

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	I
กิตติกรรมประกาศ.....	II
สารบัญ.....	III
สารบัญตาราง.....	V
สารบัญภาพ.....	XI
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	3
ความสำคัญของการศึกษา.....	3
กรอบแนวความคิดในการวิจัย.....	4
สมมติฐานการวิจัย.....	6
ขอบเขตในการวิจัย.....	6
นิยามศัพท์.....	7
2 วรรณกรรมและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง.....	9
ภาพรวมของตลาดนมพาสเจอร์ไรส์.....	9
ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค.....	11
ทฤษฎีพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อ.....	26
ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด.....	31
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	34
3 วิธีการวิจัย.....	36
ประชากร / กลุ่มตัวอย่าง.....	36
เครื่องมือการวิจัย.....	39
การรวบรวมข้อมูล.....	40
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	41
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	42

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
4. การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	45
5. สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	129
สรุปผลการวิจัย.....	130
อภิปรายผล.....	135
ข้อเสนอแนะ.....	139
บรรณานุกรม.....	141
ภาคผนวก.....	144
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม .....	145
ภาคผนวก ข ตารางวิเคราะห์ความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม.....	151
ประวัติผู้วิจัย.....	154

## สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	แสดงความถี่และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ.....	47
2	แสดงความถี่และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ.....	48
3	แสดงความถี่และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพการสมรส.....	49
4	แสดงความถี่และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา.....	50
5	แสดงความถี่และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ.....	51
6	แสดงความถี่และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	52
7	แสดงค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามปัจจัยด้านการตลาด.....	53
8	แสดงค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์.....	54
9	แสดงค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามปัจจัยด้านราคา.....	55
10	แสดงค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย.....	56
11	แสดงค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด.....	57
12	แสดงความถี่และร้อยละตามเหตุผลที่เลือกดื่มนมพาสเจอร์ไรส์.....	58
13	แสดงความถี่และร้อยละตามความถี่ในการบริโภคนมพาสเจอร์ไรส์.....	59
14	แสดงความถี่และร้อยละตามค่าใช้จ่ายต่อเดือนในการบริโภคนมพาสเจอร์ไรส์.....	60
15	แสดงความถี่และร้อยละตามขนาดที่ซื้อนมพาสเจอร์ไรส์เป็นประจำ.....	61
16	แสดงความถี่และร้อยละตามสถานเลือกซื้อนมพาสเจอร์ไรส์.....	62
17	แสดงความถี่และร้อยละตามยี่ห้อที่เลือกซื้อนมพาสเจอร์ไรส์.....	63
18	แสดงความถี่และร้อยละตามรสชาติที่นิยมบริโภคนมพาสเจอร์ไรส์.....	64
19	แสดงความถี่และร้อยละตามสื่อโฆษณาเกี่ยวกับนมพาสเจอร์ไรส์.....	65
20	แสดงความถี่และร้อยละตามโฆษณาที่มีผลต่อการบริโภคนมพาสเจอร์ไรส์.....	66
21	ค่าสถิติ Chi-square เปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมกรรมการบริโภคนมพาสเจอร์ไรส์ด้านเหตุผลที่เลือกดื่มจำแนกตามเพศ.....	67

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
22	ค่าสถิติ Chi-square เปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมการบริโภคนมพาสเจอร์ไรส์ด้านความถี่ในการบริโภคจำแนกตามเพศ.....	68
23	ค่าสถิติ Chi-square เปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมการบริโภคนมพาสเจอร์ไรส์ด้านค่าใช้จ่ายต่อเดือนในการบริโภคจำแนกตามเพศ.....	69
24	ค่าสถิติ Chi-square เปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมการบริโภคนมพาสเจอร์ไรส์ด้านขนาดที่ซื้อเป็นประจำจำแนกตามเพศ.....	70
25	ค่าสถิติ Chi-square เปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมการบริโภคนมพาสเจอร์ไรส์ด้านสถานที่ซื้อจำแนกตามเพศ.....	71
26	ค่าสถิติ Chi-square เปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมการบริโภคนมพาสเจอร์ไรส์ด้านยี่ห้อที่เลือกซื้อจำแนกตามเพศ.....	72
27	ค่าสถิติ Chi-square เปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมการบริโภคนมพาสเจอร์ไรส์รสชาติที่นิยมจำแนกตามเพศ.....	73
28	ค่าสถิติ Chi-square เปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมการบริโภคนมพาสเจอร์ไรส์ด้านสื่อโฆษณาที่เลือกกับจำแนกตามเพศ.....	74
29	ค่าสถิติ Chi-square เปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมการบริโภคนมพาสเจอร์ไรส์ด้านโฆษณามีผลต่อการบริโภคจำแนกตามเพศ.....	75
30	ค่าสถิติ Chi-square เปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมการบริโภคนมพาสเจอร์ไรส์ด้านเหตุผลที่เลือกดื่มจำแนกตามอายุ.....	76
31	ค่าสถิติ Chi-square เปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมการบริโภคนมพาสเจอร์ไรส์ด้านความถี่ในการบริโภคจำแนกตามอายุ.....	77
32	ค่าสถิติ Chi-square เปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมการบริโภคนมพาสเจอร์ไรส์ด้านค่าใช้จ่ายต่อเดือนในการบริโภคจำแนกตามอายุ.....	78
33	ค่าสถิติ Chi-square เปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมการบริโภคนมพาสเจอร์ไรส์ด้านขนาดที่ซื้อเป็นประจำจำแนกตามอายุ.....	79
34	ค่าสถิติ Chi-square เปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมการบริโภคนมพาสเจอร์ไรส์ด้านสถานที่ซื้อจำแนกตามอายุ.....	80

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
35	ค่าสถิติ Chi-square เปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมการบริโภคนมพาสเจอร์ไรส์ด้านยี่ห้อที่เลือกซื้อจำแนกตามอายุ.....	81
36	ค่าสถิติ Chi-square เปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมการบริโภคนมพาสเจอร์ไรส์ด้านรสชาติที่นิยมจำแนกตามอายุ.....	82
37	ค่าสถิติ Chi-square เปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมการบริโภคนมพาสเจอร์ไรส์ด้านสีที่นิยมจำแนกตามอายุ.....	83
38	ค่าสถิติ Chi-square เปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมการบริโภคนมพาสเจอร์ไรส์ด้านโฆษณาที่มีผลต่อการบริโภคจำแนกตามอายุ.....	84
39	ค่าสถิติ Chi-square เปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมการบริโภคนมพาสเจอร์ไรส์ด้านเหตุผลที่เลือกดื่มจำแนกตามสถานภาพการสมรส.....	85
40	ค่าสถิติ Chi-square เปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมการบริโภคนมพาสเจอร์ไรส์ด้านความถี่ในการบริโภคจำแนกตามสถานภาพการสมรส.....	86
41	ค่าสถิติ Chi-square เปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมการบริโภคนมพาสเจอร์ไรส์ด้านขนาดที่ซื้อเป็นประจำจำแนกตามสถานภาพการสมรส.....	87
42	ค่าสถิติ Chi-square เปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมการบริโภคนมพาสเจอร์ไรส์ด้านสถานที่ซื้อจำแนกตามสถานภาพการสมรส.....	88
43	ค่าสถิติ Chi-square เปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมการบริโภคนมพาสเจอร์ไรส์ด้านยี่ห้อที่เลือกซื้อจำแนกตามสถานภาพการสมรส.....	89
44	ค่าสถิติ Chi-square เปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมการบริโภคนมพาสเจอร์ไรส์ด้านยี่ห้อที่เลือกซื้อจำแนกตามสถานภาพการสมรส.....	90
45	ค่าสถิติ Chi-square เปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมการบริโภคนมพาสเจอร์ไรส์รสชาติที่นิยมจำแนกตามสถานภาพการสมรส.....	91
46	ค่าสถิติ Chi-square เปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมการบริโภคนมพาสเจอร์ไรส์ด้านสีที่นิยมจำแนกตามสถานภาพการสมรส.....	92
47	ค่าสถิติ Chi-square เปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมการบริโภคนมพาสเจอร์ไรส์ด้านโฆษณาที่มีผลต่อการบริโภคจำแนกตามสถานภาพการสมรส.....	93

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
48	ค่าสถิติ Chi-square เปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมการบริโภคนมพาสเจอร์ไรส์ด้านเหตุผลที่เลือกดื่มจำแนกตามระดับการศึกษา.....	94
49	ค่าสถิติ Chi-square เปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมการบริโภคนมพาสเจอร์ไรส์ด้านความถี่ในการบริโภคจำแนกตามระดับการศึกษา.....	95
50	ค่าสถิติ Chi-square เปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมการบริโภคนมพาสเจอร์ไรส์ด้านค่าใช้จ่ายต่อเดือนในการบริโภคจำแนกตามระดับการศึกษา.....	96
51	ค่าสถิติ Chi-square เปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมการบริโภคนมพาสเจอร์ไรส์ด้านขนาดที่ซื้อเป็นประจำจำแนกตามระดับการศึกษา.....	97
52	ค่าสถิติ Chi-square เปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมการบริโภคนมพาสเจอร์ไรส์ด้านสถานที่ซื้อจำแนกตามระดับการศึกษา.....	98
53	ค่าสถิติ Chi-square เปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมการบริโภคนมพาสเจอร์ไรส์ด้านยี่ห้อที่เลือกซื้อจำแนกตามระดับการศึกษา.....	99
54	ค่าสถิติ Chi-square เปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมการบริโภคนมพาสเจอร์ไรส์รสชาติที่นิยมจำแนกตามระดับการศึกษา.....	100
55	ค่าสถิติ Chi-square เปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมการบริโภคนมพาสเจอร์ไรส์ด้านสื่อโฆษณาจำแนกตามระดับการศึกษา.....	101
56	ค่าสถิติ Chi-square เปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมการบริโภคนมพาสเจอร์ไรส์ด้านโฆษณาที่มีผลต่อการบริโภคจำแนกตามระดับการศึกษา.....	102
57	ค่าสถิติ Chi-square เปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมการบริโภคนมพาสเจอร์ไรส์ด้านเหตุผลที่เลือกดื่มจำแนกตามอาชีพ.....	103
58	ค่าสถิติ Chi-square เปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมการบริโภคนมพาสเจอร์ไรส์ด้านความถี่ในการบริโภคจำแนกตามอาชีพ.....	104
59	ค่าสถิติ Chi-square เปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมการบริโภคนมพาสเจอร์ไรส์ด้านค่าใช้จ่ายต่อเดือนในการบริโภคจำแนกตามอาชีพ.....	105
60	ค่าสถิติ Chi-square เปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมการบริโภคนมพาสเจอร์ไรส์ด้านขนาดที่ซื้อเป็นประจำจำแนกตามอาชีพ.....	106

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
61	ค่าสถิติ Chi-square เปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมการบริโภคนมพาสเจอร์ไรส์ด้านสถานที่ซื้อจําแนกตามอาชีพ.....	107
62	ค่าสถิติ Chi-square เปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมการบริโภคนมพาสเจอร์ไรส์ด้านยี่ห้อที่เลือกซื้อจําแนกตามอาชีพ.....	108
63	ค่าสถิติ Chi-square เปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมการบริโภคนมพาสเจอร์ไรส์รสชาติที่นิยมจําแนกตามอาชีพ.....	109
64	ค่าสถิติ Chi-square เปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมการบริโภคนมพาสเจอร์ไรส์ด้านสื่อโฆษณาจําแนกตามอาชีพ.....	110
65	ค่าสถิติ Chi-square เปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมการบริโภคนมพาสเจอร์ไรส์ด้านโฆษณาที่มีผลต่อการบริโภคจําแนกตามอาชีพ.....	111
66	ค่าสถิติ Chi-square เปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมการบริโภคนมพาสเจอร์ไรส์ด้านเหตุผลที่เลือกดื่มจําแนกตามรายได้.....	112
67	ค่าสถิติ Chi-square เปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมการบริโภคนมพาสเจอร์ไรส์ด้านความถี่ในการบริโภคจําแนกตามรายได้.....	113
68	ค่าสถิติ Chi-square เปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมการบริโภคนมพาสเจอร์ไรส์ด้านค่าใช้จ่ายต่อเดือนในการบริโภคจําแนกตามรายได้.....	114
69	ค่าสถิติ Chi-square เปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมการบริโภคนมพาสเจอร์ไรส์ด้านขนาดที่ซื้อเป็นประจำจําแนกตามรายได้.....	115
70	ค่าสถิติ Chi-square เปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมการบริโภคนมพาสเจอร์ไรส์ด้านสถานที่ซื้อจําแนกตามรายได้.....	116
71	ค่าสถิติ Chi-square เปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมการบริโภคนมพาสเจอร์ไรส์ด้านยี่ห้อที่เลือกซื้อจําแนกตามรายได้.....	117
72	ค่าสถิติ Chi-square เปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมการบริโภคนมพาสเจอร์ไรส์รสชาติที่นิยมจําแนกตามรายได้.....	118
73	ค่าสถิติ Chi-square เปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมการบริโภคนมพาสเจอร์ไรส์ด้านสื่อโฆษณาจําแนกตามรายได้.....	119

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
74	ค่าสถิติ Chi-square เปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมการบริโภคนมพาสเจอร์ไรส์ด้านโภชนามีผลต่อการบริโภคจำแนกตามรายได้.....	120
75	ค่าสถิติ Chi-square ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการบริโภคนมพาสเจอร์ไรส์ของผู้บริโภคกับปัจจัยทางการตลาดจำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์.....	121
76	ค่าสถิติ Chi-square ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการบริโภคนมพาสเจอร์ไรส์ของผู้บริโภคกับปัจจัยทางการตลาดจำแนกตามปัจจัยราคา .....	123
77	ค่าสถิติ Chi-square ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการบริโภคนมพาสเจอร์ไรส์ของผู้บริโภคกับปัจจัยทางการตลาดจำแนกตามปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย.....	124
78	ค่าสถิติ Chi-square ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการบริโภคนมพาสเจอร์ไรส์ของผู้บริโภคกับปัจจัยทางการตลาดจำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด.....	126
79	สรุปผลการทดสอบสมมุติฐาน.....	128



## สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	5
2	แบบจำลองพฤติกรรมผู้ซื้อ.....	13
3	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค.....	14
4	ชั้นวัฏจักรชีวิตครอบครัว.....	17
5	รูปแบบการใช้ชีวิตแบบ VALS.....	18
6	ลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์.....	21
7	แสดงคำถาม 7 คำถาม.....	24
8	พฤติกรรมการซื้อ 4 ประเภท .....	25
9	กระบวนการตัดสินใจซื้อ.....	28
10	เป้าหมายที่ทำการสุ่มตัวอย่าง.....	38