

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

ในการศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมผู้บริโภคในการบริโภค สุราโรงงานกับสุรากลั่นชุมชน ในจังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมผู้บริโภคในการบริโภค สุราโรงงานกับสุรากลั่นชุมชนในจังหวัดเชียงใหม่ ทำการศึกษาโดยใช้แบบสอบถามจากผู้บริโภค ตามร้านค้า และร้านขายสุราย่อย ที่อยู่นอกเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 400 คน แบ่งเป็น กลุ่มผู้ที่ชอบดื่มสุราโรงงาน และกลุ่มผู้ที่ชอบดื่มสุรากลั่นชุมชน จำนวนกลุ่มละ 200 คน สามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ ที่ได้จากการศึกษาดังนี้

5.1 สรุปผลการศึกษา

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มผู้ที่ชอบดื่มสุราโรงงาน และกลุ่มผู้ที่ชอบดื่มสุรากลั่นชุมชน มีลักษณะที่ใกล้เคียงกัน โดยส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 41 - 50 ปี สมรสแล้ว มีสมาชิกในครอบครัว 3 - 4 คน จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น หรือต่ำกว่า ประกอบอาชีพรับจ้างทั่วไป หรือรับจ้างรายวัน และเกษตรกร มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท

2. พฤติกรรมการบริโภคสุราโรงงาน หรือสุรากลั่นชุมชน

กลุ่มผู้ที่ชอบดื่มสุราโรงงานและกลุ่มผู้ที่ชอบดื่มสุรากลั่นชุมชน มีพฤติกรรมในการบริโภคสุราที่เหมือนกันในหลายๆ ด้าน ได้แก่ ส่วนใหญ่ดื่มเพื่อผ่อนคลาย หรือพักผ่อนหลังเลิกงาน เพื่อเข้าสังคม และเพื่อคลายความเครียด โดยเหตุผลที่เลือกดื่มสุราโรงงานหรือสุรากลั่นชุมชน เพราะมีวางขายทั่วไป หรือหาซื้อได้ง่าย ซึ่งทั้งกลุ่มผู้ที่ชอบดื่มสุราโรงงาน และกลุ่มผู้ที่ชอบดื่มสุรากลั่นชุมชน ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่ตัดสินใจซื้อสุรากับตัวเอง นิยมดื่มสุราในช่วงเวลาเย็น ใช้เวลาในการดื่มสุรา ครึ่งชั่วโมง ถึง 1 ชั่วโมงครึ่ง ต่อครั้ง และดื่มสุราครั้งละ 1 ขวดเล็ก หรือครึ่งขวดใหญ่ ชอบดื่มสุราที่ร้านขายสุราแบ่งขาย หรือร้านเหล้าตอง และที่บ้าน หรือที่พักผ่อน (ของตนเองหรือของคนอื่น) นิยมซื้อสุราจากร้านขายสุราแบ่งขาย หรือร้านเหล้าตอง และร้านค้าชุมชน หรือร้านขายของชำ ในกรณีที่ต้องซื้อสุราไปดื่มนอกสถานที่ที่ซื้อ และส่วนใหญ่นิยมซื้อสุราขวดใหญ่ (625 มิลลิลิตร) ในกรณีที่ซื้อเป็นขวด ตลอดจนจนส่วนใหญ่ยังคงดื่มสุราในปริมาณและความถี่ที่เท่าเดิม ในสถานการณ์

ปัจจุบันที่ สุรามีราคาแพงขึ้น รัฐบาลมีการรณรงค์ให้ประชาชน ลด ละ เลิก การดื่มสุรา และมีมาตรการควบคุมต่างๆ

นอกจากนั้นแล้ว กลุ่มผู้ที่ชอบดื่มสุราโรงงานและกลุ่มผู้ที่ชอบดื่มสุรากลั่นชุมชน มีพฤติกรรมในการบริโภคสุราที่ต่างกันหลายๆ ด้าน ได้แก่ กลุ่มผู้ที่ชอบดื่มสุราโรงงานส่วนใหญ่ มีเหตุผลที่เลือกดื่ม คือ เชื่อมั่นในกรรมวิธีการผลิต ว่ามีความปลอดภัยในการบริโภค ในขณะที่กลุ่มผู้ที่ชอบดื่มสุรากลั่นชุมชนส่วนใหญ่ มีเหตุผลที่เลือกดื่มสุรา คือ อุดหนุนผลิตภัณฑ์ในชุมชน และ ยังพบว่า กลุ่มผู้ที่ชอบดื่มสุรากลั่นชุมชนส่วนใหญ่เลือกดื่ม เพราะ มีราคาถูก นอกจากนั้นแล้ว กลุ่มผู้ที่ชอบดื่มสุราโรงงาน ส่วนใหญ่เลือกดื่มชนิดที่มีความแรงของแอลกอฮอล์ 35 ดีกรี ส่วนกลุ่มผู้ที่ชอบดื่มสุรากลั่นชุมชนส่วนใหญ่ เลือกดื่มชนิดที่มีความแรงของแอลกอฮอล์ 28 ดีกรี และกลุ่มผู้ที่ชอบดื่มสุราโรงงาน ส่วนใหญ่ดื่มสุรา 2 – 3 ครั้ง ต่อสัปดาห์ แต่กลุ่มผู้ที่ชอบดื่มสุรากลั่นชุมชน ส่วนใหญ่ดื่มเป็นประจำทุกวัน และกลุ่มผู้ที่ชอบดื่มสุรากลั่นชุมชน ส่วนใหญ่ชอบดื่มสุราเป็นกลุ่ม ในขณะที่กลุ่มผู้ที่ชอบดื่มสุราโรงงาน ส่วนใหญ่ไม่มีลักษณะการดื่มสุราที่เฉพาะเจาะจง และจากการศึกษา ยังพบว่า กลุ่มผู้ที่ชอบดื่มสุราโรงงาน ส่วนใหญ่ชอบดื่มสุราตามสถานที่ที่มีงานเทศกาล หรืองานสังสรรค์

3. ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีความสำคัญต่อพฤติกรรมในการบริโภคสุราโรงงานกับสุรากลั่นชุมชนของผู้ตอบแบบสอบถาม

ด้านผลิตภัณฑ์

กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่ชอบดื่มสุราโรงงาน ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งใกล้เคียงกับกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่ชอบดื่มสุรากลั่นชุมชน ที่ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลางเช่นกัน โดยมีปัจจัยย่อยที่กลุ่มผู้ที่ชอบดื่มสุราโรงงาน และกลุ่มผู้ที่ชอบดื่มสุรากลั่นชุมชนส่วนใหญ่ ให้ความสำคัญในระดับมากเหมือนกัน คือ ผู้ผลิตหรือยี่ห้อเป็นที่รู้จักและคุ้นเคย และความแรงของดีกรีแอลกอฮอล์ ซึ่งกลุ่มผู้ที่ชอบดื่มสุราโรงงานส่วนใหญ่ ให้ความสำคัญในระดับมากกับปัจจัยย่อย เรื่อง การมีอากรแสตมป์ติดบนขวดสุรา และดื่มแล้วไม่มีอาการแสบหรือเมาค้าง และกลุ่มผู้ที่ชอบดื่มสุรากลั่นชุมชนส่วนใหญ่ ให้ความสำคัญในระดับมากกับปัจจัยย่อย เรื่อง เป็นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตอยู่ในชุมชนของตนเอง และความสม่ำเสมอของคุณภาพสุรา

ด้านราคา

กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่ชอบดื่มสุราโรงงาน ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งแตกต่างกับกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่ชอบดื่มสุรากลั่นชุมชน ที่ส่วนใหญ่ ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่กลุ่มผู้ที่ชอบดื่มสุราโรงงาน และกลุ่มผู้ที่ชอบดื่มสุรากลั่นชุมชนส่วนใหญ่ ให้ความสำคัญในระดับมากเหมือนกัน คือ ราคาเหมาะสมกับรายได้ของผู้ดื่ม

และกลุ่มผู้ที่ชอบดื่มสุรากลั่นชุมชน ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยอื่นๆ ในระดับมาก คือ ราคาถูกกว่า เมื่อเทียบกับยี่ห้ออื่นในปริมาณที่เท่ากัน และราคาเหมาะสมกับปริมาณสินค้า

ด้านการจัดจำหน่าย และสถานที่

กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่ชอบดื่มสุราโรงงาน ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก ซึ่งใกล้เคียงกับกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่ชอบดื่มสุรากลั่นชุมชน ที่ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากเช่นกัน โดยมีปัจจัยย่อยที่กลุ่มที่ชอบดื่มสุราโรงงาน และกลุ่มที่ชอบดื่มสุรากลั่นชุมชนส่วนใหญ่ ให้ความสำคัญในระดับมากเหมือนกัน คือ มีจำหน่ายอยู่ทั่วไป หาซื้อได้ง่าย สามารถดื่มที่ร้านขายได้ มีอาหารหรือกับแกล้มจำหน่ายที่เดียวกันกับสุรา และสถานที่จำหน่ายอยู่ใกล้ที่พักอาศัย นอกจากนี้ ยังมีปัจจัยย่อยที่กลุ่มที่ชอบดื่มสุรากลั่นชุมชนให้ความสำคัญในระดับมาก คือ ร้านค้าสะอาด ไม่สกปรก

ด้านการส่งเสริมการตลาด

กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่ชอบดื่มสุราโรงงาน และกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่ชอบดื่มสุรากลั่นชุมชน ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับทุกปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับปานกลางเหมือนกัน

เมื่อนำคะแนนเฉลี่ยของระดับความสำคัญ ของแต่ละปัจจัยย่อยในแต่ละกลุ่มปัจจัยมาหาค่าเฉลี่ย พบว่า กลุ่มที่ชอบดื่มสุราโรงงานให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย เป็นอันดับแรก รองลงมา ได้แก่ ด้านราคา ซึ่งแตกต่างกับ กลุ่มที่ชอบดื่มสุรากลั่นชุมชน ที่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา เป็นอันดับแรก รองลงมา ได้แก่ ด้านการจัดจำหน่าย ส่วนปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการส่งเสริมการตลาด นั้น ทั้ง 2 กลุ่ม ให้ความสำคัญเป็นอันดับ 3 และ 4 ตามลำดับ

5.2 อภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษา เรื่อง การเปรียบเทียบพฤติกรรมผู้บริโภคในการบริโภคสุราโรงงานกับสุรากลั่นชุมชนในจังหวัดเชียงใหม่ จากทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค โดยใช้ 7 คำถาม หรือ 6Ws 1H นำมาวิเคราะห์เพื่อค้นหาคำตอบเกี่ยวกับผู้บริโภค พบว่า

1. ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มที่ชอบดื่มสุราโรงงาน และกลุ่มที่ชอบดื่มสุรากลั่นชุมชน ทั้ง 2 กลุ่ม มีลักษณะใกล้เคียงกัน ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 41 - 50 ปี สมรสแล้ว มีสมาชิกในครอบครัว 3 - 4 คน จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น หรือต่ำกว่า ประกอบอาชีพรับจ้างทั่วไป หรือรับจ้างรายวัน และเกษตรกร มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท ซึ่งสอดคล้องกับผู้บริโภคสุรากลั่นชุมชน ในเขตอำเภอลำปลายมาศ จังหวัดบุรีรัมย์ (สุริฉาย อัง โขรัมย์, 2547)

ผู้บริโภครูปร่างบ้านในจังหวัดลำปางและลำพูน (สุพัฒน์ ไตวิจักษณ์ชัยกุล และคณะ, 2550) และผู้บริโภครูปร่างกลมขนม ในอำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ (สุธีวรรณ ณ เชียงใหม่, 2551) ที่ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาปีที่ 3 มีอาชีพรับจ้างทั่วไป และถูกจ้างทั่วไป รายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท

2. ผู้บริโภคซื้ออะไร

กลุ่มผู้ที่ชอบดื่มสุราโรงงาน ส่วนใหญ่ชอบดื่มสุราที่มีความแรงของแอลกอฮอล์ 35 ดีกรี ส่วนกลุ่มผู้ที่ชอบดื่มสุรากลั่นขนม ส่วนใหญ่ชอบดื่มสุราที่มีความแรงของแอลกอฮอล์ 28 ดีกรี ในขณะที่ ผู้บริโภครูปร่างกลมขนม ในเขตอำเภอลำปายมาศ จังหวัดบุรีรัมย์ (สุริยา อังโธรัมย์, 2547) ชอบดื่มสุราที่มีความแรงของแอลกอฮอล์ 40 ดีกรี ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากความนิยมของผู้บริโภคแต่ละกลุ่ม หรือแต่ละพื้นที่ ที่แตกต่างกัน

3. ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ

กลุ่มผู้ที่ชอบดื่มสุราโรงงานและกลุ่มผู้ที่ชอบดื่มสุรากลั่นขนม ทั้ง 2 กลุ่ม ส่วนใหญ่มีเหตุผลในการดื่มสุราที่ใกล้เคียงกัน คือ เพื่อผ่อนคลายหรือพักผ่อนหลังเลิกงาน เพื่อเข้าสังคม และเพื่อคลายความเครียด ซึ่งใกล้เคียงกับกลุ่มผู้บริโภคในเขตพื้นที่ภาคเหนือ (เทพินทร์ พัชรานุรักษ์, 2541) และผู้บริโภครูปร่างกลม ในเขตอำเภอลำปายมาศ จังหวัดบุรีรัมย์ (สุริยา อังโธรัมย์, 2547) ตลอดจนพฤติกรรมการบริโภคสุราของคนไทย (อุษณีย์ พังปาน, 2549) ที่ว่า การดื่มสุราสามารถช่วยผ่อนคลายกล้ามเนื้อ ลดความเครียด และเพื่อเข้าสังคม

4. ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ

กลุ่มผู้ที่ชอบดื่มสุราโรงงานและกลุ่มผู้ที่ชอบดื่มสุรากลั่นขนม ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่ตัดสินใจซื้อสุราดด้วยตนเอง เหมือนกัน ซึ่งสอดคล้องกับ ผู้บริโภครูปร่างบ้านในจังหวัดลำปางและลำพูน (สุพัฒน์ ไตวิจักษณ์ชัยกุล และคณะ, 2550) ที่พบว่า การตัดสินใจซื้อสุราส่วนใหญ่เป็นการตัดสินใจด้วยตนเอง แต่ไม่สอดคล้องกับผู้บริโภครูปร่างกลมขนม ในอำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ (สุธีวรรณ ณ เชียงใหม่, 2551) ที่เพื่อนเป็นผู้มีส่วนในการตัดสินใจซื้อหรือแนะนำ ทั้งนี้เหตุผลที่ไม่สอดคล้อง อาจเนื่องมาจากการศึกษาของ สุธีวรรณ ณ เชียงใหม่ (2551) เป็นการศึกษาจากผู้บริโภคในระดับอำเภอ ซึ่งแตกต่างจากการศึกษานี้ที่เป็นการศึกษาในระดับจังหวัด

5. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด

กลุ่มผู้ที่ชอบดื่มสุราโรงงานและกลุ่มผู้ที่ชอบดื่มสุรากลั่นขนม ส่วนใหญ่นิยมดื่มสุราในช่วงเวลาเหมือนกัน คือ ช่วงเวลาเย็น และกลุ่มผู้ที่ชอบดื่มสุรากลั่นขนม ส่วนใหญ่ดื่มสุราเป็นประจำทุกวัน ซึ่งสอดคล้องกับพฤติกรรมการบริโภคผู้บริโภครูปร่างกลมขนม ในอำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ (สุธีวรรณ ณ เชียงใหม่, 2551) ที่พบว่า ช่วงเวลาเย็นเป็นช่วงเวลาที่ผู้บริโภครูปร่างกลม

กลิ่นหอมชนบ่อยที่สุด และส่วนใหญ่จะซื้อเป็นประจำวันละหนึ่งครั้ง ในขณะที่กลุ่มผู้ที่ชอบดื่มสุรา โรงงานนั้น ส่วนใหญ่ดื่มสุรา 2-3 ครั้งต่อสัปดาห์ ด้านการใช้เวลาในการดื่มสุรา กลุ่มผู้ที่ชอบดื่มสุรา โรงงานและกลุ่มผู้ที่ชอบดื่มสุรากลิ่นหอมชน ส่วนใหญ่ใช้เวลาในการดื่มสุราแต่ละครั้ง ครั้งชั่วโมงถึง 1 ชั่วโมงครึ่ง เท่ากัน

6. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน

กลุ่มผู้ที่ชอบดื่มสุราโรงงานและกลุ่มผู้ที่ชอบดื่มสุรากลิ่นหอมชน ส่วนใหญ่ซื้อสุราตาม สถานที่ที่ใกล้เคียงกัน คือ ชอบดื่มสุราที่ร้านขายสุราแบ่งขาย หรือร้านเหล้าตอง และที่บ้าน หรือที่พักอาศัย (ของตนเองหรือของคนอื่น) ตลอดจนนิยมซื้อสุราจากร้านขายสุราแบ่งขาย หรือร้านเหล้าตอง และร้านค้าชุมชน หรือร้านขายของชำ ในกรณีที่ต้องซื้อสุราไปดื่มนอกสถานที่ที่ซื้อ ซึ่งสอดคล้องกับ ผู้บริโภคสุรากลิ่น ในเขตอำเภอลำปลายมาศ จังหวัดบุรีรัมย์ (สุริยา อัง โขรัมย์, 2547) ที่ผู้บริโภคสุรา กลิ่นหอมชนส่วนใหญ่จะเลือกซื้อสุราจากร้านค้าปลีกทั่วไปใกล้บ้าน และผู้บริโภคสุรากลิ่นหอมชน ใน อำเภอสนักำแพง จังหวัดเชียงใหม่ (สุวิวรรณ ณ เชียงใหม่, 2551) ที่พบว่า ร้านขายสุราเป็นสถานที่ที่ ผู้บริโภคซื้อสุรากลิ่นหอมชนบ่อยที่สุด

7. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร

กลุ่มผู้ที่ชอบดื่มสุราโรงงานและกลุ่มผู้ที่ชอบดื่มสุรากลิ่นหอมชน ส่วนใหญ่นิยมซื้อและดื่ม สุราในปริมาณที่ใกล้เคียงกัน คือ นิยมซื้อสุราขวดใหญ่ (625 มิลลิลิตร) ในกรณีที่ซื้อเป็นขวด และใน การดื่มสุราแต่ละครั้ง จะดื่มครั้งละ 1 ขวดเล็ก หรือ ครั้งขวดใหญ่ ซึ่งสอดคล้องกับ ผู้บริโภคสุรา พื้นที่บ้านในจังหวัดลำปางและลำพูน (สุพัฒน์ โควิจักษณ์ชัยกุล และคณะ, 2550) ที่ในการซื้อสุราแต่ละ ครั้งจะซื้อไม่เกินครั้งละ 1 ขวด

และจากการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อสุราโรงงาน หรือสุรา กลิ่นหอมชนของผู้บริโภค โดยใช้ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด พบว่า

1. ผลิตภัณฑ์ (Product)

กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่ชอบดื่มสุราโรงงาน ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับ ปัจจัยด้าน ผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งใกล้เคียงกับกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่ชอบดื่มสุรากลิ่นหอมชน ที่ ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลางเช่นกัน โดยมีปัจจัยย่อยที่กลุ่มผู้ที่ชอบดื่มสุราโรงงาน และกลุ่มผู้ที่ชอบดื่มสุรากลิ่นหอมชนส่วนใหญ่ ให้ความสำคัญในระดับมากเหมือนกัน คือ ผู้ผลิตหรือ ยี่ห้อเป็นที่รู้จักและคุ้นเคย และความแรงของดีกรีแอลกอฮอล์ ซึ่งสอดคล้องกับ ผู้บริโภคสุรากลิ่น หอมชน ในเขตอำเภอลำปลายมาศ จังหวัดบุรีรัมย์ (สุริยา อัง โขรัมย์, 2547) ที่ให้ความสำคัญต่อยี่ห้อ ด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง และให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อย เกี่ยวกับ ทรายี่ห้อ ลิ้นค้า รสชาติดีชมกลมกล่อม ดื่มแล้ว ไม่มีอาการแสบหรือไม่เมาค้าง อยู่ในระดับมาก แต่ไม่สอดคล้อง

กับผู้บริหารโกลด์สุรากลั่นชุมชน ในอำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ (สุธีวรรณ ณ เชียงใหม่, 2551) ที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก และให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อย เช่น ผลิตภัณฑ์ได้มาตรฐานไม่มีสารเจือปน บรรลุภัณฑ์สวย และชื่อเสียง ความน่าเชื่อถือของผู้ผลิต/ผู้จำหน่าย

2. ราคา (Price)

กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่ชอบดื่มสุราโรงงาน ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งแตกต่างกับกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่ชอบดื่มสุรากลั่นชุมชน ที่ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่กลุ่มผู้ที่ชอบดื่มสุราโรงงาน และกลุ่มผู้ที่ชอบดื่มสุรากลั่นชุมชนส่วนใหญ่ ให้ความสำคัญในระดับมากเหมือนกัน คือ ราคาเหมาะสมกับรายได้ของผู้ดื่ม ซึ่งสอดคล้องกับ ผู้บริหารโกลด์สุรากลั่นชุมชน ในเขตอำเภอป่าตองมาศ จังหวัดบุรีรัมย์ (สุริยา อังโกรัมย์, 2547) ที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับมาก และให้ความสำคัญกับในระดับมากปัจจัยย่อย เกี่ยวกับ ราคายุติธรรม ราคาเหมาะสมกับปริมาณ และราคาถูก และสอดคล้องกับผู้บริหารโกลด์สุรากลั่นชุมชน ในอำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ (สุธีวรรณ ณ เชียงใหม่, 2551) ที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับมาก และให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อย เกี่ยวกับ ราคาเหมาะสม

3. การจัดจำหน่าย และสถานที่ (Place)

กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่ชอบดื่มสุราโรงงาน ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก ซึ่งใกล้เคียงกับกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่ชอบดื่มสุรากลั่นชุมชน ที่ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากเช่นกัน โดยมีปัจจัยย่อยที่กลุ่มผู้ที่ชอบดื่มสุราโรงงาน และกลุ่มผู้ที่ชอบดื่มสุรากลั่นชุมชนส่วนใหญ่ ให้ความสำคัญในระดับมากเหมือนกัน คือ มีจำหน่ายอยู่ทั่วไป หาซื้อได้ง่าย สามารถดื่มที่ร้านขายได้ มีอาหารหรือกับแกล้มจำหน่ายที่เดียวกันกับสุรา และสถานที่จำหน่ายอยู่ใกล้ที่พักอาศัย ซึ่งสอดคล้องกับ ผู้บริหารโกลด์สุรากลั่นชุมชน ในอำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ (สุธีวรรณ ณ เชียงใหม่, 2551) ที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับมาก และให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อย เช่น ใกล้ที่พัก/ที่ทำงาน หาซื้อสะดวก และที่จอดรถสะดวก แต่ไม่สอดคล้องกับ ผู้บริหารโกลด์สุรากลั่นชุมชน ในเขตอำเภอป่าตองมาศ จังหวัดบุรีรัมย์ (สุริยา อังโกรัมย์, 2547) ที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายโดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง และให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อย เกี่ยวกับ ร้านสะดวกซื้อ และร้านค้าชุมชน

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่ชอบดื่มสุราโรงงาน และกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่ชอบดื่มสุรากลั่นชุมชน ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับทุกปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับปานกลาง

เหมือนกัน ซึ่งสอดคล้องกับ ผู้บริโภคสุรากลั่นชุมชน ในเขตอำเภอลำปลายมาศ จังหวัดบุรีรัมย์ (สุริยา อังโธรัมย์, 2547) ที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง และให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อย เกี่ยวกับ การเปิดให้มีการจำหน่ายอย่างเสรี แต่ไม่สอดคล้องกับ ผู้บริโภคสุรากลั่นชุมชนในอำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ (สุธีวรรณ ณ เชียงใหม่, 2551) ที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับมาก และให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อย เช่น การแต่งกายของพนักงานขาย อธิษาศัยของพนักงานขาย และการลดราคาเมื่อซื้อปริมาณมาก

เมื่อนำคะแนนเฉลี่ยของระดับความสำคัญ ของแต่ละปัจจัยย่อยในแต่ละกลุ่มปัจจัยมาหาค่าเฉลี่ย พบว่า กลุ่มผู้ที่ชอบดื่มสุราโรงงานให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย เป็นอันดับแรก รองลงมา ได้แก่ ด้านราคา ซึ่งแตกต่างกับ กลุ่มผู้ที่ชอบดื่มสุรากลั่นชุมชน ที่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา เป็นอันดับแรก รองลงมา ได้แก่ ด้านการจัดจำหน่าย ซึ่งไม่สอดคล้องกับ ผู้บริโภคสุราพื้นบ้านในจังหวัดเชียงใหม่และจังหวัดลำพูน (ชนิตา พันธุ์มณี, 2548) ที่ให้ความสำคัญด้านผลิตภัณฑ์มาเป็นอันดับที่ 1

5.3 ข้อค้นพบ

1. มีผู้ประกอบการที่ยื่นขออนุญาตผลิตสุรากลั่นชุมชนในเกือบทุกอำเภอ ของจังหวัดเชียงใหม่ แต่พบว่า มีสุรากลั่นชุมชนที่ผลิตนอกเขตจังหวัดเชียงใหม่ ที่ได้รับความนิยมในการดื่มของผู้บริโภค เช่น ยี่ห้อมแม่ปิง ซึ่งผลิตในจังหวัดลำพูน และยี่ห้อมสักทองแพร์ ซึ่งผลิตในจังหวัดแพร่ เป็นต้น
2. พฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มผู้ที่ชอบดื่มสุราโรงงาน และกลุ่มผู้ที่ชอบดื่มสุรากลั่นชุมชน ส่วนใหญ่มีลักษณะที่คล้าย หรือใกล้เคียงกัน แต่พบว่า มีบางประเด็นที่ต่างกัน คือ กลุ่มผู้ที่ชอบดื่มสุราโรงงานส่วนใหญ่ มีเหตุผลที่เลือกดื่ม คือ เชื่อมั่นในกรรมวิธีการผลิต ว่ามีความปลอดภัยในการบริโภค ในขณะที่กลุ่มผู้ที่ชอบดื่มสุรากลั่นชุมชนส่วนใหญ่ มีเหตุผลที่เลือกดื่ม คือ มีราคาถูกและอุดหนุนผลิตภัณฑ์ในชุมชน
3. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีส่วนในการเลือกซื้อสุรา ของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่ชอบดื่มสุราโรงงาน และกลุ่มที่ชอบดื่มสุรากลั่นชุมชน ส่วนใหญ่มีลักษณะที่คล้าย หรือใกล้เคียงกัน แต่มีบางประเด็นที่ต่างกัน คือ กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่ชอบดื่มสุรากลั่นชุมชนให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านราคา มากกว่ากลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่ชอบดื่มสุราโรงงาน โดยเฉพาะปัจจัยย่อยเรื่อง ราคาเหมาะสมกับปริมาณสินค้า และราคาถูกกว่าเมื่อเทียบกับยี่ห้อมอื่นในปริมาณที่เท่ากัน

4. จากสถานการณ์ที่ สุราที่มีราคาแพงขึ้น รัฐบาลมีการรณรงค์ให้ประชาชน ลด ละ เลิก การดื่มสุรา ตลอดจนรัฐบาลมีมาตรการควบคุมการดื่ม และจำหน่ายสุราต่างๆ พบว่า มีผลทำให้กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามบางส่วนลดปริมาณ และความถี่ในการดื่มลง แต่ส่วนใหญ่ยังคงดื่มสุราในปริมาณ และความถี่ที่เท่าเดิม

5.4 ข้อเสนอแนะ

1. โรงงานสุรา ควรหาวิธีการต่างๆ เพื่อลดต้นทุนในการผลิตสุราโรงงาน โดยอาจปรับในส่วนของวัตถุดิบ กระบวนการผลิต ตลอดจนกระบวนการสนับสนุนต่างๆ แต่คงไว้ซึ่งคุณภาพ และความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้เพื่อสนับสนุนการวางกลยุทธ์ทางการตลาด ด้านราคา ของโรงงานสุราต่อไป

2. ผู้ผลิตสุรากลั่นชุมชน ควรหามาตรการหรือวิธีการเพื่อสร้างความมั่นใจให้ผู้บริโภค เชื่อมั่นในคุณภาพ และความปลอดภัยของสุรากลั่นชุมชน โดยอาจขอการสนับสนุนจากหน่วยงานราชการในการให้ความรู้ด้านการผลิต การควบคุมคุณภาพ ตลอดจนข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาในอนาคต

3. รัฐบาลและหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการรณรงค์ ให้ประชาชน ลด ละ เลิก การดื่มสุรา ควรหามาตรการใหม่ๆ และมีมาตรการควบคุมเพิ่มเติม เพื่อให้ได้ผลสัมฤทธิ์ตามเป้าหมายที่วางไว้ ตลอดจนให้ความสำคัญในเรื่อง คุณภาพของสุรา เพื่อความปลอดภัยของผู้บริโภค