

## บทที่ 4

### ผลการศึกษา

การศึกษา อิทธิพลของการโฆษณาทางโทรทัศน์ที่มีต่อการซื้อขนมขบเคี้ยวของนักเรียนระดับประถมศึกษา ประชากรคือ นักเรียนที่กำลังเรียนอยู่ในระดับประถมศึกษาปีที่ 1-6 โรงเรียนบ้านแพะยันต์ดอยแซ่ อำเภอแม่ทา จังหวัดลำพูน ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2555 จำนวน 70 คน ผลการศึกษาค้นนี้นำเสนอข้อมูลในรูปแบบของตารางประกอบคำอธิบาย ตามลำดับ ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักเรียน

ส่วนที่ 2 ผลการศึกษาพฤติกรรมการรับชมโฆษณาขนมขบเคี้ยวทางโทรทัศน์ของนักเรียน

ส่วนที่ 3 ผลการศึกษากการซื้อขนมขบเคี้ยวของนักเรียน

ส่วนที่ 4 ผลการศึกษอิทธิพลของการโฆษณาขนมขบเคี้ยวทางโทรทัศน์ที่มีต่อการซื้อขนมขบเคี้ยวของนักเรียน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ข้อมูลทั่วไปของนักเรียน ผู้ศึกษาขอเสนอข้อมูลเกี่ยวกับ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ค่าขนม การรับข่าวสารจากสื่อต่างๆ ดังตาราง 4.1

ตาราง 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของนักเรียนจำแนกตามเพศ อายุ ระดับชั้น และค่าขนม

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
<b>เพศ</b>		
ชาย	33	47.14
หญิง	37	52.86
<b>อายุ</b>		
6 ปี	15	21.43
7 ปี	9	12.86
8 ปี	6	8.57
9 ปี	14	20.00
10 ปี	13	18.57
11 ปี	10	14.29
12 ปี	3	4.29
<b>ระดับชั้นปี</b>		
ป.1	15	21.43
ป.2	7	10.00
ป.3	8	11.43
ป.4	16	22.86
ป.5	12	17.14
ป.6	12	17.14

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตาราง 4.1 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน(คน)	ร้อยละ
<b>ค่าขนม</b>		
5-10 บาท	17	24.29
11-15 บาท	8	11.43
16-20 บาท	29	41.43
21-25 บาท	3	4.29
26 บาทขึ้นไป	13	18.57

จากตาราง 4.1 พบว่านักเรียนเป็นเพศชาย 33 คน คิดเป็นร้อยละ 47.14 เพศหญิง 37 คน คิดเป็นร้อยละ 52.86 อายุระหว่าง 6-12 ปี ส่วนใหญ่เรียนอยู่ในระดับชั้นปีที่ 4 คิดเป็นร้อยละ 22.86 และได้รับค่าขนมวันละ 16-20 บาท คิดเป็นร้อยละ 41.43

ตาราง 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของนักเรียนจำแนกตามการรับข่าวสารจากสื่อต่างๆ

สื่อประเภท ต่างๆ	ระดับของการรับข่าวสาร			ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน	การแปลผล
	น้อย	ปานกลาง	มาก			
โทรทัศน์	1 (1.40)	16 (22.90)	53 (75.70)	2.74	.47	มาก
วิทยุ	44 (62.90)	18 (25.7%)	8 (11.45)	1.48	.69	น้อย
หนังสือพิมพ์	61 (87.15)	8 (11.4%)	1 (1.40)	1.14	.39	น้อย
นิตยสาร	62 (88.60)	8 (11.40)	0 (0)	1.11	.32	น้อย
อินเทอร์เน็ต	52 (74.30)	15 (21.40)	3 (4.30)	1.30	.54	น้อย

จากตาราง 4.2 พบว่า นักเรียนรับข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย= 2.74) สำหรับสื่ออื่นๆอยู่ในระดับน้อย

## ส่วนที่ 2 ผลการศึกษาการรับชมโฆษณาตามขอบเขตทางโทรทัศน์ของนักเรียน

ตาราง 4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของนักเรียนจำแนกตามความถี่ในการรับชมโทรทัศน์และช่วงเวลา  
ที่รับชมโทรทัศน์

ข้อมูล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
<b>ความถี่ในการรับชมโทรทัศน์</b>		
1-2 วัน/สัปดาห์	4	5.71
3-4 วัน/สัปดาห์	1	1.43
5-6 วัน/สัปดาห์	2	2.86
ทุกวัน	63	90.00
<b>ช่วงเวลาที่ได้รับชมโทรทัศน์</b>		
<b>(จันทร์-ศุกร์)</b>		
06.00-07.59 น.	33	47.14
17.00-18.29 น.	41	58.57
18.30-20.59 น.	46	65.71
21.00-22.30 น.	26	37.14
<b>(เสาร์-อาทิตย์)</b>		
08.00-10.00 น.	55	78.57
15.30-16.59 น.	32	45.71
17.00-19.29 น.	41	58.57
20.30-22.30 น.	32	45.71

จากตาราง 4.3 พบว่า นักเรียนส่วนใหญ่ (ร้อยละ 90.00) รับชมโทรทัศน์ทุกวัน โดยในวันจันทร์-ศุกร์ ช่วงที่นักเรียนระดับประถมศึกษาส่วนใหญ่ (ร้อยละ 65.71) จะรับชมโทรทัศน์มากที่สุดคือช่วงเวลา 18.30-20.59 น. และวันเสาร์-อาทิตย์ ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 78.57) จะรับชมช่วงเวลา 08.00-10.00 น.

**ตาราง 4.4** แสดงจำนวนและร้อยละของนักเรียนจำแนกตามความสนใจชมโฆษณาบนมขบเคี้ยวระหว่างรายการโทรทัศน์สาเหตุที่ไม่สนใจชมโฆษณาบนมขบเคี้ยว และการจดจำเนื้อหาในโฆษณาบนมขบเคี้ยว

ข้อมูล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
<b>ความสนใจชมโฆษณาบนมขบเคี้ยว</b>		
สนใจชม	56	80.00
ไม่สนใจชม	14	20.00
<b>สาเหตุที่ไม่สนใจชมโฆษณาบนมขบเคี้ยว</b>		
เบื่อโฆษณา	5	35.71
ไปทำกิจกรรมอื่นที่น่าสนใจกว่า	3	21.42
เปลี่ยนช่องอื่นที่ไม่ใช่โฆษณา	4	28.68
ไม่น่าสนใจ	2	14.29
<b>การจดจำเนื้อหาในโฆษณาบนมขบเคี้ยว</b>		
จำได้	38	67.86
จำไม่ได้	18	32.14

จากตาราง 4.4 พบว่า นักเรียนระดับประถมศึกษาส่วนใหญ่สนใจชมโฆษณาบนมขบเคี้ยวระหว่างรายการโทรทัศน์คิดเป็นร้อยละ 80 ไม่สนใจชมคิดเป็นร้อยละ 20.00 สาเหตุที่ไม่สนใจชมคือ เบื่อโฆษณา คิดเป็นร้อยละ 35.71 และนักเรียนระดับประถมศึกษาที่สนใจชมโฆษณาบนมขบเคี้ยวสามารถจดจำเนื้อหาในโฆษณาบนมขบเคี้ยวได้คิดเป็นร้อยละ 67.86

### ส่วนที่ 3 ผลการศึกษาพฤติกรรมการซื้อขนมขบเคี้ยวของนักเรียนระดับประถมศึกษา

ตาราง 4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของนักเรียนจำแนกตามพฤติกรรมการซื้อขนมขบเคี้ยว

ข้อมูล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
<b>ความชอบรับประทานขนมขบเคี้ยว</b>		
ชอบ	54	96.43
ไม่ชอบ	2	3.57
<b>ความสนใจอยากซื้อขนมขบเคี้ยวในโฆษณา</b>		
สนใจ	42	77.78
ไม่สนใจ	12	22.22
<b>การซื้อขนมหลังจากรับชมโฆษณาขนมขบเคี้ยว</b>		
ใช่	32	59.26
ไม่ใช่	22	40.74
<b>ปริมาณการซื้อขนมขบเคี้ยวในแต่ละวัน</b>		
1 อย่าง	18	33.33
2 อย่าง	26	48.15
3 อย่าง	4	33.33
4 อย่าง	6	11.11

จากตาราง 4.5 พบว่านักเรียนส่วนใหญ่ (ร้อยละ 96.4) ชอบรับประทานขนมขบเคี้ยว ร้อยละ 77.8 มีความสนใจอยากซื้อขนมขบเคี้ยวในโฆษณา ร้อยละ 59.3 ซื้อขนมหลังจากที่รับชมโฆษณาขนมขบเคี้ยว และร้อยละ 48.1 ซื้อขนมวันละ 2 อย่าง

ตาราง 4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของนักเรียนจำแนกตามลักษณะการพบเห็นโฆษณาขนมขบเคี้ยวประเภทต่างๆ

ประเภทของขนมขบเคี้ยว	เคยเห็น		ไม่เคยเห็น	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ขนมกรุบกรอบ	54	100.00	0	0
ปลาเส้น	52	96.30	2	3.70
ขนมอบกรอบ	53	98.15	1	1.85
เวเฟอร์	53	98.15	1	1.85
คุกกี้	51	95.00	3	5.00
ชีสโกแลต	34	62.97	20	37.03
ลูกอม	50	92.60	4	7.40

จากตาราง 4.6 พบว่านักเรียนส่วนใหญ่ (ร้อยละ 100) เคยเห็นโฆษณาขนมกรุบกรอบมากที่สุด รองลงมาคือ ขนมอบกรอบและเวเฟอร์ คิดเป็นร้อยละ 98.15 และ ลูกอมน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 92.6 ตามลำดับ

ตาราง 4.7 แสดงจำนวนและร้อยละของนักเรียนจำแนกตามความถี่ในการเห็นโฆษณาขนมขบเคี้ยวทุกประเภท

ประเภทของ ขนมขบเคี้ยว	ความถี่ในการเห็นโฆษณา				ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน	การแปลผล
	ทุกวัน	เกือบทุกวัน	สัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง	เดือนละ 1-2 ครั้ง			
ขนมกรุบกรอบ	22 (40.7%)	28 (51.9%)	2 (3.7%)	2 (3.7%)	3.29	.71	เกือบทุกวัน
ปลาเส้น	17 (31.5%)	24 (44.4%)	11 (20.4%)	0 (0%)	3.11	.73	เกือบทุกวัน
ขนมอบกรอบ	17 (31.5%)	25 (46.3%)	7 (13.0%)	4 (7.4%)	3.03	.87	เกือบทุกวัน
เวเฟอร์	21 (38.9%)	17 (31.5%)	13 (24.1%)	2 (3.7%)	3.07	.89	เกือบทุกวัน
คุกกี้	22 (40.7%)	15 (27.8%)	8 (14.8%)	6 (11.1%)	3.03	1.03	เกือบทุกวัน
ซ็อกโกแลต	7 (13.0%)	12 (22.2%)	9 (16.7%)	6 (11.1%)	2.58	1.01	เกือบทุกวัน
ลูกอม	11 (20.4%)	26 (48.1%)	11 (20.4%)	2 (3.7%)	2.92	.77	เกือบทุกวัน

จากตาราง 4.7 พบว่า นักเรียนระดับประถมศึกษาส่วนใหญ่เห็นโฆษณาขนมขบเคี้ยวทุกประเภทเกือบทุกวัน



ตาราง 4.8 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามความถี่ของความชอบรับชมโฆษณาขนมขบเคี้ยวประเภทต่างๆของนักเรียน

ประเภทต่างๆ ประเภทของขนมขบเคี้ยว	ชอบ		ไม่ชอบ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ขนมกรุบกรอบ	53	98.15	1	1.85
ปลาเส้น	47	90.38	5	9.62
ขนมอบกรอบ	49	92.45	4	7.55
เวเฟอร์	51	96.22	2	3.88
คุกกี้	42	82.35	9	17.65
ช็อกโกแลต	28	82.35	6	17.65
ลูกอม	44	88.00	6	12.00

จากตาราง 4.8 พบว่านักเรียนส่วนใหญ่ (ร้อยละ 98.15) ชอบรับชมโฆษณาขนมกรุบกรอบมากที่สุด รองลงมาคือ เวเฟอร์ คิดเป็นร้อยละ 96.22 และชอบรับชมน้อยที่สุดคือ โฆษณา คุกกี้และช็อกโกแลต คิดเป็นร้อยละ 82.35 ตามลำดับ

ตาราง 4.9 แสดงจำนวนและร้อยละของนักเรียนจำแนกตามความถี่ของความสนใจครั้งแรกที่เห็น  
โฆษณาขนมขบเคี้ยวประเภทต่างๆ

ประเภทของขนม ขบเคี้ยว	ระดับของความสนใจครั้งแรกที่เห็น โฆษณาขนมขบเคี้ยว				ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน	การแปลผล
	ไม่สนใจ (1)	เฉยๆ (2)	อยากจะไป	ออกไปซื้อ			
			ซื้อมา รับประทาน (3)	ทันที (4)			
ขนมกรุบกรอบ	2 (3.70)	14(25.90)	37(68.50)	1(6.90)	2.68	.57	อยากจะไปซื้อมา รับประทาน
ปลาเส้น	2 (3.70)	19(35.20)	25(46.30)	2(3.70)	2.56	.64	อยากจะไปซื้อมา รับประทาน
ขนมอบกรอบ	2 (3.70)	18(33.30)	32(60.40)	1(1.90)	2.60	.59	อยากจะไปซื้อมา รับประทาน
เวเฟอร์	5 (9.30)	10(18.50)	35(64.80)	3(5.60)	2.67	.72	อยากจะไปซื้อมา รับประทาน
คุกกี้	4 (7.40)	13(24.50)	32(60.40)	1(1.40)	2.60	.67	อยากจะไปซื้อมา รับประทาน
ซ็อกโกแลต	4 (7.40)	14(25.90)	14(25.90)	2(3.70)	2.41	.78	เฉยๆ
ลูกอม	5 (9.30)	22(40.70)	22(40.70)	1(1.90)	2.38	.69	เฉยๆ

จากตาราง 4.9 พบว่านักเรียนส่วนใหญ่ที่เห็น โฆษณาขนมประเภทขนมกรุบกรอบ ขนมอบกรอบ และเวเฟอร์ คุกกี้ ครั้งแรกทำให้อยากจะไปซื้อมารับประทาน แต่เมื่อเห็น โฆษณา ซ็อกโกแลต และลูกอม แล้วรู้สึกเฉยๆ

ตาราง 4.10 แสดงจำนวนและร้อยละของนักเรียนจำแนกตามการซื้อขนมขบเคี้ยวประเภทต่างๆ

การซื้อขนมขบเคี้ยว ประเภทของขนมขบเคี้ยว	เคยซื้อ		ไม่เคยซื้อ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ขนมกรุบกรอบ	54	100.00	0	0
ปลาเส้น	50	92.59	4	7.41
ขนมอบกรอบ	50	92.59	4	7.41
เวเฟอร์	54	100.00	0	0
คุกกี้	50	94.33	3	5.66
ชีสโกแลต	36	66.66	18	33.34
ลูกอม	47	87.03	7	12.96

จากตาราง 4.10 พบว่านักเรียนระดับประถมศึกษาส่วนใหญ่ (ร้อยละ 100) ซื้อขนมขบเคี้ยวประเภทขนมกรุบกรอบ และเวเฟอร์มากที่สุด รองลงมาคือ คุกกี้ คิดเป็นร้อยละ 94.33 ตามลำดับ

ตาราง 4.11 แสดงจำนวนและร้อยละของนักเรียนจำแนกตามความต้องการในการซื้อขนมขบเคี้ยวประเภทต่างๆหลังจากที่ได้รับชมโฆษณา

ประเภทของขนมขบเคี้ยว	ความต้องการในการซื้อขนมขบเคี้ยวหลังจากได้รับชมโฆษณา					ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การแปลผล
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
	กรุบกรอบ	1 (1.90)	5 (9.30)	8 (14.30)	14 (25.90)			
ปลาเส้น	1 (1.90)	5 (9.30)	13 (24.10)	11 (20.40)	17 (31.50)	3.81	1.10	มาก
อบกรอบ	0 (0)	3 (5.60)	10 (18.50)	17 (31.50)	20 (37.00)	4.08	.92	มาก
เวเฟอร์	3 (5.60)	4 (7.40)	9 (16.70)	18 (33.30)	20 (37.00)	3.88	1.16	มาก
คุกกี้	2 (3.70)	4 (7.40)	11 (20.40)	12 (22.20)	19 (35.20)	3.87	1.16	มาก
ชีสโกแลต	4 (7.40)	4 (7.40)	3 (5.60)	3 (5.60)	15 (27.80)	3.72	1.55	มาก
ลูกอม	2 (3.70)	6 (11.10)	8 (14.80)	11 (20.40)	20 (37.00)	3.87	1.22	มาก

จากตาราง 4.11 พบว่า นักเรียนส่วนใหญ่หลังจากได้รับชมโฆษณานขนมขบเคี้ยวประเภทต่างๆแล้วมีความต้องการในการซื้ออยู่ในระดับ มาก

ตาราง 4.12 แสดงจำนวนและร้อยละของสาเหตุที่ชอบรับชมโฆษณา สาเหตุที่ซื้อครั้งแรก และการซื้อซ้ำของนักเรียนระดับประถมศึกษา

ข้อมูล	อันดับที่ 1		อันดับที่ 2		อันดับที่ 3	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
<b>สาเหตุที่ชอบรับชมโฆษณา</b>						
มีดาราศิลปินที่ชอบเป็นตัวแสดง	18	34.00	8	15.00	6	11.20
มีเพลงประกอบสนุกสนาน	10	18.90	22	41.50	11	20.80
มีภาพเคลื่อนไหวสวยงาม	12	22.60	11	20.80	12	22.60
เรื่องราวในโฆษณาน่าสนใจ	12	22.60	12	22.70	18	34.00
อยากจะทำเหมือนตัวแสดงในโฆษณา	1	1.90	0	0	5	9.40
<b>สาเหตุที่ซื้อครั้งแรก</b>						
เห็นจากโฆษณาทางโทรทัศน์ทำให้อยากไปซื้อมารับประทาน	45	83.30	4	7.40	5	9.30
ซื้อตามเพื่อน	6	11.10	33	61.10	12	22.20
มีของแถม	3	5.60	1	1.90	0	0
ของมีความสวยงาม	0	0	16	29.60	37	68.50
<b>การซื้อซ้ำ</b>						
นำมารับประทาน	44	81.50	9	16.70	0	0
ของขนมมีภาพน่าสนใจ	2	3.70	27	50.00	9	16.70
มีของแถม	6	11.20	1	1.90	4	7.40
ของมีความสวยงาม	1	1.90	9	16.70	15	27.80
เห็นดาราที่ชื่นชอบรับประทาน	2	3.80	7	13.20	27	50.90

จากตาราง 4.12 พบว่า สาเหตุอันดับที่ 1 ที่นักเรียนชอบรับชมโฆษณาขนมกรุบกรอบเพราะมีดาราศิลปินที่ชอบเป็นตัวแสดง คิดเป็นร้อยละ 33.40 สำหรับสาเหตุที่ซื้อครั้งแรกเพราะเห็นจากโฆษณาทางโทรทัศน์ทำให้อยากไปซื้อมารับประทาน คิดเป็นร้อยละ 83.30 และซื้อเพราะขนมกรุบกรอบนำมารับประทาน คิดเป็นร้อยละ 81.50

ตาราง 4.13 แสดงจำนวนและร้อยละของนักเรียนจำแนกตามสาเหตุที่ชอบรับชมโฆษณา  
สาเหตุที่ซื้อครั้งแรก และการซื้อปลาเส้น

ข้อมูล	อันดับที่ 1		อันดับที่ 2		อันดับที่ 3	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
<b>สาเหตุที่ชอบรับชมโฆษณา</b>						
มีดารา/การ์ตูนที่ชอบเป็นตัวแสดง	21	44.70	5	10.60	8	17.00
มีเพลงประกอบสนุกสนาน	15	32.00	12	25.50	5	10.60
มีภาพเคลื่อนไหวสวยงาม	2	4.30	25	53.20	15	32.00
เรื่องราวในโฆษณาน่าสนใจ	10	17.00	3	6.40	18	38.40
อยากจะทำเหมือนตัวแสดงในโฆษณา	1	2.00	2	4.30	1	2.00
<b>สาเหตุที่ซื้อครั้งแรก</b>						
เห็นจากโฆษณาทางโทรทัศน์ทำให้อยาก ไปซื้อมารับประทาน	36	72.00	6	12.00	8	16.00
ซื้อตามเพื่อน	2	4.00	19	38.00	20	40.00
มีของแถม	8	16.00	3	6.00	4	8.00
ของมีความสวยงาม	4	8.00	22	44.00	18	36.00
<b>การซื้อขนม</b>						
นำรับประทาน	42	84.00	1	2.00	7	14.00
ของขนมมีภาพน่าสนใจ	1	2.00	24	48.00	9	18.00
มีของแถม	5	10.00	4	4.00	3	6.00
ของมีความสวยงาม	0	0	11	22.00	20	40.00
เห็นดาราที่ชื่นชอบรับประทาน	2	4.00	10	20.00	11	22.00

จากตาราง 4.13 พบว่าสาเหตุอันดับที่ 1 ที่นักเรียนชอบรับชมโฆษณาปลาเส้นคือ มีดารา/การ์ตูนที่ชอบเป็นตัวแสดง คิดเป็นร้อยละ 44.70 สำหรับสาเหตุที่ซื้อครั้งแรกคือ เห็นจากโฆษณาทางโทรทัศน์ทำให้อยากไปซื้อมารับประทาน คิดเป็นร้อยละ 72.00 และซื้อปลาเส้นเพราะนำรับประทาน คิดเป็นร้อยละ 84.00

ตาราง 4.14 แสดงจำนวนและร้อยละของนักเรียนจำแนกตามสาเหตุที่ชอบรับชมโฆษณา  
สาเหตุที่ซื้อครั้งแรก และการซื้อขนมมอบกรอบ

ข้อมูล	ลำดับที่ 1		ลำดับที่ 2		ลำดับที่ 3	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
<b>สาเหตุที่ชอบรับชมโฆษณา</b>						
มีคารา/การ์ตูนที่ชอบเป็นตัวแสดง	25	51.00	3	6.10	5	10.30
มีเพลงประกอบสนุกสนาน	5	10.30	18	36.70	8	16.30
มีภาพเคลื่อนไหวสวยงาม	6	12.20	9	18.40	15	30.60
เรื่องราวในโฆษณาน่าสนใจ	12	24.50	10	20.40	10	20.40
อยากจะทำเหมือนตัวแสดงในโฆษณา	1	2.00	9	18.40	11	22.40
<b>สาเหตุที่ซื้อครั้งแรก</b>						
เห็นจากโฆษณาทางโทรทัศน์ทำให้	37	74.00	6	12.00	6	12.00
อยากไปซื้อมารับประทาน						
ซื้อตามเพื่อน	6	12.00	20	40.00	14	28.00
มีของแถม	5	10.00	7	14.00	2	4.00
ของมีความสวยงาม	2	4.00	17	34.00	28	56.00
<b>การซื้อขนม</b>						
นำรับประทาน	41	82.00	2	4.00	5	10.00
ของขนมมีภาพน่าสนใจ	7	14.00	29	58.00	7	14.00
มีของแถม	0	0	4	8.00	2	4.00
ของมีความสวยงาม	0	0	7	14.00	27	54.00
เห็นคาราที่ขึ้นชอบรับประทาน	2	4	8	16.00	9	18.00

จากตาราง 4.14 พบว่า สาเหตุอันดับที่ 1 ที่นักเรียนชอบรับชมโฆษณาขนมมอบกรอบคือ มีคารา/การ์ตูนที่ชอบเป็นตัวแสดง คิดเป็นร้อยละ 51.00 สำหรับสาเหตุที่ซื้อครั้งแรก คือ เห็นโฆษณาทางโทรทัศน์ ทำให้อยากไปซื้อมารับประทาน คิดเป็นร้อยละ 74.00 และซื้อขนมมอบกรอบ เพราะนำรับประทาน คิดเป็นร้อยละ 82.00

**ตาราง 4.15** แสดงจำนวนและร้อยละของนักเรียนจำแนกตามสาเหตุที่ชอบรับชมโฆษณา สาเหตุที่ซื้อครั้งแรก และการซื้อขนมเวเฟอร์

ข้อมูล	ลำดับที่ 1		ลำดับที่ 2		ลำดับที่ 3	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
<b>สาเหตุที่ชอบรับชมโฆษณา</b>						
มีดารา/การ์ตูนที่ชอบเป็นตัวแสดง	24	47.00	2	3.90	16	31.40
มีเพลงประกอบสนุกสนาน	4	7.90	18	35.30	6	11.80
มีภาพเคลื่อนไหวสวยงาม	11	21.60	16	31.40	7	13.70
เรื่องราวในโฆษณาน่าสนใจ	11	21.60	9	17.60	12	23.50
อยากจะทำเหมือนตัวแสดงในโฆษณา	1	1.90	6	11.80	10	19.60
<b>สาเหตุที่ซื้อครั้งแรก</b>						
เห็นจากโฆษณาทางโทรทัศน์ทำให้	36	66.70	7	13.00	10	18.50
อยากไปซื้อมารับประทาน						
ซื้อตามเพื่อน	3	5.50	26	48.10	15	27.70
มีของแถม	5	9.30	5	9.30	1	1.80
ของมีความสวยงาม	10	18.50	16	29.60	27	50.00
<b>การซื้อขนม</b>						
นำรับประทาน	36	66.70	7	13.00	10	18.50
ของขนมมีภาพน่าสนใจ	10	18.50	33	61.10	3	5.50
มีของแถม	0	0	0	0	3	5.50
ของมีความสวยงาม	2	3.70	6	11.10	29	53.70
เห็นดาราที่ชื่นชอบรับประทาน	6	11.10	8	14.80	9	16.60

จากตาราง 4.15 พบว่า สาเหตุอันดับที่ 1 ที่ชอบรับชมโฆษณาเวเฟอร์คือ มีดารา/การ์ตูนที่ชื่นชอบเป็นตัวแสดง คิดเป็นร้อยละ 47.00 สำหรับสาเหตุที่ซื้อครั้งแรก คือ เห็นโฆษณาทางโทรทัศน์ทำให้อยากไปซื้อมารับประทาน คิดเป็นร้อยละ 66.70 และซื้อเวเฟอร์ เพราะนำรับประทาน คิดเป็นร้อยละ 66.70



**ตาราง 4.16** แสดงจำนวนและร้อยละของนักเรียน จำแนกตามสาเหตุที่ชอบรับชมโฆษณา สาเหตุที่ซื้อครั้งแรก และการซื้อขนมคุกกี

ข้อมูล	ลำดับที่ 1		ลำดับที่ 2		ลำดับที่ 3	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
<b>สาเหตุที่ชอบรับชมโฆษณา</b>						
มีดารา/การ์ตูนที่ชอบเป็นตัวแสดง	14	33.30	5	12.00	8	19.00
มีเพลงประกอบสนุกสนาน	4	9.50	12	28.60	13	31.00
มีภาพเคลื่อนไหวสวยงาม	5	12.00	13	31.00	6	14.20
เรื่องราวในโฆษณาน่าสนใจ	13	31.00	11	26.00	10	23.80
อยากจะทำเหมือนตัวแสดงในโฆษณา	6	14.20	1	2.40	5	12.00
<b>สาเหตุที่ซื้อครั้งแรก</b>						
เห็นจากโฆษณาทางโทรทัศน์ทำให้อยากไปซื้อมารับประทาน	31	60.80	9	17.60	8	15.70
ซื้อตามเพื่อน	6	11.80	24	47.10	12	23.50
มีของแถม	1	2.00	6	11.80	6	11.80
ของมีความสวยงาม	13	25.40	12	23.50	25	49.00
<b>การซื้อขนม</b>						
นำมารับประทาน	39	76.50	1	2.00	10	19.60
ของขนมมีภาพน่าสนใจ	8	15.70	32	62.70	7	13.70
มีของแถม	0	0	1	2.00	0	0
ของมีความสวยงาม	4	7.80	9	17.60	19	37.30
เห็นดาราที่ชื่นชอบรับประทาน	0	0	8	15.70	15	29.40

จากตาราง 4.16 พบว่า สาเหตุอันดับที่ 1 ที่นักเรียนชอบรับชมโฆษณาคือกู้คือ มีดารา/การ์ตูนที่ชื่นชอบเป็นตัวแสดง คิดเป็นร้อยละ 33.30 สำหรับสาเหตุที่ซื้อครั้งแรก คือ เห็นโฆษณาทางโทรทัศน์ทำให้อยากไปซื้อมารับประทาน คิดเป็นร้อยละ 60.80 และซื้อขนมมอบกรอบ เพราะนำมารับประทาน คิดเป็นร้อยละ 76.50

ตาราง 4.17 แสดงจำนวนและร้อยละของนักเรียนจำแนกตามสาเหตุที่ชอบรับชมโฆษณา สาเหตุที่ซื้อครั้งแรก และการซื้อขนมช็อกโกแลต

ข้อมูล	ลำดับที่ 1		ลำดับที่ 2		ลำดับที่ 3	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
<b>สาเหตุที่ชอบรับชมโฆษณา</b>						
มีดาราศูนย์ที่ชอบเป็นตัวแสดง	10	35.70	1	3.60	7	25.00
มีเพลงประกอบสนุกสนาน	6	21.40	9	32.10	0	0
มีภาพเคลื่อนไหวสวยงาม	3	10.70	8	28.60	7	25.00
เรื่องราวในโฆษณาน่าสนใจ	7	25.00	3	10.70	12	42.80
อยากจะทำเหมือนตัวแสดงในโฆษณา	2	7.20	7	25.00	2	7.20
<b>สาเหตุที่ซื้อครั้งแรก</b>						
เห็นจากโฆษณาทางโทรทัศน์ทำให้	17	47.20	3	8.30	7	19.40
อยากไปซื้อมารับประทาน						
ซื้อตามเพื่อน	7	19.40	19	52.80	5	14.00
มีของแถม	5	14.00	6	16.70	3	8.30
ของมีความสวยงาม	7	19.40	8	22.20	21	58.30
<b>การซื้อขนม</b>						
นำรับประทาน	24	66.60	2	5.60	9	25.00
ของขนมมีภาพน่าสนใจ	7	19.40	16	44.40	11	30.50
มีของแถม	2	5.60	1	2.80	1	2.80
ของมีความสวยงาม	2	5.60	11	30.50	9	25.00
เห็นดาราที่ชื่นชอบรับประทาน	1	2.80	6	16.60	6	16.70

จากตาราง 4.17 พบว่า สาเหตุอันดับที่ 1 ที่นักเรียนชอบรับชมโฆษณาช็อกโกแลต คือมีดาราศูนย์ที่ชอบเป็นตัวแสดง คิดเป็นร้อยละ 35.70 สำหรับสาเหตุที่ซื้อครั้งแรก คือ ของมีความสวยงาม คิดเป็นร้อยละ 58.30 และซื้อช็อกโกแลต เพราะนำรับประทาน คิดเป็นร้อยละ 66.60

ตาราง 4.18 แสดงจำนวนและร้อยละของนักเรียนจำแนกตามของสาเหตุที่ชอบรับชมโฆษณา  
สาเหตุที่ซื้อครั้งแรก และการซื้อลูกอม

ข้อมูล	ลำดับที่ 1		ลำดับที่ 2		ลำดับที่ 3	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
<b>สาเหตุที่ชอบรับชมโฆษณา</b>						
เคี้ยว	21	47.70	2	4.50	0	0
มีดารา/การ์ตูนที่ชอบเป็นตัวแสดง	12	27.30	12	27.30	3	6.80
มีเพลงประกอบสนุกสนาน	1	2.30	19	43.20	21	47.70
มีภาพเคลื่อนไหวสวยงาม	8	18.20	10	22.70	14	33.90
เรื่องราวในโฆษณาน่าสนใจ	2	4.50	1	2.30	6	13.60
อยากจะทำเหมือนตัวแสดงในโฆษณา						
<b>สาเหตุที่ซื้อครั้งแรก</b>	<b>38</b>	<b>79.30</b>	8	16.60	2	4.10
เห็นจากโฆษณาทางโทรทัศน์และอยาก						
ไปซื้อมารับประทาน	7	14.60	25	52.10	14	29.20
ซื้อตามเพื่อน	1	2.10	0	0	0	0
มีของแถม	2	4.10	15	31.20	32	66.70
ของมีความสวยงาม						
<b>การซื้อขนม</b>	<b>37</b>	<b>77.00</b>	5	10.40	5	10.40
นำมารับประทาน	5	10.40	25	52.10	9	18.80
ของขนมมีภาพน่าสนใจ	0	0	2	4.10	0	0
มีของแถม	3	6.30	13	27.10	23	47.90
ของมีความสวยงาม	3	6.30	3	6.30	11	22.90
เห็นดาราที่ชื่นชอบรับประทาน						

จากตาราง 4.18 พบว่า สาเหตุอันดับที่ 1 ที่นักเรียนชอบรับชมโฆษณาลูกอมคือ มีดารา/การ์ตูน  
ที่ชื่นชอบเป็นตัวแสดง และมีภาพเคลื่อนไหวสวยงาม คิดเป็นร้อยละ 47.70 สำหรับสาเหตุที่ซื้อครั้งแรก  
คือ เห็นโฆษณาทางโทรทัศน์ทำให้อยากไปซื้อมารับประทาน คิดเป็นร้อยละ 79.20 และซื้อลูกอม  
เพราะนำมารับประทาน คิดเป็นร้อยละ 77.00

**ส่วนที่ 4** ผลการศึกษาอิทธิพลของการโฆษณาชมขบเคี้ยวทางโทรทัศน์ที่มีต่อการซื้อขนมขบเคี้ยวของนักเรียน

**ตาราง 4.19** แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างการจดจำเนื้อหาหรือข้อมูลในโฆษณาชมขบเคี้ยวที่เผยแพร่ทางสื่อโทรทัศน์กับความสนใจซื้อขนมขบเคี้ยวของนักเรียน

ข้อมูล	ความสนใจซื้อขนมขบเคี้ยวของนักเรียนระดับประถมศึกษา	
	สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (R)	ระดับความสัมพันธ์
การจดจำเนื้อหาหรือข้อมูลในโฆษณาชมขบเคี้ยวที่เผยแพร่ทางสื่อโทรทัศน์	.238	ต่ำ

จากตาราง 4.19 พบว่าการจดจำเนื้อหาหรือข้อมูลในโฆษณาชมขบเคี้ยวที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์กับความสนใจซื้อขนมขบเคี้ยวมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ ( $R=.238$ )

**ตาราง 4.20** แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างความสนใจซื้อขนมขบเคี้ยวหลังจากรับชมโฆษณาชมขบเคี้ยวทางโทรทัศน์และการหาซื้อขนมขบเคี้ยวหลังจากรับชมโฆษณาของนักเรียน

ข้อมูล	การหาซื้อขนมขบเคี้ยวหลังจากรับชมโฆษณาของนักเรียน	
	สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (R)	ระดับความสัมพันธ์
ความสนใจซื้อขนมขบเคี้ยวหลังจากรับชมโฆษณาชมขบเคี้ยวทางโทรทัศน์	.282	ต่ำ

จากตาราง 4.20 พบว่าความสนใจซื้อขนมขบเคี้ยวหลังจากรับชมโฆษณาชมขบเคี้ยวทางโทรทัศน์และการหาซื้อขนมขบเคี้ยวของนักเรียนมีความสัมพันธ์กันในระดับน้อย ( $R=.282$ )

ตาราง 4.21 แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างความถี่ในการเห็นโฆษณาขนมขบเคี้ยวทางโทรทัศน์และความต้องการซื้อขนมขบเคี้ยวของนักเรียน

รายการขนมขบเคี้ยว	ความต้องการซื้อขนมขบเคี้ยวของนักเรียน	
	สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (R)	ระดับความสัมพันธ์
กรุบกรอบ	.432	ปานกลาง
ปลาเส้น	.449	ปานกลาง
อบกรอบ	.469	ปานกลาง
เวเฟอร์	.373	ต่ำ
คุกกี้	.462	ปานกลาง
ซ็อกโกแลต	.545	ปานกลาง
ลูกอม	.486	ปานกลาง

จากตาราง 4.21 พบว่า ความถี่ในการเห็น โฆษณาขนมขบเคี้ยวทางโทรทัศน์และความต้องการซื้อขนมขบเคี้ยวของนักเรียนเกือบทุกชนิดของขนมมีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง ( $R=.373-545$ )