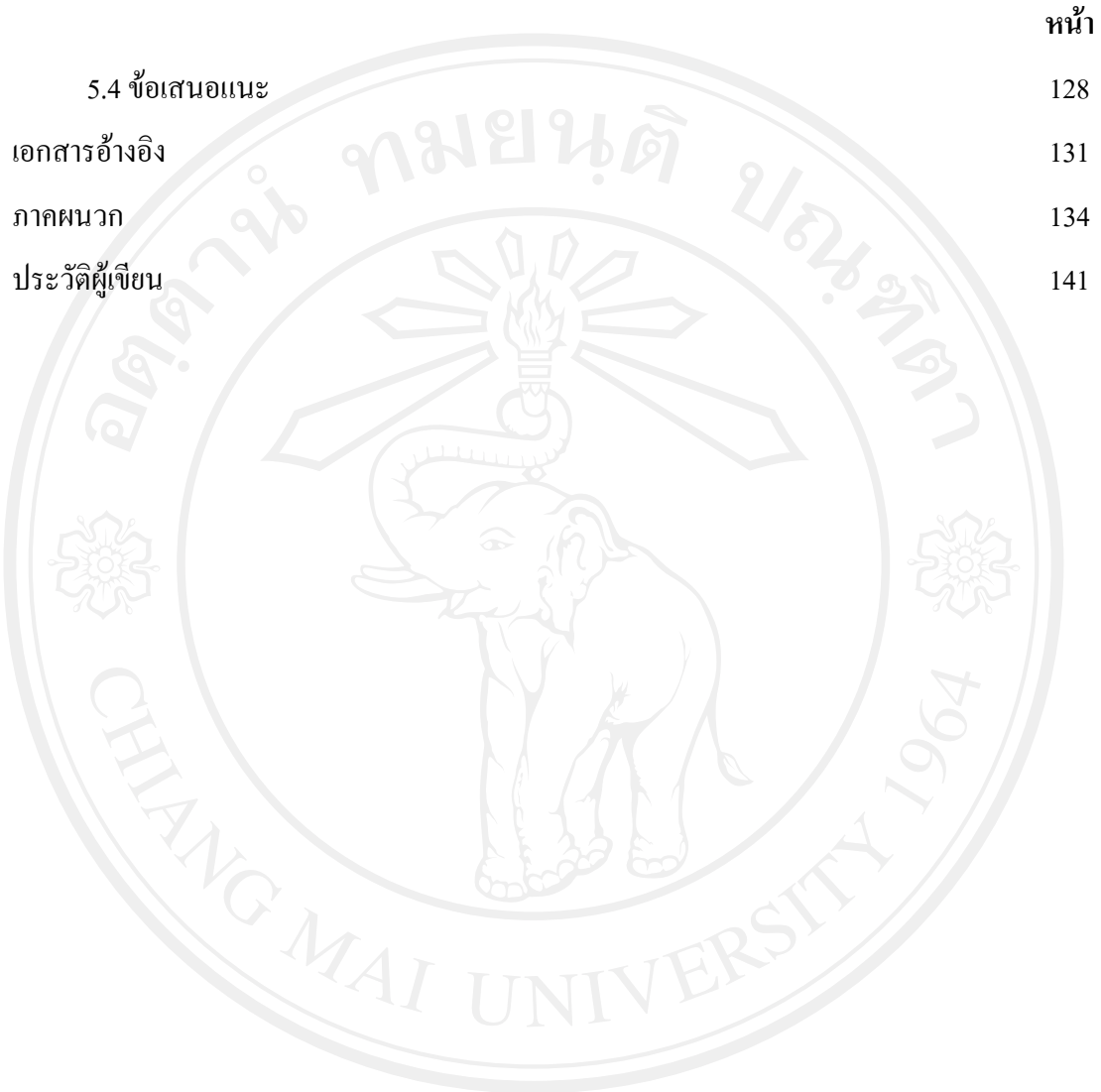


## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ญ
<b>บทที่ 1 บทนำ</b>	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ	1
1.2 วัตถุประสงค์ในการศึกษา	3
1.3 นิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา	3
1.4 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	4
<b>บทที่ 2 ทฤษฎี แนวคิด และทบทวนวรรณกรรม</b>	
2.1 ทฤษฎีและแนวคิด	5
2.1.1 การพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงระบบ	5
2.1.2 การทดสอบผลิตภัณฑ์	5
2.1.3 การประเมินค่าทางประสาทสัมผัส	6
2.1.4 แนวคิดทางการตลาดเชิงประสาทสัมผัส	7
2.1.5 แนวคิดด้านทัศนคติ	8
2.1.6 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	9
2.2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	10
<b>บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา</b>	
3.1 ขอบเขตการศึกษาและขอบเขตประชากร	13

	หน้า
3.2 วิธีการศึกษา	14
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	15
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล	15
3.5 ระยะเวลาในการศึกษา	18
<b>บทที่ 4 ผลการศึกษา</b>	
4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภค	19
4.2 ข้อมูลด้านทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ชามะม่วงสำเร็จ	27
4.2.1 ข้อมูลด้านความรู้และความเข้าใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ชามะม่วงสำเร็จ	28
4.2.2 ข้อมูลด้านความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ชามะม่วงสำเร็จ	30
4.2.3 ข้อมูลการทดสอบผลิตภัณฑ์ชามะม่วงสำเร็จทางประสาทสัมผัสและแนวโน้มการบริโภคชามะม่วงสำเร็จ	32
4.3 ข้อมูลด้านทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ชามะม่วงสำเร็จจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล	43
4.3.1 ข้อมูลการทดสอบด้านความรู้และความเข้าใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ชามะม่วงสำเร็จจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล	44
4.3.2 ข้อมูลการทดสอบด้านความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ชามะม่วงสำเร็จจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล	46
4.3.3 ข้อมูลการทดสอบผลิตภัณฑ์ชามะม่วงสำเร็จทางประสาทสัมผัสและแนวโน้มการบริโภคชามะม่วงสำเร็จจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล	54
<b>บทที่ 5 สรุป อภิปรายผลการศึกษา ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ</b>	
5.1 สรุปผลการศึกษา	120
5.2 อภิปรายผลการศึกษา	125
5.3 ข้อค้นพบ	128

	หน้า
5.4 ข้อเสนอแนะ	128
เอกสารอ้างอิง	131
ภาคผนวก	134
ประวัติผู้เขียน	141

The logo of Chiang Mai University is a large, light gray watermark in the background. It features a central elephant standing and facing left, with a traditional Thai lamp (Lampang) above its head. The lamp has a flame and radiating lines. The entire emblem is enclosed in a circular border. The Thai text 'มหาวิทยาลัยเชียงใหม่' is written along the top inner edge of the circle, and 'CHIANG MAI UNIVERSITY 1964' is written along the bottom inner edge. There are also decorative floral motifs on the left and right sides of the inner circle.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

## สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
4.1	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	20
4.2	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	20
4.3	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	21
4.4	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	21
4.5	จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	22
4.6	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของเครื่องดื่ม ประเภทชา	22
4.7	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการดื่มเครื่องดื่ม ประเภทชา	23
4.8	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสาเหตุหลักในการเลือกดื่มชา	24
4.9	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่ซื้อเครื่องดื่มชา	25
4.10	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการรู้จักผลิตภัณฑ์ชามะม่วง สำเร็จ	26
4.11	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเคยดื่มผลิตภัณฑ์ชามะม่วง สำเร็จ	26
4.12	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผลการวัดความรู้และความ เข้าใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์ชามะม่วงสำเร็จ	28
4.13	จำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามด้านความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มี ต่อผลิตภัณฑ์ชามะม่วงสำเร็จ	30
4.14	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความชอบของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อผลิตภัณฑ์ ชามะม่วงสำเร็จ	32

ตาราง	หน้า
4.15 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการยอมรับผลิตภัณฑ์ ชามะม่วงผงสำเร็จ	34
4.16 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ชา มะม่วงผงสำเร็จ	34
4.17 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสาเหตุที่จะเลือกบริโภค ผลิตภัณฑ์ชามะม่วงผงสำเร็จ	35
4.18 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความถี่ที่จะดื่มผลิตภัณฑ์ชา มะม่วงผงสำเร็จ	36
4.19 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความเหมาะสมของ ปริมาณต่อครั้งในการดื่มผลิตภัณฑ์ชามะม่วงผงสำเร็จ	37
4.20 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความเหมาะสมด้านรูปแบบ บรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ชามะม่วงผงสำเร็จ	38
4.21 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความเหมาะสมด้านราคาของ ผลิตภัณฑ์ชามะม่วงผงสำเร็จ	39
4.22 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความเหมาะสมด้าน สถานที่ที่เหมาะสมในการวางจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชามะม่วงผงสำเร็จ	40
4.23 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามด้านความรู้และความเข้าใจที่มีต่อ ผลิตภัณฑ์ชามะม่วงผงสำเร็จจำแนกตามระดับการศึกษา	44
4.24 ค่าเฉลี่ยคะแนนด้านความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ชามะม่วงพร้อมชง จำแนกตามอายุ	46
4.25 ค่าเฉลี่ยคะแนนด้านความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ชามะม่วงพร้อมชง จำแนกตามระดับการศึกษา	48
4.26 ค่าเฉลี่ยคะแนนด้านความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ชามะม่วงผงสำเร็จ จำแนกตามอาชีพ	50
4.27 ค่าเฉลี่ยของระดับความชอบของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อผลิตภัณฑ์ชามะม่วง จำแนกตามเพศ	54

ตาราง	หน้า
4.28 ค่าเฉลี่ยของระดับความชอบของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อผลิตภัณฑ์ชามะม่วง จำแนกตามอายุ	55
4.29 ความสัมพันธ์ระหว่างความชอบที่มีต่อคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ชามะม่วง	56
4.30 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการยอมรับผลิตภัณฑ์จำแนกตาม เพศ	57
4.31 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการยอมรับผลิตภัณฑ์จำแนกตาม อายุ	58
4.32 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการยอมรับผลิตภัณฑ์จำแนกตาม ระดับการศึกษา	59
4.33 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการยอมรับผลิตภัณฑ์จำแนกตาม อาชีพ	60
4.34 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการยอมรับผลิตภัณฑ์จำแนกตาม รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	61
4.35 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อแนวโน้มการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเพศ	62
4.36 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อแนวโน้มการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอายุ	63
4.37 จำนวนและร้อยละของแนวโน้มการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อ เดือน	64
4.38 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อเหตุผลที่จะเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์ ชามะม่วงสำเร็จจำแนกตามเพศ	65
4.39 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อเหตุผลที่จะเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์ ชามะม่วงสำเร็จจำแนกตามอายุ	66
4.40 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อเหตุผลที่จะเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์ ชามะม่วงสำเร็จจำแนกตามระดับการศึกษา	68

ตาราง	หน้า
4.41 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อเหตุผลที่จะเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์ ชามะม่วงผงสำเร็จจำแนกตามอาชีพ	70
4.42 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อเหตุผลที่จะเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์ ชามะม่วงผงสำเร็จจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	72
4.43 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามด้านความถี่ที่คิดว่าจะดื่มผลิตภัณฑ์ ชามะม่วงผงสำเร็จจำแนกตามเพศ	74
4.44 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามด้านความถี่ที่คิดว่าจะดื่มผลิตภัณฑ์ ชามะม่วงผงสำเร็จจำแนกตามอายุ	75
4.45 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามด้านความถี่ที่คิดว่าจะดื่มผลิตภัณฑ์ ชามะม่วงผงสำเร็จจำแนกตามระดับการศึกษา	77
4.46 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามด้านความถี่ที่คิดว่าจะดื่มผลิตภัณฑ์ ชามะม่วงผงสำเร็จจำแนกตามอาชีพ	79
4.47 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามด้านความถี่ที่คิดว่าจะดื่มผลิตภัณฑ์ ชามะม่วงผงสำเร็จจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	81
4.48 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามด้านปริมาณในการดื่มผลิตภัณฑ์ชามะม่วง ต่อครั้งจำแนกตามเพศ	83
4.49 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามด้านปริมาณในการดื่มผลิตภัณฑ์ชามะม่วง ต่อครั้งจำแนกตามอายุ	84
4.50 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามด้านปริมาณในการดื่มผลิตภัณฑ์ชามะม่วง ต่อครั้งจำแนกตามระดับการศึกษา	86
4.51 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามด้านปริมาณในการดื่มผลิตภัณฑ์ชามะม่วง ต่อครั้งจำแนกตามอาชีพ	88
4.52 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามด้านปริมาณในการดื่มผลิตภัณฑ์ชามะม่วง ต่อครั้งจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	90
4.53 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามด้านบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ ชามะม่วงผงสำเร็จจำแนกตามเพศ	92

ตาราง	หน้า
4.54 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามด้านบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ ชามะม่วงผงสำเร็จจำแนกตามอายุ	94
4.55 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามด้านบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ ชามะม่วงผงสำเร็จจำแนกตามระดับการศึกษา	96
4.56 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามด้านบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ ชามะม่วงผงสำเร็จจำแนกตามอาชีพ	98
4.57 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามด้านบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ ชามะม่วงผงสำเร็จจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	100
4.58 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามด้านราคาที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ชา มะม่วงผงสำเร็จจำแนกตามเพศ	102
4.59 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามด้านราคาที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ชา มะม่วงผงสำเร็จจำแนกตามอายุ	103
4.60 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามด้านราคาที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ชา มะม่วงผงสำเร็จจำแนกตามระดับการศึกษา	105
4.61 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามด้านราคาที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ชา มะม่วงผงสำเร็จจำแนกตามอาชีพ	106
4.62 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามด้านราคาที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ชา มะม่วงผงสำเร็จจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	108
4.63 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามด้านสถานที่ที่เหมาะสมในการวาง จำหน่ายผลิตภัณฑ์ชามะม่วงผงสำเร็จจำแนกตามเพศ	110
4.64 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามด้านสถานที่ที่เหมาะสมในการวาง จำหน่ายผลิตภัณฑ์ชามะม่วงผงสำเร็จจำแนกตามอายุ	112
4.65 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามด้านสถานที่ที่เหมาะสมในการวาง จำหน่ายผลิตภัณฑ์ชามะม่วงผงสำเร็จจำแนกตามระดับการศึกษา	114



ตาราง		หน้า
4.66	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามด้านสถานที่ที่เหมาะสมในการวาง จำหน่ายผลิตภัณฑ์ชามะม่วงผงสำเร็จจำแนกตามอาชีพ	116
4.67	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามด้านสถานที่ที่เหมาะสมในการวาง จำหน่ายผลิตภัณฑ์ชามะม่วงผงสำเร็จจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	118



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
 Copyright© by Chiang Mai University  
 All rights reserved