



บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

1. การวางแผนงานวิจัย

การศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อและยอมรับการพัฒนาที่ดินของเกษตรกรในจังหวัดน่าน ลำพูน กำแพงเพชร และขอนแก่น เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) ซึ่งเป็นการศึกษาและสำรวจตัวแปรต่าง ๆ ของปรากฏการณ์นั้นที่เกิดขึ้น จึงเป็นการวัดเพียงครั้งเดียว (One-shot descriptive study)

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ทำการศึกษา ได้แก่ เกษตรกรที่เป็นหัวหน้าครัวเรือน หรือแม่บ้านซึ่งอาศัยอยู่ในหมู่บ้านที่มีโครงการพัฒนาที่ดินของกรมพัฒนาที่ดิน ในการเลือกกลุ่มตัวอย่างของการวิจัยครั้งนี้เป็นการเลือกแบบเจาะจง (Purposive sample) โดยเป็นกลุ่มตัวอย่างที่เลือกมาด้วยการพิจารณาตัดสินใจโดยผู้เชี่ยวชาญ เพื่อให้ได้ลักษณะของกลุ่มประชากร ที่เลือกมาเป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการ จึงได้เลือกจังหวัด 4 จังหวัดดังกล่าว ซึ่งแต่ละจังหวัดเคยมีโครงการของกรมพัฒนาที่ดิน หรือกำลังดำเนินการอยู่ โดยแบ่งจังหวัดละ 80 ตัวอย่าง รวมทั้งสิ้น 320 ตัวอย่าง

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง เกษตรกรในแต่ละหมู่บ้านจัดเป็นกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sample) เนื่องจากเป็นหมู่บ้านที่ได้รับการดำเนินงานของโครงการพัฒนาที่ดิน กรมพัฒนาที่ดิน กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ การเลือกเกษตรกรในแต่ละครัวเรือน ได้จากการเลือกตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified sampling) โดยผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์จากหัวหน้าครัวเรือนหรือภรรยา โดยเลือกครัวเรือนที่หนึ่ง วนสามครัวเรือน สลับกันไปทั้งหมู่บ้าน

การเลือกตัวอย่าง

จังหวัด	อำเภอ	ตำบล	หมู่บ้าน	จำนวน
1. น่าน	เวียงสา	อำนาโหลย ปงสนุก	ใหม่เจริญราษฎร์ เอน	80
2. ลำพูน	ป่าซาง เมือง	สันกำแพง มะกอก แม่แรง บ้านแป้น	สันกำแพง หนองเงือก ป่าคา <ul style="list-style-type: none"> — ทั่วฝ่าย — ป่าซางน้อย — สันมะโก — บ้านไร่ — บ้านม่วง 	80
3. กำแพงเพชร	ชาลวาลักษณ์ บุรี คลองลาน	บ่อถ้ำ โป่งน้ำร้อน	บ่อถ้ำ หนองบอน สี่แยกคันไทร หนองใหญ่ หนองพิกุล หนองคำ ท่ามะเขือ คลองเจริญ	80
4. ขอนแก่น	พล น้ำพอง	หนองวาง สะอาด	หนองวาง คำบง	80

3. ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

จากสมมติฐานที่กำหนดไว้ สามารถนำมาสรุปเป็นตารางของตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ในแต่ละสมมติฐาน ดังต่อไปนี้

สมมติฐาน	ตัวแปรอิสระ	ตัวแปรตาม
1. พฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนของเกษตรกรใน 4 จังหวัด แตกต่างกัน	เกษตรกรใน 4 จังหวัด ได้แก่ น่าน ลำพูน กำแพงเพชร และขอนแก่น	พฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชน
2. พฤติกรรมการเปิดรับสื่อพื้นบ้านของเกษตรกรใน 4 จังหวัด แตกต่างกัน	เกษตรกรใน 4 จังหวัด ได้แก่ น่าน ลำพูน กำแพงเพชร และขอนแก่น	พฤติกรรมการเปิดรับสื่อพื้นบ้าน
3. พฤติกรรมการเปิดรับสื่อเฉพาะกิจของหน่วยงานอื่นของเกษตรกรใน 4 จังหวัด แตกต่างกัน	เกษตรกรใน 4 จังหวัด ได้แก่ น่าน ลำพูน กำแพงเพชร และขอนแก่น	พฤติกรรมการเปิดรับสื่อเฉพาะกิจของหน่วยงานอื่น
4. พฤติกรรมการเปิดรับสื่อเฉพาะกิจของกรมพัฒนาที่ดินของเกษตรกรใน 4 จังหวัดแตกต่างกัน	เกษตรกรใน 4 จังหวัด ได้แก่ น่าน ลำพูน กำแพงเพชร และขอนแก่น	พฤติกรรมการเปิดรับสื่อเฉพาะกิจของกรมพัฒนาที่ดิน
5. ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเฉพาะกิจ กับการยอมรับการพัฒนาที่ดิน	พฤติกรรมการเปิดรับสื่อเฉพาะกิจ	การยอมรับการพัฒนาที่ดิน

สมมติฐาน	ตัวแปรอิสระ	ตัวแปรตาม
6. ความสัมพันธ์ระหว่าง พฤติกรรมกาารเปิดรับสื่อ เฉพาะกิจ ของหน่วย งานอื่นกับยอมรับการ พัฒนาที่ดิน	พฤติกรรมกาารเปิดรับ สื่อเฉพาะกิจ ของหน่วย งานอื่น	การยอมรับการพัฒนาที่ดิน
7. ความสัมพันธ์ระหว่าง พฤติกรรมกาารเปิดรับสื่อ เฉพาะกิจของกรมพัฒนา ที่ดิน กับการยอมรับการ พัฒนาที่ดิน	พฤติกรรมกาารเปิดรับ สื่อเฉพาะกิจของกรมพัฒนา ที่ดิน	การยอมรับการพัฒนาที่ดิน

4. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ลักษณะทั่วไปของเครื่องมือ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสัมภาษณ์ ประกอบด้วยคำถาม 2 ประเภท คือ คำถามเปิด (Open-ended question) และคำถามปิด (Close-ended question) โดยแบ่งแต่ละเนื้อหาเป็น 3 ส่วนคือ

ส่วนแรก เป็นคำถามเกี่ยวกับ ข้อมูลทั่วไป ของเกษตรกร จำนวน 15 ข้อ คือ ข้อ 1 - 15

ส่วนที่สอง เป็นข้อมูลด้านพฤติกรรมเปิดรับสื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจ จำนวน 30 ข้อ คือ ข้อ 16 - 46

ส่วนที่สาม เป็นข้อมูลเกี่ยวกับ การยอมรับการพัฒนาที่ดิน จำนวน 4 ข้อ คือ ข้อ 47 - 50

วิธีสร้างเครื่องมือ การสร้างเครื่องมือวัดพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อ และการยอมรับการพัฒนาที่ดิน ของเกษตรกร มีขั้นตอน และวิธีการดังต่อไปนี้

1. ศึกษาแนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
2. สร้างแบบสอบถาม โดยคัดเลือก และตัดแปลงคำถามจากงานวิจัยเกี่ยวกับเรื่องกาเปิดรับสื่อมวลชน การเปิดรับสื่อเฉพาะกิจและการยอมรับนวัตกรรม
3. ตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ การออกแบบสร้างเครื่องมือ โดยพิจารณาจากวัตถุประสงค์ เนื้อหาที่ใช้ถามตามวัตถุประสงค์และขอบเขตของการวิจัย และนำไปตรวจสอบกับผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อปรับปรุงเนื้อหา และแก้ไขก่อนไปใช้จริง

5. เกณฑ์กาให้คะแนน

กาให้คะแนนคำตอบที่ได้จากการสัมภาษณ์ เพื่อคำนวณค่าทางสถิติ โดยพิจารณาจาก

1. พฤติกรรมกาเปิดรับสื่อมวลชน ได้แก่ หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ โดยวัดจาก

1.1 การเคยเปิดรับสื่อแต่ละชนิดให้ 1 คะแนน ทั้ง 3 สื่อ
คะแนนเต็ม 3 คะแนน

ไม่เคยเปิดรับสื่อแต่ละชนิดให้ 0 คะแนน

- 1.2 เหตุผลที่เปิดรับสื่อแต่ละชนิดทั้ง 3 สื่อ คะแนนเต็ม 6 คะแนน
เพื่อต้องการทราบข่าวและความรู้ให้ 2 คะแนน
เพื่อความบันเทิงให้ 1 คะแนน

ไม่ตอบให้ 0 คะแนน

- 1.3 ความถี่ในการเปิดรับสื่อแต่ละชนิด ต่อสัปดาห์

ทุกวัน ให้คะแนน 3 คะแนน

เกือบทุกวันและบางวัน ให้คะแนน 2 คะแนน

นาน ๆ ครั้ง ให้คะแนน 1 คะแนน

ไม่ตอบ ให้คะแนน 0 คะแนน

พฤติกรรมกาเปิดรับสื่อมวลชน วัดจากการเคยเปิดรับสื่อ เหตุผลและความถี่ในการเปิดรับสื่อแต่ละชนิด แล้วนำคะแนนรวมของการเปิดรับสื่อทั้ง 3 ชนิดของแต่ละบุคคลมารวมกันหารด้วยสาม จึงสามารถจัดเป็นคะแนนพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อมวลชนได้ 3 ระดับ คือ

- 1) กลุ่มการเปิดรับสื่อมวลชนระดับต่ำ มีคะแนน น้อยกว่า 2.00
- 2) กลุ่มการเปิดรับสื่อมวลชนระดับปานกลาง มีคะแนน 2.00-3.00
- 3) กลุ่มการเปิดรับสื่อมวลชนในระดับสูง มีคะแนนตั้งแต่ 3.00 ขึ้นไป

2. พฤติกรรมกรรมการเปิดรับสื่อพื้นบ้าน ได้แก่ เพลงขอ ลีเกะ หมอลำ และอื่น ๆ วัดจาก

- 2.1 การเคยเปิดรับสื่อพื้นบ้านแต่ละชนิดให้ 1 คะแนน
- 2.2 ไม่เคย ให้ 0 คะแนน

เมื่อนำคะแนนรวมของการเปิดรับสื่อพื้นบ้านแต่ละชนิดมารวมกันแล้วจัดกลุ่มได้ 2 กลุ่มคือ กลุ่มเคยเปิดรับสื่อพื้นบ้านและไม่เคย

3. พฤติกรรมกรรมการเปิดรับสื่อเฉพาะกิจ ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์และสื่อบุคคลของหน่วยงานอื่น และของกรมพัฒนาที่ดิน วัดจาก

- 3.1 การเคยเปิดรับสื่อเฉพาะกิจประเภทใดประเภทหนึ่ง ให้คะแนน 1 คะแนน
- 3.2 การเคยเปิดรับสื่อเฉพาะกิจ 2 ประเภท คือ ประเภทสิ่งพิมพ์ หรือประเภทสื่อบุคคล ของหน่วยงานอื่นหรือของกรมพัฒนาที่ดิน ให้คะแนน 2 คะแนน
- 3.3 การเคยเปิดรับสื่อเฉพาะกิจ ประเภทสิ่งพิมพ์ และสื่อบุคคล ทั้งของหน่วยงานอื่นและของกรมพัฒนาที่ดิน ให้ 3 คะแนน
- 3.4 ไม่เคย ให้ 0 คะแนน

พฤติกรรมกรรมการเปิดรับสื่อเฉพาะกิจ วัดจากคะแนนรวมของการเคยเปิดรับสื่อเฉพาะกิจทุกประเภท และนำมาจัดเป็นระดับการเปิดรับสื่อเฉพาะกิจ 3 ระดับคือ

- 1) กลุ่มการเปิดรับสื่อเฉพาะกิจในระดับต่ำ คือ กลุ่มที่เคยเปิดรับสื่อเฉพาะกิจประเภทเดียว
- 2) กลุ่มการเปิดรับสื่อเฉพาะกิจปานกลาง คือ กลุ่มที่เคยเปิดรับสื่อเฉพาะกิจประเภทสิ่งพิมพ์หรือสื่อบุคคลของหน่วยงานอื่น หรือของกรมพัฒนาที่ดิน
- 3) กลุ่มการเปิดรับสื่อเฉพาะกิจระดับสูง คือ กลุ่มที่เคยเปิดรับสื่อเฉพาะกิจประเภทสิ่งพิมพ์และสื่อบุคคลทั้งของหน่วยงานอื่น และของกรมพัฒนาที่ดิน

4. พฤติกรรมการเปิดรับสื่อเฉพาะกิจของหน่วยงานอื่น ได้แก่

4.1 การเคยเปิดรับสื่อเฉพาะกิจของหน่วยงานอื่นประเภทสิ่งพิมพ์

ให้ 1 คะแนน

4.2 การเคยเปิดรับสื่อบุคคล คือ เจ้าหน้าที่ของหน่วยงานอื่น

ให้ 1 คะแนน

4.3 ไม่เคย ให้ 0 คะแนน

เมื่อนำคะแนนรวมของการเปิดรับสื่อเฉพาะกิจ ทั้ง 2 ประเภทมารวมกันแล้วจึงนำมาจัดกลุ่มพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเฉพาะกิจของหน่วยงานอื่นได้ 2 กลุ่ม คือ

- 1) กลุ่มการเคยเปิดรับสื่อเฉพาะกิจของหน่วยงานอื่น
- 2) กลุ่มไม่เคยเปิดรับสื่อเฉพาะกิจของหน่วยงานอื่น

5. พฤติกรรมการเปิดรับสื่อเฉพาะกิจของกรมพัฒนาที่ดิน ได้แก่

5.1 การเคยเปิดรับสื่อเฉพาะกิจของกรมพัฒนาที่ดิน ประเภทสิ่งพิมพ์

ให้ 1 คะแนน

5.2 การเคยเปิดรับสื่อบุคคล คือ เจ้าหน้าที่ของกรมพัฒนาที่ดิน

ให้ 1 คะแนน

5.3 ไม่เคย ให้ 0 คะแนน

เมื่อนำคะแนนรวมของการเคยเปิดรับสื่อเฉพาะกิจของกรมพัฒนาที่ดิน ทั้ง 2 ประเภทมารวมกัน แล้วจึงนำมาจัดกลุ่ม พฤติกรรมการเปิดรับสื่อเฉพาะกิจของกรมพัฒนาที่ดินได้ 2 กลุ่ม คือ

- 1) กลุ่มการเคยเปิดรับสื่อเฉพาะกิจของกรมพัฒนาที่ดิน
- 2) กลุ่มไม่เคยพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเฉพาะกิจของกรมพัฒนาที่ดิน

6. การยอมรับการพัฒนาที่ดิน วัดจากคะแนนรวมของ

- 6.1 การเคยนำความรู้จากสื่อมวลชนไปใช้ประโยชน์ได้ ให้ 1 คะแนน
 6.2 การเคยนำความรู้จากสื่อเฉพาะกิจไปใช้ประโยชน์ได้ ให้ 1 คะแนน
 6.3 การรู้จักแก้ไขปัญหาที่ดินในลักษณะใดลักษณะหนึ่ง ให้ 1 คะแนน
 เมื่อนำคะแนนรวมของทั้ง 3 ส่วนมาจัดระดับการยอมรับ

การพัฒนาที่ดินได้เป็น 3 ระดับคือ

- 1) กลุ่มยอมรับต่ำ หมายถึง มีการยอมรับความรู้ที่ได้จากสื่อ
- 2) กลุ่มยอมรับปานกลาง หมายถึง มีการนำความรู้ที่ได้จากสื่อไปใช้ประโยชน์ได้
- 3) กลุ่มยอมรับสูง หมายถึง มีการปฏิบัติจนเกิดความเคยชิน และสามารถอธิบายให้ผู้อื่นทราบได้

ศูนย์วิทยพัทธยากร
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

6. ความน่าเชื่อถือของเครื่องมือ

นำแบบสัมภาษณ์ที่สร้างขึ้นไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจ พร้อมทั้งขอคำแนะนำในการปรับปรุงแก้ไข

ตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา โดยนำไปให้เจ้าหน้าที่ของกรมพัฒนาที่ดิน ตรวจสอบพร้อมทั้งได้นำมาแก้ไข ปรับปรุง แบบสัมภาษณ์ ทั้งเนื้อหาและการสื่อความหมาย

7. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลได้กระทำระหว่างวันที่ 14 - 22 มกราคม 2533 และ 31 มกราคม - 3 กุมภาพันธ์ 2533 โดยได้รับความร่วมมือจากนิสิตปริญญาโท สาขาสื่อสารมวลชน และสาขานิเทศศาสตร์พัฒนาการ รวมทั้งนักศึกษาวิทยาลัยครู เชียงใหม่ นักศึกษาวิทยาลัยครูกำแพงเพชรและนักศึกษามหาวิทยาลัยขอนแก่น เป็นผู้สัมภาษณ์เก็บรวบรวมข้อมูล และสามารถเข้าใจภาษาถิ่นได้เป็นอย่างดี แต่ทั้งนี้อยู่ภายใต้การควบคุมของผู้วิจัยโดยตลอดในขณะเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมีการอบรมผู้สัมภาษณ์และมีการประชุมร่วมกันเป็นระยะ เพื่อให้ทราบว่า การเก็บข้อมูลนั้นมีปัญหาอุปสรรคอะไร เพื่อหาทางแก้ไข

8. การจัดระเบียบข้อมูล

แบบสอบถามทุกชุดได้ตรวจความเรียบร้อย ก่อนที่จะนำมาลงเลขรหัส ถ้าแบบสอบถามชุดใดก็ตาม ตอบไม่ครบบริบูรณ์ ให้ถือว่าชุดนั้นใช้ไม่ได้

ก่อนที่จะนำมาลงเลขรหัส ผู้วิจัยได้จัดทำคู่มือถอดรหัส เพื่อแปลงคำตอบออกมาในรูปของตัวเลข เพื่อจะนำไปวิเคราะห์ต่อไป

ศูนย์วิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

9. การวิเคราะห์ข้อมูล

นำแบบสอบถามที่ตรวจสอบแล้วไปลงรหัสข้อมูลและทำการประเมินผลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC⁺ สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลโดยอาศัยวิธีการทางสถิติ ดังนี้

1. การวิเคราะห์เชิงพรรณนา โดยคำนวณค่าร้อยละ เพื่ออธิบายข้อมูลทั่วไป และพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อทั่วไปของเกษตรกรใน 4 จังหวัด

2. การวิเคราะห์ตามสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1-4 พฤติกรรมเปิดรับสื่อมวลชน สื่อพื้นบ้าน สื่อเฉพาะกิจของหน่วยงานอื่นและสื่อเฉพาะกิจของกรมพัฒนาที่ดิน เพื่อต้องการเปรียบเทียบความแตกต่าง ระหว่างค่าเฉลี่ยของเกษตรกรใน 4 จังหวัด ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One - way analysis of variance)

สมมติฐานข้อ 5 ทดสอบความสัมพันธ์ ระหว่างพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อเฉพาะกิจกับการยอมรับการพัฒนาที่ดินไปปฏิบัติ ใช้การวิเคราะห์การแปรปรวนทางเดียว(One - way analysis of variance) และหาค่าสหสัมพันธ์แบบ Pearson's product moment correlation coefficient

สมมติฐานข้อ 6-7 ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อเฉพาะกิจของหน่วยงานอื่น และสื่อเฉพาะกิจของกรมพัฒนาที่ดินกับการยอมรับการพัฒนาที่ดินไปปฏิบัติ โดยการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย T-test และหาค่าสหสัมพันธ์แบบ Pearson's product moment correlation coefficient

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย