

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ฎ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	2
1.4 นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	
2.1 ทฤษฎีและแนวคิด	4
2.2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	8
2.3 กรอบแนวคิดการศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์นมกระป๋อง ในอำเภอเมืองเชียงใหม่	11
2.4 สมมติฐานการศึกษา	12
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	
3.1 ขอบเขตการศึกษาและขอบเขตประชากร	13
3.2 ข้อมูลและแหล่งข้อมูล	14
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	15
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล	16
3.6 ระยะเวลาในการศึกษา	18

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการศึกษา	
4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	19
4.2 ข้อมูลด้านทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์นมกระป๋อง	24
4.3 ข้อมูลการทดสอบผลิตภัณฑ์โยเกิร์ตและชีสจากนมกระป๋องทางประสาทสัมผัส และแนวโน้มพฤติกรรมการบริโภค	35
4.4 ข้อมูลด้านทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์นมกระป๋องจำแนกตาม ลักษณะทางประชากรศาสตร์	42
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผลการศึกษา ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลการศึกษา	106
5.2 อภิปรายผลการศึกษา	113
5.3 ข้อค้นพบ	115
5.4 ข้อเสนอแนะ	115
5.5 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป	118
บรรณานุกรม	119
ภาคผนวก	121
ประวัติผู้เขียน	134



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1	องค์ประกอบทางเคมีของน้ำนมกระป๋องเปรียบเทียบกับน้ำนมโคของน้ำนมโค	8
2	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามข้อมูลทั่วไป	20
3	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความรู้ ความเข้าใจ ต่อผลิตภัณฑ์นมกระป๋อง	25
4	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความรู้สึกของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อผลิตภัณฑ์นมกระป๋อง	27
5	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับการทดสอบผลิตภัณฑ์โยเกิร์ตจาก นมกระป๋องทางประสาทสัมผัส	36
6	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับการทดสอบผลิตภัณฑ์ชีสจากนมกระป๋อง ทางประสาทสัมผัส	37
7	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแนวโน้มพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์นมกระป๋อง	39
8	ค่าเฉลี่ยและความแตกต่างเป็นรายคู่ของความรู้สึกเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นมกระป๋อง จำแนกตามเพศ	43
9	ค่าเฉลี่ยและความแตกต่างเป็นรายคู่ของความรู้สึกเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นมกระป๋อง จำแนกตามอายุ	48
10	ค่าเฉลี่ยและความแตกต่างเป็นรายคู่ของความรู้สึกเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นมกระป๋อง จำแนกตามระดับการศึกษา	55
11	ค่าเฉลี่ยและความแตกต่างเป็นรายคู่ของความรู้สึกเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นมกระป๋อง จำแนกตามอาชีพ	62

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
12 ค่าเฉลี่ยและความแตกต่างเป็นรายคู่ของความรู้สึกร่วมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นมกระป๋อง จำแนกตามรายได้	70
13 ค่าเฉลี่ยและความแตกต่างเป็นรายคู่ของระดับความชอบผลิตภัณฑ์โยเกิร์ต จากนมกระป๋องจำแนกตามเพศ	77
14 ค่าเฉลี่ยและความแตกต่างเป็นรายคู่ของระดับความชอบผลิตภัณฑ์โยเกิร์ต จากนมกระป๋องจำแนกตามอายุ	78
15 ค่าเฉลี่ยและความแตกต่างเป็นรายคู่ของระดับความชอบผลิตภัณฑ์ชีส จากนมกระป๋องจำแนกตามเพศ	80
16 ค่าเฉลี่ยและความแตกต่างเป็นรายคู่ของระดับความชอบผลิตภัณฑ์ชีส จากนมกระป๋องจำแนกตามอายุ	81
17 จำนวน ร้อยละและความสัมพันธ์ของแนวโน้มพฤติกรรมกรบริโภค ผลิตภัณฑ์นมกระป๋องจำแนกตามเพศ	83
18 จำนวน ร้อยละและความสัมพันธ์ของแนวโน้มพฤติกรรมกรบริโภค ผลิตภัณฑ์นมกระป๋องจำแนกตามอายุ	86
19 จำนวน ร้อยละและความสัมพันธ์ของแนวโน้มพฤติกรรมกรบริโภค ผลิตภัณฑ์นมกระป๋องจำแนกตามระดับการศึกษา	90
20 จำนวน ร้อยละและความสัมพันธ์ของแนวโน้มพฤติกรรมกรบริโภค ผลิตภัณฑ์นมกระป๋องจำแนกตามอาชีพ	95
21 จำนวน ร้อยละและความสัมพันธ์ของแนวโน้มพฤติกรรมกรบริโภค ผลิตภัณฑ์นมกระป๋องจำแนกตามรายได้	102



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบัญภาพ

ตาราง

- 1 กรอบแนวคิดการศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์นมกระป๋อง
ในอำเภอเมืองเชียงใหม่

หน้า

11



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved