example, most of government regulation exempt existing firms but create barrier for new firms to operate in the market.

Tie-ins of other products: Occasionally, an incumbent can produce a product that must be used with another product only in order to force customers to buy both product from them, for example; camera with special kind of film that must be used together only.

V. Findings and data analysis

Analyzed topics were grouped into four main categories, which are based on both primary and secondary sources. The analysis will focus on every side of the players in the market and all the relevant factors that affect the craft beer business. It consists of production, demand, monopoly, and government.

1. Production

Production is the fundamental root of business including e.g. cost, price, etc. To simply discuss the production side of craft beer, this section would be separated into three significant issues that affect to the prosperity of craft beer in Thailand. The three components are quality, production and quantity, and below the reader will find the analysis of those components.

First, quality. It is one of the crucial factors influencing customer's decision. According to retailer's interview and market observation, most of them said that quality of craft beer is inconstant and this became a major problem for Thai producers. In Thailand, it is very difficult for craft beer brewers to control the quality and keep the standard of craft beer because they still lack

of certain technology involvement, equipment, and machine in order to make craft beer's taste stable and consistent. From Mr. Thananard's interview, said that there are no more than 3-4 brewers who can retain and control craft beer's quality. When production of a defective merchandise occurred, the defective items should discard immediately. However, some of them decide to sell to customers since cost is already occurred.

“Quality is the best business plan” – John Lasseter⁹. Major players in any industry would adopt a Six Sigma set of techniques to seek and improve its quality to at the maximum standard rate of all time. A six sigma is a tool for process improvement, what it does is to identify and removing the causes of defects and minimizing variability in manufacturing and business process. A strong roots lead to a better chance of a sustainable company, as for craft beer manufacturer they should consider adopting this method in order to develop a steady path for its future.

However, craft beer in Thailand cannot achieve that, according to Ms. Ketsara, she said that she had an idea to sell craft beer in her restaurant but the taste was not consistent and varies every time she tried. She found that the qualities of Thai craft beers are inconsistent comparing with imported beer and draft beer. So, this might be a factor of why most of the retailers do not sell craft beer in their store. Therefore, the reputation of craft beer is limited to only a small group of people. Furthermore, Dr. Munin, mentioned that to revise the laws of craft beer in Thailand is highly difficult due to the many factors but one thing that must be concern is the health issue. The government's role is to forecast what would happen in every aspect when revise the laws and especially an alcohol which is already a drink that reduce the consciousness of people. If the quality is bad, there will be other consequences that are needed to be concern more. Therefore, if Thai

⁹ an American animator and the chief creative officer of Pixar Animation Studios
Popik, B. (n.d.). Double-Tongued Word Wrester Dictionary. Retrieved April 30, 2017, from http://www.barrypopik.com/index.php/new_york_city/entry/quality_is_the_best_business_plan

craft beer is still unable to meet the Six Sigma standard, it certainly will not be able to dispatch to the consumer's market. Only if the standard has met, legal and regulations might not be a barrier for Thai Craft beer any longer and it might help to stimulate economy in the future if it succeeds.

Second, production. Based on Mr. Wichit's interview, he said that one of the obstacles to produce craft beer comes from cost of raw materials and equipment used to produce craft beer. As some ingredients and equipment are not available in Thailand, around 80%-90%, were imported from foreign country. As a result, Thai brewers face with a high production cost due to the unstable variable costs that occurred in production process. Apart from production materials constraint, Thai producers also face with the limitation of liquor laws that requires them to have at least 10 million Baht registered capital. Therefore, it is quite impossible for small craft beer producers to pass this condition. Regarding to heavy obstructions of brewing craft beer in Thailand, the producers were forced to find an alternative way to survive in craft beer industry. Most of them choose to produce in foreign countries and import back to Thailand for selling. Chalawan Pale Ale chose to brew in Australia and Chiang Mai Beer chose to brew in Laos, for example. This method grants to produce craft beer legally, while the producers have to accept the high variable costs of production. In contrast, by importing Thai craft beer from abroad, the brewers have to suffer from massive imported tax which could be up to 60% based on the Excise Department announcement. This creates a higher production cost for craft beer producers and consumers are the one who bear the burden. It seems like craft beer producers have no choice to choose but to struggle under the constraint of laws. Although the production cost is high, all brewers tend to ignore this issue and keep running their business. Therefore, with all costs combined together it creates larger amount of average cost which leads to set the higher pricing strategy. Consequently, forces to sell at higher price than others major players. With major players like Singha, can lesson cost much lower than

local craft beer due to the economies of scale. This is why craft beer can target only some group of customers, mainly middle to high income.

Third, quantity. Craft beer is considered as a small brewery so the brewers are forced to produce beer at least 100,000 liters per year according to the laws. This is a huge amount for a small business and likely impossible for producers to brew beer legally by themselves. With the constraints of production quantity and a control over distribution process, it is quite impossible for producers to enter the market and this will not stimulate the economy in term of competition in the market. Even they did successfully produce at that amount, it will not be possible to distribute craft beer within the period of time since this type of drink is a perishable product which has short lifetime and can only sell in the glasses. Imagined that if the producers have to brew beer at least 100,000 liters per year with a 300 ml glass, it means that they have to sell craft beer around 900 glasses per day within their brewpubs. Moreover, selling craft beer only on premise will make only some group of consumers know craft beer. Therefore, it is unlikely for craft beer brewers to expand and drive the craft beer industry into the future in Thailand.

2. Demand

Without demand for craft beer, supply will be unlikely to occur. This rule applies to all things in the world and that is why demand affects enormously to the prosperity of craft beer industry. As the price of craft beer is higher than lager beer or mass beer that are sold widely in the Thai market due to high production cost that have mentioned earlier, craft beer in Thailand will aim to target only people with middle income onward who are no longer interested in mass beer and seek for alternative beer.

From the primary and secondary data collection, several perspectives have been found and this presents the demand for craft beer in Thailand. According to the survey with 300 observations

who are middle income or higher that live in urban area, the result shows that around 90% of observations would like to try craft beer if it is sold widely in the market. The top three factors that come to their decision when choosing craft beer are taste, price, and desire to try something new, respectively. These could be said that there is a demand for craft beer from the perspective of customer but something just deters those demand from being served to this group. Nonetheless, the results from an interview also correlated with the result from the survey.

According to the interview with Mr. Prasit, Mr. Nuttorn, Mr. Jason, and Mr. Wichit, they all said that the demand for craft beer has been increasing a lot comparing to the past. More customers are seeking for an alternative beer which can give them more marvelous taste and sense of heaven. Once they have tried the fascinated taste of craft beer, they would not want to consume lager beer anymore. However, these demands come from just a particular group of people which mainly middle to high income class. In terms of imported craft beer, the number of SKUs has increased more than 500% from around 100-200 SKUs to 800-1,000 SKUs which is very high. Mr. Nuttorn, said that he had attended many craft beer events and usually met with newcomers who are passionate in craft beer. Also, the producer of Chit Beer, Mr. Wichit, mentioned that many craft beer lovers approached him to learn about craft beer brewing. The statistical data of volume of craft beer in Thailand shows an increasing trend of imported beers from 5.5 million liters in 2010 to 267.8 million liters in 2015¹⁰ (See Appendix 7). It is not just demand that increases, supply also has increased accordingly.

However, from the data collected, there is a huge possibility that the demand for craft beer will tend to increase continuously. Nonetheless, this demand does not include people who do not know craft beer. This group of people is in '*non-existing market*' where the demand of craft beer

¹⁰ Euromonitor

is zero because it is unreachable for them and no one has introduced craft beer to them before. Those who are in non-existing market include people with potential to consume craft beer and those who are not able because of budget constraints. There are 60.8% of household in Thailand who has income more than 15,000 Baht per month¹¹ and they are potential customers who could contribute to the prosperity of craft beer (See Appendix 8).

According to the data collection, an interview suggested that non-existing market is originated from a *culture* of Thai. Thai people do not usually drink beer as a routine and beer is not a country's drink. There were some group of people who drink but they get used to existing products in the market which are the big two players, Singha and Chang, or specifically lager beer, since they have no variety of choice. Thais have been taught to have no choice and to get used to what they have. Craft beer is new. Craft beer is unique. Craft beer is niche. That is why craft beer needs to be educated to Thais since it is new to the people. Psychologically, people will resist new changes at their first stage of introduction, then people will start to take their first step, lastly people will embrace it. All of each stages will take time to enhance and educate people to acknowledge its product. A closest example would be cassette tape transformed into cd players, then to an iPod. These things hinder the demand that should have been occurred in the market. It obstructs the potential growth of the craft beer industry that should be grown. "Market behavior is now changing, people want explore more options and choices in their life", said Mr. Wichit.

In the case of United States, it took more than 20 - 30 years for people to recognize craft beer and become well-known like today, there is no surprise why Thai craft beer business does not prosper like other country. Mr. Wichit, a producer of Chit beer again mentioned that "History

¹¹ National Statistical Office
N. (2015). สรุปผลที่สำคัญ การสำรวจภาวะเศรษฐกิจและสังคมของครัวเรือน ในช่วง 6 เดือนแรกของปี 2558. Retrieved April 25, 2017, from <http://service.nso.go.th/nso/nsopublish/themes/files/SocioSum58M6.pdf>

repeats itself. In 1971, the United States was just like us today. It was just a time shift. Thailand will be just like United States one day”. However, due to the difference in cultural value between Thais and Americans, it might take longer time to make craft beer prosper and well known. Americans believe in freedom of choices¹² whereas Thai people are completely the opposite and it is not easy to change the behavior of people, especially for Thais.

This report proposes that culture directly affects the demand for craft beer which influences to the prosperity of Thai craft beer industry. However, the demand will still exist in the same group which are middle to high income class which is accounted for 60.8% of household in Thailand¹³ since it is still impossible to lower the price to less than or equal to lager or mass beer because craft beer does not produce at the big scale.

3. Monopoly Power

The third assumption is commonly known in several business sectors, which is monopoly power as their power can affect the cycle of the business and relatively may involve in this scenario. Their reputations are usually negative in people’s minds especially in unseen authority so the writers believe that monopoly may be one of the factors that could affect the prosperity of craft beer. The analysis will base on what monopoly can do to affect the market by using strategic behavior theory and merger and acquisition to see whether they did or not.

From interviews and market observation about monopoly behavior, predatory pricing, limited pricing, tie-ins of other products have no evidence to support the behavior so it will be

¹² 101 Characteristics of Americans/American Culture . (n.d.). Retrieved April 26, 2017, from <https://www.press.umich.edu/pdf/9780472033041-101AmerCult.pdf>

¹³ National Statistical Office

N. (2015). สรุปผลที่สำคัญ การสำรวจภาวะเศรษฐกิจและสังคมของครัวเรือน ในช่วง 6 เดือนแรกของปี 2558. Retrieved April 25, 2017, from <http://service.nso.go.th/nso/nsopublish/themes/files/SocioSum58M6.pdf>

dropped out from our analysis. However, the strongest evidence founded is raising rival's cost strategy that includes direct methods and inference through government regulation.

Direct method is founded when Boon Rawd and Thai Beverage involved in rival's selling method especially on distributor side by signing a contract with distributor, which disallows other competitors to sell their products. From the interviews, every each of bars and restaurants were offered benefits if and only if they sign the contract but majority of them disagree to collaborate. Since priority is the consumers, they chose to sell variety of products instead of one, this is the reason to gain full market coverage whereas only a specialist in certain product. Apart from that, it is the profit. They want to sell products they are popular in the market or the key brands that will serve every of consumer's preference. There were only 10% from the observed restaurants and bars that willingly to sign contracts with monopolies and it showed that monopolies would do any way to limit the sale of other beer. Moreover, this evidence shows in other countries as well, for example; the case in the United States where AB InBev, the highest market share brand, offered the incentive program for distributors to control the sales of other craft beers and the result shows that just 38% of the distributors joined this program, the *Journal* reported (Philpott, 2015).

As a result, direct method does not affect the growth of the craft beer because monopoly cannot successfully intervene with distribution channel. They cannot yet limit the sale of craft beer or any other beers in the market. So, craft beer producers can sell the product through any channels without monopoly limitation.

Secondly, Singha and Chang interfered with government regulation, there is no rigid information or data available. However, speaking truly, there are numerous group of people suspect that monopoly will use their power on government relation, specifically, on laws. From the interviews, about half of them believe that monopoly has nothing to do with laws that currently

limited for craft beer producers because big beer has an ability to produce their own new beers without being afraid of newcomers.

According to Five Forces Analysis by Michael E. Porter (see Appendix 9), the industry analysis tool, will distinguish monopoly role clearly and explain why it is no relevant to the law.

Boon Rawd and Thai Beverage Five Forces Analysis.

Industry Competitors are comparatively high such as Boon Rawd, Thai Beverage, Heineken Asia Pacific Brewery, San Miguel Brewery and other well-known players. For threat of new entrants are low, due to the economies of scale and demand for fully served from all those players. Thirdly, threat of substitute products is high, the reason is that there various choices of alcohol beverages in Thailand. Furthermore, bargaining Power of Buyers are low, their products are cheap and affordable and targeted to serve full market therefore, it aims from the range of low income earner to high income earner. Lastly, bargaining Power of suppliers are low, raw materials for them are cheap, buying in bulk will gain significant benefit for their suppliers, therefore, they own their suppliers. So, it is obvious that they can do exactly what craft beer can do or even more. There is no need for them to interfere with government. The other half mentioned that monopoly and government together definitely have a relationship in some way and affects the prosperity. However, it cannot be concluded because some data is still inaccessible.

There is an evidence that big companies like AB InBev, MillerCoors, and Heineken are buying many craft beers businesses of a particular country where they are controlling the market. Allyn (2015) mentioned that the craft beer brands that are bought by monopolies primarily were the one who likely to be a national player or the best seller. Nevertheless, Acquisition impacted the craft beer society because they will not be able to move into the market and finally fade out. “If large companies can throw millions of dollars into the market, how smaller companies are

going to be able to move in?” says Hopkins, the president of San Diego Brewers (Morris, 2017). From the interview, the producer mentioned that a lot of craft beer producer in the U.S. are selling out their business. So, it is obvious that monopoly is one of the factors that confines the prosperity of craft beer and even it has become more popular but it will never be prosper as it should be. Furthermore, Thailand has the similar type of market model which is monopoly according to the statistic from Euromonitor (See Appendix 10). Then, it might be possible to assume that monopoly power will affect the prosperous of craft beer but in different ways.

However, from the interview with Mr. Nuttorn, he added that Singha and Chang did not know craft beer until someone has claimed that they are being fraud. According to Manager Online, they assure that Boon Rawd Brewery supports the craft beer industry and glad to advice how to make a good quality of beer which currently has a member of 20 craft brewers. Singha believes that with the entrance of craft beer, it will make the market become interesting. Hence, by looking at the overall picture of monopolies effects, there are some part that relevant to the monopoly power but the use of those powers are ineffective and small which presented both the direct method and interference. However, acquisition did not weight enough to support the monopoly. Overall, it is a not monopoly who limits the success of craft beer rather to be something else.

4. Government (Law)

It is undeniable that Thailand is lacking behind other countries in terms of economic, politic, ideology, and so on. But, what is really obvious is the lack of good governance and regulations. The laws have not been changed since the World War II and that was 70 years ago, said Mr. Nuttorn. Other countries issued the laws for people, every person participate to make change in society and when there is a request, government will change the laws that appropriate in

order to support the equality, according to Mr. Panitan Tongsir, the founder of Stone Head beer. However, in Thailand, what should have been changed remains the same. Craft beer business currently suffers from this law because it limits the chance to flourish. From the interview of Mr. Thananard, he mentioned that there were around 10 countries that have the rules like our country but they have already adjusted the laws and the craft beer business gaining more popularity. So, it is obvious that without the change of laws, Thai craft beer will stuck in this path and face the dead end.

VI. Conclusion

What really affect the prosperity of craft beer are the main three factors which are production, demand, and government. But, the factor that dropped out is monopoly. In production side, quality of craft beer has not meet the standard. The production cost is too high because the raw material and equipment are expensive and required register cost for craft beer brewery is unreachable in case of producing domestically. Furthermore, the cost for producing internationally is the tax cost which contributed 60% of the product. So, it is obvious that costs are in every direction. In demand side, even though demand seems to increase due to the higher imported beer, higher SKUs, but the demand is not big enough when comparing with beer market or the overall country. It cannot influence everyone in the country to consume or recognize craft beer and this comes from culture that shapes the behavior of Thai people. In government side, the government obviously has not put the country in the right path as the laws has not been updated ever since World War II which forced this business to stuck in the same place and unable to make differences to Thailand. However, monopoly did not show much of the control in this industry because there is no obvious evidence to support their action.

Appendix 1

Brand Shares (%) in Total Volume

Brand Shares (Global - Historical Owner) | Historical | Total Volume | % breakdown

Brand	Company name (GBO)	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Thailand							
Beer							
Leo	Boon Rawd Brewery Co Ltd	45.1	47.6	48.1	47.8	48.1	47.0
Chang	Thai Beverage PCL	29.1	27.5	27.8	28.0	27.5	28.3
Singha	Boon Rawd Brewery Co Ltd	9.9	9.9	9.8	10.4	11.0	11.5
Archa	Thai Beverage PCL	5.1	4.8	4.6	4.4	4.2	4.2
Heineken	Heineken NV	3.9	3.8	3.7	3.8	4.0	4.1
San Miguel	San Miguel Corp	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.6
Tiger	Heineken NV	-	-	0.5	0.5	0.5	0.5
Cheers	Thai Asia Pacific Brewery Co Ltd	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5
Asahi Super Dry	Asahi Group Holdings Ltd	-	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1
Guinness	Diageo Plc	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1
Tiger	Asia Pacific Breweries Ltd	0.5	0.5	-	-	-	-
Asahi Super Dry	Asahi Breweries Ltd	0.1	-	-	-	-	-
Thai Beer	Boon Rawd Brewery Co Ltd	-	-	-	-	-	-
Others	Others	5.0	4.7	4.3	3.9	3.4	3.1
Total	Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Source: Euromonitor

Appendix 2

Company Shares (%) in Total Volume

Company Shares (Global - Historical Owner) | Historical | Total Volume | % breakdown

	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Thailand						
Beer						
Boon Rawd Brewery Co Ltd	55.1	57.5	58.0	58.2	59.2	58.5
Thai Beverage PCL	34.3	32.3	32.4	32.4	31.7	32.5
Heineken NV	3.9	3.8	4.2	4.3	4.5	4.6
San Miguel Corp	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.6
Thai Asia Pacific Brewery Co Ltd	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5
Asahi Group Holdings Ltd	-	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1
Diageo Plc	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1
Asia Pacific Breweries Ltd	0.5	0.5	-	-	-	-
Asahi Breweries Ltd	0.1	-	-	-	-	-
San Miguel Brewery Inc	-	-	-	-	-	-
Others	4.9	4.6	4.2	3.8	3.4	3.1
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Source: Euromonitor

Appendix 3

Thai Law

พระราชบัญญัติ

สุรา

พ.ศ. ๒๔๙๓

(แก้ไขเพิ่มเติมถึงพระราชกำหนดแก้ไขเพิ่มเติมพระราชบัญญัติสุรา พ.ศ. ๒๔๙๓

(ฉบับที่ ๗) พ.ศ. ๒๕๕๖)

ในพระปรมาภิไธยสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดช

รังสิต กรมขุนชัยนาทนเรนทร

ผู้สำเร็จราชการแทนพระองค์

ให้ไว้ ณ วันที่ ๖ มีนาคม พ.ศ. ๒๔๙๓

เป็นปีที่ ๕ ในรัชชกาลปัจจุบัน

โดยที่เป็นการสมควรปรับปรุงกฎหมายว่าด้วยสุรา

พระมหากษัตริย์โดยคำแนะนำและยินยอมของรัฐสภา

จึงมีพระบรมราชโองการให้ตราพระราชบัญญัติขึ้นไว้ ดังต่อไปนี้

มาตรา ๑ พระราชบัญญัตินี้เรียกว่า "พระราชบัญญัติสุรา พ.ศ. ๒๔๙๓"

มาตรา ๒ พระราชบัญญัตินี้ใช้บังคับตั้งแต่วันถัดจากวันประกาศในราชกิจจานุเบกษาเป็นต้นไป

มาตรา ๓ ให้ยกเลิกกฎหมายภาชีชั้นใน จุลศักราช ๑๒๔๙

พระราชบัญญัติภาชีชั้นในเพิ่มเติม พุทธศักราช ๒๔๕๗

พระราชบัญญัติแก้ไขภาชีชั้นใน พุทธศักราช ๒๔๕๙

พระราชบัญญัติภาชีชั้นในเพิ่มเติม พุทธศักราช ๒๔๖๐

พระราชบัญญัติภาชีชั้นในแก้ไขเพิ่มเติม พุทธศักราช ๒๔๖๗

พระราชบัญญัติภาชีชั้นในแก้ไขเพิ่มเติม พุทธศักราช ๒๔๖๙

พระราชบัญญัติภาชีชั้นในแก้ไขเพิ่มเติม พุทธศักราช ๒๔๗๖

พระราชบัญญัติภาชีชั้นในแก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ ๒) พุทธศักราช ๒๔๗๖

พระราชบัญญัติแก้ไขภาชีชั้นใน (ฉบับที่ ๓) พุทธศักราช ๒๔๘๕

พระราชบัญญัติแก้ไขภาชีชั้นใน (ฉบับที่ ๔) พุทธศักราช ๒๔๘๖

มาตรา ๔ ในพระราชบัญญัตินี้

"**รัฐมนตรี**" หมายความว่า รัฐมนตรีผู้รักษาการตามพระราชบัญญัตินี้

"**อธิบดี**" หมายความว่า อธิบดีกรมสรรพสามิตหรือผู้ทำการแทน

"เจ้าพนักงานสรรพสามิต" หมายความว่า

เจ้าพนักงานกรมสรรพสามิตซึ่งอธิบดีแต่งตั้งให้มีอำนาจและหน้าที่เพื่อปฏิบัติการให้เป็นไปตามพระราชบัญญัตินี้

"พนักงานเจ้าหน้าที่" หมายความว่า เจ้าพนักงานสรรพสามิต

และผู้ซึ่งอธิบดีแต่งตั้งให้มีอำนาจและหน้าที่เพื่อปฏิบัติการตามพระราชบัญญัตินี้

"สุรา" หมายความว่ารวมถึงวัตถุดิบหรือของผสมที่มีแอลกอฮอล์

ซึ่งสามารถดื่มกินได้เช่นเดียวกับน้ำสุราหรือซึ่งดื่มกินไม่ได้ แต่เมื่อได้ผสมกับน้ำหรือของเหลวอย่างอื่นแล้วสามารถดื่มกินได้เช่นเดียวกับสุรา

"สุราแช่" หมายความว่า สุราที่ไม่ได้กลั่นและให้หมายความรวมถึงสุราแช่ที่ได้ผสมกับสุรากลั่นแล้ว

แต่ยังมีแรงแอลกอฮอล์ไม่เกินสิบห้าดีกรีด้วย เช่น เบียร์ ไวน์ สปาร์กลิงไวน์และสุราแช่พื้นเมือง เป็นต้น

(นิยาม "สุราแช่" แก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชกำหนดแก้ไขเพิ่มเติมพระราชบัญญัติสุรา พ.ศ. 2493

(ฉบับที่ 7) พ.ศ.2556)

"สุรากลั่น" หมายความว่า สุราที่ได้กลั่นแล้ว และให้หมายความรวมถึงสุรากลั่นที่ได้ผสมกับสุราแช่แล้ว

แต่มีแรงแอลกอฮอล์ เกินกว่าสิบห้าดีกรีด้วย เช่น สุราสามทับ สุราขาว สุราผสม สุราปรุงพิเศษ และสุราพิเศษ เป็นต้น

(นิยาม "สุรากลั่น" แก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชกำหนดแก้ไขเพิ่มเติมพระราชบัญญัติสุรา พ.ศ. 2493

(ฉบับที่ 7) พ.ศ.2556)

"เชื้อสุรา" หมายความว่า แป้งเชื้อสุรา แป้งข้าวหมัก หรือเชื้อใด ๆ

ซึ่งเมื่อหมักกับวัตถุดิบหรือของเหลวอื่นแล้วสามารถทำให้เกิดแอลกอฮอล์ที่ใช้ทำสุราได้

(ศาลรัฐธรรมนูญวินิจฉัยว่า เมื่อวันที่ 15 มกราคม 2557 ว่า พระราชบัญญัติสุรา พ.ศ. 2493 มาตรา 24

และมาตรา 26 ข้อความที่ว่า "เชื้อสุรา" ที่หมายความรวมถึง "แป้งข้าวหมัก" ขัดหรือแย้งต่อรัฐธรรมนูญมาตรา 50)

"ราคาขายส่งช่วงสุดท้าย" หมายความว่า ราคาที่ผู้ได้รับใบอนุญาตทำสุราตามมาตรา ๕

ผู้นำสุราเข้ามาในราชอาณาจักรตามมาตรา ๖ ผู้ได้รับใบอนุญาตขายสุรา ประเภทที่ ๑

หรือผู้ได้รับใบอนุญาตขายสุรา ประเภทที่ ๒ ตามมาตรา ๑๙ แห่งพระราชบัญญัติสุรา พ.ศ. ๒๔๙๓

ได้ขายสุราให้แก่ผู้ขายปลีก โดยรวมค่าขนส่งหรือค่าบริการอย่างอื่น ทั้งนี้

ต้องเป็นราคาตามปกติในทางธุรกิจโดยสุจริตและเปิดเผย โดยไม่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม

(นิยาม "ราคาขายส่งช่วงสุดท้าย" เพิ่มเติมโดยพระราชกำหนดแก้ไขเพิ่มเติมพระราชบัญญัติสุรา พ.ศ.

2493 (ฉบับที่ 7) พ.ศ.2556)

หมวด ๑

การทำสุราและการนำสุราเข้ามาในราชอาณาจักร

มาตรา ๕ ห้ามมิให้ผู้ใดทำสุรา หรือมีภาชนะหรือเครื่องกลั่นสำหรับทำสุราไว้ในครอบครอง เว้นแต่จะได้รับใบอนุญาต จากอธิบดี

การออกใบอนุญาตให้ทำสุราสำหรับใช้ในบ้านเรือนให้เป็นไปตามที่กำหนดในกฎกระทรวง

มาตรา ๕ ทวิ ผู้ได้รับใบอนุญาตทำสุรา

ต้องปฏิบัติตามวิธีการและเงื่อนไขที่อธิบดีกำหนดว่าด้วยกรรมวิธีเกี่ยวกับการทำสุรา การใช้วัตถุดิบ ระยะเวลาและวิธีการเก็บสุรา ชนิดของสุราและแรงแอลกอฮอล์ จำนวนสุราที่ให้ทำและขายในท้องที่ที่กำหนด
(มาตรา ๕ ทวิ เพิ่มเติม โดยพระราชบัญญัติสุรา (ฉบับที่ ๓) พ.ศ.๒๕๑๐)

มาตรา ๖ ห้ามมิให้ผู้ใดนำสุราเกินกว่าหนึ่งลิตรเข้ามาในราชอาณาจักร เว้นแต่จะได้รับใบอนุญาตจากเจ้าพนักงานสรรพสามิต

การนำสุราเข้ามาในราชอาณาจักร เพื่อเป็นตัวอย่างสินค้าหรือมิใช่เพื่อการค้า อธิบดีมีอำนาจผ่อนผันให้นำเข้ามาได้

ตามจำนวนและทางด่านศุลกากรที่อธิบดีประกาศกำหนดในราชกิจจานุเบกษา โดยไม่ต้องขอรับใบอนุญาต บทบัญญัติในมาตรานี้ มิให้ใช้บังคับแก่ผู้ทำการตามหน้าที่ผู้ขนส่งโดยสุจริต
(มาตรา ๖ แก้ไขเพิ่มเติม โดยพระราชบัญญัติสุรา (ฉบับที่ ๓) พ.ศ.๒๕๑๐)

หมวด ๒

ภาษีสุรา

มาตรา ๗

ผู้ได้รับใบอนุญาตทำสุรานอกจากทำสุราสำหรับใช้ในบ้านเรือนต้องเสียภาษีสำหรับสุราที่ทำได้ออกนอกสุราออกจาก โรงงาน ตามอัตราที่กำหนดในกฎกระทรวง การเสียภาษีให้กระทำโดยการปิดแสตมป์สุราที่ภาชนะบรรจุสุรา ในความควบคุมของพนักงานเจ้าหน้าที่ เว้นแต่ในกรณีที่รัฐมนตรีเห็นสมควรเพื่อประโยชน์ในการจัดเก็บภาษีจะกำหนดวิธีกำหนด วิธีการเสียภาษีโดยวิธีอื่นโดยออกเป็นกฎกระทรวงก็ได้

(มาตรา ๗ วรรคหนึ่ง แก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชกำหนดแก้ไขเพิ่มเติม พระราชบัญญัติสุรา พ.ศ. ๒๔๙๓ (ฉบับที่ ๕) พ.ศ. ๒๕๒๕)

ในกรณีที่ผู้ได้รับใบอนุญาตทำสุราส่งสุราที่ตนทำในราชอาณาจักรออกไปนอกราชอาณาจักร ผู้ได้รับใบอนุญาตทำสุราอาจขอยกเว้นภาษีสุราสำหรับที่จะส่งออกไปนอกราชอาณาจักรนั้นได้ โดยต้องปฏิบัติตามวิธีการและเงื่อนไขที่กำหนดในกฎกระทรวงเกี่ยวกับการขอและการยกเว้นภาษีสุรา การเก็บและการขนสุราดังกล่าวออกจากโรงงานสุราเพื่อส่งออกไปนอกราชอาณาจักร

ในกรณีที่มีการเปลี่ยนแปลงสุรา หรือภาชนะบรรจุสุราตามมาตรา ๒๒ ให้ผู้ได้รับใบอนุญาตปิดแสตมป์สุราใหม่ที่ ภาชนะบรรจุสุราโดยไม่ต้องเสียภาษีอีก

(มาตรา ๗ วรรคสอง วรรคสาม แก้ไขเพิ่มเติมโดย พระราชบัญญัติสุรา (ฉบับที่ ๔) พ.ศ. ๒๕๒๑)

มาตรา ๗ ทวิ

ในกรณีที่มิกฎกระทรวงกำหนดวิธีการเสียภาษีโดยวิธีอื่นนอกจากวิธีการปิดแสตมป์สุราตามมาตรา ๗ ผู้ได้รับใบอนุญาตทำสุราต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ วิธีการและเงื่อนไขที่กำหนดในกฎกระทรวงดังกล่าว

(มาตรา ๗ ทวิ เพิ่มเติมโดยพระราชกำหนดแก้ไขเพิ่มเติม พระราชบัญญัติสุรา พ.ศ. ๒๕๙๓ (ฉบับที่ ๕) พ.ศ. ๒๕๒๕)

มาตรา ๗ ตริ กฎกระทรวงกำหนดวิธีการเสียภาษีโดยวิธีอื่นนอกจากวิธีการปิดแสตมป์สุรตามมาตรา ๗ ไม่กระทบกระเทือนการเสียภาษีสุราที่ได้กระทำโดยวิธีปิดแสตมป์สุราไปแล้วก่อนวันที่กฎกระทรวงดังกล่าวใช้บังคับ

บรรดาแสตมป์สุราที่ได้รับใบอนุญาตทำสุราซื้อไว้ก่อนวันที่กฎกระทรวงใช้บังคับ และยังมีได้ใช้ปิดภาชนะบรรจุสุราให้ใช้เป็นเครดิตในการเสียภาษีสุราได้โดยวิธีส่งคืนแสตมป์สุรดังกล่าว

(มาตรา ๗ ตริ เพิ่มเติมโดยพระราชกำหนดแก้ไขเพิ่มเติม พระราชบัญญัติสุรา พ.ศ. ๒๕๙๓ (ฉบับที่ ๕) พ.ศ. ๒๕๒๕)

มาตรา ๘

ผู้นำสุราเข้ามาในราชอาณาจักรและต้องเสียภาษีสุราโดยปิดแสตมป์สุราที่ภาชนะบรรจุสุรตามอัตราที่กำหนดไว้ในกฎกระทรวง เว้นแต่สุรานั้นมีปริมาณไม่เกินหนึ่งลิตร และได้เปิดภาชนะที่บรรจุแล้ว การปิดแสตมป์สุราจะต้องปิดก่อนขนผ่านด่านศุลกากร แต่อธิบดีจะอนุญาตให้นำไปปิด ณ สถานที่อื่นในความควบคุมของพนักงานเจ้าหน้าที่ก็ได้

ในกรณีที่มีการเปลี่ยนแปลงภาชนะบรรจุสุรตามความในมาตรา ๒๒ ผู้ได้รับใบอนุญาตจะต้องปิดแสตมป์สุราที่ภาชนะใหม่อีกกึ่งหนึ่ง

(มาตรา ๘ แก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติสุรา (ฉบับที่ ๒) พ.ศ. ๒๕๔๗)

มาตรา ๘ ทวิยกเลิก.....

(มาตรา ๘ ทวิ เติมโดยประกาศของคณะปฏิวัติ ฉบับที่ ๑๗๕ ลงวันที่ ๑๔ กรกฎาคม พ.ศ. ๒๕๑๕ และยกเลิกโดยพระราชบัญญัติสุรา (ฉบับที่ ๖) พ.ศ. ๒๕๓๔)

มาตรา ๘ ตริ การเสียภาษีสูรานั้น ให้เสียในอัตราร้อยตามมูลค่าและตามปริมาณ

(มาตรา ๘ ตริ แก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชกำหนดแก้ไขเพิ่มเติมเพิ่มเติม พระราชบัญญัติสุรา พ.ศ. ๒๕๙๓ (ฉบับที่ ๔) พ.ศ. ๒๕๒๓ ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชกำหนดแก้ไขเพิ่มเติมพระราชบัญญัติสุรา พ.ศ. ๒๕๒๓ (ฉบับที่ ๗) พ.ศ. ๒๕๕๖)

มาตรา ๘ จัตวา การเสียภาษีสูรตามมูลค่านั้น ให้ถือตามราคาขายส่งช่วงสุดท้าย

ในกรณีไม่มีราคาขายส่งช่วงสุดท้ายตามวรรคหนึ่ง หรือราคาขายส่งช่วงสุดท้ายมีหลายราคา ให้ถือตามราคาที่ยกเลิกประกาศกำหนด ตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่กำหนดในกฎกระทรวง

เพื่อประโยชน์ในการจัดเก็บภาษีสูรา

อธิบดีโดยอนุมัติรัฐมนตรีมีอำนาจประกาศราคาขายส่งช่วงสุดท้ายของสุราเพื่อถือเป็นเกณฑ์ในการคำนวณภาษีสูรา โดยกำหนดจากราคาขายส่งช่วงสุดท้ายในตลาดปกติได้

(มาตรา ๘ จัตวา เพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติสุรา (ฉบับที่ ๖) พ.ศ. ๒๕๓๔ ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชกำหนดแก้ไขเพิ่มเติมพระราชบัญญัติสุรา พ.ศ. ๒๕๒๓ (ฉบับที่ ๗) พ.ศ. ๒๕๕๖)

มาตรา ๘ เบื้อง

ให้ผู้ได้รับใบอนุญาตทำสุราและผู้นำสุราเข้ามาในราชอาณาจักรแจ้งราคาขายส่งช่วงสุดท้ายของสุราต่ออธิบดีตามแบบและภายในระยะเวลาที่อธิบดีกำหนด

(มาตรา ๘ เบื้อง เพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติสุรา (ฉบับที่ ๖) พ.ศ. ๒๕๓๔
ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชกำหนดแก้ไขเพิ่มเติมพระราชบัญญัติสุรา พ.ศ. 2493 (ฉบับที่ 7) พ.ศ.2556)

มาตรา ๘ ฉ

ในกรณีสุราที่นำเข้ามาในราชอาณาจักรรัฐมนตรีจะประกาศกำหนดให้กรมศุลกากรเรียกเก็บภาษีเพื่อกรมสรรพสามิตก็ได้

(มาตรา ๘ ฉ เพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติสุรา (ฉบับที่ ๖) พ.ศ. ๒๕๓๔)

มาตรา ๙ การปิดแสดตมภ์สุราจะเป็นการสมบูรณ์ต่อเมื่อได้ปิดครบถ้วนตามอัตราและได้ขีดฆ่าแสดตมภ์นั้นแล้ว การปิดและขีดฆ่าแสดตมภ์สุราให้เป็นไปตามวิธีการและเงื่อนไขที่กำหนดในกฎกระทรวง

มาตรา ๑๐ ผู้ส่งสุราออกไปนอกราชอาณาจักรมีสิทธิได้รับคืนค่าภาษีสุราสำหรับสุราที่ส่งออกไปนั้น โดยปฏิบัติตามวิธีการ และเงื่อนไขที่กำหนดในกฎกระทรวง

มาตรา ๑๐ ทวิ สุราที่ได้รับยกเว้นภาษีสุราหรือได้คืนค่าภาษีสุรา ถ้านำกลับเข้ามาในราชอาณาจักร ให้ผู้นำเข้าเสียภาษีสุราตามอัตราเดียวกับผู้ได้รับใบอนุญาตทำสุราและให้ปฏิบัติตามวิธีการที่กำหนดในมาตรา ๘ ววรรค หนึ่ง

(มาตรา ๑๐ ทวิ เพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติสุรา (ฉบับที่ ๔) พ.ศ. ๒๕๒๑)

มาตรา ๑๑ สุราซึ่งได้ทำการขนออกจากโรงงานสุราที่ได้รับอนุญาตตามพระราชบัญญัตินี้ ถ้าเจ้าของพิสูจนให้เป็นที่พอใจอธิบดีว่าได้แปรสภาพไปเองจนไม่สมควรจะใช้ดื่มต่อไป และได้ส่งคืนโรงงานสุราโดยปฏิบัติตามวิธีการและเงื่อนไขที่กำหนดในกฎกระทรวง เจ้าของสุรานั้น มีสิทธิที่จะได้รับคืนค่าภาษีสุราสำหรับสุราที่ส่งคืนนั้น

หมวด ๓

การใช้และการขนสุรา

มาตรา ๑๒ ห้ามมิให้ผู้ใดใช้สุราทำของสิ่งหนึ่งสิ่งใดตามที่กำหนดในกฎกระทรวง เพื่อการค้า เว้นแต่จะได้รับใบอนุญาตจากเจ้าพนักงานสรรพสามิต

บทบัญญัติในมาตรานี้มิให้ใช้บังคับแก่การใช้สุราในการปรุ่งยาตามคำสั่งของแพทย์

มาตรา ๑๓ ห้ามมิให้ผู้ใดทำการขนสุราที่ยังมิได้เสียภาษีโดยถูกต้องออกจากโรงงานสุรา เว้นแต่จะได้รับใบอนุญาตจากอธิบดี

มาตรา ๑๔ ห้ามมิให้ผู้ใดทำการขนสุราตั้งแต่สิบลิตรขึ้นไป เว้นแต่จะได้รับใบอนุญาตขนสุราจากเจ้าพนักงานสรรพสามิต

หรือสำหรับกรณีขอรุณที่นำเข้ามาในราชอาณาจักรจากเจ้าพนักงานศุลกากร หรือเป็นสุราชนิดที่ได้มีกฎกระทรวง ยกเว้นให้ทำการขนได้โดยไม่ต้องมีใบอนุญาตขอรุณ

ผู้ได้รับใบอนุญาตต้องนำใบอนุญาตขอรุณกำกับไปกับสุราที่ขนด้วย

มาตรา ๑๕

ผู้ใดทำการขอรุณที่ทำในราชอาณาจักรเกินกว่าหนึ่งลิตรแต่ไม่ถึงสิบลิตรเข้าในหรือออกนอกเขตท้องที่ที่กำหนดในกฎกระทรวง ต้องได้รับใบอนุญาตจากเจ้าพนักงานสรรพสามิต ทั้งนี้ มิให้ใช้บังคับแก่กรณีและผู้โดยสารทำการขอรุณ โดยยานพาหนะสาธารณะที่รับส่งคนโดยสารเป็นปกติผ่านเขตท้องที่ที่กำหนดนั้น

หรือเป็นสุราชนิดที่ได้มีกฎกระทรวงยกเว้นให้ทำการขนได้โดยไม่ต้องมีใบอนุญาตขอรุณ

ผู้ได้รับใบอนุญาตต้องนำใบอนุญาตขอรุณกำกับไปกับสุราที่ขนด้วย

มาตรา ๑๖ ให้อธิบดีมีอำนาจอนุญาตให้ผู้ได้รับใบอนุญาตให้ขายสุราประเภทที่ ๑ หรือประเภทที่ ๒ ออกหนังสือสำคัญสำหรับการขอรุณออกจากสถานที่ขายสุราของตนได้ตามเงื่อนไขที่กำหนด หนังสือสำคัญเช่นนี้ ให้ถือเหมือนหนึ่งเป็นใบอนุญาตขอรุณดังกล่าวในมาตรา ๑๔ ตามเงื่อนไขนั้น

หมวด ๔

การขายสุรา

มาตรา ๑๗ ห้ามมิให้ผู้ใดขายสุราหรือนำสุราออกแสดงเพื่อขาย เว้นแต่จะได้รับใบอนุญาตจากเจ้าพนักงานสรรพสามิต

มาตรา ๑๘ บทบัญญัติในมาตรา ๑๗ มิให้ใช้บังคับแก่

- (๑) การขายสุราทั้งหมดในคราวเดียวกันภายใต้ความควบคุมของเจ้าพนักงานสรรพสามิต ในกรณีที่ได้รับ ใบอนุญาตตายหรือถูกเพิกถอนใบอนุญาต
- (๒) การขายในการบังคับคดี
- (๓) การขายโดยคำสั่งของอธิบดีกรมศุลกากร ตามกฎหมายว่าด้วยศุลกากร

มาตรา ๑๙ ใบอนุญาตขายสุรามี ๗ ประเภท คือ

- ประเภทที่ ๑ สำหรับการขายสุราทุกชนิด ครั้งนี้เป็นจำนวนตั้งแต่สิบลิตรขึ้นไป
- ประเภทที่ ๒ สำหรับการขายสุราที่ทำในราชอาณาจักร ครั้งหนึ่งเป็นจำนวนตั้งแต่สิบลิตรขึ้นไป
- ประเภทที่ ๓ สำหรับการขายสุราทุกชนิด ครั้งหนึ่งเป็นจำนวนต่ำกว่าสิบลิตร
- ประเภทที่ ๔ สำหรับการขายสุราที่ทำในราชอาณาจักร ครั้งหนึ่งเป็นจำนวนต่ำกว่าสิบลิตร
- ประเภทที่ ๕ สำหรับการขายสุราทุกชนิด ครั้งหนึ่งเป็นจำนวนต่ำกว่าสิบลิตรเพื่อดื่ม ณ สถานที่ขายเป็นการชั่วคราวไม่เกินสิบวัน
- ประเภทที่ ๖ สำหรับการขายสุราที่ทำในราชอาณาจักร ครั้งหนึ่งเป็นจำนวนต่ำกว่าสิบลิตร เพื่อดื่ม ณ สถานที่ขายเป็นการชั่วคราวไม่เกินสิบวัน
- ประเภทที่ ๗ สำหรับการขายสุราครั้งหนึ่งเป็นจำนวนต่ำกว่าสิบลิตรเพื่อดื่มภายในสมาคมหรือสโมสร

มาตรา ๑๙ ทวิ ใบอนุญาตขายสุราประเภทที่ ๔ ตามมาตรา ๑๙ ให้ออกแก่ผู้ทำการขายเร่ได้ด้วย

การขออนุญาตและการออกใบอนุญาตตามวรรคหนึ่งให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่กำหนดในกฎกระทรวง ในการนี้ จะกำหนดเงื่อนไขให้ผู้ได้รับใบอนุญาตขายสุราปฏิบัติด้วยก็ได้

ใบอนุญาตขายสุราที่ออกตามวรรคสอง
ให้ถือเป็นใบอนุญาตขนสุราสำหรับใช้กำกับสุราที่นำไปขายเร่ด้วย

(มาตรา ๑๙ ทวิ เพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติสุรา (ฉบับที่ ๓) พ.ศ. ๒๕๑๐)

มาตรา ๒๐ ผู้ได้รับอนุญาตขายสุราประเภทที่ ๓ และประเภทที่ ๔
จะขายสุราได้แต่เฉพาะภายในเวลาที่กำหนดในกฎกระทรวง

มาตรา ๒๑ ห้ามมิให้ผู้ได้รับใบอนุญาตขายสุราประเภทที่ ๑ หรือประเภทที่ ๒
เก็บหรือรักษาสุราประเภทที่ได้รับอนุญาตให้ ขายไว้ ณ ที่อื่นนอกจากที่ซึ่งระบุไว้ในใบอนุญาต
เว้นแต่จะได้รับใบอนุญาตจากเจ้าพนักงานสรรพสามิต

มาตรา ๒๒ ห้ามมิให้ผู้ได้รับใบอนุญาตขายสุราประเภทที่ ๑ หรือประเภทที่ ๒
ทำการเปลี่ยนแปลงสุราโดยเอาสุราอื่นใด หรือ น้ำ หรือของเหลว
หรือวัตถุอื่นใดเจือปนลงหรือเปลี่ยนแปลงภาชนะบรรจุสุรา
เว้นแต่จะได้รับอนุญาตเป็นหนังสือจากเจ้าพนักงานสรรพสามิต และทำต่อหน้าพนักงานเจ้าหน้าที่
โดยปฏิบัติตามวิธีการและเงื่อนไขที่อธิบดีกำหนด

ถ้าปรากฏว่า
สุราที่มีอยู่ในความครอบครองของผู้ได้รับใบอนุญาตดังกล่าวในวรรคก่อนเปลี่ยนแปลงเป็นอย่าง
อื่นซึ่งมิได้เป็นไปตามธรรมชาติให้สันนิษฐานไว้ก่อนว่าผู้นั้นทำการเปลี่ยนแปลงสุรา

มาตรา ๒๓ ห้ามมิให้ผู้ได้รับใบอนุญาตขายสุราประเภทที่ ๓ ถึงประเภทที่ ๗
ทำการเปลี่ยนแปลงสุราโดยเอาสุราอื่นใด หรือน้ำ หรือของเหลว
หรือวัตถุอื่นใดเจือปนลงหรือเปลี่ยนแปลงภาชนะบรรจุสุรา
เว้นแต่ผู้ซื้อได้ร้องขอให้เปลี่ยนแปลงสุราเพื่อดื่มในขณะนั้น

ถ้าปรากฏว่าสุราที่มีอยู่ในครอบครองของผู้ได้รับใบอนุญาตดังกล่าวในวรรคก่อนเปลี่ยนแปลงเป็นอย่างอื่น
ซึ่งมิได้เป็นไปตามธรรมชาติให้สันนิษฐานไว้ก่อนว่าผู้นั้นทำการเปลี่ยนแปลงสุรา

หมวด ๕

เชื้อสุรา

มาตรา ๒๔ ห้ามมิให้ผู้ใดทำหรือขายเชื้อสุรา เว้นแต่จะได้รับอนุญาตจากเจ้าพนักงานสรรพสามิต

มาตรา ๒๕ ห้ามมิให้ผู้ใดมีเชื้อสุราไว้ในครอบครอง เว้นแต่จะเป็นผู้ได้รับใบอนุญาตตามความในมาตรา
๒๔ หรือเป็นผู้ซื้อ หรือได้มาจากผู้รับใบอนุญาตดังกล่าวแล้ว

หมวด ๖ เบ็ดเตล็ด

มาตรา ๒๖ ใบอนุญาตซึ่งออกตามความในมาตรา ๕ มาตรา ๑๒ มาตรา ๑๗ และมาตรา ๒๔ ให้ใช้ได้เฉพาะในสถานที่ที่ระบุไว้ในใบอนุญาต

และผู้ได้รับใบอนุญาตจะต้องแสดงใบอนุญาตนั้นไว้ในที่เปิดเผยเห็นได้ง่าย

การเปลี่ยนแปลงสถานที่ที่ระบุไว้ในใบอนุญาตก็ดี การโอนใบอนุญาตเช่นว่านี้ก็ดี จะทำได้ต่อเมื่อได้ปฏิบัติตามเงื่อนไข และวิธีการที่กำหนดในกฎกระทรวง

มาตรา ๒๗ ผู้ได้รับใบอนุญาตให้ทำสุรตามาตรา ๕ วรรคหนึ่ง หรือได้รับอนุญาตขายสุรตามาตรา ๑๙ ประเภทที่ ๑ หรือ ประเภทที่ ๒ หรือประเภทที่ ๓ หรือได้รับใบอนุญาตให้ใช้สุรตามาตรา ๑๒ หรือได้รับใบอนุญาตให้ทำหรือขายเชื้อ สุรตามาตรา ๒๔ จะต้องทำบัญชีประจำวันและบัญชีบเดือนแสดงจำนวนสุราหรือเชื้อสุราและยื่นบัญชีบเดือนต่อเจ้าพนักงานสรรพสามิตตามแบบและกำหนดเวลาที่อธิบดีกำหนด

บัญชีประจำวันจะต้องเก็บรักษาไว้ ณ สถานที่ซึ่งได้รับใบอนุญาต

การทำบัญชีบเดือนมิให้ใช้บังคับแก่ผู้ได้รับใบอนุญาตขายสุราประเภทที่ ๓

(มาตรา ๒๗ แก้ไขเพิ่มเติมโดยประกาศของคณะปฏิวัติ ฉบับที่ ๓๓๘ ลงวันที่ ๑๓ ธันวาคม พ.ศ. ๒๕๑๕)

มาตรา ๒๘ ให้พนักงานเจ้าหน้าที่มีอำนาจเข้าไปตรวจโรงงานสุราที่ได้รับอนุญาตตามพระราชบัญญัตินี้ หรือสถานที่ของผู้ได้รับอนุญาตให้ทำ หรือขาย หรือเก็บสุรา หรือเชื้อสุรา หรือสินค้าอื่นใดที่ได้รับอนุญาตตามพระราชบัญญัตินี้ในเวลาทำการ

มาตรา ๒๙ เพื่อประโยชน์ในการจับกุมและปราบปรามผู้กระทำความผิด ตามพระราชบัญญัตินี้ ให้พนักงานเจ้าหน้าที่มีอำนาจและหน้าที่เช่นเดียวกับพนักงานฝ่ายปกครองหรือตำรวจ ตามประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา

หมวด ๗ บทกำหนดโทษ

มาตรา ๓๐ ผู้ใดฝ่าฝืนมาตรา ๕ มีความผิดต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหกเดือน หรือปรับไม่เกินห้าพันบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ และถ้าได้ขายสุราที่ทำขึ้นนั้นด้วย ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหนึ่งปี หรือปรับไม่เกินหนึ่งหมื่นบาทหรือทั้งจำทั้งปรับ

แต่ถ้าเป็นการทำสุราซึ่งมีความผิดต้องระวางโทษปรับไม่เกินสองร้อยบาท

(มาตรา ๓๐ แก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติสุรา (ฉบับที่ ๒) พ.ศ. ๒๕๔๗)

มาตรา ๓๑ ผู้ใดขายหรือนำออกแสดงเพื่อขาย ซึ่งสุราที่รู้ว่าทำขึ้นโดยฝ่าฝืนมาตรา ๕ มีความผิดต้องระวางโทษปรับไม่เกิน ห้าพันบาท

(มาตรา ๓๑ แก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติสุรา (ฉบับที่ ๒) พ.ศ. ๒๔๙๗)

มาตรา ๓๒ ผู้ใดซื้อหรือมีไว้ในครอบครอง ซึ่งสุราที่รู้ว่าทำขึ้นโดยฝ่าฝืนมาตรา ๕ มีความผิดต้องระวางโทษปรับไม่เกินหนึ่งพันบาท แต่ถ้าสุรานั้นเป็นสุรากลั่นมีปริมาณต่ำกว่าหนึ่งลิตร หรือเป็นสุราแช่มีปริมาณต่ำกว่าสิบลิตรต้องระวางโทษปรับไม่เกินสองร้อยบาท

(มาตรา ๓๒ แก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติสุรา (ฉบับที่ ๒) พ.ศ. ๒๔๙๗)

มาตรา ๓๒ ทวิ ผู้ใดฝ่าฝืนมาตรา ๕ ทวิ มีความผิดต้องระวางโทษปรับไม่เกินห้าพันบาท

(มาตรา ๓๒ ทวิ เพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติสุรา (ฉบับที่ ๓) พ.ศ. ๒๕๑๐)

มาตรา ๓๓ ผู้ใดขายหรือมีไว้เพื่อขายซึ่งสุราที่รู้ว่าต้องปิดแสตมป์สุรา แต่มิได้ปิดแสตมป์สุรา หรือปิดแสตมป์สุราไม่ครบถ้วน หรือมิได้ปิดแสตมป์สุรตามวิธีการและเงื่อนไขที่กำหนดในกฎกระทรวง ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหกเดือน หรือปรับไม่เกินสี่เท่าของภาษีสุราตามอัตราที่กำหนดในกฎกระทรวง แต่ต้องไม่น้อยกว่าลิตรละหนึ่งร้อยบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

เศษของลิตรให้ถือเป็นหนึ่งลิตร

(มาตรา ๓๓ แก้ไขเพิ่มเติมโดยประกาศของคณะปฏิวัติ ฉบับที่ ๓๓๘ ลงวันที่ ๑๓ ธันวาคม พ.ศ. ๒๕๑๕)

มาตรา ๓๓ ทวิ ผู้ใดขายหรือมีไว้เพื่อขายโดยไม่มีสิทธิโดยชอบด้วยกฎหมาย ซึ่งสุราที่ได้รับยกเว้นภาษีสุราตามมาตรา ๗ วรรคสอง หรือสุราที่มีสิทธิได้รับคืนค่าภาษีสุราและสุรานั้นได้ส่งออกป้อนนอกราชอาณาจักรแล้วตามมาตรา ๑๐ ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหกเดือน หรือปรับไม่เกินสี่เท่าของภาษีสุราตามอัตราที่กำหนดในกฎกระทรวง แต่ต้องไม่น้อยกว่าลิตรละหนึ่งร้อยบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

เศษของลิตรให้ถือเป็นหนึ่งลิตร

(มาตรา ๓๓ ทวิ เพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติสุรา (ฉบับที่ ๔) พ.ศ. ๒๕๒๑)

มาตรา ๓๓ ตริ ผู้ใดขาย มีไว้เพื่อขาย หรือมีไว้ในครอบครองซึ่งสุราที่รู้ว่าต้องเสียภาษีตามวิธีการที่กำหนดในกระทรวงตามมาตรา ๗ แต่มิได้เสียภาษีหรือไม่ครบถ้วน ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหกเดือน หรือปรับไม่เกินสี่เท่าของภาษีสุราตามอัตราที่กำหนดในกฎกระทรวง แต่ต้องไม่น้อยกว่าลิตรละหนึ่งร้อยบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

เศษของลิตรให้ถือเป็นหนึ่งลิตร

(มาตรา ๓๓ ตริ เพิ่มเติมโดยพระราชกำหนดแก้ไขเพิ่มเติมเพิ่มเติม พระราชบัญญัติสุรา พ.ศ. ๒๔๙๓ (ฉบับที่ ๕) พ.ศ. ๒๕๒๕)

มาตรา ๓๔

ผู้ใดซื้อหรือมีไว้ในครอบครองซึ่งสุราที่ต้องปิดแสตมป์สุราแต่มิได้ปิดแสตมป์สุราหรือปิดแสตมป์สุราไม่ครบถ้วน

หรือมิได้ปิดแสดตมภ์สุราตามวิธีการและเงื่อนไขที่กำหนดในกฎกระทรวง ทั้งนี้โดยไม่สุจริต
ต้องระวางโทษปรับไม่เกินสองเท่าของภาษีสุราตามอัตราที่กำหนดในกฎกระทรวง
แต่ต้องไม่น้อยกว่าลิตรละห้าสิบบาท

เศษของลิตรให้ถือเป็นหนึ่งลิตร

(มาตรา ๓๔ แก้ไขเพิ่มเติมโดยประกาศคณะปฏิวัติ ฉบับที่ ๓๓๘ ลงวันที่ ๑๓ ธันวาคม พ.ศ. ๒๕๑๕)

มาตรา ๓๔ ทวิ ผู้ใดซื้อหรือมิไว้ในครอบครองโดยไม่มีสิทธิโดยชอบด้วยกฎหมาย
ซึ่งสุราที่ได้รับยกเว้นภาษีสุราตามมาตรา ๗ วรรคสอง
หรือสุราที่มีสิทธิได้รับคืนค่าภาษีสุราและสุรานั้นได้ส่งออกป็นอกราชอาณาจักรแล้วตามมาตรา ๑๐
ต้องระวางโทษปรับไม่เกินสองเท่าของภาษีสุราตามอัตราที่กำหนดในกฎกระทรวง
แต่ต้องไม่น้อยกว่าลิตรละห้าสิบบาท

เศษของลิตรให้ถือเป็นหนึ่งลิตร

(มาตรา ๓๔ ทวิ เพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติสุรา (ฉบับที่ ๔) พ.ศ. ๒๕๒๑)

มาตรา ๓๔ ตริ

ผู้ได้รับใบอนุญาตทำสุราผู้ใดฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามกฎกระทรวงเกี่ยวกับวิธีการเสียภาษีที่ออกตามมาตรา ๗
ต้องระวางโทษปรับไม่เกินสองหมื่นบาท

ถ้าการฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามกฎกระทรวงตามวรรคหนึ่ง

เป็นกรณีไม่เสียภาษีหรือเสียภาษีไม่ครบถ้วนตามระยะเวลาหรือวิธีการที่กำหนดในกฎกระทรวงดังกล่าวต้องระวาง
โทษ จำคุกไม่เกินหนึ่งปี หรือปรับไม่เกินสี่เท่าของภาษีสุราตามอัตราที่กำหนดในกฎกระทรวง
แต่ต้องไม่น้อยกว่าสองหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

(มาตรา ๓๔ ตริ เพิ่มเติมโดยพระราชกำหนดแก้ไขเพิ่มเติมเพิ่มเติม พระราชบัญญัติสุรา พ.ศ. ๒๕๑๓
(ฉบับที่ ๕) พ.ศ. ๒๕๒๕)

มาตรา ๓๕ ผู้ใดฝ่าฝืนมาตรา ๖ มีความผิดต้องระวางโทษปรับไม่เกินหนึ่งพันบาท

มาตรา ๓๕ ทวิ ผู้ใดฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามกฎกระทรวงที่ออกตามมาตรา ๗ วรรคสอง
ต้องระวางโทษปรับไม่เกินสองหมื่นบาท

(มาตรา ๓๕ ทวิ เพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติสุรา (ฉบับที่ ๔) พ.ศ. ๒๕๒๑)

มาตรา ๓๖ ผู้ใดฝ่าฝืนมาตรา ๘ หรือ มาตรา ๒๒ มีความผิดต้องระวางโทษปรับไม่เกินสองพันบาท

มาตรา ๓๗ ผู้ใดฝ่าฝืนมาตรา ๙ วรรคสอง หรือมาตรา ๒๖ วรรคแรก ต้องระวางโทษปรับ
ไม่เกินสองพันบาท

(มาตรา ๓๗ แก้ไขเพิ่มเติมโดยประกาศของคณะปฏิวัติ ฉบับที่ ๓๓๘ ลงวันที่ ๑๓ ธันวาคม พ.ศ. ๒๕๑๕)

มาตรา ๓๘ ผู้ใดฝ่าฝืนมาตรา ๑๒ มาตรา ๒๑ หรือมาตรา ๒๓
มีความผิดต้องระวางโทษปรับไม่เกินห้าร้อยบาท

(มาตรา ๓๘ แก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติสุรา (ฉบับที่ ๒) พ.ศ. ๒๕๕๗)

มาตรา ๓๘ ทวิ ผู้ใดฝ่าฝืนมาตรา ๑๔ หรือมาตรา ๑๕ มีความผิดต้องระวางโทษปรับตามปริมาณน้ำสุราที่ทำการขนในอัตราลิตรละสิบบาทเศษของลิตรให้ถือเป็นหนึ่งลิตร

(มาตรา ๓๘ ทวิ เพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติสุรา (ฉบับที่ ๒) พ.ศ. ๒๕๕๗)

มาตรา ๓๙ ผู้ใดฝ่าฝืนมาตรา ๑๓ ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหนึ่งปี หรือปรับไม่เกินสี่เท่าของภาษีสุราตามอัตราที่กำหนดในกฎกระทรวง แต่ต้องไม่น้อยกว่าสองหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

(มาตรา ๓๙ แก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชกำหนดแก้ไขเพิ่มเติมเพิ่มเติม พระราชบัญญัติสุรา พ.ศ. ๒๕๕๓ (ฉบับที่ ๕) พ.ศ. ๒๕๒๕)

มาตรา ๔๐ ผู้ใดฝ่าฝืนมาตรา ๑๗ ถ้าสุรานั้นเป็นสุราที่นำเข้ามาในราชอาณาจักร มีความผิดต้องระวางโทษปรับไม่เกินสองพันบาท ถ้าสุรานั้นเป็นสุราที่ทำขึ้นในราชอาณาจักร มีความผิดต้องระวางโทษปรับไม่เกินห้าร้อยบาท

มาตรา ๔๐ ทวิ ผู้ได้รับใบอนุญาตขายสุราทำการขายสุราไม่ตรงตามประเภทใบอนุญาตที่เจ้าพนักงานออกให้ตามมาตรา ๑๙ หรือผู้ได้รับใบอนุญาตขายสุราซื้อสุราจากผู้ไม่มีสิทธิขายได้โดยชอบด้วยกฎหมาย มีความผิดต้องระวางโทษปรับไม่เกินสองร้อยบาท

(มาตรา ๔๐ ทวิ เพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติสุรา (ฉบับที่ ๒) พ.ศ. ๒๕๕๗)

มาตรา ๔๑ ผู้ใดฝ่าฝืนมาตรา ๒๐ มีความผิดต้องระวางโทษปรับไม่เกินห้าสิบบาท

มาตรา ๔๒ ผู้ใดฝ่าฝืนมาตรา ๒๔ มีความผิดต้องระวางโทษปรับไม่เกินหนึ่งพันบาท

(มาตรา ๔๒ แก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติสุรา (ฉบับที่ ๒) พ.ศ. ๒๕๕๗)

มาตรา ๔๒ ทวิ ผู้ใดฝ่าฝืนมาตรา ๒๕ มีความผิดต้องระวางโทษปรับไม่เกินสองร้อยบาท

(มาตรา ๔๒ ทวิ เพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติสุรา (ฉบับที่ ๒) พ.ศ. ๒๕๕๗)

มาตรา ๔๓ ผู้ใดทำบัญชีไม่ถูกต้องตามความจริง หรือไม่ทำบัญชีแสดงจำนวนสุรา หรือซื้อสุราตามมาตรา ๒๗ ต้องระวางโทษปรับไม่เกินสองพันบาท

ผู้ใดยื่นบัญชีแสดงจำนวนสุรา หรือซื้อสุราตามมาตรา ๒๗ อันเป็นเท็จ ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหกเดือน หรือปรับไม่เกินหนึ่งหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

(มาตรา ๔๓ แก้ไขเพิ่มเติมโดยประกาศของคณะปฏิวัติ ฉบับที่ ๓๓๘ ลงวันที่ ๑๓ ธันวาคม พ.ศ. ๒๕๑๕)

มาตรา ๔๓ ทวิ ผู้ใดไม่แจ้งราคาขายตามมาตรา ๘ เบื้องหรือแจ้งราคาขายดังกล่าวไม่ถูกต้องตามความจริงต้องระวางโทษปรับไม่เกินสองหมื่นบาท

ผู้ใดแจ้งราคาขายสุราตามมาตรา ๘ เบื้อง อันเป็นเท็จ ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหนึ่งปี หรือปรับไม่เกินห้าหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

(มาตรา ๔๓ ทวิ เพิ่มเติมโดยพระราชกำหนดแก้ไขเพิ่มเติมเพิ่มเติม พระราชบัญญัติสุรา พ.ศ. ๒๕๔๓ (ฉบับที่ ๔) พ.ศ. ๒๕๒๓)

มาตรา ๔๔ ผู้ใดมีแสดมภ์สุราซึ่งรู้ว่าเป็นแสดมภ์ปลอม หรือมีแสดมภ์สุราที่ใช้แล้วไว้ในครอบครองเพื่อใช้อีกหรือเพื่อค้า หรือนำแสดมภ์สุราที่ใช้แล้วมาใช้อีกมีความผิดต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหนึ่งปี หรือปรับไม่เกินห้าพันบาทหรือทั้งจำทั้งปรับ

(มาตรา ๔๔ แก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติสุรา (ฉบับที่ ๒) พ.ศ. ๒๕๔๗)

มาตรา ๔๔ ทวิ

บรรดาความผิดตามพระราชบัญญัตินี้ซึ่งมีโทษปรับสถานเดียวให้อธิบดีหรือผู้ที่ได้รับมอบหมายจากอธิบดี มีอำนาจเปรียบเทียบได้

(มาตรา ๔๔ ทวิ เพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติสุรา (ฉบับที่ ๓) พ.ศ. ๒๕๑๐)

มาตรา ๔๕ บรรดาสุรา เชื้อสุรา และสินค้าที่ทำด้วยสุรา ที่ได้ทำ นำเข้ามาในราชอาณาจักร ขายหรือมีไว้ในครอบครอง อันเป็นการฝ่าฝืนบทแห่งพระราชบัญญัตินี้ตลอดจนภาชนะที่ใส่สิ่งของดังกล่าว รวมทั้งภาชนะและเครื่องกลั่นสำหรับทำสุราให้บริบเป็นของกรมสรรพสามิต

มาตรา ๔๖ ผู้ได้รับอนุญาตซึ่งกระทำผิดต่อพระราชบัญญัตินี้ หรือข้อกำหนดในกฎกระทรวง หรือข้อกำหนดในใบอนุญาต เจ้าพนักงานสรรพสามิตหรืออธิบดีผู้ออกใบอนุญาตแล้วแต่กรณี มีอำนาจสั่งพักใช้ใบอนุญาตมีกำหนดไม่เกินครั้งละ ๖ เดือน หรือจะสั่งเพิกถอนใบอนุญาตเสียก็ได้

หมวด ๘

การรักษาพระราชบัญญัติ

มาตรา ๔๗ ให้รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังรักษาการตามพระราชบัญญัตินี้ และให้มีอำนาจออกกฎกระทรวง

(๑) กำหนดชนิดของสุรา อัตราภาษีสุรา ลักษณะของแสดมภ์สุราและอัตราค่าธรรมเนียมต่าง ๆ ไม่เกินอัตรา ที่กำหนดไว้ในบัญชีท้ายพระราชบัญญัตินี้

(๒) ลดหย่อน หรือดเว้นไม่เก็บค่าธรรมเนียมในการออกใบอนุญาตขายสุรา หรือใบอนุญาตให้ทำหรือขายเชื้อสุรา

(๓) ลดหย่อน หรือดเว้นไม่เรียกเก็บภาษีสุรา

(ก) สำหรับสุราของผู้ได้รับเอกสิทธิ์ตามข้อผูกพันที่ประเทศไทยมีอยู่ต่อองค์การสหประชาชาติ หรือตามกฎหมายระหว่างประเทศ หรือตามสัญญา หรือความตกลงกับต่างประเทศ หรือทางการทูต ตามหลักถ้อยที่ถ้อย ปฏิบัติต่อกัน โดยปฏิบัติตามวิธีการและเงื่อนไขที่อธิบดีกำหนด

สุราที่ได้รับการลดหย่อนหรือดเว้นไม่เรียกเก็บภาษีสุราตามวรรคหนึ่ง

หากโอนไปเป็นของผู้ไม่มีเอกสิทธิ์ หรือมิได้ปฏิบัติตามเงื่อนไขที่อธิบดีกำหนดต้องเสียภาษี
แต่ถ้าเป็นสุราที่ผู้ได้รับเอกสิทธิ์นำบริจาคให้แก่องค์การสาธารณกุศล
โดยปฏิบัติตามวิธีการและเงื่อนไขที่อธิบดีกำหนดให้งดเว้นไม่เรียกเก็บภาษี
(ข) สำหรับสุราที่นำไปทำการแปลงสภาพ หรือที่นำไปใช้ในการแพทย์ เภสัชกรรม วิทยาศาสตร์
หรืออุตสาหกรรมตามวิธีการที่อธิบดีกำหนด
(ค) กำหนดวิธีการ เงื่อนไขและข้อกำหนดเพื่อปฏิบัติการตามพระราชบัญญัตินี้
กฎกระทรวงนั้น เมื่อได้ประกาศในราชกิจจานุเบกษาแล้วใช้บังคับได้
(มาตรา ๔๗ เพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติสุรา (ฉบับที่ ๓) พ.ศ. ๒๕๑๐ และ (๓)
แก้ไขเพิ่มเติมโดยประกาศของคณะปฏิวัติ ฉบับที่ ๓๓๘ ลงวันที่ ๑๓ ธันวาคม พ.ศ. ๒๕๑๕)

ผู้รับสนองพระบรมราชโองการ
จอมพล ป. พิบูลสงคราม
นายกรัฐมนตรี

(ประกาศในราชกิจจานุเบกษา เล่ม ๖๗ ตอนที่ ๑๖ ลงวันที่ ๒๑ มีนาคม ๒๔๙๓)

Source: Excise Department

Appendix 4

Interview

Producer

Interview with Mr. Wichit Saiklao, founder of Chit Beer

Q: Do you think craft beer in Thailand is boom or not?

A: If we look into the past, craft beer in Thailand has boomed a lot. Many people come to me because they want me to teach how to brew. We have more than 70 brands of craft beer owned by Thais. In USA, it took 30-40 years to make it boom. Even though craft beer counts as only 7% of the total beer market, but the craft beer market has prospered a lot. In Thailand, in the past, we have only craft import. However, craft beer is very niche and unique so the one who able to afford would be middle class. In Thailand, around 95% is low income class, so the rest are the one who able to afford craft beer which count as almost 1 million, and I see it as an opportunity.

Q: What about the law?

A: I think it is not easy to change the law. However, what we have to do now is the show them how good we are and how we can help the society. It's about to create new job, new career, tourism to Thai people. I have created an army of brewer so that they can spread the knowledge on how to produce craft beer.

Q: If law changes, how would it affect the craft beer industry?

A: You can look at the case of foreign country, we can't change must further than them. What it will change will be the minimum quantity that are required to produce but the law still won't allow to bottle and sell widely. However, if you want to sell it commercially, the process will be more complicated. However, it will took more than 4-5 years to change the law.

Q: Why the law limit?

A: I think all changed in the world come from the request of people. If no one makes a request, government officers will not just change the law because they want to. The request must be strong and heavy enough. We need to demonstrate the value of how good we are without making any protest. By making a protest is just the way for stupid people to do. I got arrested for 3 times.

Q: Does the quality of craft beer affect to the law of craft beer?

A: Yes, I think it's difficult to control the quality of craft that is why I'm here so people can learn how to brew and brew together and it will be easy for the government to detect the quality. Once everyone is already good at it, they will be able to do on their own with good quality. I think the history will repeat itself. In 1971, USA was just like us today so it took time to change. I believe that one day Thailand will be just like USA.

Q: Do you think that craft beer business will last long or not?

A: Yes, of course. The market behavior is now changing. People want more variety of choice in their life.

Distributors

Interview with Mr. Prasit Suntipab, Bar Manager at "The One"

Q: What is the situation of craft beer in Thailand?

A: People are interested more than in the past.

Q: Who are your customers?

A: Mostly people around 25-30 years old.

Q: What factor makes craft beer not prosper in Thailand?

A: Government is not support and the price is expensive so it would be able to sell only some group

Q: Apart from craft beer, what brand you do you sell?

A: I sell Chang.

Q: Why do you sell only Chang?

A: Because I make a contract with them and Chang is popular in the market so I choose to sign a contract with them.

Q: What do you get return?

A: They give us promotion, for example give some extra Chang beer for free.

Q: Why Thai laws don't support people to do craft beer?

A: It needs a huge investment and not everyone can it.

Q: Do you think that monopoly involve in the law?

A: No, I think it depends on the customer on what they like and what they will choose to drink.

Q: Do you think that people don't like craft beer?

A: I think it is new in the market and new to Thai people and we still get use to the same taste of Chang and Singha.

Q: What about the demand of craft beer, is it high?

A: Around 20% of my customers drink craft beer.

Q: Does demand increases?

A: If in my store, yes, it has increased from the past.

Q: What do you think about future of craft beer?

A: Well, it's a trend so it could gone. I think craft beer have to adapt themselves to the changes.

Interview with Mr. Nuttorn Wongtoom, Admin of page: Beercyclopedia

Q: What is the situation of craft beer?

A: In term of economy, it is much better if you compared from last 3-4 years. As you can see that there are a higher number of importers and the SKU has increased more than 500% from around 100-200 SKU to 800-1,000 SKU.

In term of procedures, craft beer is rising as well because from the last 2 years producers have legally moved the procedure to foreign countries. Thai craft beer producers that successfully producing craft beer aboard is around 10 person.

In term of demand, demand increased from the last 2 years; for example, if you compared the number of people attend to craft beer event, they were usually the same people. But, nowadays, there are many newcomers and also the feed in the Facebook has increased. So, he believes that there will be more people until it reaches the peak or until the trend stops. He mentioned that in the United States, it has reach the peak so many producers sold the company and permanently close down. Consequently, Thailand will be the same as in the US. if the laws do change.

Q: Factor of why craft beer does not prosper?

A: First, is the culture, Beer is not the country's drink. Thai people only knew Singha and Chang, or specifically, lager beer. We never been taught to have choices, it is how Thai people is. So, what people needed is education. To have their own choices To experience. To try!

Second, demand. In the United States, they uses more than 20-30 years for people to recognized craft beer and become prosper. So it will be the same for Thai craft beer. He said that today Thailand craft beer is growing and it will continue until it reaches the peak.

Third, Supply. Since the laws is so limited, it did not allow people to produce anything resulted in lacking of experiences. Consequently, good to produce is less and low quality.

Fourth, Monopoly. There is absolutely nothing relevant with monopoly because they don't even know craft beer until we blame them for being fraud. Also, what really keep craft beer from not being prosper is that the laws has not be updated ever since world war 2 and because the government cannot manage the country well.

Lastly, the quality of craft beer cannot be consistency produced due to many factors such as temperature, machine, and places, handmade. In Thailand, there are maybe only 3 producers who can produce at constant quality. But, if technology has been improved, it may be possible but the cost will increase as well.

Q: Why do you decide to involve in craft beer business?

A: Every business has it trend. Even though craft beer might not be a long lasting business but he believes that he will survive through the hard time because only professional will stay in the market and he is. He said that if there is a demand, there will be a supply which the demand is increasing due to the higher sales. However, craft beer cannot grow as big as the monopolies because of the laws, economy, and agriculture. Especially in agriculture, around 80-90% of raw materials are imported.

Q: If law change, is it possible for craft beer to prosper and fight with big firm?

A: No, because to be able to fight with the firm, the huge capital is needed. Singha use more than 1,000 million baht. Also, like in the US, it has been more than 40 years after launched first craft beer and no one can beat the big beer. Or even over 100 years, it is still impossible.

Q: Do you want the laws to allow home brewing?

A: Yes, but only if qualified person can produce because it would be too dangerous for everyone to produce as the product may be have low quality. However, I support that the laws should change with the current situation and with the world.

Interview with Mr. Jason Poon, Founder and Mr. Thananard Prapurtdee, Supervisor at "Bottles of Beer"

Q: What's the current situation of craft beer?

A: Marketing is growing but does not impact the overall market. The beer industry is huge but craft beer is small. Craft beer is now the choice for consumers which nowadays there are more procedures that want to produce 'alternative beer' by brewing in foreign country or imported it back to Thailand. And, there are also consumers who are bored with the same old taste of beer that have been consuming for over 20 years.

Q: The demand of craft beer, is there actually the higher demand?

A: The person that can consume craft beer, due to the high price of craft beer (3 times higher), is middle and high income consumers. But demand is not a lot to impact the market. The beer market is huge, around 100K in value but craft beer is less than 1 %, he believes. But if target only for consumers who willingly to pay or above middle income, the demand is high. He mentioned that whoever entered to craft beer society, they will not want to consume lager beer anymore as new consumers have increased every each of day.

Q: Will one day craft beer affect the market?

A: It definitely will when the laws change because beer produced in Thailand cannot contain in the bottle. As nowadays, producer has to produce abroad and import it back. So, the cost is high whether it is the flight ticket, cost during the stay, or tax. Then, if the laws change, there will be more beer which can produce at the cheaper price in the market and people wants to try it.

Q: Will it be possible for the price of craft beer be equivalent to lager beer?

A: Impossible. The price cannot be low to 40-50 baht per bottle because craft beer does not produce at the big scale. It should be at least 80 if the laws change.

Q: What factors shaped this laws?

A: This laws does not support any sides. But the real problem is that laws have not changed to today's society. It has been using it since World War II and most of countries used it before. However, less than 10 countries use this laws while other has adjusted it already. The most important question should be ask is "why the laws have not changed yet", he said. And how much people need to protest? He added that the minimum requirement to start this business is 10 million and minimum volume is 100K which is too much.

Q: So, what you are saying is that monopoly does not relevant to this laws?

A: From his opinion, laws may monopolized with the big beer because all the requirement made craft brewers to entry the market. Thai people are used to drink lager and just know that beer must be in yellow, but, in fact, it does not. The laws is protected the oligopoly. He said that he would do the same as oligopoly did by not launching new product since they do not have to compete with anyone, just those two. Example, Asahi beer has more than 10 kinds while Singha and Chang do not have much variety. It is because they do not have this laws. Asahi can't stop so they have to do something.

Q: Why craft beer in Thailand is not proper?

A: Laws link to everything! 1.) There are only 2 main players and that produce only one type of beer which made people recognized only this type. A consumer does not know craft beer. However, main player do not afraid of craft beer because they are able to produce more beer, any beer at all. 2.) He mentioned about German beer that each provinces has its own beer and sell only in that place. Many people will drive across the country just to drink the beer in the different provinces. But, for Thai people, we are taught that alcohol is bad. In term of culture and religion, we are not allowed to buy beer in Buddhist day.

Q: Is it true that craft beer cannot produce at the constant quality?

A: True, because it's not a manufacturer so each lot (badge) could have a different taste. But, the great craft beer would have that much different taste and if the procedures have enough ethics by not selling the low quality ones. Some of Thai craft breweries only care about profits by not holding the standard of beer and it is definitely destroy the names of thai craft beer in the overall picture. On the other hand, in foreign countries there is none low quality in the market.

Q: Anything you want to add on?

A: The limitation is much different than other alcohol such as wine and liquor. For example; for liquor the limitation volume is much smaller than craft beer which is 60,000. And the registration for company is huge, around 10 million baht.

Retailers

Interview with Mrs.Ketsara Photchanasomboon, Manager at "Mulligan"

Q: What factors do you use when choosing beer to sell in the store?

A: If it is a local beer or mass in the market, it's all the same, Singha, Change, Heineken, for example. Most of the time, the supplier will come to the store and sell it directly to us. For foreign brand, if I taste and I like it I will sell in the store.

Q: Do you sell craft beer?

A: No, I don't sell craft beer.

Q: Why you don't sell craft beer?

A: I think craft beer trend is not just coming but it has been in Thailand since last 1-2 years. However, the quality and taste is still not constant. I think the trend will not last long and when it's

gone. It will completely and rapidly gone. I have taste many craft beer brand. What I feel is that it tastes similar to the existing brand and it's not unique enough.

Q: From what I have notice around your store is that umbrella, tables, label, etc comes from Singha, why is it like that?

A: My store has floors. On the first floor I have a contract with Singha but on the second floor I sell all brand. I can't have a contract on the second floor since it is Irish Bar so the brands have to be worldwide and I have to sell all brands.

Q: So, if you sign a contract with Singha, you would not be able to sell other brand?

A: Yes.

Q: Why do you choose Singha, why not Chang or other brand?

A: Because in Khao San road most of the store do a contract Chang and I want to differentiate from other store.

Q: So, is it only just Singha beer?

A: It's all product by Singha Company including Singha, Leo, Asahi, and Carlsberg.

Q: Why do you need to do a contract?

A: Well, as a manager, of course I want to make a highest profit and if I sign a contract with them, I will get something in return and this return have to big and worth enough for me, for example, discount. Also, I have to hit a target sell at least a millions Baht. What I get in return is something like commission.

Q: Do you think that craft beer is not prosper because of Chang and Singha?

A: No, I think it is because of the quality of craft beer. If it is because Chang and Singha, why don't they make their own craft beer since they are able to do it. Craft beer has high percent alcohol, which make it expensive.

Q: Have you ever think about selling craft beer in your store?

A: No, I have taste many brand and I don't like the taste.

Q: If one day craft beer is prosper in Thailand, will you sell it?

A: If it comes to that day, I have to taste it first. If it's ok, maybe I will sell it in my store.

Interview with Mr. Nikorn Khamkliang, Supervisor at "Fu Bar"

Q: What brands do you sell?

A: Singha, Chang, Heineken, Hoegaarden, etc.

Q: What factors do you use when choosing beer to sell in the store?

A: I choose the brand that I think people will consume.

Q: Do you need to sign a contract producers, for example, Singha and Chang, when sell beer?

A: No, they just walk in and sell us the products.

Q: Why don't you sign a contract with them?

A: I have a choice to choose but I think different customer have different preferences. If a customer walks in and I don't have that product, I will miss an opportunity to sell.

Q: Why don't you sell craft beer in your store?

A: If I sell too many brands, some brand will be left in the stock and expire. At the end I have to throw it away.

Q: But craft beer is now in trend, why don't you reconsider selling it in your store?

A: It will not work because some customer doesn't even know what craft beer is. Many sales have come to suggest me selling craft beer but I think the taste is not that good.

Q: Is there any customer walk into your store and asking for craft beer?

A: Yes, but very less which also make me don't want me to sell in the store?

Q: What is the group ages of your customers?

A: Around 25-30 years.

Q: Why doesn't craft beer business prosper in Thailand?

A: I think people get used to what they familiar with. For example, when hanging out with friend, people usually drink Singha, Leo, and Chang. People don't think of craft beer,

Q: Do you think monopoly is one of the factors?

A: No, people get used to what they always drink and it's hard to change their mind.

Interview with Mr. Banjongsak Supalum, Supervisor at "Moments"

Q: What brand do you sell?

A: Chang, Singha, Leo etc.

Q: What factors do you use when choosing beer to sell in the store?

A: If it is a local beer or mass in the market, it's all the same, Singha, Change, Heineken, for example.

Q: I see the label of Change in the store, do you have to sign a contract to get that?

A: No, I just sell their product and they want us to promote their brand.

Q: Is there anything else you get?

A: Sometimes when I have an events, they send some MC and cheer beer girls to our store to sell their product?

Q: Have you ever think about selling craft beer?

A: No, I think people will not consume it.

Q: Is there any companies that suggest you to sign a contract?

A: Yes, I used to sign a contract. I have buy at least 120 bottles per month. But right now I sell many brands.

Q: Do you think which one is better between signing a contract and not signing a contract?

A: I based on customer and I think it is better to sell many brand since customer will have more preference.

Interview with Mr. Adirek Tonmue, Beverage Manager at "River Wine"

Q: Do you sell craft beer?

A: No, because the quality it is not yet guaranteed.

Q: Do you sell other Thai beer brands?

A: Yes, we sell premium Lager which is Singha and Heineken.

Q: What are the factors to choose those brands?

A: Base on consumers who are we selling.

Q: Do you have contract with the main players in the market?

A: Some restaurant may sign the contract with Singha and they won't be able to sell Heineken. But at our place, we did not sign any contracts with anyone so we can sell anything.

Q: Why you chose not to sign the contact with the big beer?

A: I know that signing the contract will give the benefits such as chair, tables support. But we concern more about variety of beer.

Law Specialist

Interview with Mr. Munin Pongsapan, a specialist on the Liquor Act

Q: What is your opinion toward liquor laws in Thailand nowadays?

A: According to the principle of laws in both Thailand and foreign country, the laws would not be liberalized for any private sectors to brew beer by itself. This is because the alcohol are claimed to be beverage that damage drinker's health, so whether the beer production cannot be controlled and standardized, it could negatively affect to the consumers' health not for only drunk. Therefore, the

laws for producing beer will be ensured that the beer production process must be guaranteed by a good standard and quality as well as enable to be controlled and monitored. But, in case of Thailand, the laws seem to strict more than other countries'. Let's say there is no any opportunity for small producers to brew beer in Thailand, while in foreign country, producing beer could be permitted in case by case. Apart from health problems, Buddhism also affect to beer industry in Thailand; for example, Thai Beverage Company try to enter to SET but they are opposed by religious person who claim that as we are Buddhist, we should not support liquor business.

Q: Do you think the monopoly is related to Thai liquor laws or not?

A: Although above two reasons are likely to be acceptable for limitation of beer production laws, the big company who act as monopolists are still able to produce beer continuously as if the laws would not affect to them. Therefore, it would make some people wonder that whether they might have some relationship with the government because they are one of the main player to drive Thai economy, so it is normally to protect their benefits from the newcomers. Thus, unchanging the liquor laws by the government could be suspiciously related to the monopoly power which is difficult to prove.

Q: What do you think about Thai liquor laws in the future?

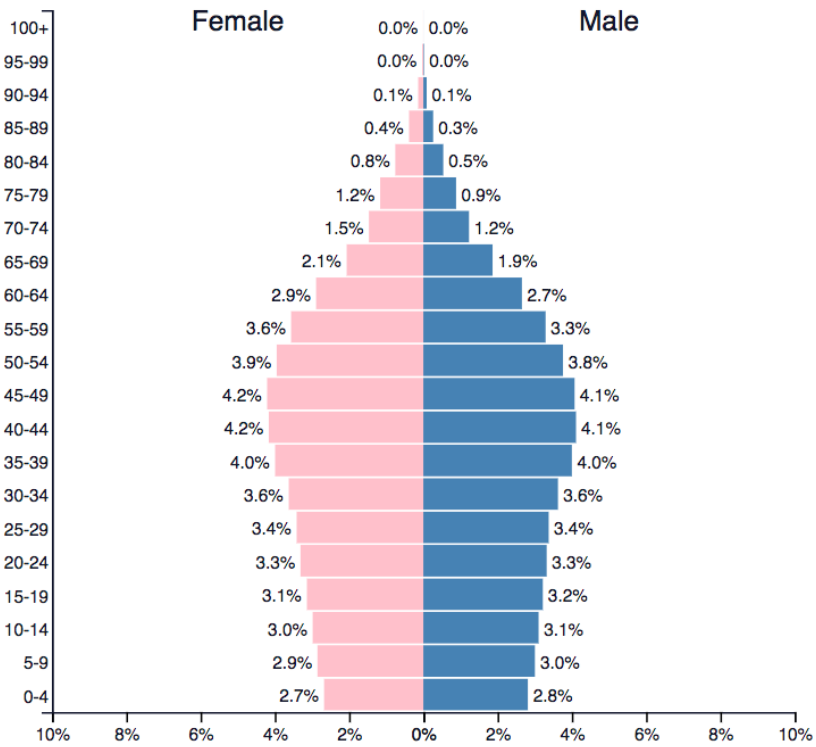
A: In my opinion, the laws should be change and open more for the producers who can keep standard and quality as well; however, it is difficult to do that because some Buddhist try to protest and do not support to produce any liquor in Buddhism country as Thailand. By doing so, the government would ignore to change the laws, and in the future, beer industry in Thailand would be the same as in the past.

Appendix 5

Proportion of Thailand Population by ages

Thailand ▼
2016

Population: **68,146,609**



Source: "Population Pyramids of the World from 1950 to 2100." *PopulationPyramid.net*. N.p., n.d. Web. 26 Apr. 2017. <<https://www.populationpyramid.net/thailand/2016/>>.

Range	Percentage
< 20 years	23.8%
21-25 years	6.6%
26-30 years	6.8%
> 30 years	62.8%

Appendix 6

Survey and Result

Survey on Craft Beer

Gender

Male

Female

Age

Not more than 20 years old

21-25 years

26-30 years

More than 30 years

Incomes

Less than 10,000 Baht

10,001-15,000 Baht

15,001-25,000 Baht

25,001-35,000 Baht

More than 35,000 Baht

Do you drink beer?

Yes

No (End of survey)

What factors affect your decision when purchasing beer? (you can choose more than 1 answers)

Price

Brand

Convenience

Taste

Packaging

Do you know craft beer?

Yes

No (End of survey)

If craft beer is sold widely in the market, will purchase craft beer?

Yes

No

What factors affect your decision when purchasing “craft beer” (you can choose more than one answers)

Price

Brand

Convenience

Taste

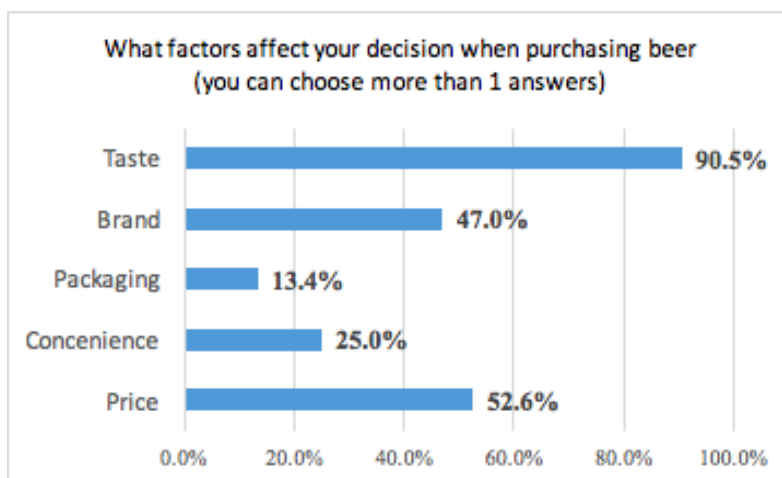
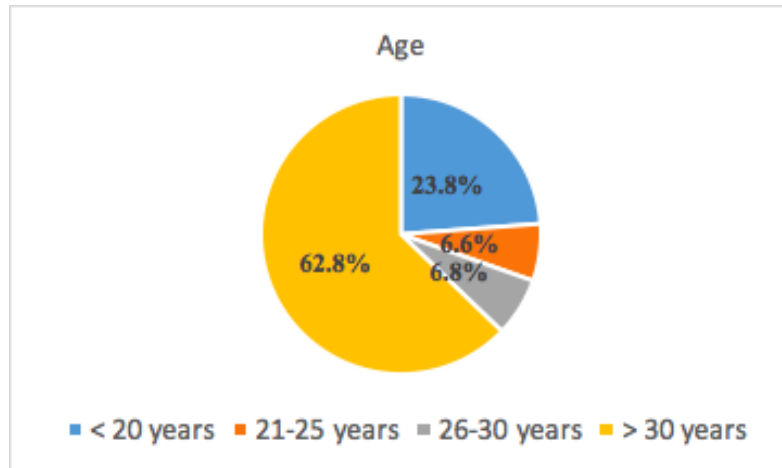
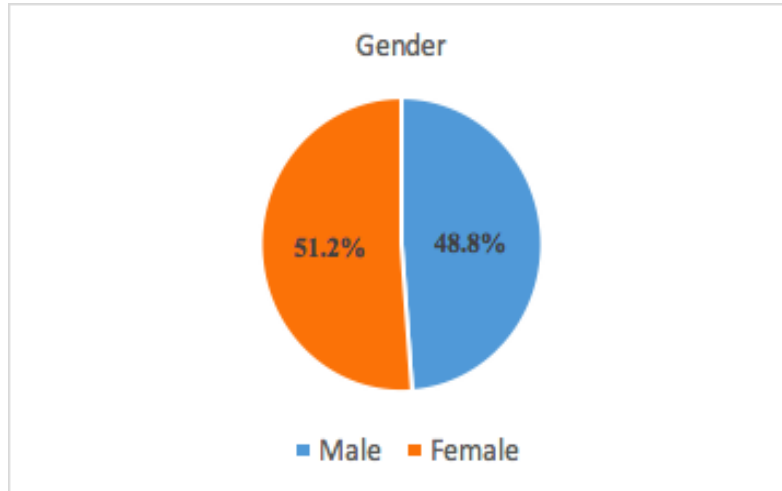
Packaging

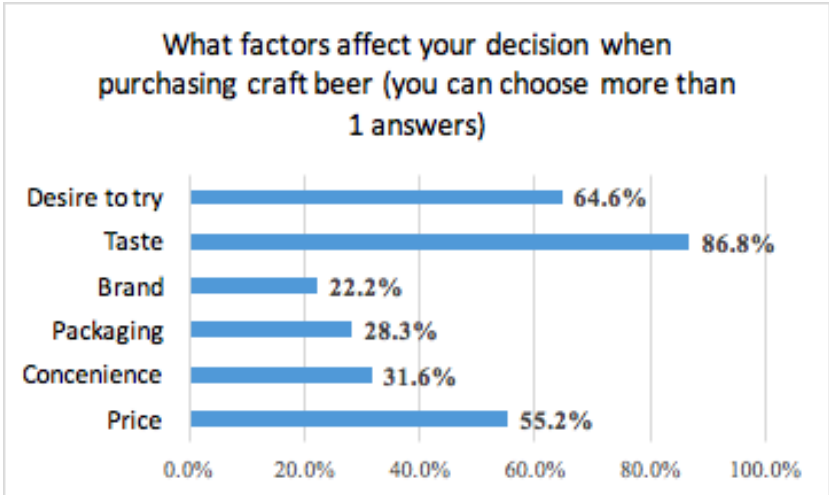
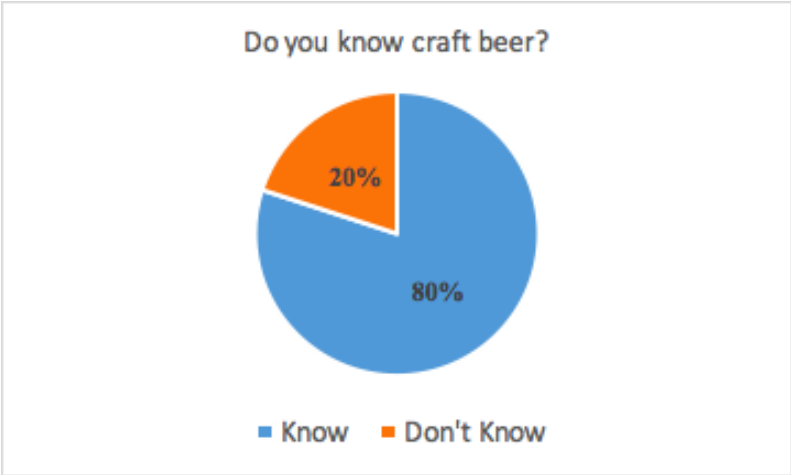
Would you continue purchase craft beer if you like it?

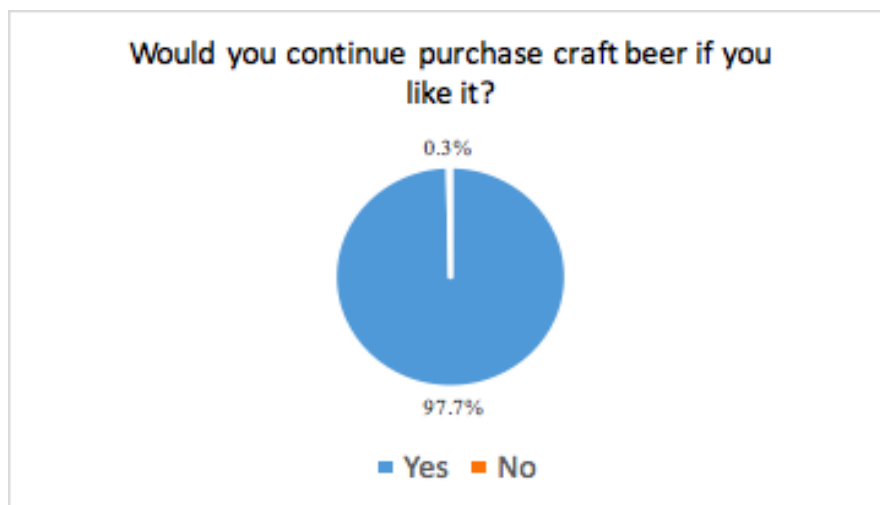
Yes, of course

No

Survey Result







Source: Author's Own Compilation

Appendix 7

Trade Statistics: Volume of Beer in Thailand

Trade Statistics - Volume | Historical | million litres

	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Thailand Beer						
Production	1,839.5	2,010.0	2,348.0	-	-	-
Imports	5.5	9.2	13.0	16.5	20.3	-
Exports	114.0	154.8	452.8	248.9	267.8	-
Apparent consumption	1,731.0	1,864.4	1,908.2	-	-	-

Source: Euromonitor

Appendix 8

Household and individual income per month

รายได้	รวมทั้งสิ้น	ขนาดของครัวเรือน			
		1 - 2	3 - 4	5 - 7	≥ 8
รายได้ทั้งสิ้นเฉลี่ยต่อเดือนต่อครัวเรือน.....	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
ต่ำกว่า 1,500 บาท.....	0.5	0.5	0.5	0.2	0.6
1,500 - 3,000 บาท.....	0.5	0.9	0.2	0.2	0.0
3,001 - 5,000 บาท.....	3.1	5.7	1.0	0.5	0.0
5,001 - 10,000 บาท.....	16.8	25.5	10.6	5.9	2.9
10,001 - 15,000 บาท.....	18.3	20.8	18.0	11.3	5.2
15,001 - 30,000 บาท.....	33.1	30.2	35.9	35.6	28.0
30,001 - 50,000 บาท.....	15.9	9.9	19.6	25.4	22.4
50,001 - 100,000 บาท.....	9.2	5.4	10.9	16.1	30.4
มากกว่า 100,000 บาท.....	2.6	1.1	3.3	5.0	10.5
รายได้ทั้งสิ้นเฉลี่ยต่อเดือนต่อคน.....	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
ต่ำกว่า 500 บาท.....	0.4	0.3	0.5	0.4	0.6
500 - 1,500 บาท.....	1.1	0.5	1.1	3.1	5.6
1,501 - 3,000 บาท.....	8.5	4.0	10.4	17.6	19.9
3,001 - 5,000 บาท.....	20.5	14.8	24.4	27.9	30.8
5,001 - 10,000 บาท.....	34.7	34.3	35.7	33.7	28.2
10,001 - 15,000 บาท.....	16.7	20.7	14.2	10.2	12.7
15,001 - 30,000 บาท.....	13.4	18.0	10.9	5.5	2.3
30,001 - 50,000 บาท.....	3.2	5.0	1.8	1.1	0.0
50,001 - 100,000 บาท.....	1.3	2.1	0.7	0.4	0.0
มากกว่า 100,000 บาท.....	0.3	0.3	0.3	0.1	0.0

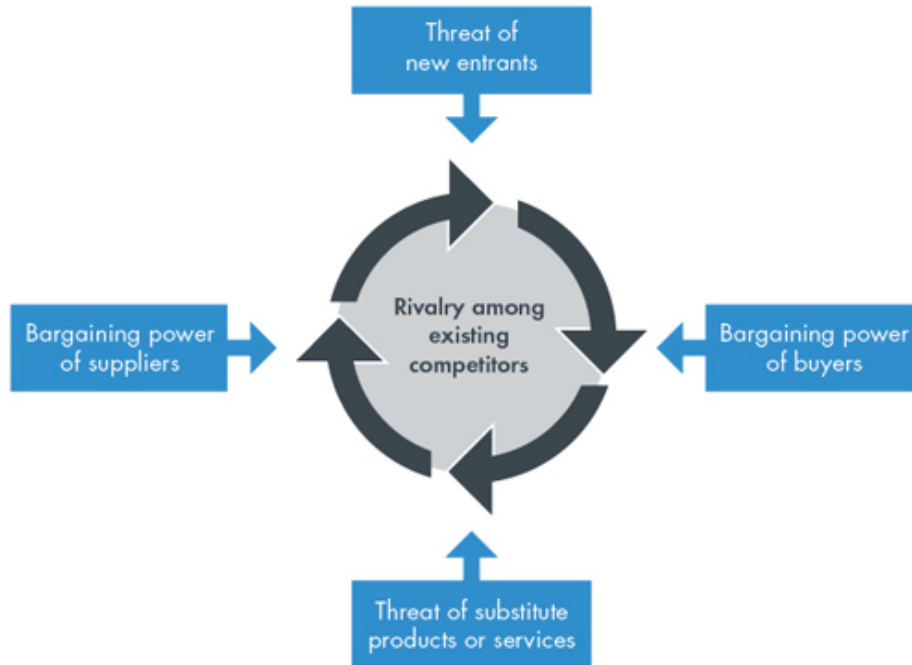
หมายเหตุ : "0" มีข้อมูลแต่น้อยกว่า 1

Source: National Statistical Office Thailand

N. (2015). สรุปผลที่สำคัญ การสำรวจภาวะเศรษฐกิจและสังคมของครัวเรือน ในช่วง 6 เดือนแรกของปี 2558. Retrieved April 25, 2017, from <http://service.nso.go.th/nso/nsopublish/themes/files/SocioSum58M6.pdf>

Appendix 9

Five Force Analysis by Michael E. Porter



Source: Porter's Five Forces of Competitive Position Analysis. (2013, June 11). Retrieved May 14, 2017, from <http://www.cgma.org/resources/tools/essential-tools/porters-five-forces.html>

Appendix 10

Company Share in the United States

Company Shares (Global - Historical Owner) | Historical | Total Volume | %
breakdown

	2010	2011	2012	2013	2014	2015
USA						
Beer						
Anheuser-Busch InBev NV	49.3	48.6	47.6	46.6	45.4	44.3
SABMiller Plc	16.3	15.8	15.1	14.5	14.2	13.8
Molson Coors Brewing Co	13.2	13.4	13.5	13.5	12.9	12.6
Constellation Brands Inc	-	-	-	6.6	7.2	8.0
Heineken NV	4.0	4.0	4.0	4.1	4.1	4.0
Blue Ribbon Intermediate Holdings LLC	-	-	-	-	2.9	2.8
Boston Beer Co Inc, The	1.0	1.1	1.2	1.3	1.4	1.4
Yuengling Brewery	1.1	1.1	1.2	1.2	1.3	1.3

Source: Euromonitor

Reference

- "101 Characteristics Of Americans/American Culture". Press of University of Michigan. N.p., 2017. Retrieved. 25 Mar. 2017, from <https://www.press.umich.edu/pdf/9780472033041-101AmerCult.pdf>
- "A Look Into Key Success Factors Of The Brewery Industry". OtherPapers. N.p., 2017. Retrieved. 25 Mar. 2017, from <https://www.brewersassociation.org/statistics/craft-brewer-defined/>
- Allyn, M. (2017, May 03). Is That Really Craft Beer? 33 Surprising Corporate Brewers. Retrieved April 13, 2017, from <http://www.mensjournal.com/food-drink/drinks/is-that-really-craft-beer-21-surprising-corporate-brewers-20150923>
- Allyn, M. (2016, April 05). Brewery Buyouts Rock the Latest List of the Biggest American Craft Brewers. Retrieved April 13, 2017, from <http://www.mensjournal.com/food-drink/articles/brewery-buyouts-rock-the-list-of-2015s-biggest-american-craft-brewers-w201499>
- Arthur, R. (n.d.). Craft beer boom: 500 craft breweries open in a year in the UK. Retrieved April 20, 2017.
- Ascher, B. (n.d.). GLOBAL BEER: THE ROAD TO MONOPOLY. Retrieved March 30, 2017.
- Carlton, D.W. and J.M. Perloff, Modern Industrial Organization, 4th Edition, Global Edition, Pearson, 2015.
- Church, J. and R. Ware, Industrial Organization: A Strategic Approach, International Edition, McGraw-Hill, 2000.
- Craft Beer Buyouts: Big Beer Continues Its Snatch and Grab Policy. (n.d.). Retrieved April 13, 2017, from <https://www.beerarmy.org/bafblog/craft-beer-buyouts>
- Craft Brewer. (n.d.). Retrieved April 13, 2017, from <https://www.brewersassociation.org/statistics/craft-brewer-defined/>
- Economics Online. (n.d.). Retrieved April 20, 2017, from http://www.economicsonline.co.uk/Business_economics/Oligopoly.html

- Itthipongmaetee, C. (2017, January 22). Thai Craft Beer's New Strategy: Keep Brewing Until Law Catches Up. Retrieved April 23, 2017, from <http://www.khaosodenglish.com/life/2017/01/22/thai-craft-beers-new-strategy-keep-brewing-law-catches/>
- Lavender, P. (2014, May 27). Success Of Craft Brewers Causing Issues For Big Beer Companies. Retrieved March 13, 2017, from http://www.huffingtonpost.com/2014/05/27/craft-brewers_n_5398232.html
- M. (Ed.). (2017, January 29). บุญรอดฯ หนุนเปิดเสรีคราฟต์เบียร์. Retrieved March 23, 2017, from <http://www.manager.co.th/iBizChannel/ViewNews.aspx?NewsID=9600000009706>
- Matemate. (2017, February 3). สัมภาษณ์พิเศษ "วิชิต ช้ายเกล้า" : Craft Beer ไทย จะเกิดได้ ต้องสร้าง Ecosystem เพื่อเปลี่ยนแปลงระบบ. Retrieved April 3, 2017, from <https://brandinside.asia/interview-dr-wichit-craftbeer-chitbeer/>
- Morris, C. (2016, February 20). Big Beer Invades A Craft Beer Stronghold. Retrieved. April 13, 2017, from <http://fortune.com/2016/02/20/big-beer-abinbev-san-diego/>
- Morris, C., & CNBC.com, S. T. (2016, June 08). Success lessons from the beer guys who got under Budweiser's skin. Retrieved April 1, 2017, from <http://www.cnbc.com/2016/06/03/3-essential-business-growth-lessons-from-the-craft-beer-boom.html>
- Number of Breweries and Brewpubs in U.S. (n.d.). Retrieved April 30, 2017, from <https://www.brewersassociation.org/statistics/number-of-breweries/>
- Philpott, Tom et al. "Love Craft Brews? We Have Bad News For You.". Mother Jones. N.p., 2017. Retrieved. 23 Mar. 2017, from <http://www.motherjones.com/tom-philpott/2015/12/big-beer-wants-take-away-your-craft-beer>
- Popik, B. (n.d.). Double-Tongued Word Wrester Dictionary. Retrieved April 30, 2017, from http://www.barrypopik.com/index.php/new_york_city/entry/quality_is_the_best_business_plan
- "Population Pyramids Of The World From 1950 To 2100". Populationpyramid.net. N.p., 2017. Retrieved 25 Mar. 2017, from <https://www.populationpyramid.net/thailand/2016/>
- Popik, B. (n.d.). Double-Tongued Word Wrester Dictionary. Retrieved April 30, 2017, from http://www.barrypopik.com/index.php/new_york_city/entry/quality_is_the_best_business_plan

- Porter's Five Forces of Competitive Position Analysis. (2013, June 11). Retrieved May 14, 2017, from <http://www.cgma.org/resources/tools/essential-tools/porters-five-forces.html>
- Six Sigma. (2010, February 26). Retrieved May 15, 2017, from <http://www.investopedia.com/terms/s/six-sigma.asp>
- Towey, A. (2016, December 08). What is craft beer? Retrieved April 20, 2017, from <https://shorecraftbeer.com/what-is-craft-beer/>.
- Tun-Atiruj, C. (2017, March 2). This new project could revolutionize craft beer in Thailand. Retrieved May 13, 2017, from <http://bk.asia-city.com/city-living/news/new-project-revolutionize-craft-beer-thailand>
- Wachirawiroon, W. (n.d.). Retrieved April 10, 2017, from <http://www.thaithesis.org/detail.php?id=54558>
- What Is Six Sigma? (n.d.). Retrieved May 15, 2017, from <https://www.isixsigma.com/new-to-six-sigma/getting-started/what-six-sigma/>
- What Is The Definition Of Craft Beer? (n.d.). Retrieved April 25, 2017, from <https://vinepair.com/beer-101/what-is-craft-beer/>
- Witvorapong , N. (n.d.). Own and Cross Price Elasticities of Demand for Alcoholic Beverages in Thailand. Retrieved April 28, 2017, from http://www.econ.cmu.ac.th/nce2015/paper/NCE2016_Nopphol_Edited.pdf
- กรมสรรพสามิต,excise. (n.d.). Retrieved May 10, 2017, from <https://www.excise.go.th/home/index.htm>
- ควัดรี, %. (2017, January 24). 'คราฟต์เบียร์' คืออาชญากรรม การกีดกันผู้ผลิตหน้าใหม่ หรือจําเลยในสังคมไทย? Retrieved April 3, 2017, from <http://themomentum.co/happy-feature-craft-beer-law>
- ประชาชาติธุรกิจออนไลน์ (Ed.). (2017, January 1). เบียร์ 1.8 แสนล้านเดือด! "สิงห์-ช้าง" แลกหมัดแย่งมาร์เก็ตแชร์. Retrieved April 13, 2017, from http://www.prachachat.net/news_detail.php?newsid=1483269512
- พระราชบัญญัติสุรา พ.ศ. 2493. (n.d.). Retrieved March 26, 2017, from http://w9.excise.go.th/law/webpage/Excise_law_04_01_003.html
- พฤทธิบุญโญ, %. (2012). อัตราภาษีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์. Retrieved April 2, 2017, from http://phad.ph.mahidol.ac.th/books/alcohol/10_Chapter6.pdf
- วนกิจไพบูลย์, (2017). คราฟต์เบียร์ไทย: การต้มเบียร์คืออาชญากรรม?. Retrieved March 26, 2017, from http://www.matichon.co.th/news_detail.php?newsid=1436965189

โสมพันธ์, %. (2016, March 29). นี่คือความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับคราฟต์เบียร์ที่หนึ่มๆ ควรรู้. Retrieved April 5, 2017, from <http://www.ellementhailand.com/hangout/%E0%B8%99%E0%B8%B5%E0%B9%88%E0%B8%84%E0%B8%B7%E0%B8%AD%E0%B8%84%E0%B8%A7%E0%B8%B2%E0%B8%A1%E0%B8%A3%E0%B8%B9%E0%B9%89%E0%B8%9E%E0%B8%B7%E0%B9%89%E0%B8%99%E0%B8%90%E0%B8%B2%E0%B8%99%E0%B9%80%E0%B8%81/>

ไชยสะอาด, %. (2017, January 30). ปราบกฏการณ์ "คราฟต์เบียร์ไทย" เมื่อยักษ์เล็กรวมพลังสู้ยักษ์ใหญ่. Retrieved March 25, 2017, from <http://www.posttoday.com/analysis/report/478430>