

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้ดื่มเบียร์ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาและจังหวัดอ่างทอง 2) เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้ดื่มเบียร์ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาและจังหวัดอ่างทอง 3) เพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของผู้ดื่มเบียร์ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล 4) เพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของผู้ดื่มเบียร์ จำแนกตามพฤติกรรมของผู้ดื่มเบียร์ และ 5) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมของผู้ดื่มเบียร์ โดยใช้กลุ่มตัวอย่างจากผู้ดื่มเบียร์ รวม 800 คน เครื่องมือที่ใช้คือแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test F-test LSD. และ Chi-Square.

ผลงานวิจัยพบว่า

1. พฤติกรรมของผู้ดื่มเบียร์พบว่าส่วนใหญ่ ดื่มเบียร์ 2 - 3 วันต่อสัปดาห์ ค่าใช้จ่ายในการดื่ม ต่ำกว่า 300 บาทต่อครั้ง ดื่มช่วงเวลา 18.01 - 24.00 น. ดื่มเบียร์ที่ร้านอาหาร ดื่มเบียร์ข้าง และเหตุผลที่ชอบดื่มเบียร์เพราะรสชาติดี
2. ความพึงพอใจของผู้ดื่มเบียร์ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านการให้บริการ มีความพึงพอใจมากทุกด้าน
3. ผู้ดื่มเบียร์ที่มีเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และสถานภาพสมรสต่างกัน มีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน ส่วนผู้ดื่มเบียร์ที่ จังหวัดที่อาศัย และ อำเภอที่อาศัยต่างกัน มีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
4. ผู้ดื่มเบียร์ที่มีค่าใช้จ่ายในการดื่มเบียร์ต่อครั้งต่างกัน มีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน ส่วนผู้ดื่มเบียร์ที่มีความถี่ในการดื่มเบียร์ต่างกัน มีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
5. ผลวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมของผู้ดื่มเบียร์ พบว่า ผู้ดื่มเบียร์ที่มี จังหวัดที่อาศัย อำเภอที่อาศัย เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และสถานภาพสมรส มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการดื่มเบียร์ และผู้ดื่มเบียร์ที่มีเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และสถานภาพสมรส มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการดื่มเบียร์ต่อครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

This research aimed to 1) study the behavior of beer consumers in Phranakhon Si Ayuthaya and Angthong Provinces, 2) examine their levels of satisfaction, 3) compare beer consumers' levels of satisfaction with regard to personal factors, 4) compare consumers' levels of satisfaction according to their behavior, and 5) investigate the relationship between the consumers' personal factors and their behavior. The sample group consisted of 800 beer consumers. The research instrument was a questionnaire. Statistical analysis was performed in terms of percentage, mean, standard deviation, t-test, F-test, LSD, and the Chi-Square test.

The findings indicated the following :

1. Most beer consumers drank beer 2-3 days per week, spending less than 300 baht. They usually drank Chang beer during 06.01 pm. - 12.00 pm. at food shops. Their choice of beverage was due to its good taste.

2. The beer consumers' levels of satisfaction were high in terms of product, price, place of consumption, distribution and marketing promotion, and service.

3. Difference in consumers' sex, age, educational background, occupation, monthly income, and marital status did not yield a difference in satisfaction. Difference in consumers' home province and district yielded a different satisfaction with a statistically significant level of .05.

4. Difference in expenses of beer consumption per time did not yield difference in consumers' satisfaction. Difference in frequency of consumption yielded different levels of satisfaction with a statistically significant level of .05.

5. Difference in home province, home district, sex, age, educational background, occupation, and marital status related to frequency of beer consumption. In addition, sex, age, educational background, occupation, monthly income, and marital status related to the expenses of consumption per time with a statistically significant level of .05.