

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
แบบสอบถามในการสัมภาษณ์

แบบสอบถามในการสัมภาษณ์

เรื่อง “อิทธิพลของสื่อโฆษณาทางโทรทัศน์ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภค
น้ำผลไม้ 100% ในเขตกรุงเทพมหานคร”

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย / ในช่อง ☐ ที่ท่านเลือกหรือเติมคำลงในช่องว่างที่ท่านเห็นว่าตรงกับข้อเท็จจริงเกี่ยวกับตัวท่านมากที่สุด

Screening Question

ท่านเคยเห็นสื่อโฆษณา น้ำดื่มผลไม้ 100% ทางโทรทัศน์ หรือไม่

☐ 1) เคย ☐ 2) ไม่เคย (จบแบบสอบถาม)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

1. เพศ ☐ 1) ชาย ☐ 2) หญิง
2. อายุ ☐ 1) ต่ำกว่า 20 ปี ☐ 2) 20 – 24 ปี ☐ 3) 25 – 29 ปี
☐ 4) 30 – 34 ปี ☐ 5) ตั้งแต่ 35 ปีขึ้นไป
3. การศึกษา ☐ 1) ประถมศึกษา ☐ 2) มัธยมศึกษา ☐ 3) มัธยมปลาย/ปวช.
☐ 4) อนุปริญญา/ปวส. ☐ 5) ปริญญาตรี ☐ 6) สูงกว่าปริญญาตรี
4. อาชีพ ☐ 1) นักเรียน / นักศึกษา ☐ 2) ราชการ/รัฐวิสาหกิจ
☐ 3) บริษัทเอกชน/ธนาคาร ☐ 4) ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย
☐ 5) รับจ้างรายวัน/เดือน ☐ 6) อื่นๆ
5. รายได้ส่วนตัวต่อเดือน
☐ 1) ไม่เกิน 10,000 บาท ☐ 2) 10,001 – 25,000 บาท ☐ 3) 25,001 – 35,000 บาท
☐ 4) 35,001 – 45,000 บาท ☐ 5) 45,001 – 50,000 บาท ☐ 6) อื่นๆ

6. สถานภาพ

☐ 1) โสด ☐ 2) แต่งงาน ☐ 3) หย่าร้าง ☐ 4) แยกกันอยู่

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อโทรทัศน์ทั่วไปของผู้บริโภคน้ำผลไม้ 100%

พฤติกรรมกาเปิดรับสื่อโทรทัศน์ทั่วไป	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วยมากที่สุด (5)	เห็นด้วยมาก (4)	เห็นด้วยปานกลาง (3)	เห็นด้วยน้อย (2)	เห็นด้วยน้อยที่สุด (1)
7. ท่านเปิดรับชมรายการโทรทัศน์บ่อย					
8. เหตุผลในการดูรายการโทรทัศน์					
8.1 เพื่อความบันเทิงพักผ่อนหย่อนใจ					
8.2 เพื่อทราบข่าวคราวประจำวัน					
8.3 เพื่อหาความรู้เพิ่มเติม					
อื่นๆ (โปรดระบุ)					
9. ช่องที่ชอบดูรายการโทรทัศน์มากที่สุด					
9.1 ช่อง 3					
9.2 ช่อง 5					
9.3 ช่อง 7					
9.4 ช่อง 9					
9.5 ช่อง 11					
9.6 ช่องโทรทัศน์สาธารณะ Thai PBS					
อื่นๆ (โปรดระบุ)					
10. ช่วงเวลาที่ชอบรับชมรายการโทรทัศน์					
10.1 ช่วงเช้า (06.00-12.00 น.)					
10.2 ช่วงบ่าย (12.01-16.00 น.)					
10.3 ช่วงเย็น (16.01-18.30 น.)					
10.4 ช่วงหัวค่ำ (18.31 -20.30 น.)					
10.5 ช่วงหลังข่าว (20.31-24.00 น.)					
อื่นๆ.....(โปรดระบุ)					

11. รายการโทรทัศน์ที่ท่านชอบเปิดรับชมมากที่สุดในช่วงเวลาที่ท่านว่าง

ประเภทรายการ	ระดับความชอบ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
11.1 ข่าวประจำวัน					
11.2 ละครทางโทรทัศน์					
11.3 ภาพยนตร์ต่าง ๆ					
11.4 รายการถ่ายทอดกีฬา					
11.5 รายการเกมส์โชว์					
อื่นๆ (โปรดระบุ)					
11.6 รายการเพลง (มิวสิกวิดีโอ ฯลฯ)					
11.7 สารคดีต่างๆ					
11.8 รายการทำอาหาร , ทำครัว					
11.9 การตลก					
11.10 ประกวดร้องเพลง					
11.11 รายการทอล์กโชว์					
11.12 รายการตอบปัญหาต่างๆ เช่น เกมทศกัณฑ์ เกมเศรษฐี ฯลฯ					
อื่นๆ (โปรดระบุ)					

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรม的开รับสื่อโฆษณาทางโทรทัศน์ของผู้ที่ค้ำน้ำผลไม้ 100%

พฤติกรรม的开รับสื่อโทรทัศน์ทั่วไป	ระดับความคิดเห็น/ความชอบ				
	เห็นด้วยมากที่สุด (5)	เห็นด้วยมาก (4)	เห็นด้วยปานกลาง (3)	เห็นด้วยน้อย (2)	เห็นด้วยน้อยที่สุด (1)
12. ท่านเห็นโฆษณาน้ำค้ำผลไม้ 100% ทางโทรทัศน์บ่อยมาก					
13. ท่านชอบโฆษณาน้ำผลไม้ 100% อย่างไร					
13.1 ชอบโฆษณาน้ำผลไม้ 100% ของมาลี					
13.2 ชอบโฆษณาน้ำผลไม้ 100% ของยูนิฟ					
13.3 ชอบโฆษณาน้ำผลไม้ 100% ของทิปโก้					
14. ท่านได้รับประโยชน์จากโฆษณาน้ำค้ำผลไม้ 100% อย่างไร					
14.1 ค้ำแล้วสุขภาพดี					
14.2 ค้ำแล้วรูปร่างดี					
14.3 ค้ำแล้วผิวสวย สดใส					
14.4 รสชาติอร่อย					
15. ท่านมีการพฤติกรรมในการบริโภคที่เปลี่ยนไปจากเดิมหลังจากท่านได้รับชมโฆษณาน้ำผลไม้ 100%					

ตอนที่ 4 อิทธิพลของโฆษณาน้ำผลไม้ 100% ทางโทรทัศน์ที่มีอิทธิพลส่งผลต่อการบริโภคน้ำผลไม้ 100% ของผู้ที่ดื่มน้ำผลไม้ 100%

รูปแบบของภาพยนตร์โฆษณา	ระดับความชอบ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
16.1 เนื้อหาที่น่าสนใจ - เนื้อหาโฆษณาน้ำผลไม้ 100% น่าสนใจ - เนื้อหาโฆษณาน้ำผลไม้ 100% ทำให้ทราบถึงประโยชน์ต่างๆ ของการดื่มน้ำผลไม้ 100%					
ผู้เสนอโฆษณา (presenter) - น้ำเสียงในภาพยนตร์โฆษณาน้ำผลไม้ 100 % มีความชัดเจน - ใช้ภาษาถูกต้องเหมาะสม - ผู้นำเสนอมีความน่าเชื่อถือ - มีผู้หญิงหน้าตาดีและมีรูปร่างเพรียวบาง ทำให้อยากติดตามโฆษณา					
วิธีการนำเสนอโฆษณา - โฆษณามีสีสัน และมีความสนุกสนาน ทำให้ดูน่าสนใจ น่าติดตาม - มีเพลงประกอบในภาพยนตร์ที่ดูกลมกลืนกับการดำเนินเรื่องทำให้น่าติดตาม - เนื้อหาโฆษณามีความเข้าใจง่าย					
16.2 ความยาวของโฆษณา - ความยาวภาพยนตร์โฆษณาน้ำดื่มผลไม้ 100% เหมาะสมดีแล้วกับเนื้อหาที่น่าสนใจ					
16.3 ความถี่ในการออกอากาศ - ความถี่ของโฆษณาเหมาะสม					

ส่วนที่ 5 การจดจำภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์ของน้ำผลไม้ 100%

17. ในการชมภาพยนตร์โฆษณาน้ำผลไม้ท่านสามารถจดจำอะไรได้บ้าง

การจดจำ	ระดับความจดจำ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อย ที่สุด (1)
17.1 เนื้อหาภาพยนตร์โฆษณาน้ำผลไม้ 100%					
17.2 เพลงประกอบในภาพยนตร์โฆษณาน้ำผลไม้ 100%					
17.3 ประโยคหรือคำพูดสั้นๆ ในโฆษณาที่จดจำได้					
17.4 ผู้นำเสนอในงานโฆษณาน้ำผลไม้ 100%					
17.5 ตรายี่ห้อน้ำดื่มผลไม้ 100%					
17.6 ช่วงเวลาที่ออกอากาศ และความถี่ในการ ออกอากาศ					
17.7 อื่น ๆ (โปรดระบุ)					

18. ปัจจัยในภาพยนตร์โฆษณาที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคน้ำผลไม้ 100%

ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคน้ำผลไม้ 100%	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็น ด้วย	ปาน กลาง	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วยอย่าง ยิ่ง
18. ผู้นำเสนอในงานโฆษณา (พรีเซนเตอร์)					
19. เพลงประกอบในงานโฆษณา					
20. ประโยค หรือคำพูดในงานโฆษณาโดนใจ					
21. ความน่าเชื่อถือในงานโฆษณา					
22. องค์ประกอบต่าง ๆ ในงานโฆษณาที่กลมกลืน กันทั้งภาพ เสียง สี ถ้อยคำ					
23. ภาพพจน์ในตัวสินค้า หรือตรายี่ห้อ					
24. การได้รับชมโฆษณาน้ำผลไม้ 100% บ่อยและต่อเนื่อง					

ข้อเสนอแนะ

๑.

.....

.....

.....

.....

.....

.....จบแบบการสัมภาษณ์.....

ภาคผนวก ข
ตารางแสดงผลค่าทางสถิติ

Reliability

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis *****

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

		Mean	Std Dev	Cases
1.	B7	4.2000	.6103	30.0
2.	B8.1	4.2000	.7611	30.0
3.	B8.2	3.9333	.8277	30.0
4.	B8.3	2.4667	.7303	30.0
5.	B9.1	4.3667	.6149	30.0
6.	B9.2	2.8667	.7303	30.0
7.	B9.3	4.3667	.7184	30.0
8.	B9.4	2.1333	.6814	30.0
9.	B9.5	1.8333	.4611	30.0
10.	B9.6	1.6667	.4795	30.0
11.	B10.1	3.8333	1.2341	30.0
12.	B10.2	2.6000	.8944	30.0
13.	B10.3	3.1333	.6814	30.0
14.	B10.4	4.2000	.6644	30.0
15.	B10.5	4.5667	.5040	30.0

	Mean	Variance	Std Dev	N of Variables
Statistics for SCALE	50.3667	25.8954	5.0888	15

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
B7	46.1667	22.1437	.5884	.7066
B8.1	46.1667	22.0057	.4636	.7144
B8.2	46.4333	22.1161	.3975	.7213
B8.3	47.9000	23.8862	.2067	.7409
B9.1	46.0000	22.1379	.5840	.7068
B9.2	47.5000	24.6724	.0951	.7516
B9.3	46.0000	21.1724	.6363	.6969
B9.4	48.2333	22.8057	.4034	.7217
B9.5	48.5333	26.3264	-.1360	.7589
B9.6	48.7000	27.2517	-.3169	.7704
B10.1	46.5333	17.3609	.6818	.6759
B10.2	47.7667	20.7368	.5351	.7037
B10.3	47.2333	25.0126	.0614	.7530
B10.4	46.1667	22.9023	.4013	.7221
B10.5	45.8000	24.0966	.3122	.7313

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

5

Reliability Coefficients

N of Cases = 30.0

N of Items = 15

Alpha = .7409

Reliability

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis *****

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

		Mean	Std Dev	Cases
1.	C12	3.6000	1.1017	30.0
2.	C13.1	3.4333	.8172	30.0
3.	C13.2	4.0667	.9444	30.0
4.	C13.3	4.0000	.9469	30.0
5.	C14.1	4.1000	.8847	30.0
6.	C14.2	3.9000	.8847	30.0
7.	C14.3	3.6667	.8841	30.0
8.	C14.4	4.2333	.7739	30.0
9.	C15	3.1667	.5307	30.0

Statistics for	Mean	Variance	Std Dev	N of Variables
SCALE	34.1667	22.0747	4.6984	9

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
C12	30.5667	15.6333	.6000	.7273
C13.1	30.7333	19.5126	.2624	.7780
C13.2	30.1000	15.9552	.6929	.7127
C13.3	30.1667	16.1437	.6617	.7180
C14.1	30.0667	17.7195	.4796	.7485
C14.2	30.2667	17.0989	.5731	.7341
C14.3	30.5000	18.6724	.3430	.7685
C14.4	29.9333	20.1333	.1933	.7853
C15	31.0000	20.5517	.2580	.7749

Reliability Coefficients

N of Cases = 30.0 N of Items = 9

Alpha = .7735

Reliability

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis *****

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

		Mean	Std Dev	Cases
1.	C16.1.1	3.6000	.5632	30.0
2.	C16.1.2	4.0667	.6397	30.0
3.	C16.1.3	4.2000	.6644	30.0
4.	C16.2	3.6667	.8841	30.0
5.	C16.3	2.3333	1.5162	30.0
6.	C16.4.1	3.4333	.8172	30.0
7.	C16.4.2	3.7000	.7497	30.0
8.	C16.4.3	3.6333	.7184	30.0
9.	C16.4.4	4.0000	.8305	30.0
10.	C16.5.1	4.0333	.7649	30.0
11.	C16.5.2	4.0000	.9097	30.0

Statistics for	Mean	Variance	Std Dev	N of Variables
SCALE	40.6667	29.4023	5.4224	11

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
C16.1.1	37.0667	25.7885	.5763	.7759
C16.1.2	36.6000	26.3862	.3967	.7874
C16.1.3	36.4667	25.3609	.5380	.7757
C16.2	37.0000	23.3793	.6131	.7635
C16.3	38.3333	22.9885	.2830	.8309
C16.4.1	37.2333	23.6333	.6420	.7619
C16.4.2	36.9667	23.6885	.7059	.7577
C16.4.3	37.0333	23.6195	.7542	.7545
C16.4.4	36.6667	25.8161	.3432	.7923
C16.5.1	36.6333	24.9989	.4992	.7773
C16.5.2	36.6667	27.0575	.1603	.8126

Reliability Coefficients

N of Cases = 30.0 N of Items = 11

Alpha = .7971

Reliability

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis *****

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

		Mean	Std Dev	Cases
1.	D27.1	3.5000	.7311	30.0
2.	D27.2	3.2667	.6915	30.0
3.	D27.3	3.9333	.6397	30.0
4.	D27.4	3.9667	.5561	30.0
5.	D27.5	3.6667	.7112	30.0
6.	D27.6	2.5333	1.5253	30.0

Statistics for	Mean	Variance	Std Dev	N of Variables
SCALE	20.8667	13.0161	3.6078	6

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
D27.1	17.3667	8.7920	.8510	.6772
D27.2	17.6000	11.1448	.3017	.7918
D27.3	16.9333	10.2713	.5696	.7445
D27.4	16.9000	11.0586	.4457	.7692
D27.5	17.2000	10.0276	.5512	.7442
D27.6	18.3333	5.3333	.7603	.7258

Reliability Coefficients

N of Cases = 30.0

N of Items = 6

Alpha = .7793

Reliability

REQUEST 17

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis *****

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

		Mean	Std Dev	Cases
1.	E28	4.1333	.4342	30.0
2.	E29	4.1000	.8030	30.0
3.	E30	4.3333	.6609	30.0
4.	E31	3.8333	.8743	30.0
5.	E32	4.1667	.8339	30.0
6.	E33	3.7333	.9803	30.0
7.	E34	4.4667	.6288	30.0

Statistics for	Mean	Variance	N of Std Dev	Variables
SCALE	28.7667	10.3920	3.2237	7

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
E28	24.6333	9.5506	.2433	.7103
E29	24.6667	7.4023	.5366	.6421
E30	24.4333	9.8402	.0277	.7550
E31	24.9333	6.6161	.6696	.5975
E32	24.6000	8.0414	.3500	.6940
E33	25.0333	6.2402	.6515	.5990
E34	24.3000	8.3552	.4515	.6699

Reliability Coefficients

N of Cases = 30.0

N of Items = 7

Alpha = .7079