

## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญ	๗
สารบัญตาราง	๘
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 หลักการและเหตุผล	1
1.2 วัตถุประสงค์	3
1.3 ประโยชน์ที่ได้รับ	3
1.4 นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	4
2.1 แนวคิดและทฤษฎี	4
2.2 วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	12
บทที่ 3 ระเบียบและวิธีการศึกษา	15
3.1 ขอบเขตการศึกษา	15
3.2 ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง	15
3.3 วิธีการศึกษา	16
3.3.1 การเก็บรวบรวมข้อมูล	16
3.3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	17
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล	17
3.5 สถานที่ใช้ในเก็บรักษาและรวบรวมข้อมูล	18
3.6 ระยะเวลาที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	18

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลและอภิปรายผล	19
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	20
ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจของผู้บริโภคกลุ่มสตรีในจังหวัด เชียงใหม่ที่มีต่อเครื่องดื่มให้พลังสำหรับสตรี	23
ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติของผู้บริโภคกลุ่มสตรีในจังหวัดเชียงใหม่ ที่มีต่อเครื่องดื่มให้พลังสำหรับสตรี	24
ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับแนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีผลต่อการตัดสินใจ เลือกซื้อเครื่องดื่มให้พลังงานสำหรับสตรี	30
ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ทัศนคติของผู้บริโภคกลุ่มสตรีในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีต่อ เครื่องดื่มให้พลังสำหรับสตรี	36
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	41
5.1 สรุปผลการศึกษา	41
5.2 อภิปรายผลการศึกษา	45
5.3 ข้อค้นพบ	47
5.4 ข้อเสนอแนะจากการศึกษา	47
บรรณานุกรม	49
ภาคผนวก	51
ประวัติผู้เขียน	57

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1	จำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	20
2	จำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	21
3	จำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	22
4	จำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	22
5	จำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความรู้เกี่ยวกับ เครื่องดื่มให้พลังงานสำหรับสตรี	23
6	จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคกลุ่มสตรีใน จังหวัดเชียงใหม่ที่มีต่อเครื่องดื่มให้พลังงานสำหรับสตรี	24
7	จำนวน ร้อยละ ของผู้บริโภคกลุ่มสตรีในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีต่อรสชาติ เครื่องดื่มให้พลังงานสำหรับสตรี	28
8	จำนวน ร้อยละ ของผู้บริโภคกลุ่มสตรีในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีต่อส่วนผสม ของเครื่องดื่มให้พลังงานสำหรับสตรี	29
9	จำนวน ร้อยละ ของผู้บริโภคกลุ่มสตรีในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีต่อสาเหตุ สำคัญในการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องดื่มให้พลังงานสำหรับสตรี	30
10	จำนวน ร้อยละ ของผู้บริโภคกลุ่มสตรีในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีต่อสาเหตุที่ทำให้ รู้จักเครื่องดื่มให้พลังงานสำหรับสตรี	31
11	จำนวน ร้อยละ ของผู้บริโภคกลุ่มสตรีในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีต่อความถี่ใน การดื่มให้พลังงานสำหรับสตรี	32
12	จำนวน ร้อยละ ของผู้บริโภคกลุ่มสตรีในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีต่อแหล่งที่ซื้อ เครื่องดื่มให้พลังงานสำหรับสตรี	32
13	จำนวน ร้อยละ ของผู้บริโภคกลุ่มสตรีในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีต่อการ ตัดสินใจเมื่ออยู่แหล่งที่ซื้อเครื่องดื่มให้พลังงานสำหรับสตรี	34
14	จำนวน ร้อยละ ของผู้บริโภคกลุ่มสตรีในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีต่อแหล่งการ รับทราบโฆษณาเครื่องดื่มให้พลังงานสำหรับสตรี	34

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
15	จำนวน ร้อยละ ของผู้บริโภครวมสตรีในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีต่อการส่งเสริมการขาย เช่น การมีส่วนลดราคา การมีของแถม มีผลต่อการเลือกซื้อเครื่องดื่มน้ำให้พลังงานสำหรับสตรี	35
16	จำนวน ร้อยละ ของผู้บริโภครวมสตรีในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีต่อความชอบในการส่งเสริมการขายเครื่องดื่มน้ำให้พลังงานสำหรับ สตรี	35
17	ค่าเฉลี่ยและนัยสำคัญของระดับความคิดเห็นของผู้บริโภครวมสตรีในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีต่อเครื่องดื่มน้ำให้พลังงานสำหรับสตรีจำแนกตามอาชีพ	36
18	ค่าเฉลี่ยและนัยสำคัญของระดับความคิดเห็นของผู้บริโภครวมสตรีในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีต่อเครื่องดื่มน้ำให้พลังงานสำหรับสตรีจำแนกตามระดับการศึกษา	37
19	นัยสำคัญของความคิดเห็นของผู้บริโภครวมสตรีในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีต่อเครื่องดื่มน้ำให้พลังงานสำหรับสตรีด้านการจัดจำหน่ายจำแนกเป็นรายคู่	38
20	ค่าเฉลี่ยและนัยสำคัญของระดับความคิดเห็นของผู้บริโภครวมสตรีในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีต่อเครื่องดื่มน้ำให้พลังงานสำหรับสตรีจำแนกตามอายุ	39
21	ค่าเฉลี่ยและนัยสำคัญของค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของผู้บริโภครวมสตรีในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีต่อเครื่องดื่มน้ำให้พลังงานสำหรับสตรีจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	40