

### บทที่ 3

#### วิธีการศึกษา

การศึกษาเรื่อง “การเปิดรับสารและความคิดเห็นของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อภาพยนตร์โฆษณาองค์กรในวาระครบรอบ 60 ปี ของเครือธนาคารกสิกรไทย” มีวิธีการศึกษาดังนี้

#### รูปแบบการศึกษา

การศึกษานี้ใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ในรูปแบบของการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) แบบวัดผลครั้งเดียว (One-Shot Case Study) เพื่อศึกษาการเปิดรับสารและความคิดเห็นของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อภาพยนตร์โฆษณาองค์กรในวาระครบรอบ 60 ปี ของเครือธนาคารกสิกรไทย ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

#### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ทำการศึกษา ได้แก่ ประชาชนทั่วไป อายุตั้งแต่ 20-60 ปี เพศชาย และหญิง อยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 5,658,953 คน<sup>1</sup> โดยใช้ฐานตัวเลขประชากรที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร ในปี พ.ศ. 2548 จำนวน 5,658,953 คน

#### การสุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง ได้จากการสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Sampling) โดยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง จากสูตรของ Taro Yamane<sup>2</sup> ซึ่งพิจารณาจากจำนวนประชากรในเขต

---

<sup>1</sup>กระทรวงมหาดไทย, กรมการปกครอง, “ประชากรที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร,” รวบรวมโดย กองคลังข้อมูลและสนเทศสถิติ สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2548.

<sup>2</sup>บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ, ระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์ (กรุงเทพมหานคร: การพิมพ์พระนคร, 2537), น. 63.

กรุงเทพมหานคร โดยใช้ฐานตัวเลขในปี พ.ศ. 2548 จำนวน 5,658,953 คน กำหนดให้เกิดความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างร้อยละ 5 หรือ 0.05 การคำนวณใช้สูตร ดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

เมื่อ  $e$  = ความคลาดเคลื่อนของกลุ่มประชากร

$N$  = ขนาดของประชากร 5,658,953 คน

$n$  = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

$$n = \frac{5,658,953}{1 + 5,658,953(0.05)^2}$$

$$= 399.97$$

$$= 400 \text{ คน}$$

จากนั้นผู้ศึกษาได้สุ่มตัวอย่างแบบไม่เป็นไปตามโอกาสทางสถิติ (Non-Probability Sampling) โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Sampling) โดยมีขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งกลุ่ม (Cluster Sampling) เพื่อแบ่งพื้นที่ในกรุงเทพมหานคร ออกเป็นกลุ่ม ๆ โดยแบ่งตามโครงสร้างการแบ่งเขตของกรุงเทพมหานคร 50 เขต เป็น 6 กลุ่ม ดังนี้

1. พื้นที่กลุ่มวังหลวง มี 9 เขต คือ เขตพระนคร ป้อมปราบฯ สัมพันธวงศ์ บางรัก ปทุมวัน พญาไท ดุสิต บางซื่อ และราชเทวี
2. พื้นที่กลุ่มบูรพา มี 9 เขต คือ เขตดอนเมือง หลักสี่ สายไหม บางเขต จตุจักร ลาดพร้าว บึงกุ่ม บางกะปิ และวังทองหลาง
3. พื้นที่กลุ่มศรีนครินทร์ มี 8 เขต คือ เขตสะพานสูง มีนบุรี คลองสามวา ประเวศหนองจอก ลาดกระบัง สวนหลวง และคันนายาว
4. พื้นที่กลุ่มเจ้าพระยา มี 9 เขต คือ เขตดินแดง ห้วยขวาง วัฒนา คลองเตย บางนา พระโขนง บางคอแหลม และยานนาวา
5. พื้นที่กลุ่มกรุงธนเหนือ มี 7 เขต คือ เขตบางพลัด ตลิ่งชัน บางกอกใหญ่ บางกอกน้อย ภาษีเจริญ หนองแขม และทวีวัฒนา
6. พื้นที่กลุ่มกรุงธนใต้ มี 8 เขต คือ เขตบางขุนเทียน บางบอน ราษฎร์บูรณะ ทุ่งครุ จอมทอง ธนบุรี คลองสาน และบางแค

ขั้นตอนที่ 2 สุ่มแบบใช้การกำหนด (Quota Sampling) เพื่อกำหนดเขตพื้นที่กลุ่มทั้ง 6 กลุ่ม กลุ่มละ 1 เขต ทำให้ได้จำนวนเขตทั้งหมด 6 เขต ดังนี้

1. กลุ่มวังหลวง 1 เขต
2. กลุ่มบุรพา 1 เขต
3. กลุ่มศรีนครินทร์ 1 เขต
4. กลุ่มเจ้าพระยา 1 เขต
5. กลุ่มกรุงธนเหนือ 1 เขต
6. กลุ่มกรุงธนใต้ 1 เขต

ขั้นตอนที่ 3 ทำการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) เป็นการสุ่มตัวอย่างเขตในแต่ละกลุ่ม เพื่อให้ได้สถานที่ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยวิธีการจับสลาก เขตที่ต้องทำการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่

1. กลุ่มวังหลวง ได้แก่ เขตพระนคร
2. กลุ่มบุรพา ได้แก่ เขตบางกะปิ
3. กลุ่มศรีนครินทร์ ได้แก่ เขตประเวศ
4. กลุ่มเจ้าพระยา ได้แก่ เขตห้วยขวาง
5. กลุ่มกรุงธนเหนือ ได้แก่ เขตทวีวัฒนา
6. กลุ่มกรุงธนใต้ ได้แก่ เขตบางแค

ขั้นตอนที่ 4 สุ่มแบบกำหนดจำนวนตัวอย่าง (Quota Sampling) จากพื้นที่ทั้ง 6 เขต รวมจำนวน 400 ตัวอย่าง โดยการกำหนดให้เขตชุมชนดังกล่าวมีจำนวนกลุ่มตัวอย่างเขตละเท่า ๆ กัน ดังนี้

$$\begin{aligned}
 \text{จำนวนกลุ่มตัวอย่างในแต่ละเขต} &= \frac{\text{จำนวนตัวอย่างทั้งหมด}}{\text{จำนวนเขตที่จับสลากได้}} \\
 &= \frac{400}{6} \\
 &= 66.66 \text{ คน}
 \end{aligned}$$

ดังนั้นจำนวนกลุ่มตัวอย่างในแต่ละเขตประมาณ 67 คน

ขั้นตอนที่ 5 สุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ด้วยการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างตามสถานที่ต่างๆ เช่น สถานศึกษา บริษัท/ห้างร้าน ร้านค้า ตลาด และบริเวณชุมชนที่กลุ่มตัวอย่างอาศัยอยู่

### เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้ศึกษาได้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งมีทั้งชนิดคำถามปลายปิด (Closed – ended Question) คำถามปลายเปิด (Open – ended Question) และคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยแบ่งคำถามออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ โดยแบบสอบถามมีลักษณะแบบเลือกตอบ (Check List) จำนวน 5 ข้อ

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อโทรทัศน์และการเปิดรับภาพยนตร์โฆษณาองค์กรทางโทรทัศน์ชุด “เค-ฮีโร่ส์” (K-Heroes) และชุด “เคแบงก์กรุ๊ป” (KBANKGROUP) โดยแบบสอบถามมีลักษณะแบบเลือกตอบ (Check List) จำนวน 5 ข้อ

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับการจดจำภาพยนตร์โฆษณาองค์กรทางโทรทัศน์ชุด “เค-ฮีโร่ส์” (K-Heroes) และชุด “เคแบงก์กรุ๊ป” (KBANKGROUP) โดยแบบสอบถามมีลักษณะแบบเลือกตอบ (Check List) จำนวน 3 ข้อ และคำถามปลายเปิดเกี่ยวกับการจดจำ จำนวน 4 ข้อ

ส่วนที่ 4 เป็นคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีภาพยนตร์โฆษณาองค์กรทางโทรทัศน์ชุด “เค-ฮีโร่ส์” (K-Heroes) และชุด “เคแบงก์กรุ๊ป” (KBANKGROUP) โดยแบบสอบถามมีลักษณะแบบเลือกตอบ (Check List) จำนวน 3 ข้อ และแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) จำนวน 2 ข้อ

### การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เนื่องจากในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย ผู้ศึกษาได้มีการทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อถือได้ (Reliability) ของเครื่องมือ ดังต่อไปนี้

1. การทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) ผู้ศึกษาได้นำแบบสอบถามให้อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์โครงการเฉพาะบุคคล เป็นผู้พิจารณาตรวจสอบในด้านความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) และความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ (Wording) เพื่อขอคำแนะนำในการ

ปรับปรุงแก้ไข จากนั้นนำแบบสอบถามที่ได้รับการตรวจสอบหาความเที่ยงตรงเรียบร้อยแล้วไปใช้ในการเก็บข้อมูลจริงกับกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้

2. การทดสอบความเชื่อถือได้ (Reliability) ผู้ศึกษานำแบบสอบถาม 30 ชุด ไปทดสอบก่อน (Pre-Test) กับกลุ่มตัวอย่าง วิเคราะห์ด้วยวิธีแอลฟา (Cronbach's Alpha Method) ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม คือ ในส่วนของความคิดเห็นที่มีภาพยนตร์โฆษณาองค์กรทางโทรทัศน์ชุด “เค-ฮีโร่ส์” (K-Heroes) เท่ากับ 0.8082 และในส่วนของความคิดเห็นที่มีภาพยนตร์โฆษณาองค์กรทางโทรทัศน์ชุด “เคแบงก์กรุ๊ป” (KBANKGROUP) เท่ากับ 0.7114

### กำหนดการวัดค่าตัวแปรในการวิจัย

การวัดตัวแปรลักษณะทางประชากรศาสตร์ ผู้ศึกษาจะแบ่งข้อมูลออกเป็นกลุ่มๆ ในตัวแปรที่ประกอบเป็นลักษณะทางประชากรศาสตร์ ดังต่อไปนี้

#### ส่วนที่ 1 ข้อมูลตัวไปเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์

##### 1.1 เพศของกลุ่มตัวอย่าง

- ชาย
- หญิง

##### 1.2 อายุของกลุ่มตัวอย่าง

- 20-29 ปี
- 30-39 ปี
- 40-49 ปี
- 50-59 ปี
- 60 ปีขึ้นไป

##### 1.3 ระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง

- ประถมศึกษา
- มัธยมศึกษา
- อนุปริญญา/อาชีวศึกษา
- ปริญญาตรี
- สูงกว่าปริญญาตรี
- อื่นๆ

## 1.4 อาชีพของกลุ่มตัวอย่าง

- นักเรียน/นักศึกษา
- รัฐบาล/พนักงานรัฐวิสาหกิจ
- พนักงานบริษัทเอกชน
- อาชีพอิสระ/รับจ้างทั่วไป
- ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว
- อื่นๆ

## 1.5 รายได้ส่วนตัวต่อเดือนโดยประมาณของกลุ่มตัวอย่าง

- 5,000 - 10,000 บาท
- 10,001 - 20,000 บาท
- 20,001 - 30,000 บาท
- 30,001 - 40,000 บาท
- 40,001 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อโทรทัศน์และการเปิดรับภาพยนตร์โฆษณาองค์กรทางโทรทัศน์ชุด “เค-ฮีโร่ส์” (K-Heroes) และชุด “เคแบงก์กรุ๊ป” (KBANKGROUP) ของกลุ่มตัวอย่าง

2.1 ความถี่ในการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ของกลุ่มตัวอย่าง วัดจากจำนวนครั้งในการเปิดรับต่อสัปดาห์ เป็น 5 ระดับ ดังนี้

- |                                    |           |
|------------------------------------|-----------|
| - ดูทุกวัน                         | = 5 คะแนน |
| - ดูบ่อยๆ (5-6 ครั้ง/สัปดาห์)      | = 4 คะแนน |
| - ดูบ้าง (3-4 ครั้ง/สัปดาห์)       | = 3 คะแนน |
| - ไม่ค่อยได้ดู (1-2 ครั้ง/สัปดาห์) | = 2 คะแนน |
| - ไม่ได้ดูเลย                      | = 1 คะแนน |

## การแปลความหมายค่าเฉลี่ย

ค่าเฉลี่ยของมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยใช้ค่าทางสถิติคะแนนเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic Mean) กำหนดช่วงการวัดคือ

$$\frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนระดับ}} = \frac{5 - 1}{5} = 0.8$$

ความถี่ในการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ มีค่าเฉลี่ยดังนี้

- คะแนนรวม 4.21 - 5.00 = ความถี่ในการเปิดรับมากที่สุด
- คะแนนรวม 3.41 - 4.20 = ความถี่ในการเปิดรับมาก
- คะแนนรวม 2.61 - 3.40 = ความถี่ในการเปิดรับปานกลาง
- คะแนนรวม 1.81 - 2.60 = ความถี่ในการเปิดรับน้อย
- คะแนนรวม 1.00 - 1.80 = ความถี่ในการเปิดรับน้อยมาก

2.2 ระยะเวลาในการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ของกลุ่มตัวอย่าง แบ่งเป็น 4 ระดับ

- มากกว่า 3 ชั่วโมง = 4 คะแนน
- 2-3 ชั่วโมง = 3 คะแนน
- 30 นาที - 1 ชั่วโมง = 2 คะแนน
- ต่ำกว่า 30 นาที = 1 คะแนน

การแปลความหมายค่าเฉลี่ย

ค่าเฉลี่ยของมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยใช้ค่าทางสถิติ คะแนนเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic Mean) กำหนดช่วงการวัดคือ

$$\frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนระดับ}} = \frac{4 - 1}{4} = 0.75$$

ระยะเวลาในการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ มีค่าเฉลี่ยดังนี้

- คะแนนรวม 3.26 - 4.00 = ระยะเวลาในการเปิดรับมาก
- คะแนนรวม 2.51 - 3.25 = ระยะเวลาในการเปิดรับปานกลาง
- คะแนนรวม 1.76 - 2.50 = ระยะเวลาในการเปิดรับน้อย
- คะแนนรวม 1.00 - 1.75 = ระยะเวลาในการเปิดรับน้อยมาก

2.3 ช่วงเวลาที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับสื่อโทรทัศน์มากที่สุด (เลือกตอบเฉพาะข้อที่ปฏิบัติบ่อยที่สุด)

- เวลา 06.00 - 09.00 น.
- เวลา 09.01 - 12.00 น.
- เวลา 12.01 - 15.00 น.
- เวลา 15.01 - 17.00 น.
- เวลา 17.01 - 21.00 น.

- เวลา 21.01 - 24.00 น.
- หลัง 24.01 น.

2.4 ความถี่ในการรับชมภาพยนตร์โฆษณาองค์กรทางโทรทัศน์ชุด “เค-ฮีโร่ส์” (K-Heroes) และชุด “เคแบงก์กรุ๊ป” (KBANKGROUP) ของกลุ่มตัวอย่าง

- ชมทุกวัน = 5 คะแนน
- ชมบ่อย (5-6 ครั้ง/วัน) = 4 คะแนน
- ชมบ้าง (3-4 ครั้ง/วัน) = 3 คะแนน
- ไม่ค่อยได้ชม (1-2 ครั้ง/วัน) = 2 คะแนน
- ไม่ได้ชมเลย = 1 คะแนน

#### การแปลความหมายค่าเฉลี่ย

ค่าเฉลี่ยของมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยใช้ค่าทางสถิติ คะแนนเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic Mean) กำหนดช่วงการวัดคือ

$$\frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนระดับ}} = \frac{5 - 1}{5} = 0.8$$

ความถี่ในการรับชมภาพยนตร์โฆษณาองค์กรทางโทรทัศน์ มีค่าเฉลี่ยดังนี้

- คะแนนรวม 4.21 - 5.00 = ความถี่ในการรับชมมากที่สุด
- คะแนนรวม 3.41 - 4.20 = ความถี่ในการรับชมมาก
- คะแนนรวม 2.61 - 3.40 = ความถี่ในการรับชมปานกลาง
- คะแนนรวม 1.81 - 2.60 = ความถี่ในการรับชมน้อย
- คะแนนรวม 1.00 - 1.80 = ความถี่ในการรับชมน้อยมาก

2.5 ลักษณะในการรับชมภาพยนตร์โฆษณาองค์กรทางโทรทัศน์ชุด “เค-ฮีโร่ส์” (K-Heroes) และชุด “เคแบงก์กรุ๊ป” (KBANKGROUP) ของกลุ่มตัวอย่าง

- ชมจนกว่าจะจบเรื่อง = 5 คะแนน
- เดินออกไปทำธุระ = 4 คะแนน
- นั่งคุยไปชมไป = 3 คะแนน
- กดรีโมทเปลี่ยนช่องทันที = 2 คะแนน
- หาอะไรทำไปพร้อมๆ กับชมผ่านๆ = 1 คะแนน

### การแปลความหมายค่าเฉลี่ย

ค่าเฉลี่ยของมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยใช้ค่าทางสถิติ  
คะแนนเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic Mean) กำหนดช่วงการวัดคือ

$$\frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนระดับ}} = \frac{5 - 1}{5} = 0.8$$

ความถี่ในการรับชมภาพยนตร์โฆษณาองค์กรทางโทรทัศน์ มีค่าเฉลี่ยดังนี้

- คะแนนรวม 4.21 - 5.00 = ความถี่ในการรับชมมากที่สุด
- คะแนนรวม 3.41 - 4.20 = ความถี่ในการรับชมมาก
- คะแนนรวม 2.61 - 3.40 = ความถี่ในการรับชมปานกลาง
- คะแนนรวม 1.81 - 2.60 = ความถี่ในการรับชมน้อย
- คะแนนรวม 1.00 - 1.80 = ความถี่ในการรับชมน้อยมาก

### ส่วนที่ 3 การจดจำที่มีต่อภาพยนตร์โฆษณาองค์กรทางโทรทัศน์ชุด "เค-ฮีโร่ส์"

(K-Heroes) และชุด "เคแบงก์กรุ๊ป" (KBANKGROUP) ของกลุ่มตัวอย่าง

3.1 ลักษณะการจดจำเนื้อหาโดยรวมของภาพยนตร์โฆษณาองค์กรทาง  
โทรทัศน์ชุด "เค-ฮีโร่ส์" (K-Heroes) และชุด "เคแบงก์กรุ๊ป" (KBANKGROUP) ของกลุ่มตัวอย่าง

- จำได้ทั้งโฆษณา = 4 คะแนน
- จำเฉพาะประเด็นที่สนใจ = 3 คะแนน
- จำรายละเอียดได้เล็กน้อย = 2 คะแนน
- จำรายละเอียดไม่ได้เลย = 1 คะแนน

### การแปลความหมายค่าเฉลี่ย

ค่าเฉลี่ยของมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยใช้ค่าทางสถิติ  
คะแนนเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic Mean) กำหนดช่วงการวัดคือ

$$\frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนระดับ}} = \frac{4 - 1}{4} = 0.75$$

การจดจำเนื้อหาโดยรวมของภาพยนตร์โฆษณาองค์กรทางโทรทัศน์  
มีค่าเฉลี่ยดังนี้

- คะแนนรวม 3.26 - 4.00 = มีการจำเนื้อหาโดยรวมมาก
- คะแนนรวม 2.51 - 3.25 = มีการจำเนื้อหาโดยรวมปานกลาง
- คะแนนรวม 1.76 - 2.50 = มีการจำเนื้อหาโดยรวมน้อย
- คะแนนรวม 1.00 - 1.75 = มีการจำเนื้อหาโดยรวมน้อยมาก

3.2 หลังจากท่านชมภาพยนตร์โฆษณาองค์กรทางโทรทัศน์ชุด “เค-ฮีโร่ส์” (K-Heroes) แล้ว ท่านจำอะไรได้บ้าง โปรดระบุ.....

3.3 หลังจากท่านชมภาพยนตร์โฆษณาองค์กรชุด “เคแบงก์กรุ๊ป” (KBANKGROUP) แล้ว ท่านจำอะไรได้บ้าง โปรดระบุ.....

3.4 หลังจากท่านชมภาพยนตร์โฆษณาองค์กรทางโทรทัศน์ชุด “เค-ฮีโร่ส์” (K-Heroes) แล้ว ผู้แสดงนำเด่นมีใครบ้าง โปรดระบุ.....

3.5 หลังจากท่านชมภาพยนตร์โฆษณาองค์กรทางโทรทัศน์ชุด “เคแบงก์กรุ๊ป” (KBANKGROUP) แล้ว ผู้แสดงนำเด่นมีใครบ้าง โปรดระบุ.....  
การจดจำองค์กรที่เป็นเจ้าของภาพยนตร์โฆษณาองค์กรทางโทรทัศน์ชุด “เค-ฮีโร่ส์” (K-Heroes) และชุด “เคแบงก์กรุ๊ป” (KBANKGROUP) ของกลุ่มตัวอย่าง

- เอไอเอส (AIS)
- เครือซีเมนต์ไทย
- เครือธนาคารกสิกรไทย
- ดีแทค (DTAC)

3.6 การจดจำข้อความสัญลักษณ์การให้บริการที่มีคุณภาพของกลุ่ม  
ตัวอย่าง

- เคเอ็กเซลเลนซ์ (KExcellence)
- บี-แบงก์กิ้ง (B-Banking)
- อี-เซอร์วิส (E-service)
- เอ-แอปเปิ้ล (A-Apple)

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นที่มีต่อภาพยนตร์โฆษณาองค์กรทางโทรทัศน์ชุด “เค-ฮีโร่ส์” (K-Heroes) และชุด “เคแบงก์กรุ๊ป” (KBANKGROUP) ของกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ความคิดเห็นต่อภาพยนตร์โฆษณาองค์กรทางโทรศัพท์มือถือ "เค-ฮีโร่ส์" (K-Heroes) และชุด "เคแบงก์กรุ๊ป" (KBANKGROUP) ในประเด็นต่างๆ หลังจากชมภาพยนตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

- ระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง = 5 คะแนน
- ระดับเห็นด้วย = 4 คะแนน
- ระดับไม่แน่ใจ = 3 คะแนน
- ระดับไม่เห็นด้วย = 2 คะแนน
- ระดับไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง = 1 คะแนน

การแปลความหมายค่าเฉลี่ย

ค่าเฉลี่ยของมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยใช้ค่าทางสถิติ คะแนนเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic Mean) กำหนดช่วงการวัดคือ

$$\frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนระดับ}} = \frac{5 - 1}{5} = 0.8$$

ระดับความคิดเห็นต่อภาพยนตร์โฆษณาองค์กรทางโทรศัพท์มือถือ "เค-ฮีโร่ส์" (K-Heroes) และชุด "เคแบงก์กรุ๊ป" (KBANKGROUP) ของกลุ่มตัวอย่าง มีค่าเฉลี่ยดังนี้

- คะแนนรวม 4.21 - 5.00 = ระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง
- คะแนนรวม 3.41 - 4.20 = ระดับเห็นด้วย
- คะแนนรวม 2.61 - 3.40 = ระดับไม่แน่ใจ
- คะแนนรวม 1.81 - 2.60 = ระดับไม่เห็นด้วย
- คะแนนรวม 1.00 - 1.80 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

1.2 ความคิดเห็นว่าคุณภาพของภาพยนตร์โฆษณาองค์กรชุด "เค-ฮีโร่ส์" (K-Heroes) และชุด "เคแบงก์กรุ๊ป" (KBANKGROUP) มีผลต่อการบริโภคสินค้า หรือบริการขององค์กรที่เป็นเจ้าของโฆษณาของกลุ่มตัวอย่าง

- มีผลมาก = 5 คะแนน
- มีผล = 4 คะแนน
- มีผลปานกลาง = 3 คะแนน
- ไม่ค่อยมีผล = 2 คะแนน
- ไม่มีผลเลย = 1 คะแนน

### การแปลความหมายค่าเฉลี่ย

ค่าเฉลี่ยของมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยใช้ค่าทางสถิติ  
คะแนนเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic Mean) กำหนดช่วงการวัดคือ

$$\frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนระดับ}} = \frac{5 - 1}{5} = 0.8$$

อิทธิพลของภาพยนตร์โฆษณาองค์กรทางโทรทัศน์ มีค่าเฉลี่ยดังนี้

- คะแนนรวม 4.21 - 5.00 = มีผลมาก
- คะแนนรวม 3.41 - 4.20 = มีผล
- คะแนนรวม 2.61 - 3.40 = มีผลปานกลาง
- คะแนนรวม 1.81 - 2.60 = ไม่ค่อยมีผล
- คะแนนรวม 1.00 - 1.80 = ไม่มีผลเลย

1.3 ความคิดเห็นในด้านความชอบในภาพยนตร์โฆษณาองค์กรชุด  
“เค-ฮีโร่ส์” (K-Heroes) และชุด “เคแบงก์กรุ๊ป” (KBANKGROUP) ของกลุ่มตัวอย่างหลังจาก  
รับชมภาพยนตร์แล้ว

- ชอบมาก = 5 คะแนน
- ค่อนข้างชอบ = 4 คะแนน
- เฉย ๆ = 3 คะแนน
- ไม่ค่อยชอบ = 2 คะแนน
- ไม่ชอบเลย = 1 คะแนน

### การแปลความหมายค่าเฉลี่ย

ค่าเฉลี่ยของมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยใช้ค่าทางสถิติ  
คะแนนเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic Mean) กำหนดช่วงการวัดคือ

$$\frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนระดับ}} = \frac{5 - 1}{5} = 0.8$$

ระดับความชอบของกลุ่มตัวอย่างหลังจากรับชมภาพยนตร์โฆษณาองค์กรทางโทรทัศน์ มีค่าเฉลี่ยดังนี้

- คะแนนรวม 4.21 - 5.00 = ชอบมาก
- คะแนนรวม 3.41 - 4.20 = ค่อนข้างชอบ
- คะแนนรวม 2.61 - 3.40 = เฉย ๆ
- คะแนนรวม 1.81 - 2.60 = ไม่ค่อยชอบ
- คะแนนรวม 1.00 - 1.80 = ไม่ชอบเลย

1.4 ความคิดเห็นต่อภาพยนตร์โฆษณาองค์กรชุด “เค-ฮีโร่ส์” (K-Heroes) และชุด “เคแบงก์กรุ๊ป” (KBANKGROUP) ของกลุ่มตัวอย่าง มีผลต่อภาพลักษณ์ขององค์กรที่เป็นเจ้าของโฆษณา

- มีภาพลักษณ์ดีขึ้นมาก = 5 คะแนน
- มีภาพลักษณ์ดีขึ้นกว่าเดิมเล็กน้อย = 4 คะแนน
- มีภาพลักษณ์ดีเท่าเดิม = 3 คะแนน
- มีภาพลักษณ์ไม่ดีขึ้น = 2 คะแนน
- มีภาพลักษณ์ไม่ดีขึ้นเลย = 1 คะแนน

#### การแปลความหมายค่าเฉลี่ย

ค่าเฉลี่ยของมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยใช้ค่าทางสถิติคะแนนเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic Mean) กำหนดช่วงการวัดคือ

$$\frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนระดับ}} = \frac{5 - 1}{5} = 0.8$$

ภาพลักษณ์ของของกลุ่มตัวอย่างหลังจากรับชมภาพยนตร์โฆษณาองค์กรทางโทรทัศน์ มีค่าเฉลี่ยดังนี้

- คะแนนรวม 4.21 - 5.00 = มีภาพลักษณ์ดีขึ้นมาก
- คะแนนรวม 3.41 - 4.20 = มีภาพลักษณ์ดีขึ้นกว่าเดิมเล็กน้อย
- คะแนนรวม 2.61 - 3.40 = มีภาพลักษณ์ดีเท่าเดิม
- คะแนนรวม 1.81 - 2.60 = มีภาพลักษณ์ไม่ดีขึ้น
- คะแนนรวม 1.00 - 1.80 = มีภาพลักษณ์ไม่ดีขึ้นเลย

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้ศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยวิธีการแจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างกรอกคำตอบเอง (Self-Administered) จากนั้นจะนำแบบสอบถามที่ได้รับมาตรวจความสมบูรณ์ และนำข้อมูลที่ได้มาดำเนินการประมวลผล และนำข้อมูลที่บันทึกไว้มาประมวลผล ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for window จากนั้นนำผลที่ได้จากการวิเคราะห์ (Print-Out) มาแปลความหมายแล้วบันทึกข้อมูล

### การวิเคราะห์ข้อมูล

ขั้นการวิเคราะห์ข้อมูล (Data Analysis) ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for window จากนั้นนำผลที่ได้จากการวิเคราะห์ (Print-Out) ใช้สถิติการวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ด้วยการแจกแจงจำนวน ค่าร้อยละ (Percent) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่ออธิบายภาพรวมของข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ (Demographic) การเปิดรับสื่อโทรทัศน์ของกลุ่มตัวอย่าง การรับชมภาพยนตร์โฆษณาองค์กรชุด "เค-ฮีโร่ส์" (K-Heroes) และชุด "เคแบงก์กรุ๊ป" (KBANKGROUP) และการจดจำ รวมถึงความคิดเห็นที่มีต่อภาพยนตร์โฆษณาองค์กรชุด "เค-ฮีโร่ส์" (K-Heroes) และชุด "เคแบงก์กรุ๊ป" (KBANKGROUP)