

**A STUDY OF WINE CONSUMPTION BEHAVIOR
IN FINE DINING RESTAURANTS IN BANGKOK**



AMPIKA PRAMOJ NA AYUDHAYA

**A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT
OF THE REQUIREMENTS FOR
THE DEGREE OF MASTER OF MANAGEMENT
(TOURISM AND HOSPITALITY MANAGEMENT)
FACULTY OF GRADUATE STUDIES
MAHIDOL UNIVERSITY
2013**

COPYRIGHT OF MAHIDOL UNIVERSITY

**A STUDY OF WINE CONSUMPTION BEHAVIOR IN FINE DINING RESTAURANTS
IN BANGKOK**

AMPIKA PRAMOJ NA AYUDHAYA 5338913 ICTH/M

M.M. (TOURISM AND HOSPITALITY MANAGEMENT)

**THESIS ADVISORY COMMITTEE: CHANIN YOOPETCH, Ph.D., PISUT
YUWANOND, Ph.D.**

ABSTRACT

The purpose of this study was to understand Thai wine consumption behavior in fine dining restaurants in Bangkok in order to build a profile of Thai wine consumers and to discover the motivations of the wine consumer when consuming wine in fine dining restaurants. The findings will assist wine marketing researchers and wine business owners. The data was collected from a sample of 400 Thai wine consumers who consumed wine in fine dining restaurants in Bangkok during a period lasting six months. Factors studied included demographics, customer knowledge, wine attributes, and wine consumption motivations. The findings showed that differences in demographics and wine consumption behavior led to variation in the customer's knowledge, and wine consumption motivations. Results revealed that there were relationships between demographics, customer's knowledge, and wine attribute toward wine consumption behavior. Moreover, there were academic and practical contributions discussed in the conclusion of this paper.

**KEY WORDS: WINE CONSUMPTION BEHAVIOR/ WINE CONSUMPTION
MOTIVATIONS/ FINE DINING RESTAURANTS**

126 pages

พฤติกรรมกรบริโภคไวน์ของคนไทยในร้านอาหารที่มีการเสิร์ฟไวน์ในกรุงเทพมหานคร

A STUDY OF WINE CONSUMPTION BEHAVIOR IN FINE DINING RESTAURANTS IN BANGKOK

อัมพิกา ปราโมช ณ อยุธยา 5338913 ICTH/M

กจ.ม. (การจัดการการท่องเที่ยวและการบริการ)

คณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ : ชรินทร์ อยู่เพชร, Ph.D., พิสุทธิ ยูวานนท์, Ph.D.

บทคัดย่อ

งานวิจัยชิ้นนี้มีจุดประสงค์เพื่อเข้าใจถึงพฤติกรรมกรบริโภคไวน์ของคนไทยในร้านอาหารที่มีการเสิร์ฟไวน์ในกรุงเทพมหานครรวมถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการดื่มไวน์ของคนไทยในร้านอาหารที่มีการเสิร์ฟไวน์ในกรุงเทพมหานครเพื่อประโยชน์ในการต่อยอดเพื่อเพิ่มรายได้ของเจ้าของกิจการร้านอาหารที่มีการเสิร์ฟไวน์ในกรุงเทพมหานครรวมถึงการตลาดไวน์ในประเทศไทย งานวิจัยชิ้นนี้ใช้แบบสอบถามเพื่อเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน ซึ่งดื่มไวน์ในร้านอาหารที่มีการเสิร์ฟไวน์ในกรุงเทพมหานครภายในหกเดือนก่อนวันที่แจกแบบสอบถาม โดยการศึกษาพบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ และ รายได้ของผู้ร่วมวิจัย มีผลต่อพฤติกรรมกรบริโภคไวน์ของคนไทยที่มีในร้านอาหารที่มีการเสิร์ฟไวน์ในกรุงเทพมหานคร ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับไวน์ และ แรงจูงใจในการดื่มไวน์ รวมถึงยังพบความสัมพันธ์ระหว่างเพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ และ รายได้ของผู้ร่วมวิจัย ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับไวน์ คุณลักษณะของไวน์ แรงจูงใจในการดื่มไวน์ที่มีผลต่อพฤติกรรมกรบริโภคไวน์ของคนไทยที่มีในร้านอาหารที่มีการเสิร์ฟไวน์ในกรุงเทพมหานคร นอกเหนือไปจากนี้บทวิจัยนี้ยังนำเสนอข้อเสนอแนะทางวิชาการและในภาคปฏิบัติเพื่อผู้ที่สนใจได้ต่อยอดทำวิจัยและปรับปรุงการบริการและกลยุทธ์ทางการค้าต่อไป