

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ฉ
สารบัญภาพ.....	๗
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
ปัญหาของการศึกษาวิจัย.....	2
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	3
กรอบแนวคิดการวิจัย.....	4
สมมติฐานการวิจัย.....	5
ขอบเขตของการวิจัย.....	5
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	5
ประโยชน์ที่ได้รับ.....	6
บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....	7
ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลา	8
การเปิดรับสื่อ	12
การโฆษณา	15
การรู้เท่าทันโฆษณา	25
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	35
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	39
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	39
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	40
การเก็บรวบรวมข้อมูล	42
การวิเคราะห์ข้อมูล	43

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	44
ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา.....	44
ตอนที่ 2 ผลการทดสอบสมมติฐาน	84
บทที่ 5 สรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	103
สรุปการวิจัย	103
อภิปรายผล.....	112
ข้อเสนอแนะ	117
บรรณานุกรม.....	118
ภาคผนวก.....	122
ก แบบสอบถาม	123
ข ตัวอย่างโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลา.....	128
ประวัติผู้วิจัย.....	135

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 2.1 แสดงปริมาณ EPA และ DHA ในอาหารบางชนิด.....	9
ตารางที่ 2.2 แสดงปริมาณรวมของสารโอเมก้า-3 ในปลา ปูและหอย.....	10
ตารางที่ 2.3 แสดงปริมาณของปลา ปูและหอยที่จะต้องกินเพื่อให้ได้สาร EPA หรือ DHA หนึ่งกรัม.....	11
ตารางที่ 2.4 แสดงขั้นตอนการรู้เท่าทันโฆษณาในระดับต่างๆ และลักษณะพฤติกรรมของ ผู้บริโภคในระดับต่างๆ.....	28
ตารางที่ 3.1 แสดงจำนวนนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาของมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช ที่กำลังศึกษาในปีการศึกษาที่1/2549.....	39
ตารางที่ 3.2 แสดงจำนวนตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาของแต่ละสาขาวิชา.....	40
ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของนักศึกษาจำแนกตามลักษณะทั่วไป.....	45
ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของประสบการณ์จำแนกตามสาขาวิชา.....	47
ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของนักศึกษาจำแนกตามเหตุผลที่ซื้อ.....	48
ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของนักศึกษาจำแนกตามเหตุผลที่ไม่ซื้อ.....	48
ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของนักศึกษาที่มีประสบการณ์จำแนกตามลักษณะ ทั่วไป.....	49
ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของนักศึกษาที่ไม่มีประสบการณ์จำแนกตามลักษณะ ทั่วไป.....	51
ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนและร้อยละของการเปิดรับสื่อโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร น้ำมันปลาทางสื่อมวลชนของกลุ่มที่มีประสบการณ์.....	54
ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวนและร้อยละของการเปิดรับสื่อโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร น้ำมันปลาทางสื่อเฉพาะกิจของกลุ่มที่มีประสบการณ์.....	55
ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวนและร้อยละของการเปิดรับสื่อโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร น้ำมันปลาทางสื่อขายตรงของกลุ่มที่มีประสบการณ์.....	56

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.10 แสดงจำนวนและร้อยละของการเปิดรับสื่อโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร น้ำมันปลาทางสื่ออื่นๆของกลุ่มที่มีประสพการณ์.....	58
ตารางที่ 4.11 แสดงจำนวนและร้อยละของสื่อที่ทำให้กลุ่มที่มีประสพการณ์รู้จักผลิตภัณฑ์ เสริมอาหารน้ำมันปลา.....	59
ตารางที่ 4.12 แสดงจำนวนและร้อยละของการเปิดรับสื่อโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร น้ำมันปลาทางสื่อมวลชนของกลุ่มที่ไม่มีประสพการณ์.....	60
ตารางที่ 4.13 แสดงจำนวนและร้อยละของการเปิดรับสื่อโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร น้ำมันปลาทางสื่อเฉพาะกิจของกลุ่มที่ไม่มีประสพการณ์.....	61
ตารางที่ 4.14 แสดงจำนวนและร้อยละของการเปิดรับสื่อโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร น้ำมันปลาทางสื่อขายตรงของกลุ่มที่ไม่มีประสพการณ์.....	62
ตารางที่ 4.15 แสดงจำนวนและร้อยละของการเปิดรับสื่อโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร น้ำมันปลาทางสื่ออื่นๆของกลุ่มที่ไม่มีประสพการณ์.....	64
ตารางที่ 4.16 แสดงจำนวนและร้อยละของสื่อที่ทำให้กลุ่มที่ไม่มีประสพการณ์รู้จัก ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลา.....	65
ตารางที่ 4.17 แสดงจำนวนและร้อยละของความรู้เรื่องผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลา ของกลุ่มที่มีประสพการณ์.....	66
ตารางที่ 4.18 ตารางสรุปจำนวนและร้อยละของการตอบถูกเรื่องผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร น้ำมันปลาของกลุ่มที่มีประสพการณ์.....	67
ตารางที่ 4.19 แสดงจำนวนและร้อยละของความรู้เรื่องผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลา ของกลุ่มที่ไม่มีประสพการณ์	69
ตารางที่ 4.20 ตารางสรุปจำนวนและร้อยละของการตอบถูกเรื่องผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร น้ำมันปลาของกลุ่มที่ไม่มีประสพการณ์.....	70
ตารางที่ 4.21 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นต่อโฆษณาผลิตภัณฑ์ เสริมอาหารน้ำมันปลาระดับอารมณ์ของกลุ่มที่มีประสพการณ์.....	72

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.22 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นต่อโฆษณาผลิตภัณฑ์ เสริมอาหารน้ำมันปลา ระดับอารมณ์ของกลุ่มที่ไม่มีประสบการณ์.....	74
ตารางที่ 4.23 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นต่อโฆษณาผลิตภัณฑ์ เสริมอาหารน้ำมันปลา ระดับจริยธรรมของกลุ่มที่มีประสบการณ์.....	76
ตารางที่ 4.24 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นต่อโฆษณาผลิตภัณฑ์ เสริมอาหารน้ำมันปลา ระดับจริยธรรมของกลุ่มที่ไม่มีประสบการณ์.....	78
ตารางที่ 4.25 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นต่อโฆษณาผลิตภัณฑ์ เสริมอาหารน้ำมันปลา ระดับสุนทรียะของกลุ่มที่มีประสบการณ์.....	80
ตารางที่ 4.26 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นต่อโฆษณาผลิตภัณฑ์ เสริมอาหารน้ำมันปลา ระดับสุนทรียะของกลุ่มที่ไม่มีประสบการณ์.....	82
ตารางที่ 4.27 แสดงระดับการรู้เท่าทันโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาของ กลุ่มที่มีประสบการณ์.....	84
ตารางที่ 4.28 แสดงระดับการรู้เท่าทันโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาของ กลุ่มที่ไม่มีประสบการณ์.....	84
ตารางที่ 4.29 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของความรู้เรื่องผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร น้ำมันปลา จำแนกตามเพศ.....	85
ตารางที่ 4.30 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของความรู้เรื่องผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร น้ำมันปลา จำแนกตามอายุ.....	85
ตารางที่ 4.31 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของความรู้เรื่องผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร น้ำมันปลา จำแนกตามสถานภาพ.....	86
ตารางที่ 4.32 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของความรู้เรื่องผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร น้ำมันปลา ของนักศึกษาที่มีอาชีพต่างกัน.....	87
ตารางที่ 4.33 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของความรู้เรื่องผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร น้ำมันปลา ของนักศึกษาที่มีรายได้ต่างกัน.....	88

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.34 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของความรู้เรื่องผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร น้ำมันปลาของนักศึกษาที่เรียนสาขาวิชาต่างกัน.....	89
ตารางที่ 4.35 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของความรู้เรื่องผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร น้ำมันปลาของนักศึกษาที่มีประสบการณ์ต่างกัน.....	90
ตารางที่ 4.36 สรุปผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของคะแนนความรู้ตามลักษณะ ประชากร.....	90
ตารางที่ 4.37 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของการเปิดรับสื่อโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร น้ำมันปลากับความรู้เรื่องผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาของกลุ่มที่มี ประสบการณ์.....	91
ตารางที่ 4.38 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของการเปิดรับสื่อโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร น้ำมันปลากับความรู้เรื่องผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาของกลุ่มที่ไม่มี ประสบการณ์.....	92
ตารางที่ 4.39 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของการเปิดรับสื่อโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร น้ำมันปลากับการรู้เท่าทันโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาในระดับ อารมณ์ของกลุ่มที่มีประสบการณ์.....	93
ตารางที่ 4.40 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของการเปิดรับสื่อโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร น้ำมันปลากับการรู้เท่าทันโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาในระดับ อารมณ์ของกลุ่มที่ไม่มีประสบการณ์.....	94
ตารางที่ 4.41 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของการเปิดรับสื่อโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร น้ำมันปลากับการรู้เท่าทันโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาในระดับ จริยธรรมของกลุ่มที่มีประสบการณ์.....	95
ตารางที่ 4.42 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของการเปิดรับสื่อโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร น้ำมันปลากับการรู้เท่าทันโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาในระดับ จริยธรรมของกลุ่มที่ไม่มีประสบการณ์.....	96

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.43 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของการเปิดรับสื่อโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลากับการรู้เท่าทันโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลา ระดับสุนทรียะของกลุ่มที่มีประสบการณ์.....	97
ตารางที่ 4.44 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของการเปิดรับสื่อโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลากับการรู้เท่าทันโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลา ระดับสุนทรียะของกลุ่มที่ไม่มีประสบการณ์.....	98
ตารางที่ 4.45 สรุปความสัมพันธ์ของการเปิดรับสื่อกับการรู้เท่าทันโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาของกลุ่มที่มีประสบการณ์	99
ตารางที่ 4.46 สรุปความสัมพันธ์ของการเปิดรับสื่อกับการรู้เท่าทันโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารน้ำมันปลาของกลุ่มที่ไม่มีประสบการณ์	101

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย.....	4
ภาพที่ 2.1 แสดงระดับของการรู้เท่าทันโฆษณา.....	25