

บทคัดย่อ

วิชา บธ.851 : วิชาการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

ชื่อเรื่อง	: พฤติกรรมและปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกบริโภคไวน์ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
ผู้จัดทำ	: นางสาวกษมาลักษณ์ เจริญผล
อาจารย์ที่ปรึกษา	: ดร.ทวิวรรณ พรหมกันธา
หลักสูตร	: หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ
วันที่อนุมัติผลงาน	: สิงหาคม 2544
จำนวนหน้า	: 52 หน้า

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภคไวน์และปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกบริโภคไวน์ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปเป็นแนวทางสำหรับผู้ประกอบการในการจำหน่ายไวน์ เพื่อให้ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค การวิจัยศึกษาจากกลุ่มประชากรตัวอย่างในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงและแบบกำหนดสัดส่วนจำนวน 300 ตัวอย่าง โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม

ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุอยู่ระหว่าง 26-30 ปี ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน การศึกษาระดับปริญญาตรีและมีรายได้ไม่น้อยกว่า 15,000 บาทต่อเดือน ส่วนใหญ่ดื่มไวน์ร่วมกับผู้อื่นในงานสังสรรค์และชอบดื่มไวน์ที่มีรสหวานและไวน์แดงมากที่สุด นิยมซื้อไวน์จากซูเปอร์มาร์เก็ต ระดับราคาที่ซื้ออยู่ในช่วง 301-500 บาท ซื้อไวน์เดือนละ 1-2 ครั้ง โดยซื้อครั้งละ 1-3 ขวด

ผู้บริโภคที่มีระดับรายได้แตกต่างกันจะให้ความสำคัญกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกบริโภคไวน์ไม่แตกต่างกัน ในเรื่องปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ช่องทางการจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการขาย ส่วนปัจจัยที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญแตกต่างกัน คือปัจจัยด้านราคา

การศึกษานี้มีข้อเสนอแนะว่า ผู้ประกอบการควรนำเข้าหรือจัดจำหน่ายไวน์ที่มีรสชาติตรงตามความต้องการของผู้บริโภค ได้แก่ ไวน์ที่มีรสหวาน รสขมและฝาด และประเภทไวน์แดง โดยต้องให้ความสำคัญกับช่องทางการจัดจำหน่าย และมีผลิตภัณฑ์ในช่วงราคาที่ผู้บริโภคนิยมซื้อ ผู้ผลิตไวน์ภายในประเทศ ควรให้ความสำคัญกับการคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่มีคุณภาพตรงตามความต้องการของผู้บริโภค

PAYAP UNIVERSITY