

## บทที่ 3

### ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยทางสังคม, พฤติกรรมการเปิดรับสื่อกับความรู้อคติที่มีต่อการป้องกันการไต่ถามของผู้ใช้แรงงานในสถานประกอบการอุตสาหกรรมในจังหวัดนนทบุรี เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (SURVEY RESEARCH) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ

#### ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ พนักงานทั้งหมดในสถานประกอบการอุตสาหกรรม ในจังหวัดนนทบุรี จำนวน 1,046 โรงงาน จำนวนคนงานรวม 176,674 คน(สำนักงานสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน จังหวัดนนทบุรี)

#### กลุ่มตัวอย่าง

เลือกตัวอย่างโดยการสุ่มแบบหลายขั้นตอน(MULTI-STAGE SAMPLING) คือจากจำนวนคนงานทั้งหมดในโรงงาน จำนวน 175,674 คน กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้วิธีเปิดตารางสำเร็จ ของ TORO YAMANE เมื่อประชากรมีจำนวนประมาณ 100,000 คน ที่ระดับความคลาดเคลื่อน ( $e$ )=5% จำนวนตัวอย่างที่ใช้คือ ไม่ต่ำกว่า 398 คน (วิเชียร เกตุสิงห์, 2537 หน้า 29)

ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ไว้ไม่ต่ำกว่า 398 คน โดยกำหนดไว้ประมาณ 400 คน ใน 20 โรงงาน และเก็บได้จริงทั้งสิ้น 445 คน

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

### วิธีเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบ STRATIFIED SAMPLING โดยแบ่งโรงงานในจังหวัดนนทบุรีออกเป็น 3 กลุ่ม ตามขนาดของการแบ่งตามสำนักงานสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน ซึ่งประกอบด้วย

ก.โรงงานขนาดเล็ก (จำนวนผู้ใช้แรงงานไม่เกิน 50 คน)	
จำนวนสถานประกอบการ	547 แห่ง
จำนวนผู้ใช้แรงงาน	16,478 คน
ข.โรงงานขนาดกลาง(จำนวนผู้ใช้แรงงาน 50-99 คน)	
จำนวนสถานประกอบการ	240 แห่ง
จำนวนผู้ใช้แรงงาน	16,661 คน
ค.โรงงานขนาดใหญ่(จำนวนผู้ใช้แรงงาน 100 คนขึ้นไป)	
จำนวนสถานประกอบการ	259 แห่ง
จำนวนผู้ใช้แรงงาน	143,535 คน
<u>รวมสถานประกอบการทั้งสิ้น</u>	<u>1,046 แห่ง</u>
<u>รวมผู้ใช้แรงงานทั้งสิ้น</u>	<u>176,674 คน</u>

ในการเก็บตัวอย่างในจำนวน 20 โรงงาน โดยใช้ขนาดของโรงงานทั้งสามขนาดเป็นตัวกำหนด จะได้สัดส่วนดังนี้

1.กลุ่มโรงงานขนาดเล็ก ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 547 โรงงาน ดังนั้นสัดส่วนจึงมีค่าเท่ากับ  $\frac{20 \times 547}{1,046} = 10.45$  ฉะนั้นจึงเก็บตัวอย่างในกลุ่มโรงงานขนาดเล็กเป็นจำนวนทั้งสิ้น 10 โรงงาน

2.กลุ่มโรงงานขนาดกลาง ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 240 โรงงาน ดังนั้นสัดส่วนจึงมีค่าเท่ากับ  $\frac{20 \times 240}{1,046} = 4.58$  ฉะนั้นจึงเก็บตัวอย่างในกลุ่มโรงงานขนาดกลางเป็นจำนวนทั้งสิ้น 5 โรงงาน

3.กลุ่มโรงงานขนาดใหญ่ ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 259 โรงงาน ดังนั้นสัดส่วนจึงมีค่าเท่ากับ  $\frac{20 \times 259}{1,046} = 4.95$  ฉะนั้นจึงเก็บตัวอย่างในกลุ่มโรงงานขนาดใหญ่เป็นจำนวนทั้งสิ้น 5 โรงงาน

ขั้นตอนที่ 2 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบ SIMPLE RANDOM SAMPLING โดยใช้วิธีการจับสลาก เพื่อให้ได้โรงงานที่เป็นตัวแทนในแต่ละกลุ่มโรงงาน ตามสัดส่วนที่คำนวณได้ดังกล่าวข้างต้น ซึ่งผลการสุ่มตัวอย่างแต่ละกลุ่มโรงงาน ได้ดังนี้

- 1.กลุ่มโรงงานขนาดเล็ก ได้โรงงานตัวแทน จำนวน 10 โรงงานตัวแทน
- 2.กลุ่มโรงงานขนาดกลาง ได้โรงงานตัวแทน จำนวน 5 โรงงานตัวแทน

3.กลุ่มโรงงานขนาดใหญ่ ได้โรงงานตัวแทน จำนวน 5 โรงงานตัวแทน  
 ขั้นตอนที่ 3 สุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง ให้ได้สัดส่วนตามประชากรในแต่ละกลุ่ม  
 โรงงานตัวแทน ซึ่งได้ระบุจำนวนประชากรของแต่ละกลุ่มไว้แล้วในข้างต้น ซึ่งจำนวนตัวอย่างของ  
 แต่ละกลุ่มโรงงานตัวแทนจะคำนวณได้จากสูตรดังนี้

จำนวนตัวอย่างทั้งหมด x จำนวนประชากรของแต่ละกลุ่มโรงงาน

จำนวนทั้งหมดของประชากรในทุกโรงงาน

จำนวนตัวอย่าง 400 ตัวอย่าง

จำนวนทั้งหมดของประชากรในทุกโรงงาน = 176,674 คน

1.จำนวนตัวอย่างของกลุ่มโรงงานขนาดเล็ก  $\frac{400 \times 16,478}{176,674} = 37.307$  ตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างประมาณ = 38 ตัวอย่าง

2. จำนวนตัวอย่างของกลุ่มโรงงานขนาดกลาง  $\frac{400 \times 16,661}{176,674} = 37.721$  ตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างประมาณ = 38 ตัวอย่าง

3. จำนวนตัวอย่างของกลุ่มโรงงานขนาดใหญ่  $\frac{400 \times 143,535}{176,674} = 324.971$  ตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างประมาณ = 325 ตัวอย่าง

แต่เนื่องจากเมื่อคิดตามสัดส่วนแล้ว เห็นว่าจำนวนตัวอย่างของกลุ่มโรงงานขนาดเล็กและ  
 กลางจะน้อยไป จึงเพิ่มจำนวนของกลุ่มตัวอย่างกลุ่มแรงงานขนาดเล็กและกลางให้มากขึ้นเป็น  
 กลุ่มละ 60 คน ดังนั้น กลุ่มตัวอย่างที่เก็บจริงคือ

1.จำนวนตัวอย่างของกลุ่มโรงงานขนาดเล็ก 60 ตัวอย่าง

2.จำนวนตัวอย่างของกลุ่มโรงงานขนาดกลาง 60 ตัวอย่าง

3.จำนวนตัวอย่างของกลุ่มโรงงานขนาดใหญ่ 325 ตัวอย่าง

ขั้นตอนที่ 4 จากจำนวนกลุ่มตัวอย่างดังกล่าว ผู้วิจัยจึงได้คิดจำนวนตัวอย่างของผู้ใช้แรง  
 งานที่จะใช้ในกลุ่มตัวอย่างในแต่ละโรงงานเฉลี่ยดังนี้คือ

1.จำนวนตัวอย่างของกลุ่มโรงงานขนาดเล็กโรงงานละ  $\frac{60}{10} = 6$  คน

2.จำนวนตัวอย่างของกลุ่มโรงงานขนาดกลางโรงงานละ  $\frac{60}{12} = 5$  คน

3.จำนวนตัวอย่างของกลุ่มโรงงานขนาดใหญ่โรงงานละ  $\frac{325}{5} = 65$  คน

**ขั้นตอนที่ 5** ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบ ACCIDENTAL SAMPLING ในแต่ละโรงงานที่กำหนดไว้ ให้ได้กลุ่มตัวอย่างตามจำนวนที่ต้องการ

**ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่**

**ตัวแปรอิสระ**

- 1.ระดับการศึกษา ของผู้ใช้แรงงานในสถานประกอบการอุตสาหกรรม
- 2.อายุ ของผู้ใช้แรงงานในสถานประกอบการอุตสาหกรรม
- 3.เพศ ของผู้ใช้แรงงานในสถานประกอบการอุตสาหกรรม
- 4.สถานภาพการสมรส ของผู้ใช้แรงงานในสถานประกอบการอุตสาหกรรม
- 5.ขนาดของโรงงาน ของผู้ใช้แรงงานในสถานประกอบการอุตสาหกรรม
- 6.พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารด้านการป้องกันการใช้ยาบ้าในสถานประกอบการอุตสาหกรรม

**ตัวแปรตาม**

- 6.ความรู้เกี่ยวกับยาบ้าของผู้ใช้แรงงานในสถานประกอบการอุตสาหกรรม
- 7.ทัศนคติที่มีต่อการป้องกันการใช้ยาบ้าของผู้ใช้แรงงาน ในสถานประกอบการอุตสาหกรรม

**ตัวแปรดังกล่าวจำแนกตามสมมติฐานในการวิจัย ดังนี้**

**สมมติฐานที่ 1** ผู้ใช้แรงงานในสถานประกอบการอุตสาหกรรม ที่มี การศึกษา, เพศ, อายุ สถานภาพการสมรส และขนาดของโรงงาน ต่างกัน มีความรู้เกี่ยวกับยาบ้าแตกต่างกัน

- 1.1 **ตัวแปรอิสระ** - การศึกษาของผู้ใช้แรงงานในสถานประกอบการอุตสาหกรรม  
**ตัวแปรตาม** - ความรู้เกี่ยวกับยาบ้าของผู้ใช้แรงงานในสถานประกอบการอุตสาหกรรม
- 1.2 **ตัวแปรอิสระ** - เพศ ของผู้ใช้แรงงานในสถานประกอบการอุตสาหกรรม  
**ตัวแปรตาม** - ความรู้เกี่ยวกับยาบ้าของผู้ใช้แรงงานในสถานประกอบการอุตสาหกรรม
- 1.3 **ตัวแปรอิสระ** - อายุ ของผู้ใช้แรงงานในสถานประกอบการอุตสาหกรรม  
**ตัวแปรตาม** - ความรู้เกี่ยวกับยาบ้าของผู้ใช้แรงงานในสถานประกอบการอุตสาหกรรม
- 1.4 **ตัวแปรอิสระ** - สถานภาพการสมรส ของผู้ใช้แรงงานในสถานประกอบการอุตสาหกรรม  
**ตัวแปรตาม** - ความรู้เกี่ยวกับยาบ้าของผู้ใช้แรงงานในสถานประกอบการอุตสาหกรรม

1.5 ตัวแปรอิสระ-ขนาดของโรงงาน ของผู้ใช้แรงงานในสถานประกอบการ  
อุตสาหกรรม

ตัวแปรตาม -ความรู้เกี่ยวกับخاب้าของผู้ใช้แรงงานในสถานประกอบการ  
อุตสาหกรรม

สมมติฐานที่ 2 ผู้ใช้แรงงานในสถานประกอบการอุตสาหกรรมในโครงการป้องกันการใช้  
خاب้าในสถานประกอบการอุตสาหกรรมที่มี การศึกษา,เพศ, อายุ สถานภาพการสมรส และ  
ขนาดของโรงงาน ต่างกัน มีทัศนคติต่อการป้องกันการใช้خاب้าแตกต่างกัน

2.1 ตัวแปรอิสระ - การศึกษาของผู้ใช้แรงงานในสถานประกอบการอุตสาหกรรม  
ตัวแปรตาม -ทัศนคติต่อการป้องกันการใช้خاب้า ของผู้ใช้แรงงานในสถาน  
ประกอบการอุตสาหกรรม

2.2 ตัวแปรอิสระ -เพศ ของผู้ใช้แรงงานในสถานประกอบการอุตสาหกรรม  
ตัวแปรตาม- ทัศนคติต่อการป้องกันการใช้خاب้า ของผู้ใช้แรงงานในสถาน  
ประกอบการอุตสาหกรรม

2.3 ตัวแปรอิสระ -อายุ ของผู้ใช้แรงงานในสถานประกอบการอุตสาหกรรม  
ตัวแปรตาม -ทัศนคติต่อการป้องกันการใช้خاب้า ของผู้ใช้แรงงานในสถาน  
ประกอบการอุตสาหกรรม

2.4 ตัวแปรอิสระ -สถานภาพการสมรส ของผู้ใช้แรงงานในสถานประกอบการ  
อุตสาหกรรม  
ตัวแปรตาม -ทัศนคติต่อการป้องกันการใช้خاب้าของผู้ใช้แรงงานในสถาน  
ประกอบการอุตสาหกรรม

2.5 ตัวแปรอิสระ-ขนาดของโรงงาน ของผู้ใช้แรงงานในสถานประกอบการ  
อุตสาหกรรม  
ตัวแปรตาม- ทัศนคติต่อการป้องกันการใช้خاب้าของผู้ใช้แรงงานในสถาน  
ประกอบการอุตสาหกรรม

สมมติฐานที่ 3 การเปิดรับข่าวสารด้านการป้องกันการใช้خاب้าของผู้ใช้แรงงานในสถาน  
ประกอบการอุตสาหกรรม มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับخاب้า

ตัวแปรอิสระ - พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารด้านการป้องกันการใช้خاب้า  
ในสถานประกอบการอุตสาหกรรม

ตัวแปรตาม - ความรู้เกี่ยวกับخاب้าของผู้ใช้แรงงานในสถานประกอบการ  
อุตสาหกรรม

สมมติฐานที่ 4 การเปิดรับข่าวสารด้านการป้องกันการใช้خاب้าของผู้ใช้แรงงานในสถาน  
ประกอบการอุตสาหกรรม มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อการป้องกันการใช้خاب้า

ตัวแปรอิสระ - พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารด้านการป้องกันการใช้จ่ายของผู้  
ใช้แรงงานในสถานประกอบการอุตสาหกรรม

ตัวแปรตาม - ทศนคติต่อการป้องกันการใช้จ่ายของผู้ใช้แรงงานในสถาน  
ประกอบการอุตสาหกรรม

สมมุติฐานที่ 5 การเปิดรับข่าวสารด้านการป้องกันการใช้จ่ายของผู้ใช้แรงงานในสถาน  
ประกอบการอุตสาหกรรม อธิบายความรู้อยู่กับทศนคติต่อการป้องกันการใช้จ่ายได้ดีกว่า ลักษณะ  
ทางสังคมของผู้ใช้แรงงานในสถานประกอบการอุตสาหกรรม

5.1 ตัวแปรอิสระ - การเปิดรับข่าวสารด้านการป้องกันการใช้จ่ายของผู้ใช้แรง  
งานในสถานประกอบการอุตสาหกรรม ได้แก่ สื่อบุคคล สื่อมวลชน และ สื่อเฉพาะกิจ

- ลักษณะทางสังคม ได้แก่ การศึกษา เพศ อายุ สถาน

ภาพการสมรส และขนาดของโรงงาน

ตัวแปรตาม - ความรู้เกี่ยวกับยาบ้าของผู้ใช้แรงงานในสถานประกอบการ  
อุตสาหกรรม

5.2 ตัวแปรต้น - การเปิดรับข่าวสารด้านการป้องกันการใช้จ่ายของผู้ใช้แรงงาน  
ในสถานประกอบการอุตสาหกรรม ได้แก่ สื่อบุคคล สื่อมวลชน และสื่อเฉพาะกิจ

- ลักษณะทางสังคม ได้แก่ การศึกษา เพศ อายุ สถานภาพ

การสมรส และขนาดของโรงงาน

ตัวแปรตาม - ทศนคติต่อการป้องกันการใช้จ่ายของผู้ใช้แรงงานในสถาน  
ประกอบการอุตสาหกรรม

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยนี้ ใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เลือกมาจากกลุ่มประชากร  
ที่กำหนดไว้

แบบสอบถามดังกล่าว ได้มาจากการค้นคว้า และดัดแปลงจากแนวความคิดและงานวิจัย  
ที่ใกล้เคียงที่มีผู้เคยวิจัยมาก่อนหน้านี้ เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่ครอบคลุมมากที่สุด โดยจัดลำดับ  
เนื้อหาออกเป็น ตอนคือ

ตอนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัว ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพการสมรส การ  
ศึกษา ขนาดของโรงงานที่ทำงานอยู่ และรายได้ จำนวน 5 ข้อ

ตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อด้านการป้องกันการใช้จ่ายใน  
สถานประกอบการ จำนวน 14 ข้อ

ตอนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับความรู้ในเรื่องของยาบ้า จำนวน 10 ข้อ

ตอนที่ 4 เป็นคำถามเกี่ยวกับทัศนคติ ที่มีต่อการป้องกันการไข้ยาบ้า ใช้เป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า 5 ระดับ ตามวิธีของลิเคิร์ต จำนวน 10 ข้อ

ตอนที่ 5 เป็นคำถามเกี่ยวกับ แหล่งที่มาของความรู้ ความเข้าใจ และแสดงความคิดเห็น ข้อเสนอแนะเรื่องยาบ้าและการป้องกันยาบ้า จำนวน 4 ข้อ

ตอนที่ 6 เป็นคำถามเกี่ยวกับ ความเชื่อและทัศนคติต่อการดำรงชีวิต การใช้เวลาว่าง และความมุ่งหวังในชีวิต จำนวน 3 ข้อ

#### การทดสอบเครื่องมือ

นำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จเรียบร้อยแล้วไปทดลองใช้กับพนักงานโรงงานที่มีลักษณะใกล้เคียงกลุ่มตัวอย่างแต่อยู่คนละพื้นที่กัน จำนวน 30 คน เพื่อทดสอบว่าคำถามแต่ละข้อ แต่ละตอนในแบบสอบถามสื่อความหมายได้ตรงตามที่ผู้วิจัยต้องการ หรือไม่ มีความเที่ยงตรงและมีความน่าเชื่อถือได้หรือไม่

#### ความเที่ยงตรงและความน่าเชื่อถือของเครื่องมือ

การทดสอบความเที่ยงตรง (VALIDITY) ของแบบสอบถามซึ่งเป็นเครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทดสอบโดยปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อพิจารณาเนื้อหา (CONTENT VALIDITY) แล้วนำแบบสอบถามที่ได้แก้ไข ปรับปรุงแล้วนำไปทดสอบก่อนที่จะนำแบบสอบถามไปใช้จริง และได้นำแบบสอบถามฉบับต้นร่างไปทำการทดลองใช้ (PRETEST) โดยนำไปทดลองกับพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดนนทบุรี และนำข้อมูลจากการทดลองใช้มาคำนวณหาค่าความเชื่อถือได้ดังนี้

1. ในส่วนของคำถามเกี่ยวกับความรู้ เกี่ยวกับ โทษ พิษภัย และการป้องกันยาบ้า หาค่าความน่าเชื่อถือใช้สูตรของ คูเดอร์ ริชาร์ดสัน (KUDER-RICHARDSON'S METHOD) สำหรับแบบทดสอบที่มีการให้คะแนนแต่ละข้อเป็นแบบ 0,1 (วิเชียร เกตุสิงห์ 2537, 115)

$$r_{11} = \frac{k}{k-1} \left( 1 - \frac{x(k-x)}{ks^2} \right)$$

เมื่อ k = จำนวนข้อ

$s^2$  = ความแปรปรวนของคะแนนรวมทั้งฉบับที่ได้จากการทดสอบ

x = คะแนนเฉลี่ยรวมทั้งฉบับ

ผลจากการคำนวณค่าความเชื่อถือได้ของเครื่องมือในส่วนของความรู้ = .6755

2. สำหรับการทดสอบความน่าเชื่อถือในส่วนของทัศนคติเกี่ยวกับการป้องกันยาบ้าในสถานประกอบการ ใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น (RELIABILITY COEFFICIENT, ALPHA) โดยใช้สูตรหาค่าสัมประสิทธิ์ของครอนบาช (CRONBACH'S COEFFICIENT ALPHA) ตามสูตร ดังนี้ (วิเชียร เกตุสิงห์ 2537, 116)

$$\text{สูตร} \quad = \frac{k}{k-1} (1 - \sum V_t)$$

เมื่อ  $k =$  จำนวนข้อ

$V_t =$  ความแปรปรวนของคะแนนแต่ละข้อ

$V_t =$  ความแปรปรวนของคะแนนรวมทุกข้อ

ผลจากการคำนวณค่าความเชื่อถือได้ของเครื่องมือในส่วนของทัศนคติ = .3016

หลังจากนั้นจึงทำการแก้ไขและปรับปรุงข้อบกพร่องต่าง ๆ ของเครื่องมือทั้งสองฉบับ แล้วจึงนำออกไปเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจริง

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

แบบสอบถามที่สร้างขึ้นเป็นแบบสอบถามที่ให้ผู้ถูกสัมภาษณ์กรอกด้วยตัวเอง ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลร่วมกับผู้ช่วยวิจัยจำนวน 2 คน ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการอบรมผู้ช่วยวิจัยก่อนการเก็บรวบรวมข้อมูลจริง การเก็บรวบรวมข้อมูลใช้ระยะเวลา ประมาณ 2 เดือน

### เกณฑ์การให้คะแนน

ผู้วิจัยได้ตั้งเกณฑ์การให้คะแนนในการวัดตัวแปร ดังต่อไปนี้

1. พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารด้านการป้องกันการใช้จ่ายในสถานประกอบการอุตสาหกรรม

การวัดตัวแปรเกี่ยวกับปริมาณการเปิดรับข่าวสารเรื่องยาบ้า ได้มาจากการนำคะแนนของความบ่อยครั้ง X ระยะเวลาที่ใช้ในการเปิดรับจากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ

### ความบ่อยครั้ง

การวัดความบ่อยครั้งของการเปิดรับสื่อทางวิทยุให้คะแนนดังนี้

ทุกวัน	= 5 คะแนน
สัปดาห์ละ 5-6 ครั้ง	= 4 คะแนน
สัปดาห์ละ 3-4 ครั้ง	= 3 คะแนน
สัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง	= 2 คะแนน
เดือนละ 1-2 ครั้ง	= 1 คะแนน
ไม่ฟังเลย	= 0 คะแนน



**การวัดความบ่อยครั้งของการเปิดรับสื่อทางโทรทัศน์ ให้คะแนนดังนี้**

ทุกวัน	= 5 คะแนน
สัปดาห์ละ 5-6 ครั้ง	= 4 คะแนน
สัปดาห์ละ 3-4 ครั้ง	= 3 คะแนน
สัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง	= 2 คะแนน
เดือนละ 1-2 ครั้ง	= 1 คะแนน
ไม่ดูเลย	= 0 คะแนน

**การวัดความบ่อยครั้งของการเปิดรับสื่อทางหนังสือพิมพ์ ให้คะแนนดังนี้**

ทุกวัน	= 5 คะแนน
สัปดาห์ละ 5-6 ครั้ง	= 4 คะแนน
สัปดาห์ละ 3-4 ครั้ง	= 3 คะแนน
สัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง	= 2 คะแนน
เดือนละ 1-2 ครั้ง	= 1 คะแนน
ไม่อ่านเลย	= 0 คะแนน

**การวัดความบ่อยครั้งในการพูดคุยกับบุคคล ให้คะแนนดังนี้**

ทุกวัน	= 5 คะแนน
สัปดาห์ละ 5-6 ครั้ง	= 4 คะแนน
สัปดาห์ละ 3-4 ครั้ง	= 3 คะแนน
สัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง	= 2 คะแนน
เดือนละ 1-2 ครั้ง	= 1 คะแนน
ไม่เคยเลย	= 0 คะแนน

**การวัดความบ่อยครั้งในการเปิดรับทางสื่อเฉพาะกิจ ให้คะแนนดังนี้**

**นิตรรศการ**

บ่อยกว่านั้น	= 5 คะแนน
ปีละ 7-8 ครั้ง	= 4 คะแนน
ปีละ 5-6 ครั้ง	= 3 คะแนน
ปีละ 3-4 ครั้ง	= 2 คะแนน
ปีละ 1-2 ครั้ง	= 1 คะแนน
ไม่ชมเลย	= 0 คะแนน

**โปสเตอร์**

น้อยกว่านั้น	= 5 คะแนน
เดือนละ 2-3 ครั้ง	= 4 คะแนน
เดือนละครั้ง	= 3 คะแนน
ปีละ 5-11 ครั้ง	= 2 คะแนน
ปีละ 1-4 ครั้ง	= 1 คะแนน
ไม่ดูเลย	= 0 คะแนน

**แผ่นพับ**

น้อยกว่านั้น	= 5 คะแนน
เดือนละ 2-3 ครั้ง	= 4 คะแนน
เดือนละครั้ง	= 3 คะแนน
ปีละ 5-11 ครั้ง	= 2 คะแนน
ปีละ 1-4 ครั้ง	= 1 คะแนน
ไม่อ่านเลย	= 0 คะแนน

**ระยะเวลา**

การวัดระยะเวลาในการฟังวิทยุต่อครั้ง ให้คะแนนดังนี้

มากกว่า 45 นาที	= 5 คะแนน
ประมาณ 31-45 นาที	= 4 คะแนน
ประมาณ 21-30 นาที	= 3 คะแนน
ประมาณ 15-20 นาที	= 2 คะแนน
น้อยกว่า 15 นาที	= 1 คะแนน
ไม่ฟังเลย	= 0 คะแนน

การวัดระยะเวลาในการดูโทรทัศน์ต่อครั้ง ให้คะแนนดังนี้

มากกว่า 45 นาที	= 5 คะแนน
ประมาณ 31-45 นาที	= 4 คะแนน
ประมาณ 21-30 นาที	= 3 คะแนน
ประมาณ 15-20 นาที	= 2 คะแนน
น้อยกว่า 15 นาที	= 1 คะแนน

ไม่ดูเลย = 0 คะแนน

การวัดระยะเวลาในการอ่านหนังสือพิมพ์ต่อครั้ง ให้คะแนนดังนี้

มากกว่า 45 นาที	= 5 คะแนน
ประมาณ 31-45 นาที	= 4 คะแนน
ประมาณ 21-30 นาที	= 3 คะแนน
ประมาณ 15-20 นาที	= 2 คะแนน
น้อยกว่า 15 นาที	= 1 คะแนน
ไม่อ่านเลย	= 0 คะแนน

การวัดระยะเวลาในการพูดคุยกับบุคคลแต่ละครั้ง ให้คะแนนดังนี้

มากกว่า 45 นาที	= 5 คะแนน
ประมาณ 31-45 นาที	= 4 คะแนน
ประมาณ 21-30 นาที	= 3 คะแนน
ประมาณ 15-20 นาที	= 2 คะแนน
น้อยกว่า 15 นาที	= 1 คะแนน
ไม่พูดคุยเลย	= 0 คะแนน

การวัดระยะเวลาในการดูสื่อเฉพาะกิจต่อครั้ง ให้คะแนนดังนี้

มากกว่า 45 นาที	= 5 คะแนน
ประมาณ 31-45 นาที	= 4 คะแนน
ประมาณ 21-30 นาที	= 3 คะแนน
ประมาณ 15-20 นาที	= 2 คะแนน
น้อยกว่า 15 นาที	= 1 คะแนน
ไม่ดูเลย	= 0 คะแนน

2. ความรู้เกี่ยวกับยาน้ำ

การวัดตัวแปรเกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับยาน้ำแบ่งออกเป็น 2 ระดับ คือ

ตอบถูก	= 1 คะแนน
ตอบผิด	= 0 คะแนน

3.ทัศนคติที่มีต่อการป้องกันการใช้น้ำ

การวัดตัวแปรเกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่อการป้องกันการใช้จ่าย โดยแบ่งระดับของความ คิดเห็นออกเป็น 5 ระดับดังนี้

เห็นด้วยอย่างยิ่ง	= 5 คะแนน
เห็นด้วย	= 4 คะแนน
ไม่แน่ใจ	= 3 คะแนน
ไม่เห็นด้วย	= 2 คะแนน
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	= 1 คะแนน

การให้คะแนนทัศนคติ ถ้าเป็นข้อความเชิงลบ(NEGATIVE)จะให้คะแนนกลับกันกับ ข้อความเชิงบวก(POSITIVE)

การแปลความหมายค่าเฉลี่ย

ผู้วิจัยตั้งเกณฑ์ในการแปลความหมายค่าเฉลี่ยของคะแนนทัศนคติ ดังนี้

- 1 คะแนนเฉลี่ย 1.00-1.49 หมายถึง มีระดับน้อยมาก ,มีทัศนคติทางลบมาก
- 2 คะแนนเฉลี่ย 1.50-2.49 หมายถึง มีระดับน้อย,มีทัศนคติทางลบ
- 3 คะแนนเฉลี่ย 2.50-3.49 หมายถึง มีระดับปานกลาง,มีทัศนคติเป็นกลาง
- 4 คะแนนเฉลี่ย 3.50-4.49 หมายถึง ระดับมาก,มีทัศนคติทางบวก
- 5 คะแนนเฉลี่ย 4.50-5.00 หมายถึง มีระดับมากที่สุด,มีทัศนคติทางบวกมาก

การวิเคราะห์ข้อมูลและการประมวลผลข้อมูล

เมื่อทำการรวบรวมข้อมูลเรียบร้อยแล้ว ตรวจสอบดูความถูกต้องแล้วลงรหัส จากนั้นก็นำ ไปประมวลผลข้อมูล โดยคอมพิวเตอร์ ใช้โปรแกรมสำเร็จ SPSS<sup>x</sup> เพื่อคำนวณหาสถิติที่ต้องการ จัดทำตารางวิเคราะห์ข้อมูลแปลความหมายที่ได้จากการประมวลผลข้อมูล ทำรายงานการวิจัย และสรุปผลการวิจัย

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

1.สามารถนำข่าวสารที่ต้องการเผยแพร่ไปสู่ประชาชนโดยตรง และเนื่องจากบุคคลในชุมชนมีการติดต่อสื่อสารกันเป็นประจำ มีความรู้สึกเป็นพวกเดียวกัน มีชีวิตความเป็นอยู่ร่วมกัน จึงได้รับความไว้วางใจและสามารถชักจูงใจประชาชนได้โดยวิธีการพูดคุยนับเป็นกันเอง

2.การใช้สื่อบุคคลทำให้การเผยแพร่ข่าวสารเป็นไปในลักษณะที่ยืดหยุ่นปรับให้เข้ากับผู้รับสารเป็นราย ๆ ได้ และยังทำให้ทราบความรู้สึกนึกคิดของประชาชนได้ทันที

3.เมื่อการตัดสินใจตามคำแนะนำของผู้เผยแพร่แล้วก็จะเกิดความรู้สึกว่า ตนได้รับรางวัลทันทีเป็นส่วนตัวจากการที่ผู้เผยแพร่เห็นชอบด้วยกับการตัดสินใจของตน

อย่างไรก็ตามการมีสื่อบุคคลมาช่วยในการเผยแพร่ นั้นเสมือนมี เจ้าหน้าที่ส่งเสริม เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในสังคม ซึ่ง โรเจอร์ส และ เชนนิง (Rogers and Svenning) (อ้างใน เสถียร เศษประทับ ,2530) ได้กล่าวว่า เจ้าหน้าที่ส่งเสริม คือ เจ้าหน้าที่จากหน่วยงานซึ่งมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรมตามทิศทางที่หน่วยงานส่งเสริมต้องการ ซึ่งในที่นี้ นวัตกรรมนั้น ก็คือ การป้องกันการใช้น้ำในโรงงานอุตสาหกรรมนั่นเอง ซึ่ง เจ้าหน้าที่ส่งเสริม เป็นข้อสวาระหว่างบุคคลที่คอยทำหน้าที่เป็นประจำเพื่อให้โครงการการเปลี่ยนแปลงของหน่วยงานส่งเสริมถูกนำออกปฏิบัติ และในขณะเดียวกันก็คอยสะท้อนความต้องการของกลุ่มเป้าหมายให้แก่หน่วยงานส่งเสริม เจ้าหน้าที่ส่งเสริมจะช่วยตัดแปลงโครงการการเปลี่ยนแปลงให้เข้ากับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายแต่ละคน และแต่ละระบบ

เจ้าหน้าที่ส่งเสริมแม้จะทำหน้าที่เป็นสายใยของการสื่อสารที่เชื่อมโยงระหว่างระบบของสังคมของหน่วยงานพัฒนาและระบบสังคมของกลุ่มเป้าหมาย แต่เจ้าหน้าที่ส่งเสริมก็อาจจะมีคุณลักษณะที่แตกต่างไปจากกลุ่มเป้าหมาย ช่องว่างของความแตกต่างนี้ก่อให้เกิดความขัดแย้งในบทบาทที่ต้องปฏิบัติและปัญหาในการสื่อสารได้

3.นอกจากสื่อ 2 ประเภทนี้แล้ว ยังมีสื่ออีกประเภทหนึ่งที่ใช้ถ่ายทอดข่าวสารไปยังมวลชน บุคคล หรือกลุ่มชน สร้างขึ้นเพื่อใช้ติดต่อกับกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ เรียกว่า สื่อเฉพาะกิจ (SPECIALIZED MEDIA) ได้แก่ สื่อประเภทโสตทัศนูปกรณ์ (AUDIO-VISUAL MEDIA) และสิ่งพิมพ์ (PRINTED MEDIA)

สื่อสิ่งพิมพ์เป็นสื่อที่ได้รับความนิยม ใช้สร้างความสนใจ สร้างทัศนคติที่ดี และใช้เผยแพร่ความรู้ ในหน่วยงานต่าง ๆ ปัจจุบันมีการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อใช้ในการพัฒนาประเทศมากขึ้น ทั้งนี้เนื่องจากสิ่งพิมพ์เหล่านี้สามารถนำไปใช้ได้อย่างกว้างขวางและสะดวก อย่างไรก็ตาม สื่อสิ่งพิมพ์ยังมีข้อดีและข้อเสียในตัวเองดังนี้(วนิต มาลาศรี :2533 , หน้า 20)

#### ข้อดีของสื่อสิ่งพิมพ์

- 1.เป็นสื่อที่มีความคงทนสามารถเก็บได้เป็นเวลานาน
- 2.ผู้รับสารเมื่อรับสื่อสิ่งพิมพ์แล้ว สามารถอ่านและทบทวนได้บ่อยครั้งเท่าที่ต้องการ