

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาพฤติกรรมการรับชมภาพยนตร์โฆษณาบนเครือข่ายของ บริษัท ยูโรเปี้ยนฟู้ด จำกัด (มหาชน) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ทั่วไปของเด็กวัยประเทศ พฤติกรรมการรับชมภาพยนตร์โฆษณาบนปั๊กกิ้งและบนเน็ตเกอร์รีบล่องเด็กวัยประเทศศึกษา และ พฤติกรรมการแสดงออกในการเลือกซื้อขนมปั๊กกิ้งและขนมเน็ตเกอร์รีบล่องเด็กวัยประเทศศึกษา ใน การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการสัมภาษณ์กลุ่มเฉพาะ (Focus Group Interview) กลุ่ม ตัวอย่างเด็กวัยประเทศศึกษา อายุระหว่าง 7-12 ปี จำนวน 60 คน จากโรงเรียนวัดพระมหาธรรมราษฎร์ เขตบางแก้ว กรุงเทพมหานคร เก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์ ใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง วิเคราะห์ ข้อมูลสถิติเชิงพรรณนา ค่าความถี่ ค่าร้อยละ และวิเคราะห์เนื้อหา มีสรุปผลการศึกษาดังนี้

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลทั่วไปของเด็กวัยประเทศศึกษา
- ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ทั่วไปของเด็กวัยประเทศศึกษา
- ส่วนที่ 3 ข้อมูลพฤติกรรมการรับชมภาพยนตร์โฆษณาบนปั๊กกิ้งและบนเน็ตเกอร์รีบล่องเด็กวัยประเทศศึกษา
- ส่วนที่ 4 ข้อมูลพฤติกรรมการแสดงออกในการเลือกซื้อขนมปั๊กกิ้งและขนมเน็ตเกอร์รีบล่องเด็กวัยประเทศศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลทั่วไปของเด็กวัยประถมศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลตามเพศ อายุ และระดับชั้นเรียน ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.1 ข้อมูลส่วนบุคคลทั่วไป จำแนกตามเพศ

ข้อมูลส่วนบุคคลทั่วไป		จำนวน	n = 60
	ร้อยละ		
เพศ			
ชาย	30	50.0	
หญิง	30	50.0	
รวม	60	100.0	

จากตารางที่ 4.1 พบร้า เด็กนักเรียนวัยประถมศึกษาปีที่ 1-6 ของโรงเรียนวัดพรหมสุวรรณ สามัคคี มีเด็กเพศชาย จำนวน 30 คน และเด็กเพศหญิง จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 50.0 เท่ากัน

ตารางที่ 4.2 ข้อมูลส่วนบุคคลทั่วไป จำแนกตามอายุ

ข้อมูลส่วนบุคคลทั่วไป	อายุ						รวม	n = 60	
	7 ขวบ	8 ขวบ	9 ขวบ	10 ขวบ	11 ขวบ	12 ขวบ			
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	ร้อยละ
เพศ									
ชาย	5	5	5	5	5	5	30	50.0	
หญิง	5	5	5	5	5	5	30	50.0	
รวม	10	10	10	10	10	10	60	100.0	

จากตารางที่ 4.2 พนว่า เด็กนักเรียนวัยประถมศึกษาปีที่ 1-6 ของโรงเรียนวัดพระมหาสุวรรณ สามัคคี จากการสุ่มตัวอย่างทั้งหมด 60 คน จำแนกตามอายุ ในด้านข้อมูลส่วนบุคคล โดยเด็กอายุ 7 ขวบ 8 ขวบ 9 ขวบ 10 ขวบ 11 ขวบ และ 12 ขวบ เพศชาย มีจำนวนอายุละ 5 คน รวมเป็นจำนวน 30 คน กิดเป็นร้อยละ 50.0 และเด็กอายุ 7 ขวบ 8 ขวบ 9 ขวบ 10 ขวบ 11 ขวบ และ 12 ขวบ เพศหญิง มีจำนวนอายุละ 5 คน รวมเป็นจำนวน 30 คน กิดเป็นร้อยละ 50.0 เท่ากัน

ตารางที่ 4.3 ข้อมูลส่วนบุคคลทั่วไป จำแนกตามชั้นเรียน

ข้อมูลส่วนบุคคลทั่วไป	ระดับชั้นเรียน						รวม	n= 60	
	ป.1	ป.2	ป.3	ป.4	ป.5	ป.6			
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน			
เพศ									
ชาย	5	5	5	5	5	5	30	50.0	
หญิง	5	5	5	5	5	5	30	50.0	
รวม	10	10	10	10	10	10	60	100.0	

จากตารางที่ 4.3 พนว่า เด็กนักเรียนวัยประถมศึกษาปีที่ 1-6 ของโรงเรียนวัดพระมหาสุวรรณ สามัคคี จากการสุ่มตัวอย่างทั้งหมด 60 คน จำแนกตามชั้นเรียน ในด้านข้อมูลส่วนบุคคล โดยเด็กชั้น ป. 1 ป. 2 ป. 3 ป. 4 ป. 5 ป. 6 เพศชาย มีจำนวนอายุละ 5 คน รวมเป็นจำนวน 30 คน กิดเป็นร้อยละ 50.0 และเด็กป. 1 ป. 2 ป. 3 ป. 4 ป. 5 ป. 6 เพศหญิง มีจำนวนอายุละ 5 คน รวมเป็นจำนวน 30 คน กิดเป็นร้อยละ 50.0 เท่ากัน

ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ทั่วไปของเด็กวัยประถมศึกษา

2.1 ด้านบริบทแวดล้อมขณะรับชมโทรทัศน์ จากการเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่ม ตัวอย่าง แสดงผลการวิเคราะห์ตามเพศ อายุ และระดับชั้นเรียน ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.4 ข้อมูลด้านบริบทแวดล้อมขณะรับชมโทรทัศน์ จำแนกตามเพศ

n = 60

บริบทแวดล้อมขณะรับชมโทรทัศน์	เพศ		จำนวน	ร้อยละ
	ชาย	หญิง		
บุคคลที่อยู่ด้วยขณะรับชมโทรทัศน์				
พ่อ	8	10	18	30.0
แม่	12	15	27	45.0
ปู่ ย่า ตา ยาย	4	2	6	10.0
พี่ น้อง	6	3	9	15.0
รวม	30	30	60	100.0
กิจกรรมที่ปฏิบัติ的同时รับชมโทรทัศน์				
กินขนม	23	22	45	75.0
กินข้าว	0	3	3	5.0
เล่นเกมส์กด	4	0	4	6.7
วาดรูป	3	0	3	5.0
อ่านหนังสือ	0	5	5	8.3
รวม	30	30	60	100.0
สถานที่ใช้ในการรับชมโทรทัศน์				
บ้าน	30	30	60	100.0
รวม	30	30	60	100.0

ตารางที่ 4.4 (ต่อ)

n = 60

บริบทแวดล้อมขณะรับชมโทรทัศน์	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
	จำนวน	จำนวน	
วันและเวลาที่นิยมรับชมโทรทัศน์			
วันศุกร์ ตอนเย็น	10	8	18 30.0
วันเสาร์-อาทิตย์ ตอนเช้า	20	22	42 70.0
รวม	30	30	60 100.0

จากตารางที่ 4.4 พบร้า เด็กนักเรียนวัยประถมศึกษาปีที่ 1-6 ของโรงเรียนวัดพระมหาสุวรรณ สามัคคี จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 60 คน จำแนกตามเพศในการศึกษา ด้านบริบทแวดล้อมขณะรับชมโทรทัศน์ ดังรายการต่อไปนี้

บุคคลที่อยู่ด้วยขณะรับชมโทรทัศน์มากที่สุด คือแม่ โดยเด็กเพศหญิง จำนวน 15 คน และเด็กเพศชาย จำนวน 12 คน รวมเป็นจำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 45.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ทั้งนี้ เด็กเพศหญิงรับชมโทรทัศน์กับแม่มากกว่าเด็กเพศชาย เพราะชอบอยู่กับแม่มีความใกล้ชิดกันมากกว่าพ่อ แม่จะมีเวลาอยู่บ้านมากกว่าพ่อ อยู่จัดหาข้าวปลาอาหารให้กิน และสอนการบ้าน

กิจกรรมที่ปฏิบัติเสนอขณะรับชมโทรทัศน์มากที่สุด คือกินขนม โดยเด็กเพศชาย จำนวน 23 คน และเด็กเพศหญิง จำนวน 22 คน รวมเป็นจำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 75.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ทั้งนี้ เด็กเพศชายกินขนมขณะรับชมโทรทัศน์มากกว่าเด็กเพศหญิง เพราะเป็นความเคยชินและติดเป็นนิสัย การกินขนมขณะดูโทรทัศน์จะทำให้รู้สึกเพลิดเพลินดูไปกินขนมไป และบ่อยครั้งที่ขณะที่ดูโฆษณาจัน ก็วิงไวนซ์ขอขนมนิดหนึ่ง มา กินกันที

สถานที่ใช้ในการรับชมโทรทัศน์มากที่สุด คือบ้าน โดยเด็กเพศชาย จำนวน 30 คน และเด็กเพศหญิง จำนวน 30 คน รวมเป็นจำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 100.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ทั้งนี้เด็กเพศชายและเด็กเพศหญิงรับชมโทรทัศน์ที่บ้านแท่น้ำเพื่อกันเพราการได้ดูโทรทัศน์ที่บ้านจะสามารถทำให้ดูช่องไหนและรายการอะไรก็ได้ตามใจตนเอง และการดูโทรทัศน์ที่บ้านจะมีความสะดวกสบายมากกว่าที่อื่นๆ

วันและเวลาที่นิยมรับชมโทรทัศน์มากที่สุดคือ วันเสาร์-วันอาทิตย์ ตอนเช้า โดยเด็กเพศหญิง จำนวน 22 คน และเด็กเพศชาย จำนวน 20 คน รวมเป็นจำนวน 42 คน กิดเป็นร้อยละ 70.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ทั้งนี้ เด็กเพศหญิงจะรับชมโทรทัศน์ในวันเสาร์-อาทิตย์ ตอนเช้า มากกว่าเด็กเพศชาย เพราะเป็นวันหยุดไม่ต้องไปโรงเรียน และมีรายการการ์ตูนที่เด็กๆ ชอบให้ดูอย่างเต็มที่ ตั้งแต่เช้า 8 โมง ถึงเที่ยงวัน

ตารางที่ 4.5 ข้อมูลด้านบริบทและรับชมโทรทัศน์ จำแนกตามอายุ

n = 60

บริบทและรับชมโทรทัศน์	อายุ						รวม	
	7 ขวบ	8 ขวบ	9 ขวบ	10 ขวบ	11 ขวบ	12 ขวบ		
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน		
บุคคลที่อยู่ด้วยและรับชมโทรทัศน์								
พ่อ	3	4	3	3	2	3	18	30.0
แม่	7	5	5	3	3	4	27	45.0
ปู่ย่า ตา ยาย	0	1	2	2	1	0	6	10.0
พี่ น้อง	0	0	0	2	4	3	9	15.0
รวม	10	10	10	10	10	10	60	100.0
กิจกรรมที่ปฏิบัติเสมอขณะรับชมโทรทัศน์								
กินขนม	10	10	8	6	6	5	45	75.0
กินข้าว	0	0	1	1	1	0	3	5.0
เล่นเกมส์ก็ค	0	0	1	1	2	0	3	5.0
วาดรูป	0	0	0	2	2	0	4	6.7
อ่านหนังสือ	0	0	0	0	0	5	5	8.3
รวม	10	10	10	10	10	10	60	100.0
สถานที่ใช้ในการรับชมโทรทัศน์								
บ้าน	10	10	10	10	10	10	60	100.0
รวม	10	10	10	10	10	10	60	100.0

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

n = 60

บริบทและรับชมโทรทัศน์	อายุ						รวม
	7 ขวบ	8 ขวบ	9 ขวบ	10 ขวบ	11 ขวบ	12 ขวบ	
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	
วันและเวลาที่นิยมรับชมโทรทัศน์							
วันศุกร์ ตอนเย็น	0	0	0	4	7	7	18 30.0
วันเสาร์-อาทิตย์ ตอนเช้า	10	10	10	6	3	3	42 70.0
รวม	10	10	10	10	10	10	60 100.0

จากตารางที่ 4.5 พบร่วมกันว่า ประเด็นที่นิยมรับชมโทรทัศน์มากที่สุดคือเด็กอายุ 7 ขวบ จำนวน 18 คน รองลงมาคือเด็กอายุ 8 และ 9 ขวบ จำนวน 10 คนเท่ากัน รองลงมาคือเด็กอายุ 12 ขวบ จำนวน 7 คน และสุดท้ายคือเด็กอายุ 10 และ 11 ขวบ จำนวน 6 คนเท่ากัน รวมเป็นจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 45.0 ของตัวอย่างทั้งหมด ทั้งนี้เด็กอายุ 7 ขวบ อุปกรณ์มากกว่าเด็กอายุอื่นๆ เพราะชอบอยู่กับแม่ มีความใกล้ชิดกับแม่มากกว่าพ่อ แม่จะมีเวลาอยู่บ้านมากกว่าพ่อ อย่างไรก็ตามอาหารให้กิน และสอนการบ้าน

กิจกรรมที่ปฏิบัติเสมอขณะรับชมโทรทัศน์มากที่สุด คือ กินขนม โดยเด็กอายุ 7 และ 8 ขวบ จำนวน 18 คนเท่ากัน รองลงมาคือเด็กอายุ 9 ขวบ จำนวน 10 คน รองลงมาคือเด็กอายุ 10 และ 11 ขวบ จำนวน 6 คนเท่ากัน และสุดท้ายคือเด็กอายุ 12 ขวบ จำนวน 7 คน รวมเป็นจำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 75.0 ของตัวอย่างทั้งหมด ทั้งนี้เด็กอายุ 7 และ 8 ขวบ จะกินขนมเสมอขณะรับชมโทรทัศน์มากกว่าเด็กอายุอื่นๆ เพราะเป็นความเคยชินและติดเป็นนิสัย การกินขนมขณะดูโทรทัศน์จะทำให้รู้สึกเพลิดเพลินดูไปกินขนมไป และบ่อยครั้งที่จะดูโฆษณาจน กว่างไปซื้อขนมชนิดนั้นๆ มา กินทันที

สถานที่ใช้ในการรับชมโทรทัศน์มากที่สุด คือบ้าน โดยเด็กอายุ 7 ขวบ 8 ขวบ 9 ขวบ 10 ขวบ 11 ขวบ และอายุ 12 ขวบ จำนวน 10 คนเท่ากัน รวมเป็นจำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 100.0

ของตัวอย่างทั้งหมด เพราะการได้ดูโทรทัศน์ที่บ้านจะสามารถทำให้ดูช่องไหนและรายการอะไรก็ได้ตามใจตนเอง และการดูโทรทัศน์ที่บ้านจะมีความสะดวกสบายมากกว่าที่อื่นๆ

วันและเวลาที่นิยมรับชมโทรทัศน์มากที่สุด คือวันเสาร์-อาทิตย์ ตอนเช้า โดยเด็กอายุ 7 ขวบ 8 ขวบ 9 ขวบ จำนวน 10 คนเท่ากัน รองลงมาคือเด็กอายุ 10 ขวบ จำนวน 6 คน และสุดท้ายคือเด็กอายุ 11 ขวบ และอายุ 12 ขวบ จำนวน 3 คนเท่ากัน รวมเป็นจำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 70.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด เพราะเป็นวันหยุดไม่ต้องไปโรงเรียน และมีรายการการ์ตูนที่เด็กๆ ชอบให้ดูอย่างเด่นที่ ตั้งแต่เช้า 8 โมง ถึงเที่ยงวัน

ตารางที่ 4.6 ข้อมูลด้านบริบทขณะรับชมโทรทัศน์ จำแนกตามชั้นเรียน

n = 60

บริบทขณะรับชมโทรทัศน์	อายุ						รวม	
	ป.1	ป.2	ป.3	ป.4	ป.5	ป.6		
	จำนวน	ร้อยละ						
บุคคลที่อยู่ด้วยขณะรับชมโทรทัศน์								
พ่อ	3	4	3	3	2	3	18	30.0
แม่	7	5	5	3	3	4	27	45.0
ปู่ ย่า ตา ยาย	0	1	2	2	1	0	6	10.0
พี่ น้อง	0	0	0	2	4	3	9	15.0
รวม	10	10	10	10	10	10	60	100.0
กิจกรรมที่ปฏิบัติเสมอขณะรับชมโทรทัศน์								
กินขนม	10	10	8	6	6	5	45	75.0
กินข้าว	0	0	1	1	1	0	3	5.0
เล่นเกมส์กด	0	0	1	1	2	0	3	5.0
vacup	0	0	0	2	2	0	4	6.7
อ่านหนังสือ	0	0	0	0	0	5	5	8.3
รวม	10	10	10	10	10	10	60	100.0

ตารางที่ 4.6 (ต่อ)

บริบทขณะรับชมโทรทัศน์	อายุ						n = 60	
	ป.1	ป.2	ป.3	ป.4	ป.5	ป.6	รวม	
	จำนวน	ร้อยละ						
สถานที่ใช้ในการรับชมโทรทัศน์								
บ้าน	10	10	10	10	10	10	60	100.0
รวม	10	10	10	10	10	10	60	100.0
วันและเวลาที่นิยมรับชมโทรทัศน์								
วันศุกร์ ตอนเย็น	0	0	0	4	7	7	18	30.0
วันเสาร์-อาทิตย์ ตอนเช้า	10	10	10	6	3	3	42	70.0
รวม	10	10	10	10	10	10	60	100.0

จากตารางที่ 4.6 พนบว่า เด็กนักเรียนวัยประถมศึกษาปีที่ 1-6 ของโรงเรียนวัดพระมหาสุวรรณสามัคคี จากรากลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 60 คน จำแนกตามชั้นเรียน ในด้านบริบทขณะรับชมโทรทัศน์ ดังรายการต่อไปนี้

บุคคลที่อยู่ด้วยขณะรับชมโทรทัศน์มากที่ คือแม่ โดยเด็กชั้น ป.1 จำนวน 7 คน รองลงมา คือเด็กป. 2 และ ป. 3 จำนวน 5 คนเท่ากัน รองลงมาคือเด็กชั้นป. 6 จำนวน 4 คน และสุดท้ายคือเด็กชั้น ป. 4 และ ป. 5 จำนวน 3 คนเท่ากัน รวมเป็นจำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 45.0 ของตัวอย่างทั้งหมด ทั้งนี้เด็กชั้น ป. 1 อยู่กับแม่มากกว่าเด็กชั้นเรียนอื่นๆ เพราะชอบอยู่กับแม่มีความใกล้ชิดกันมากกว่าพ่อ แม่จะมีเวลาอยู่บ้านมากกว่าพ่อ อยู่จัดหาข้าวปลาอาหารให้กิน และสอนการบ้าน

กิจกรรมที่ปฏิบัติเสมอขณะรับชมโทรทัศน์มากที่สุด คือกินขนม โดยเด็กชั้น ป.1 และ ป. 2 จำนวน 10 คนเท่ากัน รองลงมาคือเด็กชั้นป. 3 จำนวน 8 คน รองลงมาคือเด็กชั้นป. 4 และ ป. 5 จำนวน 6 คนเท่ากัน และสุดท้ายคือเด็กชั้นป. 6 จำนวน 5 คน รวมเป็นจำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 75.0 ของตัวอย่างทั้งหมด ทั้งนี้เด็กชั้นป. 1 และ ป. 2 จะกินขนมเสมอขณะรับชมโทรทัศน์มากกว่าเด็กชั้นเรียนอื่นๆ เพราะเป็นความเคยชินและติดเป็นนิสัย การกินขนมขณะดูโทรทัศน์จะทำให้รู้สึกเพลิดเพลินคุ้นเคยกันจนไป และป้อຍครั้งที่จะละทิ้งดูโฆษณาจน กว่างไปซื้อขนมชนิดนั้นๆ มากินทันที

สถานที่ใช้ในการรับชมโทรทัศน์มากที่สุด คือบ้าน โดยเด็กชั้น ป. 1 ป. 2 ป. 3 ป. 4 ป. 5 และ ป. 6 จำนวน 10 คนเท่ากัน รวมเป็นจำนวน 60 คน กิตเป็นร้อยละ 100.0 ของตัวอย่างทั้งหมด เพราะการได้ดูโทรทัศน์ที่บ้านจะสามารถทำให้ดูซื่อๆ ให้เข้าใจดีตามใจตนเอง และการดูโทรทัศน์ที่บ้านจะมีความสะดวกสบายมากกว่าที่อื่นๆ

วันและเวลาที่นิยมรับชมโทรทัศน์มากที่สุด คือวันเสาร์-อาทิตย์ ตอนเช้า โดยเด็กชั้นป. 1 ป. 2 และ ป. 3 จำนวน 10 คนเท่ากัน รองลงมาคือเด็กชั้นป. 4 จำนวน 6 คน และสุดท้ายคือเด็กป. 5 และ ป. 6 จำนวน 3 คนเท่ากัน รวมเป็นจำนวน 42 คน กิตเป็นร้อยละ 70.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ทั้งนี้เด็กชั้นป. 1 ป. 2 และ ป. 3 นิยมรับชมโทรทัศน์วันเสาร์-อาทิตย์ ตอนเช้า มากกว่าเด็กชั้นเรียนอื่นๆ ในวันเพาะเป็นวันหยุดไม่ต้องไปโรงเรียน และมีรายการการ์ตูนที่เด็กๆ ชอบให้ดูอย่างเต็มที่ ตั้งแต่เช้า 8 โมง ถึงเที่ยงวัน

2.2 ด้านรายการโทรทัศน์ที่รับชม จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่ม ตัวอย่างแสดงผลการวิเคราะห์ตามเพศ อายุ และระดับชั้นเรียน ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.7 ข้อมูลด้านรายการโทรทัศน์ที่รับชม จำแนกตามเพศ

n = 60

รายการโทรทัศน์ที่รับชม	เพศ		รวม	
	ชาย	หญิง		
			จำนวน	ร้อยละ
รายการข่าว				
ข่าวในประเทศ	12	10	22	36.7
ข่าวต่างประเทศ	18	20	38	63.3
รวม	30	30	60	100.0
รายการเพื่อแสดงความคิดเห็น				
สารคดีธรรมชาติ	19	21	40	66.7
สารคดี ความรู้รอบตัว	11	9	20	33.3
รวม	30	30	60	100.0

ตารางที่ 4.7 (ต่อ)

n = 60

รายการ โครงการที่รับชม	เพศ		รวม	
	ชาย	หญิง	จำนวน	ร้อยละ
	จำนวน	จำนวน		
รายการบันเทิง				
เกมส์โซชีร์	3	3	6	10.0
เพลง มิวสิควีดีโอ	4	5	9	15.0
การ์ตูน	23	22	45	75.0
รวม	26	30	40	100.0

จากตารางที่ 4.7 พนบว่า เด็กนักเรียนวัยประถมศึกษาปีที่ 1-6 ของโรงเรียนวัดพระหมู่สุวรรณสามัคคี จากการบันเทิงทั้งหมด 60 คน จำแนกตามเพศในการศึกษา ด้านรายการ โครงการที่รับชม ดังรายการต่อไปนี้

รายการข่าวมากที่สุด คือรายการข่าวต่างประเทศ โดยเด็กเพศชาย จำนวน 18 คน และ เด็กเพศหญิง จำนวน 20 คน รวมเป็นจำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 63.3 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ทั้งนี้ เด็กเพศชายรับชมรายการข่าวต่างประเทศมากกว่าเด็กเพศหญิง เพราะรายการข่าวต่างประเทศมีเรื่องราว แปลกแตกต่างจากที่ข่าวในประเทศไทยมีอยู่ และมักจะเป็นข่าวแบบเดิมๆ สภาพแวดล้อมภูมิประเทศคล้าย กับชีวิตที่เป็นอยู่ปัจจุบัน ไม่มีอะไรใหม่

รายการแสดงความคิดเห็นมากที่สุด คือรายการสารคดีธรรมชาติ โดยเด็กเพศหญิง จำนวน 21 คน และ เด็กเพศชาย จำนวน 19 คน รวมเป็นจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 66.7 ของกลุ่มตัวอย่าง ทั้งหมด ทั้งนี้เด็กเพศหญิงรับชมรายการสารคดีธรรมชาติมากกว่าเด็กเพศชาย เพราะรายการสารคดี ธรรมชาติน่าสนใจเป็นสิ่งที่อยู่ใกล้ตัว และมีความเป็นจริงส่งเสริมความรู้และให้ความบันเทิง

รายการบันเทิงมากที่สุด คือรายการการ์ตูน โดยเด็กเพศชาย จำนวน 23 คน และ เด็กเพศหญิง จำนวน 22 คน รวมเป็นจำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 75.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ทั้งนี้เด็กเพศชายรับชมรายการการ์ตูนมากกว่าเด็กเพศหญิง เพราะรายการการ์ตูนสนุก ถ้าไม่ได้ดูหรือติดตามดู ทุกตอนเวลาไปคุยกับเพื่อนแล้วไม่รู้เรื่องจะถูกเพื่อนๆ ล้อ

ตารางที่ 4.8 ข้อมูลด้านรายการ โพรทัศน์ที่รับชม จำแนกตามอายุ

n = 60

รายการ โพรทัศน์ที่รับชม	อายุ						รวม
	7 ขวบ	8 ขวบ	9 ขวบ	10 ขวบ	11 ขวบ	12 ขวบ	
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	
รายการข่าว							
ข่าวในประเทศ	6	5	3	3	3	2	22 36.7
ข่าวต่างประเทศ	4	5	7	7	7	8	38 63.3
รวม	10	10	10	10	10	10	60 100.0
รายการเพื่อแสดงความคิดเห็น							
สารคดีธรรมชาติ	10	9	6	5	6	4	40 66.7
สารคดี ความรู้รอบตัว	0	1	4	5	4	6	20 33.3
รวม	10	10	10	10	10	10	60 100.0
รายการบันเทิง							
เกมส์โชว์	0	0	1	2	2	1	6 10.0
เพลง มิวสิควิดีโอ	0	1	1	2	2	3	9 15.0
การ์ตูน	10	9	8	6	6	6	45 75.0
รวม	10	10	10	10	10	10	60 100.0

จากตารางที่ 4.8 พบร่วมกันว่า รายการข่าวต่างประเทศ โดยเด็กอายุ 12 ขวบ จำนวน 8 คน เท่ากัน รองลงมาคือเด็กอายุ 9 ขวบ 10 ขวบ 11 ขวบ จำนวน 7 คน เท่ากัน รองลงมาคือเด็กอายุ 8 ขวบ จำนวน 5 คน และสุดท้ายคือเด็กอายุ 7 ขวบ จำนวน 4 คน รวมเป็นจำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 63.3 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ทั้งนี้เด็กอายุ 12 ขวบ จะรับชมรายการข่าวต่างประเทศมากกว่าเด็ก

รายการข่าวมากที่สุด คือรายการข่าวต่างประเทศ โดยเด็กอายุ 12 ขวบ จำนวน 8 คน เท่ากัน รองลงมาคือเด็กอายุ 9 ขวบ 10 ขวบ 11 ขวบ จำนวน 7 คน เท่ากัน รองลงมาคือเด็กอายุ 8 ขวบ จำนวน 5 คน และสุดท้ายคือเด็กอายุ 7 ขวบ จำนวน 4 คน รวมเป็นจำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 63.3 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ทั้งนี้เด็กอายุ 12 ขวบ จะรับชมรายการข่าวต่างประเทศมากกว่าเด็ก

อายุอื่นๆ เพราะรายการข่าวต่างประเทศมีเรื่องราวแปลกแตกต่างจากที่ข่าวในประเทศไทยมีอยู่ และมักจะเป็นข่าวแบบเดิมๆ สภาพแวดล้อมภูมิประเทศคล้ายกับชีวิตที่เป็นอยู่ปัจจุบัน ไม่มีอะไรใหม่

รายการแสดงความคิดเห็นมากที่สุด คือรายการสารคดีธรรมชาติ โดยเด็กอายุ 7 ขวบ
จำนวน 10 คน รองลงมาคือเด็กอายุ 8 ขวบ จำนวน 9 คน รองลงมาคือเด็กอายุ 9 ขวบ และ 11 ขวบ
จำนวน 6 คนเท่ากัน รองลงมาคือเด็กอายุ 10 ขวบ จำนวน 5 คน และสุดท้ายคือเด็กอายุ 12 ขวบ
จำนวน 4 คน รวมเป็นจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 66.7 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ทั้งนี้เด็กอายุ 7
ขวบ จะรับชมรายการสารคดีธรรมชาติมากกว่าเด็กอายุอื่นๆ เพราะรายการสารคดีธรรมชาติน่าสนใจ
เป็นสิ่งที่อยู่ใกล้ตัว และมีความเป็นจริงส่งเสริมความรู้และให้ความบันเทิง

รายการบันทึกนักกีฬา คือรายการการ์ตูน โดยเด็กอายุ 7 ขวบ จำนวน 10 คน รองลงมาคือเด็กอายุ 8 ขวบ จำนวน 9 คน รองลงมาคือเด็กอายุ 9 ขวบ จำนวน 8 คน และสุดท้ายคือเด็กอายุ 10 ขวบ 11 ขวบ 12 ขวบ จำนวน 6 คนเท่ากัน รวมเป็นจำนวน 45 คน กิตเป็นร้อยละ 75.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด เพราะ ทั้งนี้เด็กอายุ 7 ขวบ จะรับชมรายการการ์ตูนมากกว่าเด็กอายุอื่นๆ เพราะรายการการ์ตูนสนุก ถ้าไม่ได้ดูหรือติดตามดูก็คงต้องเวลาไปคุยกับเพื่อนแล้วไม่รู้เรื่องจะถูกปฏิเสธฯ ลือ

ตารางที่ 4.9 ข้อมูลด้านรายการ โทรศัพท์คุณที่รับชม จำแนกตามชื่นเรียน

$$n = 60$$

ตารางที่ 4.9 (ต่อ)

รายการโทรศัพท์ที่รับชม	ระดับชั้นเรียน						รวม	n = 60
	ป.1	ป.2	ป.3	ป.4	ป.5	ป.6		
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน		
รายการบันเทิง								
เกมส์โซเชียล	0	0	1	2	2	1	6	10.0
เพลง มิวสิกวิดิโอ	0	1	1	2	2	3	9	15.0
การ์ตูน	10	9	8	6	6	6	45	75.0
รวม	10	10	10	10	10	10	60	100.0

จากตารางที่ 4.9 พบว่า เด็กนักเรียนวัยประถมศึกษาปีที่ 1-6 ของโรงเรียนวัดพรหมสุวรรณ สามัคคี จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 60 คน จำแนกตามชั้นเรียน ด้านรายการโทรศัพท์ที่รับชม ดังต่อไปนี้

รายการข่าวมากที่สุด คือรายการข่าวต่างประเทศ โดยเด็กชั้น ป. 6 จำนวน 8 คนเท่ากัน รองลงมาคือเด็กชั้น ป. 3 ป. 4 ป. 5 จำนวน 7 คน เท่ากัน รองลงมาคือเด็กชั้น ป. 2 จำนวน 5 คน และสุดท้ายคือเด็กชั้น ป. 1 จำนวน 4 คน รวมเป็นจำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 63.3 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ทั้งนี้เด็กชั้น ป. 6 จะรับชมรายการข่าวต่างประเทศมากกว่าเด็กอายุอื่นๆ เพราะรายการข่าวต่างประเทศมีเรื่องราวแปลกแตกต่างจากที่ข่าวในประเทศไทยมีอยู่ แม้จะเป็นข่าวแบบเดิมๆ สภาพแวดล้อมภูมิประเทศคล้ายกับชีวิตที่เป็นอยู่ปัจจุบัน ไม่มีอะไรใหม่

รายการแสดงความคิดเห็นมากที่สุด คือรายการสารคดีธรรมชาติ โดยเด็กชั้นป. 1 จำนวน 10 คน รองลงมาคือเด็กชั้น ป. 2 จำนวน 9 คน รองลงมาคือเด็กชั้น ป. 3 และ ป. 5 จำนวน 6 คน เท่ากัน รองลงมาคือเด็กชั้นป. 4 จำนวน 5 คน และสุดท้ายคือเด็กชั้นป. 6 จำนวน 4 คน รวมเป็นจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 66.7 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ทั้งนี้เด็กชั้น ป. 1 จะรับชมรายการสารคดีธรรมชาตินอกกว่าเด็กชั้นเรียนอื่นๆ เพราะรายการสารคดีธรรมชาติน่าสนใจเป็นสิ่งที่อยู่ใกล้ตัว และมีความเป็นจริงส่งเสริมความรู้และให้ความบันเทิง

รายการบันเทิงมากที่สุด คือรายการการ์ตูน โดยเด็กชั้น ป. 1 จำนวน 10 คน รองลงมาคือเด็กชั้นป. 2 จำนวน 9 คน รองลงมาคือเด็กชั้นป. 3 จำนวน 8 คน และสุดท้ายคือเด็กชั้นป. 4 ป. 5 และ ป. 6 จำนวน 6 คนเท่ากัน รวมเป็นจำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 75.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

เพราะ ทั้งนี้เด็กชั้น ป. 1 จะรับชมรายการการ์ตูนมากกว่าเด็กชั้นเรียนอื่นๆ รายการการ์ตูนสนุก ถ้าไม่ได้ดูหรือดิตตามดูทุกตอนเวลาไปคุยกับเพื่อนแล้วไม่รู้เรื่องจะถูกเพื่อนๆ ล้อ

2.3 ด้านภาพยนตร์โฆษณาทั่วไปที่รับชม จากการเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่ม ตัวอย่าง แสดงผลการวิเคราะห์ตามเพศ อายุ และระดับชั้นเรียน ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.10 ข้อมูลด้านภาพยนตร์โฆษณาทั่วไปที่รับชม จำแนกตามเพศ

n = 60

ภาพยนตร์โฆษณาทั่วไปที่รับชม	เพศ		รวม		ร้อยละ
	ชาย	หญิง	จำนวน	จำนวน	
ความรู้สึกต่อภาพยนตร์โฆษณา					
ชอบ	24	18	42	42	70.00
ไม่ชอบ	6	12	18	18	30.00
รวม	30	30	60	60	100.00
สิ่งที่จดจำได้จากภาพยนตร์โฆษณา					
คำพูด	5	10	15	15	25.00
เพลงโฆษณา	12	15	27	27	45.00
ภาพนักแสดง	13	5	18	18	30.00
รวม	30	30	60	60	100.00
รูปแบบภาพยนตร์โฆษณาที่ชอบ					
แบบบางช่วงของชีวิตจริง	3	3	6	6	10.00
แบบบุคคลที่ชื่นชอบ	5	4	9	9	15.00
แบบแสดงวิธีกิน,ใช้สินค้า	3	6	9	9	20.00
แบบร้องรำทำเพลง	9	12	21	21	35.00
แบบมีภาพอนิเมทชั่น	10	5	15	15	25.00
รวม	30	30	60	60	100.00

ตารางที่ 4.10 (ต่อ)

n = 60

ກາພຍນຕຣີໂໄມໝາທ້ວ່າໄປທີ່ຮັບຮນ	ເພດ		ຮວມ	
	ໜາຍ	ຫຼູງ	ຈຳນວນ	ຮ້ອຍລະ
	ຈຳນວນ	ຈຳນວນ		
ເນື້ອເຮື່ອງກາພຍນຕຣີໂໄມໝາທ້່ອບ				
ນິການພື້ນບ້ານ	8	4	12	20.00
ວິທາຍາສາສຕຣີ	6	12	18	30.00
ພຈຸງກັຍ	16	14	30	50.00
ຮວມ	30	30	60	100.00
ຂໍ້ຄວາມໄໂມໝາທ້່ອບ				
ຂໍ້ຄວາມນ່າເຊື່ອຄົວເປັນກັນເອງ	30	30	60	100.00
ຮວມ	30	30	60	100.00
ຜູ້ຟຸດຂໍ້ຄວາມໄໂມໝາທ້່ອບ				
ຕ້ວລະກຣເປັນຜູ້ຟຸດເອງ	30	30	60	100.00
ຮວມ	30	30	60	100.00
ເພລີ ໂໄມໝາທ້່ອບ				
ເພລີຕາມສມ້ຍນິຍົມ	13	14	27	45.00
ເພລີບອກຊື່ອ, ຄູ້ສາມບັດຕິສິນກໍາ	14	10	24	40.00
ເພລີບຣະເລງ	3	6	9	15.00
ຮວມ	30	30	60	100.00
ຄວາມຮູ້ສຶກທີ່ມີຕ່ອ ດຳຂວ້າງ (ສໂລແກນ)				
ຂອບ	30	30	60	100.00
ຮວມ	30	30	60	100.00
ຄວາມຮູ້ສຶກທີ່ມີຕ່ອເສີ່ງປະກອບ (ເສີ່ງຄດື່ນ, ເສີ່ງນົກ, ເສີ່ງແຕຣ ລລາ)				
ເຄຍ ທ່ານໍ້ຮູ້ສຶກຂອງໄຣ	30	30	60	100.00
ຮວມ	30	30	60	100.00

ตารางที่ 4.10 (ต่อ)

n = 60

ກາພຍນຕຣ໌ໄມໝ່າທ້ວ່າໄປ	ເພດ		รวม		ຮ້ອຍລະ
	ชาย	หญิง	จำนวน	จำนวน	
ກາພໃນກາພຍນຕຣ໌ໄມໝ່າທ້ວ່າໄປ					
ກາວວາດහີອກຮຽນ	18	15	33	33	55.0
ກາພ້ວມສະບັບ	12	15	27	27	45.0
รวม	30	30	60	60	100.00
ສິ່ງທີ່ອູ້ໃນກາພຂອງກາພຍນຕຣ໌ໄມໝ່າທ້ວ່າໄປ					
ນັກແສດງ	24	18	42	42	70.0
ນັກຄະນະ	6	12	18	18	30.0
รวม	30	30	60	60	100.0

จากตารางที่ 4.10 พบว่าเด็กนักเรียนวัยประถมศึกษาปีที่ 1-6 ของโรงเรียนวัดพระมหาสุวรรณสามัคคี จากรุ่นตัวอย่างทั้งหมด 60 คน จำแนกตามเพศในการศึกษา ด้านກາພຍນຕຣ໌ໄມໝ່າທ້ວ່າໄປที่รับชม ดังรายการต่อไปนี้

ความรู้สึกต่อກາພຍນຕຣ໌ໄມໝ່າมากที่สุด คือชอบ โดยเด็กเพศชาย จำนวน 24 คน และเด็กเพศหญิง จำนวน 18 คน รวมเป็นจำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 70.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ทั้งนี้เด็กเพศชายมีความรู้สึกชอบກາພຍນຕຣ໌ໄມໝ່າมากกว่าเด็กเพศหญิง เพราะໄມໝ່າสนุกคิด และໄມໝ່າช่วยบอกว่าตอนนี้มีสินค้าอะไรใหม่ออกมาให้ทดลอง

สิ่งที่จดจำได้จากการศึกษา ได้แก่ ไม่ว่าจะเป็นสินค้า รายการโทรทัศน์ หรือเพลง จำนวน 12 คน และเด็กเพศหญิง จำนวน 15 คน รวมเป็นจำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 45.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ทั้งนี้เด็กเพศหญิงจดจำเพลงໄມໝ່าได้มากกว่าเด็กชาย เพราะเพลงสนุก เนื้อหาที่จำง่าย ภาษาและถ้อยคำล้อจองทำให้สามารถร้องตามได้ง่าย และจะสนุกสนานเมื่อนำมาร้องเล่นกับเพื่อนๆ

รูปแบบກາພຍນຕຣ໌ໄມໝ່າที่ชอบมากที่สุด คือแบบร้องรำทำเพลง สนุกสนาน โดยเด็กเพศหญิง จำนวน 12 คน และเด็กเพศชาย จำนวน 9 คน รวมเป็นจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 35.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ทั้งนี้เด็กเพศหญิงชอบໄມໝ່าแบบร้องรำทำเพลงสนุกสนานมากกว่าเด็กเพศชาย เพราะดูໄມໝ່าและเกิดความสนุกคล้อยตาม ไม่รู้สึกว่าสิ่งที่ดูอยู่เป็นໄມໝ່าขายเสินค้า

เนื้อเรื่องภาพนตร์โฆษณาที่ชอบมากที่สุด คือแบบพจัญภัย โดยเด็กเพศชาย จำนวน 16 คน และ เด็กเพศหญิง จำนวน 14 คน รวมเป็นจำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 50.0 ของกลุ่มตัวอย่าง ทั้งหมด ทั้งนี้เด็กเพศชายชอบเนื้อเรื่องแบบพจัญภัยมากกว่าเด็กเพศหญิง เพราะเนื้อเรื่องแบบพจัญภัย จะทำให้รู้สึกดีเด่นใจดีที่จะกันไว้กับโฆษณาหนึ่งๆ และน่าสนใจที่จะดูตั้งแต่ต้นจนจบเรื่อง

ข้อความโฆษณาที่ชอบมากที่สุด คือข้อความที่น่าเชื่อถือและเป็นกันเอง โดยเด็กเพศชาย จำนวน 30 คน และ เด็กเพศหญิง จำนวน 30 คน รวมเป็นจำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 100.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ทั้งนี้เด็กเพศชายและเด็กเพศหญิงชอบข้อความที่น่าเชื่อถือและเป็นกันเองเท่ากัน เพราะข้อความในโฆษณาต้องไว้วางใจได้ เชื่อถือได้ ไม่หลอกลวง สร้างบรรยายการที่เป็นกันเอง ไม่ใช้ออกคำสั่งให้ทำหรือบังคับว่าต้องทำตามโฆษณา

ผู้พูดข้อความโฆษณาที่ชอบมากที่สุด คือตัวละครเป็นผู้พูดเอง โดยเด็กเพศชายจำนวน 30 คน และ เด็กเพศหญิงจำนวน 30 คน รวมเป็นจำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 100.0 ของกลุ่มตัวอย่าง ทั้งหมด ทั้งนี้เด็กเพศชายและเด็กเพศหญิงชอบเท่ากัน เพราะให้ความรู้สึกว่าเป็นเรื่องจริง

เพลงโฆษณาที่ชอบมากที่สุด คือเพลงตามสมัยนิยม โดยเด็กเพศหญิง จำนวน 14 คน และ เด็กเพศชาย จำนวน 13 คน รวมเป็นจำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 45.0 ของกลุ่มตัวอย่าง ทั้งหมด ทั้งนี้เด็กเพศหญิงชอบเพลงโฆษณาแบบสมัยนิยมมากกว่าเด็กเพศชาย เพราะมีความคุ้นเคย และมีส่วนร่วมของความทันสมัยเมื่อได้รับชม

ความรู้สึกที่มีต่อ คำขวัญ (โลโกน) มากที่สุด คือรู้สึกชอบ โดยเด็กเพศชายจำนวน 30 คน และ เด็กเพศหญิงจำนวน 30 คน รวมเป็นจำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 100.0 ของกลุ่มตัวอย่าง ทั้งหมด ทั้งนี้เด็กเพศชายและเด็กเพศหญิงชอบเท่ากัน เพราะเป็นข้อความสรุปถึงโฆษณาหรือสินค้าที่โฆษณา ทำให้จำได้หลังจากที่โฆษณาจบ

ความรู้สึกที่มีต่อเสียงประกอบ (เสียงคลื่น, เสียงนก, เสียงแทร ฯลฯ) มากที่สุด คือรู้สึกเฉยๆ โดยเด็กเพศชายจำนวน 30 คน และ เด็กเพศหญิงจำนวน 30 คน รวมเป็นจำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 100.0 ของกลุ่มตัวอย่าง ทั้งหมด ทั้งนี้เด็กเพศชายและเด็กเพศหญิงรู้สึกเท่ากัน เพราะไม่ได้ทำให้รู้สึกน่าสนใจชวนให้ติดตาม เป็นสิ่งปกติธรรมดายในชีวิตประจำวัน

ภาพในภาพนตร์โฆษณาที่ชอบมากที่สุด คือภาพวดหรือการ์ตูน โดยเด็กเพศชาย จำนวน 18 คน และ เด็กเพศหญิง จำนวน 15 คน รวมเป็นจำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 55.0 ของกลุ่มตัวอย่าง ทั้งหมด ทั้งนี้เด็กชายชอบภาพวดหรือการ์ตูนมากกว่าเด็กเพศหญิง เพราะภาพการ์ตูนมีสีสันสวยงาม และสามารถสร้างให้มีรูปร่างลักษณะหลากหลายแบบ ตามจินตนาการ ทำให้เกิดการคิดอย่าง

สิ่งที่อยู่ในภาพของภาพนั้นตัวโน้มถ่วงที่ขอบมากที่สุด คือนักแสดง โดยเด็กเพศชาย จำนวน 24 คน และ เด็กเพศหญิง จำนวน 18 คน รวมเป็นจำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 70.0 ของกลุ่มตัวอย่าง ทั้งหมด ทั้งนี้เด็กเพศชายขอบนักแสดงมากกว่าเด็กเพศหญิง เพราะเป็นผู้แสดงออกและนำเสนอเรื่องราว ที่เกิดขึ้น ในโน้มถ่วง

ตารางที่ 4.11 ข้อมูลด้านภาษณตร์โฆษณาทั่วไปที่รับชม จำแนกตามอายุ

n = 60

ກາພຍນຕຣີໂໄມໝາທ່ວ່າໄປ	ອາຍຸ						รวม	
	7 ຂວບ	8 ຂວບ	9 ຂວບ	10 ຂວບ	11 ຂວບ	12 ຂວບ		
	ຈຳນວນ	ຈຳນວນ	ຈຳນວນ	ຈຳນວນ	ຈຳນວນ	ຈຳນວນ		
ຄວາມຮູ້ສຶກຕ່ອງກາພຍນຕຣີໂໄມໝາ								
ຂອບ	8	8	7	7	6	6	42	70.0
ໄນ່ຂອບ	2	2	3	3	4	4	18	30.0
รวม	10	10	10	10	10	10	60	100.0
ສິ່ງທີ່ຈະຈໍາໄດ້ຈາກກາພຍນຕຣີໂໄມໝາ								
ຄຳພຸດ	0	1	3	3	3	5	15	25.0
ເພັນໄໝມາ	6	4	5	5	4	3	27	45.0
ກາພນັກແສດງ	4	5	4	1	2	2	18	30.0
รวม	10	10	10	10	10	10	60	100.0
ຮູ່ປະບົບກາພຍນຕຣີໂໄມໝາທີ່ຂອບ								
ແບບນາງໜ່ວຍຂອງໜີວິຕຈິງ	0	0	0	1	2	3	6	10.0
ແບບນຸກຄລທີ່ເຊື່ອນຂອບ	2	2	3	2	0	0	9	15.0
ແບບແສດງວິຫຼິກິນ,ໃຊ້ສິນຄ້າ	0	1	2	2	2	2	9	20.0
ແບບຮ່ອງຮໍາທຳພັກ	6	4	3	3	3	2	21	35.0
ແບບມີກາພອນິເມນທັນ	2	3	2	2	3	3	15	25.0
รวม	10	10	10	10	10	10	60	100.0

ตารางที่ 4.11 (ต่อ)

n = 60

ກາພຍນຕີໄໂມໝາທ້ວ່າໄປ	ອາຍຸ						ຈຳນວນ	ຮ້ອຍລະດົບ
	7 ຂວນ	8 ຂວນ	9 ຂວນ	10 ຂວນ	11 ຂວນ	12 ຂວນ		
ເນື້ອເຮື່ອງກາພຍນຕີໄໂມໝາທ້ວ່າໂອນ								
ນິການພື້ນບ້ານ	4	4	3	1	0	0	12	20.0
ວິທາຍາສາສົກ	2	2	3	3	4	4	18	30.0
ຜະນູກັບ	4	4	4	6	6	6	30	50.0
ຮັມ	10	10	10	10	10	10	60	100.0
ຂໍ້ຄວາມໄໂມໝາທ້ວ່າໂອນ								
ຂໍ້ຄວາມນ່າເຊື້ອຄືອເປັນກັນເອງ	10	10	10	10	10	10	60	100.0
ຮັມ	10	10	10	10	10	10	60	100.0
ຜູ້ພຸດຂໍ້ຄວາມໄໂມໝາທ້ວ່າໂອນ								
ຕ້ວລະຄຣເປັນຜູ້ພຸດເອງ	10	10	10	10	10	10	60	100.0
ຮັມ	10	10	10	10	10	10	60	100.0
ເພລງໄໂມໝາທ້ວ່າໂອນ								
ເພລງຕາມສມັຍນິຍມ	2	3	3	6	7	6	27	45.0
ເພລງບອກຫຼື້ອ, ຄຸນສມັບຕົນຄ້າ	8	7	5	2	3	2	24	40.0
ເພລງນຽດເຊີງ	0	0	2	2	0	2	9	15.0
ຮັມ	10	10	10	10	10	10	60	100.0
ຄວາມຮູ້ສຶກທີ່ມີຕ່ອ ຄໍາຂວ້າງ (ສໂລແກນ)								
ໂອນ	10	10	10	10	10	10	60	100.0
ຮັມ	10	10	10	10	10	10	60	100.0
ຄວາມຮູ້ສຶກທີ່ມີຕ່ອເສີຍປະກອບ (ເສີຍຄື່ນ, ເສີຍນຸກ, ເສີຍແຕຣ ລລໆ)								
ເສີຍ ໄນຮູ້ສຶກຂະໄຣ	10	10	10	10	10	10	60	100.0
ຮັມ	10	10	10	10	10	10	60	100.0

ตารางที่ 4.11 (ต่อ)

n = 60

ภาคยนตร์โภชนาทั่วไป	อายุ						รวม
	7 ขวบ	8 ขวบ	9 ขวบ	10 ขวบ	11 ขวบ	12 ขวบ	
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	
ภาพในภาคยนตร์โภชนาทีชอบ							
ภาพวาดหรือการ์ตูน	8	7	8	5	3	2	33 55.0
ภาพชีวิตจริง	2	3	2	5	7	8	27 45.0
รวม	10	10	10	10	10	10	60 100.0
สิ่งที่อยู่ในภาพของภาคยนตร์โภชนาทีชอบ							
นักแสดง	10	10	10	6	4	2	42 70.0
บรรยายกาศของเรื่อง	0	0	0	4	6	8	18 30.0
รวม	10	10	10	10	10	10	60 100.0

จากตารางที่ 4.11 พบร่วมกันว่าเด็กนักเรียนวัยประถมศึกษาปีที่ 1-6 ของโรงเรียนวัดพระมหาสุวรรณสามัคคี มากกว่า 50% ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 60 คน จำแนกตามอายุ ในการศึกษาด้านภาคยนตร์โภชนาทั่วไปที่รับชม ดังรายการต่อไปนี้

ความรู้สึกต่อภาคยนตร์โภชนามากที่สุด คือชอบ โดยเด็กอายุ 7 ขวบ 8 ขวบ จำนวน 8 คน เท่ากัน รองลงมาคือเด็กอายุ 9 ขวบ 10 ขวบ จำนวน 7 คนเท่ากัน และสุดท้ายคือเด็กอายุ 11 ขวบ 12 ขวบ จำนวน 6 คนเท่ากัน รวมเป็นจำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 70.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ทั้งนี้เด็กอายุ 7 ขวบ 8 ขวบ จะมีความรู้สึกชอบภาคยนตร์โภชนามากกว่าเด็กอายุอื่นๆ เพราะโภชนาสนุกคิด และโภชนาช่วยนักเรียนนักเรียนที่มีสินค้าอะไรใหม่ออกมาให้ทดลอง

สิ่งที่จะจำได้จากการดูภาคยนตร์โภชนามากที่สุด คือเพลง โภชนา โดยเด็กอายุ 7 ขวบจำนวน 6 คน รองลงมาคือเด็กอายุ 9 ขวบ 10 ขวบ จำนวน 5 คนเท่ากัน รองลงมาคือเด็กอายุ 8 ขวบ จำนวน 4 คน รองลงมาคือเด็กอายุ 11 ขวบ จำนวน 4 คน และสุดท้ายคือเด็กอายุ 12 ขวบ จำนวน 3 คน รวมเป็นจำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 45.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ทั้งนี้เด็กอายุ 7 ขวบจะจำเพลง โภชนามากกว่าเด็กอายุอื่นๆ เพราะเพลงสนุก เนื้อหาที่จำง่าย ภาษาและถ้อยคำล้อ Jong Jong ทำให้สามารถร้องตามได้ง่าย และจะสนุกสนานเมื่อนำมาร้องเล่นกันเพื่อนๆ

รูปแบบภาระน้ำหนักที่ขอบมากที่สุด คือแบบร้องรำทำเพลง สนุกสนาน โดยเด็กอายุ 7 ขวบ จำนวน 6 คน รองลงมาคือเด็กอายุ 8 ขวบ จำนวน 4 คน สุดท้ายคือเด็กอายุ 9 ขวบ 10 ขวบ จำนวน 3 คนเท่ากัน รวมเป็นจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 35.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ทั้งนี้เด็กอายุ 7 ขวบ จะชอบรูปแบบภาระน้ำหนักแบบร้องรำทำเพลง สนุกสนานมากกว่าเด็กอายุ อื่นๆ เพราะดูน่าสนใจและเกิดความสนุกคล้อยตาม ไม่รู้สึกว่าลังๆ ที่ดูอยู่เป็นโฆษณาขายสินค้า

เนื้อเรื่องภาระน้ำหนักที่ขอบมากที่สุด คือแบบพจัญภัย โดยเด็กอายุ 10 ขวบ 11 ขวบ 12 ขวบ จำนวน 6 คนเท่ากัน และสุดท้ายคือเด็กอายุ 7 ขวบ 8 ขวบ 9 ขวบ จำนวน 4 คนเท่ากัน รวมเป็นจำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 50.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ทั้งนี้ เด็กอายุ 10 ขวบ 11 ขวบ 12 ขวบ จะชอบเนื้อเรื่องภาระน้ำหนักแบบพจัญภัยมากกว่าเด็กอายุอื่นๆ เพราะเนื้อเรื่องแบบพจัญภัย จะทำให้รู้สึกตื่นเต้นใจจดจ่อที่จะค้นหาไปกับโฆษณาในนั้นๆ และน่าสนใจที่จะดูตั้งแต่ต้นจนจบเรื่อง

ข้อความโฆษณาที่ขอบมากที่สุด คือข้อความที่น่าเชื่อถือและเป็นกันเอง โดยเด็กอายุ 7 ขวบ 8 ขวบ 9 ขวบ 10 ขวบ 11 ขวบ และอายุ 12 ขวบ จำนวน 10 คนเท่ากัน รวมเป็นจำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 100.0 ของตัวอย่างทั้งหมด เพราะข้อความในโฆษณาต้องไว้วางใจได้ เชื่อถือได้ ไม่หลอกลวง สร้างบรรยายกาศที่เป็นกันเอง ไม่ใช้ออกคำสั่งให้ทำหรือบังคับว่าต้องทำตามโฆษณา

ผู้พูดข้อความโฆษณาที่ขอบมากที่สุด คือตัวละครเป็นผู้พูดเอง โดยเด็กอายุ 7 ขวบ 8 ขวบ 9 ขวบ 10 ขวบ 11 ขวบ และอายุ 12 ขวบ จำนวน 10 คนเท่ากัน รวมเป็นจำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 100.0 ของตัวอย่างทั้งหมด เพราะให้ความรู้สึกว่าเป็นเรื่องจริง

เพลงโฆษณาที่ขอบมากที่สุด คือเพลงตามสมัยนิยม โดยเด็กอายุ 11 ขวบ จำนวน 7 คน รองลงมาคือเด็กอายุ 12 ขวบ และ 10 ขวบ จำนวน 6 คนเท่ากัน รองลงมาคือเด็กอายุ 8 ขวบ และ 9 ขวบ จำนวน 3 คนเท่ากัน และสุดท้ายคือเด็กอายุ 7 ขวบ จำนวน 2 คน รวมเป็นจำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 45.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ทั้งนี้เด็กอายุ 11 ขวบ ชอบเพลงตามสมัยนิยมมากกว่าเด็กอายุอื่นๆ เพราะมีความคุ้นเคย และมีส่วนร่วมของความทันสมัยเมื่อได้รับชม

ความรู้สึกที่มีต่อ คำวัญ (โลเลแกน) มากที่สุด คือรู้สึกชอบ โดยเด็กอายุ 7 ขวบ 8 ขวบ 9 ขวบ 10 ขวบ 11 ขวบ และอายุ 12 ขวบ จำนวน 10 คนเท่ากัน รวมเป็นจำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 100.0 ของตัวอย่างทั้งหมด เพราะเป็นข้อความสรุปถึงโฆษณาหรือสินค้าที่โฆษณา ทำให้จำได้ หลังจากที่โฆษณาจบ

ความรู้สึกที่มีต่อเสียงประกอบ (เสียงกลืน, เสียงงก, เสียงแตร ฯลฯ) มากที่สุด คือรู้สึกเบื่อ โดยเด็กอายุ 7 ขวบ 8 ขวบ 9 ขวบ 10 ขวบ 11 ขวบ และอายุ 12 ขวบ จำนวน 10 คนเท่ากัน

รวมเป็นจำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 100.0 ของตัวอย่างทั้งหมด เพราะไม่ได้ทำให้รู้สึกน่าสนใจ
ชวนให้ติดตาม เป็นสิ่งปกติธรรมดายในชีวิตประจำวัน

ภาพในภาพนตร์โฆษณาที่ชอบมากที่สุด คือภาพวดหรือการ์ตูน โดยเด็กอายุ 7 ขวบ 9
ขวบจำนวน 8 คน รองลงมาคือเด็กอายุ 8 ขวบ จำนวน 7 คน รองลงมาคือเด็กอายุ 10 ขวบ จำนวน 5
คนรองลงมาคือเด็กอายุ 11 ขวบ จำนวน 3 คน และสุดท้ายคือเด็กอายุ 6 ขวบ จำนวน 2 คน รวมเป็น^{จำนวน 33 คน} คิดเป็นร้อยละ 55.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ทั้งนี้เด็กอายุ 7 ขวบ และ 9 ขวบ ชอบ
ภาพในภาพนตร์โฆษณาแบบภาพวดหรือภาพการ์ตูนมากกว่าเด็กอายุอื่นๆ เพราะภาพการ์ตูนมีสีสัน
สวยงาม และสามารถสร้างให้มีรูปร่างลักษณะหลากหลายแบบ ตามจินตนาการ ทำให้เกิดการคล้อยตาม

สิ่งที่อยู่ในภาพของภาพนตร์โฆษณาที่ชอบมากที่สุด คือนักแสดง โดยเด็กอายุ 7 ขวบ
8 ขวบ 9 ขวบ จำนวน 10 คนเท่ากัน รองลงมาคือเด็กอายุ 10 ขวบ จำนวน 6 คน รองลงมาคือเด็กอายุ
11 ขวบ จำนวน 4 คน และสุดท้ายคือเด็กอายุ 12 ขวบ จำนวน 2 คน รวมเป็นจำนวน 42 คน คิดเป็น^{ร้อยละ 70.0} ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ทั้งนี้เด็กอายุ 7 ขวบ 8 ขวบ 9 ขวบ ชอบนักแสดงใน
ภาพนตร์โฆษณามากกว่าเด็กอายุอื่นๆ เพราะเป็นผู้แสดงออกและนำเสนอเรื่องราวที่เกิดขึ้นในโฆษณา

ตารางที่ 4.12 ข้อมูลด้านภาษณตร์โฆษณาทั่วไปที่รับชม จำแนกตามชั้นเรียน

n = 60

ກາພຍນຕໍຣໄໂມໝ່າທ້ວ່າໄປ	ອາຊຸ						ຈຳນວນ	ຮ້ອຍລະ
	ປ.1	ປ.2	ປ.3	ປ.4	ປ.5	ປ.6		
ເນື້ອເຮື່ອງກາພຍນຕໍຣໄໂມໝ່າທ້່ອນ								
ນິການພື້ນບ້ານ	4	4	3	1	0	0	12	20.0
ວິທາຍາສາສຕ່ຣ	2	2	3	3	4	4	18	30.0
ພຈະງົກຍີ	4	4	4	6	6	6	30	50.0
ຮ່ວມ	10	10	10	10	10	10	60	100.0
ຂໍຄວາມໄໂມໝ່າທ້່ອນ								
ຂໍຄວາມນ່າເຫຼືອຄືເປັນກັນເອງ	10	10	10	10	10	10	60	100.0
ຮ່ວມ	10	10	10	10	10	10	60	100.0
ຜູ້ພຸດຂໍ້ຄວາມໄໂມໝ່າທ້່ອນ								
ຕົວລະຄຣເປັນຜູ້ພຸດເອງ	10	10	10	10	10	10	60	100.0
ຮ່ວມ	10	10	10	10	10	10	60	100.0
ເພັນໄໂມໝ່າທ້່ອນ								
ເພັນຕາມສມັຍນິຍມ	2	3	3	6	7	6	27	45.0
ເພັນບອກຊື່ອ, ຄູນສນມັບຕົນກໍາ	8	7	5	2	3	2	24	40.0
ເພັນບຣຣເລງ	0	0	2	2	0	2	9	15.0
ຮ່ວມ	10	10	10	10	10	10	60	100.0
ຄວາມຮູ້ສຶກທີ່ມີຕ່ອ ຄໍາຂວາງ (ສໂລແກນ)								
ຮ່ວມ	10	10	10	10	10	10	60	100.0
ຮ່ວມ	10	10	10	10	10	10	60	100.0
ຄວາມຮູ້ສຶກທີ່ມີຕ່ອເສີຍປະກອນ (ເສີຍຄື່ນ, ເສີຍນັກ, ເສີຍແຕຣ ລລ.)								
ເສີຍ ທີ່ໄມ້ຮູ້ສຶກອະໄໄ	10	10	10	10	10	10	60	100.0
ຮ່ວມ	10	10	10	10	10	10	60	100.0

ตารางที่ 4.12 (ต่อ)

n = 60

ภาพนิทรรศ์โฆษณาทั่วไป	อายุ						รวม
	ป.1	ป.2	ป.3	ป.4	ป.5	ป.6	
	จำนวน ร้อยละ						
ภาพในภาพนิทรรศ์โฆษณาที่ชอบ							
ภาพวาดหรือการ์ตูน	8	7	8	5	3	2	33 55.0
ภาพชีวิตจริง	2	3	2	5	7	8	27 45.0
รวม	10	10	10	10	10	10	60 100.0
สิ่งที่อยู่ในภาพของภาพนิทรรศ์โฆษณาที่ชอบ							
นักแสดง	10	10	10	6	4	2	42 70.0
บรรยายกาศของเรื่อง	0	0	0	4	6	8	18 30.0
รวม	10	10	10	10	10	10	60 100.0

จากตารางที่ 4.12 พบว่าเด็กนักเรียนวัยประถมศึกษาปีที่ 1-6 ของโรงเรียนวัดพระมหาสุวรรณสามัคคี จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 60 คน จำแนกตามชั้นเรียน ในการศึกษาด้านภาพนิทรรศ์โฆษณาทั่วไปที่รับชม ดังรายการต่อไปนี้

ความรู้สึกต่อภาพนิทรรศ์โฆษณามากที่สุด คือชอบ โดยเด็กชั้นป. 1 ป. 2 จำนวน 8 คน เท่ากัน รองลงมาคือเด็กชั้นป. 3 และ ป. 4 จำนวน 7 คนเท่ากัน และสุดท้ายคือเด็กชั้นป. 5 ป. 6 จำนวน 6 คนเท่ากัน รวมเป็นจำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 70.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดทั้งนี้เด็กชั้นป. 1 และ ป. 2 จะมีความรู้สึกชอบภาพนิทรรศ์โฆษณามากกว่าเด็กชั้นเรียนอื่นๆ เพราะโฆษณาสนุกคิ ดและโฆษณาช่วยบอกว่าตอนนี้มีสินค้าอะไรใหม่มีกันให้ทดลอง

สิ่งที่จดจำได้จากการนิทรรศ์โฆษณามากที่สุด คือเพลงโฆษณา โดยเด็กชั้นป. 1 จำนวน 6 คน รองลงมาคือเด็กชั้นป. 3 และ ป. 4 จำนวน 5 คนเท่ากัน รองลงมาคือเด็กชั้นป. 2 จำนวน 4 คน รองลงมาคือเด็กชั้นป. 5 จำนวน 4 คน และสุดท้ายคือเด็กชั้นป. 6 จำนวน 3 คน รวมเป็นจำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 45.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ทั้งนี้เด็กชั้นป. 1 จะจดจำเพลงโฆษณามากกว่าเด็กชั้นเรียนอื่นๆ เพราะเพลงสนุก เนื้อหาที่จำง่าย ภาษาและถ้อยคำล้อองของทำให้สามารถร้องตามได้ง่าย และจะสนุกสนานเมื่อนำมาร้องเล่นกับเพื่อนๆ

รูปแบบภาษาพยัคฆ์โภษณาที่ชอบมากที่สุด คือแบบร้องรำทำเพลง สนุกสนาน โดยเด็กชั้นป. 1 จำนวน 6 คน รองลงมาคือเด็กชั้นป. 2 จำนวน 4 คน สุดท้ายคือเด็กชั้นป. 3 และป. 4 จำนวน 3 คนเท่ากัน รวมเป็นจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 35.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ทั้งนี้เด็กชั้นป. 1 จะชอบรูปแบบภาษาพยัคฆ์โภษณาแบบร้องรำทำเพลงสนุกสนานมากกว่าเด็กชั้นเรียนอื่นๆ เพราะดูโภษณาและเกิดความสนุกคล้อยตาม ไม่รู้สึกว่าสิ่งที่คุยญี่เป็นโภษณาข่ายสินค้า

เนื้อร้องภาษาพยัคฆ์โภษณาที่ชอบมากที่สุด คือแบบผจญภัย โดยเด็กชั้น ป.4 ป.5 และ ป. 6 จำนวน 6 คนเท่ากัน และสุดท้ายคือเด็กชั้น ป. 1 ป. 2 และ ป. 3 จำนวน 4 คนเท่ากัน รวมเป็นจำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 50.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ทั้งนี้เด็กชั้น ป.4 ป.5 และ ป. 6 จะชอบเนื้อร้องภาษาพยัคฆ์โภษณาแบบผจญภัยมากกว่าเด็กชั้นเรียนอื่นๆ เพราะเนื้อร้องแบบผจญภัย จะทำให้รู้สึกตื่นเต้นใจจดจ่อที่จะค้นหาไปกับโภษนานั้นๆ และน่าสนใจที่จะคุ้ตตั้งแต่ต้นจนจบเรื่อง

ข้อความโภษณาที่ชอบมากที่สุด คือข้อความที่น่าเชื่อถือและเป็นกันเอง โดยเด็กชั้น ป. 1 ป. 2 ป. 3 ป. 4 ป. 5 และ ป. 6 จำนวน 10 คนเท่ากัน รวมเป็นจำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 100.0 ของตัวอย่างทั้งหมด เพราะข้อความในโภษนาต้องไว้วางใจได้ เชื่อถือได้ ไม่หลอกลวง สร้างบรรยายภาพที่เป็นกันเอง ไม่ใช้ออกคำสั่งให้ทำหรือบังคับว่าต้องทำตามโภษนา

ผู้พูดข้อความโภษนาที่ชอบมากที่สุด คือตัวละครเป็นผู้พูดเอง โดยเด็กชั้น ป. 1 ป. 2 ป. 3 ป. 4 ป. 5 และ ป. 6 จำนวน 10 คนเท่ากัน รวมเป็นจำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 100.0 ของตัวอย่างทั้งหมด เพราะให้ความรู้สึกว่าเป็นเรื่องจริง

เพลงโภษนาที่ชอบมากที่สุด คือเพลงตามสมัยนิยม โดยเด็กชั้นป. 5 จำนวน 7 คน รองลงมาคือเด็กชั้นป. 6 และ ชั้นป. 4 จำนวน 6 คนเท่ากัน รองลงมาคือเด็กชั้นป. 2 และ ชั้นป. 3 จำนวน 3 คนเท่ากัน และสุดท้ายคือเด็กชั้นป. 1 จำนวน 2 คน รวมเป็นจำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 45.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ทั้งนี้เด็กชั้นป. 5 ชอบเพลงตามสมัยนิยมมากกว่าเด็กอายุอื่นๆ เพราะมีความคุ้นเคย และมีส่วนร่วมของความทันสมัยเมื่อได้รับชน

ความรู้สึกที่มีต่อ คำขวัญ (โลแกน) มากที่สุด คือรู้สึกชอบ โดยเด็กชั้น ป. 1 ป. 2 ป. 3 ป. 4 ป. 5 และ ป. 6 จำนวน 10 คนเท่ากัน รวมเป็นจำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 100.0 ของตัวอย่างทั้งหมด เพราะเป็นข้อความสรุปถึงโภษนาหรือสินค้าที่โภษนา ทำให้จำได้หลังจากที่โภษนาจบ

ความรู้สึกที่มีต่อเสียงประกอบ (เสียงกลืน, เสียงงก, เสียงแทร ฯลฯ) มากที่สุด คือรู้สึกเฉยๆ โดยเด็กชั้น ป. 1 ป. 2 ป. 3 ป. 4 ป. 5 และ ป. 6 จำนวน 10 คนเท่ากัน รวมเป็นจำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 100.0 ของตัวอย่างทั้งหมด เพราะไม่ได้ทำให้รู้สึกน่าสนใจชวนให้ติดตาม เป็นสิ่งปกติธรรมดายในชีวิตประจำวัน

ภาพในภาพยนตร์โฆษณาที่ขอบมากที่สุด คือภาพวดหรือการตูน โดยเด็กชั้นป.1 และ ป.3 รองลงมาคือเด็กชั้นป. 2 จำนวน 7 คน รองลงมาคือเด็กชั้นป. 4 จำนวน 5 คน รองลงมาคือเด็กชั้นป. 5 จำนวน 3 คน และสุดท้ายคือชั้นป. 6 จำนวน 2 คน รวมเป็นจำนวน 33 คน กิดเป็นร้อยละ 55.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ทั้งนี้เด็กชั้นป.1 และ ป.3 ชอบภาพในภาพยนตร์โฆษณาแบบภาพวดหรือภาพการตูนมากกว่าเด็กชั้นเรียนอื่นๆ เพราะภาพการตูนมีสีสันสวยงาม และสามารถสร้างให้มีรูปร่างลักษณะหลากหลายแบบ ตามจินตนาการ ทำให้เกิดการคล้อยตาม

สิ่งที่อยู่ในภาพของภาพยนตร์โฆษณาที่ขอบมากที่สุด คือนักแสดง โดยเด็กชั้น ป. 1 ป. 2 และ ป. 3 จำนวน 10 คนเท่ากัน รองลงมาคือเด็กชั้นป. 4 จำนวน 6 คน รองลงมาคือเด็กชั้นป. 5 จำนวน 4 คน และสุดท้ายคือเด็กชั้นป. 6 จำนวน 2 คน รวมเป็นจำนวน 42 คน กิดเป็นร้อยละ 70.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ทั้งนี้เด็กชั้น ป. 1 ป. 2 และ ป. 3 ชอบนักแสดงในภาพยนตร์โฆษณามากกว่าเด็กชั้นเรียนอื่นๆ เพราะเป็นผู้แสดงออกและนำเสนอเรื่องราวที่เกิดขึ้นในโฆษณา

**ส่วนที่ 3 ข้อมูลพฤติกรรมการรับชมภาพยนตร์โฆษณาบนปั๊กกิ้งและบนมือถือรับออด
ของเด็กวัยประถมศึกษา**

3.1 ด้านการเปิดรับภาพยนตร์โฆษณาบนปั๊กกิ้งและบนมือถือรับออดของเด็กวัยประถม

3.1.1 ด้านการเปิดรับภาพยนตร์โฆษณาบนปั๊กกิ้ง จากการเก็บรวบรวมข้อมูลกับ
กลุ่มตัวอย่างแสดงผลการวิเคราะห์ตามเพศ อายุ และระดับชั้นเรียน ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.13 ข้อมูลด้านการเปิดรับภาพยนตร์โฆษณาบนปั๊กกิ้ง จำแนกตามเพศ

n = 60

การเปิดรับโฆษณาปั๊กกิ้ง	เพศ		รวม		ร้อยละ	
	ชาย	หญิง	จำนวน	จำนวน		
	จำนวน	จำนวน				
สิ่งที่น่าสนใจชวนให้ติดตามดูโฆษณาปั๊กกิ้ง						
เพลง	30	30	60	60	100.0	
รวม	30	30	60	60	100.0	
วัน เวลา และจำนวนครั้งที่เห็นโฆษณาปั๊กกิ้ง						
เสา- อาทิตย์ เช้า 1 ครั้ง	9	12	21	35.00		
เสา- อาทิตย์ เช้า 2 ครั้ง	14	10	24	40.00		
เสา- อาทิตย์ เช้า 3 ครั้ง	7	8	15	25.00		
รวม	30	30	60	60	100.0	
สถานีโทรทัศน์ช่องที่เห็นโฆษณาปั๊กกิ้งบ่อยครั้ง						
ช่อง 9	18	21	39	65.0		
ช่อง ITV.	12	9	21	35.0		
รวม	30	30	60	60	100.0	
รายการที่เห็นโฆษณาปั๊กกิ้งออกอากาศเสมอ						
การถูนตอนเช้า	30	30	60	100.0		
รวม	30	30	60	60	100.0	

จากตารางที่ 4.13 พนบว่า เด็กนักเรียนวัยประถมศึกษาปีที่ 1-6 ของโรงเรียนพรมสุวรรณ สามัคคี จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 60 คน จำแนกตามเพศในการศึกษา ด้านการเปิดรับภาษาพยนตร์โภชนา ขนมปักษ์ ดังรายการต่อไปนี้

สิ่งที่น่าสนใจชวนให้ติดตามดูโภชนาปักษ์มากที่สุด คือเพลง โดยเด็กเพศชายจำนวน 30 คน และเด็กเพศหญิงจำนวน 30 คน รวมเป็นจำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 100.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ทั้งนี้เด็กเพศชายและเด็กเพศหญิงชอบเท่ากัน เพราะเพลงสนุก อ้อยคำคล้องจอง ใช้ภาษาเรียบง่ายต่อการจำจำ

วัน เวลา และจำนวนครั้งที่เห็น โภชนาปักษ์มากที่สุด คือวันเสาร์-วันอาทิตย์ ตอนเข้า จำนวน ที่เห็น 2 ครั้ง โดยเด็กเพศชาย จำนวน 14 คน และเด็กเพศหญิง จำนวน 10 คน รวมเป็นจำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 40.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ทั้งนี้เด็กเพศชายเห็น โภชนาปักษ์มากกว่าเด็ก เพศหญิง เพราะ โภชนา มีเพลงที่ดึงดูดใจในรับชม สร้างความสนุกสนาน

สถานีโทรทัศน์ช่องที่เห็น โภชนาปักษ์ ก็คือช่อง 9 โดยเด็กเพศหญิง จำนวน 21 คน และเด็กเพศชาย จำนวน 18 คน รวมเป็นจำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 65.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ทั้งนี้เด็กเพศหญิงเห็น โภชนาปักษ์ ก็คือช่อง 9 มากกว่าเด็กเพศชาย เพราะดูรายการ โทรทัศน์ช่อง 9 มากกว่าช่องอื่นๆ

รายการที่เห็น โภชนาปักษ์ ก็คือรายการการ์ตูนตอนเข้า โดยเด็กเพศชาย จำนวน 30 คน และเด็กเพศหญิง จำนวน 30 คน รวมเป็นจำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 100.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ทั้งนี้เด็กเพศชายและเด็กเพศหญิงเห็นเท่ากัน เพราะรายการที่นิยมรับชมมากที่สุด เป็นรายการการ์ตูนตอนเข้า โดยเฉพาะวันเสาร์และวันอาทิตย์

ตารางที่ 4.14 ข้อมูลด้านการเปิดรับภาษณ์โழมณาahnปักกิ่ง จำแนกตามอายุ

n = 60

การเปิดรับโழมณาahnปักกิ่ง	อายุ						รวม
	7 ขวบ	8 ขวบ	9 ขวบ	10 ขวบ	11 ขวบ	12 ขวบ	
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	
สิ่งที่น่าสนใจช่วงให้คิดตามคูโழมณาahnปักกิ่ง							
เพลง	10	10	10	10	10	10	60 100.0
รวม	10	10	10	10	10	10	60 100.0
วัน เวลา และจำนวนครั้งที่เห็นโழมณาahnปักกิ่ง							
เสาร์-อาทิตย์ เช้า 1 ครั้ง	4	5	3	3	3	3	21 35.0
เสาร์-อาทิตย์ เช้า 2 ครั้ง	3	2	3	5	5	6	24 40.0
เสาร์-อาทิตย์ เช้า 3 ครั้ง	3	3	4	2	2	1	15 25.0
รวม	10	10	10	10	10	10	60 100.0
สถานีโทรทัศน์ช่องที่เห็นโழมณาahnปักกิ่งบ่อยครั้ง							
ช่อง 9	10	7	8	5	4	5	39 65.0
ช่อง ITV.	0	3	2	5	6	5	21 35.0
รวม	10	10	10	10	10	10	60 100.0
รายการที่เห็นโழมณาahnปักกิ่งออกอากาศเสมอ							
การถูนตอนเช้า	10	10	10	10	10	10	60 100.0
รวม	10	10	10	10	10	10	60 100.0

จากตารางที่ 4.14 พบร่วมกันว่า เด็กนักเรียนวัยประถมศึกษาปีที่ 1-6 ของโรงเรียนพรหมสุวรรณ สามัคคี จากการสำรวจ 60 คน จำแนกตามอายุ ด้านการเปิดรับภาษณ์โழมณาahnปักกิ่ง ดังนี้

สิ่งที่น่าสนใจช่วงให้คิดตามคูโழมณาahnปักกิ่งมากที่สุด คือเพลง โดยเด็กอายุ 7 ขวบ 8 ขวบ 9 ขวบ 10 ขวบ 11 ขวบ และอายุ 12 ขวบ จำนวน 10 คนเท่ากัน รวมเป็นจำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 100.0 ของตัวอย่างทั้งหมด เพราะเพลงสนุก อีกคำล้อของใช้ภาษาเรียนง่ายต่อการจดจำ วัน เวลา และจำนวนครั้งที่เห็นโழมณาahnปักกิ่งมากที่สุด คือวันเสาร์-วันอาทิตย์ ตอนเช้า จำนวน ที่เห็น 2 ครั้ง โดยเด็กอายุ 12 ขวบ จำนวน 6 คน รองลงมาคือเด็กอายุ 10 ขวบ 11 ขวบ

จำนวน 5 คนเท่ากัน รองลงมาคือเด็กอายุ 9 ขวบ 7 ขวบ จำนวน 3 คนเท่ากัน และสุดท้ายคือเด็กอายุ 8 ขวบ จำนวน 2 คน รวมเป็นจำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 40.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ทั้งนี้เด็กอายุ 12 ขวบ มักจะเห็นโฆษณาในวันเสาร์- วันอาทิตย์ ตอนเช้ามากกว่าเด็กวัยอื่นๆ เพราะโฆษณาไม่เพียงที่ดึงดูดใจในรับชม สร้างความสนุกสนาน

สถานีโทรทัศน์ช่องที่เห็นโฆษณาปักกิ่งบอยครั้งมากที่สุด คือช่อง 9 โดยเด็กอายุ 7 ขวบจำนวน 10 คน รองลงมาคือเด็กอายุ 9 ขวบ จำนวน 8 คน รองลงมาคือเด็กอายุ 8 ขวบ จำนวน 7 คน และรองลงมาคือเด็กอายุ 10 ขวบ 12 ขวบ จำนวน 5 คนเท่ากัน สุดท้ายคือเด็กอายุ 11 ขวบ จำนวน 4 คน รวมเป็นจำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 65.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ทั้งนี้เด็กอายุ 7 ขวบจะเห็นโฆษณาปักกิ่งทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 มากกว่าเด็กอายุอื่นๆ เพราะดูรายการ โทรทัศน์ช่อง 9 มากกว่าช่องอื่นๆ

รายการที่เห็นโฆษณาปักกิ่งออกอากาศมากที่สุด คือรายการการ์ตูนตอนเข้า โดยเด็กอายุ 7 ขวบ 8 ขวบ 9 ขวบ 10 ขวบ 11 ขวบ และอายุ 12 ขวบ จำนวน 10 คนเท่ากัน รวมเป็นจำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 100.0 ของตัวอย่างทั้งหมด เพราะรายการที่นิยมรับชมมากที่สุดเป็นรายการการ์ตูนตอนเข้า โดยเฉพาะวันเสาร์และวันอาทิตย์

ตารางที่ 4.15 ข้อมูลด้านการเปิดรับภาพนิทรรศ์โฆษณาบนปั๊กกิ้ง จำแนกตามชั้นเรียน

n = 60

การเปิดรับโภชนาปักกิ่ง	อายุ						รวม	
	ป.1	ป.2	ป.3	ป.4	ป.5	ป.6		
จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	ร้อยละ	
สิ่งที่น่าสนใจชวนให้คิดตามดู โภชนาปักกิ่ง								
เพลง	10	10	10	10	10	10	60	100.0
รวม	10	10	10	10	10	10	60	100.0
วัน เวลา และจำนวนครั้งที่เห็น โภชนาปักกิ่ง								
เสา- อาทิตย์ เช้า 1 ครั้ง	4	5	3	3	3	3	21	35.0
เสา- อาทิตย์ เช้า 2 ครั้ง	3	2	3	5	5	6	24	40.0
เสา- อาทิตย์ เช้า 3 ครั้ง	3	3	4	2	2	1	15	25.0
รวม	10	10	10	10	10	10	60	100.0

ตารางที่ 4.15 (ต่อ)

n = 60

การเปิดรับโழมณาปักกิ่ง	อายุ						รวม
	ป.1	ป.2	ป.3	ป.4	ป.5	ป.6	
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	
สถานีโทรทัศน์ช่องที่เห็นโழมณาปักกิ่งบ่อยครั้ง							
ช่อง 9	10	7	8	5	4	5	39 65.0
ช่อง ITV.	0	3	2	5	6	5	21 35.0
รวม	10	10	10	10	10	10	60 100.0
รายการที่เห็นโழมณาปักกิ่งออกอากาศเสมอ							
การถูนตอนเข้า	10	10	10	10	10	10	60 100.0
รวม	10	10	10	10	10	10	60 100.0

จากตารางที่ 4.15 พบว่า เด็กนักเรียนวัยประถมศึกษาปีที่ 1-6 ของโรงเรียนพรหมสุวรรณ สามัคคี กับกลุ่มตัวอย่าง 60 คน จำแนกตามชั้นเรียน ด้านการเปิดรับภาพยันตร์โழมนาขันมปักกิ่ง ดังนี้ สิ่งที่น่าสนใจช่วงให้ติดตามดูโழมณาปักกิ่งมากที่สุด คือเพลง โดยเด็กชั้น ป. 1 ป. 2 ป. 3 ป. 4 ป. 5 และ ป. 6 จำนวน 10 คนเท่ากัน รวมเป็นจำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 100.0 ของตัวอย่างทั้งหมด เพราะเพลงสนุก ถือยกคำถ้องของ ใช้ภาษาเรียบง่ายต่อการจดจำ

วัน เวลา และจำนวนครั้งที่เห็นโழมณาปักกิ่งมากที่สุด คือวันเสาร์-วันอาทิตย์ ตอนเข้า จำนวน ที่เห็น 2 ครั้ง โดยเด็กชั้นป. 6 จำนวน 6 คน รองลงมาคือเด็กชั้นป. 4 และ ป. 5 จำนวน 5 คน เท่ากัน รองลงมาคือเด็กชั้นป. 1 และ ป. 3 จำนวน 3 คนเท่ากัน และสุดท้ายคือเด็กชั้นป. 2 จำนวน 2 คน รวมเป็นจำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 40.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ทั้งนี้เด็กชั้นป. 6 มักจะเห็น โழมนาในวันเสาร์- วันอาทิตย์ ตอนเข้า จำนวน 2 ครั้ง มากกว่าเด็กชั้นเรียนอื่นๆ เพราะโழมนามีเพลง ที่ดึงดูดใจในรับชม สร้างความสนุกสนาน

สถานีโทรทัศน์ช่องที่เห็นโழมนาปักกิ่งบ่อยครั้งมากที่สุด คือช่อง 9 โดยเด็กชั้น ป. 1 จำนวน 10 คน รองลงมาคือเด็กชั้นป. 3 จำนวน 8 คน รองลงมาคือเด็กชั้นป. 2 จำนวน 7 คน และ รองลงมาคือเด็กชั้นป. 4 และ ป. 6 จำนวน 5 คนเท่ากัน สุดท้ายคือเด็กชั้นป. 5 จำนวน 4 คน รวมเป็น

จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 65.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ทั้งนี้เด็กชั้น ป. 1 จะเห็นโฆษณาปักกิ่งทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 มากกว่าเด็กชั้นเรียนอื่นๆ เพราะครูรายการโทรทัศน์ช่อง 9 มากกว่าช่องอื่นๆ รายการที่เห็นโฆษณาปักกิ่งออกอากาศมากที่สุด คือรายการการ์ตูนตอนเข้า โดยเด็กชั้น ป. 1 ป. 2 ป. 3 ป. 4 ป. 5 และ ป. 6 จำนวน 10 คน เท่ากัน รวมเป็นจำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 100.0 ของตัวอย่างทั้งหมด เพราะรายการที่นิยมรับชมมากที่สุดเป็นรายการการ์ตูนตอนเข้า โดยเฉพาะวันเสาร์และวันอาทิตย์

3.1.2 ด้านการเปิดรับภาพบนตรรctrineตามแบบเกอร์รีบลจากการเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างแสดงผลการวิเคราะห์ตามเพศ อายุ และระดับชั้นเรียน ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.16 ข้อมูลด้านการเปิดรับภาพบนตรรocrineตามแบบเกอร์รีบล จำแนกตามเพศ

n = 60

การเปิดรับโฆษณาบนเกอร์รีบล	เพศ		รวม		ร้อยละ
	ชาย	หญิง	จำนวน	จำนวน	
สิ่งที่น่าสนใจชวนให้ติดตามดูโฆษณาบนเกอร์รีบล					
ภาพบนมินิจาน	16	20	36	60	60.0
ภาพนักแสดงกำลังกินขนม	14	10	24	40	40.0
รวม	30	30	60	100	100.0
วัน เวลา และจำนวนครั้งที่เห็นโฆษณาบนเกอร์รีบล					
เสาร์-อาทิตย์ เข้า 1 ครั้ง	16	17	33	55	55.0
เสาร์-อาทิตย์ เข้า 2 ครั้ง	14	13	27	45	45.0
รวม	30	30	60	100	100.0
สถานีโทรทัศน์ช่องที่เห็นโฆษณาบนเกอร์รีบลบ่อยครั้ง					
ช่อง 9	18	18	36	60	60.00
ช่อง ITV.	12	12	24	40	40.00
รวม	30	30	60	100	100.0
รายการที่เห็นโฆษณาบนเกอร์รีบลออกอากาศเสมอ					
การ์ตูนตอนเข้า	30	30	60	100	100.0
รวม	30	30	60	100	100.0

จากตารางที่ 4.16 พบว่า เด็กนักเรียนวัยประถมศึกษาปีที่ 1-6 ของโรงเรียนพรมสุวรรณ สามัคคี จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 60 คน จำแนกตามเพศในการศึกษา ด้านการเปิดรับภาษาไทย บนแบบเกอร์รีบอล ดังรายการต่อไปนี้

สิ่งที่น่าสนใจของเด็กตามดูโดยรวมบนแบบเกอร์รีบอลมากที่สุด คือภาพบนในงาน โดยเด็ก เพศหญิง จำนวน 20 คน และ เด็กเพศชาย จำนวน 16 คน รวมเป็นจำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 60.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ทั้งนี้เด็กเพศหญิงสนใจภาพบนในงานมากกว่าเด็กเพศชาย เพราะภาพบน ในโดยรวมมีความซัดเจน จัดวางในภาระหนึ่งหรืองานได้ช่วนให้กิน

วัน เวลา และจำนวนครั้งที่เห็นโดยรวมบนแบบเกอร์รีบอลมากที่สุด คือวันเสาร์- วันอาทิตย์ ตอนเช้าจำนวน 1 ครั้ง โดยเด็กเพศหญิง จำนวน 17 คน และ เด็กเพศชายจำนวน 16 คน รวมเป็น จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 55.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ทั้งนี้เด็กเพศหญิงเห็นโดยรวมบนแบบเกอร์รีบอลมากกว่าเด็กเพศชาย เพราะภาพบนในงานช่วนให้สนใจ

สถานีโทรทัศน์ช่องที่เห็นโดยรวมบนบ่อยครั้งมากที่สุด คือช่อง 9 โดยเด็กเพศชาย จำนวน 18 คน และ เด็กเพศหญิง จำนวน 18 คน รวมเป็นจำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 60.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ทั้งนี้เด็กเพศชายและเด็กเพศหญิงเห็นโดยรวมบนแบบเกอร์รีบอลเท่ากัน เพราะสนใจที่จะดูรายการที่ช่อง 9 เป็นหลัก โดยเฉพาะวันเสาร์และวันอาทิตย์ตอนเช้า

รายการที่เห็นโดยรวมบนแบบเกอร์รีบอลออกอากาศมากที่สุด คือรายการการ์ตูน ตอนเช้า โดยเด็ก เพศชายจำนวน 30 คน และ เด็กเพศหญิงจำนวน 30 คน รวมเป็นจำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 100.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ทั้งนี้เด็กเพศชายและเด็กเพศหญิงชอบเท่ากัน เพราะชอบและติดตามรายการ การ์ตูน ตอนเช้า และจะเห็นโดยรวมบนแบบเกอร์รีบอลที่รายการประเภทนี้

ตารางที่ 4.17 ข้อมูลด้านการเปิดรับภาพยนตร์โழมณาจนแบบเกอร์รีบอล จำแนกตามอายุ

n = 60

การเปิดรับโழมณาแบบเกอร์ฯ	อายุ						รวม
	7 ขวบ	8 ขวบ	9 ขวบ	10 ขวบ	11 ขวบ	12 ขวบ	
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	
สิ่งที่น่าสนใจช่วงให้ติดตามคุณอย่างไร้บอลง							
ภาพบนมือถือ	5	5	6	8	6	6	36 60.0
ภาพนักแสดงกำลังกินขนม	5	5	4	2	4	4	24 40.0
รวม	10	10	10	10	10	10	60 100.0
วัน เวลา และจำนวนครั้งที่เห็นโழมณาแบบเกอร์รีบอลง							
สาร์-อาทิตย์ เช้า 1 ครั้ง	7	6	5	5	6	4	33 55.0
สาร์-อาทิตย์ เช้า 2 ครั้ง	3	4	5	5	4	6	27 45.0
รวม	10	10	10	10	10	10	60 100.0
สถานีโทรทัศน์ช่องที่เห็นโழมณาแบบเกอร์รีบอลงบ่อยครั้ง							
ช่อง 9	7	7	5	6	5	6	36 60.0
ช่อง ITV.	3	3	5	4	5	4	24 40.0
รวม	10	10	10	10	10	10	60 100.0
รายการที่เห็นโழมณาแบบเกอร์รีบอลงบ่อยครั้ง							
การ์ตูนตอนเช้า	10	10	10	10	10	10	60 100.0
รวม	10	10	10	10	10	10	60 100.0

จากตารางที่ 4.17 พนวจ เด็กนักเรียนวัยประถมศึกษาปีที่ 1-6 ของโรงเรียนพรหมสุวรรณ สามัคคี มากกว่า 60 คน จำแนกตามอายุ ในการศึกษา ด้านการเปิดรับภาพยนตร์ โழมณาจนแบบเกอร์รีบอลง ดังรายการต่อไปนี้

สิ่งที่น่าสนใจช่วงให้ติดตามคุณอย่างไร้บอลงมากที่สุด คือภาพบนมือถือ โดยเด็ก อายุ 10 ขวบ จำนวน 8 คน รองลงมาเด็กอายุ 9 ขวบ 11 ขวบ 12 ขวบ จำนวน 6 คนเท่ากัน และ สุดท้ายคือเด็กอายุ 7 ขวบ 8 ขวบ จำนวน 5 คนเท่ากัน รวมเป็นจำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 60.0

ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ทั้งนี้เด็กอายุ 10 ขวบ สนใจติดตามภาพบนในงานของโภชนาเบเกอร์รีบอลมากกว่าเด็กอายุอื่นๆ เพราะภาพบนในโภชนาไม่มีความซับซ้อน จัดวางในภาระหรืองานได้ช่วนให้กินวัน เวลา และจำนวนครั้งที่เห็นโภชนาเบเกอร์รีบอลมากที่สุด คือวันเสาร์- วันอาทิตย์ ตอนเช้าจำนวน 1 ครั้ง โดยเด็กอายุ 7 ขวบ จำนวน 7 คน รองลงมาเด็กอายุ 8 ขวบ 11 ขวบ จำนวน 6 คนเท่ากัน รองลงมาคือเด็กอายุ 10 ขวบ 11 ขวบ จำนวน 5 คนเท่ากัน และสุดท้ายคือเด็กอายุ 12 ขวบ จำนวน 4 คน รวมเป็นจำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 55.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ทั้งนี้เด็กอายุ 7 ขวบ เห็นโภชนาเบเกอร์รีบอลในวันเสาร์-วันอาทิตย์ ตอนเช้า จำนวน 1 ครั้ง มากกว่าเด็กอายุอื่นๆ เพราะภาพบนในงานช่วนให้สนใจ

สถานีโทรทัศน์ช่องที่เห็นโภชนาเบเกอร์รีบอลบ่อยครั้งมากที่สุด คือช่อง 9 โดยเด็กอายุ 7 ขวบ 8 ขวบ จำนวน 7 คนเท่ากัน รองลงมาเด็กอายุ 10 ขวบ 12 ขวบ จำนวน 6 คนเท่ากัน และสุดท้ายคือเด็กอายุ 9 ขวบ 11 ขวบ จำนวน 5 คนเท่ากัน รวมเป็นจำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 60.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ทั้งนี้เด็กอายุ 7 ขวบ และ 8 ขวบ มักจะเห็นโภชนาเบเกอร์รีบอลทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 มากกว่าเด็กอายุอื่นๆ เพราะสนใจที่จะดูรายการที่ช่อง 9 เป็นหลัก โดยเฉพาะวันเสาร์และวันอาทิตย์ตอนเช้า

รายการที่เห็นโภชนาเบเกอร์รีบอลออกอากาศมากที่สุด คือรายการการ์ตูน ตอนเช้า โดยเด็กอายุ 7 ขวบ 8 ขวบ 9 ขวบ 10 ขวบ 11 ขวบ และอายุ 12 ขวบ จำนวน 10 คนเท่ากัน รวมเป็นจำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 100.0 ของตัวอย่างทั้งหมด เพราะชอบและติดตามรายการการ์ตูน ตอนเช้า และจะเห็นโภชนาเบเกอร์รีบอลที่รายการประเภทนี้

ตารางที่ 4.18 ข้อมูลด้านการเปิดรับภาพบนตัวโภชนาบนแบบเบเกอร์รีบอล จำแนกตามชั้นเรียน

n = 60

การเปิดรับโภชนาเบเกอร์ฯ	อายุ						รวม	
	ป.1	ป.2	ป.3	ป.4	ป.5	ป.6		
จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	
สิ่งที่น่าสนใจช่วนให้ติดตามดูโภชนาเบเกอร์รีบอล								
ภาพบนในงาน	5	5	6	8	6	6	36	60.0
ภาพนักแสดงกำลังกินขนม	5	5	4	2	4	4	24	40.0
รวม	10	10	10	10	10	10	60	100.0

ตารางที่ 4.18 (ต่อ)

n = 60

การเปิดรับโภชนาเบเกอร์ฯ	อายุ						รวม
	ป.1 จำนวน	ป.2 จำนวน	ป.3 จำนวน	ป.4 จำนวน	ป.5 จำนวน	ป.6 จำนวน	
วัน เวลา และจำนวนครั้งที่เห็นโภชนาเบเกอร์รับออด							
สาร์-อาทิตย์ เช้า 1 ครั้ง	7	6	5	5	6	4	33 55.0
สาร์-อาทิตย์ เช้า 2 ครั้ง	3	4	5	5	4	6	27 45.0
รวม	10	10	10	10	10	10	60 100.0
สถานีโทรทัศน์ช่องที่เห็นโภชนาเบเกอร์รับออดบ่อยครั้ง							
ช่อง 9	7	7	5	6	5	6	36 60.0
ช่อง ITV.	3	3	5	4	5	4	24 40.0
รวม	10	10	10	10	10	10	60 100.0
รายการที่เห็นโภชนาเบเกอร์รับออดออกอากาศเสมอ							
การถูนตอนเช้า	10	10	10	10	10	10	60 100.0
รวม	10	10	10	10	10	10	60 100.0

จากตารางที่ 4.18 พนวจ เด็กนักเรียนวัยประถมศึกษาปีที่ 1-6 ของโรงเรียนพรมสุวรรณ สามัคคี จากการกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 60 คน จำแนกตามชั้นเรียน ในการศึกษา ด้านการเปิดรับภาพนิทรรศ โภชนาเบเกอร์รับออด ดังรายการต่อไปนี้

สิ่งที่น่าสนใจชวนให้ติดตามดูโภชนาเบเกอร์รับอามากที่สุด คือภาพบนในงาน โดยเด็กชั้นป. 4 จำนวน 8 คน รองลงมาคือเด็กชั้นป. 3 ป. 5 และ ป. 6 จำนวน 6 คนเท่ากัน และสุดท้ายคือเด็กชั้นป. 1 และ ป. 2 จำนวน 5 คนเท่ากัน รวมเป็นจำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 60.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ทั้งนี้เด็กชั้น ป. 4 สนใจติดตามภาพบนในงานของโภชนาเบเกอร์รับอามากกว่าเด็กชั้นเรียนอื่นๆ เพราะภาพบนในโภชนาเบเกอร์มีความซัดเจน ขัดแย้งในภาษาและหรืองานได้ชัวนให้กิน

วัน เวลา และจำนวนครั้งที่เห็นโภชนาเบเกอร์รับอามากที่สุด คือวันสาร์- วันอาทิตย์ ตอนเช้าจำนวน 1 ครั้ง โดยเด็กชั้นป. 1 จำนวน 7 คน รองลงมาคือเด็กชั้น ป. 2 และ ป. 5 จำนวน 6 คนเท่ากัน รองลงมาคือเด็กชั้นป. 3 และ ป. 4 จำนวน 5 คนเท่ากัน และสุดท้ายคือเด็กชั้นป. 1 จำนวน

4 คน รวมเป็นจำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 55.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ทั้งนี้เด็กชั้นป. 1 เท่านั้น โฆษณาเบเกอรี่รับออลในวันเสาร์-วันอาทิตย์ ตอนเช้า จำนวน 1 ครั้ง มากกว่าเด็กชั้นเรียนอื่นๆ เพราะภาพบนมีในงานช่วนให้สนใจ

สถานีโทรทัศน์ช่องที่เทื่อนโฆษณาเบเกอรี่รับออลบ่อยครั้งมากที่สุด คือช่อง 9 โดยเด็กชั้น ป. 1 ป. 2 จำนวน 7 คนเท่ากัน รองลงมาคือเด็กชั้นป. 4 ป. 6 จำนวน 6 คนเท่ากัน และสุดท้ายคือเด็กชั้นป. 3 และ ป. 5 จำนวน 5 คนเท่ากัน รวมเป็นจำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 60.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ทั้งนี้เด็กชั้น ป. 1 และ ป. 2 มักจะเห็นโฆษณาเบเกอรี่รับออลทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 มากกว่าเด็กชั้นเรียนอื่นๆ เพราะสนใจที่จะดูรายการที่ช่อง 9 เป็นหลัก โดยเฉพาะวันเสาร์และวันอาทิตย์ตอนเช้าที่มีรายการการ์ตูนที่ชอบ

รายการที่เห็นโฆษณาเบเกอรี่รับออลออกอากาศมากที่สุด คือรายการการ์ตูน ตอนเช้า โดยเด็กชั้น ป. 1 ป. 2 ป. 3 ป. 4 ป. 5 และ ป. 6 จำนวน 10 คนเท่ากัน รวมเป็นจำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 100.0 ของตัวอย่างทั้งหมด เพราะชอบและดีตามรายการการ์ตูน ตอนเช้า และจะเห็นโฆษณาเบเกอรี่รับออลที่รายการประเภทนี้

3.2 ด้านการรับรู้ภัยนตร์โฆษณาบนปักกิ่งและขนมเบเกอรี่รับออลของเด็กประถมฯ

3.2.1 ด้านการรับรู้ภัยนตร์โฆษณาบนปักกิ่ง จากการเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างแสดงผลการวิเคราะห์ตามเพศ อายุ และระดับชั้นเรียน ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.19 ข้อมูลด้านการรับรู้ภัยนตร์โฆษณาบนปักกิ่ง จำแนกตามเพศ

n = 60

การรับรู้โฆษณาปักกิ่ง	เพศ		รวม	
	ชาย	หญิง		
			จำนวน	ร้อยละ
สิ่งที่เข้าใจในโฆษณาปักกิ่ง				
ซักช่วงให้ลองกิน	27	21	48	80.0
ความอร่อย	3	9	12	20.0
รวม	30	30	60	100.0

ตารางที่ 4.19 (ต่อ)

n = 60

การรับรู้โภชนาปักกิ่ง	เพศ		รวม		ร้อยละ	
	ชาย	หญิง	จำนวน	ร้อยละ		
	จำนวน	จำนวน				
ความเชื่อตามโภชนาปักกิ่ง						
เชื่อ	21	15	36	60.0		
ไม่เชื่อ	9	15	24	40.0		
รวม	30	30	60	100.0		
การเลือกที่จะดูโภชนาปักกิ่งแบบช้าๆ						
ดู	21	18	39	65.0		
ไม่ดู	9	12	21	35.0		
รวม	30	30	60	100.0		

จากตารางที่ 4.19 พบร่วมกันว่า คิดเป็นร้อยละ 60.0 ของโรงเรียนพรมสุวรรณ สามัคคี จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 60 คน จำแนกตามเพศในการศึกษา ด้านการรับรู้ภาพยันตร์โภชนา ขนำปักกิ่ง ดังรายการต่อไปนี้

สิ่งที่เข้าใจในโภชนาปักกิ่งมากที่สุด คือชวนให้ลองกิน โดยเด็กเพศชายจำนวน 27 คน และ เด็กเพศหญิงจำนวน 21 คน รวมเป็นจำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 80.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ทั้งนี้เด็กเพศชายเข้าใจว่าโภชนาปักกิ่งชวนให้ลองกินมากกว่าเด็กเพศหญิง เพราะภาพของนักแสดงที่แสดงการกินให้เห็นในโภชนาอย่างอร่อย พร้อมกันสนุกไปกับการเต้นรำ

ความเชื่อตามโภชนาปักกิ่งมากที่สุด คือรู้สึกเชื่อ โดยเด็กเพศชายจำนวน 21 คน และ เด็กเพศหญิงจำนวน 15 คน รวมเป็นจำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 60.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ทั้งนี้ เด็กเพศชายเชื่อตามโภชนาปักกิ่งมากกว่าเด็กเพศหญิง เพราะการนำเสนอที่สอดคล้องกันทั้งการแสดง ของนักแสดงและการกินขนมครื้นไปกับการเต้นรำ และเนื้อเพลงที่บ่งบอกถึงคุณสมบัติของขนมและการซักชวนให้ลอง สำหรับความรู้สึกไม่เชื่อ โดยเด็กเพศหญิง จำนวน 15 คน และ เด็กเพศชาย จำนวน 9 คน รวมเป็นจำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 40.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ทั้งนี้เด็กเพศหญิงไม่เชื่อตามโภชนาปักกิ่งมากกว่าเด็กเพศชาย เพราะโภชนาแสดงเกินกว่าความเป็นจริง

การเลือกที่จะดูโฆษณาปักกิ่งแบบช้าๆ มากที่สุด คือ ดู โดยเด็กเพศชายจำนวน 21 คน และเด็กเพศหญิงจำนวน 18 คน รวมเป็นจำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 65.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ทั้งนี้เด็กเพศชายเลือกที่จะดูโฆษณาปักกิ่งแบบช้าๆ มากกว่าเด็กเพศหญิง เพราะเพลงที่สนุกสนาน พอใจที่จะร้องตาม

ตารางที่ 4.20 ข้อมูลด้านการรับรู้ภาพนตร์โฆษณาบนปักกิ่ง จำแนกตามอายุ

n = 60

การรับรู้โฆษณาปักกิ่ง	อายุ						รวม	
	7 ขวบ	8 ขวบ	9 ขวบ	10 ขวบ	11 ขวบ	12 ขวบ		
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน		
สิ่งที่เข้าใจในภาพนตร์โฆษณาปักกิ่ง								
หักชวนให้ลองกิน	8	9	7	7	9	8	48	80.0
ความอร่อย	2	1	3	3	1	2	12	20.0
รวม	10	10	10	10	10	10	60	100.0
ความเชื่อตามภาพนตร์โฆษณาปักกิ่ง								
เชื่อ	10	10	8	3	2	3	36	60.0
ไม่เชื่อ	0	0	2	7	8	7	24	40.0
รวม	10	10	10	10	10	10	60	100.0
การเลือกที่จะดูภาพนตร์โฆษณาปักกิ่งแบบช้าๆ								
ดู	5	6	7	6	8	7	39	65.0
ไม่ดู	5	4	3	4	2	3	21	35.0
รวม	10	10	10	10	10	10	60	100.0

จากตารางที่ 4.20 พบว่า เด็กนักเรียนวัยประถมศึกษาปีที่ 1-6 ของโรงเรียนพรหมสุวรรณ สามัคคี จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 60 คน จำแนกตามอายุ ในการศึกษา ด้านการรับรู้ภาพนตร์โฆษณาบนปักกิ่ง ดังรายการต่อไปนี้

สิ่งที่เข้าใจในโฆษณาปักกิ่งมากที่สุด คือชวนให้ลองกิน โดยเด็กอายุ 11 ขวบ 8 คน
จำนวน 9 คนเท่ากัน รองลงมาคือเด็กอายุ 12 ขวบ 7 คน จำนวน 8 คนเท่ากัน สุดท้ายคือเด็กอายุ

10 ขวบ 9 ขวบ จำนวน 4 คนเท่ากัน รวมเป็นจำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 80.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ทั้งนี้เด็กอายุ 11 ขวบ และ 8 ขวบ เข้าใจว่าโฆษณาปักกิ่งชวนให้ลองกินมากกว่าเด็กอายุอื่นๆ เพราะภาพของนักแสดงที่แสดงการกินให้เห็นในโฆษณาอย่างอร่อย พร้อมกันสนุกไปกับการเต้นรำ

ความเชื่อตามโภชนาปักกิ่งมากที่สุด คือรู้สึกเชื่อ โดยเด็กอายุ 7 ขวบ 8 ขวบ จำนวน 10 คนเท่ากัน รองลงมาคือเด็กอายุ 9 ขวบ จำนวน 8 คน รองลงมาคือเด็กอายุ 10 ขวบ 12 ขวบ จำนวน 3 คนเท่ากัน สุดท้ายคือเด็กอายุ 11 ขวบ จำนวน 2 คน รวมเป็นจำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 60.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ทั้งนี้เด็กอายุ 7 ขวบ และ 8 ขวบ จะมีความเชื่อตามโภชนามากกว่าเด็กในวัยอื่นๆ เพราะการนำเสนอที่สอดคล้องกับทักษะการแสดงของนักแสดงและการกินขนมคู่ไปกับการเต้นรำ และเนื้อเพลงที่บ่งบอกถึงความสนับดิของขนมและการซักซ่อนให้ลอง

การเลือกที่จะดูโฆษณาปักกิ่งแบบช้าๆ มากที่สุด คือ ดู โดยเด็กอายุ 11 ขวบ จำนวน 8 คน รองลงมาคือเด็กอายุ 9 ขวบ 12 ขวบ จำนวน 7 คนเท่ากัน รองลงมาคือเด็กอายุ 8 ขวบ 10 ขวบ จำนวน 6 คนเท่ากัน และสุดท้ายคือเด็กอายุ 7 ขวบ จำนวน 5 คน รวมเป็นจำนวน 39 คน กิดเป็นร้อยละ 65.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ทั้งนี้เด็กอายุ 11 ขวบ เลือกที่จะดูโฆษณาปักกิ่งแบบช้าๆ มากกว่าเด็กอายุอื่นๆ เพราะเพลงที่สนุกสนาน พอยใจที่จะร้องตาม

ตารางที่ 4.21 ข้อมูลด้านการรับรู้ภาษีบนตระโภชณานมปักกิ่ง จำแนกตามชั้นเรียน

n = 60

การรับรู้โฆษณาปักกิ่ง	อายุ						รวม	
	ป.1	ป.2	ป.3	ป.4	ป.5	ป.6		
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน		
ลิ้งที่เข้าใจในภาพนตร์โฆษณาปักกิ่ง								
ชักชวนให้ลองกิน	8	9	7	7	9	8	48	80.0
ความอร่อย	2	1	3	3	1	2	12	20.0
รวม	10	10	10	10	10	10	60	100.0
ความเชื่อตามภาพนตร์โฆษณาปักกิ่ง								
เชื่อ	10	10	8	3	2	3	36	60.0
ไม่เชื่อ	0	0	2	7	8	7	24	40.0
รวม	10	10	10	10	10	10	60	100.0

ตารางที่ 4.21 (ต่อ)

n = 60

การรับรู้โฆษณาปักกิ่ง	อายุ						รวม	
	ป.1	ป.2	ป.3	ป.4	ป.5	ป.6		
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน		
การเลือกที่จะดูภาพบนตรีโโนymณาปักกิ่งแบบช้าๆ								
ดู	5	6	7	6	8	7	39	65.0
ไม่ดู	5	4	3	4	2	3	21	35.0
รวม	10	10	10	10	10	10	60	100.0

จากตารางที่ 4.21 พบร่วมกันว่า จำนวนเด็กนักเรียนที่มาร่วมคิมชาปีที่ 1-6 ของโรงเรียนพรหมสุวรรณ สามัคคี จากกลุ่มตัวอย่าง 60 คน จำแนกตามชั้นเรียน ด้านการรับรู้ภาพบนตรีโโนymณาปักกิ่ง ดังนี้ สิ่งที่เข้าใจในโฆษณาปักกิ่งมากที่สุด คือช่วงให้ลองกิน โดยเด็กชั้น ป. 2 และ ป. 5 จำนวน 9 คนเท่ากัน รองลงมาคือเด็กชั้นป. 6 และ ป. 1 จำนวน 8 คนเท่ากัน สุดท้าย คือเด็กชั้นป. 3 และ ป. 4 จำนวน 4 คนเท่ากัน รวมเป็นจำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 80.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ทั้งนี้เด็กชั้น ป.2 และ ป.5 เข้าใจว่าโฆษณาปักกิ่งช่วงให้ลองกินมากกว่าเด็กชั้นเรียนอื่นๆ เพราะภาพของนักแสดงที่แสดงการกินให้เห็นในโฆษณาอย่างอร่อย พร้อมกับสนุกไปกับการเดินรำ

ความเชื่อตามโฆษณาปักกิ่งมากที่สุด คือรู้สึกเชื่อ โดยเด็กชั้น ป. 1 และ ป. 2 จำนวน 10 คนเท่ากัน รองลงมาคือชั้นเด็ก ป. 3 จำนวน 8 คน รองลงมาคือชั้นเด็ก ป. 3 และ ป. 6 จำนวน 3 คนเท่ากัน สุดท้ายคือเด็กชั้น ป. 5 จำนวน 2 คน รวมเป็นจำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 60.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ทั้งนี้เด็กชั้น ป. 1 และ ป. 2 จะมีความเชื่อตามโฆษณามากกว่าเด็กชั้นเรียนอื่นๆ เพราะการนำเสนอที่สอดคล้องกันทั้งการแสดงของนักแสดงและการกินขนมคู่ไปกับการเดินรำ และเนื้อเพลงที่บ่งบอกถึงคุณสมบัติของขนมและการซักชวนให้ลอง

การเลือกที่จะดูโฆษณาปักกิ่งแบบช้าๆ มากที่สุด คือดู โดยเด็กชั้นป. 5 จำนวน 8 คน รองลงมาคือเด็กชั้นป. 3 และ ป. 6 จำนวน 7 คนเท่ากัน รองลงมาคือเด็กชั้นป. 2 และ ป. 4 จำนวน 6 คนเท่ากัน และสุดท้ายคือเด็กชั้นป. 1 จำนวน 5 คน รวมเป็นจำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 65.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ทั้งนี้เด็กชั้น ป. 5 เลือกที่จะดูโฆษณาปักกิ่งแบบช้าๆมากกว่าเด็กชั้นเรียนอื่นๆ เพราะเพลงที่สนุกสนาน พอยใจที่จะร้องตาม

3.2.2 ด้านการรับรู้ภาพยั่งยืนต่อโภชนาคมเบเกอร์รี่บล็อก จากการเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างแสดงผลการวิเคราะห์ตามเพศ อายุ และระดับชั้นเรียน ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.22 ข้อมูลด้านการรับรู้ภาพยั่งยืนต่อโภชนาคมเบเกอร์รี่บล็อก จำแนกตามเพศ

n = 60

การรับรู้โภชนาคมเบเกอร์รี่บล็อก	เพศ		รวม		ร้อยละ	
	ชาย	หญิง	จำนวน	จำนวน		
	จำนวน	จำนวน				
สิ่งที่เข้าใจในโภชนาคมเบเกอร์รี่บล็อก						
ชักชวนกินขนมเบเกอร์รี่บล็อก	25	20	45	75.0		
หน้าตาดูปั้กยั่งยืนของขนม	5	10	15	25.0		
รวม	30	30	60	100.0		
ความเชื่อตามโภชนาคมเบเกอร์รี่บล็อก						
เชื่อ	14	10	24	40.0		
ไม่เชื่อ	16	20	36	60.0		
รวม	30	30	60	100.0		
การเลือกที่จะดูโภชนาคมเบเกอร์รี่บล็อกแบบช้าๆ						
ดู	13	5	18	30.0		
ไม่ดู	17	25	42	70.0		
รวม	30	30	60	100.0		

จากตารางที่ 4.22 พบว่า เด็กนักเรียนวัยประถมศึกษาปีที่ 1-6 ของโรงเรียนพรพรรณสุวรรณ สามัคคี จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 60 คน จำแนกตามเพศในการศึกษา ด้านการรับรู้ภาพยั่งยืนต่อโภชนาคมเบเกอร์รี่บล็อก ดังรายการต่อไปนี้

สิ่งที่เข้าใจในโภชนาคมเบเกอร์รี่บล็อกมากที่สุด คือชักชวนให้กิน โดยเด็กเพศชาย จำนวน 25 คน และ เด็กเพศหญิง จำนวน 20 คน รวมเป็นจำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 75.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ทั้งนี้เด็กเพศชายเข้าใจในโภชนาคมเบเกอร์รี่บล็อกชักชวนให้กินมากกว่าเด็กเพศหญิง เพราะในโภชนาคมนี้นักแสดงเป็นเด็กผู้ชายกำลังแสดงการกินขนม เนื่องจากการแทนด้วยเพศตนเอง

ความเชื่อตามโภชนาณแบบเกอร์รีบลามากที่สุด คือไม่เชื่อ โดยเด็กเพศหญิง จำนวน 20 คน และเด็กชาย จำนวน 16 คน รวมเป็นจำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 60.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ทั้งนี้เด็กเพศหญิงไม่เชื่อตามโภชนาณแบบเกอร์รีบลามากกว่าเด็กชาย เพราะเนื้อเรื่องโภชนาณรวมค่าไม่มีจุดประทับใจ สำหรับความเชื่อตามโภชนาณแบบเกอร์รีบล โดยเด็กเพศชายจำนวน 14 คน และเด็กเพศหญิง จำนวน 10 คน รวมเป็นจำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 40.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ทั้งนี้เด็กชายตามโภชนาณมากกว่าเพศหญิง เพราะภาพนั้นในงานน่ากิน

การเลือกที่จะดูโภชนาณแบบเกอร์รีบลแบบช้าๆ คือไม่ดู โดยเด็กเพศหญิงจำนวน 25 คน และเด็กเพศชายจำนวน 17 คน รวมเป็นจำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 70.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ทั้งนี้เด็กเพศหญิงไม่ดูโภชนาณแบบเกอร์รีบลามากกว่าเด็กชาย เพราะโภชนาณไม่น่าสนใจให้ติดตามดู ภาพของโภชนาณเป็นสีเหลืองเก่า ไม่สดใสเหมือนโภชนาณอื่นๆ ที่เห็นในโทรทัศน์

ตารางที่ 4.23 ข้อมูลด้านการรับรู้ภาระนตร์โภชนาณแบบเกอร์รีบล จำแนกตามอายุ

n = 60

การรับรู้โภชนาณแบบเกอร์ฯ	อายุ						รวม	
	7 ขวบ	8 ขวบ	9 ขวบ	10 ขวบ	11 ขวบ	12 ขวบ		
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน		
สิ่งที่เข้าใจในโภชนาณแบบเกอร์รีบล								
หักหัวกินขนมแบบเกอร์ฯ	10	8	8	8	6	5	45	75.0
หน้าตาฐานปลักษณะของขนม	0	2	2	2	4	5	15	25.0
รวม	10	10	10	10	10	10	60	100.0
ความเชื่อตามโภชนาณแบบเกอร์รีบล								
เชื่อ	7	6	4	4	3	10	24	40.0
ไม่เชื่อ	3	4	6	6	7	10	36	60.0
รวม	10	10	10	10	10	10	60	100.0
การเลือกที่จะดูโภชนาณแบบเกอร์รีบลแบบช้าๆ								
ดู	5	5	4	3	1	0	18	30.0
ไม่ดู	5	5	6	7	9	10	42	70.0
รวม	10	10	10	10	10	10	60	100.0

จากตารางที่ 4.23 พนว่า เด็กนักเรียนวัยปreades ศึกษาปีที่ 1-6 ของโรงเรียนพรมสุวรรณ สามัคคี กับกลุ่มตัวอย่าง 60 คน จำแนกตามอายุ ด้านการรับรู้ภาพชนมเบเกอร์รีบล ดังนี้ สิ่งที่เข้าใจในโฆษณาแบบเกอร์รีบลมากที่สุด คือชักชวนให้กิน โดยเด็กอายุ 7 ขวบ จำนวน 10 คน รองลงมาเด็กอายุ 8 ขวบ 9 ขวบ 10 ขวบ จำนวน 8 คนเท่ากัน รองลงมาคือเด็กอายุ 11 ขวบจำนวน 6 คน และสุดท้ายคือเด็กอายุ 12 ขวบ จำนวน 5 คน รวมเป็นจำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 75.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ทั้งนี้เด็กอายุ 7 ขวบเข้าใจว่า โฆษณาชักชวนให้กินมากกว่าเด็กวัยอื่นๆ เพราะในโฆษณา มีนักแสดงกำลังแสดงการกินขนม และพูดชักชวนให้ลองกิน

ความเชื่อตามโฆษณาแบบเกอร์รีบลมากที่สุด คือไม่เชื่อ โดยเด็กอายุ 12 ขวบ จำนวน 10 คน รองลงมาเด็กอายุ 11 ขวบ จำนวน 7 คน รองลงมาคือเด็กอายุ 9 ขวบ 10 ขวบ จำนวน 6 คนเท่ากัน รองลงมาคือเด็กอายุ 8 ขวบ จำนวน 4 คน และสุดท้ายคือเด็กอายุ 7 ขวบ จำนวน 3 คน รวมเป็นจำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 60.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ทั้งนี้เด็กอายุ 12 ขวบไม่เชื่อตามโฆษณาแบบเกอร์รีบลมากกว่าเด็กอายุอื่นๆ เพราะโฆษณาไม่ก่อให้เกิดรู้สึกตื่นเต้น น่าสนใจ หรือโน้มน้าวใจ เนื้อร่องโฆษณาบรรยายไม่มีจุดประทับใจ

การเลือกที่จะดูโฆษณาแบบเกอร์รีบลแบบช้าๆ คือไม่ดู โดยเด็กอายุ 12 ขวบ จำนวน 10 คน รองลงมาเด็กอายุ 11 ขวบ จำนวน 9 คน รองลงมาคือเด็กอายุ 10 ขวบ จำนวน 7 คน รองลงมาคือเด็กอายุ 9 ขวบ จำนวน 6 คน และสุดท้ายคือเด็กอายุ 7 ขวบ 8 ขวบ จำนวน 5 คน รวมเป็นจำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 70.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ทั้งนี้เด็กอายุ 12 ขวบเลือกที่จะไม่ดูโฆษณาแบบเกอร์รีบลแบบช้าๆ อีก เพราะโฆษณาไม่น่าสนใจให้คิดตามดู ภาพของโฆษณาเป็นสีเหลืองเก่า ไม่สดใสเหมือนโฆษณาอื่นๆ ที่เห็นในโทรทัศน์

ตารางที่ 4.24 ข้อมูลด้านการรับรู้ภาระน้ำหนักงานเบ哥ร์รับออด จำแนกตามชั้นเรียน

n = 60

การรับรู้ภาระงานเบ哥ร์ฯ	อายุ						รวม	
	ป.1	ป.2	ป.3	ป.4	ป.5	ป.6		
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน		
สิ่งที่เข้าใจในโภชนาเบ哥ร์รับออด								
ชักชวนกินขนมเบ哥ร์ฯ	10	8	8	8	6	5	45	75.0
หน้าตาฐานลักษณะของขนม	0	2	2	2	4	5	15	25.0
รวม	10	10	10	10	10	10	60	100.0
ความเชื่อตามโภชนาเบ哥ร์รับออด								
เชื่อ	7	6	4	4	3	10	24	40.0
ไม่เชื่อ	3	4	6	6	7	10	36	60.0
รวม	10	10	10	10	10	10	60	100.0
การเลือกที่จะถือโภชนาเบ哥ร์รับออดแบบชี้ๆ								
ถือ	5	5	4	3	1	0	18	30.0
ไม่ถือ	5	5	6	7	9	10	42	70.0
รวม	10	10	10	10	10	10	60	100.0

จากตารางที่ 4.24 พนวจ เด็กนักเรียนวัยประถมศึกษาปีที่ 1-6 ของโรงเรียนพรมสุวรรณ สามัคคี จากรุ่มนักเรียนทั้งหมด 60 คน จำแนกตามชั้นเรียน ในการศึกษาด้านการรับรู้ภาระน้ำหนักงานเบ哥ร์รับออด ดังรายการต่อไปนี้

สิ่งที่เข้าใจในโภชนาเบ哥ร์รับออดมากที่สุด คือชักชวนให้กิน โดยเด็กชั้นป. 1 จำนวน 10 คน รองลงมาคือเด็กชั้นป. 2 ป. 3 และ ป. 4 จำนวน 8 คนเท่ากัน รองลงมาคือเด็กชั้นป. 5 จำนวน 6 คน และสุดท้ายคือเด็กชั้นป. 6 จำนวน 5 คน รวมเป็นจำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 75.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ทั้งนี้เด็กชั้นป. 1 เข้าใจว่า โภชนาชักชวนให้กินมากกว่าเด็กชั้นเรียน อื่นๆ เพราะในโภชนาบีนักแสดงกำลังแสดงการกินขนม และพูดชักชวนให้กองกิน

ความเชื่อตามโภชนาเบ哥ร์รับออดมากที่สุด คือไม่เชื่อ โดยเด็กชั้นป. 6 จำนวน 10 คน รองลงมาคือเด็กชั้นป. 5 จำนวน 7 คน รองลงมาคือเด็กชั้นป. 3 และ ป. 4 จำนวน 6 คนเท่ากัน

รองลงมาคือเด็กชั้นป. 2 จำนวน 4 คน และสุดท้ายคือเด็กป. 1 จำนวน 3 คน รวมเป็นจำนวน 36 คน กิตติเป็นร้อยละ 60.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ทั้งนี้เด็กชั้นป. 6 ไม่เชื่อตามโฆษณาเบเกอร์รับอลมากกว่าเด็กอายุอื่นๆ เพราะโฆษณาไม่ก่อให้เกิดรู้สึกตื่นเต้นน่าสนใจ หรือโน้มน้าวใจ เนื้อเรื่องโฆษณาธรรมดามาไม่มีจุดประทับใจ

การเลือกที่จะดูโฆษณาเบเกอร์รับอลแบบช้าๆ คือไม่ดู โดยเด็กชั้นป. 6 จำนวน 10 คน รองลงมาเด็กป. 5 จำนวน 9 คน รองลงมาคือเด็กป. 4 จำนวน 7 คน รองลงมาคือเด็กชั้นป. 3 จำนวน 6 คน และสุดท้ายคือเด็กชั้นป. 1 ป. 2 จำนวน 5 คน รวมเป็นจำนวน 42 คน กิตติเป็นร้อยละ 70.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ทั้งนี้เด็กชั้นป. 6 เลือกที่จะไม่ดูโฆษณาเบเกอร์รับอลแบบช้าๆ อีกมากกว่าเด็กชั้นเรียนอื่นๆ เพราะโฆษณาไม่น่าสนใจให้ติดตามดู ภาพของโฆษณาเป็นสีเหลืองเก่า ไม่สดใสเหมือนโฆษณาอื่นๆ ที่เห็นในโทรทัศน์

3.3 ด้านการจัดทำองค์ประกอบสร้างสรรค์ภาพยันตร์โฆษณาบนปั๊กกิ้งและบนเบเกอร์รับอลของเด็กประถมศึกษา

3.3.1 ด้านการจัดทำองค์ประกอบสร้างสรรค์ภาพยันตร์โฆษณาบนปั๊กกิ้งจาก การเก็บรวบรวมรวมข้อมูลกับกลุ่ม ตัวอย่างแสดงผลการวิเคราะห์ตามเพศ อายุ และระดับชั้นเรียน ดังนี้

ตารางที่ 4.25 ข้อมูลด้านการจัดทำองค์ประกอบการสร้างสรรค์ภาพยันตร์โฆษณาบนปั๊กกิ้ง จำแนกตามเพศ

n = 60

การจัดทำองค์ประกอบโฆษณาปั๊กกิ้ง	เพศ		จำนวน	ร้อยละ
	ชาย	หญิง		
ลักษณะการดูโฆษณาปั๊กกิ้ง				
ดูผ่านไปเลือยๆ	30	30	60	100.0
รวม	30	30	60	100.0
องค์ประกอบโฆษณาปั๊กกิ้งที่จำได้ดี				
เพลง	24	21	45	75.0
นักแสดง	6	9	15	25.0
รวม	30	30	60	100.0

จากตารางที่ 4.25 พบว่า เด็กนักเรียนวัยประถมศึกษาปีที่ 1-6 ของโรงเรียนพรหมสุวรรณ สามัคคี จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 60 คน จำแนกตามเพศในการศึกษา ด้านการจดจำองค์ประกอบการสร้างสรรค์ภาพยนตร์โดยผ่านนิปปิกกิ้ง ดังรายการต่อไปนี้

ลักษณะการคุ้มครองปักกิ่งมากที่สุด คือดูผ่านไปเลือยกๆ โดยเด็กเพศชายจำนวน 30 คน และ เด็กเพศหญิงจำนวน 30 คน รวมเป็นจำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 100.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ทั้งนี้เด็กเพศชายและเด็กเพศหญิงมีลักษณะการคุ้มครองปักกิ่ง แบบดูผ่านไปเลือยกๆ เท่ากัน เพราะไม่ต้องการเปลี่ยนช่องไหนในระหว่างที่ถ่ายการกราฟตุน ที่ซึ่งชอบ

องค์ประกอบในการสร้างสรรค์ภาษาปักกิ่งที่จำได้ดีมากที่สุด กือเพลง โดยเด็กเพศชายจำนวน 24 คน และ เด็กเพศหญิงจำนวน 21 คน รวมเป็นจำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 75.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ทั้งนี้เด็กเพศชายจะจำองค์ประกอบการสร้างสรรค์ภาษาปักกิ่งมากกว่าเด็กเพศหญิง เพราะทำงานอยู่ที่สนับสนาน เนื้อเพลงเป็นภาษาเรียบง่ายและถือว่าคำล้อของความหมายของเพลงที่แสดงบุคลิกของตนได้ดี

ตารางที่ 4.26 ข้อมูลค้านการคาดจำของคู่ประกอบการสร้างสรรค์ภาพยินต์โฆษณาบนป้ายกึ่ง
จำแนกตามอายุ

n = 60

การจดจำองค์ประกอบโฆษณา	อายุ						รวม	
	7 ขวบ	8 ขวบ	9 ขวบ	10 ขวบ	11 ขวบ	12 ขวบ		
จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	ร้อยละ	
ลักษณะการดูภาพนิทรรศโฆษณาปักกิ่ง								
ดูผ่านไปเลือยกๆ	10	10	10	10	10	10	60	100.0
รวม	10	10	10	10	10	10	60	100.0
องค์ประกอบภาพนิทรรศโฆษณาปักกิ่งที่จำได้ดี								
เพลง	7	6	7	8	8	9	45	75.0
นักแสดง	3	4	3	2	2	1	15	25.0
รวม	10	10	10	10	10	10	60	100.0

จากตารางที่ 4.26 พบร้า เด็กนักเรียนวัยประถมศึกษาปีที่ 1-6 ของโรงเรียนพรหมสุวรรณ สามัคคี จากรากลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 60 คน จำแนกตามอายุ ในการศึกษา ด้านการจัดจำลองค์ประกอบการสร้างสรรค์ภาพนตร์โดยมีผู้เขียนมีปักกิ่ง ดังรายการต่อไปนี้

ลักษณะการคูโดยมีผู้เขียนมีปักกิ่งมากที่สุด คือคูผ่านไปเลื่อยๆ โดยเด็กอายุ 7 ขวบ 8 ขวบ 9 ขวบ 10 ขวบ 11 ขวบ และอายุ 12 ขวบ จำนวน 10 คนเท่ากัน รวมเป็นจำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 100.0 ของตัวอย่างทั้งหมด เพราะไม่ต้องการเปลี่ยนช่องใหม่ในระหว่างที่ถูกรายการการตูน ที่ชอบ

องค์ประกอบในการสร้างสรรค์ภาพนตร์โดยมีผู้เขียนมีปักกิ่งที่จำได้คือมากที่สุด คือเพลง โดยเด็กอายุ 12 ขวบ จำนวน 9 คน รองลงมาเด็กอายุ 10 ขวบ 11 ขวบ จำนวน 8 คนเท่ากัน รองลงมาคือเด็กอายุ 7 ขวบ 9 ขวบ จำนวน 7 คนเท่ากัน และสุดท้ายคือเด็กอายุ 8 ขวบ จำนวน 6 คน รวมเป็นจำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 75.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ทั้งนี้เด็กอายุ 12 ขวบ จำนวนค์ประกอบในการสร้างสรรค์โดยมีผู้เขียนมีปักกิ่งด้านเพลงมากกว่าเด็กอายุอื่นๆ เพราะทำนองที่สนุกสนาน เป็นเพลงเป็นภาษาเรียบง่ายและถ้อยคำล้อองของ ความหมายของเพลงที่แสดงบุคลิกของตนได้ดี

ตารางที่ 4.27 ข้อมูลด้านการจัดจำลองค์ประกอบการสร้างสรรค์ภาพนตร์โดยมีผู้เขียนมีปักกิ่ง จำแนกตามชั้นเรียน

n = 60

การจัดจำลองค์ประกอบโดยมีผู้เขียนมีปักกิ่ง	อายุ						รวม
	ป.1	ป.2	ป.3	ป.4	ป.5	ป.6	
จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน
ลักษณะการคูภาพนตร์โดยมีผู้เขียนมีปักกิ่ง							
คูผ่านไปเลื่อยๆ	10	10	10	10	10	10	60 100.0
รวม	10	10	10	10	10	10	60 100.0
องค์ประกอบภาพนตร์โดยมีผู้เขียนมีปักกิ่งที่จำได้ดี							
เพลง	7	6	7	8	8	9	45 75.0
นักแสดง	3	4	3	2	2	1	15 25.0
รวม	10	10	10	10	10	10	60 100.0

จากตารางที่ 4.27 พบร้า เด็กนักเรียนวัยประถมศึกษาปีที่ 1-6 ของโรงเรียนพรหมสุวรรณ สามัคคีกลุ่มตัวอย่าง 60 คน ตามชั้นเรียน การจัดจำลองค์ประกอบการสร้างสรรค์โดยมีผู้เขียนมีปักกิ่ง ดังนี้

ลักษณะการคูโภยณาปักกิ่งมากที่สุด คือคู่ผ่านไปเลื่อยๆ โดยเด็กชั้น ป. 1 ป. 2 ป. 3 ป. 4 ป. 5 และ ป. 6 จำนวน 10 คนเท่ากัน รวมเป็นจำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 100.0 ของตัวอย่างทั้งหมด เพราะไม่ต้องการเปลี่ยนช่องไหนในระหว่างที่ถูกรายการการตูน ที่ชื่นชอบ

องค์ประกอบในการสร้างสรรค์ภาพยนตร์โภยณาปักกิ่งที่จำได้มากที่สุด คือเพลง โดยเด็กชั้นป. 6 จำนวน 9 คน รองลงมาคือเด็กชั้นป. 4 และ ป. 5 จำนวน 8 คนเท่ากัน รองลงมาคือเด็กชั้นป. 1 และ ป. 3 จำนวน 7 คนเท่ากัน และสุดท้ายคือเด็กชั้นป. 2 จำนวน 6 คน รวมเป็นจำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 75.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ทั้งนี้เด็กชั้นป. 6 จำองค์ประกอบในการสร้างสรรค์โภยณาปักกิ่งด้านเพลงมากกว่าเด็กชั้นเรียนอื่นๆ เพราะทำนองที่สนุกสนาน เนื้อเพลงเป็นภาษาเรียบง่ายและถ้อยคำคล้องจอง ความหมายของเพลงที่แสดงบุคลิกของตนได้

3.3.2 ด้านการจดจำองค์ประกอบสร้างสรรค์ภาพยนตร์โภยนาบนเบเกอร์รี่บลล การเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างแสดงผลการวิเคราะห์ตามเพศ อายุ และระดับชั้นเรียน ดังนี้

ตารางที่ 4.28 ข้อมูลด้านการจดจำองค์ประกอบการสร้างสรรค์ภาพยนตร์โภยนาบนเบเกอร์รี่บลล
จำแนกตามเพศ

n = 60

การจดจำองค์ประกอบโภยนา	เพศ		จำนวน	ร้อยละ
	ชาย	หญิง		
ลักษณะการคูโภยนาบนเบเกอร์รี่บลล				
คู่ผ่านไปเลื่อยๆ	20	13	33	55.0
ไม่คูเลย	10	17	27	45.0
รวม	30	30	60	100.0
องค์ประกอบโภยนาบนเบเกอร์รี่บลลที่จำได้				
สินค้า	13	14	27	45.0
นักแสดงกำลังกินขนม	5	4	9	15.0
คำวัญ	12	12	24	40.0
รวม	30	30	60	100.0

จากตารางที่ 4.28 พนบว่า เด็กนักเรียนวัยประถมศึกษาปีที่ 1-6 ของโรงเรียนพรหมสุวรรณ สามัคคี จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 60 คน จำแนกตามเพศในการศึกษา ด้านการจัดจำ้งค์ประกอบการสร้างสรรค์ภพยนตร์โดยมีรายละเอียดดังรายการต่อไปนี้

ลักษณะการดูโฆษณาเบอร์รีบอตที่สุด กือดูผ่านไปเลือยก เด็กชาย จำนวน 20 คน และเด็กหญิงจำนวน 13 คน รวมเป็นจำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 55.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ทั้งนี้เด็กชายจะดูโฆษณาบนเบอร์รีบอตผ่านไปเลือยก มากกว่าเด็กหญิง เพราะต้องใช้เวลารายการการตูนตอนต่อไป ไม่ต้องการเปลี่ยนช่องรายการ รองลงมาคือ การไม่ดูโฆษณาบนเบอร์รีบอตโดยเด็กหญิง จำนวน 17 คน และ เด็กชาย จำนวน 10 คน รวมเป็นจำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 45.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ทั้งนี้เด็กหญิงจะไม่ดูโฆษณาบนเบอร์รีบอตมากกว่าเด็กชาย เพราะไม่เกิดความประทับใจในโฆษณา จึงไม่สนใจ

องค์ประกอบในการสร้างสรรค์ภพยนตร์โดยมีรายละเอียดที่จัดทำได้ที่สุด กือสินค้าภาพนิมิตในงาน โดยเด็กชายจำนวน 13 คน และ เด็กหญิงจำนวน 14 คน รวมเป็นจำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 45.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ทั้งนี้เด็กหญิงชอบดูภาพสินค้าได้มากกว่าเด็กชาย เพราะภาพนมสดเงิน รูปไข่เต็มจอ รองลงมา กือคำขวัญ โดยเด็กชายจำนวน 12 คน และ เด็กหญิงจำนวน 12 คน รวมเป็นจำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 40.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ทั้งนี้เด็กชายและเด็กหญิงจะคำขวัญของโฆษณาบนเบอร์รีบอตได้เท่ากัน

ตารางที่ 4.29 ข้อมูลด้านการจัดจำลองค์ประกอบการสร้างสรรค์ภาพยนตร์โฆษณาบนเบเกอร์รี่บล
จำแนกตามอายุ

n = 60

การจัดจำลองค์ประกอบโฆษณา	อายุ						รวม
	7 ขวบ		8 ขวบ		9 ขวบ		
	จำนวน ร้อยละ						
ลักษณะการดูโฆษณาบนเบเกอร์รี่บล							
ดูผ่านไปเลือยกๆ	5	5	5	6	7	5	33 55.0
ไม่ดูเลย	5	5	5	4	3	5	27 45.0
รวม	10	10	10	10	10	10	60 100.0
องค์ประกอบโฆษณาบนเบเกอร์รี่บลที่จำได้ดี							
สินค้า	7	6	4	2	4	4	27 45.0
นักแสดงกำลังกินขนม	3	3	2	1	0	0	9 15.0
คำขวัญ	0	1	4	7	6	6	24 40.0
รวม	10	10	10	10	10	10	60 100.0

จากตารางที่ 4.29 พนวจ เด็กนักเรียนวัยประถมศึกษาปีที่ 1-6 ของโรงเรียนพรมสุวรรณ สามัคคี จากการกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 60 คน จำแนกตามอายุ ใน การศึกษา ด้านการจัดจำลองค์ประกอบการสร้างสรรค์ภาพยนตร์โฆษณาบนเบเกอร์รี่บล ดังรายการต่อไปนี้

ลักษณะการดูโฆษณาบนเบเกอร์รี่บลที่สุด ก็คือดูผ่านไปเลือยกๆ เด็กอายุ 11 ขวบ จำนวน 7 คน รองลงมาเด็กอายุ 10 ขวบ จำนวน 6 คน และสุดท้ายก็คือเด็กอายุ 7 ขวบ 8 ขวบ 9 ขวบ 12 ขวบ จำนวน 5 คนเท่ากัน รวมเป็นจำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 55.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ทั้งนี้เด็กอายุ 11 ขวบ มีลักษณะการดูโฆษณาบนเบเกอร์รี่บลแบบดูผ่านไปเลือยกๆ มากกว่าเด็กอายุอื่นๆ เพราะคร่าวๆ ขึ้นเวลารายการการตุนตอนต่อไป ไม่ต้องการเปลี่ยนช่องรายการ

องค์ประกอบในการสร้างสรรค์ภาพยนตร์โฆษณาบนเบเกอร์รี่บลที่จำได้ดีที่สุดคือภาพสินค้าหรือขนมหวานในงาน โดยเด็กอายุ 7 ขวบ จำนวน 7 คน รองลงมาเด็กอายุ 8 ขวบ จำนวน 6 คน รองลงมาคือเด็กอายุ 9 ขวบ 11 ขวบ 12 ขวบ จำนวน 5 คนเท่ากัน และสุดท้ายคือเด็กอายุ 10 ขวบ จำนวน 2 คน รวมเป็นจำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 45.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ทั้งนี้เด็กอายุ

7 ขวน จดจำองค์ประกอบของโภชนาแบบเกอร์รีบลส่วน ก้าพสินค้าหรือภาพบนม่วงอยู่ในงานมากกว่าเด็กอายุอื่นๆ เพราะ เป็นสิ่งเดียวที่เห็นชัดเจนและเข้าใจมากกว่าส่วนอื่นๆ ในโภชนา

**ตารางที่ 4.30 ข้อมูลด้านการจดจำองค์ประกอบการสร้างสรรค์ภาพนตร์โภชนาบนแบบเกอร์รีบล
จำแนกตามชั้นเรียน**

n = 60

การจดจำองค์ประกอบโภชนา	อายุ						รวม
	ป.1	ป.2	ป.3	ป.4	ป.5	ป.6	
	จำนวน ร้อยละ						
ลักษณะการคูโภชนาแบบเกอร์รีบล							
คู่ผ่านไปเลือยกๆ	5	5	5	6	7	5	33 55.0
ไม่คุ้ยเลย	5	5	5	4	3	5	27 45.0
รวม	10	10	10	10	10	10	60 100.0
องค์ประกอบโภชนาแบบเกอร์รีบลที่จำได้							
สินค้า	7	6	4	2	4	4	27 45.0
นักแสดงกำลังกินขนม	3	3	2	1	0	0	9 15.0
คำขวัญ	0	1	4	7	6	6	24 40.0
รวม	10	10	10	10	10	10	60 100.0

จากตารางที่ 4.30 พบร่วมกันวัยประถมศึกษาปีที่ 1-6 ของโรงเรียนพรหมสุวรรณ สามัคคี จากรุ่นตัวอย่างทั้งหมด 60 คน จำแนกตามชั้นเรียน ในการศึกษา ด้านการจดจำองค์ประกอบการสร้างสรรค์ภาพนตร์โภชนาบนแบบเกอร์รีบล ดังรายการต่อไปนี้

ลักษณะการคูโภชนาแบบเกอร์รีบลที่สุด คือคู่ผ่านไปเลือยกๆ โดยเด็กชั้นป. 5 จำนวน 7 คน รองลงมาเด็กชั้นป. 4 จำนวน 6 คน และสุดท้ายคือเด็กชั้นป. 1 ป. 2 ป. 3 ป. 6 จำนวน 5 คนเท่ากัน รวมเป็นจำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 55.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ทั้งนี้เด็กชั้นป. 5 มีลักษณะการคูโภชนาแบบเกอร์รีบลแบบคู่ผ่านไปเลือยกๆ มากกว่าเด็กชั้นเรียนอื่นๆ เพราะคุ้ยวอนมาก่อนวางแผนในงาน การคุ้ยวอนต่อไป ไม่ต้องการเปลี่ยนช่องรายการ

องค์ประกอบในการสร้างสรรค์ภาพนตร์โภชนาแบบเกอร์รีบลที่จดจำได้ที่สุด คือภาพสินค้าหรือข้อมูลวางแผนในงาน โดยเด็กชั้นป. 1 จำนวน 7 คน รองลงมาคือเด็กชั้นป. 2 จำนวน 6 คน รองมา

คือเด็กชั้นป.3 ป.5 และ ป.6 จำนวน 5 คนเท่ากัน และสุดท้ายคือเด็กชั้นป. 4 จำนวน 2 คน รวมเป็นจำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 45.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ทั้งนี้เด็กชั้นป.1 จดจำองค์ประกอบการสร้างสรรค์ของโฆษณาเบอร์รี่บล็อก ในส่วนภาพสินค้าหรือภาพขนมหวานอยู่ในจานมากกว่าเด็กชั้นเรียนอื่นๆ เพราะเป็นสิ่งเดียวที่เห็นชัดเจนและเข้าใจมากกว่าส่วนอื่นๆ ในโฆษณา

ส่วนที่ 4 ข้อมูลพฤติกรรมการแสดงออกในการเลือกซื้อขนมปังและขนมเบอร์รี่บล็อก ของเด็กวัยประถมศึกษา

4.1 ด้านกระบวนการตัดสินใจซื้อขนมปังกิ่ง จากการเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่ม ตัวอย่างแสดงผลการวิเคราะห์ตามเพศ อายุ และ ระดับชั้นเรียน ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.31 ข้อมูลด้านกระบวนการตัดสินใจซื้อขนมปังกิ่ง จำแนกตามเพศ

กระบวนการตัดสินใจซื้อปังกิ่ง	เพศ		รวม		<u>n = 60</u>
	ชาย	หญิง	จำนวน	ร้อย%	
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	ร้อย%	
ความต้องการซื้อ หลังจากดูภาพขนมปังกิ่ง					
ซื้อ	23	21	44	73.3	
ไม่ซื้อ	7	9	16	26.7	
รวม	30	30	60	100.0	
สิ่งใดในภาพขนมปังกิ่งที่ทำให้ต้องการซื้อ					
ภาพบรรยายภาพของเรื่อง	18	15	33	55.0	
ภาพนักแสดง	8	10	18	30.0	
ภาพสินค้า	4	5	9	15.0	
รวม	30	30	60	100.0	

ตารางที่ 4.31 (ต่อ)

n = 60

กระบวนการตัดสินใจซื้อปั๊กกิ่ง	เพศ		รวม	
	ชาย	หญิง	จำนวน	ร้อยละ
	จำนวน	จำนวน		
เหตุผลที่ทำให้เกิดความต้องการซื้อขั้นมีปั๊กกิ่ง				
เห็นโอมาน่าอย ๆ	19	18	37	61.7
อยากทดลองทาน	3	5	8	13.3
หาซื้อง่าย	8	7	15	25.0
รวม	30	30	60	100.0
วิธีการเลือกซื้อขั้นมีปั๊กกิ่ง				
ซื้อด้วยตนเอง	11	8	19	31.7
พ่อแม่ซื้อให้	19	22	41	68.3
รวม	30	30	60	100.0

จากตารางที่ 4.31 พนบว่า เด็กนักเรียนวัยประถมศึกษาปีที่ 1-6 ของโรงเรียนพระมหาสุวรรณ สามัคคี จากกลุ่มตัวอย่าง 60 คน จำแนกตามเพศ ด้านกระบวนการตัดสินใจซื้อขั้นมีปั๊กกิ่ง ดังต่อไปนี้

ความต้องการซื้อขั้นมีปั๊กกิ่งหลังจากคูโอมานามากที่สุด คือต้องการซื้อ โดยเด็กเพศชาย จำนวน 23 คน และ เด็กเพศหญิงจำนวน 21 คน รวมเป็นจำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 73.3 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ทั้งนี้เด็กเพศชายมีความต้องการซื้อขั้นมีปั๊กกิ่งหลังจากคูโอมานามากกว่ามากกว่าเด็กเพศหญิง เพราะอย่างกันเหมือนดังที่โอมานาบอกรวบเช่นๆ

สิ่งใดในภาพบันตร์โอมานาปั๊กกิ่งที่ทำให้ต้องการซื้อมากที่สุด คือภาพบรรยายกาศของเรื่อง โดยเด็กเพศชาย จำนวน 18 คน และ เด็กเพศหญิงจำนวน 15 คน รวมเป็นจำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 55.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ทั้งนี้เด็กเพศชายจะชอบภาพบรรยายกาศของเรื่องมากกว่าเด็กเพศหญิง เพราะเป็นบรรยายกาศของการร้องรำทำเพลงสนุกสนาน เป็นธรรมชาติทำให้เกิดความรู้สึกร่วมคล้อยตาม รองลงมา คือชอบนักแสดง โดยเด็กเพศหญิง จำนวน 10 คน และ เด็กเพศชาย จำนวน 8 คน รวมเป็นจำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 30.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ทั้งนี้เด็กเพศหญิงจะชอบนักแสดงมากกว่าเด็กเพศชาย เพราะแสดงได้เป็นธรรมชาติทำให้อยากเห็นรำตามทำนองเพลงเหมือนนักแสดง

เหตุผลที่ทำให้เกิดความต้องการซื้อขนมปังกิ่งมากที่สุด คือเห็นในโฆษณาบ่อยๆ โดยเด็กเพศชายจำนวน 19 คน และเด็กเพศหญิงจำนวน 18 คน รวมเป็นจำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 61.7 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ทั้งนี้เด็กเพศชายเกิดความต้องการซื้อขนมปัง กิ่ง โดยการเห็นในโฆษณาบ่อยๆ มากกว่าเด็กเพศหญิง เพราะชอบดูโฆษณาและจำชื่อสินค้าได้จากเพลงโฆษณา

วิธีการเลือกซื้อขนมปังกิ่งมากที่สุด คือพ่อแม่ซื้อให้ โดยเด็กเพศหญิง จำนวน 22 คน และเด็กเพศชาย จำนวน 19 คน รวมเป็นจำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 68.3 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ทั้งนี้เด็กเพศหญิงจะให้พ่อแม่ซื้อขนมปังกิ่งให้กินมากกว่าเด็กผู้ชาย เพราะพ่อแม่จะซื้อให้กินเป็นเพื่อให้ญี่จากห้างสรรพสินค้ามาเก็บไว้ในตู้เย็น

ตารางที่ 4.32 ข้อมูลด้านกระบวนการตัดสินใจซื้อของปักกิ่ง จำแนกตามอายุ

$n = 60$

กระบวนการตัดสินใจซื้อปั๊กกิ่ง	อายุ						รวม	
	7 ขวบ	8 ขวบ	9 ขวบ	10 ขวบ	11 ขวบ	12 ขวบ		
จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	ร้อยละ	
ความต้องการซื้อ หลังจากคุ้มภาพนตร์ โฆษณาปั๊กกิ่ง								
ซื้อ	8	8	8	7	7	6	44	73.3
ไม่ซื้อ	2	2	2	3	3	4	16	26.7
รวม	10	10	10	10	10	10	60	100.0
ถึงได้ในภาพนตร์ โฆษณาปั๊กกิ่งที่ทำให้ต้องการซื้อขึ้นมาปั๊กกิ่ง								
ภาพบรรยายกาศของเรื่อง	3	4	6	6	8	7	33	55.0
ภาพนักแสดง	4	3	2	3	2	3	18	30.0
ภาพสินค้า	3	3	2	1	0	0	9	15.0
รวม	10	10	10	10	10	10	60	100.0

ตารางที่ 4.32 (ต่อ)

n = 60

กระบวนการตัดสินใจซื้อปั๊กกิ่ง	อายุ						รวม
	7 ขวบ	8 ขวบ	9 ขวบ	10 ขวบ	11 ขวบ	12 ขวบ	
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	
เหตุผลที่ทำให้เกิดความต้องการซื้อขนมปั๊กกิ่ง							
เห็นโฆษณาบ่อยๆ	6	6	7	6	6	6	37 61.7
อยากทดลองทาน	2	1	1	2	1	1	8 13.3
หาซื้อง่าย	2	3	2	2	3	3	15 30.0
รวม	10	10	10	10	10	10	60 100.0
วิธีการเลือกซื้อขนมปั๊กกิ่ง							
ซื้อด้วยตนเอง	3	3	2	4	3	4	19 31.7
พ่อแม่ซื้อให้	7	7	8	6	7	6	41 68.3
รวม	10	10	10	10	10	10	60 100.0

จากตารางที่ 4.32 พนวจ เด็กนักเรียนวัยประถมศึกษาปีที่ 1-6 ของโรงเรียนพรหมสุวรรณ สามัคคี จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 60 คน จำแนกตามอายุ ในการศึกษา ด้านกระบวนการตัดสินใจซื้อขนมปั๊กกิ่ง ดังรายการต่อไปนี้

ความต้องการซื้อขนมปั๊กกิ่งหลังจากดูโฆษณามากที่สุด คือต้องการซื้อ โดยเด็ก 7 ขวบ 8 ขวบ 9 ขวบ จำนวน 8 คนเท่ากัน รองลงมาคือเด็กอายุ 10 ขวบ 11 ขวบ จำนวน 7 คนเท่ากัน และสุดท้ายคือเด็กอายุ 12 ขวบ จำนวน 6 คน รวมเป็นจำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 73.3 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ทั้งนี้เด็กอายุ 7 ขวบ 8 ขวบ 9 ขวบ มีความต้องการซื้อขนมปั๊กกิ่งภายหลังจากดูโฆษณามากกว่าเด็กอายุอื่นๆ เพราะอย่างกินเหมือนดังที่โฆษณาอกรหานเช่น

สิ่งใดในภาพบนคร์โฆษณาปั๊กกิ่งที่ทำให้ต้องการซื้อมาที่สุด คือภาพบรรยายกาศของเรื่อง โดยเด็กอายุ 11 ขวบ จำนวน 8 คน รองลงมาเด็กอายุ 12 ขวบ จำนวน 7 คน รองลงมาคือเด็กอายุ 10 ขวบ 9 ขวบ จำนวน 6 คนเท่ากัน รองลงมาคือเด็กอายุ 8 ขวบ จำนวน 4 คน และสุดท้ายคือเด็กอายุ 7 ขวบ จำนวน 3 คน รวมเป็นจำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 55.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ทั้งนี้

เด็กอายุของเรื่องในโฆษณาปักกิ่งทำให้ต้องการซื้อมากกว่าเด็กอายุอื่นๆ เพราะแสดงได้เป็นธรรมชาติ ทำให้อยากเดินร้าวตามทำนองเพลิงเหมือนนักแสดง

เหตุผลที่ทำให้เกิดความต้องการซื้อขนมปังกิ่งมากที่สุด คือเห็นในโฆษณาบ่อยๆ โดยเด็กอายุ 9 ขวบ จำนวน 7 คน และสุดท้ายคือเด็กอายุ 7 ขวบ 8 ขวบ 10 ขวบ 11 ขวบ 12 ขวบ จำนวน 6 คน เท่ากัน รวมเป็นจำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 61.7 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ทั้งนี้เด็กอายุ 9 ขวบมีเหตุผลของการซื้อขนมปังกิ่งจากการเห็นโฆษณาบ่อยๆ ทางโทรทัศน์มากกว่าเด็กอายุอื่นๆ เพราะชอบดูโฆษณาและจำชื่อสินค้าได้จากเพลงโฆษณา

วิธีการเลือกชื่อขอนมปักกิ่งมากที่สุด คือพ่อแม่ซื้อให้ โดยเด็กอายุ 9 ขวบ จำนวน 8 คน รองลงมาเด็กอายุ 7 ขวบ 8 ขวบ 11 ขวบ จำนวน 7 คนเท่ากัน และสุดท้ายคือเด็กอายุ 10 ขวบ 12 ขวบ จำนวน 6 คนเท่ากัน รวมเป็นจำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 68.3 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ทั้งนี้เด็กอายุ 7 ขวบ 8 ขวบ 11 ขวบ มีวิธีการซื้อโดยให้พ่อแม่ซื้อให้มากกว่าเด็กอายุอื่นๆ เพราะพ่อแม่จะซื้อให้กินเป็นเพล็อกให้จากห้างสรรพสินค้ามาเก็บไว้ในตู้เย็น

ตารางที่ 4.33 ข้อมูลด้านกระบวนการตัดสินใจของนักปักกิ่ง จำแนกตามชั้นเรียน

n=60

กระบวนการตัดสินใจซื้อปั๊กกิ่ง	อายุ						รวม	
	ป.1	ป.2	ป.3	ป.4	ป.5	ป.6		
จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	ร้อยละ	
ความต้องการซื้อ หลังจากดูภาพนทร์โฆษณาปั๊กกิ่ง								
ซื้อ	8	8	8	7	7	6	44	73.3
ไม่ซื้อ	2	2	2	3	3	4	16	26.7
รวม	10	10	10	10	10	10	60	100.0
สิ่งใดในภาพนทร์โฆษณาปั๊กกิ่งที่ทำให้ต้องการซื้อ								
ภาพบรรยายศาสของเรื่อง	3	4	6	6	8	7	33	55.0
ภาพนักแสดง	4	3	2	3	2	3	18	30.0
ภาพสินค้า	3	3	2	1	0	0	9	15.0
รวม	10	10	10	10	10	10	60	100.0

ตารางที่ 4.33 (ต่อ)

n = 60

กระบวนการตัดสินใจซื้อปั๊กกิ่ง	อายุ						รวม
	ป.1	ป.2	ป.3	ป.4	ป.5	ป.6	
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	
เหตุผลที่ทำให้เกิดความต้องการซื้อขันมีน้ำปั๊กกิ่ง							
เห็นโภณฑาน้อยๆ	6	6	7	6	6	6	37 61.7
อยากทดลองทาน	2	1	1	2	1	1	8 13.3
หาซื้อง่าย	2	3	2	2	3	3	15 30.0
รวม	10	10	10	10	10	10	60 100.0
วิธีการเลือกซื้อขันมีน้ำปั๊กกิ่ง							
ซื้อด้วยตนเอง	3	3	2	4	3	4	19 31.7
พ่อแม่ซื้อให้	7	7	8	6	7	6	41 68.3
รวม	10	10	10	10	10	10	60 100.0

จากตารางที่ 4.33 พบว่า เด็กนักเรียนวัยประถมศึกษาปีที่ 1-6 ของโรงเรียนพรหมสุวรรณ สามัคคี จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 60 คน จำแนกตามชั้นเรียน ในการศึกษา ด้านกระบวนการตัดสินใจซื้อขันมีน้ำปั๊กกิ่ง ดังรายการต่อไปนี้

ความต้องการซื้อขันมีน้ำปั๊กกิ่งหลังจากคูโภณามากที่สุด คือต้องการซื้อ โดยชั้น ป.1 ป.2 และ ป.3 จำนวน 8 คนเท่ากัน รองลงมาคือเด็กชั้นป.4 และ ป.5 จำนวน 7 คนเท่ากัน และสุดท้าย คือเด็กอายุชั้นป.6 จำนวน 6 คน รวมเป็นจำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 73.3 ของกลุ่มตัวอย่าง ทั้งหมด ทั้งนี้เด็กชั้น ป.1 ป.2 และ ป.3 มีความต้องการซื้อขันมีน้ำปั๊กกิ่งภายหลังจากคูโภณามากกว่า เด็กชั้นเรียนอื่นๆ เพราะอยากรู้นึ่งดังที่โภณามาก่อนซื้อ

สิ่งใดในภาพชนิดโภณามีน้ำปั๊กกิ่งที่ทำให้ต้องการซื้อมากที่สุด คือภาพบรรยายกาศของเรื่อง โดยเด็กชั้น ป.5 จำนวน 8 คน รองลงมาคือเด็กชั้นป.6 จำนวน 7 คน รองลงมาคือชั้นเด็ก ป.3 ป.4 จำนวน 6 คนเท่ากัน รองลงมาคือเด็กชั้นป.2 จำนวน 4 คน และสุดท้ายคือเด็กชั้นป.1 จำนวน 3 คน รวมเป็นจำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 55.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ทั้งนี้เด็กอายุศูนย์ของเรื่องใน โภณามีน้ำปั๊กกิ่งทำให้ต้องการซื้อมากกว่าเด็กชั้นเรียนอื่นๆ เพราะแสดงได้เป็นธรรมชาติทำให้อายากระนรา ตามทำนองเพลงเหมือนนักแสดง

เหตุผลที่ทำให้เกิดความต้องการซื้อขนมปังกิ่งมากที่สุด คือเห็นในโฆษณาบ่อยๆ โดยเด็กชั้น ป.3 จำนวน 7 คน และสุดท้ายคือเด็กชั้นป.1 ป.2 ป.4 ป.5 และ ป.6 จำนวน 6 คนเท่ากัน รวมเป็นจำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 61.7 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ทั้งนี้เด็กชั้น ป.3 มีเหตุผลของการซื้อขนมปังกิ่งจากการเห็นโฆษณาบ่อยๆ ทางโทรทัศน์มากกว่าเด็กชั้นเรียนอื่นๆ เพราะชอบดูโฆษณาและจำชื่อสินค้าได้จากเพลงโฆษณา

วิธีการเลือกซื้อขนมปังกิ่งมากที่สุด คือพ่อแม่ซื้อให้ โดยเด็กชั้นป.3 จำนวน 8 คน รองลงมาเด็กชั้น ป.1 ป.2 และ ป.5 จำนวน 7 คนเท่ากัน และสุดท้ายคือเด็กชั้นป.4 ป.6 จำนวน 6 คนเท่ากัน รวมเป็นจำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 68.3 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ทั้งนี้เด็กเด็กชั้น ป.1 ป.2 และ ป.5 มีวิธีการซื้อโดยให้พ่อแม่ซื้อให้มากกว่าเด็กชั้นเรียนอื่นๆ เพราะพ่อแม่จะซื้อให้กินเป็นแพ็คใหญ่ๆ จากห้างสรรพสินค้ามาเก็บไว้ในตู้เย็น

4.2 ด้านกระบวนการตัดสินใจซื้อขนมเบเกอร์รี่บล จากการเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างแสดงผลการวิเคราะห์ตามเพศ อายุ และ ระดับชั้นเรียน ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.34 ข้อมูลด้านกระบวนการตัดสินใจซื้อขนมเบเกอร์รี่บล จำแนกตามเพศ

n = 60

กระบวนการตัดสินใจซื้อเบเกอร์รี่บล	เพศ		รวม	
	ชาย	หญิง	จำนวน	ร้อยละ
	จำนวน	จำนวน		
ความต้องการซื้อ หลังจากดูโฆษณาเบเกอร์รี่บล				
ซื้อ	14	7	21	35.0
ไม่ซื้อ	16	23	39	65.0
รวม	30	30	60	100.0
สิ่งใดในโฆษณาเบเกอร์รี่บลที่ทำให้ต้องการซื้อ				
ภาพสินค้า	30	30	60	100.0
รวม	30	30	60	100.0

ตารางที่ 4.34 (ต่อ)

n = 60

กระบวนการตัดสินใจซื้อเบเกอร์รี่บล็อก	เพศ			รวม	
	ชาย	หญิง	จำนวน		
	จำนวน	จำนวน			
เหตุผลที่ทำให้เกิดความต้องการซื้อเบเกอร์รี่บล็อก					
จำไม่ขาดได้	5	7	12	20.0	
ราคากู๊ก	18	15	33	55.0	
หาซื้อง่าย	7	8	15	25.0	
รวม	30	30	60	100.0	
วิธีการเลือกซื้อเบเกอร์รี่บล็อก					
ซื้อค้ายตามเอง	30	30	60	100.0	
รวม	30	30	60	100.0	

จากตารางที่ 4.34 พบว่าเด็กนักเรียนวัยประถมศึกษาปีที่ 1-6 ของโรงเรียนวัดพรหมสุวรรณ สามัคคี จากการกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 60 คน จำแนกตามเพศในการศึกษา ด้านกระบวนการตัดสินใจซื้อ ขนมเบเกอร์รี่บล็อก ดังรายการต่อไปนี้

ความต้องการซื้อ หลังจากดูโฆษณาเบเกอร์รี่บล็อกมากที่สุด คือไม่ซื้อ โดยเด็กเพศหญิง จำนวน 23 คน และ เด็กเพศชาย จำนวน 16 คน รวมเป็นจำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 65.0 ของกลุ่ม ตัวอย่างทั้งหมด ทั้งนี้เด็กเพศหญิง ไม่เกิดความต้องการซื้อหลังจากดูโฆษณามากกว่าเด็กเพศชาย เพราะ โฆษณาไม่ทำให้เกิดความโน้มน้าวใจหรือมีเหตุผลซักชวนให้ซื้อขนม

สิ่งใดในโฆษณาเบเกอร์รี่บล็อกที่ทำให้ต้องการซื้อมากที่สุด คือภาพสินค้า โดยเด็กเพศชาย จำนวน 30 คน และ เด็กเพศหญิง จำนวน 30 คน รวมเป็นจำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 100.0 ของ กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ทั้งนี้เด็กเพศชายและเด็กเพศหญิงรู้สึกว่าภาพสินค้า ขนมที่วางอยู่ในงานจะทำให้ เกิดความต้องการซื้อเท่ากัน เพราะภาพบนมีโฉดเด่นตั้งแต่ต้น โฆษณา สวยงามน่าทาน

เหตุผลที่ทำให้เกิดความต้องการซื้อเบเกอร์รี่บล็อกมากที่สุด คือราคากู๊ก โดยเด็กเพศชาย จำนวน 18 คน และ เด็กเพศหญิง จำนวน 15 คน รวมเป็นจำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 55.0 ของกลุ่ม

ตัวอย่างทั้งหมด ทั้งนี้เด็กเพศชายให้เหตุผลด้านราคากลุ่มมากกว่าเด็กเพศหญิง เพราะขนมเบเกอรี่รับรอง มีรสชาติอร่อยและสดใส ส่วนเด็กหญิงกลุ่มค่าจากภาพที่เห็นในโฆษณา มีกลุ่มค่ามากกว่าราคานะ

วิธีการเลือกซื้อเบเยเกอร์รี่บล็อกมากที่สุด คือซื้อคัวยตันเอง โดยเด็กเพศชาย จำนวน 30 คน และ เด็กเพศหญิง จำนวน 30 คน รวมเป็นจำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 100.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ทั้งนี้เด็กเพศชายและเด็กเพศหญิงเลือกซื้อขนมเบเยเกอร์รี่บล็อกคัวยตันเองเท่ากัน เพราะราคาถูก

ตารางที่ 4.35 ข้อมูลด้านกระบวนการตัดสินใจซื้อของเบอร์รี่ผล จำแนกตามอายุ

n = 60

การตัดสินใจซื้อเบเกอร์รี่นอต	อายุ						รวม	
	7 ขวบ	8 ขวบ	9 ขวบ	10 ขวบ	11 ขวบ	12 ขวบ		
จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	ร้อยละ	
ความต้องการซื้อ หลังจากดูโฆษณาเบเกอร์รี่นอต								
ซื้อ	2	2	3	4	4	6	21	35.0
ไม่ซื้อ	8	8	7	6	6	4	39	65.0
รวม	10	10	10	10	10	10	60	100.0
สั่งได้ในโฆษณาเบเกอร์รี่นอตที่ทำให้ต้องการซื้อ								
ภาพสินค้า	10	10	10	10	10	10	60	100.0
รวม	10	10	10	10	10	10	60	100.0
เหตุผลที่ทำให้เกิดความต้องการซื้อเบเกอร์รี่นอต								
จำโฆษณาได้	2	2	1	2	3	2	12	20.0
ราคาถูก	6	6	7	6	4	4	33	55.0
หาซื้อง่าย	2	2	2	2	3	4	15	25.0
รวม	10	10	10	10	10	10	60	100.0
วิธีการเลือกซื้อเบเกอร์รี่นอต								
ซื้อด้วยตนเอง	10	10	10	10	10	10	60	100.0
รวม	10	10	10	10	10	10	60	100.0

จากตารางที่ 4.35 พบร่วมเด็กนักเรียนวัยประถมศึกษาปีที่ 1-6 ของโรงเรียนวัดพระมหาสุวรรณสามัคคี จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 60 คน จำแนกตามอายุ ในการศึกษา ด้านกระบวนการครัดสินใจซื้อขนมเบเกอร์รีบอต ดังรายการต่อไปนี้

ความต้องการซื้อ หลังจากดูโฆษณาเบเกอร์รีบอลมากที่สุด คือไม่ซื้อ โดยเด็ก 7 ขวบ 8 ขวบ จำนวน 8 คนเท่ากัน รองลงมาคือเด็กอายุ 9 ขวบ จำนวน 7 คน รองลงมาคือเด็กอายุ 10 ขวบ 11 ขวบ จำนวน 6 คนเท่ากัน และสุดท้ายคือเด็กอายุ 12 ขวบ จำนวน 4 คน รวมเป็นจำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 65.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ทั้งนี้เด็กอายุ 7 ขวบ และ 8 ขวบ ไม่มีความต้องการซื้อบেเกอร์รีบอลมากกว่าเด็กอายุอื่นๆ เพราะโฆษณาไม่ทำให้เกิดความโน้มน้าวใจหรือมีเหตุผลซักชวนให้ซื้อขนม

สิ่งใดในโฆษณาเบเกอร์รีบอลที่ทำให้ต้องการซื้อมากที่สุด คือภาพลินค้า โดยเด็กอายุ 7 ขวบ 8 ขวบ 9 ขวบ 10 ขวบ 11 ขวบ และอายุ 12 ขวบ จำนวน 10 คนเท่ากัน รวมเป็นจำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 100.0 ของตัวอย่างทั้งหมด เพราะภาพบนมีโดดเด่นดึงดูดตั้งแต่ต้น สวยงามน่าทาน

เหตุผลที่ทำให้เกิดความต้องการซื้อบีเกอร์รีบอลมากที่สุด คือราคาถูก โดยเด็กอายุ 8 ขวบ จำนวน 7 คน รองลงมาเด็กอายุ 7 ขวบ 8 ขวบ 10 ขวบ จำนวน 6 คนเท่ากัน และสุดท้ายคือเด็กอายุ 11 ขวบ 12 ขวบ จำนวน 4 คนเท่ากัน รวมเป็นจำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 55.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ทั้งนี้เด็กอายุ 8 ขวบ มีเหตุผลที่ทำให้เกิดความต้องการซื้อบีเกอร์รีบอลมากกว่าเด็กอายุอื่นๆ เพราะขนม เบเกอร์รีบอลมีรสชาตอก็อกแอลดสอดไส้ครีมอยู่ภายในคุณค่าจากภาพที่เห็นในโฆษณา มีนุ่มคลายมากกว่าราคาน้ำ

วิธีการเลือกซื้อบีเกอร์รีบอลมากที่สุด คือซื้อด้วยตนเอง โดยเด็กอายุ 7 ขวบ 8 ขวบ 9 ขวบ 10 ขวบ 11 ขวบ และอายุ 12 ขวบ จำนวน 10 คนเท่ากัน รวมเป็นจำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 100.0 ของตัวอย่างทั้งหมด เพราะราคาถูกที่สุด 1 บาท มีขายที่สหกรณ์โรงเรียนและร้านค้าหน้าโรงเรียน

ตารางที่ 4.36 ข้อมูลด้านกระบวนการตัดสินใจซื้อขนมเบเกอร์รี่บล จำแนกตามชั้นเรียน

n = 60

การตัดสินใจซื้อเบเกอร์รี่บล	อายุ						รวม	
	ป.1	ป.2	ป.3	ป.4	ป.5	ป.6		
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน		
ความต้องการซื้อ หลังจากดูโฆษณาเบเกอร์รี่บล								
ซื้อ	2	2	3	4	4	6	21	35.0
ไม่ซื้อ	8	8	7	6	6	4	39	65.0
รวม	10	10	10	10	10	10	60	100.0
สิ่งใดในโฆษณาเบเกอร์รี่บลที่ทำให้ต้องการซื้อ								
ภาพสินค้า	10	10	10	10	10	10	60	100.0
รวม	10	10	10	10	10	10	60	100.0
เหตุผลที่ทำให้เกิดความต้องการซื้อเบเกอร์รี่บล								
จำโฆษณาได้	2	2	1	2	3	2	12	20.0
ราคาถูก	6	6	7	6	4	4	33	55.0
หาซื้อง่าย	2	2	2	2	3	4	15	25.0
รวม	10	10	10	10	10	10	60	100.0
วิธีการเลือกซื้อเบเกอร์รี่บล								
ซื้อด้วยตนเอง	10	10	10	10	10	10	60	100.0
รวม	10	10	10	10	10	10	60	100.0

จากการที่ 4.36 พนว่าเด็กนักเรียนวัยประถมศึกษาปีที่ 1-6 ของโรงเรียนวัดพระมหาสุวรรณสามัคคี จากรุ่นตัวอย่างทั้งหมด 60 คน จำแนกตามชั้นเรียน ในการศึกษา ด้านกระบวนการการตัดสินใจ ซึ่งขั้นตอนเบื้องต้น ดังรายการต่อไปนี้

ความต้องการซื้อ หลังจากโฉมณาแบบเกอร์รี่บลมากที่สุด คือไม่ซื้อ โดยเด็กชั้นป. 1 และ ป. 2 จำนวน 8 คนเท่ากัน รองลงมาคือเด็กชั้นป. 3 จำนวน 7 คน รองลงมาคือเด็กชั้นป. 4 และ ป. 5 จำนวน 6 คนเท่ากัน และสุดท้ายคือเด็กชั้นป. 6 จำนวน 4 คน รวมเป็นจำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 65.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ทั้งนี้เด็กชั้นป. 1 และ ป. 2 ไม่มีความต้องการซื้อบลมากกว่าเด็กชั้นเรียนอื่นๆ เพราะโழมนาไม่ทำให้เกิดความโน้มน้าวใจหรือมีเหตุผลซักช่วงให้ซื้อขั้นตอน

สิ่งใดในโழมนาแบบเกอร์รี่บลที่ทำให้ต้องการซื้อมากที่สุด คือภาพสินค้า โดยเด็กชั้น ป. 1 ป. 2 ป. 3 ป. 4 ป. 5 และ ป. 6 จำนวน 10 คนเท่ากัน รวมเป็นจำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 100.0 ของตัวอย่างทั้งหมด เพราะภาพบนมีตัวเด่นตั้งแต่ต้นโழมนา สวยงามน่าท่าน

เหตุผลที่ทำให้เกิดความต้องการซื้อบลมากที่สุด คือราคากลูก โดยเด็กชั้นป. 3 จำนวน 7 คน รองลงมาเด็กชั้นป. 1 ป. 2 ป. 4 จำนวน 6 คนเท่ากัน และสุดท้ายคือเด็กชั้นป. 5 และ ป. 6 จำนวน 4 คนเท่ากัน รวมเป็นจำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 55.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ทั้งนี้เด็กชั้นป. 3 มีเหตุผลที่ทำให้เกิดความต้องการซื้อบลมากกว่าเด็กชั้นเรียนอื่นๆ เพราะขั้นตอนเบื้องต้นมีไส้ครีมรสซีอิ๊วโกเก็ตสดอยู่ภายในมีความรู้สึกว่าขนมมีคุณค่าแพง เมื่อพิจารณาจากภาพบนมีความราคางาน มากกว่าราคชาชิ้นละ 1 บาท

วิธีการเลือกซื้อบลมากที่สุด คือซื้อด้วยตนเอง โดยเด็กชั้น ป. 1 ป. 2 ป. 3 ป. 4 ป. 5 และ ป. 6 จำนวน 10 คนเท่ากัน รวมเป็นจำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 100.0 ของตัวอย่างทั้งหมด เพราะราคาลูกชิ้นละ 1 บาท มีขายที่สหกรณ์โรงเรียนและร้านค้าหน้าโรงเรียน

จากการศึกษาพฤติกรรมการรับชมภาพยนตร์โฆษณาบนมือถือของบริษัท บูโรเปี้ยนฟู้ด จำกัด (มหาชน) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ทั่วไปของเด็กวัยประเทศ พฤติกรรมการรับชมภาพยนตร์โฆษณาบนมือถือและขนมเบเกอรี่รับรองเด็กวัยประเทศศึกษา และ พฤติกรรมการแสดงออกในการเลือกซื้อขนมปังกิ่งและขนมเบเกอรี่รับรองเด็กวัยประเทศศึกษา ใน การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการสัมภาษณ์กลุ่มเฉพาะ (Focus Group Interview) กลุ่ม ตัวอย่างเด็กวัยประเทศศึกษา อายุระหว่าง 7-12 ปี จำนวน 60 คน จากโรงเรียนวัดพระมหาธรรมกาย เชตนา แกะ กรุงเทพมหานคร เก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์ ใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง วิเคราะห์ ข้อมูลสถิติเชิงพรรณนา ค่าความถี่ ค่าร้อยละ และวิเคราะห์เนื้อหา ผลสรุปประกอบด้วย 4 ส่วน ดังนี้

1. ข้อมูลส่วนบุคคลทั่วไปของเด็กวัยประเทศศึกษา

- 1.1 ข้อมูลส่วนบุคคลด้านเพศ พบรебีกเพศชาย จำนวน 30 คน และเด็กเพศหญิง จำนวน 30 คน เท่ากัน
- 1.2 ข้อมูลส่วนบุคคลด้านอายุ พบรебีกอายุ 7 ขวบ 8 ขวบ 9 ขวบ 10 ขวบ 11 ขวบ และ 12 ขวบ จำนวนขวบปีละ 10 คนเท่ากัน

- 1.3 ข้อมูลส่วนบุคคลด้านระดับชั้น พบรебีกที่ศึกษาในระดับชั้นประถมปีที่ 1 ปีที่ 2 ปีที่ 3 ปีที่ 4 ปีที่ 5 และปีที่ 6 จำนวนชั่วโมงละ 10 คนเท่ากัน

2. พฤติกรรมการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ทั่วไปของเด็กวัยประเทศศึกษา

- 2.1 บริบทแวดล้อมขณะรับชมโทรทัศน์ของเด็ก บุคคลที่อยู่ด้วยเสมอในขณะที่เด็ก รับชมโทรทัศน์ส่วนใหญ่เป็นแม่ โดยแม่จะมีเวลาคุยกับเด็กในการจัดเตรียมอาหารและ สอนการบ้าน ด้านกิจกรรมที่เด็กนักปฏิบัติเสมอขณะรับชมโทรทัศน์ด้วยการกินขนมบนเตียง ซึ่งเกิดขึ้น จากความเคยชินและชอบที่จะปฏิบัติในช่วงดังกล่าว สถานที่ใช้ในการรับชมโทรทัศน์ส่วนใหญ่เป็น บ้าน โดยสามารถดูซองไหนรายการอะไร ได้ตามใจตนเอง และการรับชมโทรทัศน์ที่บ้านจะมีความ สะดวกสบายมากกว่าที่อื่นๆ วันเวลาที่นิยมรับชมโทรทัศน์ส่วนใหญ่เป็นในวันเสาร์และวันอาทิตย์ ตั้งแต่เวลา 08.00 - 12.00 น. ทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 และช่อง ไอทีวี

- 2.2 รายการโทรทัศน์ที่รับชม โดยเด็กจะนิยมรับชมรายการบันเทิง ประเภทการ์ตูน จะ ติดตามรับชมตลอดเวลา รายการการ์ตูนให้ความบันเทิงและสนุกสนาน รวมทั้งสามารถพูดคุยกับผู้ชม กันเพื่อนๆ ได้ดี

- 2.3 ภาพยนตร์โฆษณาทั่วไปที่รับชม เด็กส่วนใหญ่ชอบภาพยนตร์โฆษณาที่สนุก และได้ รับรู้สิ่งดีๆ จากโฆษณา ติ่งที่ชอบในภาพยนตร์โฆษณาส่วนใหญ่เป็นเพลงโฆษณาที่สนุกเนื้อหา ขาดจำจ่าย ชอบเพลงโฆษณาตามสมัยนิยม เนื้อร้องเกี่ยวกับการผจญภัยตื่นเต้น มีนักแสดงเป็นผู้ดำเนิน

เรื่อง ภาพการคุนสีสันสดใสสวยงาม ข้อความโฆษณาที่ให้ความรู้สึกเป็นกันเองน่าเชื่อถือ และจบเรื่องด้วยคำวิจัย

3. พฤติกรรมการรับชมภาพนตร์โฆษณาบนมือถือและบนเบราว์เซอร์เบล็อก ของเด็กวัยประถมศึกษา

3.1 การเปิดรับภาพนตร์โฆษณาบนทั้งสองชนิด เด็กเปิดรับภาพนตร์โฆษณาบนมือถือมากกว่าบนเบราว์เซอร์เบล็อกเป็นส่วนใหญ่ โดยสนใจและชอบเพลงโฆษณา ด้วยเนื้อร้องที่เป็นภาษาเรียบง่าย ถ้อยคำล้อของ ทำงานของสนุกสนาน รวมทั้งบรรยายกาศของเนื้อเรื่องที่เป็นการแสดงการร้องรำทำเพลงที่เข้ากันกับเพลงโฆษณา วันเวลาที่รับชมภาพนตร์โฆษณาปักกิ่งส่วนใหญ่เป็นวันเสาร์และวันอาทิตย์ ตั้งแต่เวลา 08.00 - 12.00 น. ในรายการการคุนทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9

3.2 การรับรู้ภาพนตร์โฆษณาบนทั้งสองชนิด เด็กจะรับรู้ภาพนตร์โฆษณาบนมือถือมากกว่าบนเบราว์เซอร์เบล็อก จากเพลงโฆษณาโดยมีเนื้อร้องที่ซักชวนให้ลองกิน ประกอบกับภาพที่นักแสดงกำลังกินขนมปักกิ่งไปพร้อมกับการร้องรำทำเพลงตามจังหวะดนตรีที่สนุกสนาน

3.3 การจดจำองค์ประกอบการสร้างสรรค์ภาพนตร์โฆษณาบนทั้งสองชนิด เด็กจะจำองค์ประกอบการสร้างสรรค์ภาพนตร์โฆษณาบนมือถือมากกว่าบนเบราว์เซอร์เบล็อก ได้จากเพลงโฆษณาด้วยการทำงานของสนุกสนาน เนื้อเพลงใช้ภาษาเรียบง่ายและถ้อยคำล้อของ ความหมายของเพลงที่แสดงคุณสมบัติและบุคลิกของขนมซักชวนให้ลองกิน

4. พฤติกรรมการแสดงออกในการเลือกซื้อขนมปักกิ่งและบนเบราว์เซอร์เบล็อก ของเด็กวัยประถมศึกษา

4.1 กระบวนการตัดสินใจซื้อขนมทั้งสองชนิด ส่วนใหญ่เด็กมีความต้องการซื้อขนมปักกิ่งมากกว่าบนเบราว์เซอร์เบล็อก โดยรู้สึกอยากกินเหมือนดั้งที่โฆษณาซักชวนให้ลองกิน

4.2 การจูงใจโน้มน้าวให้เกิดการเลือกซื้อขนมทั้งสองชนิด สิ่งที่จูงใจให้เด็กรู้สึกต้องการซื้อขนมปักกิ่งมากกว่าบนเบราว์เซอร์เบล็อก โดยส่วนใหญ่มาจากภาพบรรยายกาศของเนื้อเรื่องของขนมปักกิ่ง ที่แสดงการร้องรำทำเพลงเด่นรำไปกับจังหวะดนตรีสนุกสนาน รู้สึกว่ามีความคล้ายตามไปกับโฆษณา ด้านเหตุผลที่ทำให้รู้สึกต้องการซื้อขนมปักกิ่งส่วนใหญ่ มักจะพูดเห็นในภาพนตร์โฆษณา บ่อยครั้ง ด้วยความสนใจและชอบติดตามดูภาพนตร์โฆษณา และสามารถจำชื่อสินค้าได้จากเพลงโฆษณา

4.3 พฤติกรรมการซื้อขนมทั้งสองชนิด ส่วนใหญ่เด็กจะซื้อขนมปักกิ่งโดยจะของให้พ่อแม่ซื้อให้เป็นแพ็คใหญ่ จากห้างสรรพสินค้ามาเก็บไว้ในตู้เย็น