



บทที่ 1

บทนำ

ประชาชนส่วนใหญ่มีความคุ้นเคยกับแปรงสีฟันเป็นอย่างดีเนื่องจากมีการรู้จักใช้ทำความสะอาดฟันกันมาแต่อดีตจนกลายเป็นส่วนหนึ่งในกิจวัตรประจำวัน และทราบกันดีว่า "การแปรงฟันเป็นประจำจะช่วยป้องกันและลดการเกิดโรคในช่องปาก เช่น โรคฟันผุ และ โรคเหงือกอักเสบ"¹ โรคฟันผุเกิดจากส่วนประกอบแร่ธาตุของฟันถูกทำลาย โดยกรดที่เกิดจากการทำปฏิกิริยาระหว่างเชื้อจุลินทรีย์ในช่องปากกับอาหารแป้งและน้ำตาลที่รับประทานเข้าไป และอัตราของการเกิดโรคฟันผุจะเพิ่มขึ้นตามความเจริญทางด้านเศรษฐกิจ และอุตสาหกรรม ซึ่งเป็นผลให้เกิดการเปลี่ยนวิถีชีวิตและลักษณะอาหารที่บริโภค กล่าวคืออุปนิสัยการบริโภคอาหารเปลี่ยนแปลงจากอาหารที่เคยรับประทานที่เป็นธรรมชาติ เช่น ข้าวก็ถูกเปลี่ยนให้เป็นอาหารพวกแป้ง และ น้ำตาลสำเร็จรูป

จากการรวบรวมข้อมูลทางด้านทันตสุขภาพทั่วโลกขององค์การอนามัยโลกพบว่าประมาณ 2-3 ทศวรรษที่ผ่านมาอัตราความชุกชุมของโรคฟันผุสูงมาก โดยจะกระจายอยู่ในกลุ่มประเทศอุตสาหกรรมทั้งในทวีปอเมริกา ยุโรป และออสเตรเลีย ส่วนอัตราความชุกชุมของโรคฟันผุที่ต่ำและต่ำมาก กระจายอยู่ในประเทศกำลังพัฒนาแถบทวีปแอฟริกาและเอเชีย แต่ต่อมาในปี 2518 องค์การอนามัยโลกได้รวบรวมข้อมูลใหม่ ปรากฏผลการเปลี่ยนแปลงอัตราชุกชุมของโรคฟันผุในประเทศอุตสาหกรรมทั้งหลายมีอัตราลดลง ส่วนประเทศกำลังพัฒนากลับมีอัตราการชุกชุมของโรคฟันผุเพิ่มขึ้นปานกลาง และมีแนวโน้มที่จะสูงขึ้นอย่างรวดเร็วในอนาคต ทั้งนี้เนื่องจากได้มีการจัดบริการทางด้านทันตสาธารณสุขของชุมชนอย่างเป็นระบบขึ้นในประเทศอุตสาหกรรม โดยเน้นทันตกรรมป้องกัน ซึ่งแสดงให้เห็นว่าเมื่อได้มีการป้องกันอย่างถูกต้องแล้ว ทำให้อัตราการเป็นโรคฟันผุลดลงได้ โดยที่การแปรงฟันเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่จะช่วยป้องกันฟันผุ รวมทั้งวิธีและลักษณะของแปรงสีฟันที่ถูกสุขลักษณะก็เป็นกลไกอันสำคัญในการป้องกันฟันผุเช่นเดียวกัน

ลักษณะของแปรงสีฟันในอดีตนั้น ค้ำแปรงสีฟันมีลักษณะแตกต่างกันออกไปมีทั้งค้ำตรง ค้าง งอ ฯลฯ แต่ขนแปรงโดยทั่วไปจะเป็นขนแปรงแข็ง ผู้บริโภคไม่มีความกักตุนคราของสินค้า

¹ ยุทธนา ปัญญางาม และคณะ, เอกสารประกอบการประชุมวิชาการเรื่อง "กรุงเทพฯ

เนื่องจากราคาแปรงสีฟันนั้นถูก ผู้บริโภคจึงตัดสินใจซื้อด้วยแรงส่งเสริมการจำหน่ายของผู้ผลิต เช่น ของแถม ของแจก และ การโฆษณา อีกทั้งแรงสนับสนุนการขายจากร้านค้าก็มีส่วนให้ผู้บริโภคปรับเปลี่ยนตราสินค้าได้เช่นกัน ในช่วงระยะเวลา 5 ปีที่ผ่านมาสภาพตลาดของแปรงสีฟันมีการเปลี่ยนแปลงอย่างมาก ดังจะเห็นได้จากแปรงสีฟันที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ มีลักษณะขนแปรงนุ่ม ราคาแพง เริ่มได้รับความนิยมและสนใจจากผู้บริโภคเพิ่มขึ้น อัตราส่วนครองตลาดของแปรงสีฟันจากต่างประเทศเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วจนมีส่วนครองตลาดประมาณ 30 เปอร์เซ็นต์ ของตลาดแปรงสีฟันทั้งหมด¹ ปรากฏการณ์ทางตลาดเช่นนี้พอที่จะเป็นเครื่องชี้ให้เห็นว่าผู้บริโภค โดยเฉพาะในเขตเมืองมีความตื่นตัวเรื่องทันตสุขภาพ เริ่มรู้จักและมีความต้องการใช้แปรงสีฟันที่มีลักษณะขนแปรงนุ่ม ในการทำความสะอาดฟันและนวดเหงือก สาเหตุของการตื่นตัวของผู้บริโภคในด้านทันตอนามัยที่มีสูงขึ้นนี้ อาจมีสาเหตุสืบเนื่องมาจากแรงผลักดัน 2 ทาง ซึ่งวิเคราะห์ได้ดังนี้

1. แรงผลักดันทางด้านหน่วยงานของรัฐ จากการสำรวจทันตสุขภาพแห่งชาติในปี 2520 พบว่าประชาชนชาวไทยมีอัตราฟันผุและโรคเหงือกอักเสบ โดยเฉลี่ยประมาณร้อยละ 80 ซึ่งสูงกว่าครั้งที่สำรวจเมื่อปี 2513 ถึง 4.5 เท่า ดังนั้นหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้องก็ได้พยายามจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมทันตสุขภาพให้ดียิ่งขึ้นเพื่อให้อัตราของการเป็นโรคฟันผุลดน้อยลง ด้วยมีการจัดกิจกรรมต่างๆ อาทิเช่น จัดให้มีหน่วยทันตกรรมเคลื่อนที่ของกรุงเทพมหานคร ออกบริการแก่ประชาชน และตามโรงเรียนต่างๆ จัดให้มีหน่วยสาธิตการแปรงฟันที่ถูกวิธีแก่นักเรียนตามโรงเรียน พร้อมทั้งแจกอุปกรณ์ เช่น แปรงสีฟันแก่เด็กนักเรียน การจัดสัปดาห์ป้องกันโรคฟันผุขึ้น ร่วมกิจกรรมในงานวันเด็ก มีการประกวดเรียงความเกี่ยวกับทันตสุขภาพ อีกทั้งกระทรวงศึกษาธิการก็ได้รับเอาการแปรงฟันในโรงเรียนหลังอาหารกลางวัน เข้าเป็นโครงการที่จะส่งเสริมอนามัยทั่วไปของเด็กนักเรียนด้วย ทั้งนี้เพื่อมุ่งเน้นให้ประชาชนโดยเฉพาะเยาวชนในวัยศึกษาได้ตระหนักถึงการดูแลสุขภาพอนามัยของช่องปาก อันเป็นการป้องกันฟันผุมากกว่าการรักษาฟันภายหลัง

2. แรงผลักดันทางด้านเอกชน กล่าวคือบริษัทผู้ผลิตสินค้าเกี่ยวกับทางด้านทันตสุขภาพ เช่น บริษัทผู้ผลิต จำหน่าย ยาสีฟัน แปรงสีฟัน ได้ให้การสนับสนุนโครงการของทางราชการด้วยการอุปถัมภ์ในด้านนี้ อาทิเช่น แปรงสีฟัน ยาสีฟัน แก่หน่วยงานของรัฐที่ออกไปสาธิต ยิ่งไปกว่านั้นทางภาคเอกชนยังได้จัดทำส่งเสริมการจำหน่ายสินค้า โดยจัดหน่วยงานสาธิตสินค้าของตนเองออกไปสาธิต และแนะนำแก่เด็กตามโรงเรียนต่างๆ พร้อมทั้งจัดพิมพ์เอกสารเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพ

อนามัยในช่องปาก การแปรงฟันที่ถูกวิธีออกเผยแพร่แก่เด็กนักเรียน และประชาชนทั่วไป นอกจากนี้ยังได้ส่งเสริมการจำหน่ายโดยให้มีการโฆษณาในเรื่องยาสีฟันชนิดที่มีฟลูออไรด์ ซึ่งจะไปเคลือบและป้องกันฟันผุ เรื่องขนแปรงที่อ่อนนุ่ม อันจะมีผลต่อการรักษาเหงือกและฟันได้ดีกว่าแปรงสีฟันที่มีขนแปรงแข็ง

ด้วยแรงผลักดันดังกล่าวกอปรกับการเปลี่ยนแปลงพัฒนาในรูปแบบของตัวสินค้าที่ได้รับการปรับปรุงให้สอดคล้องกับสภาพความต้องการของผู้บริโภคเพิ่มขึ้นมีผลทำให้เกิดการตื่นตัวของประชาชนหรือผู้บริโภคในเรื่องอนามัยช่องปากมากขึ้น ดังจะเห็นได้จากการไปปรึกษาที่ทันตแพทย์มากขึ้น ผู้ปกครองนำบุตรหลานไปจัดฟัน รู้จักใช้ยาสีฟันที่มีส่วนผสมของฟลูออไรด์ แปรงสีฟันที่มีขนอ่อนนุ่มเริ่มได้รับการยอมรับเป็นอย่างดีในท้องตลาดปัจจุบัน กลุ่มของผู้บริโภคที่ได้รับแรงผลักดันดังกล่าวและมีการตื่นตัวสูงน่าจะเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่เรียกว่า "กลุ่มวัยรุ่น" ซึ่งสังคมยอมรับว่าวัยรุ่นปัจจุบันชอบการฟุ้งเฟ้อเห่อเทิม มีความเปลี่ยนแปลงในรสนิยมได้รวดเร็ว ที่สำคัญที่สุดคืออิทธิพลจากการเห่อเทิมและความเปลี่ยนแปลงในรสนิยมของวัยรุ่นมีผลกระทบต่อสภาพสังคมโดยตรง¹ โดยเฉพาะในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็น เขตที่กลุ่มวัยรุ่นมีโอกาสได้สัมผัสกิจกรรมต่างๆ ของหน่วยราชการ ทั้งยังได้รับอิทธิพลจากสื่อมวลชนต่างๆ มากกว่าเขตอื่นๆ อีกทั้งสถานะภาพเศรษฐกิจของครอบครัวที่มีกำลังในการซื้อสูงกว่าภาคอื่นๆ คือมีรายได้เฉลี่ย 30,161 บาท/คน/ปี² จึงเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่มีผลต่อการตลาดแปรงสีฟันในอนาคต ดังนั้นการศึกษาวิจัยเรื่องนี้จึงสนใจที่จะศึกษาทัศนคติและอิทธิพลของปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแปรงสีฟันของกลุ่มวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร อันจะทำให้เราได้ทราบถึงความต้องการและแนวโน้มในการตัดสินใจซื้อของกลุ่มวัยรุ่นดังเช่นที่ David T. Kollat และ Roger D. Blackwell ได้กล่าวว่า "ในขณะที่เทคโนโลยีเป็นตัวกำหนดความเป็นไปได้ของตัวผลิตภัณฑ์ต่างๆ ซึ่งนักการตลาดเคยคิดและหวังจะให้เป็นที่จริงในการตอบสนองผู้บริโภคได้มากยิ่งขึ้นนั้น ทัศนคติของผู้บริโภคจะเป็นตัวที่บ่งบอกว่าผลิตภัณฑ์ต่างๆ ที่ผลิตออกสู่ตลาดจะเป็นที่ยอมรับของคนในสังคมนั้นหรือไม่"³ ดังนั้นการติดตามวิจัยทัศนคติของผู้บริโภคอยู่ตลอด

¹ เชาวน์ โรจนแสง ,วารสารการตลาด , ปีที่ 11 ฉบับที่ 3, ธันวาคม 2520-กุมภาพันธ์ 2521, หน้า 39

² กองบัญชาประชาชนชาติ, สภาพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติ, 2523

³ David T. Kollat และ Roger D. Blackwell , Marketing Management and Strategy A Reaker , Revised Edition, Prontice-Hall, Inc.,

จึงเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับนักการตลาดเพื่อให้ทราบถึงข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการ ความคิดเห็นของผู้บริโภคในหัวสินค้าหรือบริการนั้นๆ ซึ่งนักการตลาดจะได้ใช้ในการทำการแบ่งส่วนครองตลาด ปรับปรุงพัฒนาหัวสินค้า วางกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค อันเป็นเป้าหมายสูงสุดทางการตลาด

✓ วัตถุประสงค์ของการวิจัย

วัตถุประสงค์ของการวิจัยในครั้งนี้ก็เพื่อให้ทราบถึง

- ✓ 1. สภาวะตลาดของสินค้าแปร่งสีฟันในกลุ่มวัยรุ่น
- ✓ 2. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อแปร่งสีฟันของกลุ่มวัยรุ่น
- ✓ 3. ปัจจัยที่ทำให้ผู้บริโภคกลุ่มวัยรุ่นนี้มีความภักดีในตราของแปร่งสีฟัน
- ✓ 4. รวบรวมและประมวลข้อมูลต่างๆ จากข้างต้นมาจัดทำแผนที่แสดงตำแหน่งของตรา ยี่ห้อ (Brand Positioning Map)

แนวเหตุผลหรือสมมติฐานในการวิจัย

แนวเหตุผลหรือสมมติฐานในการวิจัยมีดังนี้

1. การโฆษณาเป็นปัจจัยที่สำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแปร่งสีฟัน
2. การส่งเสริมการจำหน่ายด้วยการสาธิตการแปรงฟันที่ถูกวิธี ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อแปร่งสีฟันของกลุ่มวัยรุ่น
3. รายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อแปร่งสีฟัน
4. กลุ่มวัยรุ่นไม่มีความภักดีในตราสินค้าแปร่งสีฟัน
- ✓ 5. ราคา และ คุณสมบัติเกี่ยวกับความนุ่มของขนแปรง เป็นส่วนสำคัญในการสร้าง Brand Positioning Map
- ✓ 6. ตลาดแปร่งสีฟันในกลุ่มวัยรุ่น เป็นตลาดที่มีการแข่งขันกันอย่างมาก และไม่มีตราใดตราหนึ่ง เป็นผู้นำตลาด

ประโยชน์ที่จะได้รับจากการวิจัย

ได้ทราบถึงสภาวะตลาดของสินค้าแปร่งสีฟัน ตลอดจนทัศนคติ ความคิดเห็น และ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อแปร่งสีฟันในกลุ่มวัยรุ่น อันจะเป็นประโยชน์แก่นักการตลาดในการวางกลยุทธ์ทางการตลาด และพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคได้ดียิ่งขึ้น

ขอบเขตของการศึกษา

ในการวิจัยศึกษาครั้งนี้ผู้ทำการวิจัยได้กำหนดขอบเขตการวิจัยเฉพาะในกลุ่มวัยรุ่นที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยได้กำหนดกรอบของตัวอย่างและการสุ่มตัวอย่างในกลุ่มวัยรุ่นดังนี้

1. กรอบของตัวอย่าง (Sampling Frame)

ประชากรเป้าหมายของการวิจัยครั้งนี้คือกลุ่มวัยรุ่นที่มีอายุในช่วงระหว่าง 13-20 ปีที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยจำนวนตัวอย่างประชากรที่จะสุ่มมี 600 ตัวอย่าง

2. แผนการสุ่มตัวอย่าง (Sampling Design)

การสุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้เป็นการสุ่มตัวอย่างแบบ Probability Sampling และ Non-Probability Sampling โดยใช้ Proportionate Stratified Sampling กล่าวคือ แบ่งกลุ่มประชากรออกเป็น 3 ชั้นในด้านอายุ กล่าวคือ

ชั้นที่ 1	กลุ่มวัยรุ่นตอนต้น	อายุระหว่าง 13-15 ปี
ชั้นที่ 2	กลุ่มวัยรุ่นตอนกลาง	อายุระหว่าง 16-18 ปี
ชั้นที่ 3	กลุ่มวัยรุ่นตอนปลาย	อายุระหว่าง 19-20 ปี

โดยในแต่ละชั้นของอายุจะสุ่มตัวอย่างด้วยจำนวนที่เท่ากันคือชั้นละ 200 ตัวอย่าง โดยแบ่งเป็นชายและหญิงในสัดส่วนที่เท่าๆ กัน นอกจากนี้ในแต่ละชั้นของอายุยังแบ่งออกเป็น 3 ชั้นสถานะทางสังคม กล่าวคือ

- สถานะทางสังคมระดับสูง หรือที่เรียกว่า ระดับ A
- สถานะทางสังคมระดับปานกลาง หรือที่เรียกว่า ระดับ B
- สถานะทางสังคมระดับล่าง หรือที่เรียกว่า ระดับ C

โดยสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างในแต่ละชั้นของสถานะทางสังคมจะเป็นอัตราส่วนดังนี้ ระดับ A ต่อระดับ B ต่อระดับ C มีค่าเท่ากับ 25 ต่อ 40 ต่อ 35 ดังตารางสรุปข้างล่างนี้

ตารางที่ 1 แสดงแผนการสุ่มจำนวนประชากรตัวอย่างในแต่ละชั้นของอายุ

อายุ สถานะทางสังคม	13-15 ปี		16-18 ปี		19-20 ปี		รวม ตัวอย่าง	ร้อยละ (%)
	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง		
A	25	25	25	25	25	25	150	25
B	40	40	40	40	40	40	240	40
C	35	35	35	35	35	35	210	35
รวม	100	100	100	100	100	100	600	100

วิธีการและขั้นตอนในการศึกษา

การศึกษาค้นคว้าและวิจัยในครั้งนี้อาศัยการรวบรวมข้อมูล ซึ่งจะหามาได้จากแหล่งที่มาดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)
2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) สามารถหาได้จาก

- ก. การสัมภาษณ์ (Interview) ทางผู้ทำการวิจัยได้ศึกษาข้อมูลจากการสัมภาษณ์

ผู้จัดการผลิตภัณฑ์ของสินค้าแปรงสีฟันที่เป็นผู้นำด้านตลาดในแต่ละส่วนอีกทั้งทำการสัมภาษณ์ร้านค้าส่งและปลีกที่จำหน่ายแปรงสีฟันอีกด้วย

- ข. การใช้แบบสอบถาม (Questionnaire)

สำหรับแบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษาในเรื่องนี้นั้น แบ่งออกได้เป็น 2 ส่วน

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามที่ใช้เพื่อศึกษาข้อมูล, รายละเอียดของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องของการประเมินสถานะทางสังคมของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษาข้อมูล, รายละเอียดเกี่ยวกับทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อตัวสินค้าแปรงสีฟัน

รายละเอียดของแบบสอบถามปรากฏอยู่ในภาคผนวกที่ ก หลังจากออกแบบสอบถามแล้ว ได้ทำการทดสอบแบบสอบถามด้วยการแจกแบบสอบถามแบบสุ่มไปยังกลุ่มวัยรุ่นในระดับอายุต่าง ๆ กัน จำนวน 50 ชุด เพื่อหาข้อบกพร่อง หรือข้อผิดพลาดในแบบสอบถาม และทำการแก้ไขก่อนออกภาคสนามจริง

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นการศึกษาค้นคว้าจากสิ่งพิมพ์ต่างๆ ที่ผู้เขียนได้พยายามรวบรวมมาประกอบการศึกษาวิจัยมีดังนี้

ก. ข้อมูลทางด้านผลิตภัณฑ์ อาศัยการค้นคว้าจากเอกสารข้อมูลต่างๆ เช่น เอกสารทันตแพทย์ศาสตร์จุฬาฯ คำราทางวิชาการเกี่ยวกับการควบคุม Plague ทางกายภาพ เอกสารทางด้านแปรงสีฟันจากบริษัทผู้ผลิต

ข. ข้อมูลทางการตลาด ค้นคว้าจากเอกสารของกรมโรงงาน กระทรวงอุตสาหกรรม กรมศุลกากร กระทรวงการคลัง หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ วารสารคู่แข่ง เอกสารการวิจัยด้านแปรงสีฟันของบริษัทผู้จำหน่าย

การวิจัยภาคสนาม (Field Research)

ในการวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดการสุ่มตัวอย่างประชากรในแต่ละชั้นอายุ และสถานะทางสังคม ในการวิจัยภาคสนามโดยนำรายชื่อโรงเรียนมัธยมศึกษา และสถาบันอุดมศึกษาที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จากกระทรวงศึกษาธิการ มาจำแนกแยกแยะตามกลุ่มสถานะทางสังคม โดยใช้พิจารณาว่าโรงเรียนแห่งใดมีความน่าจะเป็นที่ประชากรกลุ่มเป้าหมายสถานะทางสังคมแต่ละชั้นเข้าศึกษาอยู่อาทิเช่น โรงเรียนอัสสัมชัญ โรงเรียนเซนต์โยเซฟ โรงเรียนมาแตร์เดอี ฯลฯ เป็นโรงเรียนที่มีความน่าจะเป็นที่ประชากรกลุ่มเป้าหมายที่มีสถานะทางสังคมระดับ A ทำการศึกษาอยู่ จากนั้นก็จะทำการติดต่อโรงเรียนแต่ละแห่งที่คัดเลือกไว้ โดยมีหนังสือรับรองจากบัณฑิตวิทยาลัย เพื่อขอเข้าทำการแจกแบบสอบถามแก่กลุ่มประชากรเป้าหมาย ซึ่งกลุ่มเป้าหมายจะมีช่วงอายุระหว่าง 13-18 ปี

ส่วนทางด้านกลุ่มประชากรตัวอย่างที่มีช่วงอายุ 19-20 ปี นั้นได้จากการทำการสุ่มแจกแบบสอบถามตามสถาบันอุดมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้พิจารณาทำการแจกแบบสอบถามไปยังคณะวิชาต่างๆ ของสถาบันนั้นๆ ซึ่งมีความน่าจะเป็นว่าประชากรกลุ่มเป้าหมายในแต่ละชั้นสถานะทางสังคมจะทำการศึกษาอยู่เช่นเดียวกับกลุ่มวัยรุ่นตอนต้น และตอนกลาง

การใช้วิธีพิจารณากำหนดสถานศึกษาที่จะไปสุ่มตัวอย่างในแต่ละชั้นสถานะทางสังคมนั้น เป็นเพียงการกำหนดพื้นที่หรือขอบเขตว่าถ้าไปทำการสุ่มตัวอย่าง ณ.สถานศึกษานั้นๆ จะได้ตัวอย่างที่มีสถานะทางสังคมตามที่ต้องการค่อนข้างมาก แต่จะไม่ได้ยึดถือตัวอย่างที่สุ่มได้ในสถานนั้นๆ ว่าจะมีสถานะทางสังคมดังที่คาดไว้การประเมินสถานะทางสังคมของกลุ่มตัวอย่างจะอาศัยการประเมินจากการตอบแบบสอบถามในหมวด หรือส่วนที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลส่วนบุคคล ซึ่งได้ใช้หลักเกณฑ์ในการประเมิน 3 จุดด้วยกันคือ

1. อาชีพของหัวหน้าครอบครัว
2. รายได้ที่ได้รับของกลุ่มตัวอย่าง
3. เครื่องอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่มีอยู่ในบ้านที่พักอาศัยอยู่ ซึ่งสามารถจะสะท้อนสภาพความเป็นอยู่ของกลุ่มตัวอย่างว่าอยู่ในสถานะทางสังคมระดับใด

สำหรับรายละเอียดของหลักเกณฑ์ในการประเมินสถานะทางสังคมของกลุ่มตัวอย่างมีดังนี้

1. ด้านอาชีพของหัวหน้าครอบครัว กลุ่มตัวอย่างที่จัดอยู่ในสถานะทางสังคมระดับ A หัวหน้าครอบครัวควรมีอาชีพอยู่ในกลุ่มอาชีพเหล่านี้คือ

- ข้าราชการชั้นผู้ใหญ่ ระดับนายพลขึ้นไป หรือระดับอธิบดี
- นักธุรกิจระดับผู้บริหารใหญ่ของบริษัท
- ผู้เชี่ยวชาญพิเศษในสาขาอาชีพ เช่น นายแพทย์ เป็นต้น

กลุ่มอาชีพของหัวหน้าครอบครัวที่จัดอยู่ในสถานะทางสังคมระดับ B มี

- ข้าราชการชั้นสัญญาบัตร
- ผู้บริหารระดับกลางในภาคเอกชน และรัฐวิสาหกิจ
- เจ้าของกิจการขนาดเล็ก
- ครู

กลุ่มอาชีพของหัวหน้าครอบครัวที่จัดอยู่ในสถานะทางสังคมระดับ C มี

- ข้าราชการชั้นประทวน
- พนักงานขาย
- พนักงานขับรถ
- ผู้ใช้แรงงาน
- ผู้รับจ้าง
- หาบเร่ ฯลฯ

2. รายได้ที่ได้รับของกลุ่มตัวอย่าง มีหลักเกณฑ์ในการพิจารณาดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงการจัดชั้นของรายได้ในแต่ละส่วนของอายุ

อายุ	13-15 ปี	16-18 ปี	19-20 ปี
รายได้ที่ได้รับ/เดือน			
0-100	C	C	C
101-200			
201-300			
301-400	B	B	B
401-600			
601-800	A	A	A
801-1,000			
1,001-1,200			
1,201-1,500			
มากกว่า 1,500			

3. เครื่องอำนวยความสะดวกที่มีอยู่ในบ้านพักอาศัย โดยใช้ลำดับคะแนน แก่เครื่อง
อำนวยความสะดวกที่กำหนด ดังตารางที่ 3

รายการเครื่องใช้	มีใช้หรือไม่	คะแนนที่กำหนด
1. โทรทัศน์	ไม่มี	0
	มี (ขาว-ดำ)	1
	มี (สี)	2
2. วิทยุ	ไม่มี	0
	มี	2
3. ตู้เย็น	ไม่มี	0
	มี	1
4. รถยนต์	ไม่มี	0
	มี	2
5. เครื่องซักผ้า	ไม่มี	0
	มี	2
6. เครื่องปรับอากาศ	ไม่มี	0
	มี	2
7. เครื่องทำน้ำร้อน	ไม่มี	0
	มี	3
8. คนรับใช้	ไม่มี	0
	มี	1
9. เครื่องดูดฝุ่น	ไม่มี	0
	มี	2
10. จักรยานยนต์	ไม่มี	0
	มี	1

หมายเหตุ คะแนนเต็มสูงสุดมีค่าเท่ากับ 18 คะแนน

และช่วงคะแนนอยู่ในช่วง 13-18 คะแนน จะถือว่าอยู่ในสถานะทางสังคมระดับ A

ช่วงคะแนนอยู่ในช่วง 7-12 คะแนน จะถือว่าอยู่ในสถานะทางสังคมระดับ B

ช่วงคะแนนอยู่ในช่วง 0-6 คะแนน จะถือว่าอยู่ในสถานะทางสังคมระดับ C

การให้ค่าคะแนน เครื่องใช้ หรือ เครื่องอำนวยความสะดวกที่มีอยู่ในบ้านพัก เป็นเพียงบอกว่ามี
หรือไม่มี เครื่องอำนวยความสะดวกชนิดนั้นเท่านั้น ไม่ได้ถามถึงประเภท หรือจำนวนหน่วยของ
เครื่องอำนวยความสะดวก

หลังจากที่จัดระดับ A,B และ C ของทั้ง 3 หมวดแล้วก็จะนำค่าระดับนี้มาเรียงกันทั้ง 3 หมวด ดังนี้

หมวดอาชีพของหัวหน้าครอบครัว	หมวดรายได้	หมวดเครื่องใช้	เกณฑ์ประเมิน
A	A	A	A
A	A	B	A
A	B	B	B
B	B	B	B
B	B	C	B
B	C	C	C
C	C	C	C
A	B	C	B

ระยะเวลาในการสำรวจ

การสุ่มตัวอย่างได้กระทำตั้งแต่เดือน กุมภาพันธ์ จนถึงเดือน มิถุนายน พ.ศ. 2526 โดยทำการสุ่มตัวอย่างจากกลุ่มประชากรที่ได้กำหนดไว้แล้ว

การประมวลผลข้อมูล

การประมวลผลข้อมูลทำได้โดยการรวบรวมข้อมูลต่างๆ ด้วยมือ (Manual Processing) แล้วจึงทำการประมวลผลด้วยการใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ (Computer Processing) เพื่อที่จะนำเสนอออกมาในรูปตารางต่างๆ

สถิติที่ใช้ในการประมวลผล

ในการวิจัยนี้จะแสดงผลของการวิจัยโดยการแสดงผลเป็นอัตราส่วนร้อยละ (Percentage) และสถิติแบบไคว-สแควร์ (Chi-Square Test) ของการทดสอบแบบ Non-Parametric ทั้ง 2 อย่างในการวิเคราะห์และเปรียบเทียบผลที่ได้จากการวิจัย