

บทที่ 4

ผลการศึกษา

4.1 ชนิดสุราที่ผู้ตอบแบบสอบถามชอบดื่ม

จากผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นประชากร ที่ชอบดื่มสุราโรงงานและสุรากลั่นชุมชน ในจังหวัดเชียงใหม่ ที่ตอบแบบสอบถาม ณ ร้านค้า ร้านขายสุราย่อย หรือสถานที่ ที่อยู่นอกเขตเมือง จำนวน 400 คน แบ่งเป็นผู้ตอบแบบสอบถามที่ชอบดื่มสุราโรงงานจำนวน 200 คน และผู้ตอบแบบสอบถามที่ชอบดื่มสุรากลั่นชุมชนจำนวน 200 คน พบว่า จากผู้ตอบแบบสอบถามที่ชอบดื่มสุรากลั่นชุมชนนั้น มียี่ห้อที่มีจำนวนผู้ที่ชอบดื่มมากเกินร้อยละ 10 อยู่ 2 ยี่ห้อ ได้แก่ ยี่ห้อแม่ปิง ซึ่งผลิตที่ อ.ลี้ จ.ลำพูน (ร้อยละ 17.0) (ตารางที่ 4.1) และยี่ห้อหมอกฟ้า ซึ่งผลิตที่ อ.แม่แตง จ.เชียงใหม่ (ร้อยละ 13.0) ส่วนยี่ห้ออื่นๆ นั้นมีจำนวนผู้ที่ชอบดื่มกระจายตัวกันไป

ตารางที่ 4.1 ยี่ห้อสุรากลั่นชุมชนที่ผู้ตอบแบบสอบถามชอบดื่มเรียงจากมากไปน้อย

ลำดับที่	ยี่ห้อ	สถานที่ผลิต	จำนวนที่ชอบดื่ม (คน)	ร้อยละ
1	แม่ปิง	อ.ลี้ จ.ลำพูน	34	17.0
2	หมอกฟ้า	อ.แม่แตง จ.เชียงใหม่	26	13.0
3	แม่ปิงเชียงใหม่	อ.สันกำแพง จ.เชียงใหม่	18	9.0
4	แม่ปิงคอยหล่อ	อ.คอยหล่อ จ.เชียงใหม่	15	7.5
5	ตะวันแดง	อ.จอมทอง จ.เชียงใหม่	13	6.5
6	ขุนวิน	อ.แม่วาง จ.เชียงใหม่	12	6.0
7	ต. ผู้เต่า	อ.คอยสะเก็ด จ.เชียงใหม่	11	5.5
8	ไวท์แคท	อ.สันป่าตอง จ.เชียงใหม่	9	4.5
9	กระท่าย	อ.สันป่าตอง จ.เชียงใหม่	7	3.5
10	แก่งเสือเต้น	อ.สอง จ.แพร่	6	3.0
11	คอยหลวง	อ.แม่วาง จ.เชียงใหม่	6	3.0
12	ม้าขาว	อ.สันทราย จ.เชียงใหม่	6	3.0
13	ลี้ทองแพร่	อ.สอง จ.แพร่	6	3.0

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ลำดับที่	ยี่ห้อ	สถานที่ผลิต	จำนวนที่ขบดต้ม (คน)	ร้อยละ
14	เสือแรง	อ.ลี จ.ลำพูน	6	3.0
15	ม้าดาว	อ.แม่วาง จ.เชียงใหม่	5	2.5
16	เรือนไทย	อ.สารภี จ.เชียงใหม่	5	2.5
17	สิงห์คง	อ.หางดง จ.เชียงใหม่	5	2.5
18	กระทิงทอง	อ.ดอยหล่อ จ.เชียงใหม่	4	2.0
19	จันดารา	อ.เวียงหนองล่อง จ.ลำพูน	3	1.5
20	ส้มโอ	อ.สารภี จ.เชียงใหม่	3	1.5
รวม			200	100.0

4.2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

เมื่อนำข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามทั้ง 2 กลุ่ม ซึ่งขบดต้มสุราโรงงานและสุรากลั่นชุมชนมาเปรียบเทียบกัน พบว่า ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามทั้ง 2 กลุ่ม มีลักษณะใกล้เคียงกัน โดยส่วนใหญ่เป็นเพศชาย (ร้อยละ 90.5 และ 87.0 ตามลำดับ) (ตารางที่ 4.2) มีอายุระหว่าง 41 - 50 ปี (ร้อยละ 36.5 เท่ากัน) สมรสแล้ว (ร้อยละ 68.5 และ 76.5 ตามลำดับ) มีสมาชิกในครอบครัว 3 - 4 คน (ร้อยละ 54.0 และ 47.0 ตามลำดับ) จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า (ร้อยละ 65.5 และ 60.0 ตามลำดับ) ประกอบอาชีพรับจ้างทั่วไป หรือรับจ้างรายวัน และเกษตรกร (ร้อยละ 74.0 และ 72.5 ตามลำดับ) มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท (ร้อยละ 92.0 และ 87.5 ตามลำดับ)

ตารางที่ 4.2 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามแยกตามชนิดสุราที่ขบดต้ม

ข้อมูลทั่วไป		กลุ่มที่ขบดต้มสุราโรงงาน		กลุ่มที่ขบดต้มสุรากลั่นชุมชน	
		จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ	ชาย	181	90.5	174	87.0
	หญิง	19	9.5	26	13.0
อายุ	20 - 30 ปี	23	11.5	19	9.5
	31 - 40 ปี	37	18.5	61	30.5
	41 - 50 ปี	73	36.5	73	36.5
	51 - 60 ปี	43	21.5	27	13.5
	60 ปีขึ้นไป	24	12.0	20	10.0

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป		กลุ่มที่ขอปดืม สุราโรงงาน		กลุ่มที่ขอปดืม สุรากลั่นชุมชน	
		จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
สถานภาพ การสมรส	โสด	31	15.5	27	13.5
	สมรส	137	68.5	153	76.5
	หม้ายหรือหย่าร้าง	32	16.0	20	10.0
จำนวน สมาชิก ในครอบครัว	1 คน	16	8.0	19	9.5
	2 คน	56	28.0	67	33.5
	3 - 4 คน	108	54.0	94	47.0
	มากกว่า 4 คน	20	10.0	20	10.0
ระดับ การศึกษา	ม.ต้น หรือต่ำกว่า	131	65.5	120	60.0
	ม.ปลาย หรือ ปวช.	37	18.5	34	17.0
	อนุปริญญา หรือ ปวส.	12	6.0	29	14.5
	ปริญญาตรี	16	8.0	17	8.5
	สูงกว่าปริญญาตรี	4	2.0	0	0.0
อาชีพ	นิสิต หรือนักศึกษา	4	2.0	7	3.5
	รับราชการ หรือ พนักงานของรัฐ	16	8.0	27	13.5
	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	12	6.0	14	7.0
	พนักงานบริษัทเอกชน	20	10.0	7	3.5
	เกษตรกร	49	24.5	73	36.5
	รับจ้างทั่วไป หรือ รับจ้างรายวัน	99	49.5	72	36.0
รายได้เฉลี่ย ต่อเดือน	ต่ำกว่า 5,000 บาท	97	48.5	108	54.0
	5,001 – 10,000 บาท	87	43.5	67	33.5
	10,001 – 15,000 บาท	8	4.0	19	9.5
	15,001 – 20,000 บาท	4	2.0	6	3.0
	มากกว่า 20,000 บาท	4	2.0	0	0.0

4.3 เปรียบเทียบพฤติกรรมการบริโภคสุราโรงงานและสุรากลั่นชุมชน

จากการสอบถามผู้ตอบแบบสอบถามสุราทั้ง 2 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้ที่ชอบดื่มสุราโรงงานและกลุ่มผู้ที่ชอบดื่มสุรากลั่นชุมชน เกี่ยวกับเหตุผลสำคัญที่สุดที่ดื่มสุรายี่ห้อที่ตนเลือก ส่วนใหญ่ระบุว่า มีวางขายทั่วไป หรือหาซื้อได้ง่าย (ร้อยละ 50.0 และ 41.0 ตามลำดับ) (ตารางที่ 4.3) และมีเหตุผลที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบ เฉพาะกลุ่มผู้ที่ชอบดื่มสุราโรงงาน คือ เชื่อมั่นในกรรมวิธีการผลิตว่ามีความปลอดภัยในการบริโภค (ร้อยละ 16.0) และเหตุผลที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบ เฉพาะกลุ่มผู้ที่ชอบดื่มสุรากลั่นชุมชน คือ อุณหภูมิผลิตภัณฑ์ในชุมชน (ร้อยละ 41.0) สำหรับเหตุผลเรื่องราคาถูก นั้น พบว่า กลุ่มผู้ที่ชอบดื่มสุรากลั่นชุมชนเลือกมากกว่า กลุ่มผู้ที่ชอบดื่มสุราโรงงาน (ร้อยละ 50.0 และ 41.0 ตามลำดับ) เมื่อถามถึงความแรงของแอลกอฮอล์ของสุราที่ชอบดื่ม พบว่ากลุ่มผู้ที่ชอบดื่มสุราโรงงาน ส่วนใหญ่เลือกดื่มชนิดที่มีความแรงของแอลกอฮอล์ 35 ดีกรี (ร้อยละ 74.0) (ตารางที่ 4.4) ส่วนกลุ่มผู้ที่ชอบดื่มสุรากลั่นชุมชน ส่วนใหญ่เลือกดื่มชนิดที่มีความแรงของแอลกอฮอล์ 28 ดีกรี (ร้อยละ 64.5) และพบว่า มีเหตุผลสำคัญ 3 เหตุผล ในการดื่มสุรา ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้ง 2 กลุ่ม คือ ส่วนใหญ่ดื่มเพื่อผ่อนคลาย หรือพักผ่อนหลังเลิกงาน (ร้อยละ 44.0 และ 36.5 ตามลำดับ) (ตารางที่ 4.5) เพื่อเข้าสังคม (ร้อยละ 20.0 และ 13.5 ตามลำดับ) และเพื่อคลายความเครียด (ร้อยละ 16.0 และ 30.5 ตามลำดับ) โดยผู้ตอบแบบสอบถามทั้ง 2 กลุ่มส่วนใหญ่เป็นผู้ที่ตัดสินใจซื้อสุรด้วยตนเอง (ร้อยละ 76.0 และ 86.5 ตามลำดับ) (ตารางที่ 4.6)

เมื่อสอบถามถึงความถี่ในการดื่มสุรา พบว่า กลุ่มผู้ที่ชอบดื่มสุราโรงงาน ส่วนใหญ่ดื่มสุรา 2 – 3 ครั้ง ต่อสัปดาห์ (ร้อยละ 54.0) (ตารางที่ 4.7) รองลงมาดื่มเป็นประจำทุกวัน (ร้อยละ 36.0) ซึ่งต่างจากกลุ่มผู้ที่ชอบดื่มสุรากลั่นชุมชน ที่ส่วนใหญ่ชอบดื่มเป็นประจำทุกวัน (ร้อยละ 57.5) รองลงมาดื่ม 2 – 3 ครั้ง ต่อสัปดาห์ (ร้อยละ 35.5) และกลุ่มผู้ที่ชอบดื่มสุราโรงงาน ส่วนใหญ่ไม่มีลักษณะการดื่มสุราที่เฉพาะเจาะจง (ร้อยละ 40.5) (ตารางที่ 4.8) รองลงมาชอบดื่มสุราเป็นกลุ่ม (ร้อยละ 33.5) ซึ่งแตกต่างกับกลุ่มผู้ที่ชอบดื่มสุรากลั่นชุมชน ที่ส่วนใหญ่ชอบดื่มสุราเป็นกลุ่ม (ร้อยละ 46.0) รองลงมาชอบดื่มสุราคนเดียว (ร้อยละ 38.0) ในขณะที่ทั้ง 2 กลุ่ม ส่วนใหญ่นิยมดื่มสุราในช่วงเวลาเย็น (ร้อยละ 94.5 และ 93.0 ตามลำดับ) (ตารางที่ 4.9) และส่วนใหญ่ใช้เวลาในการดื่มสุราแต่ละครั้ง ครั้งชั่วโมง ถึง 1 ชั่วโมงครึ่ง (ร้อยละ 44.0 และ 47.5 ตามลำดับ) (ตารางที่ 4.10)

กลุ่มผู้ที่ชอบดื่มสุราโรงงานและกลุ่มผู้ที่ชอบดื่มสุรากลั่นชุมชน ทั้ง 2 กลุ่ม ส่วนใหญ่ชอบดื่มสุราที่ร้านขายสุราแบ่งขาย หรือร้านเหล้าตอง (ร้อยละ 58.0 และ 76.5 ตามลำดับ) รองลงมาชอบดื่มสุราที่บ้าน หรือที่พักผ่อน (ของตนเองหรือของคนอื่น) (ร้อยละ 22.0 และ 20.0 ตามลำดับ) สำหรับเหตุผลเรื่อง ชอบดื่มตามสถานที่ที่มีงานเทศกาล หรืองานสังสรรค์ นั้น พบว่า กลุ่มผู้ที่ชอบดื่มสุราโรงงานเลือกมากกว่า กลุ่มผู้ที่ชอบดื่มสุรากลั่นชุมชน (ร้อยละ 18.0 และ 3.5 ตามลำดับ) และ

ในกรณีที่ต้องซื้อสุราไปดื่มนอกสถานที่ที่ซื้อ กลุ่มผู้ที่ชอบดื่มสุราโรงงานและกลุ่มผู้ที่ชอบดื่มสุรากลั่นชุมชน ส่วนใหญ่นิยมซื้อจากร้านขายสุราแบ่งขาย หรือร้านเหล้าตอง (ร้อยละ 60.0 และ 59.5 ตามลำดับ) (ตารางที่ 4.12) รองลงมานิยมซื้อจากร้านค้าชุมชน หรือร้านขายของชำ (ร้อยละ 38.0 และ 40.5 ตามลำดับ)

ในกรณีที่ซื้อสุราเป็นขวด กลุ่มผู้ที่ชอบดื่มสุราโรงงานและกลุ่มผู้ที่ชอบดื่มสุรากลั่นชุมชน ส่วนใหญ่นิยมซื้อสุราขวดใหญ่ (625 มิลลิลิตร) (ร้อยละ 73.5 และ 58.5 ตามลำดับ) (ตารางที่ 4.13) รองลงมานิยมซื้อสุราขวดเล็ก (330 มิลลิลิตร) (ร้อยละ 26.5 และ 41.5 ตามลำดับ) และกลุ่มผู้ที่ชอบดื่มสุราโรงงานและกลุ่มผู้ที่ชอบดื่มสุรากลั่นชุมชน ส่วนใหญ่ดื่มสุราครั้งละ 1 ขวดเล็ก หรือ ครั้งขวดใหญ่ (ร้อยละ 60.0 และ 69.0 ตามลำดับ) (ตารางที่ 4.14) รองลงมาดื่มครั้งละ 1 ตอง (ร้อยละ 16.0 และ 19.5 ตามลำดับ)

เมื่อถามถึงปริมาณ และความถี่ในการดื่มสุรา จากสถานการณ์ปัจจุบันที่ สุรามีราคาแพงขึ้น รัฐบาลมีการรณรงค์ให้ประชาชน ลด ละ เลิก การดื่มสุรา และมีมาตรการควบคุมต่างๆ นั้น พบว่า กลุ่มผู้ที่ชอบดื่มสุราโรงงานและกลุ่มผู้ที่ชอบดื่มสุรากลั่นชุมชน ส่วนใหญ่ยังคงดื่มสุราในปริมาณ เท่าเดิม (ร้อยละ 66.5 และ 78.0 ตามลำดับ) (ตารางที่ 4.15) รองลงมาดื่มในปริมาณที่ลดลง (ร้อยละ 31.5 และ 22.0 ตามลำดับ) และดื่มสุราในความถี่ที่เท่าเดิม (ร้อยละ 66.5 และ 78.0 ตามลำดับ) (ตารางที่ 4.16) รองลงมาดื่มสุราในความถี่ที่ลดลง (ร้อยละ 31.5 และ 22.0 ตามลำดับ)

ตารางที่ 4.3 เหตุผลสำคัญที่สุดที่เลือกดื่มสุรายี่ห้อที่ชอบมากที่สุด

เหตุผล	กลุ่มที่ชอบดื่มสุราโรงงาน		กลุ่มที่ชอบดื่มสุรากลั่นชุมชน	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ราคาถูก	32	16.0	83	41.5
มีวางขายทั่วไป หรือหาซื้อได้ง่าย	100	50.0	82	41.0
กลมกล่อม กลิ่นรสดี หรือมีกลิ่นหอม	24	12.0	7	3.5
ชื่อเสียงของผู้ผลิตเป็นที่รู้จัก	8	4.0	0	0.0
เชื่อมั่นในกรรมวิธีการผลิต ว่ามีความปลอดภัยในการบริโภค	32	16.0	0	0.0
อุดหนุนผลิตภัณฑ์ในชุมชน	0	0.0	28	14.0
อื่นๆ	4	2.0	0	0.0
รวม	200	100.0	200	100.0

ตารางที่ 4.4 ความแรงของแอลกอฮอล์ของสุราที่ชอบดื่ม

ความแรงของแอลกอฮอล์	กลุ่มที่ชอบดื่มสุราโรงงาน		กลุ่มที่ชอบดื่มสุรากลั่นชุมชน	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 28 ดีกรี	0	0.0	7	3.5
28 ดีกรี	20	10.0	129	64.5
30 ดีกรี	20	10.0	32	16.0
35 ดีกรี	148	74.0	32	16.0
40 ดีกรี	12	6.0	0	0.0
รวม	200	100.0	200	100.0

ตารางที่ 4.5 เหตุผลสำคัญที่สุดที่ดื่มสุรา

เหตุผลสำคัญที่สุดที่ดื่มสุรา	กลุ่มที่ชอบดื่มสุราโรงงาน		กลุ่มที่ชอบดื่มสุรากลั่นชุมชน	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพื่อเข้าสังคม	40	20.0	27	13.5
เพื่อนชักชวนดื่ม	16	8.0	19	9.5
เพื่อคลายความเครียด	32	16.0	61	30.5
เพื่อสุขภาพ	4	2.0	0	0.0
อยากทดลอง	0	0.0	0	0.0
เพื่อให้เจริญอาหาร	20	10.0	20	10.0
เพื่อผ่อนคลายหรือพักผ่อนหลังเลิกงาน	88	44.0	73	36.5
อื่นๆ	0	0.0	0	0.0
รวม	200	100.0	200	100.0

ตารางที่ 4.6 ผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อสุรา

ผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ	กลุ่มที่ชอบดื่มสุราโรงงาน		กลุ่มที่ชอบดื่มสุรากลั่นชุมชน	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ตัวท่านเอง	152	76.0	173	86.5
เพื่อน	48	24.0	20	10.0
ญาติ	0	0.0	7	3.5
คนขาย หรือพนักงานขาย	0	0.0	0	0.0
อื่นๆ	0	0.0	0	0.0
รวม	200	100.0	200	100.0

ตาราง 4.7 ความถี่ในการดื่มสุรา

ความถี่	กลุ่มที่ชอบดื่มสุราโรงงาน		กลุ่มที่ชอบดื่มสุรากลั่นชุมชน	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1 ครั้ง ต่อ สัปดาห์	16	8.0	7	3.5
2 – 3 ครั้ง ต่อ สัปดาห์	108	54.0	71	35.5
ดื่มเป็นประจำทุกวัน	72	36.0	115	57.5
เฉพาะช่วงเทศกาลหรือมีงานสังสรรค์	4	2.0	7	3.5
รวม	200	100.0	200	100.0

ตาราง 4.8 ลักษณะการดื่มสุราที่ชอบ

ลักษณะ	กลุ่มที่ชอบดื่มสุราโรงงาน		กลุ่มที่ชอบดื่มสุรากลั่นชุมชน	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ดื่มคนเดียว	52	26.0	76	38.0
ดื่มเป็นกลุ่ม	67	33.5	92	46.0
แล้วแต่โอกาส	81	40.5	32	16.0
อื่นๆ	0	0.0	0	0.0
รวม	200	100.0	200	100.0

ตาราง 4.9 ช่วงเวลาที่นิยมดื่มสุรา

ช่วงเวลา	กลุ่มที่ชอบดื่มสุราโรงงาน		กลุ่มที่ชอบดื่มสุรากลั่นชุมชน	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ตอนเช้า	0	0.0	0	0.0
ตอนกลางวัน	0	0.0	0	0.0
ตอนเย็น	189	94.5	186	93.0
ตอนกลางคืน	11	5.5	14	7.0
รวม	200	100.0	200	100.0

ตาราง 4.10 เวลาที่ใช้ในการดื่มสุราแต่ละครั้ง

เวลาที่ใช้	กลุ่มที่ชอบดื่มสุราโรงงาน		กลุ่มที่ชอบดื่มสุรากลั่นชุมชน	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าครึ่งชั่วโมง	60	30.0	66	33.0
ครึ่งชั่วโมง ถึง 1 ชั่วโมงครึ่ง	88	44.0	95	47.5
1 ชั่วโมงครึ่ง ถึง 3 ชั่วโมง	48	24.0	35	17.5
มากกว่า 3 ชั่วโมง	4	2.0	4	2.0
รวม	200	100.0	200	100.0

ตาราง 4.11 สถานที่ที่ชอบดื่มสุรา

สถานที่	กลุ่มที่ชอบดื่มสุราโรงงาน		กลุ่มที่ชอบดื่มสุรากลั่นชุมชน	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
บ้าน หรือที่พักอาศัย (ของตนเอง หรือของคนอื่น)	44	22.0	40	20.0
ร้านอาหาร	0	0.0	0	0.0
ร้านขายสุราแบ่งขาย หรือร้านเหล้าตอง	116	58.0	153	76.5
สถานที่ที่มีงานเทศกาล หรืองานสังสรรค์	36	18.0	7	3.5
อื่นๆ	4	2.0	0	0.0
รวม	200	100.0	200	100.0

ตาราง 4.12 สถานที่นิยมซื้อสุรา ในกรณีที่ซื้อสุราไปดื่มนอกสถานที่ที่ซื้อ

สถานที่	กลุ่มที่ชอบดื่มสุราโรงงาน		กลุ่มที่ชอบดื่มสุรากลั่นชุมชน	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ร้านขายสุราแบ่งขาย หรือร้านเหล้าตอง	120	60.0	119	59.5
ร้านค้าชุมชน หรือร้านขายของชำ	76	38.0	81	40.5
ร้านอาหาร	0	0.0	0	0.0
ร้านสะดวกซื้อ	0	0.0	0	0.0
ซูเปอร์มาร์เก็ต	4	2.0	0	0.0
อื่นๆ	0	0.0	0	0.0
รวม	200	100.0	200	100.0

ตาราง 4.13 ปริมาณสุราที่นิยมซื้อ ในกรณีที่ซื้อสุราเป็นขวด

ปริมาณ	กลุ่มที่ชอบดื่มสุราโรงงาน		กลุ่มที่ชอบดื่มสุรากลั่นชุมชน	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ขวดเล็ก (330 มิลลิลิตร)	53	26.5	83	41.5
ขวดใหญ่ (625 มิลลิลิตร)	147	73.5	117	58.5
รวม	200	100.0	200	100.0

ตาราง 4.14 ปริมาณสุราในการดื่มแต่ละครั้ง

ปริมาณ	กลุ่มที่ชอบดื่มสุราโรงงาน		กลุ่มที่ชอบดื่มสุรากลั่นชุมชน	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1 ตอง	32	16.0	39	19.5
1 ขวดเล็ก หรือ ครึ่งขวดใหญ่	120	60.0	138	69.0
1 ขวดใหญ่	40	20.0	19	9.5
มากกว่า 1 ขวดใหญ่	8	4.0	4	2.0
รวม	200	100.0	200	100.0

ตาราง 4.15 ผลของสถานการณ์ เรื่อง ราคา และการรณรงค์ของภาครัฐ ต่อปริมาณและความถี่ในการดื่มสุรา

การดื่มสุรา		กลุ่มที่ชอบดื่มสุราโรงงาน		กลุ่มที่ชอบดื่มสุรากลั่นชุมชน	
		จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ปริมาณ	ดื่มเท่าเดิม	133	66.5	156	78.0
	ดื่มลดลง	63	31.5	44	22.0
	ดื่มมากขึ้น	4	2.0	0	0.0
ความถี่	ดื่มเท่าเดิม	133	66.5	156	78.0
	ดื่มลดลง	63	31.5	44	22.0
	ดื่มมากขึ้น	4	2.0	0	0.0

4.4 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อสุราโรงงาน หรือสุรากลั่นชุมชน

4.4.1 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ของกลุ่มผู้ที่ชอบดื่มสุราโรงงาน จากปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ทั้ง 12 ปัจจัยย่อย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญแตกต่างกันไป โดยส่วนใหญ่ให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง (ตารางที่ 4.16) ซึ่งใกล้เคียงกับการตอบแบบสอบถามของกลุ่มผู้ที่ชอบดื่มสุรากลั่นชุมชน ที่ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลางเช่นกัน โดยมีปัจจัยย่อยที่กลุ่มผู้ที่ชอบดื่มสุราโรงงาน และกลุ่มผู้ที่ชอบดื่มสุรากลั่นชุมชน ส่วนใหญ่ ให้ความสำคัญในระดับมากเหมือนกัน คือ ผู้ผลิตหรือยี่ห้อเป็นที่รู้จักและคุ้นเคย (3.68 ± 0.84 และ 3.87 ± 0.88 ตามลำดับ) (ตารางผนวกที่ 1 และตารางผนวกที่ 2) และความแรงของดีกรีแอลกอฮอล์ (3.57 ± 0.71 และ 3.60 ± 0.85 ตามลำดับ) และกลุ่มผู้ที่ชอบดื่มสุราโรงงานส่วนใหญ่ ยังให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมาก เรื่อง ดื่มแล้วไม่มีอาการแสบหรือเมาค้าง (3.95 ± 0.79) และการมีอกรแสตมป์ติดบนขวดสุรา (3.54 ± 0.82) ในขณะที่กลุ่มผู้ที่ชอบดื่มสุรากลั่นชุมชนส่วนใหญ่ ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมาก เรื่อง ความสม่ำเสมอของคุณภาพน้ำสุรา (3.55 ± 0.84)

ตารางที่ 4.16 ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกซื้อสุราโรงงานและสุรากลั่นชุมชน

ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์		กลุ่มที่ชอบดื่มสุรา	
		สุราโรงงาน	สุรากลั่นชุมชน
1	ผู้ผลิตหรือยี่ห้อเป็นที่รู้จักและคุ้นเคย	มาก	มาก
2	เป็นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตอยู่ในชุมชนของตนเอง	ปานกลาง	ปานกลาง
3	มีการรับรองคุณภาพจากหน่วยงานภาครัฐ	ปานกลาง	ปานกลาง
4	รูปแบบและสีของขวดที่ใช้บรรจุสุรา	ปานกลาง	ปานกลาง
5	รูปแบบและความสวยงามของฉลากสุรา	ปานกลาง	ปานกลาง
6	การมีอกรแสตมป์ติดบนขวดสุรา	มาก	ปานกลาง
7	ความแรงของดีกรีแอลกอฮอล์	มาก	มาก
8	สีของน้ำสุรา	ปานกลาง	ปานกลาง
9	กลิ่นหอมของน้ำสุรา	ปานกลาง	ปานกลาง
10	รสชาติและความกลมกล่อมของสุรา	ปานกลาง	ปานกลาง
11	ความสม่ำเสมอของคุณภาพสุรา	ปานกลาง	มาก
12	ดื่มแล้วไม่มีอาการแสบหรือเมาค้าง	มาก	ปานกลาง

4.4.2 ปัจจัยด้านราคา

ความสำคัญของปัจจัยด้านราคา ของกลุ่มผู้ที่ชอบดื่มสุราโรงงาน จากปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ทั้ง 4 ปัจจัยย่อย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญแตกต่างกันไป โดยส่วนใหญ่ให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง (ตารางที่ 4.17) ซึ่งแตกต่างกับการตอบแบบสอบถามของกลุ่มผู้ที่ชอบดื่มสุรากลั่นชุมชน ที่ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยมีปัจจัยย่อยที่ผู้ที่ชอบดื่มสุราโรงงาน และกลุ่มผู้ที่ชอบดื่มสุรากลั่นชุมชนส่วนใหญ่ ให้ความสำคัญในระดับมากเหมือนกัน คือ ราคาเหมาะสมกับรายได้ของผู้ดื่ม (3.88 ± 0.87 และ 4.15 ± 0.87 ตามลำดับ) (ตารางผนวกที่ 3 และ ตารางผนวกที่ 4) และกลุ่มผู้ที่ชอบดื่มสุรากลั่นชุมชน ส่วนใหญ่ยังให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อย เรื่อง ราคาถูกกว่าเมื่อเทียบกับยี่ห้ออื่นในปริมาณที่เท่ากัน (3.85 ± 0.87) และราคาเหมาะสมกับปริมาณสินค้า (3.68 ± 0.86)

ตารางที่ 4.17 ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกดื่มสุราโรงงานและสุรากลั่นชุมชน

ปัจจัยย่อยด้านราคา		กลุ่มที่ชอบดื่มสุรา	
		สุราโรงงาน	สุรากลั่นชุมชน
1	ราคาเหมาะสมกับปริมาณสินค้า	ปานกลาง	มาก
2	มีราคาหลากหลายตามขนาดบรรจุ	ปานกลาง	ปานกลาง
3	ราคาถูกกว่าเมื่อเทียบกับยี่ห้ออื่นในปริมาณที่เท่ากัน	ปานกลาง	มาก
4	ราคาเหมาะสมกับรายได้ของผู้ดื่ม	มาก	มาก

4.4.3 ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และสถานที่

ความสำคัญของปัจจัยการจัดจำหน่าย และสถานที่ ของกลุ่มผู้ที่ชอบดื่มสุราโรงงาน จากปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ทั้ง 6 ปัจจัยย่อย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญแตกต่างกันไป โดยส่วนใหญ่ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก (ตารางที่ 4.18) ซึ่งใกล้เคียงกับการตอบแบบสอบถามของกลุ่มผู้ที่ชอบดื่มสุรากลั่นชุมชน ที่ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากเช่นกัน โดยมีปัจจัยย่อยที่กลุ่มผู้ที่ชอบดื่มสุราโรงงาน และกลุ่มผู้ที่ชอบดื่มสุรากลั่นชุมชนส่วนใหญ่ ให้ความสำคัญในระดับมากเหมือนกัน คือ มีจำหน่ายอยู่ทั่วไป หาซื้อได้ง่าย (3.92 ± 0.90 และ 3.93 ± 0.83 ตามลำดับ) (ตารางผนวกที่ 5 และ ตารางผนวกที่ 6) สามารถดื่มที่ร้านขายได้ (3.90 ± 0.86 และ 3.76 ± 0.89 ตามลำดับ) มีอาหารหรือกับแกล้มจำหน่ายที่เดียวกันกับสุรา (3.64 ± 0.82 และ 3.58 ± 0.88 ตามลำดับ)

และสถานที่จำหน่ายอยู่ใกล้ที่พักอาศัย (3.50 ± 0.89 และ 3.55 ± 0.76 ตามลำดับ) และกลุ่มผู้ที่ชอบดื่มสุรากลั่นชุมชน ส่วนใหญ่ยังให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมาก เรื่อง ร้านค้าสะอาด ไม่สกปรก (3.58 ± 0.89)

ตารางที่ 4.18 ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และสถานที่ที่มีผลต่อการเลือกดื่มสุราโรงงานและสุรากลั่นชุมชน

ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย และสถานที่		กลุ่มที่ชอบดื่มสุรา	
		สุราโรงงาน	สุรากลั่นชุมชน
1	มีจำหน่ายอยู่ทั่วไป หาซื้อได้ง่าย	มาก	มาก
2	สามารถดื่มที่ร้านขายได้	มาก	มาก
3	ร้านค้าสะอาด ไม่สกปรก	ปานกลาง	มาก
4	สถานที่จำหน่ายอยู่ใกล้ที่พักอาศัย	มาก	มาก
5	มีอาหารหรือกับแกล้มจำหน่ายที่เดียวกันกับสุรา	มาก	มาก
6	ช่วงเวลาในการจำหน่ายตามกฎหมายกำหนด	ปานกลาง	ปานกลาง

4.4.4 ปัจจัยด้านปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ของกลุ่มที่ชอบดื่มสุราโรงงาน จากปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ทั้ง 4 ปัจจัยย่อย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง (ตารางที่ 4.18) ซึ่งสอดคล้องกับการตอบแบบสอบถามของกลุ่มที่ชอบดื่มสุรากลั่นชุมชน ที่ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลางเช่นกัน

ตารางที่ 4.19 ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกดื่มสุราโรงงานและสุรากลั่นชุมชน

ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด		กลุ่มที่ชอบดื่มสุรา	
		สุราโรงงาน	สุรากลั่นชุมชน
1	มีการลดแลกแจกแถมเมื่อซื้อในปริมาณที่มากขึ้น	ปานกลาง	ปานกลาง
2	มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์โดยผู้ขาย	ปานกลาง	ปานกลาง
3	มีกับแกล้มไว้บริการ เช่น ผลไม้ ผลไม้ดอง และผักดอง	ปานกลาง	ปานกลาง
4	มีนโยบายทำประโยชน์ต่อสังคมของผู้ผลิตสุรา	ปานกลาง	ปานกลาง

4.4.5 ภาพรวมของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีความสำคัญต่อการเลือกซื้อสุราโรงงานหรือสุรากลั่นชุมชน

เมื่อนำคะแนนเฉลี่ยของระดับความสำคัญ ของแต่ละปัจจัยย่อยในแต่ละกลุ่มปัจจัยมาหาค่าเฉลี่ย พบว่า กลุ่มผู้ที่ชอบดื่มสุราโรงงานให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายเป็นอันดับแรก (3.58 ± 0.89) (ตารางที่ 4.20) รองลงมา ได้แก่ ด้านราคา (3.56 ± 0.90) ซึ่งแตกต่างกับกลุ่มผู้ที่ชอบดื่มสุรากลั่นชุมชน ที่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาเป็นอันดับแรก (3.73 ± 0.93) รองลงมา ได้แก่ ด้านการจัดจำหน่าย (3.59 ± 0.89) ส่วนปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการส่งเสริมการตลาด นั้น ทั้ง 2 กลุ่ม ให้ความสำคัญเป็นอันดับ 3 และ 4 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.20 ภาพรวมของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อสุราโรงงานและสุรากลั่นชุมชน

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	กลุ่มที่ชอบดื่มสุราโรงงาน			กลุ่มที่ชอบดื่มสุรากลั่นชุมชน		
	ค่าเฉลี่ย \pm S.D.	ความสำคัญ ของปัจจัย	ลำดับ ที่	ค่าเฉลี่ย \pm S.D.	ความสำคัญ ของปัจจัย	ลำดับ ที่
ด้านผลิตภัณฑ์	3.34 ± 0.87	ปานกลาง	3	3.28 ± 0.90	ปานกลาง	3
ด้านราคา	3.56 ± 0.90	มาก	2	3.73 ± 0.93	มาก	1
ด้านการจัดจำหน่าย	3.58 ± 0.89	มาก	1	3.59 ± 0.89	มาก	2
ด้านการส่งเสริมการตลาด	2.84 ± 0.87	ปานกลาง	4	2.76 ± 0.89	ปานกลาง	4