

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญตารางภาคผนวก	ฎ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 หลักการและเหตุผล	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	4
1.4 นิยามศัพท์	4
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	5
2.1 แนวคิดและทฤษฎี	5
2.2 กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการจำหน่ายและบริโภคนครุฑ	9
2.3 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	10
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	12
3.1 ขอบเขตการศึกษา	12
3.1.1 ขอบเขตเนื้อหา	12
3.1.2 ขอบเขตประชากร	12
3.1.3 ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง	12
3.2 วิธีการศึกษา	13
3.2.1 การเก็บรวบรวมข้อมูล	13
3.2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	13
3.3 การวิเคราะห์ข้อมูล	13
3.4 ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล	14

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการศึกษา	15
4.1 ชนิดสุราที่ผู้ตอบแบบสอบถามดื่ม	15
4.2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม	16
4.3 เปรียบเทียบพฤติกรรมกรบริโภคสุราโรงงานและสุรากลั่นชุมชน	18
4.4 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อสุราโรงงาน หรือ สุรากลั่นชุมชน	25
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	29
5.1 สรุปผลการศึกษา	29
5.2 อภิปรายผลการศึกษา	31
5.3 ข้อค้นพบ	35
5.4 ข้อเสนอแนะ	36
บรรณานุกรม	37
ภาคผนวก	40
ภาคผนวก ก	41
ภาคผนวก ข	47
ประวัติผู้เขียน	53

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า	
4.1	ยี่ห้อสุรากลั่นชุมชนที่ผู้ตอบแบบสอบถามชอบดื่มเรียงจากมากไปน้อย	15
4.2	ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามแยกตามชนิดสุราที่ชอบดื่ม	16
4.3	เหตุผลสำคัญที่สุดที่เลือกดื่มสุรายี่ห้อที่ชอบมากที่สุด	19
4.4	ความแรงของแอลกอฮอล์ของสุราที่ชอบดื่ม	20
4.5	เหตุผลสำคัญที่สุดที่ดื่มสุรา	20
4.6	ผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อสุรา	21
4.7	ความถี่ในการดื่มสุรา	21
4.8	ลักษณะการดื่มสุราที่ชอบ	21
4.9	ช่วงเวลาที่นิยมดื่มสุรา	22
4.10	เวลาที่ใช้ในการดื่มสุราแต่ละครั้ง	22
4.11	สถานที่ที่ชอบดื่มสุรา	23
4.12	สถานที่นิยมซื้อสุรา ในกรณีที่ซื้อสุราไปดื่มนอกสถานที่ที่ซื้อ	23
4.13	ปริมาณสุราที่นิยมซื้อ ในกรณีที่ซื้อสุราเป็นขวด	24
4.14	ปริมาณสุราในการดื่มแต่ละครั้ง	24
4.15	ผลของสถานการณ์ต่อปริมาณและความถี่ในการดื่มสุรา	24
4.16	ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกดื่มสุราโรงงานและสุรากลั่นชุมชน	25
4.17	ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกดื่มสุราโรงงานและสุรากลั่นชุมชน	26
4.18	ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และสถานที่ที่มีผลต่อการเลือกดื่มสุราโรงงานและสุรากลั่นชุมชน	27
4.19	ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกดื่มสุราโรงงานและสุรากลั่นชุมชน	27
4.20	ภาพรวมของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกดื่มสุราโรงงานและสุรากลั่นชุมชน	28

สารบัญตารางภาคผนวก

ตารางผนวก		หน้า
1	ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกดื่มสุรา โรงงาน	41
2	ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกดื่มสุรา กลั่นชุมชน	42
3	ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกดื่มสุราโรงงาน	43
4	ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกดื่มสุรา กลั่นชุมชน	43
5	ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และสถานที่ ที่มีผลต่อ การเลือกดื่มสุราโรงงาน	44
6	ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายและสถานที่ ที่มีผลต่อ การเลือกดื่มสุรา กลั่นชุมชน	45
7	ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการ เลือกดื่มสุราโรงงาน	46
8	ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการ เลือกดื่มสุรา กลั่นชุมชน	46