

## สารบัญตาราง

| ตารางที่ |                                                                                                                                                                                             | หน้า |
|----------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| 2.1      | ความแตกต่างระหว่างโฆษณาองค์กร กับโฆษณาทั่วไป.....                                                                                                                                           | 51   |
| 4.1      | จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ .....                                                                                                                                            | 85   |
| 4.2      | จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ .....                                                                                                                                           | 85   |
| 4.3      | จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด.....                                                                                                                             | 86   |
| 4.4      | จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ.....                                                                                                                                           | 87   |
| 4.5      | จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้ส่วนตัวต่อเดือน.....                                                                                                                           | 88   |
| 4.6      | จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่<br>ในการรับชมโทรทัศน์ .....                                                                                                       | 89   |
| 4.7      | จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระยะเวลาในการ<br>รับชมโทรทัศน์ต่อครั้ง .....                                                                                              | 90   |
| 4.8      | จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามช่วงเวลาที่รับชมโทรทัศน์<br>มากที่สุด .....                                                                                                          | 91   |
| 4.9      | จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ในการ<br>รับชมภาพยนตร์โฆษณาองค์กรทางโทรทัศน์ชุด “เค-ฮีโร่ส์” (K-Heroes)<br>และชุด “เคแบงก์กรุ๊ป” (KBANKGROUP) ในหนึ่งสัปดาห์ ..... | 92   |
| 4.10     | จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะการชม<br>ภาพยนตร์โฆษณาองค์กรทางโทรทัศน์ชุด “เค-ฮีโร่ส์” (K-Heroes) และ<br>ชุด “เคแบงก์กรุ๊ป” (KBANKGROUP) .....                     | 93   |
| 4.11     | จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะ<br>การจดจำภาพยนตร์โฆษณาองค์กรทางโทรทัศน์ชุด “เค-ฮีโร่ส์” (K-Heroes)<br>และชุด “เคแบงก์กรุ๊ป” (KBANKGROUP) .....                    | 94   |
| 4.12     | จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสิ่งที่จำได้หลังจากชม<br>ภาพยนตร์โฆษณาองค์กรทางโทรทัศน์ชุด “เค-ฮีโร่ส์” (K-Heroes) .....                                                             | 95   |
| 4.13     | จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสิ่งที่จำได้หลังจากชม<br>ภาพยนตร์โฆษณาองค์กรทางโทรทัศน์ชุด “เคแบงก์กรุ๊ป” (KBANKGROUP)                                                               | 96   |

|      |                                                                                                                                                                                                                                                                |     |
|------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 4.14 | จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามผู้แสดงนำเด่นที่จำได้<br>หลังจากชมภาพยนตร์โฆษณาองค์กรทางโทรทัศน์ชุด “เค-ฮีโร่ส์”<br>(K-Heroes) .....                                                                                                                    | 97  |
| 4.15 | จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามผู้แสดงนำเด่นที่จำได้<br>หลังจากชมภาพยนตร์โฆษณาองค์กรทางโทรทัศน์ชุด “เคแบงก์กรุ๊ป”<br>(KBANKGROUP) .....                                                                                                                | 98  |
| 4.16 | จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการจดจำองค์กรที่เป็น<br>เจ้าของภาพยนตร์โฆษณาองค์กรทางโทรทัศน์ชุด “เค-ฮีโร่ส์” (K-Heroes)<br>และชุด “เคแบงก์กรุ๊ป” (KBANKGROUP) .....                                                                                    | 99  |
| 4.17 | จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการจดจำข้อความสัญลักษณ์<br>การให้บริการที่มีคุณภาพ.....                                                                                                                                                                 | 100 |
| 4.18 | จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง จำแนก<br>ตามความคิดเห็นที่มีต่อภาพยนตร์โฆษณาองค์กรทางโทรทัศน์ชุด<br>“เค-ฮีโร่ส์” (K-Heroes) .....                                                                                               | 101 |
| 4.19 | จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง จำแนก<br>ตามความคิดเห็นที่มีต่อภาพยนตร์โฆษณาองค์กรทางโทรทัศน์ชุด<br>“เคแบงก์กรุ๊ป” (KBANKGROUP) .....                                                                                           | 106 |
| 4.20 | จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความคิดเห็น<br>เกี่ยวกับภาพยนตร์โฆษณามีผลต่อการใช้สินค้าและบริการขององค์กรที่เป็น<br>เจ้าของ หลังจากชมภาพยนตร์โฆษณาองค์กร ทางโทรทัศน์ชุด “เค-ฮีโร่ส์”<br>(K-Heroes) และชุด “เคแบงก์กรุ๊ป” (KBANKGROUP) ..... | 111 |
| 4.21 | จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความชอบ<br>ภาพยนตร์โฆษณาองค์กรทางโทรทัศน์ชุด “เค-ฮีโร่ส์” (K-Heroes) และชุด<br>“เคแบงก์กรุ๊ป” (KBANKGROUP).....                                                                                              | 112 |
| 4.22 | จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความคิดเห็น<br>เกี่ยวกับภาพลักษณ์ของสินค้าและบริการขององค์กรหลังจากชมภาพยนตร์<br>โฆษณาองค์กรทางโทรทัศน์ ชุด “เค-ฮีโร่ส์” (K-Heroes) และชุด “เคแบงก์กรุ๊ป”<br>(KBANKGROUP).....                               | 113 |