

## สารบัญ

หน้า

สารบัญตาราง	(3)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความสำคัญของการศึกษา	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
ขอบเขตของการศึกษา	5
วิธีการศึกษา	6
วิธีการเก็บข้อมูล	6
การวิเคราะห์ข้อมูล	6
นิยามคำศัพท์	7
บทที่ 2 โครงร่างทางทฤษฎี	8
การตรวจเอกสาร	8
ทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษาและแบบจำลองที่ใช้	9
ทฤษฎีพฤติกรรมกรรมกรซื้อ	9
แบบจำลองที่ใช้ในการศึกษา	16
แบบจำลองที่ใช้ในการวิเคราะห์	19
บทที่ 3 ธุรกิจไวน์องุ่นในประเทศไทย	22
การผลิตไวน์ในประเทศไทย	22
ปัญหาและอุปสรรค	24
ประเภทของไวน์และชนิดของไวน์	28
กฎระเบียบและการขออนุญาตต่าง ๆ ของผู้ผลิตไวน์	31
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์	37
สภาพทั่วไปทางเศรษฐกิจและสังคม	37
อายุ เพศ การศึกษา ของกลุ่มผู้ซื้อไวน์องุ่นในกรุงเทพมหานคร	37

## สารบาญ (ต่อ)

หน้า

อาชีพ รายได้ต่อเดือน ของกลุ่มผู้ซื้อไวน์องุ่นในกรุงเทพมหานคร	37
พฤติกรรมกาต้มเครื่องดื่มและความถี่ในการต้มเครื่องดื่ม	
แอลกอฮอล์ของกลุ่ม ผู้ซื้อไวน์องุ่นในกรุงเทพมหานคร	39
กาเลือกซื้อ วัตถุประสงค์และราคาไวน์ในการซื้อหรือต้มของกลุ่ม ผู้ซื้อไวน์องุ่นในกรุงเทพมหานคร	41
ปัจจัยในการเลือกต้มไวน์ ของกลุ่ม ผู้ซื้อไวน์องุ่นในกรุงเทพมหานคร	42
ระยะเวลาในการต้มไวน์ และ จำนวนกาเลือกซื้อไวน์ไทยของกลุ่ม ผู้ซื้อไวน์องุ่นในกรุงเทพมหานคร	44
ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อไวน์องุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานคร	44
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ	50
สรุป	50
ข้อเสนอแนะ	51
เอกสารและสิ่งอ้างอิง	53
ภาคผนวก	55

## สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	ปริมาณการผลิตไวน์ในประเทศและปริมาณการนำเข้าไวน์จากต่างประเทศ	2
2	ปริมาณการบริโภคไวน์ในประเทศและปริมาณการนำเข้าไวน์จากต่างประเทศ	4
3	อัตราภาษีสุรา	26
4	อายุ เพศ การศึกษาของกลุ่มผู้ซื้อไวน์อ่องุ่นในกรุงเทพมหานคร	38
5	อาชีพ รายได้ต่อเดือนของกลุ่มผู้ซื้อไวน์อ่องุ่นในกรุงเทพมหานคร	39
6	พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มและความถี่ในการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของกลุ่มผู้ซื้อไวน์อ่องุ่นในกรุงเทพมหานคร	40
7	การเลือกซื้อ วัตถุประสงค์ และราคาไวน์ในการซื้อหรือดื่มของกลุ่มผู้ซื้อไวน์อ่องุ่นในกรุงเทพมหานคร	41
8	ปัจจัยในการเลือกดื่มไวน์ ของกลุ่มผู้ซื้อไวน์อ่องุ่นในกรุงเทพมหานคร	43
9	ระยะเวลาในการดื่มไวน์ และ จำนวนการเลือกซื้อไวน์ไทย กลุ่มผู้ซื้อไวน์อ่องุ่นในกรุงเทพมหานคร	44
10	ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อไวน์อ่องุ่นที่ผลิตในประเทศไทย	46
11	ค่าสถิติจากการทดสอบปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อไวน์อ่องุ่นที่ผลิตในประเทศไทย	47