



### บทที่ 3

#### ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่องนี้ให้ความสนใจเกี่ยวกับ บทบาททางสังคมการแพทย์ของสถานีวิทย "จส. 100 MHz." โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การรณรงค์โฆษณาผลิตภัณฑ์ "คอมฟอร์ต 100" โดยเน้นถึงความสำคัญของการช่วยแก้ปัญหาการอดกลั้นปัสสาวะ อันเป็นผลจากภาวะวิกฤติทางการจราจร ซึ่งนำไปสู่ผลเสียต่อสุขภาพ โดยการดำเนินงานได้ศึกษาจากข้อมูลทางเอกสาร (Documentary Research) การสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ (Informal Interview) การสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) และข้อมูลจากโซเชียลมีเดีย โดยนำข้อมูลที่ได้ทั้งหมดมาวิเคราะห์ประกอบกับข้อมูลจากแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบจากผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อใช้สัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายผลิตภัณฑ์ "คอมฟอร์ต 100" และกลุ่มผู้ป่วยหญิงที่มีปัญหาทางเดินปัสสาวะซึ่งเข้ามารับการตรวจรักษาจากโรงพยาบาล

#### การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยนี้ ประกอบด้วยแหล่งข้อมูล 3 ลักษณะใหญ่ คือ

##### 1. ข้อมูลเอกสาร เก็บรวบรวมจาก

1.1 เอกสารการสัมภาษณ์ การฝึกอบรม การบรรยาย และการอภิปรายต่างๆ เกี่ยวกับปัญหาทางเดินปัสสาวะของชมรมพัฒนาสภาพปัญหาการขับถ่ายปัสสาวะ (ประเทศไทย), พสพป (The Society for Continence (Thailand)) หรือ SCT ซึ่งเก็บไว้ที่ชมรมพัฒนาสภาพปัญหาการขับถ่ายปัสสาวะ (ประเทศไทย), พสพป สำนักงานสัลยกรรมทางเดินปัสสาวะศูนย์โรคনী ชั้น 12 ตึกสิรินธร โรงพยาบาลราชวิถี กรมการแพทย์ เลขที่ 2 ถนนราชวิถี เขตราชเทวี พญาไท กรุงเทพฯ 10400

1.2 สิ่งตีพิมพ์ เช่น บทความที่ตัดเก็บได้จากหนังสือพิมพ์ในแง่การสำรวจการแสดงความคิดเห็นการอภิปรายถึงความสัมพันธ์และเหตุผลของการใช้หรือไม่ใช้ผลิตภัณฑ์ "คอมฟอร์ต 100" ซึ่งได้ค้นคว้าจากหน่วยงานประชาสัมพันธ์โรงพยาบาลราชวิถี ชมรมพัฒนาสุขภาพผู้หญิงการขับถ่ายปัสสาวะ (ประเทศไทย), พบปะ โดยการคัดเลือกเฉพาะเนื้อหาหรือข้อความที่น่าสนใจ และมีความเกี่ยวข้องหรือมีนัยสำคัญอันสอดคล้องกับสิ่งที่ต้องการศึกษา เพื่อใช้ประกอบในการออกแบบสอบถามและการอภิปรายร่วม

1.3 เอกสารข้อมูลทั่วไปของผลิตภัณฑ์ "คอมฟอร์ต 100" และสถานีวิทยุ "จส. 100 MHz." จากบริษัทแปซิฟิอินเตอร์คอมมูนิเคชั่น จำกัด

## 2. ข้อมูลจากโสตทัศนอุปกรณ์

สำหรับโสตทัศนอุปกรณ์ที่ได้นำมาใช้ประกอบการวิเคราะห์ ในการศึกษาวิจัยตามประเด็นปัญหาดังกล่าว ประกอบด้วย

### 2.1 เทปคาสเซต

- บันทึกการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายผลิตภัณฑ์ "คอมฟอร์ต 100" จากการสำรวจข้อมูลของนิติตปริญญา โทมิเทศศาสตร์สื่อสารมวลชน (ภาคนอกเวลาราชการ) ปี 2536 ซึ่งเป็นข้อมูลเกี่ยวกับโลกทัศน์ ความรู้สึกนึกคิด คุณค่า เหตุผล ความคิดเห็นและความรู้ที่ได้รับเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

- บันทึกการถามตอบปัญหาเกี่ยวกับระบบทางเดินปัสสาวะระหว่าง น.พ. ดำรงพันธ์ วัฒนะโชติ แพทย์ผู้เชี่ยวชาญด้านระบบทางเดินปัสสาวะ โรงพยาบาลราชวิถี ประธานชมรมพัฒนาสุขภาพผู้หญิงการขับถ่ายปัสสาวะ (ประเทศไทย) กับผู้ฟังรายการ "จส.100 MHz." โดยการโทรศัพท์เข้าร่วมรายการ (Participant Communication)

- บันทึกตัวอย่างชิ้นงานโฆษณา (Spot) "คอมฟอร์ต 100" ทางสถานีวิทยุ "จส. 100 MHz." ชุดความยาว 30 วินาที และ 60 วินาที ซึ่งเก็บรวบรวมจากการอัดบันทึกเพลงการออกอากาศทางสถานีวิทยุ "จส. 100 MHz."

## 2.2 เทปวีดีโอคาสเซต

ชิ้นงานโฆษณา (Spot) "คอมฟอร์ต 100" ทางสถานีไทยโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 5 เก็บรวบรวมจากการอัดบันทึกวีดีโอคาสเซตการแพร่ภาพออกอากาศ (ข้อมูลประกอบ)

## 2.3 สไลด์

ปัญหาทางเดินปัสสาวะในประเทศไทย ซึ่งเก็บรวบรวมจากชมรมพัฒนาสภาพปัญหาการขับถ่ายปัสสาวะ (ประเทศไทย), พสปป (ข้อมูลประกอบ)

## 3. ข้อมูลจากการสัมภาษณ์

กลุ่มประชากรที่ได้ดำเนินการสัมภาษณ์ สามารถแยกพิจารณาออกได้เป็น 3 ประเภท คือบุคคลหรือนักวิชาการที่เกี่ยวข้องซึ่งเป็นผู้ที่ให้ข้อมูลสำคัญ กับอีกกลุ่มหนึ่งคือ ประชาชนทั่วไปที่เป็นกลุ่มเป้าหมายผลิตภัณฑ์ "คอมฟอร์ต 100" และกลุ่มผู้ป่วยเพศหญิงที่มีปัญหาทางเดินปัสสาวะ โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลได้แยกดำเนินการดังนี้

3.1 กลุ่มบุคคลหรือนักวิชาการ ที่เกี่ยวข้องกับการรณรงค์ให้ใช้ผลิตภัณฑ์ "คอมฟอร์ต 100" ซึ่งถือว่าเป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (key informants) สำหรับการประเมินบทบาทหน้าที่ในฐานะผู้ส่งสารจำนวน 4 ท่าน ได้แก่

### 1. คุณปิยะ มาลากุล

ประธานกรรมการผู้จัดการบริษัทแปซิฟิคอนเตอร์คอมมูนิเคชั่น

## 2. คุณชนสาร สลับ

ผู้จัดทำชิ้นงานโฆษณา (Spot) "คอมฟอร์ต 100" ทางสถานีวิทยุและโทรทัศน์

## 3. นายแพทย์ดำรงพันธ์ วัฒนะโชติ

แพทย์ผู้เชี่ยวชาญด้านระบบทางเดินปัสสาวะ ประจำโรงพยาบาลราชวิถี ประธานชมรมพัฒนาสภาพัฒนาการขับถ่ายปัสสาวะ (ประเทศไทย), พลป วิทยากรผู้ร่วมตอบปัญหาทางเดินปัสสาวะทางสถานีวิทยุ "จส. 100 MHz." และสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 นักเรียนทุนรัฐบาลญี่ปุ่น Mombusho รุ่น 11 (2508-2512) MD., PHD. ประเทศญี่ปุ่น

## 4. นายแพทย์เรวัต วิศรุตเวช

รองผู้อำนวยการโรงพยาบาลราชวิถี ที่ปรึกษาทางการแพทย์สถานทูตอเมริกันประจำประเทศไทย ผู้ประสานงานโครงการแพทย์อาสา "จส. 100 MHz." Diploma of Microsurgery, St.Vincen Hospital, Melbourne ประเทศออสเตรเลีย

3.2 กลุ่มเป้าหมายผลิตภัณฑ์ "คอมฟอร์ต 100" ในกรุงเทพมหานครจำนวน 150 ราย จากการสุ่มเลือกแบบบังเอิญในบริเวณย่านธุรกิจที่มีการจราจรติดขัดอย่างมาก โดยเป็นผู้ที่ขับขี่ยานพาหนะในขณะที่กำลังดำเนินการสัมภาษณ์ ซึ่งเป็นช่วงเวลาเร่งด่วน คือ ระหว่างเวลา 7.30-8.30 น. และ 16.00-18.00 น. ในวันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์) ซึ่งมีรถติดมากที่สุด สามารถมีโอกาสได้สัมภาษณ์ตามแบบสอบถามทั้งผู้ใช้รถยนต์ส่วนตัว รถรับจ้าง แท็กซี่ และผู้ใช้รถอื่นๆ รวมทั้งสิ้น 150 รายดังนี้

- อ.สาธร	40	ราย
- อ.สีลม	30	"
- อนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ	28	"
- แยกเม่งจ่าย	22	"
- แยกลำสาตี	30	"

3.3 กลุ่มผู้ป่วยหญิงที่มีปัญหาทางเดินปัสสาวะและได้รับการตรวจรักษา ณ โรงพยาบาลราชวิถี จำนวน 50 ราย ซึ่งนับเป็นกลุ่มหลักที่ประสบปัญหาทางเดินปัสสาวะอยู่ สามารถรับรู้ได้ถึงภาวะความเสี่ยงจึงมาขอรับการรักษา โดยที่ได้นำข้อมูลในส่วนของพฤติกรรมและการแสวงหาความรู้ระดับความรู้ รวมถึงช่องทางการใช้สื่อ มาวิเคราะห์ร่วมกับผลที่ได้จากการศึกษากลุ่มเป้าหมายแรก

### วิธีการเก็บข้อมูล

สำหรับประชากรกลุ่มแรก ได้ใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ เพื่อทราบถึงกลยุทธ์ในการใช้ประเด็นด้านสาธารณสุขเพื่อโปรโมทผลิตภัณฑ์ "คอมฟอร์ต 100" ผ่านวิทยุ "จส.100 MHz."

การเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมายผลิตภัณฑ์ "คอมฟอร์ต 100" ได้ใช้การสัมภาษณ์ประกอบแบบสอบถามซึ่งได้พัฒนาและทดสอบ (Pre - test) กับกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้รถในกรุงเทพมหานครแถบย่านสีลมและอนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ จำนวน 30 ราย จากนั้นได้ทำการปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้สามารถวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์ที่ได้วางไว้ โดยมีความกระชับ และเข้าใจได้ง่ายขึ้น แต่ยังคงเนื้อหาเดิม ตามคำตอบที่คาดว่าจะได้ตามวัตถุประสงค์ และได้้นำกลับไปทดสอบอีกครั้งกับกลุ่มเป้าหมายชุดใหม่จำนวน 30 ราย ย่านสาทรและราชดำริ เพื่อให้สามารถได้ข้อมูลครบถ้วนภายในเวลาประมาณ 2-3 นาที โดยผู้ตอบคำถามเข้าใจและตอบคำถามปลายเปิดและปิดได้ แล้วจึงนำแบบสอบถามดังกล่าวมาเพิ่มการตรวจสอบโดยผู้เชี่ยวชาญอีกครั้งก่อนนำไปทดสอบหาค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น (reliability coefficient, alpha) โดยใช้สูตรการหาค่าสัมประสิทธิ์ของครอนบาช (Cronbach's Coefficient Alpha) ซึ่งได้ค่า  $\alpha = 0.4910$  ซึ่งถือว่าแบบสอบถามเชื่อถือได้ สามารถนำมาใช้เป็นแบบอย่างในการอบรมผู้ดำเนินการสัมภาษณ์ก่อนออกเก็บรวบรวมข้อมูลจริง

ส่วนผู้ป่วยหญิงที่มีปัญหาเกี่ยวกับทางเดินปัสสาวะ และมารับการตรวจรักษา ณ โรงพยาบาลราชวิถี ได้ให้ตอบแบบสอบถามซึ่งผ่านการตรวจสอบจากแพทย์ผู้เชี่ยวชาญด้านทางเดินปัสสาวะ 2 ท่าน และอาจารย์ผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อสารมวลชนจำนวน 3 ท่าน

### ประเด็นหลักในแบบสอบถาม

เนื้อหาสาระในแบบสอบถามสำหรับกลุ่มเป้าหมายผลิตภัณฑ์ "คอมฟอร์ต 100" แบ่งออกเป็น 3 ตอน คือ

**ตอนที่ 1** เป็นคำถามเกี่ยวกับระดับของการรับรู้ ความตระหนักรู้และการให้ความสำคัญรวมทั้งช่องทางการเปิดรับสาร เกี่ยวกับปัญหาทางเดินปัสสาวะ เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างช่องทางการเปิดรับข่าวสารกับความตระหนักรู้และการให้ความสำคัญต่อปัญหาทางเดินปัสสาวะของกลุ่มเป้าหมายผลิตภัณฑ์ การคุณภาพของสื่อและประสิทธิผลการโฆษณา "คอมฟอร์ต 100" ทางสถานีวิทยุ "จส. 100 MHz." เพื่อทดสอบสมมติฐานที่ 4 (ดูรายละเอียดประกอบในภาคผนวก ก) เลือกข้อมูลที่ตรงกับแนวคิดหรือความรู้ของผู้ตอบแบบสอบถามโดยเลือกข้อความที่เห็นควร จากข้อความปลายปิด 4 ข้อ (แง่ลบ 2 ข้อ และแง่บวก 2 ข้อ) และปลายเปิดให้แสดงความคิดเห็น 1 ข้อ โดยแบ่งการให้คะแนนดังนี้

คำตอบ	การแปลผล
ตอบถูก 4 ข้อหรือมากกว่า	ความตระหนักรู้สูง (Higher Awareness)
ตอบถูก 2 ถึง 3 ข้อ	ความตระหนักรู้ปานกลาง (Medium Awareness)
ตอบถูก 1 ข้อหรือน้อยกว่า	ความตระหนักรู้ต่ำ (Lower Awareness)

สำหรับการหาความสัมพันธ์ ผู้ที่ตอบคำถามถูกต้องตั้งแต่ 2 ข้อขึ้นไปถือเป็นผู้ที่มีความตระหนักรู้

- เลือกคำตอบจากรายการช่องทางการใช้สื่อ (channel) ในคำถามข้อที่ 1 โดยถ้าผู้ตอบแบบสอบถามรู้เรื่องเกี่ยวกับปัญหาทางเดินปัสสาวะ ให้เลือกตอบว่ารู้ได้จากสื่อต่างๆ ตามที่ระบุน้อยแค่ไหนและได้แบ่งการให้คะแนนจากสื่อต่างๆ ไว้ โดยดัดแปลงตามแบบวัดของออสกู๊ด (Osgood Scale or Semantic differential Scale) ดังนี้

คำตอบ	การให้คะแนน
มากที่สุด	3
มากพอสมควร	2
บ้างเล็กน้อย	1
ไม่เลย	0

นอกจากนี้คำถามเปิดให้แสดงความคิดเห็น และให้ผู้ตอบอธิบายข้อความที่เกี่ยวข้องกับปัญหาทางเดินปัสสาวะ ตามความเข้าใจของแต่ละคนเพื่อเปรียบเทียบกัน รวมทั้งดูรูปแบบการเปิดรับสื่อและความต้องการในการใช้สื่อเพื่อหาความรู้เกี่ยวกับปัญหาทางเดินปัสสาวะ

**ตอนที่ 2** เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านทัศนคติและความคิดเห็นที่มีผลต่อปัญหาทางเดินปัสสาวะ สถานีวิทยุ "จส. 100 MHz." และผลิตภัณฑ์ "คอมฟอร์ต 100" เพื่อให้เข้าใจถึงปัจจัยสถานการณ์ และบริบททางสังคมที่มีผลต่อความตั้งใจ การตัดสินใจ ทัศนคติ และ/หรือพฤติกรรม การยอมรับ "คอมฟอร์ต 100" ซึ่งได้ใช้ในการอภิปรายตรวจสอบความตระหนักรู้และการให้ความสำคัญกับปัญหาทางเดินปัสสาวะของกลุ่มเป้าหมายผลิตภัณฑ์ เพื่อทดสอบสมมติฐานที่ 3 และใช้อภิปรายประกอบกับลักษณะปัจจัยทางสังคมประชากร ปัจจัยด้านระยะทางและจำนวนเวลาในการเดินทางของกลุ่มที่ศึกษา (ดูรายละเอียดประกอบในภาคผนวก ก)

การวัดทัศนคติดังกล่าวได้ใช้แบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) ของไลเคิร์ต (Likert) ที่ให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกคำตอบอย่างใดอย่างหนึ่งใน 5 คำตอบคือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย ไม่แน่ใจ ไม่เห็นด้วย ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยคำถามทั้งหมดมี 10 คำถาม (คำถามเชิงบวก 9 คำถามและคำถามเชิงลบ 1 คำถาม) โดยแบ่งการให้คะแนนดังนี้

คำตอบ	การให้คะแนนคำถามเชิงบวก	การให้คะแนนคำถามเชิงลบ
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	5	1
เห็นด้วย	4	2
ไม่แน่ใจ	3	3
ไม่เห็นด้วย	2	4
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1	5

เมื่อได้คะแนนรวมทั้งหมด นำมาจัดแบ่งระดับของทัศนคติเป็น 3 ระดับ คือ

ก. ระดับทัศนคติต่ำ ค่าคะแนนที่ได้จะน้อยกว่าค่าเฉลี่ยเลขคณิตของทัศนคติของกลุ่มที่ศึกษา (Sample Mean Attitude) - ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D. of total Attitude)

ข. ระดับทัศนคติกลาง ค่าคะแนนที่ได้จะอยู่ในช่วงค่าเฉลี่ยเลขคณิตของทัศนคติของกลุ่มที่ศึกษา (Sample Mean Attitude)  $\pm$  ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D. of total Attitude)

ค. ระดับทัศนคติสูง ค่าคะแนนที่ได้จะมากกว่าค่าเฉลี่ยเลขคณิตของทัศนคติของกลุ่มที่ศึกษา (Sample Mean Attitude) + ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D. of total Attitude)

เมื่อพิจารณาเกณฑ์กลางจากการชั่งน้ำหนักการให้คะแนน (rate) เท่ากับ 3 ซึ่งได้มาจาก  $(1+2+3+4+5) \div 5 = 3$

นั่นคือ จากเกณฑ์กลางคือ 3 : - หากคะแนนเฉลี่ยที่ทัศนคติรวมมากกว่า 3 แสดงว่าตัวอย่างมีทัศนคติที่ค่อนข้างไปในทางที่ดีต่อเรื่องนั้น

- หากคะแนนเฉลี่ยที่ทัศนคติรวมน้อยกว่า 3 แสดงว่าตัวอย่างมีทัศนคติที่ค่อนข้างไปในทางที่ไม่ดีต่อเรื่องนั้น

**ตอนที่ 3** เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามในเชิงด้านเศรษฐกิจและสังคม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ภูมิลำเนา การศึกษา อาชีพและรายได้ รวมทั้งปัจจัยด้านระยะทางและจำนวนเวลาในการเดินทาง ทั้งนี้เพื่อให้ผู้วิจัยได้ทราบข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม อันจะเป็นข้อมูลเชื่อมโยงใช้ตอบสมมติฐานที่ 1, 2 และอธิบายเชื่อมโยงข้อมูลวิจัยตามสมมติฐานทั้งหมด (ดูรายละเอียดประกอบในภาคผนวก ก)



สำหรับแบบสอบถามที่ใช้กับผู้ป่วยหญิงที่มีปัญหาทางเดินปัสสาวะและได้รับการตรวจรักษา ณ โรงพยาบาลราชวิถีได้แบ่งเป็น 3 ตอนเช่นกัน แต่ตอนที่ 2 เป็นการถามถึงพฤติกรรมและการได้รับความรู้ต่างๆ เกี่ยวกับปัญหาทางเดินปัสสาวะ ซึ่งผลที่ได้ทั้งหมดสามารถนำมาวิเคราะห์เพื่อให้ภาพรวมในเรื่องของบทบาทสื่อกับการให้ความรู้ด้านสาธารณสุขครบถ้วนมากขึ้น

### ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปรต่างๆ เกี่ยวกับระดับความตระหนักรู้ และการให้ความสำคัญต่อปัญหาทางเดินปัสสาวะของกลุ่มเป้าหมายผลิตภัณฑ์ "คอมฟอร์ต 100" ประกอบด้วย

ตัวแปรอิสระ ได้แก่ 1. ลักษณะทางประชากรสังคมของกลุ่มที่ศึกษา ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส การศึกษา อาชีพ และรายได้

2. ปัจจัยด้านระยะทางและจำนวนเวลาในการเดินทางของกลุ่มที่ศึกษา

3. ผลจากการโฆษณาผลิตภัณฑ์ "คอมฟอร์ต 100" ผ่านทางสถานีวิทยุ "จส.100 MHz." ได้แก่ ความรู้ ความเข้าใจ และทัศนคติ

4. การเปิดรับข่าวสารปัญหาทางเดินปัสสาวะของกลุ่มที่ศึกษา ได้แก่ ความบ่อยครั้งในการดู อ่าน ฟังข่าวสารปัญหาทางเดินปัสสาวะที่ปรากฏทางสื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจ หรือสื่อบุคคล

ตัวแปรตาม ได้แก่ ความตระหนักรู้และความสนใจให้ความสำคัญต่อประเด็นปัญหาทางเดินปัสสาวะ

## การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งออกเป็น 5 ส่วนดังนี้คือ

1. แบบพรรณนาโดยการนำเสนอข้อมูลเป็นแบบร้อยละ แผนภูมิภาพ และกราฟ เพื่ออธิบายลักษณะทั่วไปทางเศรษฐกิจสังคมและบริบทแวดล้อมที่กำหนดศึกษาของกลุ่มตัวอย่างข้อมูลในแต่ละตอนและการกระจายที่แบ่งตามพื้นที่

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานต่างๆ โดยใช้สถิติวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของตัวแปรต่างๆ คู่มือหาโฆษณา "คอมฟอร์ต 100" เพื่อทราบประสิทธิผลการรณรงค์โฆษณาทางสถานีวิทยุ "จส. 100 MHz." นั้น ว่ากลุ่มเป้าหมายที่มีสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคมต่างกัน จะมีระดับการรับรู้และช่องทางการเปิดรับสารที่เกี่ยวกับโฆษณาเดินปีสสาวะแตกต่างกันหรือไม่ ในแง่ของความสัมพันธ์ระหว่างการรณรงค์ใช้สื่อโฆษณา "คอมฟอร์ต 100" กับระดับความตระหนักรู้ และการให้ความสำคัญต่อปัญหาทางเดินปีสสาวะ เป็นอย่างไร

**สำหรับขั้นตอนของการทดสอบสมมติฐานได้ดำเนินการดังนี้**

- เพื่อทดสอบสมมติฐานที่ 1,2 ใช้การหาความแตกต่างของสัดส่วนโดยใช้  $X^2$  test (Chi-square test) และ Fisher's Exact test เมื่อข้อมูลมีค่าคาดหวัง (Expected Value) น้อยกว่า 5 และดูว่าสื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจ และสื่อบุคคลจะมีผลต่อระดับการรับรู้ของกลุ่มเป้าหมายผลิตภัณฑ์แตกต่างกันหรือไม่ ดูพฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่มีต่อปัญหาทางเดินปีสสาวะ ผลิตภัณฑ์ "คอมฟอร์ต 100" และสถานีวิทยุ "จส. 100 MHz." เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างระดับความตระหนักรู้และการให้ความสำคัญต่อปัญหาทางเดินปีสสาวะ

- เพื่อทดสอบสมมติฐานที่ 3 ใช้การหาค่าจากโปรแกรมสำเร็จรูป spssx เพื่อทราบถึงความสัมพันธ์ของทัศนคติของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อปัญหาทางเดินปีสสาวะและผลิตภัณฑ์ "คอมฟอร์ต 100" สถานีวิทยุ "จส. 100 MHz." และสื่อต่างๆ ดูความสัมพันธ์ของปัจจัย สถานการณ์ และบริบททางสังคมที่มีผลต่อความตั้งใจทัศนคติ และ/หรือพฤติกรรมการยอมรับ "คอมฟอร์ต 100" ของกลุ่มเป้าหมายผลิตภัณฑ์

- เพื่อทดสอบสมมติฐานที่ 4 ใช้  $X^2$  test (Chi-square test) และ Fisher's Exact test เมื่อข้อมูลมีค่าคาดหวัง (Expected Value) น้อยกว่า 5 เพื่อทราบผลจากการโฆษณาผลิตภัณฑ์ "คอมฟอร์ต 100" ผ่านทางสถานีวิทยุ "จส.100 MHz." ในแง่ความสัมพันธ์กับความตระหนักรู้และการให้ความสำคัญต่อปัญหาทางเดินปัสสาวะของกลุ่มเป้าหมายผลิตภัณฑ์

3. การวิเคราะห์เนื้อหาของคำถามเปิด ผู้วิจัยได้วิเคราะห์คำตอบแต่ละคำตอบ เพื่อดูว่าสาเหตุและเหตุผลใดที่ผู้ตอบระบุว่าเป็นลักษณะของการรับรู้ ความตระหนักรู้และการให้ความสำคัญต่อปัญหาทางเดินปัสสาวะ เพื่อหาความสัมพันธ์กับข้อมูลอื่นในการใช้อภิปรายร่วมเพื่อตอบสมมติฐานที่ได้วางไว้ให้ชัดเจนขึ้น

4. การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญแบบไม่เป็นทางการ เพื่อใช้ประกอบในการอภิปราย

5. การวิเคราะห์ข้อมูลหาความสัมพันธ์ของกลุ่มผู้ป่วยทางเดินปัสสาวะเพศหญิง 50 ราย ซึ่งเป็นกลุ่มหลักที่ประสบปัญหาทางเดินปัสสาวะ เพื่อนำข้อมูลมาอภิปรายร่วม เนื่องจากงานวิจัยทางการแพทย์และทฤษฎีทางสื่อสารมวลชนพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่คิดว่า (self perceived) ไม่มีปัญหาความเสี่ยงต่อการเป็นโรค จะไม่มีการตระหนักรู้ (aware) หรือให้ความสนใจ (interest) ในการแสวงหาข่าวสารข้อมูล การเลือกกลุ่มผู้ป่วยหญิงซึ่งเป็นกลุ่มที่ทางการแพทย์พบว่าประสบปัญหาทางเดินปัสสาวะเป็นจำนวนมาก ช่วยให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์มากขึ้นในการนำมาใช้อภิปรายร่วมกับผลที่ได้จากการศึกษากลุ่มเป้าหมายผลิตภัณฑ์ "คอมฟอร์ต 100"

หนึ่งในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้นำแบบสอบถามมาตรวจสอบ (Manual Editing) และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป Spssx ใช้ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ส่วนในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์กับพื้นที่ใช้โปรแกรมสำเร็จรูป Statgraphics V 4.0 ช่วยเพื่อดูการกระจายหาความสำคัญของพื้นที่กับตัวแปรทางสังคมประชากร รวมทั้งระยะทางและจำนวนเวลาในการเดินทาง