

บทที่ 4

ผลการวิจัย

จากการศึกษาเรื่อง “การเปิดรับและผลกระทบของรายการด้านโภชนาการที่มีต่อความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร” ได้ศึกษาในสองส่วนประกอบด้วย

ผลการวิจัยเชิงปริมาณ

จากการศึกษาเรื่อง “การเปิดรับและผลกระทบของรายการด้านโภชนาการทางโทรทัศน์ที่มีต่อความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร” ได้ทำการศึกษาโดยใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ทำการเก็บข้อมูลจากตัวอย่างประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 ตัวอย่าง แล้วนำมาประมวลผลด้วยโปรแกรม SPSS/PC Version 11.0 ผลการศึกษามีดังนี้

- ส่วนที่ 1 คุณลักษณะด้านเศรษฐกิจและสังคมของกลุ่มตัวอย่าง
- ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับรายการและโฆษณาด้านโภชนาการทางโทรทัศน์
- ส่วนที่ 3 ระดับความรู้ ทัศนคติ และ พฤติกรรมด้านโภชนาการ หลังจากเปิดรับรายการและโฆษณาด้านโภชนาการทางโทรทัศน์
- ส่วนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

ส่วนที่ 1 คุณลักษณะด้านเศรษฐกิจและสังคมของกลุ่มตัวอย่าง

พบว่า กลุ่มตัวอย่างซึ่งประกอบด้วยกลุ่ม 4 ช่วงอายุรวม 400 ตัวอย่าง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย สำเร็จการศึกษาสูงสุดในระดับปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว (ก่อนหักภาษีเงินได้) อยู่ระหว่าง 10,000-20,000 บาท ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน (ดังแสดงไว้ในตารางที่ 4.1) ในชีวิตประจำวันของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ทำอาหารรับประทานเองหรือซื้ออาหารปรุงเสร็จจากร้านค้า ซึ่งหากกลุ่มตัวอย่างทำอาหารรับประทานเองก็จะเลือกซื้อวัตถุดิบทำอาหารจากตลาดสดมากกว่าซื้อจากห้างสรรพสินค้าและร้านค้าใกล้บ้าน (ดังแสดงไว้ในตารางที่ 4.2)

ตารางที่ 4.1

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน	(ร้อยละ)
1. เพศ		
- ชาย	142	(35.5)
- หญิง	258	(64.5)
2. ระดับการศึกษาสูงสุด		
- ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	18	(4.5)
- มัธยมศึกษาตอนต้น	76	(19.0)
- มัธยมศึกษาตอนปลาย/เทียบเท่า/ปวช.	90	(22.5)
- อนุปริญญา/เทียบเท่า/ปวส.	17	(4.2)
- ปริญญาตรี	154	(38.5)
- สูงกว่าปริญญาตรี	45	(11.3)
3. รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว (ก่อนหักภาษีเงินได้)		
- ต่ำกว่า 10,000 บาท	52	(13.0)
- 10,000 – 20,000 บาท	90	(22.5)
- 20,001 – 30,000 บาท	73	(18.2)
- 30,001 – 40,000 บาท	82	(20.5)
- 40,001 – 50,000 บาท	40	(10.0)
- มากกว่า 50,001 บาทขึ้นไป	63	(15.8)
4. อาชีพปัจจุบัน		
- ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	76	(19.0)
- พนักงานบริษัทเอกชน	87	(21.2)
- นักเรียน/นักศึกษา	81	(20.3)
- รับจ้างทั่วไป	70	(17.5)
- ประกอบธุรกิจส่วนตัว	51	(12.8)
- อื่น ๆ	35	(8.2)

ตารางที่ 4.2
แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม
ชีวิตประจำวันของผู้บริโภค

ชีวิตประจำวันของผู้บริโภค	จำนวน	(ร้อยละ)
1. ประเภทอาหารที่รับประทาน		
- ทำอาหารรับประทานเอง	281	(70.3)
- ซื้ออาหารปรุงเสร็จจากร้านค้า	281	(70.3)
- ซื้อจากร้านสะดวกซื้อ	123	(30.8)
- รับประทานอาหาร fast food	102	(25.5)
- อื่น ๆ	15	(3.8)
2. แหล่งซื้อวัตถุดิบการทำอาหารของผู้ที่เลือกทำอาหาร รับประทานเอง		
- จากตลาดสด	271	(67.8)
- จากห้างสรรพสินค้า	220	(55.0)
- จากร้านค้าใกล้บ้าน	169	(42.3)
- อื่น ๆ	5	(1.3)

คำนวณค่าร้อยละจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับรายการและโฆษณาผ่านโฆษณาทงโทรทัศน์

การรับชมรายการโทรทัศน์ที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับโฆษณาทงพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการรับชมรายการโทรทัศน์ที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับโฆษณา นาน ๆ ครั้ง (ดังแสดงไว้ในตารางที่ 4.3) ค่าเฉลี่ยของประเภทเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับโฆษณาที่กลุ่มตัวอย่างรับชมใกล้เคียงกัน โดยรับชมเนื้อหาจากประเภทรายการด้านโฆษณา กับ ข่าว ใกล้เคียงกันมากกว่าโฆษณา (ดังแสดงไว้ในตารางที่ 4.4)

ตารางที่ 4.3

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการรับชมรายการโทรทัศน์
ที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับโภชนาการ

การรับชมรายการโทรทัศน์ที่นำเสนอเนื้อหา เกี่ยวกับโภชนาการ	จำนวน	(ร้อยละ)
นาน ๆ ครั้ง	170	(42.5)
สัปดาห์ละ 1 – 2 ครั้ง	121	(30.2)
สัปดาห์ละ 3 – 4 ครั้ง	71	(17.8)
สัปดาห์ละ 5 – 6 ครั้ง	10	(2.5)
ทุกวัน	28	(7.0)
รวม	400	(100.0)

ตารางที่ 4.4

แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง
จำแนกตามประเภทเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับโภชนาการ
ที่รับชมจากรายการประเภท

ประเภทเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับ โภชนาการที่รับชมจากรายการประเภท	ระดับการรับชม			ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)
	มาก จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (ร้อยละ)	น้อย จำนวน (ร้อยละ)		
ข่าว	107 (25.3)	192 (48.0)	107 (26.7)	2.02	0.722
รายการโภชนาการ	110 (27.5)	219 (54.8)	71 (17.7)	2.10	0.666
โฆษณา	80 (20.0)	207 (51.8)	113 (28.3)	1.92	0.691

คำนวณค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง

ค่าเฉลี่ย 2.35- 3.00 = รับชมรายการมาก

ค่าเฉลี่ย 1.68- 2.34 = รับชมรายการปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.00- 1.67 = รับชมรายการน้อย

รายการโทรทัศน์ที่รับชมในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ รับชมประเภทรายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับสอนทำอาหาร/แนะนำร้านอาหาร รองลงมาคือ รายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับหลากหลายความรู้ในรูปแบบนิตยสารทางอากาศ และ รองลงมาคือประเภทรายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับรักษาสุขภาพโดยแพทย์/ผู้เชี่ยวชาญ และ ประเภทรายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับส่งเสริมสุขภาพด้วยอาหาร รายการแต่ละประเภทกลุ่มตัวอย่างรับชม 3 อันดับแรก ดังนี้

1. กลุ่มประเภทรายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับสอนทำอาหาร/แนะนำร้านอาหาร รับชมรายการหมึกแดงโชว์ รองลงมารับชมรายการชิมไปบ่นไป และรายการเปรี้ยวปาก
2. ประเภทรายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับส่งเสริมสุขภาพด้วยอาหาร รับชมรายการ Living in Shape รองลงมาชมรายการอาหารเพื่อสุขภาพ และรับชมรายการสโมสรรสุขภาพ
3. ประเภทรายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับรักษาสุขภาพโดยแพทย์/ผู้เชี่ยวชาญ รับชมรายการ พบหมอศิริราช รองลงมาชมรายการมยุรามาอินังเมท และรับชมรายการหน้าต่างสุขภาพ และ
4. รายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับหลากหลายความรู้ในรูปแบบนิตยสารทางอากาศ รับชมรายการผู้หญิงถึงผู้หญิง รองลงมาชมรายการ 30 ยังแจ๋ว และรับชมรายการร้านชายามเช้า (ดังแสดงไว้ในตารางที่ 4.5)

ตารางที่ 4.5

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายการโทรทัศน์ที่รับชม

รายการโทรทัศน์ที่รับชม	จำนวน	(%)
1. สอนทำอาหาร/แนะนำร้านอาหาร		
- หมึกแดงโชว์	298	(74.5)
- ชิมไปบ่นไป	267	(66.8)
- เปรี้ยวปาก	241	(60.3)
- Happy Life กับ คุณหรีด	169	(42.3)
- กระจกหกด้าน (ตอนอาหาร)	152	(38.0)
- อลหม่านจากเด็ด	132	(33.1)
- เชฟมือทอง	128	(32.0)
- ตีอ้วนชวนหิว	127	(31.8)
- อิมละไม	119	(29.8)
- อร่อยช่อง 5	119	(29.8)
- เกมกระหะเหล็ก	89	(22.3)

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

รายการโทรทัศน์ที่รับชม	จำนวน	(%)
- คุณชายกันครัว	84	(21.0)
- พ่อครัวบันเทิง	83	(20.8)
- ยกโขยง 6 โมงเช้า	73	(18.3)
- คู่กินคู่เกมส์	68	(17.0)
- อร่อยเร็ด ประเสริฐศรี	62	(15.5)
- อร่อยยกนิ้ว	56	(14.0)
- อร่อยแน่	51	(12.8)
- อร่อยร้อยเส้นทาง	44	(11.0)
- อร่อยไม่ปรึกษา	40	(10.0)
- Idol Chef	31	(7.8)
- Eating Cooking Living	28	(7.0)
2. ส่งเสริมสุขภาพด้วยอาหาร		
- Living in Shape	138	(34.5)
- อาหารเพื่อสุขภาพ	134	(33.5)
- สโมสรสุขภาพ	116	(29.0)
- ตะลุยครัวเพื่อตัวเล็ก	68	(17.0)
- รูปสวยรวยรส	50	(12.5)
- อาหารแห่งความรัก	41	(10.3)
3. รักษาสุขภาพโดยแพทย์/ผู้เชี่ยวชาญ		
- พบหมอศิริราช	251	(62.8)
- มยุราเมธี	136	(34.0)
- หน้าต่างสุขภาพ	66	(16.5)
- ด้วยรักจากแม่	65	(16.3)
- สุขภาพกาย สุขภาพจิต	59	(14.8)
- คู่ยกเรื่องลูก	53	(13.3)
- การแพทย์ก้าวหน้า	51	(12.8)
- Healthy style	47	(11.8)

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

รายการโทรทัศน์ที่รับชม	จำนวน	(%)
- ใสใจสุขภาพพอ	40	(10.0)
- เพื่อนสุขภาพ	36	(9.0)
- ลูกน้อยแข็งแรง	33	(8.3)
4. หลากความรู้ในรูปนิตยสารทางอากาศ		
- ผู้หญิงถึงผู้หญิง	294	(73.5)
- 30 ยังแจ๋ว	217	(54.3)
- ร้านขายยามเช้า	193	(48.3)
- Health station	112	(28.0)
- ดีมากมาก	83	(20.8)
- มอริ่ง เฮลท์	56	(14.0)
- สบาย@ไนน์	50	(12.5)
- คลับสุขภาพ	51	(12.8)
- ศุกร์สุดสุข	49	(12.3)
- Easy Idea By Nan	44	(11.0)
- ลูกทุ่งสุขภาพ	34	(8.5)
- นารู้ นาดู น่ายู นากิน	31	(7.8)
- ผู้หญิง.com	24	(6.0)
- ลีลา	19	(4.8)
- เฮลท์มี	12	(3.0)

คำนวณค่าร้อยละจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

ประเภทรายการที่ใช้เนื้อหาของรายการเพื่อตั้งแบบสอบถามในส่วน ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรม ด้านโภชนาการ พบว่ากลุ่มตัวอย่างรับชมรายการหมึกแดงโชว์มากที่สุด รองลงมา รับชมรายการชิมไปบ่นไป และรับชมรายการ Living in Shape รายการสโมสรสุขภาพ รายการ มยุราอนึ่งเมาท์ และรายการ Health station ใกล้เคียงกัน ตามลำดับ (ดังแสดงไว้ในตารางที่ 4.6) กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับโภชนาการใกล้เคียงกัน โดยรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการ ป้องกันโรคมากที่สุด และรับรู้เกี่ยวกับคุณค่าทางโภชนาการกับการรักษา/บำบัดโรคใกล้เคียงกัน (ดังแสดงไว้ในตารางที่ 4.7) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีการรับชมรายการโฆษณาใกล้เคียงกัน โดย รับชมรายการโฆษณาประเภทเครื่องดื่มมากที่สุด ในกลุ่มโฆษณาประเภทเครื่องดื่ม เปิดรับชม โฆษณาน้ำอัดลม มากที่สุด ในกลุ่มโฆษณาประเภทอาหารเสริม กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีการ รับชมรายการโฆษณาใกล้เคียงกัน โดยเปิดรับชมโฆษณาซูเปอร์ใกล้มากที่สุด ในกลุ่มโฆษณา ประเภทอาหารจานด่วน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีการรับชมรายการโฆษณาพืชผักมากที่สุด และใน กลุ่มโฆษณาประเภทขนมหวาน/ขนมกรุบกรอบ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการรับชมรายการโฆษณา มันฝรั่งทอด มากที่สุด (ดังแสดงไว้ในตารางที่ 4.8)

ตารางที่ 4.6
แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง
จำแนกตามประเภทรายการที่รับชม

ประเภทรายการ ที่รับชม	ระดับการรับชม				ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$)	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)
	มาก จำนวน (ร้อยละ)	ปาน กลาง จำนวน (ร้อยละ)	น้อย จำนวน (ร้อยละ)	ไม่เคย เลย จำนวน (ร้อยละ)		
หมึกแดงโชว์	41 (10.3)	182 (45.5)	135 (33.2)	42 (10.5)	1.56	0.815
ชิมไปบ่นไป	17 (4.2)	136 (34.0)	149 (37.3)	98 (24.5)	1.18	0.851
Livingin Shape	10 (2.5)	58 (14.5)	124 (31.0)	208 (52.0)	0.68	0.813
สโมสรสุขภาพ	7 (1.8)	57 (14.2)	110 (27.5)	226 (56.5)	0.61	0.793
มยุราอนึ่งเมาท์	11 (2.8)	47 (11.8)	109 (27.2)	233 (58.2)	0.59	0.802
Health station	3 (0.8)	61 (15.3)	89 (22.3)	247 (61.8)	0.55	0.774

คำนวณค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง

ค่าเฉลี่ย 2.26- 3.00 = รับชมรายการมาก ค่าเฉลี่ย 1.51- 2.25 = รับชมรายการปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 0.76-1.50 = รับชมรายการน้อย ค่าเฉลี่ย 0.00-0.75 = ไม่เคยรับชมรายการเลย

ตารางที่ 4.7
แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง
จำแนกตามการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับโภชนาการ

การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับ โภชนาการ	ระดับการรับชม			ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$)	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)
	มาก จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (ร้อยละ)	น้อย จำนวน (ร้อยละ)		
คุณค่าทางโภชนาการ	111 (27.8)	221 (55.3)	68 (17.0)	2.11	0.661
การป้องกันโรค	128 (32.0)	205 (51.3)	67 (16.8)	2.15	0.682
การรักษา/บำบัดโรค	121 (30.3)	194 (48.5)	85 (21.3)	2.09	0.713

คำนวณค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง
ค่าเฉลี่ย 2.35- 3.00 = รับชมรายการมาก ค่าเฉลี่ย 1.68- 2.34 = รับชมรายการปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.00- 1.67 = รับชมรายการน้อย

ตารางที่ 4.8
แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง
จำแนกตามการรับชมรายการโฆษณา

ประเภทรายการ โฆษณา	ระดับการรับชม				ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$)	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)
	มาก จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (ร้อยละ)	น้อย จำนวน (ร้อยละ)	ไม่เคยเลย จำนวน (ร้อยละ)		
1. อาหารจานด่วน - ไก่	115 (28.8)	183 (45.8)	87 (21.8)	15 (3.6)	2.00	0.810
- พิซซ่า	122 (30.5)	175 (43.8)	90 (22.5)	13 (3.2)	2.01	0.812

ตารางที่ 4.8 (ต่อ)

ประเภทรายการ โฆษณา	ระดับการรับชม				ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$)	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)
	มาก จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (ร้อยละ)	น้อย จำนวน (ร้อยละ)	ไม่เคยเลย จำนวน (ร้อยละ)		
- แฮมเบอร์เกอร์	83 (20.8)	117 (29.3)	117 (29.2)	23 (5.7)	1.80	0.828
รวม					1.93	0.743
2. เครื่องดื่ม						
- น้ำอัดลม	198 (49.5)	130 (32.5)	55 (13.8)	17 (4.2)	2.27	0.855
- กาแฟ	167 (41.8)	157 (39.3)	64 (16.0)	12 (3.0)	2.20	0.812
- นม	163 (40.8)	155 (38.8)	73 (18.3)	9 (2.3)	2.18	0.806
รวม					2.21	0.712
3. ขนมหวาน/ขนมกรุบ กรอบ						
- มันฝรั่งทอด	153 (38.3)	157 (39.3)	73 (18.3)	17 (4.3)	2.12	0.851
- ไอศกรีม	108 (27.0)	167 (41.8)	110 (27.5)	15 (3.8)	1.92	0.831
- โดนัท	54 (13.5)	160 (40.0)	151 (37.8)	35 (8.8)	1.58	0.831
รวม					1.87	0.720
4. อาหารเสริม						
- ชุปไก่สัท	138 (34.5)	190 (47.5)	50 (12.5)	22 (5.5)	2.11	0.824

ตารางที่ 4.8 (ต่อ)

ประเภทรายการ โฆษณา	ระดับการรับชม				ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$)	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)
	มาก จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (ร้อยละ)	น้อย จำนวน (ร้อยละ)	ไม่เคยเลย จำนวน (ร้อยละ)		
- พรุณสกิด	100 (25.0)	189 (47.3)	84 (21.0)	27 (6.8)	1.91	0.850
- เครื่องดื่มรังก สำเร็จรูป	122 (30.5)	179 (44.8)	73 (18.3)	26 (6.5)	1.99	0.866
รวม					2.00	0.754

คำนวณค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง

ค่าเฉลี่ย 2.26-3.00 = รับชมรายการมาก ค่าเฉลี่ย 1.51-2.25 = รับชมรายการปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 0.76-1.50 = รับชมรายการน้อย ค่าเฉลี่ย 0.00-0.75 = ไม่เคยรับชมรายการเลย

การมีช่วงเวลาประจำในการนำเสนอรายการข่าวด้านโภชนาการและความต้องการ
เพิ่มช่วงเวลารายการข่าวด้านโภชนาการออกอากาศเป็นประจำพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เห็น
ว่าควรมีช่วงเวลาประจำในการนำเสนอรายการข่าวด้านโภชนาการ โดยเห็นว่าควรเพิ่มการ
นำเสนอในช่วงข่าวเวลาภาคค่ำมากที่สุด (ดังแสดงไว้ในตารางที่ 4.9)

ตารางที่ 4.9

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการมีช่วงเวลาประจำ
ในการนำเสนอรายการข่าวด้านโภชนาการและความต้องการเพิ่ม
ช่วงเวลารายการข่าวด้านโภชนาการออกอากาศเป็นประจำ

การมีช่วงเวลาประจำในการนำเสนอรายการข่าว ด้านโภชนาการ	จำนวน	(ร้อยละ)
ไม่ควร	70	(17.5)
ควร	330	(82.5)
รวม	400	(100.0)
ความต้องการเพิ่มช่วงเวลารายการข่าว ด้านโภชนาการในรายการข่าว		
ภาคเช้า	91	(27.6)
ภาคเที่ยง	68	(20.6)
ข่าวภาคค่ำ	120	(36.4)
ข่าวต้นชั่วโมง	39	(11.8)
อื่นๆ	12	(3.6)
รวม	330*	(100.0)

* เฉพาะผู้ที่แสดงความเห็น/ความต้องการ

ส่วนที่ 3 ระดับความรู้ ทักษะ และ พฤติกรรมด้านโภชนาการหลังจากเปิดรับรายการ และโฆษณาด้านโภชนาการทางโทรทัศน์

พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความรู้ในระดับค่อนข้างมาก โดยมีความรู้ ทั้งในแง่ของ คุณค่าโภชนาการ การป้องกันโรคด้วยอาหาร (caring & prevention) และการรักษา บำบัดโรคด้วยอาหาร (curing) ซึ่งครอบคลุมประเด็นคำถามต่าง ๆ ในระดับที่ใกล้เคียงกัน เช่น กลุ่มตัวอย่างมีความรู้ ว่าการรับประทานปลาบางชนิดช่วยสร้างความจำและลดไขมันในเส้นเลือด ได้มากที่สุด ในขณะที่ยังมีกลุ่มตัวอย่างบางส่วนตอบผิดเกี่ยวกับการเลือกไข่ไก่เพื่อใช้ปรุงอาหารที่ดี เปลือกไข่ต้องมีสีน้ำตาลและสะอาด คิดเป็นร้อยละ 64.0 มากที่สุด (ดังแสดงไว้ในตารางที่ 4.10) ทักษะหลังจากเปิดรับรายการและโฆษณาด้านโภชนาการทางโทรทัศน์ มีค่าเฉลี่ยต่ำกว่า 3.00 โดยกลุ่มตัวอย่างสนใจในสรรพคุณของอาหารที่ช่วยป้องกันโรคมมากขึ้น คิดเป็นค่าเฉลี่ยสูงสุด เท่ากับ 2.91 ใกล้เคียงกับเห็นด้วยในการรับประทานอาหารเพื่อส่งเสริมสุขภาพมากขึ้น คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.90 ส่วนทักษะหลังจากเปิดรับรายการและโฆษณาด้านโภชนาการทางโทรทัศน์ ที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดได้แก่ สนใจสูตรส่วนผสมอาหารจากรายการเพื่อมาทดลองทำตาม ใกล้เคียงกับการรับประทานอาหารเสริมสามารถทดแทนอาหารมื้อหลักในกลุ่มผู้สูงอายุได้ คิดเป็นค่าเฉลี่ย เท่ากับ 2.32 และค่าเฉลี่ย 2.31 ตามลำดับ และเห็นว่าการโฆษณาอาหารจานด่วนกระตุ้นให้สนใจ อยากรับประทานมากขึ้น คิดเป็นค่าเฉลี่ย เท่ากับ 2.04 (ดังแสดงไว้ในตารางที่ 4.11) พฤติกรรม หลังจากเปิดรับรายการและโฆษณาด้านโภชนาการทางโทรทัศน์ มีค่าเฉลี่ยต่ำกว่า 3.00 โดยพบว่า โดยกลุ่มตัวอย่างมีการรับประทานอาหารที่ช่วยส่งเสริมสุขภาพ คิดเป็นค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 2.43 ใกล้เคียงกับมีพฤติกรรมรับประทานอาหารที่มีสรรพคุณช่วยป้องกันโรคบ่อยขึ้น คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.41 ส่วนพฤติกรรมหลังจากเปิดรับรายการและโฆษณาด้านโภชนาการทาง โทรทัศน์ที่มีค่าเฉลี่ยต่ำ คือรับประทานอาหารเสริมจากโฆษณาเพิ่มจากอาหารมื้อหลัก คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.54 ปฏิบัติตามคำแนะนำของนักแสดง เช่น การดูแลรูปร่างให้ผอมเพรียว เท่ากับ ใช้บริการสั่งอาหารจานด่วนแบบบริการส่งถึงที่ คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 1.41 และ ดื่มน้ำอัดลมที่ มีการโฆษณาว่า น้ำตาล 0% คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.22 (ดังแสดงไว้ในตารางที่ 4.12)

ตารางที่ 4.10

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความรู้หลังการเปิดรับ

รายการและโฆษณาด้านโภชนาการทางโทรทัศน์

ความรู้หลังการเปิดรับรายการและโฆษณา ด้านโภชนาการทางโทรทัศน์	คำตอบ			
	ตอบถูก		ตอบผิด	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. ผลไม้ที่มีรสเปรี้ยวช่วยป้องกันโรคหวัดได้	350	(87.5)	50	(12.5)
2. การรับประทานปลาบางชนิดช่วยสร้างความจำ และลดไขมันในเส้นเลือดได้	376	(94.0)	24	(6.0)
*3. แขกรับเชิญด้านสุขภาพและโภชนาการที่น่าเชื่อถือ คือ แพทย์และพยาบาลเท่านั้น	274	(68.5)	126	(31.5)
4. โรคคั่งผอม คือ โรคที่ไม่กินอะไรเลยแล้วจะรู้สึกดี กับตัวเอง	189	(47.2)	211	(52.8)
*5. การเลือกไข่ไก่เพื่อใช้ปรุงอาหารที่ดี เปลือกไข่ต้องมี สีน้ำตาลและสะอาด	144	(36.0)	256	(64.0)
*6. โรคเบาหวาน สามารถควบคุมโดยการหลีกเลี่ยง อาหารที่มีน้ำตาลสูงเท่านั้น	243	(60.8)	157	(39.2)
7. การปรุงอาหารจากถั่ว ธัญพืช แทนเนื้อสัตว์ช่วย ป้องกันและบำบัดผู้ป่วยโรคหัวใจได้	328	(82.0)	72	(18.0)
* 8. การรับประทานผลิตภัณฑ์อาหารเสริมเหมาะสมกับ คนทุกเพศทุกวัย	230	(57.5)	170	(42.5)
*9. อาหารจานด่วนเช่น ไก่ทอด พิซซ่า มีสารอาหารที่ ให้ประโยชน์มาก	368	(92.0)	32	(8.0)
*10. เครื่องดื่มน้ำตาลที่โฆษณาว่าน้ำตาล 0% ไม่มี สารใดที่ให้น้ำตาล จึงไม่มีผลกระทบต่อร่างกาย	353	(88.2)	47	(11.8)

* ข้อความเชิงลบ

ตารางที่ 4.11

แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง

จำแนกตามทัศนคติหลังจากเปิดรับรายการและโฆษณา

ด้านโภชนาการทางโทรทัศน์

ทัศนคติหลังจากเปิดรับรายการ และโฆษณาด้านโภชนาการทาง โทรทัศน์	ระดับทัศนคติ					ค่า เฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ปาน กลาง	ไม่ เห็นด้วย	ไม่ เห็นด้วย อย่างยิ่ง		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
1. ท่านสนใจสรรพคุณของ อาหาร ที่ช่วยป้องกันโรค มากขึ้น	99 (24.8)	169 (42.0)	127 (31.8)	5 (1.2)	0 (0.0)	2.91	0.779
2. ท่านสนใจรับประทานอาหาร เพื่อส่งเสริมสุขภาพมากขึ้น	105 (26.3)	156 (39.0)	133 (33.3)	6 (1.5)	0 (0.0)	2.90	0.804
3. รายการที่มีแพทย์ ผู้เชี่ยวชาญ เป็นวิทยากร ช่วยสร้างความ น่าเชื่อถือมากขึ้น	78 (19.5)	162 (40.5)	131 (32.8)	28 (7.0)	1 (0.2)	2.72	0.865
*4. ผู้หญิงที่มีรูปร่างที่ดีต้องผอม เพียวเหมือนนักแสดงเท่านั้น	2 (0.5)	30 (7.5)	129 (32.3)	186 (46.5)	53 (13.3)	2.65	0.822
5. เคล็ดลับจากรายการนำไปใช้ เลือกซื้อวัตถุดิบทำอาหารของ ท่านได้	47 (11.8)	174 (43.5)	152 (38.0)	27 (6.8)	0 (0.0)	2.60	0.782
6. คำแนะนำจากรายการช่วย แก้ปัญหาสุขภาพของท่านได้	27 (6.8)	167 (41.8)	173 (43.2)	33 (8.2)	0 (0.0)	2.47	0.742
7. ท่านสนใจสูตรส่วนผสม อาหารจากรายการเพื่อมา ทดลองทำตาม	23 (5.7)	148 (37.0)	170 (42.5)	52 (13.0)	7 (1.8)	2.32	0.836
*8. การรับประทานอาหารเสริม สามารถทดแทนอาหารมื้อ หลักในกลุ่มผู้สูงอายุได้	42 (10.5)	95 (23.8)	128 (32.0)	106 (26.5)	29 (7.2)	2.31	0.986

ตารางที่ 4.11 (ต่อ)

ทัศนคติหลังจากเปิดรับรายการ และโฆษณาด้านโภชนาการ ทางโทรทัศน์	ระดับทัศนคติ					ค่า เฉลี่ย ($\bar{x}$)	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง จำนวน (ร้อยละ)	เห็นด้วย จำนวน (ร้อยละ)	ปาน กลาง จำนวน (ร้อยละ)	ไม่ เห็นด้วย จำนวน (ร้อยละ)	ไม่ เห็นด้วย อย่างยิ่ง จำนวน (ร้อยละ)		
9. การโฆษณาอาหารจานด่วน กระตุ้นให้ท่านสนใจอยาก รับประทานมากขึ้น	42 (10.5)	95 (23.8)	128 (32.0)	106 (26.5)	29 (7.3)	2.04	1.102
*10. ท่านเชื่อมั่นว่า การโฆษณา น้ำอัดลมน้ำตาล 0% ช่วยลด ความอ้วนได้	4 (1.0)	28 (7.0)	84 (21.0)	188 (47.0)	96 (24.0)	2.86	0.896

* ข้อความเชิงลบ

ค่าเฉลี่ยรวม = 2.57

คำนวณค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง

ค่าเฉลี่ย 3.21-4.00 = มีทัศนคติหลังจากเปิดรับข้อมูลด้านโภชนาการเห็นด้วยอย่างยิ่ง

ค่าเฉลี่ย 2.41-3.20 = มีทัศนคติหลังจากเปิดรับข้อมูลด้านโภชนาการเห็นด้วย

ค่าเฉลี่ย 1.61-2.40 = มีทัศนคติหลังจากเปิดรับข้อมูลด้านโภชนาการปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 0.81-1.60 = มีทัศนคติหลังจากเปิดรับข้อมูลด้านโภชนาการไม่เห็นด้วย

ค่าเฉลี่ย 0.00-0.80 = มีทัศนคติหลังจากเปิดรับข้อมูลด้านโภชนาการไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ตารางที่ 4.12
แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง
จำแนกตามพฤติกรรมหลังจากเปิดรับรายการและโฆษณา
ด้านโภชนาการทางโทรทัศน์

พฤติกรรมจากเปิดรับรายการ และโฆษณาด้านโภชนาการ ทางโทรทัศน์	ระดับพฤติกรรม					ค่า เฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)
	เป็นประจำ จำนวน (ร้อยละ)	บ่อยครั้ง จำนวน (ร้อยละ)	ปาน กลาง จำนวน (ร้อยละ)	นาน ๆ ครั้ง จำนวน (ร้อยละ)	ไม่เคยเลย จำนวน (ร้อยละ)		
1. ท่านรับประทานอาหารที่มี สรรพคุณช่วยป้องกันโรค บ่อยขึ้น	36 (9.0)	138 (34.5)	182 (45.5)	43 (10.8)	1 (0.2)	2.41	0.809
2. ท่านรับประทานอาหารที่ ช่วยส่งเสริมสุขภาพ	40 (10.0)	148 (37.0)	163 (40.8)	41 (10.2)	8 (2.0)	2.43	0.878
3. ท่านปฏิบัติตามคำแนะนำ จากรายการที่มีแพทย์ ผู้เชี่ยวชาญเป็นวิทยากร	24 (6.0)	101 (25.3)	210 (52.5)	56 (14.0)	9 (2.2)	2.23	1.217
4. ท่านปฏิบัติตามคำแนะนำ ของนักแสดง เช่น การดูแล รูปร่างให้ผอมเพรียว	3 (0.7)	35 (8.8)	155 (38.8)	138 (34.5)	69 (17.2)	1.41	0.951
5. ท่านนำเคล็ดลับจากรายการ มาใช้ในการเลือกซื้อวัตถุดิบ ทำอาหารของท่าน	26 (6.5)	147 (36.7)	151 (37.8)	56 (14.0)	20 (5.0)	2.26	0.900
6. เมื่อประสบปัญหาเกี่ยวกับ สุขภาพท่านทำตาม คำแนะนำจากรายการที่ท่าน เคยชม	14 (3.5)	126 (31.5)	168 (42.0)	55 (13.7)	37 (9.3)	2.06	0.980
7. ท่านนำสูตรส่วนผสมอาหาร มาทดลองทำแต่มีการปรับ ส่วนผสมให้ตรงกับรสชาติ ที่ ท่านชอบ	19 (4.8)	110 (27.5)	150 (37.5)	69 (17.2)	52 (13.0)	1.94	1.075

ตารางที่ 4.12 (ต่อ)

พฤติกรรมจากเปิดรับรายการ และโฆษณาด้านโภชนาการ ทางโทรทัศน์	ระดับพฤติกรรม					ค่า เฉลี่ย ($\bar{x}$)	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)
	เป็น ประจำ จำนวน (ร้อยละ)	บ่อยครั้ง จำนวน (ร้อยละ)	ปาน กลาง จำนวน (ร้อยละ)	นาน ๆ ครั้ง จำนวน (ร้อยละ)	ไม่เคยเลย จำนวน (ร้อยละ)		
8. ท่านรับประทานอาหารเสริม จาก โฆษณาเพิ่มจากอาหารมื้อหลัก	11 (2.8)	60 (15.0)	139 (34.8)	113 (28.3)	77 (19.2)	1.54	1.049
9. ท่านใช้บริการสั่งอาหารจากด่วน แบบบริการส่งถึงที่	12 (3.0)	33 (8.3)	95 (23.7)	150 (37.5)	109 (27.2)	1.41	1.065
10. ท่านดื่มน้ำอัดลมที่มีการโฆษณา ว่าน้ำตาล 0%	13 (3.3)	33 (8.2)	95 (23.8)	150 (37.5)	109 (27.2)	1.22	1.033

ค่าเฉลี่ยรวม = 1.89

คำนวณค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง

ค่าเฉลี่ย 3.21-4.00 = มีพฤติกรรมหลังจากเปิดรับข้อมูลด้านโภชนาการเป็นประจำ

ค่าเฉลี่ย 2.41-3.20 = มีพฤติกรรมหลังจากเปิดรับข้อมูลด้านโภชนาการบ่อยครั้ง

ค่าเฉลี่ย 1.61-2.40 = มีพฤติกรรมหลังจากเปิดรับข้อมูลด้านโภชนาการปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 0.81-1.60 = มีพฤติกรรมหลังจากเปิดรับข้อมูลด้านโภชนาการนาน ๆ ครั้ง

ค่าเฉลี่ย 0.00-0.80 = มีพฤติกรรมหลังจากเปิดรับข้อมูลด้านโภชนาการไม่เคยเลย

เมื่อพิจารณาถึงผลกระทบของรายการด้านโภชนาการต่อความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมพบว่าเมื่อถามเกี่ยวกับการรับประทานอาหารที่ช่วยส่งเสริมสุขภาพ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ตอบถูกมากที่สุดถึง 94% มีทัศนคติในระดับเห็นด้วยที่จะรับประทานอาหารที่ช่วยส่งเสริมสุขภาพ และมีพฤติกรรมรับประทานอาหารที่ช่วยส่งเสริมสุขภาพบ่อยครั้ง รองลงมา กลุ่มตัวอย่างมีความรู้ว่าอาหารจานด่วนไม่มีประโยชน์ต่อร่างกายถึง 92% มีทัศนคติในระดับปานกลางเห็นว่าโฆษณาอาหารจานด่วนกระตุ้นให้สนใจอยากรับประทานมากขึ้น และมีพฤติกรรมในการสั่งอาหารจานด่วนมารับประทานนาน ๆ ครั้ง รองลงมา กลุ่มตัวอย่างมีความรู้ เรื่องสรรพคุณของอาหารป้องกันโรค และน้ำอัดลมน้ำตาล 0% ว่ามีผลกระทบต่อร่างกาย 88% เท่ากัน ในส่วนสรรพคุณของอาหารป้องกันโรคกลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติในระดับที่เห็นด้วยสนใจสรรพคุณอาหารช่วยป้องกันโรคและมีพฤติกรรมมารับประทานอาหารช่วยป้องกันโรคบ่อยครั้ง ในขณะที่ คำถามเกี่ยวกับ

น้ำตาลมน้ำตาล 0% กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติไม่เห็นด้วยว่าน้ำตาลมน้ำตาล 0% สามารถลดความอ้วนได้ และมีพฤติกรรมดื่มนาน ๆ ครั้ง และในส่วนคำถามที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ตอบผิดคือการนำเคล็ดลับจากรายการไปใช้เลือกซื้อวัตถุดิบทำอาหาร กลุ่มตัวอย่างตอบถูกเพียง 36% มีทัศนคติในระดับเห็นด้วย และมีพฤติกรรมในระดับปานกลางที่ใช้เคล็ดลับจากรายการในการเลือกซื้อวัตถุดิบทำอาหาร รองลงมาคำถามเกี่ยวกับ โรคคั่งผอมกลุ่มตัวอย่างตอบถูก 47% มีทัศนคติไม่เห็นด้วยว่าผู้หญิงที่มีรูปร่างที่ดีต้องผอมเพรียวเหมือนนักแสดงเท่านั้น และมีพฤติกรรมการดูแลรูปร่างตามคำแนะนำของนักแสดงนาน ๆ ครั้ง โดยภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีความรู้ด้านโภชนาการอยู่ในระดับมาก ทัศนคติด้านโภชนาการอยู่ในระดับเห็นด้วยและ พฤติกรรมด้านโภชนาการในระดับปานกลาง (ดังแสดงไว้ในตารางที่ 4.13)

ตารางที่ 4.13

แสดง ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบถูก ค่าเฉลี่ย และ ค่าเฉลี่ยรวมของกลุ่มตัวอย่าง

จำแนกตาม ความรู้ ทัศนคติและพฤติกรรมหลังจากเปิดรับรายการ

และโฆษณา ด้านโภชนาการทางโทรทัศน์

คำถาม ข้อ	คำถามเกี่ยวกับ	ร้อยละของ กลุ่มตัวอย่าง ที่ตอบถูก	ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$)	
		ความรู้	ทัศนคติ	พฤติกรรม
1	สรรพคุณของอาหารที่ช่วยป้องกันโรค	87.5	2.91	2.41
2	การรับประทานอาหารเพื่อส่งเสริมสุขภาพ	94.0	2.9	2.43
3	รายการที่มีแพทย์ ผู้เชี่ยวชาญ	68.5	2.72	2.23
4	ผู้หญิงที่มีรูปร่างที่ดีต้องผอมเพรียว	47.2	2.65*	1.41
5	เคล็ดลับจากรายการนำไปใช้เลือกซื้อวัตถุดิบทำอาหาร	36.0	2.6	2.26
6	คำแนะนำจากรายการช่วยแก้ปัญหาสุขภาพ	60.8	2.47	2.06

ตารางที่ 4.13 (ต่อ)

คำถาม ข้อ	คำถามเกี่ยวกับ	ร้อยละของ กลุ่มตัวอย่าง ที่ตอบถูก	ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$)	
		ความรู้	ทัศนคติ	พฤติกรรม
7	สูตรส่วนผสมอาหารจากรายการและ การทดลองทำตาม	82.0	2.32	1.94
8	การรับประทานอาหารเสริม	57.5	2.31*	1.54
9	การโฆษณาอาหารจานด่วน	92.0	2.04	1.41
10	การโฆษณาน้ำอัดลมน้ำตาล 0%	88.2	2.86*	1.22
ค่าเฉลี่ยรวม		71.4	2.57	1.89

* ข้อความเชิงลบ

ทัศนคติ: ค่าเฉลี่ย 3.21-4.00 = มีทัศนคติหลังจากเปิดรับข้อมูลด้านโภชนาการเห็นด้วยอย่างยิ่ง

ค่าเฉลี่ย 2.41-3.20 = มีทัศนคติหลังจากเปิดรับข้อมูลด้านโภชนาการเห็นด้วย

ค่าเฉลี่ย 1.61-2.40 = มีทัศนคติหลังจากเปิดรับข้อมูลด้านโภชนาการปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 0.81-1.60 = มีทัศนคติหลังจากเปิด รับข้อมูลด้านโภชนาการไม่เห็นด้วย

ค่าเฉลี่ย 0.00-0.80 = มีทัศนคติหลังจากเปิดรับข้อมูลด้านโภชนาการไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

พฤติกรรม: ค่าเฉลี่ย 3.21-4.00 = มีพฤติกรรมหลังจากเปิดรับข้อมูลด้านโภชนาการเป็นประจำ

ค่าเฉลี่ย 2.41-3.20 = มีพฤติกรรมหลังจากเปิดรับข้อมูลด้านโภชนาการบ่อยครั้ง

ค่าเฉลี่ย 1.61-2.40 = มีพฤติกรรมหลังจากเปิดรับข้อมูลด้านโภชนาการปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 0.81-1.60 = มีพฤติกรรมหลังจากเปิดรับข้อมูลด้านโภชนาการนาน ๆ ครั้ง

ค่าเฉลี่ย 0.00-0.80 = มีพฤติกรรมหลังจากเปิดรับข้อมูลด้านโภชนาการไม่เคยเลย

ส่วนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

ในการทดสอบสมมติฐานการศึกษาในครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้กำหนดระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สมมติฐานการวิจัยที่ 1 กลุ่มตัวอย่างผู้ชมโทรทัศน์ที่มีความบ่อยครั้งในการรับชมรายการด้านโภชนาการแตกต่างกัน มีการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับโภชนาการแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.14

แสดงค่าความแปรปรวนของการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับโภชนาการ

จำแนกตามความบ่อยครั้งในการรับชมรายการด้านโภชนาการ

ตัวแปร	ความแตกต่าง	df	Sum of Squares	Mean Square	F	Sig.
การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับโภชนาการ	ระหว่างกลุ่ม	4	13.124	3.281	9.430	.000*
	ภายในกลุ่ม	395	137.432	.348		
	รวม	399	150.556			

* คำนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ยอมรับสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ชมโทรทัศน์ที่มีความบ่อยครั้งในการรับชมรายการด้านโภชนาการแตกต่างกัน อย่างน้อย 2 กลุ่ม มีการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับโภชนาการแตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัยที่ 1.1 กลุ่มตัวอย่างผู้ชมโทรทัศน์ที่มีความบ่อยครั้งในการรับชมรายการด้านโภชนาการแตกต่างกัน มีการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับคุณค่าทางโภชนาการแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.15

แสดงค่าความแปรปรวนของการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับคุณค่าทางโภชนาการ
จำแนกตามความบ่อยครั้งในการรับชมรายการด้านโภชนาการ

ตัวแปร	ความแตกต่าง	df	Sum of Squares	Mean Square	F	Sig.
การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับคุณค่าทางโภชนาการ	ระหว่างกลุ่ม	4	12.473	3.188	7.608	.000*
	ภายในกลุ่ม	395	161.904	.410		
	รวม	399	174.378			

* คำนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.15 พบว่า ยอมรับสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ชมโทรทัศน์ที่มีความบ่อยครั้งในการรับชมรายการด้านโภชนาการแตกต่างกัน อย่างน้อย 2 กลุ่ม มีการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับคุณค่าทางโภชนาการแตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัยที่ 1.2 กลุ่มตัวอย่างผู้ชมโทรทัศน์ที่มีความบ่อยครั้งในการรับชมรายการด้านโภชนาการแตกต่างกัน มีการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการป้องกันโรคด้วยอาหารแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.16

แสดงค่าความแปรปรวนของการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการป้องกันโรคด้วยอาหาร
จำแนกตามความบ่อยครั้งในการรับชมรายการด้านโภชนาการ

ตัวแปร	ความแตกต่าง	df	Sum of Squares	Mean Square	F	Sig.
การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการป้องกันโรคด้วยอาหาร	ระหว่างกลุ่ม	4	11.892	2.973	6.756	.000*
	ภายในกลุ่ม	395	173.806	.440		
	รวม	399	185.697			

* ค่านัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.16 พบว่า ยอมรับสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ชมโทรทัศน์ที่มีความบ่อยครั้งในการรับชมรายการด้านโภชนาการแตกต่างกัน อย่างน้อย 2 กลุ่ม มีการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการป้องกันโรคด้วยอาหารแตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัยที่ 1.3 กลุ่มตัวอย่างผู้ชมโทรทัศน์ที่มีความบ่อยครั้งในการรับชมรายการด้านโภชนาการแตกต่างกัน มีการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการรักษา/บำบัดโรคด้วยอาหารแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.17

แสดงค่าความแปรปรวนของการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการรักษา/บำบัดโรคด้วยอาหาร
จำแนกตามความบ่อยครั้งในการรับชมรายการด้านโภชนาการ

ตัวแปร	ความแตกต่าง	df	Sum of Squares	Mean Square	F	Sig.
การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการรักษา/บำบัดโรคด้วยอาหาร	ระหว่างกลุ่ม	4	16.193	4.048	8.571	.000*
	ภายในกลุ่ม	395	186.567	.472		
	รวม	399	202.760			

* คำนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.17 พบว่า ยอมรับสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ชมโทรทัศน์ที่มีความบ่อยครั้งในการรับชมรายการด้านโภชนาการแตกต่างกัน อย่างน้อย 2 กลุ่ม มีการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการรักษา/บำบัดโรคด้วยอาหารแตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัยที่ 2 กลุ่มตัวอย่างผู้ชมโทรทัศน์ที่มีความบ่อยครั้งในการรับชมรายการด้านโภชนาการแตกต่างกัน มีการรับชมรายการโฆษณาแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.18

แสดงค่าความแปรปรวนของการรับชมรายการโฆษณา จำแนกตาม
ความบ่อยครั้งในการรับชมรายการด้านโภชนาการ

ตัวแปร	ความแตกต่าง	df	Sum of Squares	Mean Square	F	Sig.
การรับชมรายการโฆษณา	ระหว่างกลุ่ม	4	11.257	2.814	7.643	.000*
	ภายในกลุ่ม	395	145.440	.368		
	รวม	399	156.698			

* คำนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.18 พบว่า ยอมรับสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ชมโทรทัศน์ที่มีความบ่อยครั้งในการรับชมรายการโทรทัศน์ด้านโภชนาการแตกต่างกัน อย่างน้อย 2 กลุ่ม มีการรับชมรายการโฆษณาแตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัยที่ 2.1 กลุ่มตัวอย่างผู้ชมโทรทัศน์ที่มีความบ่อยครั้งในการรับชมรายการด้านโภชนาการแตกต่างกัน มีการรับชมรายการโฆษณาประเภทอาหารจานด่วนแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.19

แสดงค่าความแปรปรวนของการรับชมรายการโฆษณาประเภทอาหารจานด่วน
จำแนกตามความบ่อยครั้งในการรับชมรายการด้านโภชนาการ

ตัวแปร	ความแตกต่าง	df	Sum of Squares	Mean Square	F	Sig.
การรับชมรายการโฆษณาประเภทอาหารจานด่วน	ระหว่างกลุ่ม	4	13.044	3.261	6.207	.000*
	ภายในกลุ่ม	395	207.505	.525		
	รวม	399	220.549			

* คำนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.19 พบว่า ยอมรับสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ชมโทรทัศน์ที่มีความบ่อยครั้งในการรับชมรายการด้านโภชนาการแตกต่างกัน อย่างน้อย 2 กลุ่ม มีการรับชมรายการโฆษณาประเภทอาหารจานด่วนแตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัยที่ 2.2 กลุ่มตัวอย่างผู้ชมโทรทัศน์ที่มีความบ่อยครั้งในการรับชมรายการด้านโภชนาการแตกต่างกัน มีการรับชมรายการโฆษณาประเภทเครื่องดื่มแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.20

แสดงค่าความแปรปรวนของการรับชมรายการโฆษณาประเภทเครื่องดื่ม
จำแนกตามความบ่อยครั้งในการรับชมรายการด้านโภชนาการ

ตัวแปร	ความแตกต่าง	df	Sum of Squares	Mean Square	F	Sig.
การรับชมรายการโฆษณา ประเภทเครื่องดื่ม	ระหว่างกลุ่ม	4	10.306	2.577	5.293	.000*
	ภายในกลุ่ม	395	192.271	.487		
	รวม	399	202.577			

* คำนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.20 พบว่า ยอมรับสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ชมโทรทัศน์ที่มีความบ่อยครั้งในการรับชมรายการด้านโภชนาการแตกต่างกัน อย่างน้อย 2 กลุ่ม มีการรับชมรายการโฆษณาประเภทเครื่องดื่มแตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัยที่ 2.3 กลุ่มตัวอย่างผู้ชมโทรทัศน์ที่มีความบ่อยครั้งในการรับชมรายการด้านโภชนาการแตกต่างกัน มีการรับชมรายการโฆษณาประเภทขนมหวาน/ขนมกรุบกรอบแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.21

แสดงค่าความแปรปรวนของการรับชมรายการโฆษณาประเภท
ขนมหวาน/ขนมกรุบกรอบ จำแนกตามความบ่อยครั้ง
ในการรับชมรายการด้านโภชนาการ

ตัวแปร	ความแตกต่าง	df	Sum of Squares	Mean Square	F	Sig.
การรับชมรายการโฆษณา ประเภทขนมหวาน/ ขนมกรุบกรอบ	ระหว่างกลุ่ม	4	12.911	3.228	6.556	.000*
	ภายในกลุ่ม	395	194.476	.492		
	รวม	399	207.386			

* คำนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.21 พบว่า ยอมรับสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ชมโทรทัศน์ที่มีความบ่อยครั้งในการรับชมรายการด้านโภชนาการแตกต่างกันอย่างน้อย 2 กลุ่ม มีการรับชมรายการโฆษณาประเภทขนมหวาน/ขนมกรุบกรอบแตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัยที่ 2.4 กลุ่มตัวอย่างผู้ชมโทรทัศน์ที่มีความบ่อยครั้งในการรับชมรายการด้านโภชนาการแตกต่างกัน มีการรับชมรายการโฆษณาประเภทอาหารเสริมแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.22

แสดงค่าความแปรปรวนของการรับชมรายการโฆษณาประเภทอาหารเสริม
จำแนกตามความบ่อยครั้งในการรับชมรายการด้านโภชนาการ

ตัวแปร	ความแตกต่าง	df	Sum of Squares	Mean Square	F	Sig.
การรับชมรายการโฆษณาประเภทอาหารเสริม	ระหว่างกลุ่ม	4	9.892	2.473	4.495	.001*
	ภายในกลุ่ม	395	217.328	.550		
	รวม	399	227.220			

* คำนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.22 พบว่า ยอมรับสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ชมโทรทัศน์ที่มีความบ่อยครั้งในการรับชมรายการด้านโภชนาการแตกต่างกันอย่างน้อย 2 กลุ่ม มีการรับชมรายการโฆษณาประเภทอาหารเสริมแตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัยที่ 3 กลุ่มตัวอย่างผู้ชมโทรทัศน์ที่มีความบ่อยครั้งในการรับชมรายการด้านโภชนาการแตกต่างกัน มีความรู้ ทักษะ และพฤติกรรม ด้านโภชนาการแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.23

แสดงค่าความแปรปรวนของความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมด้านโภชนาการ จำแนกตามความบ่อยครั้งในการรับชมรายการด้านโภชนาการ

ตัวแปร	ความแตกต่าง	df	Sum of Squares	Mean Square	F	Sig.
ความรู้ ทักษะ และ พฤติกรรม ด้านโภชนาการ	ระหว่างกลุ่ม	4	6.700	1.675	10.720	.000*
	ภายในกลุ่ม	395	61.721	.156		
	รวม	399	68.422			

* คำนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.23 พบว่า ยอมรับสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ชมโทรทัศน์ที่มีความบ่อยครั้งในการรับชมรายการด้านโภชนาการแตกต่างกัน อย่างน้อย 2 กลุ่ม มีความรู้ ทักษะ และพฤติกรรม ด้านโภชนาการ แตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัยที่ 3.1 กลุ่มตัวอย่างผู้ชมโทรทัศน์ที่มีความบ่อยครั้งในการรับชมรายการด้านโภชนาการแตกต่างกัน มีความรู้ด้านโภชนาการแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.24

แสดงค่าความแปรปรวนของความรู้ด้านโภชนาการ จำแนกตาม
ความบ่อยครั้งในการรับชมรายการด้านโภชนาการ

ตัวแปร	ความแตกต่าง	df	Sum of Squares	Mean Square	F	Sig.
ความรู้ด้านโภชนาการ	ระหว่างกลุ่ม	4	14.308	3.577	1.530	.193
	ภายในกลุ่ม	395	923.670	2.338		
	รวม	399	937.977			

* คำนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.24 ปฏิเสธสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ชมโทรทัศน์ที่มีความบ่อยครั้งในการรับชมรายการด้านโภชนาการแตกต่างกัน อย่างน้อย 2 กลุ่ม มีความรู้ด้านโภชนาการ ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัยที่ 3.2 กลุ่มตัวอย่างผู้ชมโทรทัศน์ที่มีความบ่อยครั้งในการรับชมรายการด้านโภชนาการแตกต่างกัน มีทัศนคติด้านโภชนาการแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.25

แสดงค่าความแปรปรวนของทัศนคติด้านโภชนาการ จำแนกตาม
ความบ่อยครั้งในการรับชมรายการด้านโภชนาการ

ตัวแปร	ความแตกต่าง	df	Sum of Squares	Mean Square	F	Sig.
ทัศนคติด้านโภชนาการ	ระหว่างกลุ่ม	4	1.793	0.448	3.235	.012*
	ภายในกลุ่ม	395	54.735	0.139		
	รวม	399	56.528			

* คำนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.25 พบว่า ยอมรับสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ชมโทรทัศน์ที่มีความบ่อยครั้งในการรับชมรายการด้านโภชนาการแตกต่างกัน อย่างน้อย 2 กลุ่ม มีทัศนคติด้านโภชนาการแตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัยที่ 3.3 กลุ่มตัวอย่างผู้ชมโทรทัศน์ที่มีความบ่อยครั้งในการรับชมรายการด้านโภชนาการแตกต่างกัน มีพฤติกรรมด้านโภชนาการแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.26

แสดงค่าความแปรปรวนของพฤติกรรมด้านโภชนาการ จำแนกตามความบ่อยครั้งในการรับชมรายการโทรทัศน์ที่นำเสนอเนื้อหาด้านโภชนาการ

ตัวแปร	ความแตกต่าง	df	Sum of Squares	Mean Square	F	Sig.
พฤติกรรมด้านโภชนาการ	ระหว่างกลุ่ม	4	17.386	4.346	13.513	.000*
	ภายในกลุ่ม	395	127.048	.322		
	รวม	399	144.434			

* คำนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.26 พบว่า ยอมรับสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ชมโทรทัศน์ที่มีความบ่อยครั้งในการรับชมรายการด้านโภชนาการแตกต่างกัน อย่างน้อย 2 กลุ่ม มีพฤติกรรมด้านโภชนาการแตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัยที่ 4 กลุ่มตัวอย่างผู้ชมโทรทัศน์ที่มีการรับชมเนื้อหาด้านโภชนาการจากรายการแตกต่างกัน มีการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับโภชนาการแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.27

แสดงค่าความแปรปรวนของการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับโภชนาการ
จำแนกตามการรับชมเนื้อหาด้านโภชนาการจากรายการ

ตัวแปร	ความแตกต่าง	df	Sum of Squares	Mean Square	F	Sig.
การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับ โภชนาการ	ระหว่างกลุ่ม	2	21.190	10.595	32.515	.000*
	ภายในกลุ่ม	397	129.365	.32		
	รวม	399	150.556			

* คำนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.27 พบว่า ยอมรับสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ชมโทรทัศน์ที่มีการรับชมเนื้อหาด้านโภชนาการจากประเภทรายการแตกต่างกันอย่างน้อย 2 กลุ่ม มีการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับโภชนาการแตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัยที่ 4.1 กลุ่มตัวอย่างผู้ชมโทรทัศน์ที่มีการรับชมเนื้อหาด้านโภชนาการจากประเภทรายการแตกต่างกัน มีการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับคุณค่าทางโภชนาการแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.28

แสดงค่าความแปรปรวนของการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับคุณค่าทางโภชนาการ
จำแนกตามการรับชมเนื้อหาด้านโภชนาการจากรายการ

ตัวแปร	ความแตกต่าง	df	Sum of Squares	Mean Square	F	Sig.
การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับ คุณค่าโภชนาการ	ระหว่างกลุ่ม	2	19.666	9.833	25.232	.000*
	ภายในกลุ่ม	397	154.712	.390		
	รวม	399	174.378			

* คำนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.28 พบว่า ยอมรับสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ชมโทรทัศน์ที่มีการรับชมเนื้อหาด้านโภชนาการจากประเภทรายการแตกต่างกัน อย่างน้อย 2 กลุ่ม มีการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับคุณค่าทางโภชนาการแตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัยที่ 4.2 กลุ่มตัวอย่างผู้ชมโทรทัศน์ที่มีการรับชมเนื้อหาด้านโภชนาการจากประเภทรายการแตกต่างกัน มีการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการป้องกันโรคด้วยอาหารแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.29

แสดงค่าความแปรปรวนของการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการป้องกันโรคด้วยอาหาร
จำแนกตามการรับชมเนื้อหาด้านโภชนาการจากรายการ

ตัวแปร	ความแตกต่าง	df	Sum of Squares	Mean Square	F	Sig.
การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการป้องกันโรคด้วยอาหาร	ระหว่างกลุ่ม	2	18.851	9.426	22.428	.000*
	ภายในกลุ่ม	397	166.846	.420		
	รวม	399	185.698			

* คำนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.29 พบว่า ยอมรับสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ชมโทรทัศน์ที่มีการรับชมเนื้อหาด้านโภชนาการจากประเภทรายการแตกต่างกัน อย่างน้อย 2 กลุ่ม มีการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการป้องกันโรคด้วยอาหารแตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัยที่ 4.3 กลุ่มตัวอย่างผู้ชมโทรทัศน์ที่มีการรับชมเนื้อหาด้านโภชนาการจากประเภทรายการแตกต่างกัน มีการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการรักษา/บำบัดโรคด้วยอาหารแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.30

แสดงค่าความแปรปรวนของการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการรักษา/บำบัดโรคด้วยอาหาร
จำแนกตามการรับชมเนื้อหาด้านโภชนาการจากรายการ

ตัวแปร	ความแตกต่าง	df	Sum of Squares	Mean Square	F	Sig.
การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการรักษา/บำบัดโรคด้วยอาหาร	ระหว่างกลุ่ม	2	25.388	12.694	28.412	.000*
	ภายในกลุ่ม	397	177.372	.447		
	รวม	399	202.760			

* ค่านัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.30 พบว่า ยอมรับสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ชมโทรทัศน์ที่มีการรับชมเนื้อหาด้านโภชนาการจากประเภทรายการแตกต่างกัน อย่างน้อย 2 กลุ่ม มีการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการรักษา/บำบัดโรคด้วยอาหารแตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัยที่ 5 กลุ่มตัวอย่างผู้ชมโทรทัศน์ที่มีการรับชมเนื้อหาด้านโภชนาการจากประเภทรายการแตกต่างกัน มีการรับชมรายการโฆษณาแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.31

แสดงค่าความแปรปรวนของการรับชมรายการโฆษณา จำแนกตาม
การรับชมเนื้อหาด้านโภชนาการจากรายการ

ตัวแปร	ความแตกต่าง	df	Sum of Squares	Mean Square	F	Sig.
การรับชมรายการโฆษณา	ระหว่างกลุ่ม	2	14.444	7.222	20.155	.000*
	ภายในกลุ่ม	397	142.253	.358		
	รวม	399	156.698			

* คำนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.31 พบว่า ยอมรับสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ชมโทรทัศน์ที่มีการรับชมเนื้อหาด้านโภชนาการจากประเภทรายการแตกต่างกัน อย่างน้อย 2 กลุ่ม มีการรับชมรายการโฆษณาแตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัยที่ 5.1 กลุ่มตัวอย่างผู้ชมโทรทัศน์ที่มีการรับชมเนื้อหาด้านโภชนาการจากรายการแตกต่างกัน มีการรับชมรายการโฆษณาประเภทอาหารจานด่วนแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.32

แสดงค่าความแปรปรวนของการรับชมรายการโฆษณาประเภทอาหารจานด่วน
จำแนกตามการรับชมเนื้อหาด้านโภชนาการจากรายการ

ตัวแปร	ความแตกต่าง	df	Sum of Squares	Mean Square	F	Sig.
การรับชมรายการโฆษณา ประเภทอาหารจานด่วน	ระหว่างกลุ่ม	2	16.140	8.070	15.674	.000*
	ภายในกลุ่ม	397	204.408	.515		
	รวม	399	220.549			

* คำนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.32 พบว่า ยอมรับสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ชมโทรทัศน์ที่มีการรับชมเนื้อหาด้านโภชนาการจากรายการแตกต่างกัน อย่างน้อย 2 กลุ่ม มีการรับชมรายการโฆษณาประเภทอาหารจานด่วนแตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัยที่ 5.2 กลุ่มตัวอย่างผู้ชมโทรทัศน์ที่มีการรับชมเนื้อหาด้านโภชนาการจากประเภทรายการแตกต่างกัน มีการรับชมรายการโฆษณาประเภทเครื่องดื่มแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.33

แสดงค่าความแปรปรวนของการรับชมรายการโฆษณาประเภทเครื่องดื่ม
จำแนกตามการรับชมเนื้อหาด้านโภชนาการจากรายการ

ตัวแปร	ความแตกต่าง	df	Sum of Squares	Mean Square	F	Sig.
การรับชมรายการโฆษณาประเภทเครื่องดื่ม	ระหว่างกลุ่ม	2	10.991	5.496	11.388	.000*
	ภายในกลุ่ม	397	191.586	.483		
	รวม	399	202.577			

* คำนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.33 พบว่า ยอมรับสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ชมโทรทัศน์ที่มีการรับชมเนื้อหาด้านโภชนาการจากรายการแตกต่างกันอย่างน้อย 2 กลุ่ม มีการรับชมรายการโฆษณาประเภทเครื่องดื่มแตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัยที่ 5.3 กลุ่มตัวอย่างผู้ชมโทรทัศน์ที่มีการรับชมเนื้อหาด้านโภชนาการจากประเภทรายการแตกต่างกัน มีการรับชมรายการโฆษณาประเภทขนมหวาน/ขนมกรุบกรอบแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.34

แสดงค่าความแปรปรวนของการรับชมรายการโฆษณาประเภทขนมหวาน/ขนมกรุบกรอบ
จำแนกตามการรับชมเนื้อหาด้านโภชนาการจากรายการ

ตัวแปร	ความแตกต่าง	df	Sum of Squares	Mean Square	F	Sig.
การรับชมรายการโฆษณา ประเภทขนมหวาน/ ขนมกรุบกรอบ	ระหว่างกลุ่ม	2	11.194	5.597	11.326	.000*
	ภายในกลุ่ม	397	196.192	.494		
	รวม	399	207.386			

* คำนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.34 พบว่า ยอมรับสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ชมโทรทัศน์ที่มีการรับชมเนื้อหาด้านโภชนาการจากประเภทรายการแตกต่างกัน อย่างน้อย 2 กลุ่ม มีการรับชมรายการโฆษณาประเภทขนมหวาน/ขนมกรุบกรอบแตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัยที่ 5.4 กลุ่มตัวอย่างผู้ชมโทรทัศน์ที่มีการรับชมเนื้อหาด้านโภชนาการจากประเภทรายการแตกต่างกัน มีการรับชมประเภทรายการโฆษณาประเภทอาหารเสริมแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.35

แสดงค่าความแปรปรวนของการรับชมรายการโฆษณาประเภทอาหารเสริม
จำแนกตามการรับชมเนื้อหาด้านโภชนาการจากรายการ

ตัวแปร	ความแตกต่าง	df	Sum of Squares	Mean Square	F	Sig.
การรับชมรายการโฆษณา ประเภทอาหารเสริม	ระหว่างกลุ่ม	2	20.580	10.290	19.770	.000*
	ภายในกลุ่ม	397	206.639	.521		
	รวม	399	227.220			

* คำนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.35 พบว่า ยอมรับสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ชมโทรทัศน์ที่มีการรับชมเนื้อหาด้านโภชนาการจากประเภทรายการแตกต่างกันอย่างน้อย 2 กลุ่ม มีการรับชมรายการโฆษณาประเภทอาหารเสริมแตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัยที่ 6 กลุ่มตัวอย่างผู้ชมโทรทัศน์ที่มีการรับชมเนื้อหาด้านโภชนาการจากประเภทรายการแตกต่างกัน มีความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมด้านโภชนาการแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.36

แสดงค่าความแปรปรวนของความรู้ ทัศนคติและพฤติกรรมด้านโภชนาการ
จำแนกตามการรับชมเนื้อหาด้านโภชนาการจากรายการ

ตัวแปร	ความแตกต่าง	df	Sum of Squares	Mean Square	F	Sig.
ความรู้ ทัศนคติ และ พฤติกรรมด้านโภชนาการ	ระหว่างกลุ่ม	2	10.563	5.281	36.239	.000*
	ภายในกลุ่ม	397	57.859	.146		
	รวม	399	68.422			

* คำนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.36 พบว่า ยอมรับสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ชมโทรทัศน์ที่มีการรับชมเนื้อหาด้านโภชนาการจากประเภทรายการแตกต่างกัน อย่างน้อย 2 กลุ่ม มีความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมด้านโภชนาการแตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัยที่ 6.1 กลุ่มตัวอย่างผู้ชมโทรทัศน์ที่มีการรับชมเนื้อหาด้าน
โภชนาการจากประเภทรายการแตกต่างกัน มีความรู้ด้านโภชนาการแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.37

แสดงค่าความแปรปรวนของความรู้ด้านโภชนาการ จำแนกตาม
การรับชมเนื้อหาด้านโภชนาการจากรายการ

ตัวแปร	ความแตกต่าง	df	Sum of Squares	Mean Square	F	Sig.
ความรู้ด้านโภชนาการ	ระหว่างกลุ่ม	2	9.290	4.645	1.986	.139
	ภายในกลุ่ม	397	928.688	2.339		
	รวม	399	937.978			

* ค่านัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.37 ปฏิเสธสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 แสดงว่า กลุ่มตัวอย่าง
ผู้ชมโทรทัศน์ที่มีการรับชมเนื้อหาด้านโภชนาการจากประเภทรายการแตกต่างกัน อย่างน้อย 2 กลุ่ม
มีความรู้ด้านโภชนาการ ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัยที่ 6.2 กลุ่มตัวอย่างผู้ชมโทรทัศน์ที่มีการรับชมเนื้อหาด้าน
โภชนาการจากประเภทรายการแตกต่างกัน มีทัศนคติด้านโภชนาการแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.38

แสดงค่าความแปรปรวนของทัศนคติด้านโภชนาการ จำแนกตาม
การรับชมเนื้อหาด้านโภชนาการจากรายการ

ตัวแปร	ความแตกต่าง	df	Sum of Squares	Mean Square	F	Sig.
ทัศนคติด้านโภชนาการ	ระหว่างกลุ่ม	2	4.179	2.090	15.848	.000*
	ภายในกลุ่ม	397	52.349	.132		
	รวม	399	56.528			

* คำนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.38 พบว่า ยอมรับสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 แสดงว่า
กลุ่มตัวอย่างผู้ชมโทรทัศน์ที่มีการรับชมเนื้อหาด้านโภชนาการจากประเภทรายการแตกต่างกัน
อย่างน้อย 2 กลุ่ม มีทัศนคติด้านโภชนาการแตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัยที่ 6.3 กลุ่มตัวอย่างผู้ชมโทรทัศน์ที่มีการรับชมเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับโภชนาการจากประเภทรายการแตกต่างกัน มีพฤติกรรมด้านโภชนาการแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.39

แสดงค่าความแปรปรวนของพฤติกรรมด้านโภชนาการ จำแนกตาม
การรับชมเนื้อหาด้านโภชนาการจากรายการ

ตัวแปร	ความแตกต่าง	df	Sum of Squares	Mean Square	F	Sig.
พฤติกรรมด้านโภชนาการ	ระหว่างกลุ่ม	2	20.188	10.094	32.253	.000*
	ภายในกลุ่ม	397	124.246	.313		
	รวม	399	144.434			

* คำนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.39 พบว่า ยอมรับสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ชมโทรทัศน์ที่มีการรับชมเนื้อหาด้าน โภชนาการจากประเภทรายการแตกต่างกัน อย่างน้อย 2 กลุ่ม มีพฤติกรรมด้านโภชนาการแตกต่างกัน

ผลการวิจัยเชิงคุณภาพผลการศึกษารายการและโฆษณา ด้านโภชนาการทางโทรทัศน์

การศึกษารับเปิดรับและผลกระทบของรายการด้านโภชนาการทางโทรทัศน์ที่มีต่อความรู้ทัศนคติ และ พฤติกรรม ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วยผลการศึกษาดังนี้

การศึกษารายการด้านโภชนาการ

1. ภาพรวมการนำเสนอรายการโภชนาการ

ผลการศึกษาด้านรายการโภชนาการทางโทรทัศน์ซึ่งออกอากาศในช่วงเดือน ตุลาคม-ธันวาคม 2550 พบว่า สถานีโทรทัศน์ 6 สถานีคือ ช่อง 3 5 7 9 11 และ TITV ผลิต รายการที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับโภชนาการรวม 54 รายการ คิดเป็นเวลาที่ใช้แพร่ภาพรวม 40 ชั่วโมง 32 นาที ต่อสัปดาห์ ให้ผู้ชมทั่วประเทศและผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครเกือบสองล้านครัวเรือน ได้ ชมรายการที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับโภชนาการทุกวันเฉลี่ยวันละประมาณหนึ่งชั่วโมง หากคิดเป็นสัดส่วน กับเวลาออกอากาศ 1 สัปดาห์รายการที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับด้านโภชนาการมีปริมาณร้อยละ 4.20 ของเวลาออกอากาศ หนึ่ง สัปดาห์ (เวลาออกอากาศ หนึ่ง สัปดาห์ 965 ชั่วโมง 5 นาที) หรือประมาณ 1 ใน 24 ของรายการโทรทัศน์ที่ออกอากาศในหนึ่งสัปดาห์ (ดังตาราง 4.40 และ แผนภาพที่ 4.1)

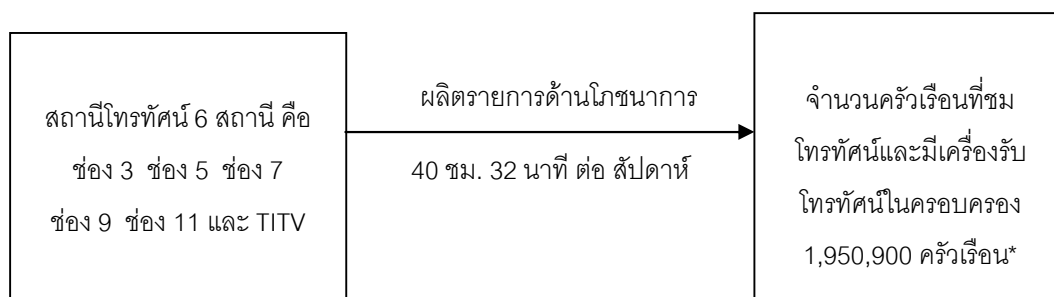
ตารางที่ 4.40

แสดง ร้อยละของรายการด้านโภชนาการ ต่อรายการทั้งหมด
ของแต่ละสถานีและทุกสถานีรวมกัน

ช่อง	รวมทุกรายการ ออกอากาศ (ชั่วโมง : นาที/ สัปดาห์)	รายการด้าน โภชนาการ ออกอากาศ (ชั่วโมง : นาที/ สัปดาห์)	ร้อยละ ออกอากาศ รายการด้าน โภชนาการ ของแต่ละสถานี (%)	ร้อยละ ออกอากาศ รายการด้าน โภชนาการทุกช่อง รวมกัน (%)
3	168	13 :30	8.04	-
5	166:50	7:44	4.64	-
7	150:25	1:08	0.75	-
9	168	6:40	3.97	-
11	147:20	45	0.51	-
TITV	164 :30	10: 45	6.53	-
รวม	965: 05	40:32	-	4.20

แผนภาพที่ 4.1

แสดงการผลิตรายการด้านโภชนาการทางโทรทัศน์



(ร้อยละ 4.20 ของเวลาออกอากาศหนึ่งสัปดาห์)

ที่มา: (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, ออนไลน์, 2551)

1.1 สถานีโทรทัศน์ ช่อง 3

เวลาออกอากาศ : 168 ชั่วโมงต่อสัปดาห์

(จ. – อา. 04.00 – 04.00 น.)

รายการด้านโภชนาการ: 13 ชม. 30 นาทีต่อสัปดาห์

ตารางที่ 4.41

แสดง วัน เวลา จำนวนนาที่ออกอากาศ/วัน และจำนวนนาที่ออกอากาศ/สัปดาห์
ของรายการด้านโภชนาการทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 3

วัน	เวลา	จำนวนนาที่ ออกอากาศ/ วัน	จำนวนนาที่ ออกอากาศ/ สัปดาห์	รายการ
จ.-ศ.	08.45-10.20 น.	95	475.00	ผู้หญิง ถึง ผู้หญิง
จ.-ศ.	10.20-10.50 น.	30	150.00	30 ยัง แจ่ว
ส.	07.55 - 8.20 น.	25	25.00	Living in Shape
ส.	08.20-08.45 น.	25	25.00	Happy Life กับ คุณหรีด
อา.	06.00-06.25 น.	25	25.00	มอริ่ง เฮลท์*

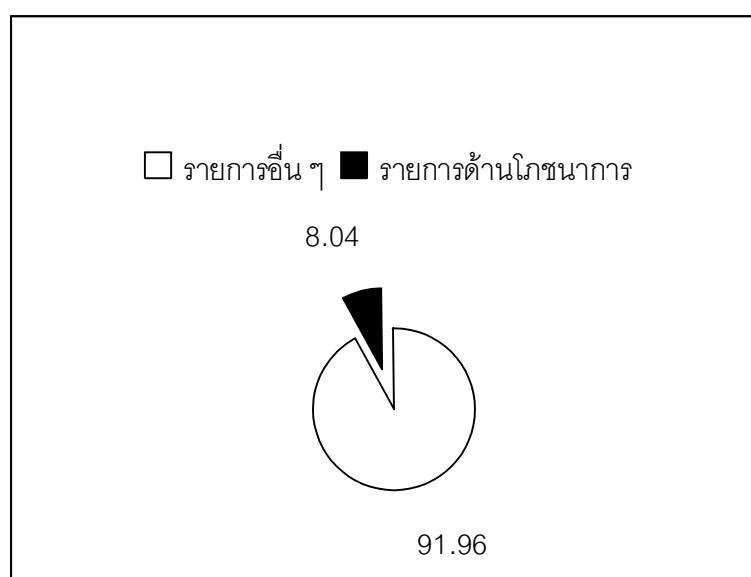
ตารางที่ 4.41 (ต่อ)

วัน	เวลา	จำนวนนาที่ ออกอากาศ/ วัน	จำนวนนาที่ ออกอากาศ/ สัปดาห์	รายการ
อา.	06.00-06.25 น.	25	25.00	ยกโขยง 6 โมงเช้า*
อา.	07.55 -08.25 น.	30	30.00	อิมละไม
อา.	08.20-08.45 น.	25	25.00	เปรี้ยวปาก
อา.	08.45-09.15 น.	30	30.00	อลหม่านจนเด็ด

* ออกอากาศสลับกันสัปดาห์เว้นสัปดาห์ในที่นี่คิดเวลาประมาณการออกอากาศทุกสัปดาห์

แผนภูมิที่ 4.1

แสดงร้อยละของรายการที่ออกอากาศทางช่อง 3



เท่ากับว่าผู้ชม ดูรายการด้านโภชนาการจากช่อง 3 ในวันจันทร์ ถึง ศุกร์ ได้วันละ 2 ชม. 5 นาที วันเสาร์ ได้ 50 นาที และวันอาทิตย์ 2 ชม. 15 นาที

1.2 สถานีโทรทัศน์ ช่อง 5

เวลาออกอากาศ : 166 ชม. 50 นาที ต่อสัปดาห์

(จ. – อ. 05.00 – 04.50 น.)

รายการด้านโภชนาการ: 7 ชม.44 นาที ต่อสัปดาห์

ตารางที่ 4.42

แสดง วัน เวลา จำนวนนาทีออกอากาศ/ วัน และ จำนวนนาที ออกอากาศ/สัปดาห์

ของรายการด้านโภชนาการทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 5

วัน	เวลา	จำนวนนาที ออกอากาศ/ วัน	จำนวนนาที ออกอากาศ/ สัปดาห์	รายการ
จ.	11.00-11.05 น.	5	5	อรรถร้อยเส้นทาง
จ.	14.05-14.30 น.	25	25	ลูกทุ่งสุขภาพ
อ.	10.35-11.00 น.	25	25	ผู้หญิง.com (ลิเรียม)
อ.	15.05-15.30 น.	25	25	เฮลท์มี
อ.	16.05-16.30 น.	25	25	อรรถร้อยแน่
พ.	16.05-16.30 น.	25	25	อาหารแห่งความรัก
พ.	10.35-11.00 น.	25	25	คุณชายกันครัว
พ.	16.05-16.30 น.	25	25	เชฟมือทอง
ศ.	9.00-9.25 น.	25	25	ศุกร์สุดสุข
ศ.	16.05-16.30 น.	25	25	อรรถร้อยช่อง 5
จ. - ศ.	08.30-08.55 น.	25	125	มยุรมาอรรี้งแม่ทัพ
จ. - ศ.	14.30-14.35 น.	5	25	EATING COOKING LIVING
ส.	12.30-12.55 น.	25	25	ตะลุยครัวเพื่อตัวเล็ก
ส.	13.55-14.00 น.	5	5	อาหารเพื่อสุขภาพ
ส.	15.35-16.00 น.	25	25	คู่กิน คู่เกมส์
ส.	16.30-16.55 น.	25	25	ตีข้าวชนวนหิว
ส-อา	05.26-05.28 น.	2	4	ใส่ใจสุขภาพพอ

แผนภูมิที่ 4.2
แสดงร้อยละของรายการที่ออกอากาศ ช่อง 5



เท่ากับว่าผู้ชม ดูรายการด้านโภชนาการจากช่อง 5 ในวันจันทร์ 1 ชม. วันอังคาร 1 ชม. 25 นาที วันพุธ 55 นาที วันพฤหัสบดี และ วันศุกร์ 1 ชม. 20 นาที วันเสาร์ 1 ชม. 22 นาที และวันอาทิตย์ 2 นาที

1.3 สถานีโทรทัศน์ ช่อง 7

เวลาออกอากาศ : 150 ชม. 25 นาที ต่อสัปดาห์

(จ. – ศ. 04.30 – 02.10 น. ส.- อา. 04.50 – 02.05 น.)

รายการด้านโภชนาการ 1 ชม. 8 นาที ต่อสัปดาห์

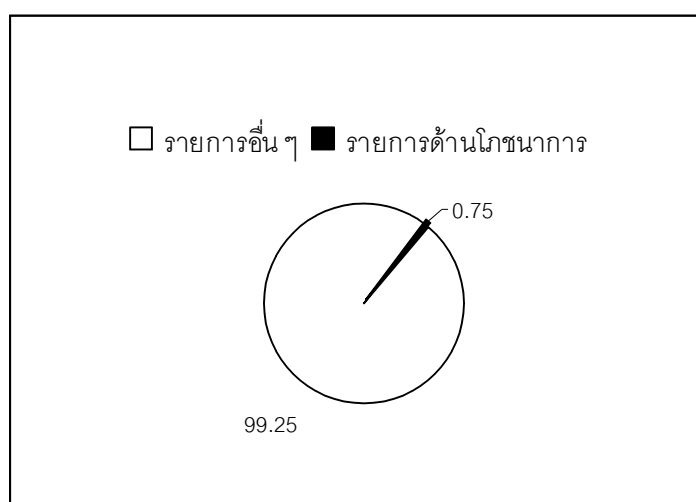
ตารางที่ 4.43

แสดง วัน เวลา จำนวนนาที่ออกอากาศ/ วัน และ จำนวนนาที่ ออกอากาศ/สัปดาห์
ของรายการด้านโภชนาการทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 7

วัน	เวลา	จำนวนนาที่ ออกอากาศ/ วัน	จำนวนนาที่ ออกอากาศ/ สัปดาห์	รายการ
จ. – อ.	16.15-16.25 น.	10	20	กระจกหกด้าน (อาหาร)
พ.	17.00 -17.30 น.	30	30	เกมกระทะเหล็ก
พญ.	16.15-16.25 น.	10	10	คลับสุขภาพ
พญ.	17.59-18.00 น.	1	1	รูปสวยรวยรส
ศ.	08.14-8.15 น.	1	1	ด้วยรักจากแม่
อา.	11.59-12.00	1	1	ลูกน้อยแข็งแรง
อา.	13.44-13.45 น.	1	1	พบหมอคิริราช
อา.	17.59-18.00 น.	1	1	คุยกันเรื่องลูก
อา.	18.14-18.15 น.	1	1	เพื่อนสุขภาพ
ส.-อา.	06.29-06.30 น.	1	2	การแพทย์ก้าวหน้า

แผนภูมิที่ 4.3

แสดงร้อยละของรายการที่ออกอากาศ ช่อง 7



เท่ากับว่าผู้ชม ดูรายการด้านโภชนาการจากช่อง 7 ในวันจันทร์ และ วันอังคาร 10 นาที่ วันพุธ 30 นาที่ วันพฤหัสบดี 11 นาที่ วันศุกร์ 1 นาที่ วันเสาร์ 1 นาที่ และวันอาทิตย์ 5 นาที่

1.4 สถานีโทรทัศน์ ช่อง 9

เวลาออกอากาศ : 168 ชั่วโมงต่อสัปดาห์

(จ. -อา. 00.00 – 24.00 น.)

รายการด้านโภชนาการ 6 ชม. 40 นาที ต่อสัปดาห์

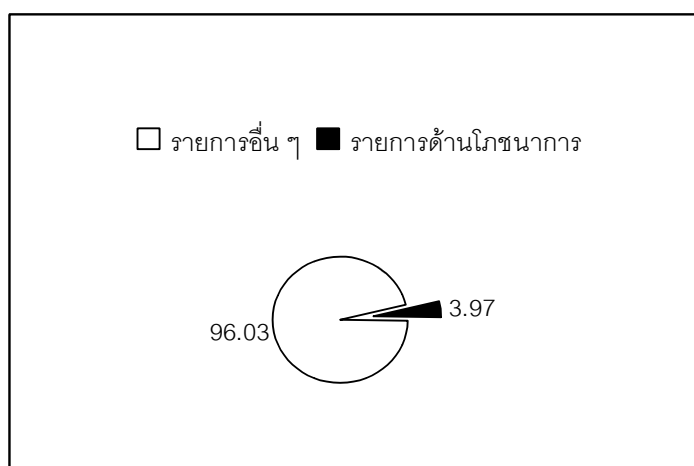
ตารางที่ 4.44

แสดง วัน เวลา จำนวนนาที่ออกอากาศ/ วัน และ จำนวนนาที่ ออกอากาศ/สัปดาห์
ของรายการด้านโภชนาการทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9

วัน	เวลา	จำนวนนาที่ ออกอากาศ/ วัน	จำนวนนาที่ ออกอากาศ/ สัปดาห์	รายการ
จ - ศ.	07.45-08.00 น.	15	75	สโมสรสุขภาพ
จ - ศ.	8.00-8.30 น.	30	150	สบาย@ไนน์
อ.	05.00- 05.30 น.	30	30	น่ารู้ น่าดู น่าอยู่ น่ากิน
อ.	16.00-16.30 น.	30	30	พ็อคครัวบ้านเทิง
ส.	22.00-23.00 น.	60	60	ดีมากมาย
อา.	10.05-11.00 น.	55	55	หมึกแดงโชว์

แผนภูมิที่ 4.4

แสดงร้อยละของรายการที่ออกอากาศ ช่อง 9



เท่ากับว่าผู้ชม ดูรายการด้านโภชนาการจากช่อง 9 ในวันจันทร์ วันพุธ วันพฤหัสบดี และวันศุกร์ 45 นาที วันอังคาร 1 ชั่วโมง 45 นาที วันเสาร์ 1 ชั่วโมง และวันอาทิตย์ 55 นาที

1.5 สถานีโทรทัศน์ ช่อง 11

เวลาออกอากาศ : 147 ชม. 20 นาที ต่อ สัปดาห์

(จ. 04.00- 01.35 น. อ.-พ. 04.00- 00.30 น. พญ.- ศ. 04.00- 00.50 น.

ส. 04.00- 01.30 น. อา. 04.00- 01.35 น.)

รายการด้านโภชนาการ 45 นาที ต่อสัปดาห์

ตารางที่ 4.45

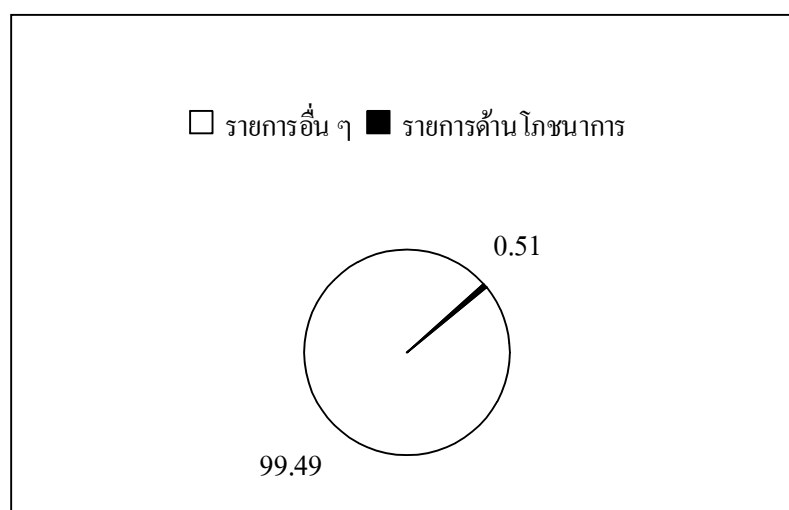
แสดง วัน เวลา จำนวนนาทีออกอากาศ/ วัน และ จำนวนนาที ออกอากาศ/สัปดาห์

ของรายการด้านโภชนาการทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 11

วัน	เวลา	จำนวนนาที ออกอากาศ/ วัน	จำนวนนาที ออกอากาศ/ สัปดาห์	รายการ
พญ.	8.30-8.45 น.	15	15	สุขภาพกายสุขภาพจิต
พญ.- ศ.	8.45-9.00 น.	15	30	หน้าต่างสุขภาพ

แผนภูมิที่ 4.5

แสดงร้อยละของรายการที่ออกอากาศ ช่อง 11



เท่ากับว่าผู้ชม ดูรายการด้านโภชนาการจากช่อง 11 ในวันพฤหัสบดี 30 นาที และวันศุกร์ 15 นาที

1.6 สถานีโทรทัศน์ TITV

เวลาออกอากาศ : 164 ชม. 30 นาที ต่อ สัปดาห์

(จ. - อา. 05.00- 04.30 น.)

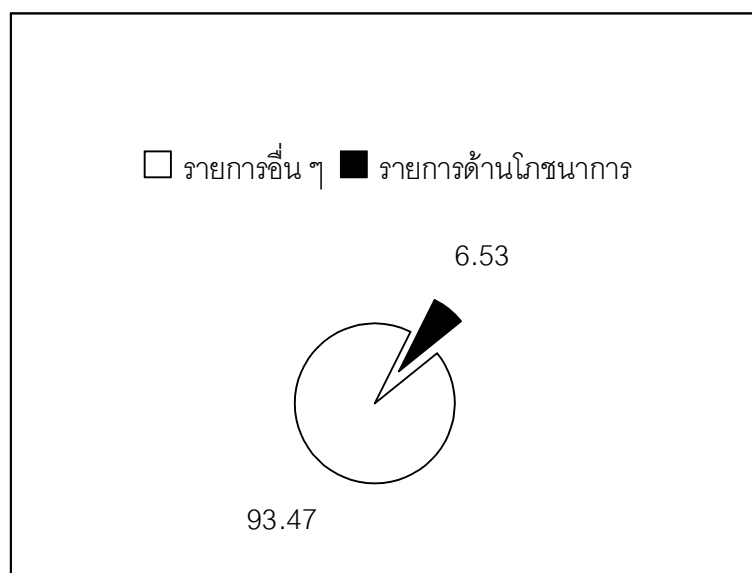
รายการด้านโภชนาการ 10 ชม. 45 นาทีต่อสัปดาห์

ตารางที่ 4.46

แสดง วัน เวลา จำนวนนาที่ออกอากาศ/ วัน และ จำนวนนาที่ ออกอากาศ/สัปดาห์
ของรายการด้านโภชนาการทางสถานีโทรทัศน์ช่อง TITV

วัน	เวลา	จำนวนนาที่ ออกอากาศ/ วัน	จำนวนนาที่ ออกอากาศ/ สัปดาห์	รายการ
จ.	10.30-11.00 น.	30	30	อร่อยเร็ด ประเสริฐศรี
อ.	10.00 - 10.30 น.	30	30	Lee La (ลีลา)
อ.	10.30-11.00 น.	30	30	EASY IDEA BY NAN
พ.	10.30-11.00 น.	30	30	Idol Chef
พ.	10.30-11.00 น.	30	30	อร่อยยกนิ้ว
ศ.	10.30-11.00 น.	30	30	Healthy Style
จ-พ.	08.00-09.00 น.	60	240	ร้านชายามเช้า
จ-พ.	09.00-09.30 น.	30	120	Health Station
จ - ศ.	09.30-09.45 น.	15	75	อร่อยไม่ปรึกษา
ส.	10.00-10.30 น.	30	30	ชิมไปบ่นไป

แผนภูมิที่ 4.6
แสดงร้อยละของรายการที่ออกอากาศ ช่อง TITV



เท่ากับว่าผู้ชม ดูรายการด้านโภชนาการจากTITV ในวันจันทร์วันพุธ และวันพฤหัสบดี 2 ชั่วโมง 15 นาที วันอังคาร 2 ชั่วโมง 45 นาที วันศุกร์ 45 นาที และ วันเสาร์ 30 นาที

เมื่อพิจารณา สถานีโทรทัศน์ทั้ง 6 แห่ง คือช่อง 3 5 7 9 11 และ TITV ว่ามีการนำเสนอ รายการโภชนาการ มาก - น้อยเพียงใดและมีการนำเสนอ วัน เวลา ไດ (จันทร์-ศุกร์ , เสาร์-อาทิตย์) คิดเป็นร้อยละเท่าใดของเวลาออกอากาศต่อสัปดาห์ พบว่า ช่อง 3 ออกอากาศวันอาทิตย์มากที่สุด 135 นาที คิดเป็น 1.34% ช่อง 5 และ ช่อง 9 ออกอากาศวันอังคารมากที่สุด 105 นาที คิดเป็น 1.05% ช่อง TITV ออกอากาศวันอังคารมากที่สุด 165 นาที คิดเป็น 1.67% ช่อง 7 ออกอากาศวันพุธ มากที่สุด 30 นาที คิดเป็น 0.34% และช่อง 11 ออกอากาศ วันพฤหัสบดีมากที่สุด 30 นาที คิดเป็น 0.34% (ดังแสดงไว้ในตาราง 4.47)

ช่วงเวลาของรายการที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับด้าน โภชนาการมากที่สุดคือช่วงเวลา 09.01-11.00 น. มี 16 รายการ รองลงมาคือ ช่วงเวลา 07.01-09.00 น. มี 11 รายการและช่วงเวลา 15.01-17.00 น. มี 10 รายการ ส่วนช่วงเวลา 05.00-07.00 น. 11.01-13.00 น. 13.01-15.00 น. และ 17.01-19.00 น. มีจำนวนรายการใกล้เคียงกัน คือ 3-5 รายการ ส่วนช่วงเวลาตั้งแต่ 19.00 น. เป็นต้นไปมีจำนวนรายการด้านโภชนาการน้อยที่สุดเพียง 1 รายการ ช่อง 3 ช่อง TITV และ

ช่อง 11 ออกอากาศช่วงเช้า ช่อง 5 และ ช่อง 7 ออกอากาศช่วงเช้า ถึง ช่วงเย็น ช่อง 9 ออกอากาศช่วงเช้า เย็น และ ช่วงกลางวัน (ดังตาราง 4.48)

โดยภาพรวมความยาวในการออกอากาศของรายการที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับด้านโภชนาการมากที่สุด คือ 21-25 นาที และ 26-30 นาที มี 17 และ 15 รายการตามลำดับ รองลงมาความยาวในการออกอากาศ 1-5 นาทีมี 10 รายการ รองลงมาคือ ความยาวในการออกอากาศ 11-15 นาที และ มากกว่า 30 นาทีใกล้เคียงกัน มี 4 -5 รายการส่วนความยาวในการออกอากาศ 6-10 นาที และ 16-20 นาที ใกล้เคียงกัน มี 1-2 รายการ ช่อง 3 ความยาวในการออกอากาศมากที่สุดในช่วง 21-30 นาที รวม 7 รายการ ช่อง 5 มีความยาวในการออกอากาศมากที่สุดในช่วง 21-25 นาที มี 13 รายการ ช่อง TITV มีความยาวในการออกอากาศมากที่สุดในช่วง 26-30 นาที มี 8 รายการ ช่อง 9 มีความยาวในการออกอากาศมากที่สุดในช่วง 26- 30 นาที และ มากกว่า 30 นาที รวม 5 รายการ ช่อง 7 มีความยาวในการออกอากาศมากที่สุดในช่วง 1-5 นาที มี 8 รายการ และ ช่อง 11 มีความยาวในการออกอากาศมากที่สุดในช่วง 11-15 นาที มี 2 รายการ (ดังตาราง 4.49)

ตารางที่ 4.47

แสดงจำนวนรายการ นาที่ และ ร้อยละเวลาที่ออกอากาศทั้งสัปดาห์ของรายการด้านโภชนาการ
แยกตามวันออกอากาศ ของ สถานีต่าง ๆ

วัน สถานี	ช่อง 3			ช่อง 5			ช่อง TITV			ช่อง 7			ช่อง 9			ช่อง 11			รวมทุกช่อง		
	จำนวน	นาที่	ร้อยละ*	จำนวน	นาที่	ร้อยละ*	จำนวน	นาที่	ร้อยละ*	จำนวน	นาที่	ร้อยละ*	จำนวน	นาที่	ร้อยละ*	จำนวน	นาที่	ร้อยละ*	จำนวน	นาที่	ร้อยละ**
	รายการ			รายการ			รายการ			รายการ			รายการ			รายการ			รายการ		
จันทร์	2	125	1.24	4	60	0.60	4	135	1.37	1	10	0.11	2	45	0.45	-	-	-	13	375	0.65
อังคาร	2	125	1.24	5	105	1.05	5	165	1.67	1	10	0.11	4	105	1.05	-	-	-	17	510	0.88
พุธ	2	125	1.24	3	55	0.55	4	135	1.37	1	30	0.33	2	45	0.45	-	-	-	12	390	0.67
พฤหัสบดี	2	125	1.24	4	80	0.80	3	135	1.37	2	11	0.12	2	45	0.46	2	30	0.34	15	426	0.74
ศุกร์	2	125	1.24	4	80	0.80	2	45	0.46	1	1	0.01	2	45	0.46	1	15	0.17	12	311	0.54
เสาร์	2	50	0.50	5	82	0.82	1	30	0.30	1	1	0.01	1	60	0.60	-	-	-	10	223	0.39
อาทิตย์	5	135	1.34	1	02	0.02	-	-	-	5	5	0.05	1	55	0.55	-	-	-	12	197	0.34

หมายเหตุ * หมายถึง ร้อยละของเวลาที่ออกอากาศ คิดจากจากเวลาออกอากาศแยกแต่ละช่อง

** หมายถึง ร้อยละของเวลาที่ออกอากาศ คิดจากจากเวลาออกอากาศของทุกช่องรวมกัน

ตารางที่ 4.48

แสดงช่วงเวลาในการออกอากาศรายการด้านโภชนาการ
ทางสถานีโทรทัศน์ช่องต่าง ๆ

ช่วงเวลา ช่อง	ช่อง 3	ช่อง 5	ช่อง TITV	ช่อง 9	ช่อง 7	ช่อง 11	รวม
05.00-07.00 น.	2			1	2		5
07.01-09.00 น.	4	1	1	2	1	2	11
09.01-11.00 น.	3	3	9	1			16
11.01-13.00 น.		2			1		3
13.01-15.00 น.		3			1		4
15.01-17.00 น.		7		1	2		10
17.01-19.00 น.					4		4
19.01-21.00 น.	-	-	-	-	-	-	-
21.01-23.00 น.				1			1
รวม	9	16	10	6	11	2	54

ตารางที่ 4.49

แสดงความยาวในการออกอากาศรายการด้านโภชนาการทางสถานีโทรทัศน์ช่องต่าง ๆ

สถานี ความยาว (นาที)	ช่อง 3	ช่อง 5	ช่อง TITV	ช่อง 9	ช่อง 7	ช่อง 11	รวม
1-5		2			8		10
6-10					2		2
11-15		1	1	1		2	5
16-20	1						1
21-25	4	13					17
26-30	3		8	3	1		15
มากกว่า 30	1		1	2			4
รวม	9	16	10	6	11	2	54

2. ภาพรวมรายการด้านโภชนาการจากรายการประเภทต่าง ๆ

จากรายการด้านโภชนาการของทุกช่องรวมกัน 54 รายการ (4.20% ของเวลาออกอากาศหนึ่งสัปดาห์) จัดอยู่ในรายการประเภทต่าง ๆ ดังนี้

2.1 รายการ สอนทำอาหาร/ แนะนำร้านอาหาร ทุกสถานีรวมกันมี 22 รายการ รวมเวลาออกอากาศ 645 นาที/สัปดาห์ (1.11%)

2.2 รายการส่งเสริมสุขภาพด้วยอาหาร ทุกสถานีรวมกันมี 6 รายการ รวมเวลาออกอากาศ 156 นาที/สัปดาห์ (0.27%)

2.3 รายการให้ความรู้และข้อแนะนำเกี่ยวกับสุขภาพและโภชนาการโดยแพทย์และผู้เชี่ยวชาญ ทุกสถานีรวมกันมี 11 รายการ รวมเวลาออกอากาศ 211 นาที (0.37%)

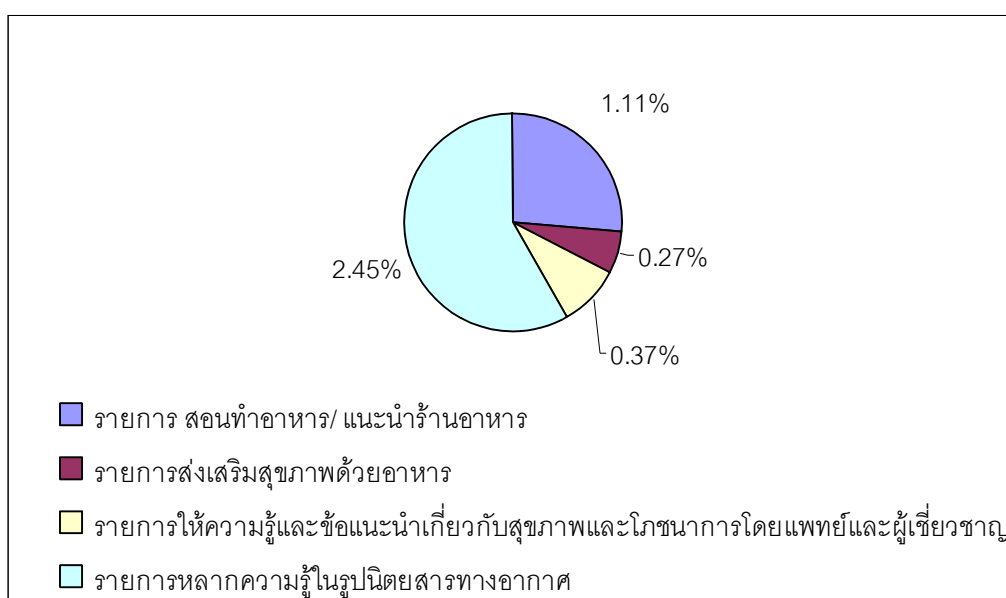
2.4 รายการหลากหลายความรู้ในรูปแบบนิตยสารทางอากาศ ทุกสถานีรวมกันมี 15 รายการ รวมเวลาออกอากาศ 1420 นาที (2.45%)

(ดังตาราง 4.50 และ 4.51)

แผนภูมิที่ 4.7

แสดงร้อยละของเวลาออกอากาศหนึ่งสัปดาห์จัดเป็นรายการด้านโภชนาการประเภทต่าง ๆ

จากรายการด้านโภชนาการทุกช่องรวมกัน 4.20%



เมื่อพิจารณารายการด้านโภชนาการ จัดเป็นรายการประเภทต่าง ๆ พบว่า ช่อง 5 ผลิต รายการประเภทสอนทำอาหารมากที่สุดคิดเป็นเวลาออกอากาศ รวม 180 นาที/สัปดาห์ เท่ากับ 2.30% และยังผลิตรายการให้ความรู้และข้อแนะนำเกี่ยวกับสุขภาพและโภชนาการโดยแพทย์และผู้เชี่ยวชาญด้วย คิดเป็นเวลาออกอากาศ รวม 129 นาที/ สัปดาห์ เท่ากับ 1.29% ในขณะที่ ช่อง 9 ผลิตรายการส่งเสริมสุขภาพด้วยอาหาร มากที่สุดคิดเป็นเวลาออกอากาศ รวม 75 นาที/สัปดาห์ เท่ากับ 0.74% ส่วนช่อง 3 ผลิตรายการที่ให้ความรู้ที่หลากหลายในรูปนิตยสารทางอากาศมากที่สุด คิดเป็นเวลาออกอากาศ รวม 650 นาที/ สัปดาห์เท่ากับ 6.45% ส่วนใหญ่รายการประเภท สอนทำอาหาร/แนะนำร้านอาหาร ออกอากาศ วันอาทิตย์มากที่สุด 165 นาทีต่อสัปดาห์ คิดเป็น 0.28% รายการประเภท ส่งเสริมสุขภาพด้วย อาหารออกอากาศ วันเสาร์มากที่สุด 55 นาทีต่อ สัปดาห์ คิดเป็น 0.09% รายการให้ความรู้และข้อแนะนำเกี่ยวกับสุขภาพและโภชนาการโดยแพทย์ และผู้เชี่ยวชาญออกอากาศ วันเสาร์มากที่สุด 71 นาทีต่อสัปดาห์ คิดเป็น 0.10% และรายการให้ ความรู้ที่หลากหลายในรูปนิตยสารทางอากาศ ออกอากาศมากกว่ารายการประเภทอื่น ๆ ทั้งหมด และออกอากาศ วันอังคารมากที่สุด 385 นาทีต่อ สัปดาห์ คิดเป็น 0.66% โดยภาพรวม รายการที่มี เนื้อหาเกี่ยวข้องกับด้าน โภชนาการประเภทรายการสอนทำอาหาร/แนะนำร้านอาหารมีความยาว ในการออกอากาศ 21-30 นาทีมากที่สุดรวม 17 รายการ ประเภทรายการส่งเสริมสุขภาพด้วย อาหารมีความยาวในการออกอากาศ 21-25 นาที มากที่สุด 3 รายการ ส่วนประเภทรายการ ให้ความรู้และข้อแนะนำเกี่ยวกับสุขภาพและโภชนาการโดยแพทย์และผู้เชี่ยวชาญ มีความยาวในการ ออกอากาศ 1-5 นาทีมากที่สุด 7 รายการและประเภทรายการให้ความรู้ที่หลากหลายในรูป นิตยสารทางอากาศ มีความยาวในการออกอากาศ 26-30 นาทีมากที่สุดรวม 6 รายการรายการที่ เลือกลมาเพื่อใช้เนื้อหาในรายการในการตั้งแบบสอบถามเชิงปริมาณในส่วน ความรู้ ทัศนคติ และ พฤติกรรมรายการประเภทสอนทำอาหาร / แนะนำร้านอาหาร คือรายการหมักแดงโชว์ และชิมไป บ่นไป มีผู้มีชื่อเสียงมาจัดรายการ ความยาวของรายการ 30 นาทีขึ้นไป รายการประเภทส่งเสริม สุขภาพด้วยอาหาร Living in shape และรายการ สโมสรรสุขภาพ ใช้ผู้มีชื่อเสียงและมีความ เชี่ยวชาญด้านโภชนาการเป็นผู้ดำเนินรายการ ความยาวของทั้ง 2 รายการใช้เวลาระหว่าง 15-25 นาที รายการประเภทให้ความรู้และข้อแนะนำเกี่ยวกับ สุขภาพและโภชนาการโดยแพทย์และ ผู้เชี่ยวชาญ คือรายการมยุราอนึ่งเม้าท์ มยุรา เศรษฐศิลา ซึ่งเป็นนักแสดงที่มีชื่อเสียง เป็นผู้ ดำเนินรายการใช้เวลาออกอากาศ 25 นาที รายการประเภทให้ความรู้ที่หลากหลายในรูป นิตยสารทางอากาศคือรายการ Health station ใช้นักแสดงที่มีชื่อเสียง คือ สิริเยียม ภักดีดำรงฤทธิ์ เป็น ผู้ดำเนินรายการความยาวของรายการ 30 นาที (ดังแสดงไว้ในตารางที่ 4.51-4.54)

ตารางที่ 4.50

แสดงประเภทรายการด้านโภชนาการทางสถานีโทรทัศน์ช่องต่าง ๆ

ประเภท รายการ สถานี	สอนทำอาหาร/ แนะนำ ร้านอาหาร	ส่งเสริม สุขภาพ ด้วยอาหาร	ให้ความรู้และข้อแนะนำ เกี่ยวกับสุขภาพและ โภชนาการโดยแพทย์ และผู้เชี่ยวชาญ	หลากหลายความรู้ ในรูปแบบนิตยสาร ทางอากาศ
ช่อง 3	ยกโขยง 6 โมงเช้า อิมละไม เปรี๊ยะปาก Happy Life กับ คุณหรีด	Living in Shape	-	ผู้หญิงถึงผู้หญิง 30 ยิ่งแจ๋ว มอริ่ง เฮลท์
ช่อง 5	อลหม่านจานเด็ด EATING COOKING LIVING อ่อยอ้อยเส้นทาง อ่อยอ้อยแน่ คุณชายกันครัว เชฟมือทอง อ่อยอ้อยช่อง 5 คู่กินคู่เกมส์ ดีอ้วนชวนหิว	ตะลุยครัวเพื่อตัวเล็ก อาหารแห่งความรัก	ใส่ใจสุขภาพพอ มยุรามอริ่งเมาท์	เฮลท์มี ลูกทุ่งสุขภาพ ผู้หญิง.com ศุกร์สุดสุข
ช่อง 7	เกมกระทะเหล็ก กระจกหกด้าน (ตอนอาหาร)	อาหารเพื่อสุขภาพ รูปสวยรอยรส	เพื่อนสุขภาพ คุยกันเรื่องลูก ด้วยรักจากแม่ พบหมอศิริราช การแพทย์ก้าวหน้า ลูกน้อยแข็งแรง	คลับสุขภาพ
ช่อง 9	พ่อครัวบันเทิง หมึกแดงโชว์	สโมสรรสุขภาพ		สบาย@ไนน์ ดีมากมาก ลีลา น่ารู้ น่าดู น่าอยู่ น่ากิน

ตารางที่ 4.50 (ต่อ)

ประเภท รายการ สถานี	สอนทำอาหาร/ แนะนำ ร้านอาหาร	ส่งเสริม สุขภาพ ด้วยอาหาร	ให้ความรู้และข้อแนะนำ เกี่ยวกับสุขภาพและ โภชนาการโดยแพทย์ และผู้เชี่ยวชาญ	หลากหลายความรู้ ในรูปแบบนิตยสาร ทางอากาศ
ช่อง 11	-	-	หน้าต่างสุขภาพ สุขภาพกาย สุขภาพจิต	
TITV	อร่อยไม่ปรึกษา อร่อยเร็ด ประเสริฐศรี Idol Chef อร่อยยกนิ้ว ชิมไปบ่นไป	-	Healthy style	Easy Idea By Nan Health station ร้านชายามเช้า
รวม	22 รายการ	6 รายการ	11 รายการ	15 รายการ

ตารางที่ 4.51

แสดงจำนวนรายการ นาที และร้อยละเวลาที่ออกอากาศทั้งสัปดาห์
ของรายการด้านโภชนาการประเภทต่าง ๆ แยกตามสถานี

ประเภท รายการ สถานี	สอนทำอาหาร /แนะนำร้านอาหาร			ส่งเสริมสุขภาพ ด้วยอาหาร			ให้ความรู้และข้อแนะนำ เกี่ยวกับสุขภาพและ โภชนาการโดยแพทย์ และผู้เชี่ยวชาญ			การให้ความรู้ที่ หลากหลายในรูปแบบ นิตยสารทางอากาศ		
	จำนวน รายการ	นาที	ร้อยละ	จำนวน รายการ	นาที	ร้อยละ	จำนวน รายการ	นาที	ร้อยละ	จำนวน รายการ	นาที	ร้อยละ
ช่อง 3	5	135	1.29	1	25	0.25	-			3	650	6.45
ช่อง 5	8	180	2.3	3	55	0.55	2	129	1.29	4	100	1
ช่อง 7	2	50	0.55	1	1	0.01	6	7	0.08	1	10	0.11
ช่อง 9	2	85	0.84	1	75	0.74	-			3	240	2.38
ช่อง 11	-	-	-	-	-	-	2	45	0.51	-		
ช่อง TITV	5	195	1.98	-	-	-	1	30	0.3	4	420	4.26
รวม	22	645	-	6	156	-	11	211	-	15	1420	-

ตารางที่ 4.52

แสดง จำนวนรายการ นาที ร้อยละ เวลาที่ออกอากาศทั้งสัปดาห์ของรายการ
ด้านโภชนาการประเภทต่าง ๆ แยกตาม วัน

วัน	สอนทำอาหาร/แนะนำ ร้านอาหาร			ส่งเสริมสุขภาพ ด้วยอาหาร			ให้ความรู้และข้อแนะนำ เกี่ยวกับสุขภาพและ โภชนาการโดยแพทย์และ ผู้เชี่ยวชาญ			การให้ความรู้ที่ หลากหลายในรูปแบบนิตยสาร ทางอากาศ			รวม		
	จำนวน รายการ	นาที	ร้อยละ	จำนวน รายการ	นาที	ร้อยละ	จำนวน รายการ	นาที	ร้อยละ	จำนวน รายการ	นาที	ร้อยละ	จำนวน รายการ	นาที	ร้อยละ
จันทร์	5	65	0.11	1	15	0.03	1	25	0.04	6	270	0.47	11	375	0.65
อังคาร	5	85	0.15	1	15	0.03	1	25	0.04	10	385	0.66	15	510	0.88
พุธ	4	80	0.14	2	40	0.07	1	25	0.04	1	245	0.42	6	390	0.67
พฤหัสบดี	5	100	0.17	2	16	0.03	3	55	0.09	6	255	0.44	15	426	0.74
ศุกร์	3	45	0.08	1	15	0.03	4	71	0.1	4	180	0.31	11	311	0.54
เสาร์	4	105	0.18	3	55	0.09	2	3	0.01	1	60	0.1	10	223	0.4
อาทิตย์	5	165	0.28	-			6	7	0.01	1	25	0.04	12	197	0.34

ตารางที่ 4.53

แสดงความยาวของรายการด้านโภชนาการแยกตามประเภทรายการ

ประเภท รายการ ความยาว (นาที)	สอน ทำอาหาร/ แนะนำ ร้านอาหาร	ส่งเสริม สุขภาพด้วย อาหาร	ให้ความรู้และ ข้อแนะนำ เกี่ยวกับสุขภาพ และโภชนาการ โดยแพทย์ ผู้เชี่ยวชาญ	การให้ความรู้ ที่หลากหลาย ในรูปนิตยสาร ทางอากาศ	รวม
1-5	1	2	7		10
6-10	1			1	2
11-15	2	1	2		5
16-20	1				1
21-25	9	3	1	4	17
26-30	8		1	6	15
มากกว่า 30	1			3	4
รวม	23	6	11	14	54

ตารางที่ 4.54

แสดงรายการที่เลือกมาเพื่อใช้เนื้อหาในรายการในการตั้งแบบสอบถามเชิงปริมาณในส่วน ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรม

รายการ	ประเภทรายการ	ลักษณะการจัดรายการ	สถานี	วัน ออกอากาศ	ช่วงเวลา ออกอากาศ	เวลา ออกอากาศ (นาที)
หมึกแดงโชว์	สอนทำอาหาร/ แนะนำร้านอาหาร	พิธีกร นักแสดง : ม.ล.ศิริเฉลิม สวัสดิวัฒน์ แนะนำ รายการอาหารที่มีเมนูมากมายหลายแบบ ทั้งช่วงที่มาทำอาหารให้ทาน, สอนเด็กทำอาหาร และพาไปชิมอาหารตามร้านต่าง ๆ นอกจากนี้จะได้เห็นวิธีการทำอาหารชนิดต่าง ๆ แล้ว ยังสอดแทรกเคล็ดลับเล็ก ๆ น้อย ๆ ในการทำอาหารด้วย	ช่อง 9	อา	10.05- 11.00 น.	55
ชิมไปบ่นไป	สอนทำอาหาร/ แนะนำร้านอาหาร	พิธีกร นักแสดง : สมัคร สุนทรเวช รายการอาหารที่บอกเคล็ดลับคู่ครัว, สูตรอาหารจานเด็ด และบริการค้นหาร้านอาหาร	TITV	ส.	10.00- 10.30 น.	30
Living in Shape	ส่งเสริมสุขภาพด้วย อาหาร	พิธีกร นักแสดง : ชลิดา เถาว์ชาลี ดันติภิกขุ รูปแบบรายการ" สาระบันเทิง เชิงปฏิบัติการ " นำเสนอสาระบันเทิง เกี่ยวกับเรื่องราวของอาหารที่คุณสามารถสัมผัสได้ด้วยประสาทสัมผัสทั้งห้า สาธิตวิธีปรุงเมนูอาหารเพื่อสุขภาพหลากหลายเมนู โดยมีพิธีกรในฐานะผู้เชี่ยวชาญ	ช่อง 3	ส.	7.55 - 8.20 น.	25
สโมสร สุขภาพ	ส่งเสริมสุขภาพด้วย อาหาร	พิธีกร นักแสดง : จิรภา สีตาบุตร เป็นรายการแนะนำอาหารสุขภาพ และวิธีการออกกำลังกาย เช่น กลยุทธ์ควบคุมโรคภูมิแพ้, สรรพคุณของมะเขือเทศ กับเมนูส้มตำข้าว กุ้งแม่น้ำเผา/วิธีง่าย ๆ เพื่อป้องกันและควบคุมเบาหวาน และสรรพคุณของไข่ไก่และผักชี/โรคอ้วนระบาดทั่วโลก	ช่อง 9	จ.- ศ.	07.45- 08.00 น.	15

ตารางที่ 4.54 (ต่อ)

รายการ	ประเภทรายการ	ลักษณะการจัดรายการ	สถานี	วัน ออกอากาศ	ช่วงเวลา ออกอากาศ	เวลา ออกอากาศ (นาที)
มยุรามอร์นิ่ง เม้าท์	ให้ความรู้และ ข้อแนะนำเกี่ยวกับ สุขภาพและ โภชนาการโดย แพทย์และ ผู้เชี่ยวชาญ	พิธีกร นักแสดง : ตัก-มยุรา เสวตศิลา รายการทอล์กโชว์วาไรตี้ที่น่าสนใจ เกี่ยวกับเคล็ดลับการดูแลสุขภาพและอาหาร โดยเชิญ แพทย์ ผู้เชี่ยวชาญและ ดารานักแสดงมาพูดคุยถึงการดูแลตัวเอง เช่น แกร็บเชิญ : สุรินทร์ ไซวิวัฒน์ กับสมุนไพรรักษาผู้สูงวัยและคนวัยทอง/ แกร็บเชิญ : นพ.ธนกฤต กุศลสมบุญ กับนวัตกรรมอาหารแห่งชีวิต	ช่อง 5	จ.- ศ.	08.30- 08.55 น.	25
Health Station	การให้ความรู้ที่ หลากหลายในรูป นิตยสารทางอากาศ	พิธีกร นักแสดง : สิเรียม ภักดีดำรงฤทธิ์ และ ชัยวัฒน์ อนุตระกูลชัย รายการที่ จะให้สาระความรู้เรื่องสุขภาพ อาหารและเทคโนโลยีใหม่ ๆ เพื่อสุขภาพ เช่น ภัยจากสิว และวิธีการดูแลรูปร่างให้สวยไม่สร้าง	TITV	จ.- พฤ.	09.00- 09.30 น.	30

เกณฑ์การตั้งคำถามการวิจัยเชิงปริมาณ

เลือกรายการที่มีการจัดแบ่งดังตาราง 4.51 มา 6 รายการเพื่อเป็นตัวแทนของรายการทั้งหมดเพื่อวัด ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมด้านโภชนาการของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งมีเกณฑ์คุณลักษณะดังนี้

1. สอนให้ความรู้ด้านการทำอาหาร
 2. มีเนื้อหาครอบคลุมถึงแนวทางการส่งเสริมสุขภาพ 3 แนวทาง ได้แก่ ความรู้เรื่องคุณค่าด้านโภชนาการ ความรู้เรื่องการป้องกันโรค (caring & prevention) ความรู้เรื่องการรักษาบำบัดโรค (curing) ด้วยอาหาร
 3. รายการที่เป็นที่นิยมจากผู้ชมมาก โดยใช้คะแนนความนิยมพิจารณาร่วมกับ วันช่วงเวลา และระยะเวลาการออกอากาศประกอบกัน
 4. รายการอยู่ใน free TV ช่องหนึ่งช่องใด
- รายการที่เลือกศึกษาประกอบด้วย
1. รายการประเภทสอนทำอาหาร/ แนะนำร้านอาหาร

1.1 รายการ ชิมไป บ่นไป

ออกอากาศทางช่อง TITV ทุกวันเสาร์ เวลา 10.00 - 10.30 น. พิธีกร : สมักร สุนทรเวช รายการอาหารที่บอกเคล็ดลับคู่ครัว, สูตรอาหารจานเด็ด และบริการค้นหาร้านอาหาร มีเนื้อหาในการออกอากาศเดือนธันวาคม 2550 ตัวอย่าง เช่น

ตารางที่ 4.55

แสดงเนื้อหารายการ ชิมไป บ่นไป ที่ออกอากาศด้านโภชนาการ
ในเดือนธันวาคม 2550

วัน – เดือน – ปี ออกอากาศ	เนื้อหารายการ
01/12/2007	แนะนำ เมนู : แกงส้มตำลึงกุ้งสด, สเปาเกี๊ยวหมีกั๋น และทอดมันไข่ไก่สด มีเคล็ดลับการเลือกซื้อไข่ไก่ที่ดี คือ ให้เลือกซื้อไข่ที่มีเนื้อมวล เขียวไม่คอน และต้อง เปลือกสะอาด

ตารางที่ 4.55 (ต่อ)

วัน – เดือน – ปี ออกอากาศ	เนื้อหารายการ
08/12/2007	แนะนำร้านอาหาร “โอชา รสไก่” และสาธิตเมนู : เห็ดหอมเจียนน้ำแดง แนะนำการเลือกเครื่องเทศ ป๊อปปี้กั๊กที่ดี ดอกต้องครบ 8 แฉก กลีบแดงอม น้ำตาล มีสรรพคุณช่วยบำรุงธาตุ ขับลม ขับเสมหะ ใช้เป็นส่วนประกอบ ปรุงอาหาร เช่น พะโล้ ต้มกับนมทำขนมหวานให้กลิ่นหอม
15/12/2007	สาธิตเมนู : แกงจืดปลาหมึกยัดไส้ เสนอเคล็ดลับเจียวกระเทียมให้หอม ให้ตั้งไฟปานกลางเจียว 1 นาที
22/12/50	ชิมโรตีมะตะปะ ที่ร้านโรตีมะตะปะ ถนนพระอาทิตย์, สาธิตเมนู : ข้าวผัด ปีกไก่แม็กซิกัน และปลาเก๋ราดพริกสามรส

1.2 รายการหมึกแดงโชว์

ออกอากาศทุกวันอาทิตย์ทางช่อง 9 เวลา 10.00-11.00 น. พิธีกร: ม.ล. ศิริ
เฉลิม สวัสดิวัฒน์ รายการอาหารที่มีเมนูมากมายหลายแบบ ทั้งช่วงที่มาทำอาหารให้ทาน, สอน
เด็กทำอาหาร และพาไปชิมอาหารตามร้านต่าง ๆ นอกจากจะได้เห็นวิธีการทำอาหารชนิดต่าง ๆ
แล้ว ยังสอดแทรกเคล็ดลับเล็ก ๆ น้อย ๆ ในการทำอาหารด้วย มีเนื้อหาในการออกอากาศเดือน
ธันวาคม 2550 ตัวอย่าง เช่น

ตารางที่ 4.56

แสดงเนื้อหารายการ หมึกแดงโชว์ ที่ออกอากาศด้านโภชนาการ
ในเดือนธันวาคม 2550

วัน – เดือน – ปี ออกอากาศ	เนื้อหารายการ
02/12/2007	พาชมโรงงานทำน้ำพริกกุ้งเสียบ, วิธีทำ-ยำกุ้งเสียบ, สอนนักเรียนรู้จัก เคล็ดลับการทำ ข้าวต้มปลาไม่ให้คาว, วิธีทำ-เส้นหมี่ไวไวคั่วหมู, พาชม รร.ศรีพินนา จ.ภูเก็ต และแนะนำเมนูอาหารพิเศษ

ตารางที่ 4.56 (ต่อ)

วัน – เดือน – ปี ออกอากาศ	เนื้อหารายการ
09/12/2007	พาชมแปลงต้นเหียง จ.ภูเก็ต, วิธีทำ-พริกแกงกระดุกหมูกับใบเหียง, สอนนักเรียนรู้จักน้ำมันงา, วิธีทำ-ยำผักกาดดองใส่น้ำมันงา, วิธีทำ-เส้นหมี่ซั่วทอด, พาชมอาหารนานาชาติสไตล์ รร.Cape Panwa
16/12/2007	: พาชมแปลงปลูกมะเขือเทศ ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงทุ่งเรา จ.เชียงใหม่, วิธีทำ-สลัดมะเขือเทศ, สอนนักเรียนรู้จักวิธีเลือกผักสลัด, วิธีทำ-ชีสอาร์ปลาเค็มกับผักสลัดไก่อ่าง, ก๋วยเตี๋ยวบักปลาชาดิน, พาชมอาหาร ร้านปุดา จ.พังงา
23/12/2007	เคล็ดลับวิธีทำ-สเต็กหมูกับแอปเปิ้ลซอส, พาชมอาหารครบสูตร สไตล์อิตาเลียน ร้าน La Gaetana จ.ภูเก็ต
30/12/2007	พาชมศูนย์วิจัยประมงปลาเทราต์ ที่สถานีเกษตรหลวงอินทนนท์ จ.เชียงใหม่, วิธีทำ-ปลาเทราต์ทอดขมิ้น, สอนนักเรียนทำวิธีสปาเก็ตตี้ ผัดปลาเค็ม,วิธีทำ-ชาหมูเยอรมันกับกะหล่ำปลีม่วงเปรี้ยวหวาน, พาชมอาหารที่โรงแรมรอยัล ปริ๊นเซส เชียงใหม่

2. ส่งเสริมสุขภาพด้วยอาหาร

2.1 รายการ Living in Shape

ออกอากาศทางช่อง 3 วันเสาร์ 7.55 - 8.20 น. (เฉพาะเสาร์ที่ 2 และเสาร์ที่ 4)

รูปแบบรายการ" สาระบันเทิง เชิงปฏิบัติการ " นำเสนอสาระบันเทิง เกี่ยวกับทุกเรื่องราวของอาหาร ที่ คุณสามารถสัมผัสได้ด้วยประสาทสัมผัสทั้งห้า มีเนื้อหาในการออกอากาศเดือน ตุลาคม - ธันวาคม 2550 เช่น

ตารางที่ 4.57
แสดงเนื้อหารายการ Living in Shape ที่ออกอากาศด้านโภชนาการ
ในเดือนธันวาคม 2550

วัน – เดือน – ปี ออกอากาศ	เนื้อหารายการ
13/10/2007	เรื่องของ โรคข้อต่ออักเสบรูมาตอยด์, เมนู สับปะรดชีสซ่ากับไก่อบ พริกไทยดำ
27/10/2007	ประโยชน์ของปลาทู และส้มโอ กับเมนู ปลาทูทอดกับสลัดส้มโอ
10/11/2007	10 Step เพื่อสุขภาพที่ดีขึ้น และสาธิตเมนูสไปซี่ ซีฟู้ด
08/12/2007	อาหารที่ช่วยสร้างเสริม ผิวสวย
22/12/2007	เมนูอาหารสุขภาพ แซลมอนอบตัวคั้วพริกไทยดำ และ บัตเตอร์นัท อบน้ำผึ้ง ที่เปี่ยมไปด้วยรสชาติ และคุณค่าทางอาหาร

2.2 รายการสโมสรรสุขภาพ

ออกอากาศ 07.45-08.00 น. ทางช่อง 9 พิธีกรนักแสดง : จิรภา สัตานุกร
รายการแนะนำอาหารสุขภาพ และวิธีการออกกำลังกาย มีเนื้อหาในการออกอากาศเดือนธันวาคม
2550 ตัวอย่าง เช่น

ตารางที่ 4.58
แสดงเนื้อหารายการสโมสรรสุขภาพ ที่ออกอากาศด้านโภชนาการ
ในเดือนธันวาคม 2550

วัน – เดือน – ปี ออกอากาศ	เนื้อหารายการ
20/12/2007	ไขมันปลาช่วยความจำ, สรรพคุณของผักกาดขาว กับเมนูปลาทุ้มชุบ
19/12/2007	อาร์เจนตินา ดันการแพทย์แผนเก่าและใหม่, สรรพคุณของเห็ดฟาง กับเมนูเห็ดเนื้อทอง
18/12/2007	โรคภูมิแพ้ในเด็ก, ประโยชน์ของมันแกว กับเมนูกล้วยเดี่ยวปา

ตารางที่ 4.58 (ต่อ)

วัน – เดือน – ปี ออกอากาศ	เนื้อหารายการ
17/12/2007	สวยทั้งภายในและภายนอก, สรรพคุณของใบมะกรูด กับเมนู ปูนิ่มทอดใบมะกรูดกรอบ
14/12/2007	อาหารกับมะเร็ง, สรรพคุณของยอดมะระ กับเมนู ยอดมะระผัดกุ้ง
13/12/2007	ออสเตอเลียค้นพบหีบลับคมน้ำหนัก, สรรพคุณของข้าวและอบเชย กับเมนูไก่สวนลีลา
12/12/2007	เว็บไซต์ช่วยวินิจฉัยหิดอกทิสติก, สรรพคุณของขิง กับเมนูปลากะพงนึ่งซีอิ๊ว
11/12/2007	มะเร็งชอบคนอ้วน, สรรพคุณของน้ำพริกหนุ่ม กับเมนู โตกเหือนขาวพวง
07/12/2007	ใครว่าสูบบุหรี่แล้วผอม?, สรรพคุณของมะพร้าวอ่อน กับเมนู แพนเค้กมะพร้าวอ่อน
06/12/2007	เทคนิคใหม่ในการผ่าตัดหัวใจ และสรรพคุณของเห็ดหอม

3. ให้ความรู้และข้อแนะนำเกี่ยวกับสุขภาพและโภชนาการโดยแพทย์ผู้เชี่ยวชาญ3.1 รายการมยุราอนึ่งเมาท์

พิธีกร นักแสดง : ตั๊ก-มยุรา เศวตศิลา รายการทอล์กโชว์ว่าไรดีที่นำเสนอเกี่ยวกับเคล็ดลับการดูแลสุขภาพและบริโภคอาหาร โดยเชิญ นายแพทย์ ผู้เชี่ยวชาญรวมถึงดารานักแสดงมาพูดคุยถึงการดูแลสุขภาพ ออกอากาศเวลา 8.30-8.55 น. ทางช่อง 5 จันทร์-ศุกร์ มีเนื้อหาในการออกอากาศเดือนพฤศจิกายน-ธันวาคม 2550

ตารางที่ 4.59
แสดงเนื้อหารายการ มยุรมาณีหนึ่งแมท ที่ออกอากาศด้านโภชนาการ
ในเดือนพฤศจิกายน -ธันวาคม 2550

วัน – เดือน – ปี ออกอากาศ	เนื้อหารายการ
14/12/2007	แขกรับเชิญ : สโรชา วาทิตตพันธ์ และเพชรลดา เทียมเพชรกับการดูแลสุขภาพ
13/12/2007	แขกรับเชิญ : กุณทีรา สัตตบงกชกับการแก้ปวดเมื่อยด้วยทางเลือกใหม่
11/12/2007	แขกรับเชิญ : ฟร็อนท์ มอนโกเมอร์รีกับการดูแลเรือนร่างแบบฉบับคุณแม่
27/11/2007	แขกรับเชิญ : สุรินทร์ ไขว้วัฒน์ กับสมุนไพรเพื่อผู้สูงวัยและคนวัยทอง
22/11/2007	แขกรับเชิญ : นพ.ธนฤต กุศลสมบุญ กับนวัตกรรมอาหารแห่งชีวิต
20/11/2007	แขกรับเชิญ : นพ.เอกพงษ์ โกมลหิรัญย์ กับโรคข้อเข่าเสื่อม
08/11/2007	แขกรับเชิญ : ปิยะวรรณ จิตนาธรรม กับทางลัดสู่หุ่นเพรียวกระชับ

4. หลากความรู้ในรูปนิตยสารทางอากาศ

4.1 รายการ Health station

ออกอากาศทางช่อง TITV 9.00-9.30 จ.-พฤ พิธีกร นักแสดง : สิริเยี่ยม ภักดี ดำรงฤทธิ์ และชัยวัฒน์ อนุตระกูลชัยรายการที่จะให้สาระความรู้เรื่องสุขภาพ อาหารและเทคโนโลยีใหม่ๆ เพื่อสุขภาพ มีเนื้อหาในการออกอากาศเดือนพฤศจิกายน-ธันวาคม 2550 ตัวอย่าง เช่น

ตารางที่ 4.60
แสดงเนื้อหารายการ Health station ที่ออกอากาศด้านโภชนาการใน
ในเดือนธันวาคม 2550

วัน – เดือน – ปี ออกอากาศ	เนื้อหารายการ
17/12/2007	ประกันชีวิตทางเลือกใหม่, คลินิกสุขภาพเท้า และวิธีลดหุ่นสวยให้ทันปีใหม่
13/12/2007	โรคฮันนีมูนซิสไททิส และเทคนิคการกินเค้กให้ไม่อ้วน
12/12/2007	สารพัดภัยทั้งเครื่องสำอางและยา และศาสตร์การแพทย์โอมิโอพาที่... กับความงาม
11/12/2007	ภัยจากสิว และวิธีการดูแลรูปร่างให้สวยไม่สร้าง
03/12/2007	ภาวะเลือดออกในสมอง...ภัยร้ายไม่รู้ตัว
26/11/2007	Plus Academy..หลักสูตรอาหารญี่ปุ่นเพื่อสุขภาพ, เครื่องนวดกระตุ้นการทำงานหัวใจ และการลดพุงเป็นเรื่องเล็ก
21/11/2007	Eating Disorders โรคคลั่งผอม และเทคนิคขำเรียว...เพรียวกระชับ

การศึกษารายการโฆษณาที่เกี่ยวข้องกับโภชนาการ

ภาพรวมโฆษณาทางโทรทัศน์การใช้จ่ายโฆษณาช่วง 10 เดือนแรก (ม.ค.-ต.ค.) ของปี 2550 ที่มีประมาณ 7.4 หมื่นล้านบาท เม็ดเงินส่วนใหญ่กระจุกตัวอยู่ในสื่อโทรทัศน์ ซึ่งในกลุ่มโทรทัศน์ นั้นยังคงมีช่อง 3 เป็นแชมป์ด้วยเม็ดเงินประมาณ 1.4 หมื่นล้านบาท นำหน้าช่อง 7 อยู่เล็กน้อยโดยช่อง 7 มีเม็ดเงินประมาณ 1.3 หมื่นล้านบาท โดยที่หากดูที่อัตราเติบโตเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันกับปี 2549 จะเห็นได้ว่า ช่อง 3 มีอัตราเติบโตนำช่องอื่นกว่า 11% ขณะที่ช่อง 7 และช่องอื่น ๆ อัตราติดลบหมด ยกเว้นช่อง 5 เพิ่มขึ้นเล็กน้อย (ดังแสดงไว้ใน ตารางที่ 4.61)

ตารางที่ 4.61

แสดงการใช้จ่ายด้านโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์ ช่วง เดือน มกราคม-ตุลาคม 2549

เทียบกับ เดือน มกราคม-ตุลาคม 2550

การใช้จ่ายด้านโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์					
(ม.ค. – ต.ค. 49 เทียบ ม.ค. – ต.ค. 50)			(หน่วย : พันบาท)		
สถานีโทรทัศน์	ม.ค. – ต.ค. 49	สัดส่วน (%)	ม.ค. – ต.ค. 50	สัดส่วน (%)	เปลี่ยนแปลง (%)
ช่อง 3	12,894,999	24.09	14,353,640	27.49	11.31%
ช่อง 5	8,557,790	15.99	8,602,179	16.48	0.52%
ช่อง 7	14,018,931	26.20	13,944,490	26.71	-0.53%
ช่อง 9	8,050,320	15.04	7,107,354	13.61	-11.71%
ช่อง 11	1,309,261	2.45	1,119,690	2.14	-14.48%
ช่อง TITV	8,686,161	16.23	7,081,136	13.56	-18.48%
รวม	53,517,462	100.00	52,208,489	100.00	-2.45%

โดยเลือกโฆษณาที่เกี่ยวข้องกับโภชนาการมา 4 กลุ่ม ซึ่งมีเกณฑ์คุณลักษณะ ดังนี้

- ตราสินค้าเป็นที่รู้จัก
- มีบทบาทในการโฆษณาสูง
- จากการสังเกตของผู้วิจัย

ได้จัดแบ่งประเภทรายการโฆษณาเป็น 4 กลุ่ม คือ

1. อาหารจานด่วน โฆษณาที่เลือกมาได้แก่ ไก่ทอด พิซซ่า และแฮมเบอร์เกอร์
2. เครื่องดื่ม โฆษณาที่เลือกมาได้แก่ เครื่องดื่มน้ำอัดลม นม และ กาแฟ
3. ขนมหวาน/ขนมกรุบกรอบ โฆษณาที่เลือกมาได้แก่ มันฝรั่งทอด ไอศกรีมและ

โดนัท

4. อาหารเสริม โฆษณาที่เลือกมาได้แก่ ชุปไก่สกัด พรุณสกัด เครื่องดื่มรังก

สำเร็จรูป

ซึ่งใช้ข้อมูลในการพิจารณาคุณลักษณะดังนี้

1. อาหารจานด่วน ร้านอาหารประเภทบริการด่วน (Quick Service Restaurant) ปัจจุบันธุรกิจร้านอาหารประเภทนี้มีการเติบโตในอัตราสูงสุดในกลุ่มธุรกิจร้านอาหารในประเทศไทย คาดการณ์ว่า สัดส่วนตลาดของธุรกิจประเภทนี้ประมาณร้อยละ 20.0 ของมูลค่าธุรกิจร้านอาหารในประเทศไทย และเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมามีอัตราการขยายตัวถึงร้อยละ 5.0 โดยตลาดของธุรกิจร้านอาหารประเภทนี้เกือบร้อยละ 90 เป็นธุรกิจแฟรนไชส์ประเภทฟาสต์ฟู้ดซึ่งมีส่วนแบ่งตลาดเป็นไก่ร้อยละ 40 แฮมเบอร์เกอร์ร้อยละ 20 พิซซ่าร้อยละ 15 ไอศกรีมร้อยละ 10 และอื่น ๆ ร้อยละ 15 ปัจจุบันในประเทศไทยมีสาขาร้านอาหารประเภทฟาสต์ฟู้ดกว่า 1,000 แห่ง ส่วนธุรกิจร้านอาหารประเภทบริการด่วนที่เหลืออีกร้อยละ 10 นั้นเป็นธุรกิจอาหารนานาชาติประเภท (ดังแสดงไว้ในตาราง 4.62)

ตารางที่ 4.62
แสดงประเภทอาหารจานด่วนยอดนิยมในประเทศไทย

5 อันดับยอดนิยมในประเทศไทย	
ประเภท	ส่วนแบ่งตลาด (%)
ไก่	40
แฮมเบอร์เกอร์	20
พิซซ่า	15
ไอศกรีม	10
อื่นๆ	15

2. เครื่องดื่ม จากข้อมูล TOP 20 แแบรนด์ ของบริษัทมีเดียสเปนดิง จำกัด ช่วง 9 เดือน ตั้งแต่ มกราคม-กันยายน 2550 มีแบรนด์เครื่องดื่มที่ใช้จ่ายผ่านสื่อติด Top 20 ได้แก่ เนสกาแฟ ใช้จ่ายผ่านสื่อ 306,851,000 บาท เป๊ปซี่ ใช้จ่ายผ่านสื่อ 271,279,000 บาท และจากข้อมูล TOP 20 แแบรนด์ ของบริษัทมีเดียสเปนดิง จำกัด ช่วง เดือนตั้งแต่ มกราคม- พฤศจิกายน 2250 นมใช้จ่ายผ่านสื่อ 2441,240,000 บาท (ดังแสดงไว้ในตารางที่ 4.63 และ 4.64)

3. ขนมหวาน/ขนมกรุบกรอบ จากข้อมูลการสำรวจของศูนย์กสิกรไทย ไอศกรีมมีส่วนแบ่งการตลาดถึง 10% ส่วน มันทรงทอด และ โดนัท นั้น ได้จากการสังเกตผู้วิจัยว่ามีการโฆษณาบ่อยในช่วงเดือน ตุลาคม – ธันวาคม 2550

4. อาหารเสริม ชุปไก่สีกัด พรุณสีกัด เครื่องดื่มรังกสำเร็จรูป ได้จากการสังเกตของผู้วิจัยว่ามีการโฆษณาบ่อยในช่วงเดือน ตุลาคม – ธันวาคม 2550

ตารางที่ 4.63

แสดง TOP 20 ประเภทสินค้าที่ใช้จ่ายด้านโฆษณาสูงสุด เดือน มกราคม-พฤศจิกายน 2550

TOP 20 ประเภทสินค้าที่ใช้จ่ายด้านโฆษณาสูงสุด									
ม.ค. – พ.ย. 2550 (หน่วย ,000 บาท)									
อันดับ	ประเภท	โทรทัศน์	วิทยุ	น.ส.พ.	นิตยสาร	เฮลต์ดอร์	โรงภาพยนตร์	อินเทอร์เน็ต	รวม
1	โฆษณาภาพลักษณ์องค์กร	5,868,448	359,398	987,088	245,528	197,150	295,783	7,030	7,960,425
2	ดูแลผิวพรรณ	4,678,921	100,907	409,436	406,436	23,586	8,666	2,798	5,330,844
3	สื่อสาร	2,452,990	357,902	588,214	381,517	179,622	265,357	12,852	4,238,454
4	โฆษณานิทรรศการ	2,234,337	177,735	831,363	83,547	92,372	5,463	3,203	3,428,020
5	แชมพู/ครีมนวด/ผลิตภัณฑ์นม	2,752,865	78,447	36,790	65,671	66,518	13,059	150	3,013,500
6	อสังหาริมทรัพย์	678,960	109,212	642,055	86,434	1,131,893	4,328	3,296	2,656,178
7	รถเพื่อการพาณิชย์	1,596,186	73,705	574,872	59,000	107,550	69,312	375	2,481,000
8	นม	2,109,795	63,960	59,277	73,181	72,637	61,118	1,272	2,441,240
9	ธนาคาร/กลุ่มบัตร	1,236,007	250,001	481,865	83,917	158,518	79,486	4,475	2,294,269
10	ยา	1,818,258	215,526	70,029	113,523	18,808	33,004	705	2,269,853
11	เครื่องสำอาง	1,763,258	20,448	65,447	173,450	32,602	41,576	875	2,097,656
12	ซอฟต์แวร์	1,539,329	113,310	33,040	31,582	93,954	251,767	758	2,063,740
13	เครื่องใช้ไฟฟ้าในบ้าน	1,026,325	64,398	521,723	84,260	146,514	12,128	2,401	1,857,749

ตารางที่ 4.63 (ต่อ)

TOP 20 ประเภทสินค้าที่ใช้จ่ายด้านโฆษณาสูงสุด

ม.ค. – พ.ย. 2550 (หน่วย ,000 บาท)

อันดับ	ประเภท	โทรทัศน์	วิทยุ	น.ส.พ.	นิตยสาร	เอาต์ดอร์	โรงภาพยนตร์	อินเทอร์เน็ต	รวม
14	เทป/ซีดีเพลง	1,738,012	26,402	77,673	2,512	3,102	232	275	1,848,208
15	ผงซักฟอก	1,669,646	12,796	19,137	6,740	21,698	-	-	1,730,017
16	ห้างสรรพสินค้า/ศูนย์การค้า	702,242	170,075	692,837	34,423	96,640	26,584	400	1,723,201
17	รถยนต์นั่งส่วนบุคคล	840,351	133,679	593,845	86,864	50,960	8,158	1,677	1,715,534
18	ยาสีฟัน/แปรงสีฟัน	1,374,589	203,534	11,696	26,873	9,290	52,612	100	1,678,694
19	สบู่	1,408,155	61,756	10,294	45,111	29,891	5,843	175	1,561,225
20	ภาพยนตร์	1,064,792	24,437	303,580	30,865	48,370	-	823	1,472,867
	รวม Top 20	38,553,466	2,617,628	6,710,355	2,121,434	2,581,675	1,234,476	43,640	53,862,674
	รวมทั้งหมด	57,808,862	4,223,131	10,800,790	4,446,690	3,590,246	1,674,390	136,496	82,680,605

ที่มา: บริษัท มีเดียสเปนดิง จำกัด

ตารางที่ 4.64

แสดง TOP 20 แปรณต์ที่ใช้จ่ายผ่านสื่อสูงสุด เดือนมกราคม- กันยายน 2550

อันดับ	แปรณต์	ยอดรวมการใช้จ่ายผ่านสื่อต่าง
1	พอนด์ส มอยส์เจอไรเซอร์	773,096
2	ระบบโทรศัพท์เอไอเอส	742,725
3	บริษัท ทีวีไดเรค	597,278
4	ระบบโทรศัพท์ดีแทค	464,704
5	โอเลย์ เฟซ มอยส์เจอไรเซอร์	452,545
6	รถกระบะโตโยต้า	423,962
7	ผลิตภัณฑ์ชันซิล	416,954
8	ยาสีฟันคอลเกต	413,206
9	ผงซักฟอกบริซ	407,078
10	บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)	376,891
11	ชมพู่จัดรีจันเคคคลินิก	369,128
12	การ์นิเย เฟซ มอยส์เจอไรเซอร์	321,308
13	ลอรีอัล มอยส์เจอไรเซอร์	313,586
14	เนสกาแฟ	306,851
15	นีเวีย บอดี้ มอยส์เจอไรเซอร์	306,773
16	ระบบโทรศัพท์ทรูมูฟ	301,380
17	เรโซน่า โรลออน	299,139
18	ธนาคารไทยพาณิชย์	284,371
19	เป๊ปซี่	271,279
20	โค้ก	269,202
รวม Top 20		8,111,456
รวมทั้งหมด		66,688,569