

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

หนังสือ

ญาณเดช ทองจิมา, จีระภา เอมะสิทธิ์ การบริหารงานขาย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
๒๕๑๘.

มนูญ แสงหิรัญ สื่อการโฆษณา โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

บัญญัติ จุลนาพันธ์, สุรพล เทวอักษร, มนูญ แสงหิรัญ หลักการตลาด มหาวิทยาลัย
รามคำแหง, พิมพ์ครั้งที่ ๕

ปรียา วอนขอพร และคณะ หลักการตลาด จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โรงพิมพ์อักษรพิทยา,
๒๕๒๕

สมยศ นารีการ พฤติกรรมองค์การ สำนักพิมพ์บรรณกิจ, ๒๕๒๔

อดุลย์ จาตุรงค์กุล การส่งเสริมการขาย โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๑๔
_____ . การโฆษณา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๑๔

อนันต์ จันทร์กุล ร.น. และคณะ, หลักการตลาด โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,
๒๕๑๗

อัชจิมา เศรษฐบุตร นโยบายผลิตภัณฑ์และราคา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๒๐

วารสาร

ฐานเศรษฐกิจ ฉบับประจำวันที่ ๖ มิถุนายน ๒๕๒๖ เฮนเนสซี่ บุคตลาดนอกฤดู.

_____ . ฉบับประจำวันที่ ๓ ตุลาคม ๒๕๒๖ สามบริษัท เหล้านอกตบเท้าเปิดสงคราม
ในไทย.

_____ . ฉบับประจำวันที่ ๑๗ ตุลาคม ๒๕๒๖ มาร์แชลล์เริ่มแผนสู่ความเป็นเอก
ใน ๓ ปี.

นิตยสารคู่แข่ง ฉบับเดือนพฤศจิกายน ๒๕๒๕ เผยเหล่าฝรั่งพันล้านเริ่มดูเดือด
หน้า ๗๒-๗๘.

_____. ฉบับเดือนพฤศจิกายน ๒๕๒๕ ศึกน้ำเมา. หน้า ๑๒-๑๔.

_____. ฉบับเดือนธันวาคม ๒๕๒๖ ตลาดเหล้าแก้ว. หน้า ๔๙.

วารสารธุรกิจการเงิน ปีที่ ๓ ฉบับที่ ๓๐ ตุลาคม - พฤศจิกายน คนไทยกับบริษัท
หน้า ๘๗-๘๓.

หนังสือภาษาอังกฤษ

Phillip Kotler. Marketing Management Analysis Planning And
Control 4th ed. New Delhi : Prentice-Hall, 1980.

William J. Stanton. Fundamentals of Marketing 7th ed. McGraw-
Hill Book, Company, 1984.

McCarthy, E. Jerome. Basic Marketing 7th ed. New York: McGraw-
Hill Book Company.

Spencer H. and Mayh F. Cognac Country. Quiller Press,
London, 1983.

วารสารภาษาอังกฤษ

"Too Many Brands". Business in Thailand (September 1984) 102-106

"The golden spirit of a region's grapes" Asean Investor Vol.2
No. 8, 1983. pp. 51-64

ကဏ္ဍအမျိုးအစား

แบบสอบถามชุดนี้เป็นการวิจัยส่วนหนึ่งเพื่อประกอบการเขียนวิทยานิพนธ์ในสาขา
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ซึ่งเป็นการวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกซื้อบรันดี

บรันดี เป็นเหล้าชนิดหนึ่ง ซึ่งส่วนใหญ่จะผลิตจากองุ่น

คอนยัค (COGNAC) และอาร์มายัค (ARMAGNAC) เป็นบรันดีชนิดหนึ่งด้วย

แบบสอบถาม

๑. เพศ

หญิง

ชาย

๒. อายุ

๒๐-๒๕

๒๖-๓๐

๓๑-๓๕

๓๖-๔๐

๔๑-๔๕

๔๕-๕๐

๕๐ ขึ้นไป

๓. สถานภาพสมรส

โสด

แต่งงานแล้ว

อื่น ๆ (โปรดระบุ)

๔. การศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี
 ปริญญาตรี
 สูงกว่าปริญญาตรี

๕. รายได้ของครอบครัวต่อเดือน ต่ำกว่า ๘,๐๐๐ บาท
 ๘,๐๐๑-๑๒,๐๐๐ บาท
 ๑๒,๐๐๑-๑๘,๐๐๐ บาท
 ๑๘,๐๐๑-๒๕,๐๐๐ บาท
 ๒๕,๐๐๑-๓๕,๐๐๐ บาท
 สูงกว่า ๓๕,๐๐๐ บาท

๖. จำนวนสมาชิกในครอบครัว ๑ คน
 ๒ คน
 ๓-๔ คน
 ๕-๖ คน
 ๗-๘ คน
 มากกว่า ๘ คน

๗. อาชีพ ค้าขาย
 ทำงานบริษัทเอกชน
 ข้าราชการ
 ธุรกิจส่วนตัว
 อื่น ๆ (โปรดระบุ)

๘. เชื้อชาติ ไทย
 จีน
 อื่น ๆ (โปรดระบุ)

การบริโภค

๑. ท่านเคยดื่มเหล้า (เครื่องดื่มแอลกอฮอล์) หรือไม่

- เคย ไม่เคย

๒. เหล้าชนิดไหนที่ท่านดื่มบ่อยที่สุด

- เหล้าไทย เช่น แม่โขง, กวางทอง
 วิสกี้ต่างประเทศ เช่น ม้าขาว, จอห์นนี่วอกเกอร์
 บรันดี เช่น เฮนเนสซี่, มาแตล
 อื่น ๆ (โปรดระบุ)

๓. ท่านดื่มเหล้าเดือนละกี่ครั้ง (โดยเฉลี่ย)

- เฉลี่ยต่ำกว่า ๒ ครั้ง
 ๒-๕ ครั้ง
 ๖-๑๐ ครั้ง
 ๑๑-๑๕ ครั้ง
 มากกว่า ๑๕ ครั้ง

๔. ท่านเคยดื่มบรันดีหรือไม่

- ดื่ม ไม่ดื่ม

๕. ท่านดื่มบรันดีเคอนละกี่ครั้ง

- ต่ำกว่า ๒ ครั้ง
- ๒-๕ ครั้ง
- ๖-๑๐ ครั้ง
- ๑๑-๑๕ ครั้ง
- มากกว่า ๑๕ ครั้ง

๖. ท่านเคยดื่มบรันดียี่ห้ออะไรบ้าง (ตอบได้มากกว่า ๑ ข้อ)

- มาแตล (Martell)
- เฮนเนสซี (Hennessy)
- คามูส (Camus)
- โอตาร์ด (Otard)
- เรมี (Remy)
- ไฮน์ (Hine)
- ฮาร์ดี้ (Hardy)
- ชาบอต (Chabot)
- คาโวซิเอ (Courvoisier)
- อื่น ๆ (โปรดระบุ)

๗. บรันดีส่วนใหญ่ที่ท่านดื่มได้มาโดย

- ซื้อเอง
- ไม่ได้ซื้อเอง

๘. ถ้าท่านไม่ได้ซื้อเอง ท่านได้มาโดย

- เพื่อนเลี้ยง
- มีอยู่แล้วในบ้าน
- มีคนให้ เป็นของขวัญ
- คืมในงานเลี้ยง
- อื่น ๆ (โปรดระบุ)

๙. ทรัพย์สินที่ท่านซื้อมาคิดราคาขวดละประมาณ

- ๑๐๐-๒๐๐ บาท
- ๒๐๑-๓๐๐ บาท
- ๓๐๑-๔๐๐ บาท
- ๔๐๑-๕๐๐ บาท
- ๕๐๑-๖๐๐ บาท
- สูงกว่า ๖๐๐ บาท

การซื้อทรัพย์สิน

๑. ตั้งแต่ปี ๒๕๒๗ ถึงปัจจุบัน ท่านเคยซื้อทรัพย์สินหรือไม่

- เคย
- ไม่เคย

๒. ส่วนใหญ่บรันดีที่ท่านซื้อเพื่อ (ลำดับความสำคัญเพียง ๓ ลำดับ ๑,๒,๓ ๑ = สำคัญที่สุด)

- ดื่มเอง
- เป็นของขวัญ
- เลี้ยงแขกที่บ้าน
- ดื่มสังสรรค์กับเพื่อนฝูงในภัตตาคาร, ร้านอาหาร, บาร์ ฯลฯ
- ดั่งโชว์
- ฉลองในโอกาสพิเศษ เช่น วันเกิด, แต่งงาน
- อื่น ๆ (โปรดระบุ)

๓. ท่านซื้อบรันดีจากที่ไหนโดยส่วนใหญ่ (เลือก ๑ คำตอบ)

- ซุปเปอร์มาเก็ต
- ห้างสรรพสินค้า
- ร้านจำหน่ายสุรา
- ร้านจำหน่ายอาหาร, บาร์, ภัตตาคาร, ไนคลับ
- ซื้อจากต่างประเทศ
- อื่น ๆ (โปรดระบุ)

๔. ถ้าท่านซื้อบรันดีเพื่อให้เป็นของขวัญแก่ผู้อื่น ท่านจะเลือกยี่ห้ออะไรบ้าง (เลือก ๑ คำตอบ)

- คามูส (Camus)
- เรมีมาแดง (Remy Martin)
- คาโวซิเออร์ (Courvoisier)
- เฮนเนสซี (Hennessy)
- มาแตล (Martell)

- โอตาร์ด
- ซาบอต
- ไฮน์
- ฮาร์ดี้
- อื่น ๆ (โปรดระบุ)

๕. ท่านซื้อบรันดีเพื่อเป็นของขวัญ ท่านคำนึงถึงปัจจัยอะไรบ้างในการตัดสินใจ (ลำดับ ๑, ๒, ๓ ๑ = คำนึงเป็นอันดับแรก)

- ราคา
- ยี่ห้อ หรือตรา
- ขวดและกล่องต้องสวยงาม
- รสชาติ
- มีของแถมถูกใจ
- หาซื้อได้สะดวก
- อื่น ๆ (โปรดระบุ)

๖. ถ้าท่านซื้อเพื่อใช้เลี้ยงรับรองแขกหรือใช้ในงานเลี้ยง ท่านจะเลือกยี่ห้ออะไร (เลือก ๑ คำตอบ)

- คามูส (Camus)
- เรมีมาแตง (Remy Martin)
- คาโวซิเอร์ (Courvoisier)
- เฮนเนสซี่ (Hennessy)
- มาแตล (Martell)
- โอตาร์ด (Otard)

- ชาบอต (Chabot)
- ไฮน์ (Hine)
- ฮาร์ดี้ (Hardy)
- อื่น ๆ (โปรดระบุ)

๗. ท่านซื้อบรันดีเพื่อเลี้ยงรับรองแขกหรือใช้ในงานเลี้ยง ท่านคำนึงถึงปัจจัยอะไรในการตัดสินใจเลือกซื้อ (ลำดับ ๑, ๒, ๓ ๑ = คำนึงเป็นอันดับแรก)

- ราคา
- ยี่ห้อหรือตรา
- หาซื้อได้สะดวก
- ขวดและกล่องต้องสวยงาม
- รสชาติ
- มีของแถมถูกใจ
- อื่น ๆ (โปรดระบุ)

๘. ถ้าท่านซื้อบรันดีเพื่อดื่มเอง ท่านจะเลือกยี่ห้ออะไรบ้าง (เลือก ๑ คำตอบ)

- คามูส (Camus)
- มาแตล (Martell)
- เรมีมาแตง (Remy Martin)
- โอตาร์ด (Otard)
- คาโวซิเออร์ (Courvoisier)
- ชาบอต (Chabot)

- เฮนเนสซี (Hennessy)
- ไฮน์ (Hine)
- ฮาร์ดี้ (Hardy)
- อื่น ๆ (โปรดระบุ)

๙. ท่านซื้อแบรนด์เพื่อตัวเอง ท่านคำนึงถึงปัจจัยอะไรบ้างในการตัดสินใจเลือกซื้อ (ลำดับตามความสำคัญ ๑,๒,๓ ๑ = คำนึงเป็นอันดับแรก)

- ราคา
- ยี่ห้อหรือตรา
- ขวดกลิ้งสวยงาม
- รสชาติ
- มีของแถมถูกใจ
- หาซื้อได้สะดวก
- อื่น ๆ (โปรดระบุ)

๑๐. มูลเหตุจูงใจในการเลือกซื้อแบรนด์ยี่ห้อหนึ่ง ๆ คือ (ลำดับความสำคัญ ๑,๒,๓ ๑ = สำคัญที่สุด)

- มีคนแนะนำให้ดื่มยี่ห้อนั้น
- เพื่อแสดงฐานะทางสังคม
- อิทธิพลจากการโฆษณา
- เห็นผู้อื่นบริโภค
- เห็นวางจำหน่ายร้านขายสุรา

- ___ รลชาติถูกใจ
- ___ ราคา
- ___ ขวตกล่องถูกใจ
- ___ อื่น ๆ (ไปรคระนุ)

๑๑. ท่านซื้อบรันตี่ท่านม้กจะเปล่ยนย่ให้ออยู่เร่อย ๆ ไซ่หรือไม

- ไซ่ เพราะ
- ไมไซ่ เพราะ

๑๒. การส่ง เสริมการขายอะไรบ้างที่่ท่านชอบที่่สุด

- แลมของชวัญ
- ลคราคาสำหรับเทศกาลพิเศษ
- ชิงโชค
- สะสมชิ้นส่วนแลกของชวัญ
- อื่น ๆ (ไปรคระนุ)

๑๓. ท่านคคดว่าบรันตคควรรจะแลมอะไร

.....

๑๔. ท่านคคดจะซื้อบรันตคคในอนาคคคหรือไม

- คคค
- ไมคคค
- ไมแน่ถ้ล้วแต่โอกาส

๑๕. ถ้าท่านคิดที่จะซื้อที่ดินในโอกาสต่อไปในอนาคต ท่านคิดว่าส่วนใหญ่ท่านจะซื้อเพื่อ

- ที่มเอง
- ไว้รับรองแขก
- เพื่อเป็นของขวัญ
- ตั้งโชว์
- อื่น ๆ (โปรดระบุ)

๑๖. ท่านคิดว่าปัจจุบันท่านบริโภคที่ดินมากกว่าในอดีตหรือไม่

- มากกว่าอดีต เพราะ
- น้อยกว่าอดีต เพราะ
- เท่าเดิม เพราะ

๑๗. ท่านคิดว่าในอนาคตท่านจะบริโภคที่ดินมากกว่าปัจจุบันหรือไม่

- มากกว่าปัจจุบัน เพราะ
- น้อยกว่าปัจจุบัน เพราะ
- เท่าเดิม เพราะ

๑๘. การโฆษณามีอิทธิพลต่อการสนใจให้ท่าน เลือกซื้อที่ดินที่ข้อหนึ่งมากเท่าใด

- มีผลมาก
- มีผลปานกลาง
- มีผลน้อย
- ไม่มีผลเลย

๒๐. ท่านชอบโฆษณาของบริษัทยี่ห้ออะไรมากที่สุด

ยี่ห้อ เห็นจาก

๒๑. ในความคิดของท่าน บริษัทยี่ห้ออะไรดีที่สุดในความคิดของคุณ

ยี่ห้อ

เพราะ

.....

ขอขอบคุณอย่างสูง

นิสิตปริญญาโท

ภาควิชาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

HENNESSY

The person of Mr. Hennessy was described as follows:

- A businessman aged about 45, mentally mature, well-established in his position. He has earned trust and will occupy a good position till old age.
 - A decisive and serious person, one who is good at problem-solving.
 - Alternatively, a soldier in his prime.
-

- He is politely-dressed though not fashionably so. He is not too meticulous in this regard.
 - He is well-educated.
 - A strong person, he has a sturdy masculine body.
 - He is worldly-wise, a playboy of a top executive.
-

- He comes from a good background, and has been successful in life. He has influence and is well-backed up.
- He has plain manners, somewhat of an old-fashioned character.
- He has good reputation, although he himself might not live up to it. People give him more credits than he deserves.

REMY MARTIN

- The REMY person emerged to be more contemporary: younger, more attractive and indeed likeable. In character and activities the respondents can identify more with him in their aspirations.

As a man,

- He is gentle and polite, not harsh. He has self-confidence. He is calm and thoughtful. He is a good person.
 - He is well-educated. He has good taste, classic and modern
 - He knows how to please a woman.
-

- He lives in high society. He is a young business executive in his 30's who is just beginning to see the way clear ahead.
 - He is trustworthy and people respect him.
-

- He plays tennis and golf. He plants trees and loves nature. He does morning exercises.
- He has a well-proportioned body
- He is dressed in a fashionable suit, like an Englishman.
- Because the REMY bottle is smooth-curved and possibly because the name REMY sounds feminine at least to some, REMY was also thought to be a woman. Here's how she was described:

As a woman,

- She comes from a good family. She is well-educated, and has good

manners.

- She holds a good job. She doesn't have to labour hard.
- She has self-respect. She is not the kind of girl who is loud and all over the place.
- She has a classic personality.

MARTELL

- The bottle appearance & the commercial "Testimonials" seem to influence the respondents' descriptions of the MARTELL man : he is markedly less high-class than Mr. Remy, possibly more versatile in occupations and personality. But he is less admired in terms of character, and the respondents described him in more shallow terms.

- In occupation, he is either a young business executive, a salesman, or perhaps an architect. He is not yet well-settled

- He is more of an all-round flexible person, more of a commoner. He likes to keep himself busy.

- He is somewhat bold. He has self-confidence.

- His manner of dressing is different. Rather than classic he goes for the more colourful, stylish, latest fashions. (1947)
Perhaps he wears a necklace and pendant.

- In character, thoughts and feelings, he is not as good as Mr. Remy. He is less competent in decision-making.

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ นางสาว รัชณี อนันต์วัฒนพงษ์ เกิดวันที่ ๑๐ พฤศจิกายน พ.ศ. ๒๕๐๒
ที่กรุงเทพมหานคร

ประวัติการศึกษา เข้าศึกษาที่จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ปี พ.ศ. ๒๕๒๑
ในคณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี สาขาวิชาบัญชีต้นทุน เข้าศึกษาต่อในบัณฑิตวิทยาลัย
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ภาควิชาบริหารธุรกิจ สาขาการตลาด เมื่อปี พ.ศ. ๒๕๒๕

ประวัติการทำงาน เป็นพนักงานฝ่ายการตลาด บริษัท ข้าวอนามัย จำกัด
(ในเครือกมลกิจ) เมื่อปี พ.ศ. ๒๕๒๖ ถึงปี พ.ศ. ๒๕๒๗

