

ชื่อเรื่องวิทยานิพนธ์ การรณรงค์อย่างมีส่วนร่วมของสหกรณ์การเกษตรไชยปราการ จำกัด เพื่อส่งเสริมการบริโภคนม

ชื่อผู้เขียน นางสาวกมลสร ลีสมมุติ

วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต(เกษตรศาสตร์) สาขาวิชาส่งเสริมการเกษตร

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

รองศาสตราจารย์ ดร.นรินทร์ชัย พัฒนพงศา	ประธานกรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อวารณ์ โอภาสพัฒนกิจ	กรรมการ
รองศาสตราจารย์ ดร.พิชิต ธานี	กรรมการ
รองศาสตราจารย์คุณหญิง ล้ำปาง	กรรมการ

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเปรียบเทียบความรู้ ทักษะ และ การปฏิบัติของผู้บริโภคนมในอำเภอไชยปราการก่อนและหลังการรณรงค์ โดยศึกษาจาก ประชาชนผู้บริโภคนมในอำเภอไชยปราการ จังหวัดเชียงใหม่ มีทั้งสิ้น 4 ตำบล คือ ตำบลศรีดงเย็น ตำบลหนองบัว ตำบลปงดำ ตำบลแม่ทะลบ รวมทั้งหมด 140 คน รวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามปลายเปิด และปลายปิด สอบถามก่อนและหลังดำเนินกิจกรรมการรณรงค์ โดยในการรณรงค์ใช้สื่อรวม 3 ชนิด คือ 1) โปสเตอร์ 2) spot บทความและละครสั้นผ่านเสียงตามสายในหมู่บ้าน 3) การจัดกิจกรรมรณรงค์ในโรงเรียนมัธยม โดยมีครูเป็นสื่อกลางในการรณรงค์ แล้วนำข้อมูลที่ได้อาวิเคราะห์ผลทางสถิติโดยนำเสนอข้อมูลด้วยค่าร้อยละ, ค่าสูงสุด, ค่าต่ำสุด, ค่าเฉลี่ย, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้ค่าทดสอบที (t - test) และค่า Chi-square วิเคราะห์ความแตกต่างด้านความรู้ ทักษะ และ การปฏิบัติ ก่อนและหลังการดำเนินกิจกรรมการรณรงค์

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบระหว่างความรู้ ทักษะคิด และการปฏิบัติของบุคคลที่งานวิจัยนี้ได้เข้าศึกษาทั้งก่อนและหลังการดำเนินกิจกรรมการรณรงค์ ซึ่งพิจารณาความรู้ที่รณรงค์ผ่านสื่อที่ใช้ในการวิจัยรวม 7 คำถาม, ทักษะคิด 6 คำถาม และการปฏิบัติ 3 คำถาม โดยจัดกลุ่มบุคคลที่ศึกษาออกเป็นกลุ่มวัยรุ่น (อายุต่ำกว่า 20 ปี), ผู้ใหญ่ (อายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป), เพศชาย, เพศหญิง, ระดับการศึกษาชั้นประถมศึกษาและต่ำกว่า และระดับการศึกษาชั้นมัธยมศึกษาและสูงกว่า พบว่า บุคคลที่ศึกษาทั้ง 6 กลุ่มข้างต้นมีการเปลี่ยนแปลงความรู้ ทักษะคิด และการปฏิบัติหลังรณรงค์ โดยกลุ่มวัยรุ่นมีการเปลี่ยนแปลงความรู้มากกว่าผู้ใหญ่ ส่วนด้านทักษะคิดและการปฏิบัติผู้ใหญ่มีการเปลี่ยนแปลงมากกว่า, เพศหญิงมีการเปลี่ยนแปลงความรู้ และทักษะคิดหลังการรณรงค์มากกว่าเพศชาย ส่วนด้านการปฏิบัติมีการเปลี่ยนแปลงเท่ากัน แต่กลุ่มที่จบชั้นประถมศึกษาและต่ำกว่า กับกลุ่มที่จบชั้นมัธยมศึกษาและสูงกว่า การเปลี่ยนแปลงความรู้ และทักษะคิดหลังการรณรงค์ไม่แตกต่างกัน ส่วนด้านการปฏิบัติกลุ่มที่มีระดับการศึกษาชั้นประถมศึกษาและต่ำกว่ามีการเปลี่ยนแปลงมากกว่ากลุ่มที่มีระดับการศึกษาชั้นมัธยมศึกษาและสูงกว่า

การรณรงค์ผ่านสื่อ 3 ชนิดที่ใช้ในการวิจัยมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงความรู้ ทักษะคิด และการปฏิบัติของบุคคลที่ศึกษาหลังการรณรงค์ จะเห็น ได้ชัดเจนจากกลุ่มเพศหญิง ซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงความรู้ และทักษะคิดมากกว่าเพศชาย

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัยครั้งนี้ คือ 1) ในการรณรงค์เกี่ยวกับการบริโภคนม สหกรณ์การเกษตรไชยปราการ จำกัด ควรให้ความสนใจกับการรณรงค์ในเพศหญิง เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วต่อไปในอนาคต 2) ในการรณรงค์เกี่ยวกับการบริโภคนมเพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านการปฏิบัติ สหกรณ์การเกษตรไชยปราการ จำกัดควรเน้นการรณรงค์กับผู้ใหญ่

<b>Thesis Title</b>	Participatory Campaigning of Chai Prakan Agricultural Cooperatives to Promote Milk Consumption		
<b>Author</b>	Miss Kamonsorn Limsommut		
<b>M.S. (Agriculture)</b>	Agricultural Extension		
<b>Examining Committee</b>			
	Assoc. Prof. Dr. Narinchai	Patanapongsa	Chairman
	Asst. Prof. Dr. Avorn	Opatpatanakit	Member
	Assoc. Prof. Dr. Pichit	Thani	Member
	Assoc. Prof. Dusdee	Nalampang	Member

### Abstract

The objective of this research was to compare knowledge, attitudes and practice of the milk consumers in Chai Prakan district before and after the campaign. The samples were drawn from 140 milk consumers in Chai Prakan district, Chiang Mai province. In the campaign, the medias used were poster, radio spot and special event in school. Statistic used were percentage, maximum, minimum, mean, standard deviation, t-test and Chi-square.

From 7 knowledge questions, 6 attitudes questions and 3 practice questions. That the campaign aim to solves, it was found that knowledge, attitudes and practice have changed after campaign. And the study also found that teenagers (20 years old lower) haved change their knowledge more than adults (20 years old up) While attitudes and practice of adults have changed more than their counterpart. Female have changed in

knowledge and attitudes more than male. But knowledge and attitudes of those which earn education attainment have not difference.

From the research results make the researcher come up with the following suggestions : 1) When campaign about milk consumption in Chai Prakan district, Chai Prakan Agricultural Cooperatives should take interested in female because it easy to change. 2) Chai Prakan Agricultural Cooperatives should take interested in adults when campaign about milk consumption.

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Chiang Mai University