

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปราย และข้อเสนอแนะ

การศึกษาพฤติกรรมการบริโภคสุราไทย และสุราต่างประเทศ ของประชาชนในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีผลสรุป และข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. วัตถุประสงค์ของการวิจัย
2. วิธีดำเนินการวิจัย
3. สรุปผลการวิจัย
4. อภิปรายผล
5. ข้อเสนอแนะ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภคสุราไทย และสุราต่างประเทศ ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคสุราไทย และสุราต่างประเทศ ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล
3. เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการบริโภคสุราไทยและสุราต่างประเทศ ตามคุณลักษณะของประชาชนในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากร เป็นประชาชนที่บริโภคสุราไทย และสุราต่างประเทศ ที่มีอายุ ระหว่าง 19-60 ปี ที่มีอำนาจซื้อ และอายุเกิน 18 ปี (กฎหมายกำหนดห้ามจำหน่ายสุราให้แก่เยาวชนที่อายุไม่ถึง 18 ปี) ทั้งเพศชาย และเพศหญิง ในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล

กลุ่มตัวอย่าง เลือกมาจากประชากรที่เป็นผู้บริโภคสุราไทย และสุราต่างประเทศ ที่มีอายุระหว่าง 19-60 ปี ในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล โดยวิธีการเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 400 คน

เครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล เป็นแบบสอบถามพฤติกรรมกรรมการบริโภคสุราไทย และสุราต่างประเทศ ของประชาชน ในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการบริโภค และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคสุราไทย และสุราต่างประเทศ มีค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.82

การเก็บรวบรวมข้อมูล ทำโดยผู้วิจัยและทีมงานผู้ช่วย จำนวน 3 คน ระหว่างเดือน ธันวาคม พ.ศ.2548 ถึง เดือน มกราคม พ.ศ.2549 โดยผู้เก็บข้อมูล ทำการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ได้แก่ จำนวน และร้อยละ ความถี่และค่าเฉลี่ย และวิเคราะห์ความสัมพันธ์ด้วยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's product moment correlation)

สรุปผลการวิจัย

ผลการศึกษาพฤติกรรมกรรมการบริโภคสุราไทย และสุราต่างประเทศ ของกลุ่มตัวอย่างในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล สรุปได้ดังนี้

1. ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่บริโภคสุรา ในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ที่นำมาศึกษา พบว่า ส่วนมากเพศชาย นิยมบริโภคสุราไทย (ร้อยละ 88.21) มากกว่า บริโภคสุราต่างประเทศ (ร้อยละ 72.87) และเพศหญิงส่วนมากนิยมบริโภคสุราต่างประเทศ (ร้อยละ 27.13) มากกว่าบริโภคสุราไทย (ร้อยละ 11.79) โดยกลุ่มตัวอย่างที่บริโภคสุราส่วนมาก อายุระหว่าง 30-49 ปี (ร้อยละ 72.25) โดยมีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน (ร้อยละ 74.00) มากที่สุด รองลงมา อาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ (ร้อยละ 16.25) และนักศึกษา (ร้อยละ 6.25) ตามลำดับ และกลุ่มตัวอย่างที่นิยมบริโภคสุราไทย ส่วนมากมีรายได้ 5,001-10,000 บาท (ร้อยละ 46.23) กลุ่มตัวอย่างที่นิยมบริโภคสุราต่างประเทศ ส่วนมากมีรายได้ มากกว่า 15,000 บาท ขึ้นไป (ร้อยละ 44.75)

2. ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมกรรมการบริโภคสุราไทย และสุราต่างประเทศ ของกลุ่มตัวอย่างในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล พบว่าส่วนมากนิยมบริโภคสุราในช่วงเวลาเย็น (หลังเลิกงาน) (ร้อยละ 72.00) และผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจบริโภคสุรามากที่สุด ก็คือ ตัวเอง (ร้อยละ 50.75) การบริโภคสุรานั้นจะดื่มเป็นครั้งคราว (ร้อยละ 65.25) และปริมาณสุราที่บริโภค ในแต่ละครั้ง คือ น้อยกว่า ½ ขวด (ร้อยละ 52.25) โดยจะหาซื้อสุราจากร้านค้าปลีกทั่วไปใกล้บ้าน (ร้อยละ 48.00) มาบริโภค ซึ่งจะเลือกซื้อสุราไทย และสุราต่างประเทศ ที่มีขนาดบรรจุภัณฑ์ ขวดใหญ่ 750

มิลลิลิตร มากที่สุด (ร้อยละ 80.00) มาบริโภค โดยมีเหตุผลในการบริโภคมากที่สุด ก็คือ โอกาสพิเศษ/สังสรรค์ (ร้อยละ 50.40)

3. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคสุราไทย ของกลุ่มตัวอย่าง ในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคสุราไทย ของกลุ่มตัวอย่าง โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านส่วนบุคคล และด้านสภาพแวดล้อม ซึ่งสามารถแยกพิจารณาเป็นรายชื่อได้ดังนี้

3.1 ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่บริโภคสุราไทย ให้ความสำคัญเกี่ยวกับรสชาติ และราคาที่เหมาะสม อยู่ในระดับมาก ที่เหลือให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง คือ สถานที่จัดจำหน่าย ขนาดบรรจุที่ให้เลือก ตราผลิตภัณฑ์ ภาชนะบรรจุ และการโฆษณา ตามลำดับ

3.2 ด้านส่วนบุคคล (ทัศนคติ) พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่บริโภคสุราไทย ให้ความสำคัญเกี่ยวกับการร่วมดื่มสุรากับเพื่อนเป็นการสร้างสัมพันธภาพต่อกัน งานเลี้ยงสังสรรค์ต้องมีเลี้ยงสุราด้วย และการดื่มสุราทำให้คนมีเพื่อนมาก อยู่ในระดับมาก ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง คือ คุณมักเลือกดื่มสุราเพื่อมีความสุขแก่ชีวิต และให้ความสำคัญในระดับน้อย คือ คนดื่มสุราเป็นคนไม่ดี

3.3 ด้านสภาพแวดล้อม พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่บริโภคสุราไทย ให้ความสำคัญส่วนมากในระดับปานกลาง คือ สุราสามารถหาซื้อได้ทุกสถานที่ ราคาของสุราสูงขึ้น คุณดื่มน้อยลง สุราสามารถหาซื้อได้ง่ายทุกเวลา โฆษณาของสุราทำให้เห็นว่าการดื่มมีความสุข คุณตัดสินใจเลือกชนิดของสุราจากการดูโฆษณา และคุณมีรายได้มากขึ้นคุณจะดื่มมากขึ้น ตามลำดับ

4. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคสุราต่างประเทศ ของกลุ่มตัวอย่าง ในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคสุราต่างประเทศ ของประชาชน โดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านส่วนบุคคล และด้านสภาพแวดล้อม ซึ่งสามารถแยกพิจารณาเป็นรายชื่อได้ดังนี้

4.1 ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่บริโภคสุราต่างประเทศ ให้ความสำคัญเกี่ยวกับรสชาติ ราคาที่เหมาะสม และตราผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก ที่เหลือให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง คือ ภาชนะบรรจุ สถานที่จัดจำหน่าย ขนาดบรรจุที่ให้เลือก และการโฆษณา ตามลำดับ

4.2 ด้านส่วนบุคคล (ทัศนคติ) พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่บริโภคสุราต่างประเทศ ให้ความสำคัญเกี่ยวกับการร่วมดื่มสุรากับเพื่อนเป็นการสร้างสัมพันธภาพต่อกัน และงานเลี้ยงสังสรรค์ต้องมีเลี้ยงสุรไปด้วย อยู่ในระดับมาก ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง คือ การดื่มสุราทำให้มีเพื่อน

มาก และคุณมักเลือกดื่มสุราเพื่อให้ความสุขแก่ชีวิต และให้ความสำคัญในระดับน้อย คือ คนดื่มสุราเป็นคนไม่ดี

4.3 ด้านสภาพแวดล้อม พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่บริโภคสุราต่างประเทศ ให้ความสำคัญส่วนมากในระดับปานกลาง คือ สุราหาซื้อได้ทุกสถานที่ ราคาของสุราสูงขึ้น คุณคิ่มน้อยลง สุราสามารถหาซื้อได้ง่ายทุกเวลา คุณตัดสินใจเลือกชนิดของสุราจากการดูโฆษณา และคุณมีรายได้มากขึ้น คุณจะดื่มมากขึ้น ตามลำดับ และให้ความสำคัญในระดับน้อย คือ โฆษณาของสุราทำให้เห็นว่าการดื่มมีความสุข

5. ผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการบริโภคสุราไทย และสุราต่างประเทศ ของกลุ่มตัวอย่างในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล โดยจำแนกตามคุณลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

5.1 เพศ ต่างกัน พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการบริโภคสุราไทย แตกต่างกันในประเด็นความถี่ในการบริโภคสุรา และมีพฤติกรรมการบริโภคสุราต่างประเทศ แตกต่างกันในประเด็นช่วงเวลาบริโภคสุรา ความถี่ในการบริโภคสุรา ปริมาณของสุราที่บริโภคในแต่ละครั้ง สถานที่จำหน่ายสุรา และขนาดบรรจุของสุราที่บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5.2 อายุ ต่างกัน พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการบริโภคสุราไทย แตกต่างกันในประเด็นช่วงเวลาบริโภคสุรา ปริมาณของสุราที่บริโภคในแต่ละครั้ง และ สถานที่จำหน่ายสุรา และมีพฤติกรรมการบริโภคสุราต่างประเทศ แตกต่างกันในประเด็นช่วงเวลาบริโภคสุรา สถานที่จำหน่ายสุรา และเหตุผลในการบริโภคสุรา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5.3 อาชีพ ต่างกัน พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการบริโภคสุราไทย แตกต่างกันในประเด็นช่วงเวลาบริโภคสุรา ความถี่ในการบริโภคสุรา ปริมาณของสุราที่บริโภคในแต่ละครั้ง สถานที่จำหน่ายสุรา และเหตุผลในการบริโภคสุรา และมีพฤติกรรมการบริโภคสุราต่างประเทศ แตกต่างกันในประเด็นช่วงเวลาบริโภคสุรา และสถานที่จำหน่ายสุรา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5.4 รายได้ ต่างกัน พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการบริโภคสุราไทย แตกต่างกันในประเด็น อิทธิพลในการตัดสินใจบริโภคสุรา ความถี่ในการบริโภคสุรา ขนาดบรรจุของสุราที่บริโภค และเหตุผลในการบริโภคสุรา และมีพฤติกรรมการบริโภคสุราต่างประเทศ แตกต่างกันในประเด็น ขนาดบรรจุของสุราที่บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผล

ข้อค้นพบเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการบริโภคสุราไทย และสุราต่างประเทศ ของกลุ่มตัวอย่าง ในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล สามารถนำมาอภิปรายผล ได้ดังนี้

1. กลุ่มตัวอย่างที่บริโภคสุรา ส่วนมากเป็นเพศชาย อายุ30-49 ปี ประกอบอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน โดยมีรายได้มากกว่า 15,000 บาทขึ้นไป มีพฤติกรรมกรรมการบริโภคสุราในช่วงเวลาเย็น(หลังเลิกงาน) ส่วนมากตัดสินใจบริโภคสุราด้วยตนเอง นิยมบริโภคสุราเป็นครั้งคราว ในปริมาณไม่มากคือ น้อยกว่า ½ ขวด(750 มิลลิลิตร) และนิยมซื้อสุราในขนาดบรรจุภัณฑ์ขวดใหญ่(750 มิลลิลิตร)ที่ร้านค้าปลีกทั่วไปใกล้บ้าน โดยมีเหตุผลในการบริโภคสุราคือ โอกาสพิเศษ/สังสรรค์ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ รังสิมา พุทธางกูรานนท์ (2545: บทคัดย่อ) ที่ได้ศึกษาพฤติกรรมกรรมการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ ในกรุงเทพมหานคร โดยพบว่าอายุ ระดับรายได้ และอาชีพ เป็นปัจจัยส่วนบุคคล ที่มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการบริโภคสุรารวมถึงมีผลต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเลือกซื้อสุรา เช่นเดียวกับผลการศึกษาของกนกภา เกิดอินทร์ (2545: บทคัดย่อ) ซึ่งได้ศึกษาพฤติกรรมกรรมการบริโภคเบียร์ และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคเบียร์ของนักศึกษา ใน จังหวัดอุบลราชธานี โดยพบว่ากลุ่มตัวอย่าง จะบริโภคเบียร์ในโอกาสพิเศษ/สังสรรค์ มักจะบริโภคในเวลาเย็นหลังเลิกเรียน และหาซื้อตามร้านค้าปลีกทั่วไปใกล้บ้าน

2. อภิปรายผลตามสมมติฐานการวิจัย ประชาชนที่มีคุณลักษณะต่างกัน จะมีพฤติกรรมกรรมการบริโภคสุราไทย และสุราต่างประเทศ แตกต่างกันจากการศึกษากลุ่มตัวอย่างที่บริโภคสุราพบว่า

2.1 กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศต่างกัน มีพฤติกรรมกรรมการบริโภคสุราไทย แตกต่างกันในประเด็นความถี่ในการบริโภคสุรา และมีพฤติกรรมกรรมการบริโภคสุราต่างประเทศ แตกต่างกันในประเด็นช่วงเวลาบริโภคสุรา ความถี่ในการบริโภคสุรา ปริมาณของสุราที่บริโภคในแต่ละครั้ง สถานที่จำหน่ายสุรา และขนาดบรรจุของสุราที่บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สาเหตุอาจเป็นเพราะว่ากลุ่มตัวอย่างเพศชายให้ความสำคัญ และนิยมบริโภคสุรามากกว่าเพศหญิง ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ กนกภา เกิดอินทร์ (2545) ซึ่งได้ศึกษาพฤติกรรมกรรมการบริโภคเบียร์ และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคเบียร์ ของนักศึกษา ในจังหวัดอุบลราชธานี โดยพบว่านักเรียนนักศึกษาที่มีเพศต่างกัน มีพฤติกรรมกรรมการบริโภคเบียร์แตกต่างกัน ในประเด็นช่วงเวลาบริโภคเบียร์ และความถี่ในการบริโภคเบียร์

2.2 กลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุต่างกัน มีพฤติกรรมกรรมการบริโภคสุราไทย แตกต่างกันในประเด็นช่วงเวลาบริโภคสุรา ปริมาณของสุราที่บริโภคในแต่ละครั้ง และ สถานที่จำหน่ายสุรา

และมีพฤติกรรมการบริโภคสุราต่างประเทศ แตกต่างกันในประเด็นช่วงเวลาบริโภคสุรา สถานที่จำหน่ายสุรา และเหตุผลในการบริโภคสุราอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สาเหตุอาจเป็นเพราะว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุ 30-49 ปี ซึ่งเป็นกลุ่มวัยทำงาน นิยมบริโภคสุราในช่วงเวลาเย็น (หลังเลิกงาน) เพื่อการผ่อนคลาย โดยบริโภคเป็นครั้งคราว ในปริมาณที่ไม่มาก ซึ่งหาซื้อได้จากร้านค้าปลีกทั่วไปใกล้บ้าน จึงแตกต่างจากกลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุ 19-29 ปี ซึ่งจัดอยู่ในกลุ่มวัยรุ่น โดยยังให้ความสำคัญกับกลุ่มเพื่อนมากกว่า และนิยมบริโภคสุราเพื่อสังสรรค์ ในร้านอาหารและแหล่งบันเทิงในช่วงเวลากลางคืน ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ กมลทิพย์ วิจิตรสุนทรกุล (2542 : บทคัดย่อ) ซึ่งได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ของนักเรียนอาชีวศึกษาชายในกรุงเทพมหานคร โดยพบว่าลักษณะการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เป็นการดื่มเพื่อการสังสรรค์ ทางสังคม เช่น มีการดื่มเป็นกลุ่ม ดื่มตามคำชักชวนของเพื่อน เช่นเดียวกับผลการศึกษาของ กนกนภา เกิดอินทร์ (2545: บทคัดย่อ) ซึ่งได้ศึกษาพฤติกรรมการบริโภคเบียร์ และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคเบียร์ของนักเรียนนักศึกษา ในจังหวัดอุบลราชธานี โดยพบว่านักเรียน นักศึกษา ที่บริโภคเบียร์ จะบริโภคในโอกาสพิเศษ เช่น เข้าสังคม และสังสรรค์

2.3 กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่างกัน มีพฤติกรรมการบริโภคสุราไทย แตกต่างกันในประเด็นช่วงเวลาบริโภคสุรา ความถี่ในการบริโภคสุรา ปริมาณของสุราที่บริโภคในแต่ละครั้ง สถานที่จำหน่ายสุรา และเหตุผลในการบริโภคสุรา และมีพฤติกรรมการบริโภคสุราต่างประเทศ แตกต่างกันในประเด็นช่วงเวลาบริโภคสุรา และสถานที่จำหน่ายสุรา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สาเหตุอาจเป็นเพราะว่ากลุ่มตัวอย่างที่บริโภคสุราส่วนมาก มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ซึ่งนิยมบริโภคสุราเป็นครั้งคราวโดยจะบริโภคในช่วงเวลาเย็น(หลังเลิกงาน) ในร้านอาหารและแหล่งบันเทิง มากกว่าอาชีพอื่นๆ เช่นเดียวกับผลการศึกษาของ รังสิมา พุทธางกูรานนท์ (2545) ซึ่งได้ศึกษาพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ ในกรุงเทพมหานคร โดยพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนมากที่นิยมบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน โดยจะดื่มน้อยกว่าเดือนละครั้ง ตามสถานบันเทิงและร้านอาหาร

2.4 กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่างกัน มีพฤติกรรมการบริโภคสุราไทย แตกต่างกันในประเด็น อิทธิพลในการตัดสินใจบริโภคสุรา ความถี่ในการบริโภคสุรา ขนาดบรรจุของสุราที่บริโภค และเหตุผลในการบริโภคสุรา และมีพฤติกรรมการบริโภคสุราต่างประเทศ แตกต่างกันในประเด็นขนาดบรรจุของสุราที่บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สาเหตุอาจเป็นเพราะว่ากลุ่มตัวอย่างที่นิยมบริโภคสุราส่วนมากมีรายได้มากกว่า 15,000 บาทขึ้นไปและนิยมบริโภคสุราต่างประเทศ รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างมีรายได้ 5,001-10,000 บาทและนิยมบริโภคสุราไทย เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างมีรายได้ที่แตกต่างกัน จึงต้องเลือกซื้อสุราที่มีราคาที่เหมาะสมกับรายได้

สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้น้อย ทำให้มีการบริโภคสุราเป็นครั้งคราว และไม่มีกำลังซื้อกับกลุ่มเพื่อนบ่อยๆ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ประทีป ปัญญาลิขิต (2541 : บทคัดย่อ) ที่ได้ทำการศึกษาทัศนคติ และพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อการดื่ม สก๊อตวิสกี้ ในภาวะวิกฤติการณ์ทางเศรษฐกิจปัจจุบัน โดยพบว่าผู้บริโภคนิยมดื่มวิสกี้ในกลุ่มเซกกันดารี เนื่องจากมีราคาถูก มีราคาที่เหมาะสมกับรายได้

ข้อเสนอแนะ

การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคสุราไทย และสุราต่างประเทศ ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล เพื่อเป็นสารสนเทศ และเพื่อเป็นประโยชน์จากการนำผลการศึกษามาใช้ ดังนี้

1. ผู้ประกอบการ สามารถนำข้อมูลที่ได้ไปปรับปรุง และพัฒนาผลิตภัณฑ์ วางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด กำหนดช่องทางจัดจำหน่ายอย่างเหมาะสม รวมถึงการนำความคิดเห็น ทัศนคติ และสภาพแวดล้อมต่อการบริโภคสุรา ไปประกอบกับการศึกษาลึกลงใจด้านต่างๆ ที่มีผลต่อการเลือกซื้อเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ประเภทอื่น ๆ ได้ ตลอดจนจนสามารถเป็นแนวทางสำหรับผู้ประกอบการรายย่อย หรือรายใหม่ ที่ต้องการเข้าสู่ธุรกิจเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์

2. หน่วยงานในภาครัฐที่เกี่ยวข้อง เช่น กระทรวงการคลัง สามารถนำสถานการณ์ทางการตลาด ทั้งด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการแข่งขัน ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านสิ่งแวดล้อม มหาภาคของสุราไทย และสุราต่างประเทศ ไปเป็นข้อมูลในการวางแผน เพื่อส่งเสริมธุรกิจเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ได้อย่างเหมาะสมต่อไป

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการวิจัยเรื่อง การส่งออกสุราไทยสู่ตลาดการค้าต่างประเทศ เพื่อนำผลการวิจัยที่ได้ไปพัฒนาสุราไทย ให้ได้มาตรฐานสากล สามารถแข่งขันกับสุราต่างประเทศได้ ทั้งด้านผลิตภัณฑ์ ตราสินค้า และการบรรจุภัณฑ์

2. ควรมีการศึกษาถึงขั้นตอนการบริหารจัดการ การผลิตของสุราไทย เพื่อนำผลที่ได้ไปพัฒนาการบริหารจัดการในด้าน กระบวนการผลิต การขนส่งสินค้า การบริหารคลังสินค้า เพื่อให้เกิดกระบวนการลดต้นทุนการผลิต สุราไทยจะได้สามารถแข่งขันกับสุราต่างประเทศ ลดการขาดดุลทางการค้ากับต่างประเทศได้