

### บทที่ 3

#### ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง "การรับรู้ และการจดจำภาพยนตร์โฆษณาทาง-  
โทรทัศน์ และพฤติกรรมการซื้อ และใช้ยาแก้ปวดลดไข้ของกลุ่มผู้ใช้แรงงาน  
ในเขตกรุงเทพมหานคร" เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research)  
โดยเป็นการวัดตัวแปรเพียงครั้งเดียว (One-Shot Descriptive Study)  
และใช้แบบสอบถามประกอบการสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวม-  
ข้อมูล

#### ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ทำการวิจัย ได้แก่ ประชาชนผู้ที่ทำงานโดยใช้-  
แรงงานของตนเองในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีจำนวน 55,288 คน  
(สมุดสถิติรายปีประเทศไทย 2535 (ฉบับย่อ) สำนักงานสถิติแห่งชาติ  
สำนักนายกรัฐมนตรื)

#### กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตในการเลือกกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

1. เป็นเพศชายและเพศหญิง ที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป

2. เป็นผู้ที่พักอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เป็นผู้ทำงานโดยใช้แรงงาน (Unskilled or semiskilled workers)

### วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างของการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำจำนวนประชากร-  
แรงงานที่พักอาศัยในกรุงเทพมหานครมาคำนวณหาจำนวนตัวอย่าง โดยใช้  
สูตร ดังนี้ (อาร์ุง จันทวานิช, 2522)

$$n = \frac{P(1-P)}{\frac{e^2}{z^2} + \frac{P(1-P)}{N}}$$

เมื่อ  $n$  = จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

$P$  = อัตราส่วนของกลุ่มประชากรที่กำหนดจะสุ่ม ในที่นี่ใช้

อัตราส่วนร้อยละ 20 ฉะนั้นค่า  $P = 0.20$

$e$  = ค่าความผิดพลาดจากจำนวนตัวอย่าง ในที่นี่ใช้ร้อยละ

5 ฉะนั้นค่า  $e = 0.05$

$z$  = ค่าคะแนนมาตรฐาน ณ จุดใดจุดหนึ่งที่สอดคล้องกับ

ระดับนัยสำคัญในที่นี่ ใช้ระดับนัยสำคัญ 0.05 ฉะนั้น

จะได้ค่า  $z = 1.96$

$N$  = จำนวนประชากรทั้งหมด ในที่นี่ ได้แก่ ผู้ใช้แรงงาน

ที่พักอาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีจำนวน

55,288 คน



แทนค่าสูตร

$$n = \frac{0.20 (1 - 0.20)}{\frac{(0.05)^2}{(1.96)^2} + \frac{0.20 (1 - 0.20)}{55,288}} = 245.09$$

จะได้กลุ่มตัวอย่างประมาณ 245.09 คน

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ไว้ทั้งสิ้น 250 คน โดยใช้วิธีสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) เขตการปกครองของกรุงเทพมหานครมีทั้งหมด 36 เขต ทำการสุ่มมาจำนวน 1 ใน 4 ของเขตทั้งหมด ได้แก่

1. เขตบางรัก
2. เขตพระนคร
3. เขตห้วยขวาง
4. เขตคลองเตย
5. เขตบางเขน
6. เขตลาดกระบัง
7. เขตดอนเมือง
8. เขตภาษีเจริญ
9. เขตราษฎร์บูรณะ

โดยในแต่ละเขตใช้วิธีสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

ซึ่งจะมีผู้ใช้แรงงานในสถานภาพที่หลากหลายไม่ว่าจะเป็นอายุ รายได้ อาชีพ และการศึกษา ใช้ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลประมาณ 1 เดือน ในช่วงเดือน มกราคม 2538 จนได้กลุ่มตัวอย่างครบตามจำนวนที่กำหนด



### ตัวแปรในการวิจัย

ผู้วิจัยได้จำแนกตัวแปรออกตามสมมติฐานที่กำหนดไว้ 3 ข้อ ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 การเปิดรับสารโฆษณาสินค้าประเภทยาแก้ปวด-  
ลดไข้ทางโทรทัศน์ มีความสัมพันธ์กับการรับรู้และจดจำสารโฆษณาสินค้าประเภ  
ทยาแก้ปวดลดไข้ของกลุ่มผู้ใช้แรงงานในเขตกรุงเทพมหานคร

ตัวแปรอิสระ : การเปิดรับสารโฆษณาสินค้าประเภทยาแก้ปวดลด-  
ไข้ทางโทรทัศน์

ตัวแปรตาม : การรับรู้และจดจำสารโฆษณาสินค้าประเภทยาแก้  
ปวดลดไข้ของกลุ่มผู้ใช้แรงงานในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานข้อที่ 2 การเปิดรับสารโฆษณาสินค้าประเภทยาแก้ปวด-  
ลดไข้ทางโทรทัศน์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อและใช้ยาแก้ปวดลดไข้  
ของกลุ่มผู้ใช้แรงงานในเขตกรุงเทพมหานคร

ตัวแปรอิสระ : การเปิดรับสารโฆษณาสินค้าประเภทยาแก้ปวดลด-  
ไข้ทางโทรทัศน์

ตัวแปรตาม : พฤติกรรมการซื้อและใช้ยาแก้ปวดลดไข้ ของกลุ่มผู้  
ใช้แรงงานในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานข้อที่ 3 การรับรู้และจดจำสารโฆษณาสินค้าประเภทยา-  
แก้ปวดลดไข้ทางโทรทัศน์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อและใช้ยาแก้ปวด-  
ลดไข้ ของกลุ่มผู้ใช้แรงงานในเขตกรุงเทพมหานคร

ตัวแปรอิสระ : การรับรู้และจดจำสารโฆษณาสินค้าประเภทยา-  
แก้ปวดลดไข้ทางโทรทัศน์

ตัวแปรตาม : พฤติกรรมการซื้อและใช้ยาแก้ปวดลดไข้ของกลุ่มผู้  
ใช้แรงงานในเขตกรุงเทพมหานคร

### การกำหนดคะแนนเพื่อการวิเคราะห์

การกำหนดคะแนน คำตอบที่ได้จากแบบสอบถามในการวัดค่าตัวแปรต่าง ๆ เพื่อคำนวณค่าทางสถิติ จะมีเกณฑ์ต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

#### 1. พฤติกรรมการเปิดรับสื่อโทรทัศน์

การวัดตัวแปรเกี่ยวกับปริมาณการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ ได้มาจากการนำคะแนนของความบ่อยครั้งในการเปิดรับ และระยะเวลาโดยเฉลี่ยต่อครั้งในการเปิดรับมาคำนวณโดยมีเกณฑ์ในการให้คะแนนความบ่อยครั้งในการเปิดรับ ดังนี้

ทุกวัน	ให้คะแนน	5	คะแนน
5-6 ครั้งต่อสัปดาห์	ให้คะแนน	4	คะแนน
3-4 ครั้งต่อสัปดาห์	ให้คะแนน	3	คะแนน
1-2 ครั้งต่อสัปดาห์	ให้คะแนน	2	คะแนน
นาน ๆ ครั้ง	ให้คะแนน	1	คะแนน
ไม่เคยเปิดดูเลย	ให้คะแนน	0	คะแนน



ระยะเวลาโดยเฉลี่ยต่อครั้งในการเปิดรับ

มากกว่า 3 ชั่วโมงขึ้นไป	ให้คะแนน	5	คะแนน
2-3 ชั่วโมง	ให้คะแนน	4	คะแนน
1-2 ชั่วโมง	ให้คะแนน	3	คะแนน
30 นาที - 1 ชั่วโมง	ให้คะแนน	2	คะแนน
ไม่เกิน 30 นาที	ให้คะแนน	1	คะแนน

2. พฤติกรรมการเปิดรับสารโฆษณาทางโทรทัศน์

ดูทุกครั้ง	ให้คะแนน	4	คะแนน
ดูเกือบทุกครั้ง	ให้คะแนน	3	คะแนน
ดูเป็นบางครั้งบางคราว	ให้คะแนน	2	คะแนน
แทบไม่ได้ดู	ให้คะแนน	1	คะแนน
ไม่เคยดูเลย	ให้คะแนน	0	คะแนน

3. พฤติกรรมการเปิดรับสารโฆษณาสินค้าประเภทยาแก้ปวดลดไข้

ทางโทรทัศน์

ทุกเดือน	ให้คะแนน	5	คะแนน
2-3 เดือน	ให้คะแนน	4	คะแนน
4-6 เดือน	ให้คะแนน	3	คะแนน
7-9 เดือน	ให้คะแนน	2	คะแนน
10-12 เดือน	ให้คะแนน	1	คะแนน

4. การรับรู้และจดจำ

การวัดตัวแปรเกี่ยวกับการรับรู้และจดจำสารโฆษณาสินค้า

ประเภทยาแก้ปวดลดไข้ทางโทรทัศน์ โดยแบ่งระดับการรับรู้และจดจำ เป็น



มากที่สุด	ให้คะแนน	4	คะแนน
มาก	ให้คะแนน	3	คะแนน
ปานกลาง	ให้คะแนน	2	คะแนน
น้อย	ให้คะแนน	1	คะแนน
ไม่ได้เลย	ให้คะแนน	0	คะแนน

5. พฤติกรรมการซื้อและใช้ยาแก้ปวดลดไข้

การวัดตัวแปรเกี่ยวกับการซื้อและใช้ยาแก้ปวดลดไข้ โดย วัดเป็นระดับปริมาณความบ่อยครั้งและระยะเวลาในการซื้อและใช้ยา

ทุกเดือน	ให้คะแนน	5	คะแนน
2-3 เดือน	ให้คะแนน	4	คะแนน
4-6 เดือน	ให้คะแนน	3	คะแนน
7-9 เดือน	ให้คะแนน	2	คะแนน
ตั้งแต่ 10 เดือนขึ้นไป	ให้คะแนน	1	คะแนน

การตัดสินใจซื้อและใช้ยาแก้ปวดลดไข้ หลังจากชมภาพยนตร์ โฆษณาแก้ปวดลดไข้

มีผลมากที่สุด	ให้คะแนน	4	คะแนน
มีผลมาก	ให้คะแนน	3	คะแนน
มีผลปานกลาง	ให้คะแนน	2	คะแนน
มีผลน้อย	ให้คะแนน	1	คะแนน
ไม่มีผลเลย	ให้คะแนน	0	คะแนน



การอ่านฉลากยาหรือเอกสารกำกับยาก่อนบริโภคยาแก้ปวดลดไข้

อ่านทุกครั้ง	ให้คะแนน	3	คะแนน
อ่านเป็นบางครั้ง	ให้คะแนน	2	คะแนน
ไม่อ่านเลย	ให้คะแนน	1	คะแนน

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น โดยการศึกษาค้นคว้าจากหนังสือและเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย รวมทั้งศึกษาการสร้างแบบสอบถามอย่างละเอียด ซึ่งแบบสอบถามที่สร้างขึ้นมาเป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด (Closed-Ended Questionnaire) และชนิดปลายเปิด (Opened-Ended Questionnaire) โดยแบ่งโครงสร้างของแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วนดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับลักษณะทั่วไป ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ สถานภาพสมรส จำนวนสมาชิกในครอบครัว และอาชีพ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 7 ข้อ

ตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ พฤติกรรมการเปิดรับสารโฆษณาสินค้าประเภทยาแก้ปวดลดไข้ทางสื่อโทรทัศน์ การรับรู้และการจดจำจำนวน 14 ข้อ

ตอนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้ยาแก้ปวดลดไข้ของกลุ่มผู้ใช้แรงงานในกรุงเทพมหานคร จำนวน 11 ข้อ



### การทดสอบเครื่องมือ

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปหาความเที่ยง (Validity) โดยนำแบบสอบถามที่ได้เรียบเรียงแล้วไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิ ซึ่งได้แก่ อาจารย์ที่ปรึกษา นักวิชาการ เป็นผู้ตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) และความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ (Wording) กับผู้ใช้-แรงงานซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่าง เพื่อขอคำแนะนำในการปรับปรุงแก้ไขและเลือกเอาเฉพาะข้อความที่มีความเที่ยงตรง

ซึ่งผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ได้รับการแก้ไขแล้วไปทดสอบกับกลุ่มผู้ใช้แรงงานที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้กับการวิจัย จำนวน 20 คน หลังจากทำ PRE-TEST แล้วผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปปรับปรุงในด้านภาษา-อีกครั้ง เพื่อความเข้าใจที่ถูกต้องและตรงกัน และสามารถสื่อความหมายได้ตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยปรึกษาผู้เชี่ยวชาญ และอาจารย์ที่ปรึกษาแล้วนำไปสอบถามในการเก็บข้อมูลจริง

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

หลังจากการแก้ไขแบบสอบถามแล้ว ผู้วิจัยและผู้ช่วยวิจัยจำนวน 4 คน ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการอบรมผู้ช่วยวิจัยให้เข้าใจในแบบสอบถาม และวัตถุประสงค์ของการวิจัยเป็นอย่างดีแล้ว ออกทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชาชนกลุ่มตัวอย่างในเขตกรุงเทพมหานคร โดยการสัมภาษณ์ตาม-

แบบสอบถาม การเก็บรวบรวมข้อมูลใช้ระยะเวลาประมาณ 1 เดือนใน  
เดือนมกราคม 2538

### การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อนำเสนอและสรุปผลการวิจัยครั้งนี้ ได้ใช้  
การคำนวณค่าสถิติต่าง ๆ โดยแบ่งเป็น

1. การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis)  
โดยระบุค่าของข้อมูลเป็นร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean)  
เพื่ออธิบายข้อมูลที่เป็นคุณลักษณะโดยทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง พฤติกรรมการ-  
เปิดรับสื่อโทรทัศน์ การเปิดรับสารโฆษณาสินค้าประเภทยาแก้ปวดลดไข้ทาง-  
โทรทัศน์ และพฤติกรรมการซื้อและใช้ยาแก้ปวดลดไข้ โดยนำเสนอในรูปแบบ-  
ตารางประกอบความเรียง


2. การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมุติฐาน (Hypothesis  
Testing) ใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product  
Moment Correlation Coefficient) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ของตัว-  
แปรในสมมุติฐานทั้ง 3 ข้อ

### การประมวลผลข้อมูล

หลังจากการเก็บข้อมูลเสร็จแล้ว มีขั้นตอนในการประมวลผลข้อมูล  
ดังนี้



1. ทำการตรวจสอบแบบสอบถามให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนทันทีที่กลุ่ม-  
ตัวอย่างตอบคำถามเสร็จเรียบร้อยแล้ว
2. ลงรหัสในแบบฟอร์มการลงรหัส (Coding Form) ให้ครบ-  
ตามจำนวนกลุ่มตัวอย่าง
3. นำไปประมวลผลข้อมูลโดยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้-  
โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC



ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย