

ชื่อเรื่องการค้าคั่วแบบอิสระ พฤติกรรมของผู้บริโภคต่อการซื้อสุรากลั่นชุมชน
ในอำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่

ผู้เขียน นางสาวสุธีวรรณ ณ เชียงใหม่

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การจัดการอุตสาหกรรมเกษตร)

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้าคั่วแบบอิสระ

รองศาสตราจารย์นภาพร ณ เชียงใหม่ ประธานกรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศรีสุวรรณ นฤนาทวงศ์สกุล กรรมการ

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคต่อการซื้อสุรากลั่นชุมชน
ในอำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้แนวคิดทฤษฎีโมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค และส่วน
ประสมทางการตลาด เก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริโภคจากร้านขายสุราที่ได้รับใบอนุญาตจำหน่าย
สุราในเขตตำบลต้นเปา อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 165 ราย โดยการใช้
แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ใช้ตารางแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ และ
ค่าเฉลี่ย

ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 20-30 ปี การศึกษาระดับ ม.3 มีอาชีพรับจ้างทั่วไป และ
ลูกจ้างทั่วไป รายได้ต่อวัน 101-300 บาท ผู้บริโภคซื้อสุรากลั่นชุมชนยี่ห้อแม่ปิงหลวง เป็นประจำ
รองลงมาคือ ยี่ห้อสุราขาวเชียงใหม่ เหตุผลในการซื้อที่มากที่สุดคือ เพื่อสังสรรค์ เข้าสังคม โดยมี
เพื่อนเป็นผู้มีส่วนในการตัดสินใจ ช่วงเวลาเย็น (16.00-19.59 น.) เป็นช่วงเวลาที่ผู้บริโภควินิจฉัยซื้อสุรา
กลั่นชุมชนบ่อยที่สุด โดยซื้อยี่ห้อเดิมเป็นประจำวันละ 1 ครั้งและครั้งละ 1 ขวด ร้านขายสุราเป็น
สถานที่ที่ผู้บริโภควินิจฉัยซื้อสุรากลั่นชุมชนบ่อยที่สุด

ผู้บริโภครู้สึกถึงความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด **Error! Not a valid link.** โดยรวมในระดับมากที่สุด
ปัญหาที่พบจากการซื้อสุรากลั่นชุมชนของผู้บริโภค โดยรวมต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับปานกลาง



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

Independent Study Title Consumer's Behavior Towards Purchasing Local Distilled Liquor in San Kamphaeng District, Chiang Mai Province

Author Miss Suteewan Na Chiangmai

Degree Master of Business Administration (Agro-Industry Management)

Independent Study Advisory Committee

Associate Prof. Napaporn Na Chiangmai

Chairperson

Assistant Prof.Dr.Srisuwan Naruenartongsakul

Member

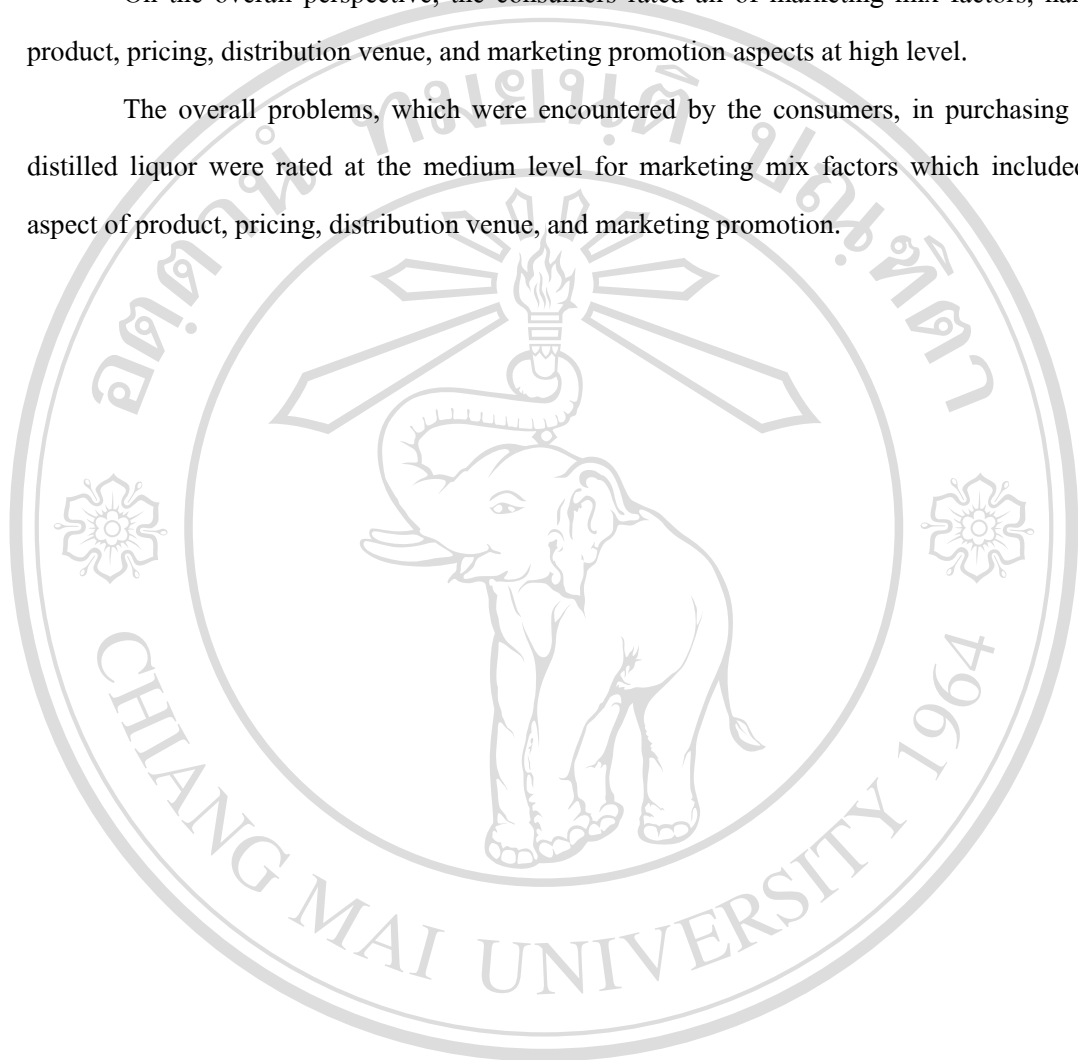
ABSTRACT

The purpose of this independent study was to investigate consumer's purchasing behavior towards local distilled liquor in San Kamphaeng District, Chiang Mai Province, by employing consumer behavior model and marketing mix theories. The data were collected through 165 questionnaires which were distributed to the consumers who purchased distilled liquors from the local liquor stores in Ton Pao Sub-district, San Kamphaeng District, Chiang Mai Province. Data analyses were performed by descriptive statistics, frequency distribution table, percentage and mean.

The majority of the consumers were male whose age ranges were between 20-30 years old, educational level of junior high school, and occupation of general employee with daily income of 101-300 Baht. They purchased distilled liquor of Mae Ping Luang brand regularly while Sura Khao Chiang Mai was the second most popular. The most given reason for purchasing was for partying and socializing. Friends also shared the purchasing decision. The purchase usually occurred during the evening (4.00 – 7.59 PM). The same brand of liquor was bought one bottle at a time on a daily basis from local liquor store at the most frequent.

On the overall perspective, the consumers rated all of marketing mix factors, namely, product, pricing, distribution venue, and marketing promotion aspects at high level.

The overall problems, which were encountered by the consumers, in purchasing local distilled liquor were rated at the medium level for marketing mix factors which included the aspect of product, pricing, distribution venue, and marketing promotion.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved