

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการวิจัย

ส่วนที่ 1 การศึกษา “กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์โครงการรณรงค์ “อ่านฉลากก่อนซื้อ” ของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา มีรายละเอียด ดังนี้

แหล่งข้อมูล

การศึกษาวิจัยในส่วนนี้มีแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการรวบรวม และวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1. แหล่งข้อมูลประเภทบุคคล

เนื่องจากการดำเนินโครงการรณรงค์อ่านฉลากก่อนซื้อ ทางสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาได้ว่าจ้างบริษัทเอกชน คือ บริษัทฟิวเจอร์รา จำกัด ในการดำเนินการวางแผนโครงการรณรงค์ ดังนั้นมีผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการดำเนินงานโครงการจึงแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ

- 1.1 เจ้าหน้าที่ของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ซึ่งเป็นผู้ดูแลรับผิดชอบโครงการ โดยตรง รวมถึงการพิจารณาแผนงานรณรงค์ที่เสนอโดย บริษัท ฟิวเจอร์รา จำกัด
- 1.2 พนักงานบริษัท ฟิวเจอร์รา จำกัด ที่ได้รับมอบหมายให้ดูแลและวางแผนการรณรงค์โครงการ

2. แหล่งข้อมูลประเภทสื่อและเอกสารต่างๆ

- 2.1 แผนงานและรายละเอียดต่างๆ ในการเตรียมงานทั้งจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา และบริษัท ฟิวเจอร์รา จำกัด
- 2.2 เอกสารที่เกี่ยวข้อง เช่น เอกสารประกอบการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ตัวอย่างข่าวหนังสือพิมพ์ เอกสารสิ่งพิมพ์ต่างๆ ที่ได้จัดทำขึ้นเพื่อใช้ในโครงการรณรงค์ และเอกสารอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับโครงการรณรงค์ที่สามารถเก็บรวบรวมได้
- 2.3 สื่อต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับโครงการรณรงค์ เช่น เทปคาสเสต เทปวิดีโอ ที่บันทึกภาพและเสียง การดำเนินกิจกรรมโครงการ และที่ใช้ในการเผยแพร่

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. แหล่งข้อมูลประเภทบุคคล

ใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก โดยวางแผนการสัมภาษณ์ กำหนดประเด็นข้อมูลที่ต้องการ พร้อมบันทึกเทปการสัมภาษณ์และจดบันทึกรายละเอียดบางส่วนจากการสัมภาษณ์ โดยมีแนวทางในการสัมภาษณ์

ส่วนที่ 2 แหล่งข้อมูลประเภทสื่อและเอกสารต่าง ๆ

ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้องกับโครงการและสื่อต่าง ๆ ที่สามารถใช้เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ และศึกษาร่วมกับข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษาวิจัยส่วนที่เป็นกลยุทธ์กระบวนการสื่อสารโครงการรณรงค์ ผู้วิจัยได้นำเอาข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์แหล่งข้อมูลมาศึกษา และสรุปรวบรวมประเด็นสำคัญ นำเสนอข้อมูลเชิงพรรณนาตามที่กำหนดวัตถุประสงค์ของการวิจัยครั้งนี้ โดยการบรรยายกลยุทธ์ของกระบวนการสื่อสารโครงการรณรงค์ พร้อมด้วยการนำเสนอกิจกรรมต่าง ๆ ตามวัตถุประสงค์โครงการ การเลือกใช้สื่อ เนื้อหาสาร ที่ใช้ในการเผยแพร่ผ่านสื่อต่าง ๆ

ส่วนที่ 2 การศึกษาประสิทธิผลของโครงการรณรงค์ “อ่านฉลากก่อนซื้อ” ของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข โดยจะทำการวิจัยในรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (survey research) โดยมีรายละเอียดดังนี้

ประชากร

การศึกษาวิจัยในส่วนนี้ มุ่งที่จะศึกษาประสิทธิผลของโครงการรณรงค์ จากพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโครงการรณรงค์ ความตระหนัก และพฤติกรรมการอ่านฉลากก่อนซื้อ และเนื่องจากโครงการรณรงค์การอ่านฉลากก่อนซื้อ มีกลุ่มเป้าหมายของโครงการคือประชาชนทั่วไปทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด การศึกษาวิจัยครั้งนี้จึงได้กำหนดให้ประชาชนใน

เขตกรุงเทพมหานคร อายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป เป็นประชากรในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 3,629,305 คน

การกำหนดกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามหลักการแปรผันร่วมกันระหว่างขนาดของกลุ่มตัวอย่างกับความคลาดเคลื่อนที่เกิดขึ้น โดยเฉพาะที่เนื่องจากการสุ่มตัวอย่างตามสูตรของยามาเน่ (Yamane, 1973) โดยกำหนดความเชื่อมั่น 95 % ความผิดพลาดไม่เกิน 5 %

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

เมื่อ e = ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง

N = ขนาดของประชากร

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

ดังนั้น จึงได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษาจำนวน 390 ตัวอย่าง

วิธีการสุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage Sampling) โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Random sampling) โดยจับฉลากเลือกจากเขตพื้นที่ในกรุงเทพมหานครออกมา 10 เขต คือ เขตวังทองหลาง เขตบางกะปิ เขตบางเขน เขตดอนเมือง เขตสายไหม เขตปทุมวัน เขตสีลม เขตบางรัก เขตสาทร เขตลาดกระบัง
2. ใช้วิธีสุ่มแบบกำหนดจำนวนตัวอย่าง (Quota sampling) โดยกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างในแต่ละเขตพื้นที่ จำนวนเท่าๆกัน คือเขตละ 40 คน
3. ในแต่ละเขตพื้นที่ที่กำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างใช้การสุ่มแบบบังเอิญ

ตัวแปรในการวิจัย

ตัวแปรในการศึกษาครั้งนี้แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 เป็นการศึกษากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ ซึ่งจะศึกษาด้วยการสัมภาษณ์เจาะลึก และการศึกษาจากเอกสารโครงการ

ส่วนที่ 2 เป็นการศึกษาประสิทธิผลการประชาสัมพันธ์โครงการรณรงค์ ด้วยวิธีการวิจัยเชิงสำรวจ ซึ่งตัวแปรที่กำหนดในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วยตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม แจกแจงตามสมมติฐานได้ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโครงการรณรงค์ “อ่านฉลากก่อนซื้อ” ของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา มีความสัมพันธ์กับความตระหนักของประชาชนในการอ่านฉลากก่อนซื้อ

ตัวแปรต้น พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโครงการรณรงค์ “อ่านฉลากก่อนซื้อ”

ตัวแปรตาม ความตระหนักของประชาชนในการอ่านฉลากก่อนซื้อ

สมมติฐานข้อที่ 2. พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโครงการรณรงค์ “อ่านฉลากก่อนซื้อ” ของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการอ่านฉลากก่อนซื้อของประชาชน

ตัวแปรต้น พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโครงการรณรงค์ “อ่านฉลากก่อนซื้อ”

ตัวแปรตาม พฤติกรรมการอ่านฉลากก่อนซื้อของประชาชน

สมมติฐานข้อที่ 3 ความตระหนักของประชาชนในการอ่านฉลากก่อนซื้อ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการอ่านฉลากก่อนซื้อของประชาชน

ตัวแปรต้น ความตระหนักของประชาชนในการอ่านฉลากก่อนซื้อ

ตัวแปรตาม พฤติกรรมการอ่านฉลากก่อนซื้อของประชาชน

เกณฑ์การวัดและให้คะแนนตัวแปร

1. การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารโครงการรณรงค์อ่านฉลากก่อนซื้อ การวัดตัวแปรเกี่ยวกับปริมาณการเปิดรับข่าวสารโครงการรณรงค์อ่านฉลากก่อนซื้อ ของสื่อมวลชน และสื่ออื่นๆ ให้คะแนนดังนี้

มากที่สุด	5 คะแนน
มาก	4 คะแนน
ปานกลาง	3 คะแนน
น้อย	2 คะแนน
ไม่เคยเลย	1 คะแนน

นำคะแนนที่ได้มาหาค่าเฉลี่ยแล้วแปลความหมายของค่าเฉลี่ยดังนี้

ระดับการเปิดรับข่าวสาร

1. ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00 – 1.50 มีการเปิดรับข่าวสารต่ำมาก
2. ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.51 – 2.50 มีการเปิดรับข่าวสารต่ำ
3. ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.51 – 3.50 มีการเปิดรับข่าวสารปานกลาง
4. ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.51 – 4.50 มีการเปิดรับข่าวสารสูง
5. ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.51 – 5.00 มีการเปิดรับข่าวสารสูงมาก

2. ความตระหนักเกี่ยวกับการอ่านฉลากก่อนซื้อ

วัดจากการแสดงความรู้สึก และความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อการอ่านฉลากก่อน โดยมีข้อความที่กำหนดเป็นตัวชี้วัดจำนวน 8 ข้อ การวัดตัวแปรใช้มาตราวัดแบบ Likert Scale ทั้งความตระหนักเชิงบวกและเชิงลบ โดยกำหนดคะแนนไว้ ดังนี้

ข้อความที่เป็นความตระหนักในเชิงบวก (ในทางที่เห็นด้วย)

สำคัญอย่างยิ่ง	5 คะแนน
สำคัญ	4 คะแนน
เฉยๆ	3 คะแนน
ไม่สำคัญ	2 คะแนน
ไม่สำคัญอย่างยิ่ง	1 คะแนน

ข้อความที่เป็นความตระหนักในเชิงลบ (ในทางที่ไม่เห็นด้วย)

สำคัญอย่างยิ่ง	1 คะแนน
สำคัญ	2 คะแนน
เฉยๆ	3 คะแนน
ไม่สำคัญ	4 คะแนน
ไม่สำคัญอย่างยิ่ง	5 คะแนน

นำคะแนนที่ได้มาหาค่าเฉลี่ยแล้วแปลความหมายของค่าเฉลี่ยดังนี้

ระดับความตระหนัก

1. ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00 – 1.50 มีความตระหนักในเชิงลบอย่างมาก
2. ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.51 – 2.50 มีความตระหนักในเชิงลบ
3. ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.51 – 3.50 มีความตระหนักปานกลาง
4. ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.51 – 4.50 มีความตระหนักในเชิงบวก
5. ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.51 – 5.00 มีความตระหนักในเชิงบวกอย่างมาก

3. การอ่านฉลากก่อนซื้อ

วัดจากพฤติกรรมหรือการปฏิบัติเกี่ยวกับการอ่านฉลากก่อนซื้อ โดยเป็นคำถามให้เลือกตอบ ให้คะแนน ดังนี้

พฤติกรรมที่ปฏิบัติในเชิงบวก (ควรปฏิบัติ)

เป็นประจำ	5 คะแนน
บ่อยครั้ง	4 คะแนน
บางครั้ง	3 คะแนน
นานๆ ครั้ง	2 คะแนน
ไม่เคยทำเลย	1 คะแนน

พฤติกรรมที่ปฏิบัติในเชิงลบ (ไม่ควรปฏิบัติ)

เป็นประจำ	1 คะแนน
บ่อยครั้ง	2 คะแนน
บางครั้ง	3 คะแนน
นานๆ ครั้ง	4 คะแนน
ไม่เคยทำเลย	5 คะแนน

นำคะแนนที่ได้มาหาค่าเฉลี่ย แล้วแปลความหมายของค่าเฉลี่ย ดังนี้

ระดับพฤติกรรม

1. ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00 – 1.50 มีพฤติกรรมการอ่านฉลากก่อนซื้อต่ำที่สุด
2. ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.51 – 2.50 มีพฤติกรรมการอ่านฉลากก่อนซื้อต่ำ
3. ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.51 – 3.50 มีพฤติกรรมการอ่านฉลากก่อนซื้อปานกลาง
4. ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.51 – 4.50 มีพฤติกรรมการอ่านฉลากก่อนซื้อสูง
5. ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.51 – 5.00 มีพฤติกรรมการอ่านฉลากก่อนซื้อสูงที่สุด

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เป็นแบบสัมภาษณ์ที่มีคำถามชนิดปลายปิด (close-ended questionnaires) และชนิดปลายเปิด (open-ended questionnaires) จำนวน 34 ข้อ แบ่งออกเป็น 4 ตอน

ในแต่ละตอนจะประกอบด้วยคำถามดังนี้

- ตอนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมที่เปิดรับข่าวสาร จำนวน 10 ข้อ
- ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับความตระหนักต่อพฤติกรรมการอ่านฉลากก่อนซื้อ จำนวน 10 ข้อ
- ตอนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการอ่านฉลากก่อนซื้อ จำนวน 9 ข้อ
- ตอนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร จำนวน 5 ข้อ

ความเชื่อถือได้ของเครื่องมือ

1. ความตรง (validity)

นำแบบสอบถามไปให้อาจารย์ที่ปรึกษา ผู้เชี่ยวชาญ และผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาความชัดเจน และความครอบคลุมตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ เพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไข

2. ความเชื่อมั่น (reliability)

นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปทดสอบ (pre-test) กับประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง แต่มีลักษณะเหมือนกับกลุ่มตัวอย่างคือ เป็นประชาชนที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปี บริบูรณ์ขึ้นไป จำนวน 30 ชุด เพื่อตรวจสอบความสัมพันธ์เกี่ยวข้อง (relevance) ของเนื้อหา ความเป็นไปได้ (feasibility) ในแง่ของคำตอบที่จะได้รับจากผู้ตอบคำถาม แล้วนำผลที่ได้ไปหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้วิธีการคำนวณค่า Reliability ของ Alpha Conbound โดยในส่วนของความตรงหนักได้ค่า Reliability เท่ากับ .77 และ ส่วนของความถูกต้องการอ่านผลลากก่อนชื่อได้เท่ากับ .87

การเก็บรวบรวมข้อมูล

นำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการส่งแบบสอบถามไปยังกลุ่มตัวอย่างที่มีที่อยู่อาศัยตามเขตที่กำหนดไว้ในการสุ่มตัวอย่างและกระจายพื้นที่ในการแจกแบบสอบถามไปยังสถานที่ต่างๆ

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้สถิติเพื่อการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้ คือ

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (descriptive statistics) ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (frequency) ค่าร้อยละ (percentage) และค่าเฉลี่ย (mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) เพื่ออธิบายข้อมูลดังต่อไปนี้
 - 1.1 การเปิดรับสารเกี่ยวกับโครงการรณรงค์อ่านผลลากก่อนชื่อ
 - 1.2 ความตระหนักต่อการอ่านผลลากก่อนชื่อ
 - 1.3 พฤติกรรมการอ่านผลลากก่อนชื่อลักษณะทางประชากร
2. การทดสอบสมมติฐาน
ใช้สถิติต่างๆ ดังนี้

- ใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรคู่ต่างๆ ตามสมมติฐานข้อที่ 1-3

การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อทำการเก็บรวบรวมข้อมูล และตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของข้อมูลเรียบร้อยแล้ว จึงทำการกำหนดรหัส ลงรหัสบันทึกข้อมูล แล้วจึงทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ในการประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติ โดยในการนี้ผู้วิจัยได้ร่วมมือกับผู้ช่วยวิจัย ในการเก็บแบบสอบถามและวิเคราะห์ข้อมูล