

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัย เรื่อง รูปแบบการส่งเสริมการปฏิบัติตามมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของผู้จำหน่าย จังหวัดหนองคาย มีรายละเอียดวิธีดำเนินการวิจัยดังนี้

1. รูปแบบการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาแบบ การวิจัยและพัฒนา (Research and Development) ดำเนินการวิจัยทั้งรูปแบบการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ (Quantitative and Qualitative Methodology) เพื่อศึกษารูปแบบการส่งเสริมให้ผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จังหวัดหนองคาย ได้ปฏิบัติตามมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างเคร่งครัด เพื่อแก้ปัญหาที่เกิดจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ไม่เหมาะสม โดยได้กำหนดระยะในการศึกษาวิจัย ดังนี้

ระยะที่ 1 การศึกษาหาปัจจัยที่มีผลต่อการปฏิบัติตามมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของผู้จำหน่าย ในจังหวัดหนองคาย (Quantitative Approach)

ระยะที่ 2 การสร้างรูปแบบการส่งเสริมการปฏิบัติตามมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของผู้จำหน่ายที่เหมาะสม ร่วมกับผู้เชี่ยวชาญ และตัวแทนกลุ่มเป้าหมาย (Qualitative Approach)

ระยะที่ 3 การทดลองและประเมินผลรูปแบบการส่งเสริมการปฏิบัติตามมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของผู้จำหน่าย

2. ระยะที่ 1 การศึกษาหาปัจจัยที่มีผลต่อการปฏิบัติตามมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของผู้จำหน่าย ในจังหวัดหนองคาย

2.1 รูปแบบการวิจัย

การศึกษาวิจัยในระยะที่ 1 นี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Approach) ใช้รูปแบบการศึกษาวิจัยการศึกษาเชิงพรรณนาแบบภาคตัดขวาง (Cross-sectional Descriptive Research) เพื่อหาปัจจัยที่มีผลต่อการปฏิบัติตามมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของผู้จำหน่าย ในจังหวัดหนองคาย และจะได้นำผลการศึกษาวิจัยในระยะนี้ ไปสร้างรูปแบบใน

การส่งเสริมให้ผู้จำหน่ายเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์ ได้ให้ความร่วมมือในการปฏิบัติตามมาตรการที่กำหนดต่อไป

2.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1) ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้จำหน่ายเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์ ในเขตจังหวัดหนองคาย ใน 9 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมือง สังคม ศรีเชียงใหม่ โพนพิสัย ท่าบ่อ สระใคร โพนพิสัย ฝ้ายไร่ และรัตนวาปี รวมจำนวนทั้งสิ้น 4,232 คน (สำนักงานสรรพสามิตเขตพื้นที่อำเภอเมือง อำเภอศรีเชียงใหม่ : เมษายน 2554)

2.3 ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

การคำนวณขนาดตัวอย่างที่ใช้ในการสำรวจข้อมูลเพื่อประมาณค่าเฉลี่ย กรณีทราบขนาดประชากร (อรุณ จิรวัดเนกุล. 2542 : 277) ทั้งนี้เพื่อให้ได้คำตอบครอบคลุมตามวัตถุประสงค์การวิจัยดังนี้

$$n = \frac{NZ_{\alpha/2}^2 \sigma^2}{e^2(N-1) + Z_{\alpha/2}^2 \sigma^2}$$

เมื่อ

n คือ ขนาดตัวอย่าง

N คือ จำนวนประชากร คือ ผู้จำหน่ายเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์ ในเขตจังหวัดหนองคายจำนวน 4,232 คน

σ คือ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของประชากร จากการศึกษาความคิดเห็นของประชาชนกรุงเทพมหานครต่อพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 ของกลุ่มตัวอย่าง มีค่าเป็น 0.51 (พาสินี ยิ้มแฉ่ง, 2551 : ข)

e คือ ความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับให้เกิดขึ้น ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยกำหนดให้ ความคลาดเคลื่อนของค่าเฉลี่ยที่ศึกษาจาก กลุ่มตัวอย่าง แตกต่างจากค่าเฉลี่ยของประชากร เท่ากับ .05

Z สัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นมีค่าเท่ากับ 1.96 เมื่อกำหนดให้ความเชื่อมั่น 95%

$Z_{0.025}$ คือ ค่ามาตรฐานใต้โค้งปกติ ที่ระดับความ เชื่อมั่นที่ 95% ($Z_{\alpha/2}$ หรือ

$Z_{0.025}=1.96$)

เมื่อทราบค่าทุกค่าแล้วนำมาเข้าสมการเพื่อคำนวณหาค่าขนาดตัวอย่าง เพื่อนำค่าตัวอย่างที่ได้ไปเลือกกลุ่มตัวอย่างที่จะศึกษา ดังนี้

$$n = \frac{4232 \times 1.96 \times 1.96 \times 0.51 \times 0.51}{0.05 \times 0.05 (4232 - 1) + (1.96 \times 1.96 \times 0.51 \times 0.51)}$$

$$= 365.46 \approx 366$$

ดังนั้นจึง ได้กลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 366 คน

จากนั้นคำนวณจำนวนตัวอย่างในแต่ละอำเภอ = $\frac{\text{จำนวนผู้จำหน่าย} \times \text{อำเภอนั้น}}{4,232} \times 366$

2.4 การสุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเป็นระบบ (Systematic Random Sampling) มีขั้นตอน ดังนี้ (รังสรรค์ สิงห์เลิศ. 2551 : 79-80)

1) คำนวณสัดส่วนกลุ่มตัวอย่างของแต่ละอำเภอ ทั้ง 9 อำเภอ
 2) จัดเรียงบัญชีรายชื่อของผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในทุกอำเภอ จังหวัดหนองคาย ซึ่งเป็นการแบ่งประชากรออกเป็นกลุ่มย่อย โดยแบ่งสัดส่วนจำนวนตามที่คำนวณ ได้แบ่งเป็นระดับอำเภอ และตำบล

3) หาช่วงของการเลือกตัวอย่าง โดยใช้สูตร $I = N/n$
 (วินัส พิษวนิชย์. 2547 : 147)

เมื่อ I = ช่วงของการเลือกตัวอย่าง

N = จำนวนประชากรทั้งหมด

n = จำนวนขนาดตัวอย่าง

4) สุ่มตัวอย่างอย่างเพื่อหาคำแหน่งเริ่มต้น (Random start= r)

ของตัวอย่าง

5) เมื่อได้ตำแหน่งเริ่มต้นแล้วเลือกตัวอย่างโดยใช้ช่วงของการเลือกตัวอย่างที่ได้จากข้อ 3 และทำการสุ่มตัวอย่างแบบเป็นระบบต่อเนื่องในลำดับถัดไปของแต่ละอำเภอจนครบตามจำนวน และดำเนินการไปเรื่อย ๆ จนได้ขนาดตัวอย่างครบ จำนวน 366 ตัวอย่าง

ตารางที่ 5 จำนวนร้านจำหน่ายเครื่องเค็มแอลกอฮอล์แยกเป็นรายอำเภอในจังหวัดหนองคาย

ลำดับ	ชื่ออำเภอ	จำนวนร้านจำหน่าย เครื่องแอลกอฮอล์ (คน)	จำนวน กลุ่มตัวอย่าง (คน)
1	เมือง	1,196	103
2	สังคม	287	25
3	ศรีเชียงใหม่	463	40
4	โพธิ์ตาก	131	11
5	ท่าบ่อ	873	75
6	สระใคร	155	14
7	โพนพิสัย	633	55
8	เฝ้าไร่	264	23
9	รัตนวาปี	230	20
	รวม	4,232	366

2.5 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อการศึกษาในครั้งนี้ เป็นแบบสอบถาม ที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นจากการทบทวนแนวคิดทฤษฎีงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยกำหนดแบบสอบถามให้สอดคล้องกับตัวแปรแต่ละตัวในกรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา ดังนี้

1) เครื่องมือ ได้แก่ แบบสอบถาม (Questionnaire) มีทั้งหมด 9 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับคุณลักษณะส่วนบุคคล เป็นคำถามปลายเปิดให้เลือกตอบและปลายเปิดให้เติมข้อความ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา ประเภทของร้านจำหน่าย ระยะเวลาการประกอบอาชีพจำหน่ายเครื่องเค็มแอลกอฮอล์ และรายได้ต่อเดือน

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับคุณลักษณะการยอมรับการเปลี่ยนแปลง ของผู้จำหน่ายเครื่องเค็มแอลกอฮอล์ อันประกอบด้วย การยอมรับการ

เปลี่ยนแปลง การจัดการกับการเปลี่ยนแปลง ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วน
ประมาณค่า (Rating Scale) มีคำตอบให้เลือกตอบ 5 ระดับ (5, 4, 3, 2, 1)

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านจิตสาธารณะ สำหรับการ
วิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้คุณลักษณะของผู้มีจิตสาธารณะของผู้จำหน่ายเครื่องแอลกอฮอล์ ในจังหวัด
หนองคาย ได้ 4 ลักษณะด้วยกัน คือ การพัฒนาตนเองให้มีจิตสาธารณะ การมีจิตสาธารณะ
ต่อบุคคลอื่น การมีจิตสาธารณะต่อสังคม และการลงมือปฏิบัติอันมีจิตเป็นสาธารณะต่อสังคม
ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) มีคำตอบให้เลือกตอบ 5
ระดับ (5, 4, 3, 2, 1)

ส่วนที่ 4 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านการรับรู้ของผู้ของจำหน่าย
เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งการรับรู้ถือได้ว่าเป็นปัจจัยหนึ่งที่ผลต่อการกำหนดหรือแสดง
พฤติกรรมของบุคคล ซึ่งได้มีการศึกษาวิจัยใน 3 ประการด้วยกันคือ การรับรู้มาตรการ ด้าน
ความรู้สึกร่วมมาตรการ และความพร้อมที่จะปฏิบัติตามมาตรการ ลักษณะแบบสอบถามเป็น
แบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) มีคำตอบให้เลือกตอบ 5 ระดับ (5, 4, 3, 2, 1)

ส่วนที่ 5 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับค่านิยมกับเครื่องแอลกอฮอล์ในงาน
เทศกาลงานบุญต่าง ๆ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale)
มีคำตอบให้เลือกตอบ 5 ระดับ (5, 4, 3, 2, 1)

ส่วนที่ 6 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความต้องการขายสินค้าของผู้จำหน่าย
เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ อันประกอบด้วย ความเต็มใจที่จะเสนอขาย และความสามารถในการ
จัดหาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มาเสนอขายหรือให้บริการ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตรา
ส่วนประมาณค่า (Rating Scale) มีคำตอบให้เลือกตอบ 5 ระดับ (5, 4, 3, 2, 1)

ส่วนที่ 7 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการตอบสนองความต้องการของผู้ซื้อ
ของผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ อันประกอบด้วย ความต้องการของผู้ซื้อ การมีอำนาจใน
การซื้อ ความเต็มใจที่จะซื้อ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating
Scale) มีคำตอบให้เลือกตอบ 5 ระดับ (5, 4, 3, 2, 1)

ส่วนที่ 8 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการปฏิบัติตามมาตรการควบคุม
เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของผู้จำหน่าย ประกอบด้วย มาตรการควบคุมการขายเครื่องดื่ม
แอลกอฮอล์ มาตรการการจำกัดการเข้าถึงและการหาซื้อ และมาตรการควบคุมการโฆษณา

และการส่งเสริมการขาย ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scales) มีคำตอบให้เลือกตอบ 5 ระดับ (5, 4, 3, 2, 1)

ส่วนที่ 9 เป็นคำถามเกี่ยวกับ ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะในการปฏิบัติงานตามมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งเป็นคำถามปลายเปิดให้เติมข้อความให้ตอบได้โดยเสรี

2.6 ตัวแปรและการวัด

ส่วนที่ 1 คุณลักษณะส่วนบุคคล

เพศ หมายถึง คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม มีระดับการวัดเป็นนามบัญญัติ (Nominal Scale) วัดเป็น 1) ชาย 2) หญิง

อายุ หมายถึง อายุของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นปี มีระดับการวัดเป็นอัตราส่วน (Ratio Scale)

ระดับการศึกษา หมายถึง การจบการศึกษาในระดับสูงสุด ขณะทำแบบสอบถามของผู้ตอบแบบสอบถาม มีระดับการวัดเป็นนามบัญญัติ (Nominal Scale) วัดเป็น 1) ต่ำกว่าปริญญาตรี 2) ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า 3) สูงกว่าปริญญาตรี

สถานภาพสมรส หมายถึง สถานภาพสมรสของผู้ตอบแบบสอบถาม ระดับการวัดเป็นนามบัญญัติ (Nominal Scale) วัดเป็น 1) โสด 2) คู่ 3) หม้าย/หย่า/แยก

ประเภทร้านที่จำหน่าย หมายถึง 1) จำหน่ายเฉพาะเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และเครื่องดื่มที่เกี่ยวข้อง 2) ซูเปอร์มาร์เก็ต 3) ร้านขายของชำ 4) ร้านสะดวกซื้อ 5) ร้านจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม 6) สถานบริการ 7) อื่น ๆ มีระดับการวัดเป็นนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ระยะเวลาที่ประกอบอาชีพ หมายถึง ระยะเวลาที่ประกอบอาชีพขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของผู้ตอบแบบสอบถาม มีระดับการวัดเป็นอัตราส่วน (Ratio Scale)

รายได้จากการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่อเดือน หมายถึง รายได้ที่จากการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกชนิด ต่อเดือน มีระดับการวัดเป็นอัตราส่วน (Ratio Scale)

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับคุณลักษณะการยอมรับการเปลี่ยนแปลง ของผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ อันประกอบด้วย การยอมรับการเปลี่ยนแปลง การจัดการกับการเปลี่ยนแปลง ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) มีคำตอบให้เลือกตอบ 5 ระดับ (5, 4, 3, 2, 1)

คะแนน	ความหมาย
5	ปฏิบัติมากที่สุด
4	ปฏิบัติมาก
3	ปฏิบัติปานกลาง
2	ปฏิบัติน้อย
1	ปฏิบัติน้อยที่สุด

การแปลผล คะแนนระดับการยอมรับการเปลี่ยนแปลงของผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ แปลผลโดยนำมาจัดระดับ 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด ซึ่งได้จากการแบ่งช่วงคะแนนเฉลี่ย (สำเร็จ จันทรสวรรณ และสวรรณ บัวทวน. 2547 : 59)

การปฏิบัติอยู่ในระดับมากที่สุด	หมายถึง	ช่วงคะแนนเฉลี่ย	4.50 - 5.00
การปฏิบัติอยู่ในระดับมาก	หมายถึง	ช่วงคะแนนเฉลี่ย	3.50 - 4.49
การปฏิบัติอยู่ในระดับปานกลาง	หมายถึง	ช่วงคะแนนเฉลี่ย	2.50 - 3.49
การปฏิบัติอยู่ในระดับน้อย	หมายถึง	ช่วงคะแนนเฉลี่ย	1.50 - 2.49
การปฏิบัติอยู่ในระดับน้อยที่สุด	หมายถึง	ช่วงคะแนนเฉลี่ย	1.00 - 1.49

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านจิตสาธารณะ สำหรับการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้คุณลักษณะของผู้มีจิตสาธารณะของผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในจังหวัดหนองคาย ได้ 4 ลักษณะด้วยกัน คือ การพัฒนาตนเองให้มีจิตสาธารณะ การมีจิตสาธารณะต่อบุคคลอื่น การมีจิตสาธารณะต่อสังคม และการลงมือปฏิบัติอันมีจิตเป็นสาธารณะต่อสังคม ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) มีคำตอบให้เลือกตอบ 5 ระดับ (5, 4, 3, 2, 1)

คะแนน	ความหมาย
5	ปฏิบัติมากที่สุด
4	ปฏิบัติมาก
3	ปฏิบัติปานกลาง
2	ปฏิบัติน้อย
1	ปฏิบัติน้อยที่สุด

การแปลผลคะแนนระดับเกี่ยวกับปัจจัยด้านจิตสาธารณะ ได้ 4 ลักษณะด้วยกัน คือ การพัฒนาตนเองให้มีจิตสาธารณะ การมีจิตสาธารณะต่อบุคคลอื่น การมีจิตสาธารณะต่อสังคม และการลงมือปฏิบัติอันมีจิตเป็นสาธารณะ แปลผลโดยนำมาจัดระดับ 5 ระดับ คือ เห็นด้วยมากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด ซึ่งได้จากการแบ่งช่วงคะแนนเฉลี่ย (สำเร็จ จันทรสุวรรณ และสุวรรณ บัวทวน. 2547 : 59) ดังนี้

การปฏิบัติอยู่ในระดับมากที่สุด	หมายถึง	ช่วงคะแนนเฉลี่ย	4.50 - 5.00
การปฏิบัติอยู่ในระดับมาก	หมายถึง	ช่วงคะแนนเฉลี่ย	3.50 - 4.49
การปฏิบัติอยู่ในระดับปานกลาง	หมายถึง	ช่วงคะแนนเฉลี่ย	2.50 - 3.49
การปฏิบัติอยู่ในระดับน้อย	หมายถึง	ช่วงคะแนนเฉลี่ย	1.50 - 2.49
การปฏิบัติอยู่ในระดับน้อยที่สุด	หมายถึง	ช่วงคะแนนเฉลี่ย	1.00 - 1.49

ส่วนที่ 4 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับค่านิยมของผู้จำหน่ายต่อเครื่องแอลกอฮอล์ในงานเทศกาลงานบุญต่าง ๆ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) มีคำตอบให้เลือกตอบ 5 ระดับ (5, 4, 3, 2, 1)

คะแนน	ความหมาย
5	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
4	ไม่เห็นด้วย
3	เห็นด้วยปานกลาง
2	เห็นด้วยในระดับมาก
1	เห็นด้วยอย่างยิ่ง

การแปลผลคะแนนระดับค่านิยมของผู้จำหน่ายต่อเครื่องแอลกอฮอล์ในงาน เทศกาลงานบุญต่าง ๆ แปลผลโดยนำมาจัดระดับ 5 ระดับ คือ เห็นด้วยมากที่สุด เห็นด้วยใน ระดับมาก เห็นด้วยปานกลางปานกลาง ไม่เห็นด้วย และไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ซึ่งได้จากการแบ่ง ช่วงคะแนนเฉลี่ย (สำเร็จ จันทรสุวรรณ และสุวรรณ บัวทวน. 2547 : 59) ดังนี้

ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	หมายถึง	ช่วงคะแนนเฉลี่ย	4.50 - 5.00
ไม่เห็นด้วย	หมายถึง	ช่วงคะแนนเฉลี่ย	3.50 - 4.49
เห็นด้วยอยู่ในระดับปานกลาง	หมายถึง	ช่วงคะแนนเฉลี่ย	2.50 - 3.49
เห็นด้วยในระดับมาก	หมายถึง	ช่วงคะแนนเฉลี่ย	1.50 - 2.49
เห็นด้วยในระดับมากที่สุด	หมายถึง	ช่วงคะแนนเฉลี่ย	1.00 - 1.49

ส่วนที่ 5 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านการรับรู้ของผู้จำหน่าย เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งการรับรู้ถือได้ว่าเป็นปัจจัยหนึ่งที่ผลต่อการกำหนดหรือแสดง พฤติกรรมของบุคคล ซึ่งได้มีการศึกษาวิจัยใน 3 ประการด้วยกันคือ การรับรู้มาตรการ ด้านความรู้สึกต่อมาตรการ และความพร้อมที่จะปฏิบัติตามมาตรการ ลักษณะแบบสอบถาม เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) มีคำตอบให้เลือกตอบ 5 ระดับ (5, 4, 3, 2, 1)

คะแนน	ความหมาย
5	รับรู้มากที่สุด
4	รับรู้มาก
3	รับรู้ปานกลาง
2	รับรู้น้อย
1	ไม่รับรู้

การแปลผลคะแนนระดับการรับรู้มาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ประกอบด้วย การรับรู้มาตรการ ด้านความรู้สึกต่อมาตรการ และความพร้อมที่จะปฏิบัติตาม มาตรการ แปลผลโดยนำมาจัดระดับ 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด ซึ่ง ได้จากการแบ่งช่วงคะแนนเฉลี่ย (สำเร็จ จันทรสุวรรณ และสุวรรณ บัวทวน. 2547 : 59) ดังนี้

การรับอยู่ในระดับมากที่สุด	หมายถึง	ช่วงคะแนนเฉลี่ย	4.50 - 5.00
การรับอยู่ในระดับมาก	หมายถึง	ช่วงคะแนนเฉลี่ย	3.50 - 4.49
การรับอยู่ในระดับปานกลาง	หมายถึง	ช่วงคะแนนเฉลี่ย	2.50 - 3.49
การรับรู้อยู่ในระดับน้อย	หมายถึง	ช่วงคะแนนเฉลี่ย	1.50 - 2.49
การไม่รับรู้	หมายถึง	ช่วงคะแนนเฉลี่ย	1.00 - 1.49

ส่วนที่ 6 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความต้องการขายสินค้า(เครื่องดื่มแอลกอฮอล์) ของผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ อันประกอบด้วย ความเต็มใจที่จะเสนอขายและความสามารถในการจัดหาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มาเสนอขายหรือให้บริการ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) มีคำตอบให้เลือกตอบ 5 ระดับ (5, 4, 3, 2, 1)

คะแนน	ความหมาย
1	ปฏิบัติมากที่สุด
2	ปฏิบัติมาก
3	ปฏิบัติปานกลาง
4	ปฏิบัติน้อย
5	ปฏิบัติน้อยที่สุด

การแปลผลคะแนนระดับความต้องการขายสินค้า(เครื่องดื่มแอลกอฮอล์) ของผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ อันประกอบด้วย ความเต็มใจที่จะเสนอขายและความสามารถในการจัดหาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มาเสนอขายหรือให้บริการ แปลผลโดยการนำมาจัดระดับ 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด ซึ่งได้จากการแบ่งช่วงคะแนนเฉลี่ย (ตำราจริง จันทรสุวรรณ และสุวรรณ บัวทวน. 2547 : 59) ดังนี้

การปฏิบัติอยู่ในระดับมากที่สุด	หมายถึง	ช่วงคะแนนเฉลี่ย	1.00 - 1.49
การปฏิบัติอยู่ในระดับมาก	หมายถึง	ช่วงคะแนนเฉลี่ย	1.50 - 2.49
การปฏิบัติอยู่ในระดับปานกลาง	หมายถึง	ช่วงคะแนนเฉลี่ย	2.50 - 3.49
การปฏิบัติอยู่ในระดับน้อย	หมายถึง	ช่วงคะแนนเฉลี่ย	3.50 - 4.49
การปฏิบัติอยู่ในระดับน้อยที่สุด	หมายถึง	ช่วงคะแนนเฉลี่ย	4.50 - 5.00

ส่วนที่ 7 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการตอบสนองความต้องการของผู้ซื้อของผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ อันประกอบด้วย ความต้องการของผู้ซื้อ การมีอำนาจในการซื้อ ความเต็มใจที่จะซื้อ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) มีคำตอบให้เลือกตอบ 5 ระดับ (5, 4, 3, 2, 1)

คะแนน	ความหมาย
1	ปฏิบัติมากที่สุด
2	ปฏิบัติมาก
3	ปฏิบัติปานกลาง
4	ปฏิบัติน้อย
5	ปฏิบัติน้อยที่สุด

การแปลผลคะแนนระดับปัจจัยเกี่ยวกับการตอบสนองความต้องการของผู้ซื้อของผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ อันประกอบด้วย ความต้องการของผู้ซื้อ การมีอำนาจในการซื้อ ความเต็มใจที่จะซื้อ แปลผลโดยนำมาจัดระดับ 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด ซึ่งได้จากการแบ่งช่วงคะแนนเฉลี่ย (สำเร็จ จันทรสุวรรณ และสุวรรณ บัวทวน, 2547: 59) ดังนี้

การปฏิบัติอยู่ในระดับมากที่สุด	หมายถึง	ช่วงคะแนนเฉลี่ย	4.50 - 5.00
การปฏิบัติอยู่ในระดับมาก	หมายถึง	ช่วงคะแนนเฉลี่ย	3.50 - 4.49
การปฏิบัติอยู่ในระดับปานกลาง	หมายถึง	ช่วงคะแนนเฉลี่ย	2.50 - 3.49
การปฏิบัติอยู่ในระดับน้อย	หมายถึง	ช่วงคะแนนเฉลี่ย	1.50 - 2.49
การปฏิบัติอยู่ในระดับน้อยที่สุด	หมายถึง	ช่วงคะแนนเฉลี่ย	1.00 - 1.49

ส่วนที่ 8 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการปฏิบัติตามมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของผู้จำหน่าย ประกอบด้วย มาตรการควบคุมการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มาตรการการจำกัดการเข้าถึงและการหาซื้อ และมาตรการควบคุมการโฆษณาและการส่งเสริมการขาย ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scales) มีคำตอบให้เลือกตอบ 5 ระดับ (5, 4, 3, 2, 1)

คำถามเชิงบวก		คำถามเชิงลบ	
คะแนน	ความหมาย	คะแนน	ความหมาย
5	ปฏิบัติมากที่สุด	1	ปฏิบัติมากที่สุด
4	ปฏิบัติมาก	2	ปฏิบัติมาก
3	ปฏิบัติปานกลาง	3	ปฏิบัติปานกลาง
2	ปฏิบัติน้อย	4	ปฏิบัติน้อย
1	ปฏิบัติน้อยที่สุด	5	ปฏิบัติน้อยที่สุด

การแปลผล คะแนนระดับการปฏิบัติตามมาตรการควบคุมการขาย มาตรการการจำกัดการเข้าถึงและการหาซื้อ มาตรการควบคุมการโฆษณาและการส่งเสริมการขาย แปลผลโดยนำมาจัดระดับ 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด ซึ่งได้จากการแบ่งช่วงคะแนนเฉลี่ย (สำเร็จ จันทรสวรรณ และสุวรรณ บัวทวน, 2547 : 59) ดังนี้

การปฏิบัติ	คำถามเชิงบวก	คำถามเชิงลบ
		ช่วงคะแนนเฉลี่ย
การปฏิบัติอยู่ในระดับมากที่สุด	หมายถึง	ช่วงคะแนนเฉลี่ย
	4.50 - 5.00	1.00 - 1.49
การปฏิบัติอยู่ในระดับมาก	หมายถึง	1.50 - 2.49
	3.50 - 4.49	2.50 - 3.49
การปฏิบัติอยู่ในระดับปานกลาง	หมายถึง	3.50 - 4.49
	2.50 - 3.49	4.50 - 5.00
การปฏิบัติอยู่ในระดับน้อย	หมายถึง	
	1.50 - 2.49	
การปฏิบัติอยู่ในระดับน้อยที่สุด	หมายถึง	
	1.00 - 1.49	

2.7 วิธีในการสร้างเครื่องมือ

การวิจัยในระยะที่ 1 ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล ซึ่งการสร้างเครื่องมือดังกล่าวมีรายละเอียด ดังนี้

2.7.1 ศึกษาทบทวนทฤษฎี แนวคิดที่เกี่ยวกับการบ่งชี้ต่าง ๆ ที่มีผลต่อการปฏิบัติ ตามมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของผู้จำหน่าย จังหวัดหนองคาย อันได้แก่ ตัวแปร ที่ได้จากการศึกษาเอกสารวิชาการ ผู้เชี่ยวชาญ จากการศึกษาคุณภาพ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.7.2 สร้างแบบสอบถามตามรูปแบบเนื้อหาที่ได้ศึกษาไว้ พร้อมตรวจสอบความ ถูกต้องของการใช้ภาษาเบื้องต้น โดยผู้วิจัย

2.8 การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

เมื่อสร้างแบบสอบถามเสร็จได้นำไปตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือตามขั้นตอนดังนี้

2.8.1 การตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา (Content Validity) โดยผู้วิจัยนำ

แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ที่สร้างเสร็จเรียบร้อยแล้วเสนออาจารย์ที่ปรึกษา การศึกษาวิจัย เพื่อตรวจสอบความถูกต้อง ความตรงตามเนื้อหา ความครอบคลุมตาม วัตถุประสงค์ ความเหมาะสมด้านภาษา รวมทั้งเกณฑ์การให้คะแนนและการแปลความหมาย ของคะแนน จากนั้นนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ที่ได้รับการแต่งตั้งได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญ ภาษา ผู้เชี่ยวชาญด้านกระบวนการวิจัยและสถิติ และผู้เชี่ยวชาญด้านที่ทำการศึกษาวิจัย เพื่อ ได้ตรวจสอบโดยใช้ค่าดัชนี IOC (Index of Item Objective Congruence) (ริงสรรงค์ สิงห์เลิศ, 2551: 141-142) ซึ่งควรมีค่าดัชนีตั้งแต่ 0.50 – 1.00 พร้อมทั้งให้ข้อเสนอแนะ ได้แก่

- 1) น.พ.เด่นชัย ศรีกิจ ตำแหน่ง นายแพทย์สาธารณสุขจังหวัดหนองคาย
วุฒิการศึกษาแพทยศาสตรบัณฑิต เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการวัดและประเมินผล
- 2) พล.ต.ต.ฉลอง ภาคภิญโญ ผู้บังคับการตำรวจภูธรจังหวัดหนองคาย
วุฒิการศึกษารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาและภาษากาวิจัย
- 3) นายนิรุจน์ อุทธา ตำแหน่ง ประธานเครือข่ายองค์กรงดเหล้าอีสานตอนบน
วุฒิการศึกษาระดับปริญญาตรีบัณฑิต สาขาการบริหารการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ เป็นผู้เชี่ยวชาญ ด้านเนื้อหา ภาษา สถิติ และการประเมินผล

โดยผู้เชี่ยวชาญแต่ละท่านพิจารณาลงความเห็นและให้คะแนน ดังนี้

+ 1 เมื่อแน่ใจว่า ข้อคำถามนั้นเป็นตัวแทนลักษณะเฉพาะกลุ่ม
พฤติกรรมนั้น

0 เมื่อไม่แน่ใจว่า ข้อคำถามนั้นเป็นตัวแทนลักษณะเฉพาะกลุ่ม
พฤติกรรมนั้นหรือไม่

- 1 เมื่อแน่ใจว่า ข้อคำถามไม่เป็นตัวแทนลักษณะเฉพาะกลุ่ม
พฤติกรรมนั้น

$$\text{สูตร} \quad \text{IOC} = \frac{\sum R}{N}$$

เมื่อ IOC หมายถึง ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับลักษณะ
พฤติกรรม

$\sum R$ หมายถึง ผลรวมของคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญเนื้อหา
ทั้งหมด

N หมายถึง จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

ตัวอย่างข้อคำถาม ข้าพเจ้ามอบหมายงานให้ผู้ร่วมงานได้อย่างเหมาะสม
ตามความรู้ความสามารถของแต่ละคน

ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 1 + 1 เมื่อแน่ใจว่า ข้อคำถามนั้นเป็นตัวแทนลักษณะเฉพาะ
กลุ่มพฤติกรรมนั้น

ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 2 + 1 เมื่อแน่ใจว่า ข้อคำถามนั้นเป็นตัวแทนลักษณะเฉพาะ
กลุ่มพฤติกรรมนั้น

ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 3 + 1 เมื่อแน่ใจว่า ข้อคำถามนั้นเป็นตัวแทนลักษณะเฉพาะ
กลุ่มพฤติกรรมนั้น

แทนค่าจากสูตร กรณีผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน มีความเห็นตรงกันว่า ให้ข้อ
คำถาม เป็นตัวแทนของลักษณะพฤติกรรม

$$\text{IOC} = \frac{3}{3} = 1$$

จากตัวอย่าง สามารถคำนวณค่า IOC ของข้อคำถามมีค่าเท่ากับ 1 ซึ่งผู้วิจัย
ได้แสดงค่าข้อคำถามที่ผ่านการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญซึ่งควรมีค่าดัชนีตั้งแต่ 0.67 – 1.00 ซึ่ง

ได้แสดงไว้ในภาคผนวก จากนั้นคัดเลือกข้อคำถามที่มีค่าดัชนี IOC มากกว่า 0.67 เพื่อนำเอาเครื่องมือไปทดลองใช้ (Try-Out) กับ เจ้าของร้านจำหน่ายเครื่องคั้มแอลกอฮอล์ จำนวน 30 คน ในอำเภอโพธาราม ซึ่งไม่ได้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย

2.8.2 วิเคราะห์ข้อคำถามรายข้อ (Item Analysis) โดยหาค่าสัมพันธระหว่างคะแนนรายข้อกับคะแนนรวมของแบบสอบถามด้านนั้น (Item-Total Correlation) คุณภาพรายข้อพิจารณาที่ Item-Total Correlation (r) โดยข้อคำถามรายข้อมีคุณภาพเมื่อ r ควรมีค่า 0.20 – 1.00 แต่ไม่ควรต่ำกว่า 0.20 (รังสรรค์ สิงห์เลิศ, 2551 : 146) ซึ่งจากผลการวิเคราะห์ข้อคำถามรายข้อพบว่าคำถามทั้ง 105 ข้อ มีค่า r ตั้งแต่ .2554 - .6734 ผ่านเกณฑ์ที่กำหนด (ภาคผนวก)

2.8.3 การตรวจสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability) นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบแก้ไขและปรับปรุง โดยคณะกรรมการที่ปรึกษาและผู้ทรงคุณวุฒิไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับประชากรในการวิจัย จำนวน 30 ราย ที่อำเภอโพธาราม จังหวัดหนองคาย แล้วนำมาคำนวณเพื่อวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นเที่ยงของแบบสอบถาม โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาช (Cronbrach's Alpha Coefficient) มีค่าความเที่ยงเท่ากับ .9648 ซึ่งถือว่ามีความเที่ยงที่ยอมรับได้ (รังสรรค์ สิงห์เลิศ , 2551 : 143)

2.9 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ดำเนินการระหว่างเดือนพฤศจิกายน 2554

2.9.1 ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปติดต่อประสานงานกับเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานวิชาการระดับอำเภอ หรือรับผิดชอบงานควบคุมเครื่องคั้มแอลกอฮอล์ทุกอำเภอ ในจังหวัดหนองคาย เพื่อให้เป็นผู้ประสานงานในการเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างพร้อมทั้งชี้แจงวัตถุประสงค์ของการวิจัยและมอบแบบสอบถามเพื่อส่งให้กลุ่มตัวอย่าง รวมทั้งนัดหมายวันเวลาในการขอรับแบบสอบถามคืนภายใน 20 วัน

2.9.2 เมื่อครบกำหนดแล้ว ผู้วิจัยประสานผู้รับผิดชอบงานระดับอำเภอ แล้วไปเก็บรวบรวมแบบสอบถามด้วยตนเอง จากเจ้าหน้าที่ผู้ประสานงานทุกอำเภอในจังหวัดหนองคาย ให้ได้แบบสอบถามครบ ตามจำนวนตัวอย่าง

2.10 การตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล

2.10.1 ข้อมูลเชิงปริมาณ

- 1) นำแบบสอบถามที่ได้มาตรวจสอบความครบถ้วนสมบูรณ์ และความน่าเชื่อถือของข้อมูล
- 2) เมื่อตรวจสอบข้อมูลเรียบร้อยแล้วนำข้อมูลที่ได้มาลงรหัส
- 3) ควบคุมคุณภาพของการบันทึกข้อมูล โดยทำการบันทึก 2 ครั้ง จัดเก็บข้อมูลเป็นข้อมูล 2 แฟ้ม จากนั้นทำการตรวจสอบความถูกต้องของการบันทึกข้อมูล ด้วยการนำข้อมูลทั้ง 2 แฟ้มมาทำการ Validate Data ด้วยโปรแกรม ไมโครซอฟท์เอ็กเซล ตรวจสอบความเป็นไปได้ และความสอดคล้องของข้อมูล หากพบข้อผิดพลาด เช่น พบข้อมูลที่ไม่มีในแบบสอบถาม หรือพบค่าของข้อมูลที่ไม่น่าจะเป็นไปได้ ก็ดำเนินการแก้ไขโดยตรวจสอบกับแบบสอบถามให้ข้อมูลมีความถูกต้องสมบูรณ์
- 4) ทดสอบการแจกแจงข้อมูลทางสถิติ (Normality) ตามข้อกำหนดทางสถิติวิเคราะห์ (Assumption)
- 5) จากนั้นนำไปวิเคราะห์ประมวลผลโดยใช้คอมพิวเตอร์ โปรแกรมสำเร็จรูป

2.11 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

2.11.1 ข้อมูลเชิงปริมาณ

1) สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

- 1.1) คุณลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้ ประสบการณ์ที่ปฏิบัติงาน ใช้สถิติการแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าต่ำสุด (Minimum) และค่าสูงสุด (Maximum) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic Mean) ค่ามัธยฐาน (Median) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
- 1.2) ระดับการยอมรับการเปลี่ยนแปลง การมีจิตสาธารณะ ระดับค่านิยมเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กับงานเทศกาลบุญต่าง ๆ ระดับการรับรู้มาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การต้องการขายสินค้า การตอบสนองความต้องการของผู้ซื้อ และระดับการปฏิบัติตามมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของผู้จำหน่าย จังหวัดหนองคาย ใช้สถิติ ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

1.3) ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะในการการปฏิบัติตาม
มาตรการควบคุมเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์ของผู้จำหน่าย จังหวัดหนองคาย โดยวิธีพรรณนาการ
แจกแจงความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage)

2.11.2 สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

ใช้สถิติ สมการเชิงโครงสร้าง (Structural Equation Model) โดยใช้
โปรแกรม Lisrel for Windows (Joreskog, Karl G. & Sorbom, 1998 : 70 อ้างถึงใน ฉัตรศิริ ปิยะ
พิมลสิทธิ์. 2543) เพื่ออธิบายอิทธิพลเส้นทาง (Path Analysis) หรือปัจจัยเชิงสาเหตุสมการเชิง
เส้นอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่าง ๆ ของตัวแปรต้น และตัวแปรต้นกลางที่ส่งผลทั้ง
โดยตรงและโดยอ้อมต่อตัวแปรตาม โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 (Level of
Significance .05)

3. ระยะที่ 2 การสร้างรูปแบบการส่งเสริมการปฏิบัติตามมาตรการควบคุมเครื่องดื่มน้ำ
แอลกอฮอล์ของผู้จำหน่ายที่เหมาะสม ร่วมกับผู้เชี่ยวชาญ และตัวแทน
กลุ่มเป้าหมาย

3.1 กลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมายในการศึกษาวิจัยระยะที่ 2 ประกอบด้วย นายแพทย์สาธารณสุข
จังหวัดหนองคายหรือผู้แทน ผู้รับผิดชอบงานควบคุมเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์ในระดับจังหวัด
และระดับอำเภอทุกแห่ง (สำนักงานสาธารณสุขอำเภอและโรงพยาบาลชุมชน) ตัวแทนจาก
สำนักงานสรรพสามิตเขตพื้นที่อำเภอเมือง และอำเภอศรีเชียงใหม่ ปกครองอำเภอทุกแห่ง
และตัวแทนจากสถานีตำรวจภูธรทุกแห่งในจังหวัดหนองคาย ใช้การเลือกแบบเฉพาะเจาะจง
จำนวน 50 คน

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในระยะที่ 2 คือ แนวทางในการพัฒนารูปแบบ
ส่งเสริมการปฏิบัติตามมาตรการควบคุมเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์ของผู้จำหน่าย ที่ผู้วิจัยได้นำผล
จากการศึกษาวิจัยในระยะที่ 1 มาสร้างขึ้นเป็นร่างรูปแบบเพื่อใช้ในการพิจารณาในการประชุม
เชิงปฏิบัติการ (Workshop) เพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญ นักวิชาการ พนักงานเจ้าหน้าที่ฝ่ายต่าง ๆ ที่

เกี่ยวข้อง ได้วิพากษ์รูปแบบการส่งเสริมการปฏิบัติตามมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
ของผู้จำหน่าย จังหวัดหนองคาย

3.3 การวิเคราะห์ข้อมูลและการสร้างรูปแบบการพัฒนา

การวิเคราะห์ข้อมูลการศึกษาวิจัยในระยะที่ 2 ผู้วิจัยได้ใช้แนวทางการวิเคราะห์
ข้อมูลเชิงคุณภาพ (ชาย โภชิตตา, 2552 : 359) มีขั้นตอนดังนี้

3.3.1 นำผลการวิเคราะห์ข้อมูล และข้อเสนอแนะที่ได้จากการถอดข้อความใน
การศึกษาวิจัยในระยะที่ 1 นำมาจัดกลุ่ม (Grouping) สร้างเป็นร่างรูปแบบส่งเสริมการปฏิบัติ
ตามมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของผู้จำหน่าย ใช้เป็นร่างในการพิจารณา

3.3.2 จัดการประชุมปฏิบัติการ (Workshop) โดยการนำรูปแบบส่งเสริมการปฏิบัติ
ตามมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ผู้วิจัยจัดทำขึ้น มานำเสนอที่ประชุมเชิงปฏิบัติการ
(Workshops) โดยเน้นกับกลุ่มที่มีส่วนเกี่ยวข้อง (Stakeholders) ที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย ใช้เวลาใน
การจัดประชุมเชิงปฏิบัติการ 1 วัน ในการประชุมเชิงปฏิบัติการร่วมกันวิพากษ์รูปแบบส่งเสริม
การปฏิบัติตามมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้น และนำเสนอข้อ
วิพากษ์และข้อเสนอแนะในการประชุมกลุ่มย่อย (Focus Groups) ของตัวเองมาสรุปและ
อภิปรายผลทั้งหมดในที่ประชุมใหญ่ร่วมกันพิจารณา (Brain Storming) และนำผลการเสนอแนะ
มาปรับปรุงเป็นรูปแบบส่งเสริมการปฏิบัติตามมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของผู้
จำหน่ายให้สมบูรณ์ขึ้น

3.3.3 นำรูปแบบส่งเสริมการปฏิบัติตามมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
ของผู้จำหน่ายที่ได้จากการประชุมปฏิบัติการ (Workshop) ที่ได้ปรับปรุงแล้ว นำเสนอให้
ผู้เชี่ยวชาญประเมินรูปแบบเลือกกิจกรรม ด้วยการให้คะแนนความเหมาะสม 5 ระดับ คือ
เห็นด้วยอย่างยิ่ง(5) เห็นด้วย(4) ไม่แน่ใจ(3) ไม่เห็นด้วย(2) ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง(1) และเลือก
รูปแบบกิจกรรมที่มีค่าคะแนนความเห็นชอบตั้งแต่ 3.51-5.00 และพัฒนาปรับปรุงรูปแบบตาม
ข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญให้สมบูรณ์ ก่อนที่จะนำไปทดลองใช้ในการวิจัยระยะที่ 3 ต่อไป

4. ระยะที่ 3 การประเมินผลของรูปแบบการส่งเสริมการปฏิบัติตามมาตรการควบคุม เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของผู้จำหน่าย

4.1 กลุ่มทดลอง

กลุ่มทดลองที่ใช้ในการศึกษาวิจัยระยะที่ 3 คือ ผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในเขตอำเภอรัตนวาปี จังหวัดหนองคาย จำนวน 50 คน โดยแบ่งเป็นตำบลละ 10 คน ที่มีความประสงค์เข้าร่วมการทดลอง และมีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไว้จำหน่ายมากกว่า 3 ชนิด และเป็นพื้นที่ที่ผู้วิจัยปฏิบัติงาน ทำให้สะดวกต่อการเก็บข้อมูลและการเฝ้าสังเกต

4.2 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

4.2.1 ตัวแปรอิสระ คือ รูปแบบการส่งเสริมการปฏิบัติตามมาตรการควบคุม เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของผู้จำหน่าย

4.2.2 ตัวแปรตาม คือ การปฏิบัติตามมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของผู้จำหน่าย และตัวแปรอิสระในการวิจัยระยะที่ 1 ที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

4.3.1 แบบทดสอบก่อนการทดลองและหลังการทดลอง

4.3.2 ผลการปฏิบัติตามมาตรการจริง

4.4 วิธีการดำเนินการ

การดำเนินการประเมินรูปแบบส่งเสริมการปฏิบัติตามมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของผู้จำหน่าย ในขั้นตอนนี้ใช้การวิจัยแบบกึ่งทดลอง (Quasi Experimental Design) โดยมีแบบแผนการวิจัยแบบ One – Group Pretest – Posttest Design (สำเร็จ จันทรสุวรรณ และสุวรรณ บัวทวน. 2547 : 107) ซึ่งมีแบบแผนการวิจัยดังนี้

	O1----- X ----- O2
เมื่อ	O1 แทน การทดสอบก่อนการทดลอง
	X แทน การทำการทดลอง
	O2 แทน การทดสอบหลังการทดลอง

โดยมีขั้นตอนในการดำเนินการ ดังนี้

4.4.1 เลือกกลุ่มทดลองในการดำเนินการทดลองรูปแบบส่งเสริมการปฏิบัติตามมาตรการควบคุมเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์ของผู้จำหน่าย โดยการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) คือ ผู้จำหน่ายเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์ในอำเภอรัตนวาปี จังหวัดหนองคาย

4.4.2 ดำเนินการเก็บข้อมูลก่อนทดลองกับกลุ่มทดลอง เป็น Pretest

4.4.3 ใช้รูปแบบส่งเสริมการปฏิบัติตามมาตรการควบคุมเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์ของผู้จำหน่าย ในกลุ่มทดลอง

4.4.4 ดำเนินการเก็บข้อมูลหลังทดลองกับกลุ่มทดลอง เป็น Posttest

4.4.5 วิเคราะห์ข้อมูลแล้วสรุปผลการทดลอง

4.5 การประเมินผลรูปแบบ

การประเมินรูปแบบส่งเสริมการปฏิบัติตามมาตรการควบคุมเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์ของผู้จำหน่าย จังหวัดหนองคาย เป็นการศึกษาวิจัยในระยะที่ 3 เป็นการนำรูปแบบส่งเสริมการปฏิบัติตามมาตรการควบคุมเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์ของผู้จำหน่ายที่ปรับปรุงแล้วทดลองใช้กับกลุ่มทดลองได้แก่ ผู้จำหน่ายเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์ในเขตอำเภอรัตนวาปี จังหวัดหนองคาย เป็นการประเมินก่อนและหลังทดลอง (Pretest & Posttest) กำหนดระยะห่าง 3 เดือน และนำผลการทดลองมาวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อตอบวัตถุประสงค์การศึกษาวิจัยในระยะที่ 3 ด้วย การวิเคราะห์ความแปรปรวนหลายตัวแปรตามแบบวัดซ้ำ (Repeated Measures Multivariate Analysis of Variance : Repeated Measures MANOVA)

5. กระบวนการวิจัยรูปแบบการส่งเสริมการปฏิบัติตามมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ของผู้จำหน่ายในจังหวัดหนองคาย

ระยะที่ 1 การวิจัย

ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการปฏิบัติตามมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของผู้จำหน่าย
ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย
ตัวแปรอิสระ 1.การยอมรับการเปลี่ยนแปลง 2.ปัจจัยด้านจิตสาธารณะ 3.สำนึกเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในงานเทศกาลบุญ
ตัวแปรต้นกลาง ได้แก่ 1.การรับรู้ 2.ความต้องการขาสินค้า 3.การตอบสนองความต้องการของผู้ซื้อ
ตัวแปรตาม ได้แก่ การปฏิบัติตามมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เจ้าของร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในจังหวัดหนองคาย จำนวน 366 คน
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม
การวิเคราะห์ข้อมูล การวิเคราะห์เชิงพรรณนา เพื่ออธิบายข้อมูลทั่วไป
สถิติที่ใช้ ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ร้อยละ ความถี่ และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
สถิติวิเคราะห์ ทดสอบสมมติฐานในการวิจัยใช้ การวิเคราะห์สมการ โครงสร้างเชิงเส้น (Structural Equation Model) เพื่ออธิบายอิทธิพล
ของปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติตามมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ของผู้จำหน่ายในจังหวัดหนองคาย โดยกำหนด
ระดับนัยสำคัญทางสถิติ ที่ .05 (Level of Significance .05)

การสร้างรูปแบบการส่งเสริมการปฏิบัติตามมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
กลุ่มเป้าหมาย คือ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง (Stakeholders) ได้แก่ เจ้าหน้าที่จาก สสจ., สสอ. รพช.
สนง.สรรพสามิต สถานีตำรวจ ตัวแทนผู้จำหน่าย จำนวน 50 คน
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ การนำผลจากการวิจัยระยะที่ 1 มาสร้างรูปแบบการส่งเสริม
การปฏิบัติตามมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เพื่อใช้เป็นคู่มือในการพิจารณา
การรวบรวมข้อมูล ใช้การประชุมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) และการประชุมกลุ่มย่อย (Focus
Groups) และใช้การระดมการระดมสมอง (Brain Storming)

ระยะที่ 2 การพัฒนา

การทดลองใช้รูปแบบการส่งเสริมการปฏิบัติตามมาตรการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
กลุ่มเป้าหมาย (Target Groups) ได้แก่ เจ้าของร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในอำเภอรัตนวาปี
จังหวัดหนองคาย จำนวน 50 คน
การรวบรวมข้อมูล การวิจัยระยะที่ 3 ใช้รูปแบบการพัฒนาที่สร้างขึ้นในระยะที่ 2 ทดลองใช้กับกลุ่ม
ทดลอง ประมาณ 2 เดือน และการเก็บข้อมูล 3 ระยะ ดังนี้
ระยะที่ 1 ก่อนทดลอง รวบรวมข้อมูลจากกลุ่มทดลองก่อนทดลอง (Pretest)
ระยะที่ 2 ขณะทดลอง การรวบรวมข้อมูลและใช้การสังเกต
ระยะที่ 3 หลังทดลอง รวบรวมข้อมูลจากกลุ่มทดลองหลังทดลอง (Posttest)
และเปรียบเทียบข้อมูลก่อนหลังการทดลองด้วย MANOVA (Repeated Measure Multivariate Analysis
of Variance : Repeated Measure MANOVA)

ระยะที่ 3 การวิจัยและพัฒนา

แผนภาพที่ 6 แสดงขั้นตอนการวิจัยทั้ง 3 ระยะ