

## บทที่ 1

### บทนำ

#### ความสำคัญของการศึกษา

ประเทศไทยมีผลไม้มากมายหลายชนิดและมีตลอดทั้งปี ซึ่งแต่ละฤดูกาลจะมีผลไม้แตกต่างกัน ผลไม้เหล่านี้เมื่อถึงฤดูกาลแล้วมีปริมาณมากจนเกินความต้องการของผู้บริโภคทำให้มีปริมาณล้นตลาดส่งผลให้ราคาผลไม้ลดลง การที่จะเก็บไว้ใช้ในฤดูกาลอื่นก็มีหลายกรรมวิธี ทั้งนี้ผลไม้ที่ผ่านกรรมวิธีการแปรรูปแล้วมักมีคุณภาพไม่ดีเท่าผลไม้สด แต่เป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าได้ เมื่อดูจากการแปรรูปนำมาซึ่งผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีรสชาติ สี สัน กลิ่น ตลอดจนรูปร่างแตกต่างไปจากเดิม ซึ่งการทำไวน์ผลไม้ถือเป็นการแปรรูปผลไม้วิธีหนึ่งที่น่าสนใจอย่างแพร่หลายในปัจจุบัน

ในช่วงเวลา 4-5 ปีที่ผ่านมา ไวน์ได้กลายมาเป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ได้รับความนิยมชาวไทยขึ้นชอบเป็นอย่างมาก สาเหตุเนื่องมาจากสภาพเศรษฐกิจของไทยมีอัตราการเจริญเติบโตสูงอย่างต่อเนื่องส่งผลให้กำลังซื้อของประชาชนเพิ่มขึ้น ทำให้ผู้บริโภคหันมาดื่มไวน์เพื่อแสดงถึงฐานะและรสนิยมมากขึ้น ประกอบกับคุณสมบัติของไวน์เป็นที่ได้รับการยอมรับว่า การดื่มไวน์แดงเป็นประจำทุกวัน วันละ 1-3 แก้วอย่างสม่ำเสมอร่วมกับมีการออกกำลังกาย และรับประทานอาหารอย่างถูกวิธีจะทำให้อัตราการป่วยด้วยโรคหลอดเลือดและลิ้นหัวใจอุดตันต่ำกว่าผู้ที่ไม่ได้ดื่มไวน์หรือเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์เลย ทั้งนี้เนื่องมาจากการดื่มไวน์แดงในปริมาณที่พอดีอย่างสม่ำเสมอมีส่วนช่วยควบคุมคอเลสเตอรอล ไลโปโปรตีน (Lipoprotein (a) หรือ Lp (a)) ให้มีระดับต่ำหรือหมดไปจากหลอดเลือด ทำให้กระแสเลือดวิ่งได้คล่องตัว ไม่จับติดอุดตันที่ลิ้นหัวใจทำให้โอกาสเป็นโรคหลอดเลือดลิ้นหัวใจอุดตันน้อยลง (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2539.) จึงส่งผลให้ผู้ที่ชอบดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์แต่ยังคงสนใจต่อสุขภาพของตนเอง เริ่มดื่มไวน์โดยเฉพาะไวน์แดงกันมากขึ้น และจากการที่ประเทศไทยได้มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวในช่วงปลายปี พ.ศ. 2540 ที่ผ่านมามีนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาในประเทศไทยเป็นจำนวนมาก ส่งผลให้ปริมาณการจำหน่ายไวน์ที่ผลิตในประเทศไทยเพิ่มสูงขึ้นในปัจจุบัน และเนื่องจากไวน์เป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ได้รับความนิยมมากขึ้นของผู้บริโภค ทำให้มีผู้สนใจผลิตไวน์ขึ้นเองในประเทศ ทั้งการผลิตไวน์ที่ทำจากพันธุ์องุ่นในประเทศและพันธุ์องุ่นที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ รวมถึงไวน์ที่

ผลิตจากพืชพันธุ์ผลไม้ที่หาได้ภายในประเทศ ประกอบกับกรรมวิธีการผลิตมิได้ซับซ้อนมากนัก ทำให้การผลิตไวน์ในประเทศสามารถทดแทนปริมาณการนำเข้าไวน์จากต่างประเทศ และเป็นแนวทางหนึ่งในการส่งเสริมอาชีพให้กับคนไทย

ตารางที่ 1 ปริมาณการผลิตไวน์ในประเทศและปริมาณการนำเข้าไวน์จากต่างประเทศ

	2537	2538	2539	2540	2541
การผลิตไวน์ในประเทศ					
ปริมาณ (ลิตร)	165,725	107,245	222,255	196,152	1,307,957
มูลค่า (บาท)	16,857,613	13,421,733	30,737,330	38,086,833	261,591,400
การนำเข้าไวน์จากต่างประเทศ					
ปริมาณ(ลิตร)	3,174,585	4,885,492	10,109,202	6,880,081	2,859,400
มูลค่า(บาท)	-	-	-	450,916,286	184,501,403
ปริมาณรวม(ลิตร)	3,340,310	4,992,737	10,331,457	7,076,233	4,167,357
มูลค่ารวม(บาท)	-	-	-	489,003,119	446,092,803
อัตราการขยายตัว * (ร้อยละ)					
ไวน์ในประเทศ	-	-35.29	107.24	-11.24	566.81
ไวน์จากต่างประเทศ	-	53.89	106.92	-31.94	-58.44
ไวน์รวม	-	49.47	106.93	-31.51	-41.11
สัดส่วน * (ร้อยละ)					
ไวน์ในประเทศ	4.96	2.15	2.15	2.77	31.39
ไวน์จากต่างประเทศ	95.04	97.85	97.85	97.23	68.61
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

หมายเหตุ: 1. \* อัตราการขยายตัวและสัดส่วนคิดจากปริมาณไวน์

2. ปี 2537 – 2539 ไม่มีข้อมูลมูลค่าการนำเข้าไวน์จากต่างประเทศ

ที่มา: กรมสรรพสามิต กระทรวงการคลัง (2537-2541)

จากการพิจารณาทิศทางการผลิตไวน์ทั้งปริมาณและมูลค่าตั้งแต่ปี 2537–2541 มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น (ตารางที่ 1) โดยในปี 2537 ปริมาณการผลิตไวน์รวม 0.17 ล้านลิตร มีมูลค่า 16.86 ล้านบาท และเริ่มสูงขึ้นมากในปี 2539 โดยผลิตไวน์ได้จำนวน 0.22 ล้านลิตร มีมูลค่า 30.7 ล้านบาท และในปี 2540 แม้ปริมาณการผลิตไวน์ได้ลดลงเพียงเล็กน้อยจากปี 2539 โดยผลิตได้จำนวน 0.20 ล้านลิตร แต่มูลค่ากลับเพิ่มสูงขึ้นกว่าปี 2539 โดยมีมูลค่าทั้งสิ้น 38.1 ล้านบาท ต่อมาในปี 2541 สามารถผลิตไวน์ได้มากกว่าทุกปีที่ผ่านมาโดยผลิตได้จำนวน 1.31 ล้านลิตร ซึ่งปริมาณการผลิตได้ขยายตัวเพิ่มขึ้นมากถึงกว่า 5 เท่าตัว

ในขณะที่ทิศทางการผลิตไวน์ในประเทศมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นนั้น เป็นที่น่าสังเกตว่า ปริมาณการนำเข้าไวน์จากต่างประเทศกลับเริ่มลดลงนับตั้งแต่ปี 2540 เป็นต้นมา โดยก่อนหน้านี้ ปริมาณการนำเข้าไวน์ได้เพิ่มขึ้นทุกปี ได้แก่ ปี 2537 นำเข้าจำนวน 3.2 ล้านลิตร ปี 2538 นำเข้าจำนวน 4.9 ล้านลิตร และปี 2539 นำเข้าถึงจำนวน 10.11 ล้านลิตร แต่ในปี 2540 กลับมีการนำเข้าไวน์ลดลง โดยมีปริมาณเพียงจำนวน 6.88 ล้านลิตร คิดเป็นมูลค่าตามราคา CIF จำนวน 450.92 ล้านบาท และในปี 2541 ปริมาณการนำเข้าไวน์กลับลดลงไปโดยมีปริมาณเหลือเพียง จำนวน 2.86 ล้านลิตร คิดเป็นมูลค่า 184.50 ล้านบาท และเมื่อพิจารณาถึงอัตราการขยายตัวของ ปริมาณการนำเข้าไวน์พบว่า การนำเข้าในปี 2539 ขยายตัวกว่าปี 2538 ประมาณหนึ่งเท่าตัว แต่เมื่อถึงปี 2540 ปริมาณการนำเข้าไวน์กลับลดลงโดยลดลงจากปี 2539 ในอัตรา ร้อยละ 32 และปี 2541 ลดลงจากปี 2540 ร้อยละ 58

สำหรับการพิจารณาสัดส่วนการผลิตไวน์ในประเทศต่อไวน์นำเข้าจากต่างประเทศ ปรากฏว่า ก่อนปี 2541 ปริมาณการผลิตไวน์ในประเทศ น้อยกว่าปริมาณไวน์ที่นำเข้าจากต่างประเทศมาก โดยในปี 2540 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 3 ต่อ 97 แต่ในปี 2541 ปริมาณการผลิตไวน์ในประเทศได้เพิ่มขึ้นสูงถึงเกือบครึ่งหนึ่งของปริมาณไวน์ที่นำเข้าจากต่างประเทศ โดยคิดเป็น สัดส่วนร้อยละ 31 ต่อ 69 จากปริมาณการนำเข้าไวน์จากต่างประเทศที่มีแนวโน้มลดลงนั้นอาจ เนื่องมาจากไวน์ที่ผลิตได้ในประเทศไทยสามารถทดแทนการนำเข้าไวน์จากต่างประเทศ และราคานำเข้าสูงขึ้น ค่าเงินและรายได้ผู้บริโภคลดลงเพราะวิกฤตเศรษฐกิจเมื่อปี 2540

ในช่วงที่เศรษฐกิจไทยกำลังเฟื่องฟูก่อนปี 2540 ข้อมูลกรมสรรพสามิต กระทรวงการคลัง ได้ชี้ให้เห็นว่า ความนิยมบริโภคไวน์ได้ขยายตัวสูงขึ้นเป็นลำดับ โดยปริมาณการจำหน่ายไวน์ทั้งที่ผลิตได้ในประเทศและนำเข้าจากต่างประเทศในปี 2539 ได้ขยายตัวจากปี 2538 ถึงร้อยละ 83 หรือมียอดการจำหน่ายสูงถึง 7.66 ล้านลิตร แต่ภายหลังเกิดวิกฤตเศรษฐกิจในช่วงปลายปี 2540 เป็นต้นมา ยอดการนำเข้าได้ลดลงดังที่ได้กล่าวมาแล้ว ขณะที่ยอดการบริโภคไวน์จากต่างประเทศซึ่งเริ่มลดลงมาถึงร้อยละ 17 ในปี 2540 ได้ลดลงอีกถึงร้อยละ 48 ในปี 2541 หรือคิดเป็นยอดการจำหน่ายจำนวน 6.1 ล้านลิตร และ 3.2 ล้านลิตร ตามลำดับ

นอกจากสาเหตุสำคัญที่ทำให้ทั้งปริมาณการนำเข้าและการจำหน่ายไวน์ลดลง อันเนื่องมาจากปัญหาวิกฤตเศรษฐกิจแล้วยังเป็นผลจากการดำเนินนโยบายการคลังของรัฐบาลอีกด้วย กล่าวคือในช่วงที่เศรษฐกิจกำลังเฟื่องฟูนั้น รัฐบาลได้มีการปรับขึ้นภาษีสรรพสามิตหลาย

ระลอกเพื่อสกัดกั้นไม่ให้เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ ซึ่งรวมถึงไวน์จากต่างประเทศ ทะลักเข้าประเทศมากเกินไป ซึ่งนับตั้งแต่ปี 2539 เป็นต้นมา กรมสรรพสามิตได้ปรับอัตราภาษีไวน์จากเดิมร้อยละ 20 เป็นร้อยละ 40 เมื่อ 26 กรกฎาคม 2539 และเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 50 เมื่อ 15 ตุลาคม 2540 จนกระทั่งครั้งล่าสุดได้ขยับขึ้นเป็นร้อยละ 55 นับตั้งแต่ 25 กุมภาพันธ์ 2541 จนถึงปัจจุบัน

## ตารางที่ 2 ปริมาณการบริโภคไวน์ในประเทศและปริมาณการนำเข้าไวน์จากต่างประเทศ

(ปริมาณ: ลิตร)

	2537	2538	2539	2540	2541
ปริมาณการบริโภค					
ไวน์ในประเทศ	95,377	174,226	330,573	363,078	1,402,530
ไวน์จากต่างประเทศ	2,791,327	4,021,585	7,326,227	6,085,798	3,187,309
ปริมาณรวม	2,886,704	4,195,811	7,656,800	6,448,876	4,589,839
อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)					
ไวน์ในประเทศ	-	82.67	89.74	9.83	286.29
ไวน์จากต่างประเทศ	-	44.07	82.17	-16.93	-47.63
รวม	-	45.35	82.49	-15.78	-28.83
สัดส่วน (ร้อยละ)					
ไวน์ในประเทศ	3.30	4.15	4.32	5.63	30.56
ไวน์จากต่างประเทศ	96.70	95.85	95.68	94.37	69.44
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

หมายเหตุ: 1. ปริมาณการบริโภค คือ ข้อมูลจากปริมาณการจำหน่าย

2. ปริมาณการบริโภคไวน์ในประเทศได้รวมไวน์ดีกรีสูง(เชอรี) ด้วย

ที่มา: กรมสรรพสามิต กระทรวงการคลัง, 2537-2541

อย่างไรก็ตาม จากข้อมูลตารางที่ 2 ยังแสดงให้เห็นอีกว่า ขณะที่ปริมาณการนำเข้าและยอดการจำหน่ายไวน์จากต่างประเทศได้ลดลงอย่างต่อเนื่องนับจากปี 2540 เป็นต้นมา ปริมาณไวน์ที่ผลิตได้ภายในประเทศและยอดการจำหน่ายไวน์ที่ผลิตได้ภายในประเทศกลับมีแนวโน้มสูงขึ้นโดยเฉพาะในปี 2541 นั้น การบริโภคไวน์ไทยต่อไวน์ต่างประเทศมีสัดส่วนเพิ่มสูงขึ้นถึงร้อยละ 31 ต่อ 69 จากที่ช่วงก่อนหน้านี้นี้ 4 ปี มีสัดส่วนเฉลี่ยเพียงร้อยละ 4 ต่อ 96 เท่านั้น

จากสภาวะดังกล่าวได้สะท้อนให้เห็นว่า แม้ว่าไวน์จะมีทั้งที่ผลิตได้ภายในประเทศและไวน์นำเข้าจากต่างประเทศก็ตามแต่คนไทยได้เริ่มหันมาบริโภคไวน์ไทยกันมากขึ้น กล่าวคือ การจำหน่ายไวน์ไทยในส่วนของไวน์ขาวขายปลีกเฉลี่ยขวดละประมาณ 260 – 400 บาท และราคาไวน์แดง ขายปลีกเฉลี่ยขวดละประมาณ 490 – 520 บาท ขณะที่ไวน์ที่นำเข้าจากต่างประเทศเช่น ไวน์จากฝรั่งเศส ซึ่งเป็นไวน์ขาวขายตามท้องตลาดในราคาเฉลี่ยประมาณ 300 – 500 บาท ส่วนไวน์แดง ขายกันในราคาเฉลี่ยประมาณ 400 – 500 บาท (ข้อมูลการตลาดสำหรับไวน์ต่างประเทศ สํารวจโดย บริษัท ซี.พี.เค. อินเตอร์ เนชั่นแนล, 2544)

การศึกษานี้จึงมุ่งให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อไวน์ที่ผลิตในประเทศไทยโดยเฉพาะไวน์องุ่น เพื่อเป็นแนวทางในการสนับสนุนและส่งเสริมการผลิตไวน์องุ่นในประเทศไทย ทดแทนไวน์องุ่นที่นำเข้าจากต่างประเทศ

#### วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อทราบถึงสภาพทั่วไปทางเศรษฐกิจและสังคมของผู้ซื้อไวน์องุ่นไทย
2. ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อไวน์องุ่นไทย

#### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

เพื่อทราบถึงสภาพทั่วไปทางเศรษฐกิจและสังคมของผู้ดื่มไวน์ และพฤติกรรมการซื้อไวน์องุ่นไทย และนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อความน่าจะเป็นในการตัดสินใจซื้อไวน์องุ่นไทย เพื่อเป็นแนวทางในการส่งเสริมและพัฒนาการผลิตไวน์องุ่นไทยให้ตรงต่อความต้องการของผู้บริโภค

#### ขอบเขตการศึกษา

ในการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อไวน์องุ่นไทย จะใช้ข้อมูลปฐมภูมิซึ่งได้จากการเก็บตัวอย่างแบบสำรวจ โดยใช้แบบสอบถามสำรวจผู้ซื้อกลุ่มตัวอย่างเฉพาะ ผู้ที่กำลังเลือก

ซื้อไวน์ ผู้ที่ซื้อไวน์แล้ว จำนวน 100 ราย ในร้านจำหน่ายไวน์ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้ข้อมูลที่สำรวจในปี 2547 ในการวิเคราะห์

## วิธีการศึกษา

### 1. วิธีการเก็บข้อมูล

วิธีการเก็บข้อมูลที่ใช้ในการศึกษานี้แบ่งออกเป็น 2 วิธี ดังนี้

1.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) โดยวิธีการเลือกตัวอย่างจากผู้ซื้อไวน์ และ/หรือที่กำลังเลือกชมไวน์ จากแผนกจำหน่ายไวน์ในห้างฟู๊ดแลนด์ สาขาลาดพร้าว จำนวน 100 ราย ซึ่งห้างฟู๊ดแลนด์ สาขาลาดพร้าวนี้เป็นแหล่งจำหน่ายไวน์ที่ผู้ซื้อและนักดื่มไวน์ในเขตกรุงเทพมหานคร นิยมมาเลือกซื้อ เนื่องจากมีไวน์ให้เลือกอยู่หลายประเภท จากแหล่งผลิตหลายประเทศรวมทั้งไวน์ที่ผลิตในประเทศไทย โดยได้เลือกตัวอย่างด้วยวิธีที่เชื่อว่าตัวอย่างจะมีข้อมูลที่จำเป็นในการศึกษา(Purposive Sampling) เช่น กำลังเลือกซื้อไวน์ ซื้อไวน์และชำระเงินแล้ว ทั้งนี้ได้ทำสำรวจกลุ่มตัวอย่างเป็นระยะเวลา 2 วัน ตั้งแต่วันที่ 3-4 มกราคม 2547

1.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากหนังสือ เอกสาร บทความวารสาร เอกสารงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนข้อมูลทางสถิติที่หน่วยราชการและเอกชนได้เก็บรวบรวมไว้ ได้แก่ กรมส่งเสริมการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, กรมสรรพสามิต กระทรวงการคลัง และ บริษัทที่ผลิตไวน์ในประเทศไทย

### 2. วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อไวน์องุ่นไทยในกรุงเทพมหานคร เพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา มีวิธีวิเคราะห์ดังนี้

2.1 การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปทางเศรษฐกิจและสังคม และพฤติกรรมของการซื้อไวน์องุ่นไทยของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้ค่าสถิติเบื้องต้นร้อยละวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม และอธิบายถึงสภาพทั่วไปทางเศรษฐกิจและสังคมของผู้ซื้อกลุ่มตัวอย่าง

2.2 การวิเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative Analysis) เป็นการวิเคราะห์แบบจำลองเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อไวน์องุ่นไทย โดยใช้แบบจำลองโลจิต (Logit model) และโปรแกรมคอมพิวเตอร์ในการประมาณค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรอิสระในแบบจำลอง

### นิยามศัพท์

ไวน์องุ่น คือ สุราที่ทำจากองุ่นที่ได้มาจากการหมัก (Fermentation) ขององุ่น (Variety Grape) หรือน้ำองุ่น (Grape Juice) หรือทั้งสองอย่างหมักรวมกัน แอลกอฮอล์ที่ได้จากการหมักนี้จะอยู่ระหว่าง 9-14 ดีกรี โดยมาตรฐานของไวน์นำน้ำเหล้าหมักไปทำให้ตกตะกอนหรือกรองเพื่อให้ได้ความใสสะอาดแล้วจึงนำไปบรรจุขวด ([www.khaoyaistore.com](http://www.khaoyaistore.com),2545)

ไวน์องุ่นไทย คือ ไวน์องุ่นที่ผลิตในประเทศไทย โดยใช้องุ่นซึ่งเป็นวัตถุดิบที่มีการเพาะปลูกในเขตพื้นที่ต่างๆ ของประเทศไทย

พฤติกรรมการบริโภค คือ การที่ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้า เพื่อสนองความต้องการโดยได้รับความพอใจสูงสุดหรืออรรถประโยชน์สูงสุดจากการซื้อสินค้าหรือบริการภายใต้งบประมาณที่มีอยู่อย่างจำกัด

ผู้ซื้อ หมายถึง ผู้ที่ซื้อไวน์องุ่นที่ผลิตในประเทศไทยอย่างน้อย 2 ขวด ในรอบระยะเวลา 1 ปีที่ผ่านมา