

การวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมกาเปิดรับชมและความคิดเห็นต่อโฆษณาชุด “มีออม ไม่มีอด” (ธนาคารออมสิน) ของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ” มีวัตถุประสงค์การวิจัยดังนี้

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมกาเปิดรับชมโฆษณาทางโทรทัศน์ ชุด “มีออม ไม่มีอด” (ธนาคารออมสิน) ของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ
2. เพื่อศึกษาความคิดเห็น ต่อโฆษณาทางโทรทัศน์ ชุด “มีออม ไม่มีอด” (ธนาคารออมสิน) ของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ

ประชากรเป้าหมายของการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ ได้มีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 210 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสัดส่วนตัวอย่าง (Quota Sampling) โดยการจับฉลากเลือกตำบลตัวอย่างที่ต้องการ เครื่องที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) การหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร (Correlation Coefficient) และการเปรียบเทียบเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร (Chi-Square)

ผลการทดสอบสมมติฐานได้ข้อมูลสรุปที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ดังต่อไปนี้

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ของกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกัน กับความสัมพันธ์พฤติกรรมกาเปิดรับโฆษณาชุด “มีออม ไม่มีอด” ผลการศึกษาพบว่าลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน ส่วนใหญ่ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกาเปิดรับโฆษณา “มีออม ไม่มีอด” ในทิศทางเดียวกัน กล่าวอีกนัยหนึ่งว่าลักษณะของกลุ่มตัวอย่างที่มีเพศแตกต่างกัน จะมีการเปิดรับโฆษณาที่แตกต่างกันออกไปด้วย

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้แตกต่างกัน ไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นที่มีต่อโฆษณา “มีออม ไม่มีอด” ในทิศทางเดียวกัน หมายความว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน จะมีความคิดเห็นต่อโฆษณาชุด “มีออม ไม่มีอด” แตกต่างกันออกไป

โดยผลการทดสอบทดสอบสมมติฐานในส่วนที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมกาเปิดรับโฆษณา “มีออม ไม่มีอด” ว่ามีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นที่มีต่อโฆษณา “มีออม ไม่มีอด” ในทิศทางเดียวกันหรือไม่ ผลการศึกษาพบว่าไม่มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน หมายความว่าพฤติกรรมกาเปิดรับโฆษณา ที่แตกต่างกันจะมีความคิดเห็นต่อโฆษณาแตกต่างกันไปด้วย