

การพัฒนาเครื่องมือช่วยในการถามปริมาณการดื่ม
“THAI Drinking Survey Guide v.9”

วินัส แก้วอยู่
กนิษฐา ไทยกล้า

ได้รับทุนสนับสนุนโดย
ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา (ศวส.)
กุมภาพันธ์ 2567

บทนำ

หลังจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 คลี่คลาย ในปี 2565 ตลาดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มีมูลค่าถึง 490,680 ล้านบาท ขยายตัว 8.9% จากปีก่อน ซึ่งผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่จำหน่ายในไทยมี 3 กลุ่มหลัก ได้แก่ เบียร์ (Beer) สุรา (Spirit) และไวน์ (Wine) โดยเบียร์ครองส่วนแบ่งตลาดสูงสุด 55% ของมูลค่าการจำหน่ายในประเทศ รองลงมาได้แก่ สุรา 37% และไวน์ 7% ซึ่งเบียร์ที่จำหน่ายในไทยส่วนใหญ่กว่า 99% อยู่ในกลุ่มเบียร์ลาเกอร์ (Lager Beer) รองลงมา คือ เบียร์ดำ (Dark Beer) และเบียร์ไร้แอลกอฮอล์ (Non Alcoholic Beer) โดยเบียร์ลาเกอร์ที่จำหน่ายในไทย ได้แก่ เบียร์สิงห์ (SINGHA) เบียร์ลีโอ (LEO) เบียร์ช้าง (Chang) ไฮเนเก้น (Heineken) และบัดด์ไวท์เซอร์ (Budweiser) เป็นต้น สำหรับสุราพบว่า สุรากลั่นชุมชน แบรินค์รวงข้าว มีส่วนแบ่งตลาดสูงสุด 30.9% รองลงมา ได้แก่ สุรากลั่นสี หงษ์ทอง มีสัดส่วน 11.4% เบลนด์ 285 มีสัดส่วน 11.2% รีเจนซี่ มีสัดส่วน 3.6% แสงโสม มีสัดส่วน 3% และ แม่โขง มีสัดส่วน 2.5% โดยในปี 2565 มีมูลค่าการจำหน่ายรวม 182,404 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 1.2% จากปีก่อน ส่วนไวน์ที่ได้รับความนิยมในไทยกว่า 93% คือ ไวน์องุ่น ประกอบไปด้วยไวน์แดง อยู่ที่ 80.1% ของปริมาณการจำหน่ายทั้งหมดในตลาด รองลงมาได้แก่ ไวน์โรเซ่ (Rosé Wine) อยู่ที่ 0.4% และ ไวน์ขาว (White Wine) อยู่ที่ 12.4% ตลาดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทยปี 2566 มีมูลค่าประมาณ 5.32 แสนล้านบาท ขยายตัว 8.4% จากปีก่อน และจะยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่องในอีก 4 ปีข้างหน้า คิดเป็นอัตราการเติบโตเฉลี่ย 5.9% ต่อปี จากการที่ภาครัฐมีการปลดล็อกให้ผลิตเบียร์-สุราที่บ้านเสรีเป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนการเติบโตของอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (ศิริวรรณ อรรถสุวรรณ 2566) และจากการสำรวจการตลาดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์บนอินเทอร์เน็ตปี 2566 พบว่า เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่โพสต์ขายมีทั้งสิ้น 18 ประเภท จาก 546 ยี่ห้อ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีจำนวนชนิดที่โพสต์มากที่สุด คือ กลุ่มไวน์ต่างประเทศ ร้อยละ 20.1 รองมาคือ สุราสีต่างประเทศ ร้อยละ 16.5 สุราขาว สุรากลั่นในประเทศ ร้อยละ 13.0 คราฟท์เบียร์ไทย ร้อยละ 9.2 เบียร์ต่างประเทศ ร้อยละ 6.4 เหล้าบ๊วย ร้อยละ 4.4 และสุราสีในประเทศ ร้อยละ 4.2 โดยตรายี่ห้อของสุราขาว สุรากลั่นในประเทศ เบียร์ไทย คราฟท์เบียร์ไทย เบียร์ต่างประเทศ และโซจู มีจำนวนเพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมา (กนิษฐา ไทยกล้า 2566) การเพิ่มขึ้นดังกล่าวเป็นความท้าทายอย่างยิ่งในการสำรวจพฤติกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศไทยที่จะได้ข้อมูลปริมาณการดื่มของคนไทยในช่วงที่ผ่านมา ก่อนการสำรวจ โดยในปี 2559 ได้มีการพัฒนาเครื่องมือช่วยในการถามปริมาณการดื่ม “THAI Drinking Survey Guide v.7” ช่วยในการถามปริมาณการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งเครื่องมือดังกล่าวมีความล้ำสมัย ไม่ครอบคลุมชนิด ประเภท ดัชนี ประกอบกับขนาดบรรจุภัณฑ์มีการเปลี่ยนแปลงไป ดังนั้นการสำรวจในครั้งนี้ช่วยให้ได้เครื่องมือช่วยในการถามปริมาณการดื่มของคนไทยที่สอดคล้องกับการตลาดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทยที่เป็นปัจจุบัน

วัตถุประสงค์

1. เพื่อสำรวจราคา ปริมาตร ความเข้มข้นของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่จำหน่ายในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่
2. เพื่อพัฒนาเครื่องมือช่วยในการถามปริมาณการดื่ม “THAI Drinking Survey Guide v.9”

คำนิยามศัพท์

- จุดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แบบไม่มีที่นั่งดื่ม ประกอบด้วย ซูเปอร์คอนวีเนียนสโตร์, ซูเปอร์มาร์เก็ต, ไฮเปอร์มาร์เก็ต, ร้านสะดวกซื้อ และร้านขายของชำในชุมชน
- เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ประกอบด้วย RTD ไชเดอร์ น้ำผลไม้ผสมแอลกอฮอล์, คราฟท์เบียร์ไทย, ไชจู, เบียร์ต่างประเทศ, เบียร์ไทย, มัคกอลี, ไวน์ต่างประเทศ, ไวน์ไทย, สาเก, สุราขาว สุรากลั่นในประเทศ, สุราขาวต่างประเทศ vodka gin เตกีล่า, สุราสีต่างประเทศ, สุราสีในประเทศ, เหล้าบ๊วย, สาโท เป็นต้น

ระเบียบวิธี

โครงการนี้ประกอบด้วย 2 ส่วน คือ

1. การสำรวจเชิงปริมาณแบบเร่งด่วน เก็บรวบรวมข้อมูลประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ตรายี่ห้อ ราคา ปริมาตร ความเข้มข้นของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ณ จุดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ดังนี้
 - เก็บข้อมูลจุดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แบบไม่มีที่นั่งดื่มในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ ซึ่งเป็นพื้นที่ท่องเที่ยว และพื้นที่จังหวัดเพชรบูรณ์ ด้วยวิธีการสังเกตแบบมีส่วนร่วม ณ จุดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามประเภทของจุดจำหน่าย

จุดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แบบไม่มีที่นั่งดื่ม	เชียงใหม่	เพชรบูรณ์
ซูเปอร์มาร์เก็ต เช่น Tops supermarket, Rimping Supermarket	2 แห่ง	
ไฮเปอร์มาร์เก็ต เช่น Lotus's, Big C, Makro, GO Wholesale	4 แห่ง	1 แห่ง
ร้านสะดวกซื้อ เช่น 7-ELEVEN, ร้านถูกดี มีมาตรฐาน, Lotus's Go Fresh, Big C Mini	4 แห่ง	1 แห่ง
ร้านขายของชำ	2 แห่ง	
รวม	12 แห่ง	2 แห่ง

- รวบรวมข้อมูลประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ตรายี่ห้อ ราคา ปริมาตร ความเข้มข้นของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากฐานข้อมูลราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของโครงการ “การใช้ระบบปัญญาประดิษฐ์ในการเฝ้าระวังรูปแบบแนวโน้มการตลาดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์บนอินเทอร์เน็ต ปี พ.ศ. 2566”
- 2. บริหารจัดการข้อมูลด้วยการจัดหมวดหมู่ประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ตรวจสอบความครบถ้วน ความถูกต้องของข้อมูล
- 3. นำข้อมูลที่ได้มาพัฒนา ปรับปรุงเครื่องมือช่วยในการถามปริมาณการดื่ม 2 รูปแบบ คือ
 - “THAI Drinking Survey Guide” ให้มีความทันสมัยสอดคล้องกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่วางจำหน่ายทั้งออฟไลน์และออนไลน์
 - ฐานข้อมูลประเภท ตรายี่ห้อ ความเข้มข้น (ดีกรี) ปริมาตรของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ขายในประเทศไทย เพื่อใช้สำหรับงานสำรวจพฤติกรรมกรรมการดื่ม
 - ภาชนะแบ่งดื่ม (ริน) เครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ผลการสำรวจ

ผลการสำรวจเชิงปริมาณแบบเร่งด่วน เก็บรวบรวมข้อมูลประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ตรายี่ห้อ ราคา ปริมาตร ความเข้มข้นของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ณ จุดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทั้งสิ้น 14 แห่ง ตรายี่ห้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่นิยมวางจำหน่าย 10 ลำดับ แยกตามประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่นิยมวางจำหน่าย ได้ดังนี้

- เบียร์ในประเทศที่จำหน่ายมีจำนวน 14 ตรายี่ห้อ ตรายี่ห้อที่นิยมวางจำหน่ายมากที่สุด คือ ช้าง รongมา คือ ลีโ, สิงห์, Carabao, CHEERS, MY Beer, SNOWY, ARCHA, Tawandang และ FULL MOON ตามลำดับ
- เบียร์ต่างประเทศที่จำหน่ายมีจำนวน 32 ตรายี่ห้อ ตรายี่ห้อที่นิยมวางจำหน่ายมากที่สุด คือ Heineken รongมา คือ Hoegaarden, Budweiser, San Miguel, Asahi, Federbräu, LAO, kaiserdom, Tiger และ Oettinger ตามลำดับ
- สุราสีในประเทศที่จำหน่ายมีจำนวน 17 ตรายี่ห้อ ตรายี่ห้อที่นิยมวางจำหน่ายมากที่สุด คือ BLEND 285 รongมา คือ แสงโสม, หงส์ทอง, Galaxy, Meridian, GRANDE, แม็โขง, CROWN 99, มังกรทอง, และยุงทอง ตามลำดับ
- สุราสีต่างประเทศที่จำหน่ายมีจำนวน 115 ตรายี่ห้อ ตรายี่ห้อที่นิยมวางจำหน่ายมากที่สุด คือ JOHNNIE WALKER รongมา คือ Jack Daniel's, 100 Pipers, Chivas, ROYAL STAG, JAMESON, Dewar's, Benmore, Captain Morgan, และ Ballantine's ตามลำดับ

- สุราขาว สุรากลั่นในประเทศที่จำหน่ายมีจำนวน 28 ตรายี่ห้อ ตรายี่ห้อที่นิยมวางจำหน่ายมากที่สุด คือ นิยมไทย รongมา คือ ตะวันแดง, รวงข้าว, เชียงซุน, CHALONG BAY, Uncle Tom Spirit, เขี้ยวเงิน, แม่วังวารี, RED COCK และปลามังกร ตามลำดับ
- สุราขาว สุรากลั่นต่างประเทศที่จำหน่ายมีจำนวน 77 ตรายี่ห้อ ตรายี่ห้อที่นิยมวางจำหน่ายมากที่สุด คือ Gilbey's รongมา คือ SMIRNOFF, Absolut, kulov, PHOENIX, Bacardi, BOMBAY, Sierra, Gordon's และ Martini ตามลำดับ
- โขจู ที่จำหน่ายมีจำนวน 18 ตรายี่ห้อ ตรายี่ห้อที่นิยมวางจำหน่ายมากที่สุด คือ GEONBAE รongมา คือ Chum Churum, JINRO, SEONMUL, TAE YANG, SMIRNOFF, THE NANDA, Chuga, Sunhan Charm และ Bohae ตามลำดับ
- น้ำผลไม้ผสมแอลกอฮอล์ RTD ที่จำหน่ายมีจำนวน 32 ตรายี่ห้อ ตรายี่ห้อที่นิยมวางจำหน่ายมากที่สุด คือ SPY รongมา คือ SMIRNOFF, FULL MOON, SUNTORY, Hoshi, Brothers Cider, BAMBAM!, Zeltzer Fizz, RIO และ JINRO ตามลำดับ

ระดับความแรงของแอลกอฮอล์ในเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	ระดับความแรงแอลกอฮอล์ % : Mode(Min-Max)
RTD ไชเตอร์	5(3-9)
คราฟท์เบียร์ไทย	5(3.4-7.5)
คราฟท์เบียร์ต่างประเทศ	5(3.8-9.5)
แชมเปญ	12(6.9-12.5)
โซจู	12(3-25)
น้ำผลไม้ผสมแอลกอฮอล์	9(3-9)
เบียร์ต่างประเทศ	5(0.5-9)
เบียร์ไทย	5(3-6.5)
มักกอลลี	6(3-6)
ไวน์ต่างประเทศ	13.5(5.5-20)
ไวน์ไทย	11.5(8-13)
สปาร์คกลิ้ง	11.5(5.59-13.89)
สาเก	15(5-17)
สุราขาว สุรากลั่นในประเทศ	350(15-45)
สุราขาวต่างประเทศ vodka gin เตกีล่า	40(10.5-69)
สุราแช่ผลไม้	15(15-15)

ประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	ระดับความแรงแอลกอฮอล์ % : Mode(Min-Max)
สุราสีต่างประเทศ	40(11-58.5)
สุราสีในประเทศ	35(17-40)
เหล้าขาว	15(5-20)
อุ กระช่ สาโท หวาก	14(6.5-14)

เครื่องมือช่วยในการถามปริมาณการดื่ม “THAI Drinking Survey Guide” รุ่น 8 (เอกสารแนบ)
โดยออกแบบให้เป็นแผ่นพับขนาด A3 พับครึ่ง จำนวน 4 หน้า ดังนี้

- หน้า 1 ปกหน้า





ทั้งนี้ภาพภาชนะได้นำไปใช้ในการจัดทำภาพประกอบสำหรับการสำรวจพฤติกรรมการดื่ม (เอกสารแนบ ภาชนะแบ่งตี๋ม(ริน)เครื่องตี๋มแอลกอฮอล์)

ฐานข้อมูลตรายี่ห้อ ความเข้มข้น (ดีกรี) ปริมาตรของเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ที่ขายในประเทศไทย เพื่อใช้สำหรับงานสำรวจพฤติกรรมการดื่ม (เอกสารแนบ บัญชีตรายี่ห้อ เครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ที่กำหนด ณ จุดจำหน่าย ปี พ.ศ. 2567)