

การรับรู้ และการจดจำภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์ และพฤติกรรมการซื้อ
และใช้ยาแก้ปวดคลดไข้ ของกลุ่มผู้ใช้แรงงานในเขตกรุงเทพมหานคร



นางสาวนิศากร ตันลาพูน

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาคตามหลักสูตรปริญญาโท สาขาสาธารณสุขศาสตรมหาบัณฑิต

ภาควิชาการประชาสัมพันธ์


บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

พ.ศ. 2538

ISBN 974-631-456-4

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

PERCEPTION AND RECOGNITION OF DRUG ADVERTISING ON TELEVISION
AND ANALGESIC ANTIPYRETIC DRUG BUYING AND USING BEHAVIOR
OF LABOUR IN BANGKOK METROPOLIS



Miss Nisakorn Tanlarput

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Arts
Department of Public Relation

Graduate School

Chulalongkorn University

1995

ISBN 974-631-456-4

หัวข้อวิทยานิพนธ์

การรับรู้ และการจดจำภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์
และพฤติกรรมการซื้อและใช้ยาแก้ปวดลดไข้
ของกลุ่มผู้ใช้แรงงานในเขตกรุงเทพมหานคร

โดย

นางสาวนิศากร ตัณลาพุด

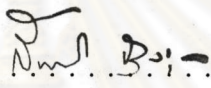
ภาควิชา

การประชาสัมพันธ์

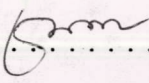
อาจารย์ที่ปรึกษา

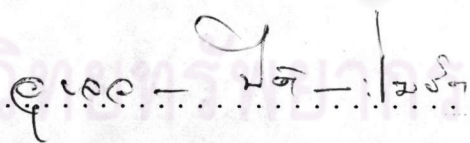
รองศาสตราจารย์ อุบลวรรณ ปิติพัฒนะโมษิต

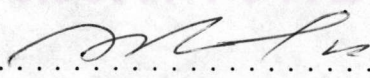
บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้บัณฑิตวิทยาลัย
เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบัณฑิต

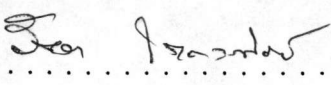
.....  คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
(รองศาสตราจารย์ ดร. สันติ อุบลวรรณ)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

.....  ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร. ธนวดี บุญลือ)

.....  อาจารย์ที่ปรึกษา
(รองศาสตราจารย์ อุบลวรรณ ปิติพัฒนะโมษิต)

.....  กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ พิชณี เชยจรรยา)

.....  กรรมการ
(อาจารย์ รัตยา โตะควณิชย์)

นิศากร ดัฒลาพูน : การรับรู้และการจดจำภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์ และพฤติกรรม
การซื้อและใช้ยาแก้ปวดลดไข้ ของกลุ่มผู้ใช้แรงงานในเขตกรุงเทพมหานคร (PERCEPTION
AND RECOGNITION OF DRUG ADVERTISING ON TELEVISION AND ANALGESTIC
ANTIPYRETIC DRUG BUYING AND USING BEHAVIOR OF LABOUR IN BANGKOK
METROPOLIS) อ.ที่ปรึกษา : รศ.อุบลวรรณ บิดิพัฒนะไษษิต, 198 หน้า.
ISBN 974-631-456-4

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสารโฆษณาแก้ปวด
ลดไข้ทางโทรทัศน์ การรับรู้และการจดจำสารโฆษณาแก้ปวดลดไข้ และพฤติกรรมการซื้อและใช้
ยาแก้ปวดลดไข้ของกลุ่มผู้ใช้แรงงานในเขตกรุงเทพมหานคร การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ กลุ่ม
ตัวอย่างที่ศึกษาคือ ผู้ใช้แรงงานในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 250 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บ
รวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูล เพื่ออธิบายลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างใช้
การหาค่าร้อยละ และเพื่ออธิบายการทดสอบสมมติฐาน ใช้การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบ เพียร์สัน

ผลการวิจัยพบว่า

1. การเปิดรับสารโฆษณาสินค้าประเภทยาแก้ปวดลดไข้ทางโทรทัศน์มากหรือน้อยจะไม่มีผล
ต่อการรับรู้ และจดจำสารโฆษณาแก้ปวดลดไข้ กลุ่มผู้ใช้แรงงาน ในเขตกรุงเทพมหานคร
2. การเปิดรับสารโฆษณาสินค้าประเภทยาแก้ปวดลดไข้ทางโทรทัศน์ มากหรือน้อยจะไม่มี
ผลต่อพฤติกรรมการซื้อและใช้ยาแก้ปวดลดไข้ ของกลุ่มผู้ใช้แรงงานในเขตกรุงเทพมหานคร
3. ผู้ใช้แรงงานที่มีการรับรู้และจดจำสารโฆษณาสินค้าประเภทยาแก้ปวดลดไข้ทางโทรทัศน์
มีแนวโน้มว่าจะ เป็นผู้ที่มีพฤติกรรมการซื้อและใช้ยาแก้ปวดลดไข้ที่โฆษณา



ภาควิชา การประชาสัมพันธ์
สาขาวิชา นิเทศศาสตร์พัฒนาการ
ปีการศึกษา 2537

ลายมือชื่อผู้ผลิต นิตกร ดัฒลาพูน
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา ๒๕๓๗-๗๖-๒
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

C650959 : MAJOR DEVELOPMENT COMMUNICATION
KEY WORD: PERCEPTION/ RECOGNITION

NISAKORN TANLARPUT : PERCEPTION AND RECOGNITION OF DRUG ADVERTISING ON TELEVISION AND ANALGESIC ANTIPYRETIC DRUG BUYING AND USING BEHAVIOR OF LABOUR IN BANGKOK METROPOLIS. THESIS ADVISOR : ASSOC. PROF. UBOLWAN PITIPATANACOZIT, 198 PP. ISBN 974-631-456-4

The purposes of this research are to study the correlation between the exposure of drug advertising on television, perception and recognition of drug advertising and analgesic antipyretic drug buying and using behavior of labourer in Bangkok metropolis.

Questionnaires were used to collect data from 250 labourer working in Bangkok metropolis area Pearson's Product Moment Correlation Coefficient was used to test the relationship between exposure to television drug advertisement and drug buying and using behavior.

The results are as follows:

1. There is no correlation between the exposure of drug advertising on television and perception and recognition of the advertisement messages.
2. There is no correlation between the exposure of drug advertising on television and analgesic antipyretic drug buying and using behavior.
3. Perception and recognition of drug advertising was correlated with analgesic antipyretic drug buying and using behavior.

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาควิชา การประชาสัมพันธ์.....

สาขาวิชา นิเทศศาสตร์พัฒนาการ.....

ปีการศึกษา 2537.....

ลายมือชื่อนิสิต..... นิสิตกร ตันลาพอน

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา..... ๗๗๐ - ๗๐๓ - ๗๖๖

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษารวม.....



กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เล่มนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วย ความกรุณาและความช่วยเหลืออย่างดียิ่งของ รองศาสตราจารย์ อุดลวรรณ ปิติพัฒนะโมษิต อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ที่กรุณาให้คำแนะนำ, คำปรึกษา และตรวจแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ รองศาสตราจารย์พัชนี เชยจรรยา และอาจารย์รัตยา โศควิชย์ กรรมการวิทยานิพนธ์ ที่กรุณาใช้เวลาในการตรวจวิทยานิพนธ์พร้อมทั้งให้คำแนะนำที่มีประโยชน์เป็นอย่างยิ่ง และรองศาสตราจารย์ ดร.ธนวดี บุญลือ ประธานกรรมการวิทยานิพนธ์ ที่กรุณาใช้เวลาในการตรวจวิทยานิพนธ์ และให้คำปรึกษาที่ดี ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณาของทุกท่าน จึงใคร่ขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ ที่เฝ้าอบรมสั่งสอนลูกให้เห็นคุณค่าและประโยชน์ของการศึกษา จึงทำให้มีวันนี้ขึ้น ขอบคุณพี่ชายที่ให้คำแนะนำ และเป็นพี่ปรึกษาอย่างดีเยี่ยม พี่สาวที่ให้ความช่วยเหลือที่ดีในทุกครั้ง ตลอดจนคุณภวนัย ไพบูลย์สิน ผู้คอยเป็นกำลังใจเสมอมา

ศูนย์วิทยุทรัพยากร นิสากกร คณลาพุด
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ช

บทที่

1. บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์การวิจัย.....	14
สมมติฐาน.....	15
ขอบเขตของการวิจัย.....	16
นิยามศัพท์.....	16
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	17
2. ทฤษฎี แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	18

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
3. ระเบียบวิธีวิจัย	84
ประชากร.....	84
การเลือกตัวอย่าง.....	85
ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย.....	87
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	91
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	92
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	93
การประมวลผลข้อมูล.....	93
4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	95
5. บทสรุป	150
สรุปผลการวิจัย.....	151
อภิปรายผล.....	159
ข้อเสนอแนะ.....	169
รายการอ้างอิง.....	172
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม.....	185
ข แนวการโฆษณาทางสื่อทั่วไป.....	200
ประวัติผู้เขียน.....	203

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1.	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ.....	99
2.	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ.....	100
3.	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ.....	101
4.	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา.....	102
5.	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้.....	103
6.	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานภาพสมรส.....	105
7.	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว.....	106
8.	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามพฤติกรรมการเปิดรับสาร.....	107
9.	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระยะเวลาในการเปิดรับ โทรทัศน์แต่ละครั้ง.....	108

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
10.	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ในการชมรายการโฆษณาทางสื่อ โทรทัศน์แต่ละครั้ง.....	109
11.	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเวลาที่เปิดรับชมโทรทัศน์.....	110
12.	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการได้รับข่าวสารเกี่ยวกับยาแก้ปวดลดไข้ จากสื่อต่าง ๆ.....	112
13.	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการเคยชมภาพยนตร์โฆษณายาแก้ปวดลดไข้ ทางสถานีโทรทัศน์.....	114
14.	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความบ่อยครั้งในการพบเห็นโฆษณายา แก้ปวดลดไข้ทางสถานีโทรทัศน์.....	115
15.	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับความมากน้อยของการรับรู้ และจดจำส่วนประกอบโฆษณายาแก้ปวดลดไข้ ทางโทรทัศน์.....	116

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
16.	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความเชื่อถือข่าวสารเกี่ยวกับยาแก้ปวด ลดไข้จากสื่อต่าง ๆ.....	119
17.	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความเชื่อถือจากการชมโฆษณาแก้ ปวดลดไข้ทางสื่อโทรทัศน์.....	120
18.	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเวลาและรายการที่พบเห็นโฆษณา ยาแก้ปวดลดไข้ทางสถานีโทรทัศน์.....	122
19.	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ในการซื้อยาแก้ปวดลดไข้.....	124
20.	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามวิธีการซื้อยาแก้ปวดลดไข้จากร้านขายยา....	125
21.	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการรับรู้ชื่อยี่ห้อของยาแก้ปวดลดไข้ ในกรณีซื้อยาแก้ปวดลดไข้ โดยการบอกชื่อยี่ห้อของยา..	126
22.	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการตัดสินใจซื้อและใช้ยาแก้ปวดลดไข้ จากการชมโฆษณาแก้ปวดลดไข้ทางสื่อโทรทัศน์.....	127

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า	
23.	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามพฤติกรรมการซื้อและใช้ยาแก้ปวดลดไข้	128
24.	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ในการรับประทานยาแก้ปวดลดไข้	129
25.	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนเม็ดยาที่รับประทานแต่ละครั้ง	130
26.	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานที่ซื้อยาแก้ปวดลดไข้	131
27.	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ในการอ่านฉลากยา หรือเอกสารกำกับยาที่แผงยาแก้ปวดลดไข้	132
28.	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ในการปฏิบัติตัวตามคำแนะนำ บนฉลากยาหรือเอกสารกำกับยา	133
29.	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความต้องการเพิ่มเติมในโฆษณา ยาแก้ปวดลดไข้ทางสื่อโทรทัศน์	134

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า	
30.	จำนวนของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการรับรู้และจดจำชื่อยี่ห้อของยาแก้ปวดลดไข้ จากการคุณภาพยนตร์โฆษณาทางสื่อโทรทัศน์.....	135
31.	จำนวนของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความสามารถจดจำเรื่องราวของ โฆษณาแก้ปวดลดไข้ในแต่ละยี่ห้อ.....	136
32.	จำนวนของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามชื่อยี่ห้อของยาแก้ปวดลดไข้พร้อมทั้งเหตุผล ในการซื้อและใช้ยาแก้ปวดลดไข้ยี่ห้อนั้น.....	140
33.	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ระหว่างการเปิด รับสารโฆษณาสินค้าประเภทยาแก้ปวดลดไข้ทางโทรทัศน์ กับการรับรู้ และจดจำของกลุ่มตัวอย่าง.....	146
34.	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ระหว่างการ เปิดรับสารโฆษณาสินค้าประเภทยาแก้ปวดลดไข้ทาง- โทรทัศน์ กับพฤติกรรมการซื้อและใช้ยาแก้ปวดลดไข้...	147
35.	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ระหว่างการ รับรู้และจดจำสารโฆษณาสินค้าประเภทยาแก้ปวดลดไข้ ทางโทรทัศน์กับพฤติกรรมการซื้อและใช้ยาแก้ปวดลดไข้	149