

**ชื่อภาคนิพนธ์** การศึกษาพฤติกรรมการบริโภคสุราไทย และสุราต่างประเทศ ของประชาชนใน กรุงเทพมหานคร และปริมณฑล

**ผู้วิจัย** นาย ธนกฤต ชนะประกอบกรณ์ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการทั่วไป มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี อาจารย์ที่ปรึกษา (1) รศ. ดร. จีรเกียรติ อภิภูณโยภาส (2) ผศ. วิเชียร วงศ์สุนทรเลิศ (3) ผศ. ฐิติแก้ว ศรีสศ ปีกการศึกษา 2548 จำนวนหน้า 111 หน้า คำสำคัญ พฤติกรรมการบริโภค สุราไทย สุราต่างประเทศ

### บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภค ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภค และเปรียบเทียบพฤติกรรมการบริโภคสุราไทย และสุราต่างประเทศ ตามเพศ อายุ อาชีพ รายได้ของประชาชนใน กรุงเทพมหานคร และปริมณฑล จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ร้อยละ ความถี่ ค่าเฉลี่ย และทดสอบความแตกต่างด้านพฤติกรรมการบริโภคของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ค่าที และค่าเอฟ

ผลการศึกษาพบว่า (1) ประชาชนที่บริโภคสุรา ส่วนมากตัดสินใจด้วยตนเองในการบริโภคสุรา จะบริโภคเป็นครั้งคราว เนื่องในโอกาสพิเศษ/สังสรรค์ โดยนิยมบริโภคในช่วงเวลาเย็น (หลังเลิกงาน) และแต่ละครั้ง จะบริโภคประมาณ น้อยกว่า ½ ขวด โดยส่วนมากจะซื้อสุราขวดใหญ่ ขนาด 750 มิลลิลิตร ที่ร้านค้าปลีกทั่วไป ใกล้บ้านมาบริโภค (2) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคสุราไทย และสุราต่างประเทศ โดยรวมอยู่ในระดับ ปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านผลิตภัณฑ์ให้ความสำคัญกับรสชาติและราคาที่เหมาะสม ด้านส่วนบุคคลให้ความสำคัญกับการร่วมดื่มสังสรรค์กับเพื่อน ด้านสิ่งแวดล้อมให้ความสำคัญกับการหาซื้อสุราได้สะดวก (3) การเปรียบเทียบพฤติกรรมการบริโภคสุราในเพศที่ต่างกัน พบว่าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยสุราไทยแตกต่างกันในด้านความถี่ในการบริโภค สุราต่างประเทศแตกต่างกันในด้านช่วงเวลา ความถี่ ปริมาณ สถานที่จำหน่าย และขนาดบรรจุของสุราที่บริโภค ในอายุที่ต่างกัน พบว่าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยสุราไทยแตกต่างกันในด้านช่วงเวลา ปริมาณ และสถานที่จำหน่ายสุราที่บริโภค สุราต่างประเทศแตกต่างกันในด้านช่วงเวลา สถานที่จำหน่าย และเหตุผลในการบริโภคสุรา ในอาชีพที่ต่างกัน พบว่าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยสุราไทยแตกต่างกันในด้านช่วงเวลา ความถี่ ปริมาณ สถานที่จำหน่าย และเหตุผลในการบริโภคสุรา สุราต่างประเทศแตกต่างกันในด้านช่วงเวลา และสถานที่จำหน่ายสุราที่บริโภค ในรายได้ที่ต่างกัน พบว่าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยสุราไทยแตกต่างกันในด้านผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจบริโภคสุรา ความถี่ ขนาดบรรจุของสุรา และเหตุผลในการบริโภคสุรา สุราต่างประเทศแตกต่างกันในด้านขนาดบรรจุของสุราที่บริโภค

**Term Paper Title** The Study of Consumer Behavior on Local and Import Spirit in Bangkok and Metropolitan Area.

**Researcher** Mr. Thanakit Thanapragobkorn. Master of Business Administration (General Management). Dhonburi Rajabhat University. Term paper advisors: (1) Assoc. Prof. Dr. Jeerakiat Apibunyopas (2) Asst. Prof. Vichian Vongsunthornlert (3) Asst. Prof. Taskeow Srisod Academic year: 2005. 111 pp. Keywords: consumer behavior, local spirit, import spirit.

### **Abstract**

The objectives of this research were(1) to study the consumer behavior ,(2) to study the factors that affected consumers ,and(3) to compare the consumer behavior local and imported spirit of people in Bangkok metropolitan area according to sex, age, career and income. The samples were 400 peoples. The data were collected by a questionnaire and were analyzed by using a computer program to calculate for percentage, frequency, mean, t-test and F-test for testing hypotheses.

The results were as follows:(1) The consumers made their own decision to consume spirit, they occasionally consumed in special occasion/meeting. They mostly consumed in the evening (after work), and each time, they drank whisky less than a half bottle, they usually bought a big bottle (about 750 milliliters) from nearby shops.(2) The factors affected the consumption of local and imported spirit in overall were at a average level, when considered in each aspect it was found that in the aspect of production the important factors were taste and suitable price, in the aspect of personal the important factor was the party with colleagues, in the aspect of environment the important factor was at the convenience of buying.(3) To compare the consumer behavior according to different sex, it was found that there was significantly different at statistic level of .05, the aspect of drinking local spirit it was different in frequency but drinking imported spirit it was different in period of time, frequency, sale place and size of the bottle. In the different ages, it was found that there was significantly different at statistic level of .05, the aspect of local spirit ,there were different in period of time, quantity, sale place but the imported spirit there were different in period of time, sale place, and reason to consume. In the different careers, it was found that there was significantly different at statistic level of .05, the aspect of local spirit, there were different in period of time, frequency, quantity, sale place, and reason to consume but the imported spirit there were different in period of time and sale place. In the different income, it was found that there was significantly different at statistic level of .05, the aspect of local spirit, there were different in persons who influenced in decision to consume, frequency, size of the bottle, reason to consume but the imported spirit there was different in the size of the bottle.