

โลโก้อันไหนทำให้คุณอยากกิน  
Burger King?

---

6210422007 ณัฐโชค นามวงศ์

6220422001 สิริธิดา กังวาพัฒนา

6220422004 อโยธยา ศรีอินทร์

6220422005 กาจน์ กุลชนะรัตน์

6220422011 วีรชัย คุ้มสมบูรณ์

# วิธีการเก็บข้อมูล

## A: Original Logo

คุณกิน Burger King บ่อยแค่ไหน

- ☐ หลายเดือนครั้ง
- ☐ เดือนละครั้งหรือมากกว่า

คุณชื่นชอบ Burger King หรือไม่

- ☐ ชอบ
- ☐ ไม่ชอบ

Burger King logo



โลโก้นี้ด้านบนทำให้คุณอยากกิน Burger King ขนาดไหน 1-10 (10 คืออยากกินมาก)

## B: New Logo

คุณกิน Burger King บ่อยแค่ไหน

- ☐ หลายเดือนครั้ง
- ☐ เดือนละครั้งหรือมากกว่า

คุณชื่นชอบ Burger King หรือไม่

- ☐ ชอบ
- ☐ ไม่ชอบ

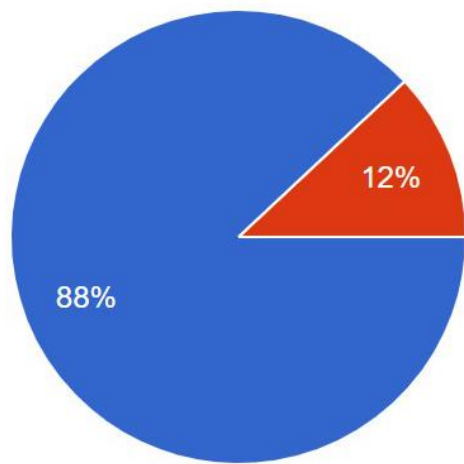
Burger King logo



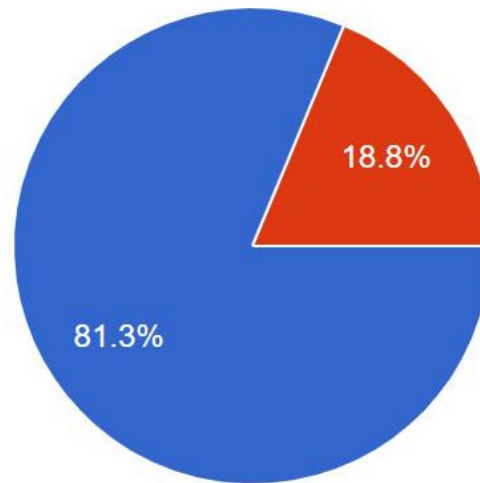
โลโก้นี้ด้านบนทำให้คุณอยากกิน Burger King ขนาดไหน 1-10 (10 คืออยากกินมาก)

# ความบ่อยในการทาน Burger King

---



Original Logo  
25 response

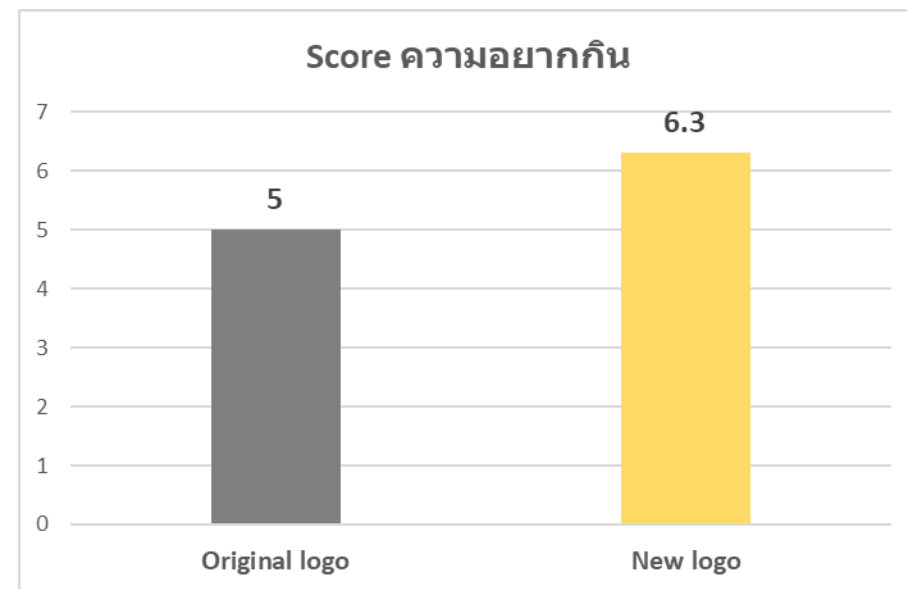
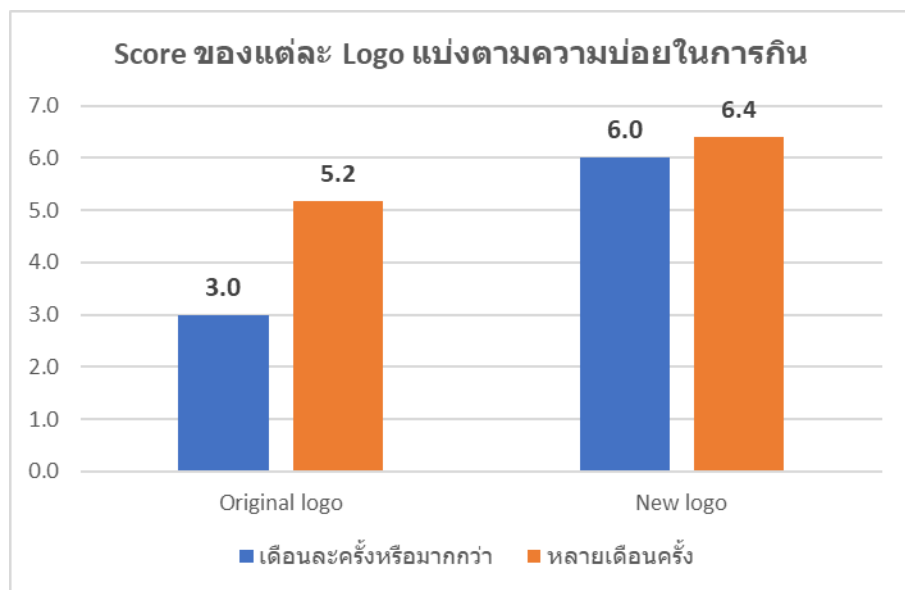


New Logo  
16 response



- จากผู้ทดสอบ พบว่า ส่วนใหญ่แล้วเป็นกลุ่มคนที่ทาน Burger King ไม่บ่อยนัก

# Score ความอยากกิน



- จะเห็นว่ากลุ่มคนที่ทาน Burger King ไม่บ่อยจะให้คะแนนในความอยากกินมากกว่ากลุ่มคนที่ทานบ่อย
- จาก Score ของความอยากกินพบว่า โลโก้ใหม่ได้ Score ในความอยากกินสูงกว่า โลโก้เก่า

# ทดสอบสมมติฐานทางสถิติ

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
Score	Equal variances assumed	.908	.349	1.932	28	.064	1.33333	.69007	-.08020	2.74687
	Equal variances not assumed			2.003	26.400	.056	1.33333	.66555	-.03372	2.70039

- Levene's Test : เราไม่สามารถปฏิเสธ Null Hypothesis ได้ ดังนั้นจึงพิจารณา t-test แบบ Equal variances
- ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% เราไม่สามารถปฏิเสธ Null Hypothesis ได้ ดังนั้นค่าเฉลี่ยของ Score ความอยากกิน Burger King ระหว่างโลโก้เก่าและโลโก้ใหม่จึงไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ