

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ การเปิดรับ การใช้และความพึงพอใจในสื่อรณรงค์ป้องกัน  
โรคไข้เลือดออกของประชาชน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ผู้เขียน นางสาวกัญญนันท์ กรรณกุลศรีชัย

ปริญญา ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (การสื่อสารศึกษา)

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ  
รองศาสตราจารย์ภูยาชีพ ยอดมิ่ง

### บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระหัวข้อ การเปิดรับ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจในสื่อรณรงค์ป้องกันโรคไข้เลือดออกของประชาชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจความรู้เกี่ยวกับโรคไข้เลือดออก และสำรวจพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจในการเปิดรับสื่อรณรงค์ป้องกันโรคไข้เลือดออกของประชาชนอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

การศึกษานี้ได้รวบรวมข้อมูลด้วยการเก็บแบบสอบถาม จากประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวนทั้งสิ้น 400 ราย นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์โดยใช้สถิติ ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Means) และใช้สถิติอ้างอิง (Inferential Statistics) ได้แก่ ค่าทดสอบค่าแจกแจงแบบที (T-Test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) และเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีเชฟเฟ (Scheffe) ผลการศึกษาพบว่า

การเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อรณรงค์ป้องกันโรคไข้เลือดออก พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามได้รับความรู้จากสื่อมวลชนมากที่สุด จำแนกเป็น สื่อโทรทัศน์ได้แก่ สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ สื่อกระจายเสียงได้แก่ วิทยุกระจายเสียง/วิทยุชุมชน สื่อสิ่งพิมพ์ได้แก่ แผ่นพับ สื่อบุคคลได้แก่ เจ้าหน้าที่สาธารณสุข/อสม. สื่ออินเทอร์เน็ตได้แก่ เว็บไซต์ ซึ่งมีความถี่ในการเปิดรับสื่อรณรงค์ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยเปิดรับสื่อบุคคลบ่อยที่สุด ทั้งนี้ เมื่อพบสื่อรณรงค์โรคไข้เลือดออกส่วนใหญ่ ดู/ฟัง/อ่าน เป็นบางครั้ง และหลังจากเปิดรับข่าวสารการรณรงค์แล้วผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความสนใจเท่าเดิม โดยให้เหตุผลในการเปิดรับข่าวสารว่าเพื่อตอบสนองในสิ่งที่อยากรู้เกี่ยวกับโรคไข้เลือดออก

เมื่อสำรวจความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากสื่อรณรงค์ป้องกันโรคไข้เลือดออกของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า มีระดับความคิดเห็นต่อความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากสื่อรณรงค์ป้องกันโรคไข้เลือดออกในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับดังนี้ ความพึงพอใจต่อวิธีการนำเสนอสื่อรณรงค์ป้องกันโรคไข้เลือดออก รองลงมาคือ ความพึงพอใจต่อเนื้อหาของสื่อรณรงค์ป้องกันโรคไข้เลือดออก การใช้ประโยชน์จากสื่อรณรงค์ป้องกันโรคไข้เลือดออกกับผู้อื่น และการใช้ประโยชน์ด้านสารประโยชน์จากสื่อรณรงค์ป้องกันโรคไข้เลือดออก ตามลำดับ

โดยมีผลการทดสอบสมมติฐาน ดังนี้ ในด้านความถี่ในการเปิดรับสื่อรณรงค์ป้องกันโรคไข้เลือดออก พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มี เพศ และประสบการณ์การเป็นโรคไข้เลือดออก ที่แตกต่างกัน จะมีความถี่ในการเปิดรับสื่อรณรงค์ป้องกันโรคไข้เลือดออก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยเพศหญิงมีความถี่ในการเปิดรับสื่อโทรทัศน์และสื่อบุคคล มากกว่าเพศชาย และผู้ที่ไม่เคยเป็นไข้เลือดออก มีความถี่ในการเปิดรับสื่อบุคคลมากกว่า ผู้ที่เคยเป็นไข้เลือดออก ส่วนผู้ที่มีอายุ สถานภาพการสมรส อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้ แตกต่างกัน มีความถี่ในการเปิดรับสื่อรณรงค์ป้องกันโรคไข้เลือดออก ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ความพึงพอใจในสื่อรณรงค์ป้องกันโรคไข้เลือดออก พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพการสมรส แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อเนื้อหาของสื่อรณรงค์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ที่มีสถานภาพโสด มีความพึงพอใจต่อเนื้อหาของสื่อรณรงค์ป้องกันโรคไข้เลือดออก มากกว่าผู้ที่สมรสแล้ว ส่วนผู้ที่มีเพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ และประสบการณ์การเป็นโรคไข้เลือดออก แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในสื่อรณรงค์ป้องกันโรคไข้เลือดออก ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การใช้ประโยชน์จากสื่อรณรงค์ป้องกันโรคไข้เลือดออก พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศและระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการใช้ประโยชน์จากสื่อรณรงค์ป้องกันโรคไข้เลือดออก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยเพศชาย มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นด้านสารประโยชน์จากสื่อรณรงค์ป้องกันโรคไข้เลือดออก มากกว่าเพศหญิง และผู้ที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา ระดับอนุปริญญา/ปวส. และระดับปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ยด้านสารประโยชน์จากสื่อรณรงค์ป้องกันโรคไข้เลือดออก มากกว่าผู้ที่มีการศึกษาระดับประถมศึกษา ส่วนผู้ที่มีการศึกษาสูงกว่าระดับอนุปริญญา/ปวส. ขึ้นไป มีค่าเฉลี่ยด้านการใช้ประโยชน์จากสื่อรณรงค์ป้องกันโรคไข้เลือดออกกับผู้อื่น มากกว่าผู้ที่มีการศึกษาระดับประถมศึกษาและมัธยมศึกษา ทั้งนี้ ผู้ที่มีอายุ สถานภาพการสมรส อาชีพ รายได้ และประสบการณ์การเป็นโรคไข้เลือดออก แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการใช้ประโยชน์จากสื่อรณรงค์ป้องกันโรคไข้เลือดออก ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

<b>Independent Study Title</b>	Exposure, Uses and Gratifications on Media of Hemorrhagic Fever Campaign of People within Mueang District, Chiang Mai Province
<b>Author</b>	Miss Pattanun Kunkulsarun
<b>Degree</b>	Master of Arts (Communication Studies)
<b>Independent Study Advisor</b>	Associate Professor Phupayap Yodming

### ABSTRACT

The individual study “Exposure, Uses and Gratifications on Media of Hemorrhagic Fever Campaign of People within Mueang District, Chiang Mai Province” aims to survey the knowledge of Chiang Mai people about Hemorrhagic fever and the people’s behavior on media perception, usage and pleasure in Hemorrhagic fever media campaign in Amphur Muang, Chiang Mai.

This study has gathered information by questionnaires from 400 samplings in Amphur Mueang, Chiang Mai. The data was analyzed by descriptive statistics analysis that consisted of Frequency, Percentage and Means. The inferential statistics included the T-test analysis, One-Way analysis of variance (ANOVA) and pair wise comparison based on Scheffe’s test.

The results of the study are as follows:

For the perception of Hemorrhagic fever Media Campaign, it is found that the samplings mostly got information which are 1) Broadcast advertising through Modern Nine Television. 2) Radiobroadcast which is radiobroadcasting/community radio. 3) Printed media which is brochures. 4) Personal media which is Public Health Officers/Volunteers 5) Online media which is website. The overall frequency in the Hemorrhagic Fever Media Campaign exposure are at high level. The samplings most frequented media type is personal media. When they are exposed to any media type about Hemorrhagic fever Media Campaign, they would somewhat watch/listen to/read it, and after that their interest in the subject would be at the same

level as before. The reason they expose themselves to the media is because they want to know more about Hemorrhagic fever.

From the study of the respondents' gratification of the campaign, it was found that the level of their gratification and use of the campaign is high, in the following order: method of campaign presentation, content, use of the campaign on others, and use of campaign information.

From the hypothesis study, it was found that in terms of frequency of campaign exposure, the respondents with different gender and hemorrhagic fever experience show different level of frequency at the significant level of 0.05. Female respondents expose themselves more frequently than males, and those who have no hemorrhagic fever expose themselves to the campaign more than those who have had experience with the fever. Those who have different age, marital status, occupation, education, and income show no difference in the frequency of their exposure at the significant level of 0.05.

From the study of the respondents' gratification towards the campaign, it was found that those who have different marital status show difference in their gratification at the significant level of 0.05. Those who are single show more gratification than those who are married. Those with different gender, age, occupation, education, income and Hemorrhagic fever experience, show no difference in their level of gratification at the significant level of 0.05.

From the study of the respondents' use of campaign information, it is found that those with different gender and education show different opinions towards campaign information at the significant level of 0.05. Male respondents rate campaign information higher than female respondents, and those with Matthayom, vocational, and undergraduate education rate campaign information higher than those with elementary education. Those with higher education than vocational rate campaign information use on others higher than those with elementary and Mathayom education. Those with different age, marital status, occupation, income, and Hemorrhagic fever experience, do not have different opinions on campaign information at the significant level of 0.05.