

บทที่ 5

สรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่องการรู้เท่าทันโฆษณาของผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาของนักศึกษามหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช ซึ่งผู้วิจัยสนใจศึกษาถึงการเปิดรับสื่อโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาของกลุ่มที่มีและไม่มีประสบการณ์ การรู้เท่าทันโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาในระดับความรู้ อารมณ์ จริยธรรม และสุนทรียะของนักศึกษามหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราชที่มีและไม่มีประสบการณ์ ความแตกต่างของความรู้เรื่องผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาของกลุ่มที่มีและไม่มีประสบการณ์ตามลักษณะประชากร และความสัมพันธ์ของการเปิดรับสื่อกับการรู้เท่าทันโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาของกลุ่มที่มีและไม่มีประสบการณ์ ได้ผลสรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะจากการศึกษาวิจัยดังนี้

1. สรุปการวิจัย

1.1 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ดังนี้

1.1.1 เพื่อศึกษาถึงการเปิดรับสื่อโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาของนักศึกษามหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

1.1.2 เพื่อศึกษาถึงการรู้เท่าทันโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาในระดับความรู้ อารมณ์ จริยธรรม และสุนทรียะของนักศึกษามหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราชที่มีและไม่มีประสบการณ์

1.1.3 เพื่อศึกษาถึงความแตกต่างของความรู้เรื่องผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาของนักศึกษามหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราชที่มีและไม่มีประสบการณ์ตามลักษณะประชากร

1.1.4 เพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ของการเปิดรับสื่อโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลากับการรู้เท่าทันโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาของนักศึกษามหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราชกลุ่มที่มีและไม่มีประสบการณ์

1.2 วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจแบบวัดครั้งเดียว

1.2.1 ประชากร คือนักศึกษาปริญญาโทมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราชที่กำลังศึกษาอยู่ในปีการศึกษาที่ 1/2549 ซึ่งมี 10 สาขา จำนวนทั้งสิ้น 4,452 คน

1.2.2 กลุ่มตัวอย่าง คือนักศึกษาปริญญาโทมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราชที่กำลังศึกษาอยู่ในปีการศึกษาที่ 1/2549 จาก 10 สาขา จำนวน 354 คน ซึ่งใช้วิธีการสุ่มแบบโควตา (Quota sampling)

1.2.3 เครื่องมือวิจัย เป็นแบบสอบถาม

1.2.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล ใช้วิธีการแจกแบบสอบถามโดยสุ่มตัวอย่างจากนักศึกษาที่เข้ามาเข้าเรียนที่มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราชแล้วเก็บรวบรวมจนครบตามจำนวนของแต่ละสาขาวิชาจนครบ 354 ตัวอย่าง

1.2.5 การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้สถิติเชิงพรรณนาในการแจกแจงความถี่ หาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงนอนพารามेटริก (Nonparametric Statistics) ในการทดสอบสมมติฐาน

1.3 ผลการวิจัย

1.3.1 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

1) ลักษณะประชากร

นักศึกษาปริญญาโทมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราชเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ส่วนใหญ่มีอายุ 31-40 ปี มีสถานภาพสมรส เป็นข้าราชการ และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว 10,001-20,000 บาท ส่วนใหญ่ไม่มีประสบการณ์ซื้อหรือบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลา โดยให้เหตุผลว่าไม่มีความจำเป็นมากที่สุด รองลงมาคือไม่รู้จัก และมีราคาแพง

ผู้ที่มีประสบการณ์ซื้อหรือบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลา ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 31-40 ปี รองลงมาคือผู้ที่มีอายุอยู่ในช่วง 41-50 ปี เป็นเพศหญิง มีสถานภาพสมรส รองลงมาคือมีสถานภาพโสด เป็นข้าราชการ มีรายได้อยู่ในช่วง 20,001-30,000 บาทมากที่สุด รองลงมา 40,001-50,000 บาท

สาขาวิชาที่นักศึกษามีประสบการณ์ซื้อหรือบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาในอัตราส่วนมากที่สุดคือมนุษยนิเวศศาสตร์ รองลงมาคือสาขานิเทศศาสตร์ และอันดับสามคือสาขาศิลปศาสตร์ โดยให้เหตุผลว่าซื้อเพื่อบำรุงร่างกายมากที่สุด รองลงมาคือเพื่อบำรุงสมอง อันดับสามคือเพื่อลดคอเลสเตอรอล นอกจากนั้นก็ซื้อเพราะว่าอยากรู้สรรพคุณ ได้รับจากผู้อื่น เพื่อนแนะนำ สะดวกกว่าการทานสด เพื่อแก้อาการไขข้ออักเสบ และบำรุงสายตา

ผู้ที่ไม่มีประสบการณ์ซื้อหรือบริโภคน้ำมันปลาส่วนใหญ่อยู่วัย 22-40 ปี เป็นเพศหญิง มีสถานภาพสมรส รองลงมาเป็นโสด เป็นข้าราชการ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัวส่วนใหญ่อยู่วัย 10,001-20,000 บาท

สาขาวิชาที่นักศึกษาไม่มีประสบการณ์ซื้อหรือบริโภคน้ำมันปลาในอัตราส่วนมากที่สุดคือเศรษฐศาสตร์ รองลงมาคือสาขาศึกษาศาสตร์ และอันดับสามคือวิทยาศาสตร์สุขภาพ โดยให้เหตุผลว่าไม่มีความจำเป็นต้องรับประทาน ไม่รู้จัก และบอกว่าราคาแพง

2) การเปิดรับสื่อโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลา

(1) ผู้ที่มีประสบการณ์

ผู้ที่มีประสบการณ์ซื้อหรือบริโภคน้ำมันปลา มีการเปิดรับสื่อโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาทางสื่อมวลชนในระดับต่ำ ส่วนใหญ่ไม่มีการเปิดรับสื่อโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลา และการเปิดรับทางโทรทัศน์เป็นสื่อที่กลุ่มผู้มีประสบการณ์เปิดรับโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาสูงที่สุด ส่วนวิทยุเป็นสื่อมวลชนมีการเปิดรับต่ำที่สุด

กลุ่มที่มีประสบการณ์มีการเปิดรับสื่อเฉพาะกิจของผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาในระดับต่ำ โดยมีการเปิดรับสื่อโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาทางแผ่นพับมากกว่านิตยสารสินค้า ส่วนการเปิดรับสื่อโฆษณาของผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาทางการขายตรงอยู่ในระดับต่ำมาก ส่วนใหญ่ไม่มี และการเปิดรับสื่อโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลากับพนักงานขายในร้านผลิตภัณฑ์สุขภาพเป็นสื่อที่มีการเปิดรับมากที่สุดในประเภทขายตรง โดยการขายทางโทรศัพท์เป็นสื่อที่มีการเปิดรับต่ำที่สุด

นอกจากนี้กลุ่มผู้มีประสบการณ์ยังมีการเปิดรับสื่ออื่นๆของโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลา ได้แก่ อินเทอร์เน็ต ดูป๊อป/สตีกเกอร์ส่วนลด การจัดแสดงสินค้าในร้าน ซึ่งระดับการเปิดรับอยู่ในระดับต่ำ

สื่อที่ทำให้กลุ่มที่มีประสบการณ์รู้จักผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลามากที่สุดคือโทรทัศน์ รองลงมาคือนิตยสาร/วารสาร และแผ่นพับ

(2) ผู้ที่ไม่มีประสบการณ์

ผู้ที่ไม่มีประสบการณ์มีการเปิดรับสื่อโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาทางสื่อมวลชนในระดับต่ำเช่นเดียวกัน ส่วนใหญ่ไม่มีการเปิดรับสื่อโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลา และโทรทัศน์เป็นสื่อมวลชนที่กลุ่มไม่มีประสบการณ์มีการเปิดรับสื่อโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาสูงที่สุด และวิทยุเป็นสื่อมวลชนที่ผู้ไม่มีประสบการณ์มีการเปิดรับต่ำที่สุด ส่วนสื่อเฉพาะกิจมีการเปิดรับในระดับต่ำมาก

ส่วนการเปิดรับสื่อโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาทางการขายตรงอยู่ในระดับต่ำมาก โดยมีการเปิดรับสื่อกับพนักงานขายในร้านผลิตภัณฑ์สุขภาพมากที่สุด และการขายทางโทรศัพท์เป็นสื่อที่มีการเปิดรับต่ำที่สุดในประเภทขายตรง

นอกจากสื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจ สื่อขายตรงแล้ว กลุ่มที่ไม่มีประสบการณ์ยังมีการเปิดรับสื่ออื่นๆ ได้แก่ อินเทอร์เน็ต คู่มือ/สติกเกอร์ส่วนลด การจัดแสดงสินค้าในร้าน ซึ่งระดับการเปิดรับอยู่ในระดับต่ำมาก โดยอินเทอร์เน็ตเป็นสื่อชนิดอื่นที่มีการเปิดรับสูงที่สุด

สื่อที่ทำให้กลุ่มที่ไม่มีประสบการณ์รู้จักผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลามากที่สุดคือโทรทัศน์ รองลงมาคือนิตยสาร/วารสาร และหนังสือพิมพ์

3) การรู้เท่าทันโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาในระดับความรู้

กลุ่มที่มีประสบการณ์มีระดับความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาในขั้นกลาง ส่วนใหญ่รู้ว่าน้ำมันปลาช่วยสร้างเซลล์สมองและประสาท รองลงมาว่าน้ำมันปลาให้สารอาหารโอเมก้า-3 และน้ำมันปลาช่วยป้องกันโรคหลอดเลือดหัวใจ แต่ในขณะเดียวกันรู้น้อยที่สุดเกี่ยวกับเรื่องผู้ที่ใช้ยาแอสไพรินไม่ควรรับประทานผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลา และผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาอาจทำให้เลือดออกไม่หยุดหากรับประทานเป็นประจำ

กลุ่มที่ไม่มีประสบการณ์มีระดับความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาในขั้นต้น ส่วนใหญ่รู้ว่าน้ำมันปลาช่วยสร้างเซลล์สมองและประสาท รองลงมาว่าไขมันปลาต่างจากไขมันสัตว์อื่นตรงที่ไม่อิ่มคอเลสเตอรอล และน้ำมันปลาให้สารอาหารโอเมก้า-3 แต่ในขณะเดียวกันรู้น้อยที่สุดเรื่องผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาอาจทำให้เลือดออกไม่หยุดหากรับประทานเป็นประจำ

4) การรู้เท่าทันโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาในระดับอารมณ์

นักศึกษาที่มีประสบการณ์มีความคิดเห็นต่อโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาในระดับอารมณ์ในระดับไม่แน่ใจ

นักศึกษาที่ไม่มีประสบการณ์มีความคิดเห็นต่อโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาในระดับอารมณ์อยู่ในระดับไม่แน่ใจเช่นเดียวกัน

5) การรู้เท่าทันโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาในระดับจริยธรรม

นักศึกษาทั้งกลุ่มที่มีประสบการณ์และไม่มีประสบการณ์มีความคิดเห็นอยู่ในระดับไม่แน่ใจต่อโฆษณาของผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาในระดับจริยธรรม แต่มีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยต่อเรื่อง “โฆษณาของผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลามีเลขที่โฆษณาอนุญาตระบุไว้” และ “โฆษณาของผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลามักจะอวดอ้างสรรพคุณเกินจริง”

6) การรู้เท่าทันโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาในระดับสุนทรียะ

นักศึกษาทั้งกลุ่มที่มีประสบการณ์และไม่มีประสบการณ์มีความคิดเห็นต่อโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาในระดับสุนทรียะในระดับไม่แน่ใจ โดยกลุ่มที่มีประสบการณ์มีคะแนนเฉลี่ยสูงกว่ากลุ่มที่ไม่มีประสบการณ์

1.3.2 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 เพศที่แตกต่างกันมีผลให้การรู้เท่าทันโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาแตกต่างกัน

นักศึกษาที่มีเพศต่างกันมีความรู้เรื่องผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาแตกต่างกัน โดยเพศหญิงมีคะแนนเฉลี่ยสูงกว่าเพศชาย

สมมติฐานที่ 2 อายุที่แตกต่างกันมีผลให้การรู้เท่าทันโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาแตกต่างกัน

นักศึกษาที่มีอายุต่างกันไม่มีความแตกต่างกันเรื่องความรู้ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลา

สมมติฐานที่ 3 สถานภาพที่แตกต่างกันมีผลให้การรู้เท่าทันโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาแตกต่างกัน

นักศึกษาที่มีสถานภาพต่างกันมีความรู้เรื่องผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาแตกต่างกัน ผู้ที่มีสถานภาพข้าราชการเป็นกลุ่มที่มีความรู้ที่น้อยที่สุด และผู้ที่มีสถานภาพหม้ายเป็นกลุ่มที่มีความรู้สูงที่สุด

สมมติฐานที่ 4 อาชีพที่แตกต่างกันมีผลให้การรู้เท่าทันโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาแตกต่างกัน

นักศึกษาที่มีอาชีพต่างกันมีความรู้เรื่องผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาแตกต่างกัน โดยพบว่าผู้ที่มีอาชีพเป็นลูกจ้างหน่วยงานราชการเป็นกลุ่มที่มีความรู้ที่น้อยที่สุด และอาชีพพยาบาลเป็นกลุ่มที่มีความรู้มากที่สุด

สมมติฐานที่ 5 รายได้ที่แตกต่างกันมีผลให้การรู้เท่าทันโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาแตกต่างกัน

นักศึกษาที่มีรายได้ที่ต่างกันมีความรู้เรื่องผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาแตกต่างกัน โดยผู้ที่มีรายได้ระหว่าง 70,001-80,000 บาท เป็นกลุ่มที่มีความรู้เรื่องผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลามากที่สุด และผู้ที่มีรายได้ระหว่าง 80,001-90,000 บาทเป็นกลุ่มที่มีความรู้เรื่องผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาน้อยที่สุด

สมมติฐานที่ 6 สาขาวิชาที่แตกต่างกันมีผลให้การรู้เท่าทันโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาแตกต่างกัน

นักศึกษาที่เรียนสาขาวิชาต่างกันมีคะแนนความรู้เรื่องผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาแตกต่างกัน โดยสาขาวิชาที่นักศึกษามีคะแนนสูงที่สุดคือสาขามนุษยนิเวศศาสตร์ รองลงมาคือสาขาพยาบาลศาสตร์ อันดับสามคือสาขาวิทยาศาสตร์สุขภาพ และสาขาที่มีคะแนนต่ำที่สุดคือสาขาวิชาศึกษาศาสตร์

สมมติฐานที่ 7 ประสบการณ์ซื้อหรือบริโภครวมผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาที่แตกต่างกันมีผลให้การรู้เท่าทันโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาแตกต่างกัน

นักศึกษาที่มีประสบการณ์ซื้อหรือบริโภคที่ต่างกันมีความรู้เรื่องผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาแตกต่างกัน โดยกลุ่มผู้ที่มีประสบการณ์จะมีความรู้มากกว่ากลุ่มที่ไม่มีประสบการณ์

สมมติฐานที่ 8 การเปิดรับสื่อโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลามีความสัมพันธ์กับการรู้เท่าทันโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาในระดับความรู้

กลุ่มที่มีประสบการณ์มีการเปิดรับสื่อโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาทางโทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร/วารสาร หนังสือพิมพ์ แผ่นพับ บอร์ดแสดงสินค้า เสาขกร การขายทางโทรศัพท์ ตัวแทนขาย และการจัดแสดงสินค้าในร้านที่สัมพันธ์กับความรู้เรื่องผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลา

ส่วนการเปิดรับสื่อโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลากับพนักงานขายในร้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ ทางจดหมายแนะนำผลิตภัณฑ์ อินเทอร์เน็ต และคู่มือ/สติ๊กเกอร์ส่วนลด ไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้เรื่องผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลา

กลุ่มที่ไม่มีประสบการณ์มีการเปิดรับโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาทางโทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร/วารสาร หนังสือพิมพ์ แผ่นพับ บอร์ดแสดงสินค้า พนักงานขาย เสาขกร จดหมาย โทรศัพท์ ตัวแทนขาย อินเทอร์เน็ต คู่มือ/สติ๊กเกอร์ส่วนลด และการจัดแสดงสินค้าในร้านที่สัมพันธ์กับความรู้เรื่องผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลา

สมมติฐานที่ 9 การเปิดรับสื่อโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลามีความสัมพันธ์กับการรู้เท่าทันโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาในระดับอารมณ์

กลุ่มที่มีประสบการณ์มีการเปิดรับสื่อโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาทางโทรทัศน์ นิตยสาร/วารสาร หนังสือพิมพ์ แผ่นพับ บอร์ดแสดงสินค้า พนักงานขาย เสาขกร การขายทางโทรศัพท์ ตัวแทนขาย อินเทอร์เน็ต และการจัดแสดงสินค้าภายในร้านที่สัมพันธ์กับการรู้เท่าทันโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาในระดับอารมณ์

ส่วนการเปิดรับสื่อโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาทางวิทยุ จดหมาย
แนะนำผลิตภัณฑ์ และคู่มือ/สติกเกอร์ส่วนลด พบว่าไม่มีความสัมพันธ์กับการรู้เท่าทันโฆษณา
ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาระดับอารมณ์

กลุ่มที่ไม่มีประสบการณ์มีการเปิดรับสื่อโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมัน
ปลาทางโทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร/วารสาร หนังสือพิมพ์ แผ่นพับ บัตรแสดงสินค้า พนักงานขาย จดหมาย
แนะนำผลิตภัณฑ์ การขายทางโทรศัพท์ ตัวแทนขาย อินเทอร์เน็ต คู่มือ/สติกเกอร์ส่วนลด และการจัด
แสดงสินค้าภายในร้านที่สัมพันธ์กับการรู้เท่าทันโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาระดับอารมณ์

ส่วนการเปิดรับสื่อโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาทางสื่อมวลชน ไม่
มีความสัมพันธ์กับการรู้เท่าทันโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาระดับอารมณ์

**สมมติฐานที่ 10 การเปิดรับสื่อโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลา
มีความสัมพันธ์กับการรู้เท่าทันโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาระดับจริยธรรม**

กลุ่มที่มีประสบการณ์มีการเปิดรับสื่อโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลา
ทางโทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร/วารสาร หนังสือพิมพ์ แผ่นพับ บัตรแสดงสินค้า พนักงานขาย สื่อมวลชน
จดหมายแนะนำผลิตภัณฑ์ การขายทางโทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต คู่มือ/สติกเกอร์ส่วนลด และการจัด
แสดงสินค้าภายในร้านที่สัมพันธ์กับการรู้เท่าทันโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาระดับ
จริยธรรม

ส่วนการเปิดรับสื่อโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาทางตัวแทนขาย ไม่
มีความสัมพันธ์กับการรู้เท่าทันโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาระดับจริยธรรม

กลุ่มที่ไม่มีประสบการณ์มีการเปิดรับสื่อโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมัน
ปลาทางโทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร/วารสาร หนังสือพิมพ์ แผ่นพับ บัตรแสดงสินค้า พนักงานขาย สื่อมวลชน
จดหมายแนะนำผลิตภัณฑ์ อินเทอร์เน็ต และการจัดแสดงสินค้าภายในร้านที่สัมพันธ์กับการรู้เท่าทัน
โฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาระดับจริยธรรม

ส่วนการเปิดรับสื่อโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาทางโทรศัพท์
ตัวแทนขาย และคู่มือ/สติกเกอร์ส่วนลด ไม่มีความสัมพันธ์กับการรู้เท่าทันโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริม
อาหารน้ำมันปลาระดับจริยธรรม

**สมมติฐานที่ 11 การเปิดรับสื่อโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลา
มีความสัมพันธ์กับการรู้เท่าทันโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาระดับสุนทรียะ**

กลุ่มที่มีประสบการณ์มีการเปิดรับสื่อโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลา
ทางโทรทัศน์ นิตยสาร/วารสาร หนังสือพิมพ์ แผ่นพับ บัตรแสดงสินค้า พนักงานขาย สื่อมวลชน จดหมาย

แนะนำผลิตภัณฑ์ การขายทางโทรศัพท์อินเทอร์เน็ต คู่มือ/สติกเกอร์ส่วนลดและการจัดแสดงสินค้าภายในร้านที่สัมพันธ์กับการรู้เท่าทันโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาในระดับจริยธรรม

ส่วนการเปิดรับสื่อโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาทางวิทยุ และตัวแทนขาย ไม่มีความสัมพันธ์กับการรู้เท่าทันโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาในระดับสุนทรียะ

กลุ่มที่ไม่มีประสบการณ์มีการเปิดรับสื่อโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาทางโทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร/วารสาร หนังสือพิมพ์ แผ่นพับ บัตรแสดงสินค้า พนักงานขาย เกสเซอร์ การขายทางโทรศัพท์ ตัวแทนขาย อินเทอร์เน็ต คู่มือ/สติกเกอร์ส่วนลดและการจัดแสดงสินค้าภายในร้านที่สัมพันธ์กับการรู้เท่าทันโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาในระดับจริยธรรม

ส่วนการเปิดรับสื่อโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาทางจดหมายแนะนำผลิตภัณฑ์ ไม่มีความสัมพันธ์กับการรู้เท่าทันโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาในระดับสุนทรียะ

สรุปความสัมพันธ์การเปิดรับสื่อโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาของกลุ่มที่มีประสบการณ์กับการรู้เท่าทันโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลา

การเปิดรับสื่อโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาของนักศึกษากลุ่มที่มีประสบการณ์ทางโทรทัศน์ นิตยสาร/วารสาร หนังสือพิมพ์ แผ่นพับ บัตรแสดงสินค้า เกสเซอร์ การขายทางโทรศัพท์ และการจัดแสดงสินค้าในร้าน มีความสัมพันธ์กับการรู้เท่าทันโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาในทุกระดับ

ส่วนการเปิดรับสื่อโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาทางวิทยุ นั้นพบว่ามีความสัมพันธ์กับการรู้เท่าทันโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาในระดับความรู้และระดับจริยธรรม แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับการรู้เท่าทันโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาในระดับอารมณ์และระดับสุนทรียะ

การเปิดรับสื่อโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลากับพนักงานขายในร้าน ผลิตภัณฑ์สุขภาพพบว่ามีความสัมพันธ์กับการรู้เท่าทันโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาในระดับอารมณ์ ระดับจริยธรรมและระดับสุนทรียะ แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับการรู้เท่าทันโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาในระดับความรู้

การเปิดรับสื่อโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาทางจดหมายแนะนำผลิตภัณฑ์ และตัวแทนขาย และคู่มือ/สติกเกอร์ส่วนลดพบว่ามีความสัมพันธ์กับการรู้เท่าทันโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาในระดับจริยธรรมและระดับสุนทรียะ แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับการรู้เท่าทันโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาในระดับความรู้และระดับสุนทรียะ

การเปิดรับสื่อโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาทางอินเทอร์เน็ตพบว่ามี ความสัมพันธ์กับการรู้เท่าทันโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาในระดับอารมณ์ ระดับจริยธรรม และระดับสุนทรียะ แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับการรู้เท่าทันโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาใน ระดับความรู้

สรุปความสัมพันธ์การเปิดรับสื่อโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาของ กลุ่มที่ไม่มีประสบการณ์กับการรู้เท่าทันโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลา

การเปิดรับสื่อโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาของกลุ่มไม่มี ประสบการณ์ทางสื่อโทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร/วารสาร หนังสือพิมพ์ แผ่นพับ บอร์ดแสดงสินค้า พนักงาน ขายในร้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ อินเทอร์เน็ต และการจัดแสดงสินค้าในร้านมีความสัมพันธ์กันกับการรู้เท่า ทันโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาในทุกระดับ

การเปิดรับสื่อโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลากับเพศกรพบว่ามี ความสัมพันธ์กับการรู้เท่าทันโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาในระดับความรู้ ระดับจริยธรรม และระดับสุนทรียะ แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับการรู้เท่าทันโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลา ระดับอารมณ์

การเปิดรับสื่อโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาทางจดหมายแนะนำ ผลิตภัณฑ์พบว่ามี ความสัมพันธ์กับการรู้เท่าทันโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาในระดับ ความรู้ ระดับอารมณ์ และระดับจริยธรรม แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับการรู้เท่าทันโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริม อาหารน้ำมันปลาระดับสุนทรียะ

การเปิดรับสื่อโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาทางการขายทาง โทรศัพท์ ตัวแทนขายและคู่มือ/สติ๊กเกอร์ส่วนลดพบว่ามี ความสัมพันธ์กับการรู้เท่าทันโฆษณา ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาในระดับความรู้ ระดับอารมณ์ และระดับสุนทรียะ แต่ไม่มี ความสัมพันธ์กับการรู้เท่าทันโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาระดับจริยธรรม

2. อภิปรายผล

จากผลการวิจัยสามารถนำมาอภิปรายเพื่ออธิบายข้อค้นพบที่ปรากฏได้ดังนี้

ลักษณะประชากร

นักศึกษามหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราชส่วนใหญ่ไม่มีประสบการณ์ซื้อหรือบริโภค ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลา เนื่องจากมีการเปิดรับสื่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาในระดับ

ต่ำ และผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลายังเป็นสิ่งใหม่ มีเพียงส่วนน้อยที่มีประสบการณ์ซื้อหรือบริโภค ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลา ซึ่งเป็นไปตามทฤษฎีที่ว่าเมื่อเปิดรับสื่อมากก็จะมี การรับรู้มาก แต่หากเปิดรับสื่อน้อยการรับรู้ก็จะยิ่งน้อยไปด้วย

นักศึกษาที่มีประสบการณ์ซื้อหรือบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 31-50 ปี เป็นเพศหญิง ซึ่งเป็นวัยผู้ใหญ่ที่ต้องทำงานสร้างหลักฐาน จึงสนใจใฝ่ใจในสุขภาพมากขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของคมกริต อยู่แสนสุข (2546) และฐิตินันท์ จันทิ (2543) ที่พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีอายุในช่วง 25-45 ปี เป็นเพศหญิง และสอดคล้องกับงานวิจัยของเพยาว์ สมหมาย (2546) ที่พบว่า 70% เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 30-35 ปี และงานวิจัยของศิวพร สุวิชานรากุล (2546) ที่ศึกษาเรื่องบทบาทของกระบวนการยอมรับสินค้าของผู้บริโภคกับระดับการทดลองซื้อสินค้าของผู้บริโภค ผลิตภัณฑ์อาหารเสริม ที่พบว่ากลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิง 61.5% รายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 15,001-30,000 บาท

นักศึกษามหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราชที่มีอายุต่างกันไม่มีความแตกต่างกันเรื่องความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลา ซึ่งแสดงให้เห็นว่าอายุไม่เป็นปัจจัยต่อการเรียนรู้ เนื่องจากคนเรามีสภาพแวดล้อมที่แตกต่างกัน การเรียนรู้ในเรื่องราวต่างๆก็จะแตกต่างกันไป

ลักษณะประชากรกับการรู้เท่าทันโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลา

จากผลการวิจัยพบว่านักศึกษาปริญญาโทของมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราชที่มีเพศสถานภาพ อาชีพ รายได้ สาขาวิชา และประสบการณ์ซื้อหรือบริโภคที่ต่างกันมีความรู้เรื่องผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาแตกต่างกัน แต่นักศึกษาที่มีอายุต่างกันไม่มีความแตกต่างกันเรื่องความรู้ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของอรอนงค์ เหล่าตระกูล (2545: 83) ที่พบว่าผู้ป่วยที่มีอายุต่างกันมีการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทลดไขมันไม่แตกต่างกัน ที่เป็นเช่นนี้ก็เพราะทุกวัยสามารถที่จะแสวงหาความรู้จากหลายแหล่งรอบตัวได้สะดวก ไม่มีข้อจำกัดในเรื่องอายุสำหรับการเรียนรู้เรื่องใดๆ และคนแต่ละคนก็มีกระบวนการเรียนรู้ที่แตกต่างกันไปตามประสบการณ์สถานะแวดล้อม ความรู้สึนึกคิด ความต้องการ ความเชื่อ ทศนคติ ความสนใจในสิ่งต่างๆ รอบตัวจึงต่างกันไปด้วย นักศึกษาปริญญาโทของมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราชที่มีอายุต่างกัน จึงไม่มีความแตกต่างกันในระดับความรู้เรื่องผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลา อายุไม่ใช่ปัจจัยเดียวที่จะมีผลต่อความรู้ แต่ความแตกต่างกันของความรู้เกิดจากหลายๆปัจจัยด้วยกัน

การเปิดรับสื่อโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลา

จากการศึกษาพบว่านักศึกษาทั้งกลุ่มที่มีประสบการณ์และ ไม่มีประสบการณ์มีการเปิดรับสื่อโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาทางสื่อประเภทสื่อมวลชนมากที่สุด โดยสื่อชนิดที่มีการ

เปิดรับสูงที่สุดก็คือโทรทัศน์ เพราะเป็นสื่อที่ใกล้ชิดกับทุกคนและแพร่หลายมาก แม้ว่าจะเปิดรับอย่างตั้งใจหรือไม่ตั้งใจก็ตาม

ส่วนสื่อเฉพาะกิจที่นักศึกษา มีการเปิดรับสื่อโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาสูงที่สุดก็คือแผ่นพับ เนื่องจากโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลามักจะใช้สื่อสิ่งพิมพ์เป็นส่วนใหญ่ เพราะสามารถให้ข้อมูลแก่ผู้รับสารได้มาก และสื่อโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาประเภทขายตรงที่กลุ่มนักศึกษา มีการเปิดรับมากที่สุดก็คือพนักงานขายในร้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ เนื่องจากเป็นสื่อที่สามารถให้ความรู้กับผู้บริโภคได้อย่างถึงตัว ผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาจึงใช้ช่องทางนี้กันมาก

ส่วนสื่อประเภทอื่นที่นักศึกษา มีการเปิดรับสื่อโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลามากที่สุดได้แก่ อินเทอร์เน็ต เพราะเป็นสื่อที่สะดวกในการเข้าถึงและรวดเร็ว ผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาต่างก็นิยม

การรู้เท่าทันโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาระดับความรู้

นักศึกษาปริญญาโทของมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราชที่มีประสบการณ์ซื้อหรือบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลา มีการรู้เท่าทันโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาระดับความรู้ในชั้นกลาง ส่วนใหญ่รู้ว่าน้ำมันปลาช่วยสร้างเซลล์สมองและประสาท รู้ว่าน้ำมันปลาให้สารอาหารโอเมก้า-3 และช่วยป้องกันโรคหลอดเลือดหัวใจ แต่รู้น้อยที่สุดในเรื่องที่ใช้ยาแอสไพรินไม่ควรรับประทานผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาและผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาอาจทำให้เลือดออกไม่หยุดหากรับประทานเป็นประจำ ซึ่งการที่ไม่มีความรู้สำหรับประเด็นข้อจำกัดของการรับประทานผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาเป็นจุดที่สำคัญมาก เพราะทำให้ไม่สามารถประเมินเนื้อหาสารในโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาได้ซึ่งเป็นขั้นสูง จะเป็นขั้นที่สามารถเปรียบเทียบ วิเคราะห์ สังเคราะห์และประเมินเนื้อหาสารของโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาได้

ส่วนนักศึกษากลุ่มที่ไม่มีประสบการณ์มีการรู้เท่าทันโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาระดับความรู้อยู่ในขั้นต้นเท่านั้น แสดงให้เห็นว่าประสบการณ์การซื้อหรือบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลานั้น ทำให้เกิดการเรียนรู้เพิ่มมากขึ้น

การที่นักศึกษาสาขาวิชามนุษยนิเวศศาสตร์มีประสบการณ์ซื้อหรือบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลามากที่สุด ยังส่งผลให้เป็นกลุ่มสาขาที่มีคะแนนความรู้สูงที่สุด ก็ยิ่งแสดงให้เห็นว่าผู้มีประสบการณ์จะมีความรู้มากกว่าผู้ที่ไม่มีประสบการณ์ เพราะมีการเรียนรู้และพัฒนาสติปัญญาการรู้เท่าทันโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลามากขึ้น ทำให้มีการรู้เท่าทันโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาระดับความรู้ในขั้นที่สูงกว่า

จะเห็นได้ว่าแม้แต่นักศึกษาระดับปริญญาโทก็ยังมีความรู้เท่าทันโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาไม่มากพอ ถึงแม้ว่าจะมีการเรียนรู้เพิ่มเติมจากการมีประสบการณ์ก็ยังไม่เพียงพอ แล้วคนทั่วไปที่มีระดับการศึกษาระดับต่ำกว่าจะเป็นอย่างไร ยิ่งทำให้น่าเป็นห่วง ทาง อย.ควรจรรีบเร่งให้ความรู้ในเรื่องผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาแก่ประชาชนให้มากขึ้น มิฉะนั้นความหลงผิดเข้าใจว่าผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาคือยาวิเศษอาจกลับมาทำร้ายตนเองโดยไม่คาดคิด ทั้งเสียเวลา เสียเงินทอง เสียโอกาสที่จะคิดถึงทางออกดีๆ เช่นการออกกำลังกาย การลดอาหารที่มีไขมันมากเกินไปจนเกินความต้องการของร่างกาย

การรู้เท่าทันโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาระดับอารมณ์

นักศึกษากลุ่มที่มีประสบการณ์ซื้อหรือบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลา มีความคิดเห็นต่อโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาระดับอารมณ์ในชั้น ไม่แน่ใจหรือชั้นกลาง คือสามารถใช้โฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาเพื่อประโยชน์และความพอใจด้วยความอยากรทดลองเพราะเห็นว่าเป็นของใหม่ ซึ่งถ้าความคิดเห็นต่อโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาระดับอารมณ์อยู่ในชั้นสูงก็จะต้องสามารถใช้โฆษณากำหนดและควบคุมอารมณ์ได้ว่า นี่เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่สำหรับชีวิตคนเราในปัจจุบัน แต่อย่างไรเสียก็ควรจะต้องหาข้อมูลเพื่อที่จะเปรียบเทียบ วิเคราะห์ สังเคราะห์และประเมินได้ว่าผลิตภัณฑ์ที่มีจำหน่ายอยู่ในตลาดของยี่ห้อหนึ่งยี่ห้อนี้แตกต่างกันอย่างไรในเรื่องราคา ตัวผลิตภัณฑ์ การส่งเสริมการขาย การเปิดเผยข้อมูล การระบุถึงเลขที่โฆษณา เป็นต้น

ส่วนนักศึกษากลุ่มที่ไม่มีประสบการณ์ก็มีความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาระดับอารมณ์ในชั้นกลางหรือไม่แน่ใจเช่นเดียวกัน คือสามารถใช้โฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาเพื่อประโยชน์และความพอใจด้วยความเพลิดเพลินที่ได้รับรู้และจดจำว่าสมัยนี้ก็มีคนนำน้ำมันปลามาสกัดแล้วเผยแพร่ออกมาสู่สังคมแล้วหรือนี่ แต่ถ้าสามารถใช้โฆษณากำหนดและควบคุมอารมณ์ได้ถึงแม้ว่าจะเป็นสิ่งที่อาจจะมิประโยชน์แต่ก็ต้องหาข้อมูลเพื่อทราบให้ได้ว่า มีอะไรที่ยืนยันได้ว่าสิ่งนี้รับประทานแล้วจะมีประโยชน์ต่อร่างกายอย่างเห็นได้ชัด

การรู้เท่าทันโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาระดับจริยธรรม

นักศึกษาปริญญาโทของมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราชทั้งกลุ่มที่มีประสบการณ์และกลุ่มที่ไม่มีประสบการณ์ซื้อหรือบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลา มีการรู้เท่าทันโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาระดับจริยธรรมอยู่ในระดับ ไม่แน่ใจหรือชั้นกลาง คือสามารถรับรู้ประเด็นทางจริยธรรมได้ด้วยการประเมินที่อิงกับความเชื่อ ค่านิยม และทัศนคติของตนเอง แต่ยังไม่สามารถวิเคราะห์ประเด็นทางจริยธรรมของโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาโดยไม่ยึดติดกับความเชื่อ ค่านิยมและทัศนคติได้ เนื่องมาจากการที่มีความรู้ในเรื่องผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาไม่พอ ทำให้มีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยต่อเรื่อง “โฆษณาของผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลา มีเลขที่โฆษณา

อนุญาตระบุไว้” ซึ่งจริงๆ แล้วโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาส่วนใหญ่ไม่มีเลขที่โฆษณาอนุญาตระบุไว้

หากนักศึกษามีความรู้ในเรื่องข้อจำกัดของการรับประทานผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาแล้ว ก็จะสามารถวิเคราะห์เนื้อหาสาระของโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาได้ว่าการเปิดเผยข้อมูลทั้งด้านดีและด้านข้อจำกัดของผลิตภัณฑ์อย่างตรงไปตรงมาหรือไม่ มีการอวดอ้างสรรพคุณของผลิตภัณฑ์เกินจริงหรือไม่

การรู้เท่าทันโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาระดับสุนทรียะ

นักศึกษาทั้งสองกลุ่มมีความคิดเห็นต่อโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาระดับสุนทรียะในระดับไม่แน่ใจหรือขึ้นกลาง แต่กลุ่มที่มีประสบการณ์จะมีค่าเฉลี่ยสูงกว่ากลุ่มที่ไม่มีประสบการณ์ ซึ่งแสดงให้เห็นว่ากลุ่มที่มีประสบการณ์สามารถประเมินคุณค่าทางสุนทรียะในเชิงโครงสร้างของแต่ละองค์ประกอบได้มากกว่ากลุ่มที่ไม่มีประสบการณ์ ดังจะเห็นได้จากการที่กลุ่มที่มีประสบการณ์มีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยกับข้อความ 5 ข้อความ แต่กลุ่มที่ไม่มีประสบการณ์จะมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยกับข้อความเพียง 2 ข้อความเท่านั้น หรืออธิบายได้ว่ากลุ่มที่มีประสบการณ์สามารถประเมินคุณค่าทางสุนทรียะในเชิงโครงสร้างของแต่ละองค์ประกอบของโฆษณาได้มากกว่ากลุ่มที่ไม่มีประสบการณ์ แต่ทั้งสองกลุ่มยังไม่สามารถประเมินคุณค่าทางสุนทรียะของกระบวนการนำเสนอของโฆษณาตามหลักวิชาการโฆษณาได้ ซึ่งหากมีเหตุผลในการรับรู้ถึงสาระสำคัญของผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาว่านี่ก็จะต้องมีความรู้เรื่องผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลามากกว่านี้

การเปิดรับสื่อโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลากับการรู้เท่าทันโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาระดับความรู้

จากผลการวิจัยพบว่า การเปิดรับสื่อโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาของนักศึกษาทางสื่อต่างๆ บางสื่อมีความสัมพันธ์กันกับความรู้เรื่องผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลา จะเห็นได้จากการเปิดรับสื่อโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาของกลุ่มที่มีประสบการณ์ซึ่งมีการเปิดรับสื่อมากกว่ากลุ่มที่ไม่มีประสบการณ์ จึงส่งผลให้กลุ่มที่มีประสบการณ์มีความรู้มากกว่ากลุ่มที่ไม่มีประสบการณ์ ซึ่งเป็นไปตามหลักการของการรู้เท่าทันสื่อ

อย่างไรก็ตาม นักศึกษาควรจะศึกษาหาข้อมูลมากกว่านี้จะได้รู้เท่าทันสิ่งที่ไม่คาดคิดอันอาจจะเกิดขึ้นได้

การเปิดรับสื่อโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลากับการรู้เท่าทันโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาในระดับอารมณ์

เหตุที่การเปิดรับสื่อโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาของนักศึกษาทางนิเทศสาร/วารสาร จดหมายแนะนำผลิตภัณฑ์ไม่มีความสัมพันธ์กับการรู้เท่าทันโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาในระดับอารมณ์ของนักศึกษา ที่เป็นเช่นนี้อาจจะเป็นเพราะความไม่แน่ใจของนักศึกษาว่าผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาจริงหรือไม่ ทำให้เมื่อได้รับการกระตุ้นจากบทความเชิงวิชาการในโฆษณา จึงเกิดการต่อต้านออกมาด้วยการไม่อยากจะรับรู้ความรู้สึกที่เกิดขึ้น

การเปิดรับสื่อโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลากับการรู้เท่าทันโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาในระดับจริยธรรม

เหตุที่การเปิดรับสื่อโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาของกลุ่มที่ไม่มีประสบการณ์ทางวิทยุ บรูสแสดงสินค้า พนักงานขาย เกสเซอร์ จดหมายแนะนำผลิตภัณฑ์ การขายทางโทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต คู่มือ/สติกเกอร์ส่วนลด และการจัดแสดงสินค้าภายในร้านไม่มีความสัมพันธ์กับการรู้เท่าทันโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาในระดับจริยธรรมของนักศึกษา ก็อาจเป็นเพราะความที่ไม่แน่ใจในผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาว่าจริงหรือไม่ เมื่อได้รับการกระตุ้นจากโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาอีก ก็ยังทำให้รู้สึกต่อต้านหรือไม่ยอมรับสิ่งนี้

การเปิดรับสื่อโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลากับการรู้เท่าทันโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาในระดับสุนทรียะ

เหตุที่การเปิดรับสื่อโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาของนักศึกษากลุ่มที่ไม่มีประสบการณ์ทางหนังสือพิมพ์ จดหมายแนะนำผลิตภัณฑ์ และคู่มือ/สติกเกอร์ส่วนลด ไม่มีความสัมพันธ์กับการรู้เท่าทันโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาในระดับสุนทรียะก็อาจจะเป็นเพราะความที่ไม่แน่ใจในผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาว่าจริงหรือไม่ แม้ว่าเมื่อได้รับการกระตุ้นให้เกิดความรู้สึกดี แต่อีกด้านหนึ่งก็จะยังไม่ยอมรับหรือต่อต้านโดยคิดว่าไม่เห็นจำเป็นหรือกินปลาสดๆจะดีเสียกว่า

การเปิดรับสื่อโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลากับการรู้เท่าทันโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาในระดับสุนทรียะ

เหตุที่การเปิดรับสื่อโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาของนักศึกษากลุ่มไม่มีประสบการณ์ทางจดหมายแนะนำผลิตภัณฑ์ไม่มีความสัมพันธ์กับการรู้เท่าทันโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาในระดับสุนทรียะนั้น อาจจะเป็นเพราะความไม่แน่ใจในผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลา เมื่อได้รับการกระตุ้นจากสื่อเหล่านี้ก็ถึงแม้ว่าจะได้รับรู้ถึงสุนทรียะของโฆษณาแต่ในอีกด้านหนึ่งก็ยังไม่ยอมรับหรือต่อต้านผลิตภัณฑ์นี้อยู่

3. ข้อเสนอแนะ

3.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

3.1.1 นักศึกษาปริญญาโทของมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราชควรมีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับข้อจำกัดหรือโทษที่อาจจะเกิดจากผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลามากกว่านี้เพื่อเป็นความรู้ต่อไป

3.1.2 หากจะรับประทานผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาเป็นประจำ ควรจะมีการปรึกษาแพทย์ด้วย เพื่อจะได้ทราบผลของการรับประทานว่าร่างกายดีขึ้นจริงหรือไม่

3.1.3 ผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาควรมีจริยธรรมในการเปิดเผยข้อมูลเรื่องข้อจำกัดของการรับประทานผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลา

3.1.4 หน่วยงานของรัฐควรเข้มงวดในการควบคุมการโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาทางสื่อต่างๆ เพราะส่วนใหญ่ไม่มีเลขที่โฆษณาอนุญาตระบุไว้

3.1.5 หน่วยงานของรัฐควรป้องกันการหลอกลวงของประชาชนในการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลา โดยให้ความรู้เรื่องผลเสียที่อาจจะเกิดจากการรับประทาน

3.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

3.2.1 ควรจะมีการศึกษาถึงการรู้เท่าทันผลิตภัณฑ์เสริมอาหารชนิดอื่นๆด้วย เพื่อจะได้ทราบถึงการรู้เท่าทันผลิตภัณฑ์เสริมอาหารชนิดอื่นๆของประชาชนว่าเป็นอย่างไร

3.2.2 ควรมีมาตรการควบคุมดูแลสื่อโฆษณาทางอิเล็กทรอนิกส์อย่างเป็นรูปธรรม เพื่อที่จะได้ป้องกันปัญหาต่างๆที่อาจจะเกิดมากขึ้น เพราะสื่อโฆษณาทางอินเทอร์เน็ตนั้นนับวันก็จะยิ่งมีความเกี่ยวข้องในชีวิตประจำวันของคนไทยมากขึ้น

3.2.3 หากมีการทำวิจัยในเรื่องผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาในอนาคต ควรจะศึกษาเจาะลึกถึงสาเหตุของการรับประทานผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลามากกว่านี้