

## สารบัญ

|                                            | หน้า |
|--------------------------------------------|------|
| บทคัดย่อภาษาไทย .....                      | ง    |
| บทคัดย่อภาษาอังกฤษ .....                   | จ    |
| กิตติกรรมประกาศ .....                      | ฉ    |
| สารบัญตาราง .....                          | ณ    |
| สารบัญภาพ .....                            | ญ    |
| บทที่ 1 บทนำ .....                         | 1    |
| ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา .....       | 1    |
| วัตถุประสงค์การวิจัย .....                 | 2    |
| ปัญหาการวิจัย .....                        | 3    |
| กรอบแนวคิดการวิจัย .....                   | 4    |
| ขอบเขตของการวิจัย .....                    | 5    |
| นิยามศัพท์เฉพาะ .....                      | 5    |
| ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ .....            | 6    |
| บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง .....        | 7    |
| ธุรกิจประกอบการ “น้ำผลไม้” .....           | 7    |
| แนวคิดเกี่ยวกับสื่อสารมวลชน .....          | 14   |
| แนวคิดเกี่ยวกับการโฆษณา .....              | 23   |
| อิทธิพลของภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์ .....   | 32   |
| แนวคิดทฤษฎีการเปิดรับสื่อ .....            | 37   |
| แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้ของผู้บริโภค ..... | 41   |
| แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค .....     | 44   |
| แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการบริโภคสินค้า ..... | 52   |
| งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....                | 65   |
| บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย .....           | 69   |
| ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง .....              | 69   |
| เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย .....           | 70   |

## สารบัญ (ต่อ)

|                                                                                                                                     | หน้า |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ .....                                                                                                     | 71   |
| การเก็บรวบรวมข้อมูล .....                                                                                                           | 71   |
| การวิเคราะห์ข้อมูล .....                                                                                                            | 72   |
| บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล .....                                                                                                  | 76   |
| ตอนที่ 1 ลักษณะประชากร .....                                                                                                        | 77   |
| ตอนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อวิทยุโทรทัศน์ทั่วไป .....                                                                            | 81   |
| ตอนที่ 3 พฤติกรรมการเปิดรับชมภาพยนตร์โฆษณาผ่านผลไม้ 100%ทางวิทยุโทรทัศน์ .....                                                      | 86   |
| ตอนที่ 4 อิทธิพลขององค์ประกอบในภาพยนตร์โฆษณาผ่านผลไม้ 100%ทาง<br>วิทยุโทรทัศน์ที่มีอิทธิพลส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคผลไม้ 100% ..... | 89   |
| ตอนที่ 5 การจดจำและปัจจัยในภาพยนตร์โฆษณาผ่านผลไม้ 100% ทางวิทยุโทรทัศน์<br>ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคผลไม้ 100% .....             | 95   |
| ตอนที่ 6 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรกับพฤติกรรม<br>การเปิดรับชมภาพยนตร์โฆษณาผ่านผลไม้ 100%ทางวิทยุโทรทัศน์ .....        | 97   |
| บทที่ 5 สรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ .....                                                                                  | 104  |
| สรุปการวิจัย .....                                                                                                                  | 104  |
| อภิปรายผล .....                                                                                                                     | 107  |
| ข้อเสนอแนะ .....                                                                                                                    | 107  |
| บรรณานุกรม .....                                                                                                                    | 108  |
| ภาคผนวก .....                                                                                                                       | 113  |
| ก แบบสอบถามในการสัมภาษณ์ .....                                                                                                      | 114  |
| ข ตารางแสดงผลค่าทางสถิติ .....                                                                                                      | 122  |
| ประวัติผู้วิจัย .....                                                                                                               | 129  |

## สารบัญตาราง

|                                                                                                                                                                          | หน้า |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| ตารางที่ 2.1 ผู้ผลิตน้ำผักผลไม้ที่สำคัญของไทย                                                                                                                            | 9    |
| ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละส่วน of ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง<br>เพศหญิงจำแนกตามอายุ                                                                           | 77   |
| ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละส่วน of ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง<br>เพศหญิงจำแนกตามระดับการศึกษา                                                                  | 78   |
| ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและร้อยละส่วน of ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่างเพศหญิง<br>จำแนกตามอาชีพ                                                                          | 78   |
| ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและร้อยละส่วน of ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง<br>เพศหญิงจำแนกตามรายได้                                                                         | 79   |
| ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและร้อยละส่วน of ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง<br>เพศหญิงจำแนกตามสถานภาพ                                                                        | 80   |
| ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรม<br>การเปิดรับสื่อวิทยุโทรทัศน์ทั่วไปของผู้หญิงที่บริโภคน้ำผลไม้ 100%                          | 81   |
| ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของเหตุผลใน<br>การเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ของผู้หญิงที่บริโภคน้ำผลไม้ 100%                                 | 82   |
| ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของช่องที่นิยม<br>เปิดรับชมรายการโทรทัศน์ของผู้หญิงที่บริโภคน้ำผลไม้ 100%                                 | 82   |
| ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานช่วงเวลาที่ได้รับ<br>ชมรายการโทรทัศน์ของผู้หญิงที่บริโภคน้ำผลไม้ 100%                                     | 84   |
| ตารางที่ 4.10 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรม<br>การเปิดรับชมประเภทรายการทางวิทยุโทรทัศน์ทั่วไปของผู้หญิงที่บริโภค<br>น้ำผลไม้ 100%        | 85   |
| ตารางที่ 4.11 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรม<br>การเปิดรับภาพยนตร์โฆษณาน้ำผลไม้ 100% ทางวิทยุโทรทัศน์ของผู้หญิง<br>ที่บริโภคน้ำผลไม้ 100% | 86   |
| ตารางที่ 4.12 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความชอบ<br>ในภาพยนตร์โฆษณาน้ำผลไม้ 100% ทางวิทยุโทรทัศน์ของผู้หญิงที่บริโภค<br>น้ำผลไม้ 100%          | 87   |

สารบัญตาราง (ต่อ)

|                                                                                                                                                                                                        | หน้า |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| ตารางที่ 4.13 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการได้รับประโยชน์จากภาพยนตร์โฆษณาผลไม้ 100% ทางวิทยุโทรทัศน์ของผู้หญิงที่บริโภคผลไม้ 100%                                           | 87   |
| ตารางที่ 4.14 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการเปิดรับภาพยนตร์โฆษณาน้ำผลไม้ 100%ทางวิทยุโทรทัศน์ของผู้หญิงที่บริโภคน้ำผลไม้ 100%                                                | 88   |
| ตารางที่ 4.15 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้หญิงที่บริโภคน้ำผลไม้ 100% จำแนกตามองค์ประกอบในภาพยนตร์โฆษณาน้ำผลไม้ 100% ทางวิทยุโทรทัศน์ที่มีอิทธิพลส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมบริโภคน้ำผลไม้ 100% | 89   |
| ตารางที่ 4.16 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของวิธีการนำเสนอในภาพยนตร์โฆษณาน้ำผลไม้ 100% ทางวิทยุโทรทัศน์ของผู้หญิงที่บริโภคน้ำผลไม้ 100%                                          | 90   |
| ตารางที่ 4.17 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของเนื้อหานำเสนอในภาพยนตร์โฆษณาน้ำผลไม้ 100%ทางวิทยุโทรทัศน์ของผู้หญิงที่บริโภคน้ำผลไม้ 100%                                           | 91   |
| ตารางที่ 4.18 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้นำเสนอในภาพยนตร์โฆษณาน้ำผลไม้ 100%ทางวิทยุโทรทัศน์ของผู้หญิงที่บริโภคน้ำผลไม้ 100%                                               | 92   |
| ตารางที่ 4.19 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความยาวของในภาพยนตร์โฆษณาน้ำผลไม้ 100%ทางวิทยุโทรทัศน์ของผู้หญิงที่บริโภคน้ำผลไม้ 100%                                                 | 93   |
| ตารางที่ 4.20 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความถี่ในการออกอากาศของภาพยนตร์โฆษณาน้ำผลไม้ 100%ทางวิทยุโทรทัศน์ของผู้หญิงที่บริโภคน้ำผลไม้ 100%                                   | 93   |

## สารบัญตาราง (ต่อ)

|                                                                                                                                                                                   | หน้า |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| ตารางที่ 4.21 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการจดจำภาพยนตร์<br>โฆษณา น้ำผลไม้ 100% ทางวิทยุโทรทัศน์ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค<br>น้ำผลไม้ 100% .....        | 95   |
| ตารางที่ 4.22 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยในภาพยนตร์<br>โฆษณา น้ำผลไม้ 100% ทางวิทยุโทรทัศน์ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค น้ำ<br>ผลไม้ 100% .....      | 96   |
| ตารางที่ 4.23 แสดงการศึกษาระดับพฤติกรรมกาเปิดรับชมภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์<br>ของผู้ที่ดื่มน้ำผลไม้ 100% โดยภาพรวมของผู้หญิงในเขตกรุงเทพมหานคร .....                              | 97   |
| ตารางที่ 4.24 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับระดับพฤติกรรมกาเปิดรับชมภาพยนตร์<br>โฆษณาทางโทรทัศน์ของผู้ที่ดื่มน้ำผลไม้ 100% ของผู้หญิงในเขต<br>กรุงเทพมหานคร .....                 | 99   |
| ตารางที่ 4.25 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการศึกษากับระดับพฤติกรรมกาเปิดรับชม<br>ภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์ของผู้ที่ดื่มน้ำผลไม้ 100% ของผู้หญิงในเขต<br>กรุงเทพมหานคร .....             | 100  |
| ตารางที่ 4.26 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับระดับพฤติกรรมกาเปิดรับชมภาพยนตร์<br>โฆษณาทางโทรทัศน์ของผู้ที่ดื่มน้ำผลไม้ 100% ของผู้หญิงในเขต<br>กรุงเทพมหานคร .....                | 101  |
| ตารางที่ 4.27 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ส่วนตัวต่อเดือนกับระดับพฤติกรรม<br>กาเปิดรับชมภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์ของผู้ที่ดื่มน้ำผลไม้ 100%<br>ของผู้หญิงในเขตกรุงเทพมหานคร ..... | 102  |
| ตารางที่ 4.28 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับระดับพฤติกรรมกาเปิดรับชม<br>ภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์ของผู้ที่ดื่มน้ำผลไม้ 100% ของผู้หญิงในเขต<br>กรุงเทพมหานคร .....          | 103  |

## สารบัญภาพ

|                                                                               | หน้า |
|-------------------------------------------------------------------------------|------|
| ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย .....                                           | 4    |
| ภาพที่ 2.1 แสดงมูลค่าการส่งออกน้ำผักผลไม้ของไทยปี 2547-2550 (ม.ค.-ก.ค.) ..... | 10   |
| ภาพที่ 2.2 แสดงมูลค่าตลาดส่งออกน้ำผักผลไม้ของไทยที่สำคัญ .....                | 10   |
| ภาพที่ 2.3 DAGMAR MODEL แสดงโมเดลลำดับขั้นตอนการตอบสนอง .....                 | 32   |
| ภาพที่ 2.4 กระบวนการเลือกรับรู้ของผู้บริโภค .....                             | 43   |
| ภาพที่ 2.5 แสดงกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค .....                        | 57   |
| ภาพที่ 2.6 แสดงกระบวนการตัดสินใจซื้อและผลที่ตามมาจากการซื้อ .....             | 62   |