

ร่องรอยคุมเข้มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หลังพบร้านค้าจัดโปรโมชั่นช่วงเทศกาล

ประเทศไทยมีปริมาณการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากที่สุดในประเทศหนึ่ง รัฐบาลจึงให้จึงออกมาตรการต่างๆ เพื่อควบคุมปริมาณการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เช่น การเรียกเก็บภาษีสรรพสามิตสุราเพื่อควบคุมและจำกัดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงราคาและการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศ

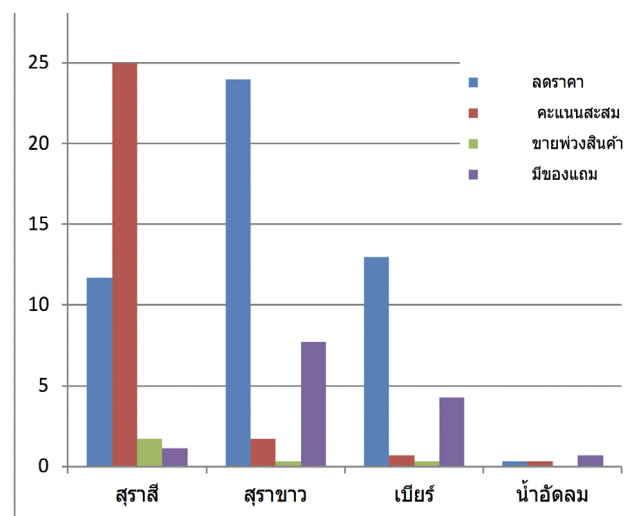
ในขณะที่ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือเป็นพื้นที่ที่มีความชุกของนักดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์สูงรองจากภาคเหนือ โดยขอนแก่นและมหาสารคาม เป็นพื้นที่ที่มีการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์สูงขึ้นไปอย่างต่อเนื่อง โดยที่ขอนแก่นมีความชุกของนักดื่มในประชากรตั้งแต่ อายุ 20 ปีขึ้นไปสูงถึง 46.9 % ซึ่งสูงเป็นอันดับ 6 ของประเทศ ในส่วนจังหวัดมหาสารคามมีความชุกของนักดื่มในประชากรตั้งแต่ อายุ 20 ปีขึ้นไปร้อยละ 40.8%

‘ศรัณญา รักสงฆ์’ จึงได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ‘พฤติกรรมและกลไกการตั้งราคาขายปลีกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในจังหวัดมหาสารคามและขอนแก่น’ เพื่อศึกษาพฤติกรรมและกลไกการตั้งราคาขายปลีกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ รวมทั้งปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการขึ้นราคาขายปลีกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในจังหวัดมหาสารคามและขอนแก่น โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการธุรกิจขายปลีกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จำนวน 400 ราย

ผลการศึกษาพบว่า ลูกค้ายิ่งสำคัญในการกำหนดราคาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หมายถึงทางร้านจะคำนึงถึงความต้องการของลูกค้าในช่วงเวลาต่างๆ โดยเฉพาะในช่วงเทศกาล และยังคงคำนึงถึงรายได้ และอาชีพของลูกค้าในการกำหนดราคาขายปลีกด้วย ส่วนเรื่องคู่แข่งก็เป็นอีกปัจจัยที่มีผลต่อการตั้งราคาขายปลีกเบียร์และสุราขาว โดยผู้ประกอบการมักจะกำหนดราคาที่ต่ำกว่าคู่แข่งเล็กน้อยหรือเท่ากับคู่แข่ง

“เรื่องแรกที่ทางร้านจะนำมาคิดเพื่อตั้งราคาสินค้าคือความต้องการของลูกค้า อย่างช่วงเทศกาลมีความต้องการมากกว่าปกติ ก็อาจตั้งราคาสูงขึ้นได้ หรือที่ตั้งของร้านอยู่ในทำเลกลุ่มลูกค้าแบบไหนอย่างไรในชุมชน ในเมือง กลุ่มลูกค้าก็ต่างกัน การตั้งราคาก็อาจต่างกัน” นักวิจัยอธิบาย

เมื่อพิจารณาถึงปัจจัยในการตั้งราคาสินค้าเครื่องดื่มประเภท ‘สุราสี’ จะพบว่า ผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับคู่แข่งมากที่สุด รองลงมาคือต้นทุน ในขณะที่ การกำหนดราคาสุราขาวเบียร์ และ น้ำอัดลม ขึ้นอยู่กับต้นทุน และเป็นสิ่งที่สังเกตว่า นโยบายรัฐบาลมีผลต่อการตั้งราคาสุราสีค่อนข้างมาก เมื่อเปรียบเทียบกับเครื่องดื่มประเภทอื่น โดยเฉพาะการกำหนดราคาน้ำอัดลม ซึ่งผู้ประกอบการแทบไม่นำนโยบายรัฐบาลมาเป็นส่วนในการกำหนดราคาเลย



สำหรับกลยุทธ์การขาย พบว่า เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ทั้งสุราขาว และเบียร์ มีการปรับใช้กลยุทธ์การลดราคา สำหรับ สุราสี ผู้ประกอบการมักใช้กลยุทธ์การสะสมคะแนนเป็นหลัก ส่วนการพ่วงของแถม มักเป็นกลยุทธ์ที่ใช้กับเครื่องดื่มประเภทสุราขาว และ เบียร์

นักวิจัยให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมว่า รัฐบาลควรเคร่งครัดกับมาตรการเดิมที่มีอยู่ เช่น การกำหนดใบอนุญาต มาตรการกำหนดอายุ และช่วงเวลาจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เนื่องจากพบว่า ยังมีผู้ประกอบการบางรายไม่ปฏิบัติตามมาตรการดังกล่าว ทำให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้มากขึ้น