



## บทที่ 4

### ผลการวิจัย

การเสนอรายงานผลการวิจัยเรื่อง “การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรม การบริโภคข่าวกรองของประชาชนในกรุงเทพมหานคร” แบ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับได้ดังนี้

**ตอนที่ 1** การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น โดยใช้สถิติวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) คือ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าความแปรปรวน โดยนำเสนอข้อมูลในรูปตารางเพื่ออธิบายข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่างคือ

1. ข้อมูลด้านลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และสถานภาพการสมรส
2. การเปิดรับข่าวสารทั่วไปและการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับข่าวกรอง
3. ความรู้เกี่ยวกับข่าวกรอง
4. ทักษะเกี่ยวกับการบริโภคข่าวกรอง
5. พฤติกรรมการบริโภคข่าวกรอง

**ตอนที่ 2** การทดสอบสมมติฐานทั้ง 6 ข้อ โดยใช้สถิติวิเคราะห์เชิงอนุมาน ดังนี้

1. ใช้สถิติ  $t$ -test และ One - Way ANOVA เพื่อทดสอบความแตกต่างของกลุ่มตัวอย่างที่จำแนกตามลักษณะทางประชากรกับการเปิดรับข่าวสาร ตลอดจนลักษณะทางประชากรกับความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมการบริโภคข่าวกรอง
2. ใช้ค่าสหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรคู่ต่าง ๆ ที่ศึกษา
3. ใช้สถิติการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อทดสอบว่าตัวแปรใดสามารถอธิบายพฤติกรรมการบริโภคข่าวกรองได้ดีที่สุด

## ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น

### 1. ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 1  
แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	206	50.5
หญิง	202	49.5
รวม	408	100.0

จากตารางที่ 1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาในครั้งนี้ทั้งหมด 408 คน ประกอบด้วยเพศชาย และเพศหญิงในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน คือ เพศชายคิดเป็นร้อยละ 50.5 เพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 49.5

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

**ตารางที่ 2**  
**แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ**

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	59	14.5
21-25 ปี	138	33.8
26-30 ปี	87	21.3
31-35 ปี	42	10.2
36-40 ปี	26	6.4
41-45 ปี	26	6.4
46-50 ปี	11	2.7
51 ปีขึ้นไป	19	4.7
<b>รวม</b>	<b>408</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาในครั้งนี้ กลุ่มที่มีจำนวนมากที่สุด คือ กลุ่มช่วงอายุระหว่าง 21-25 ปี คิดเป็นร้อยละ 33.8 รองลงมาคือ ช่วงอายุ 26-30 ปี ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 21.3 นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนเท่ากัน คือ ช่วงอายุ 36-40 ปี และ 41-45 ปี คิดเป็นร้อยละ 6.4 สำหรับช่วงอายุที่มีจำนวนน้อยคือ ช่วงอายุ 46-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 2.7

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

**ตารางที่ 3**  
**แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา**

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ประถมศึกษา	9	2.2
มัธยมต้น	17	4.2
มัธยมปลาย/ปวช.	47	11.5
อนุปริญญา/ปวส.	105	25.7
ปริญญาตรี	215	52.7
สูงกว่าปริญญาตรี	15	3.7
รวม	408	100.0

จากตารางที่ 3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมีจำนวนมากที่สุด คือ ร้อยละ 52.7 รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญา/ปวส. คิดเป็นร้อยละ 25.7 โดยระดับการศึกษาที่มีจำนวนน้อยที่สุดคือ ประถมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 2.2

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

**ตารางที่ 4**  
**แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ**

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นิสิต/นักศึกษา	101	24.8
ค้าขาย/ประกอบอาชีพส่วนตัว	102	25.0
พนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้างทั่วไป	102	25.0
พนักงานรัฐวิสาหกิจ/รับราชการ	103	25.2
รวม	408	100.0

จากตารางที่ 4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ/รับราชการ มีจำนวนมากที่สุดคือร้อยละ 25.2 รองลงมา มีจำนวนเท่ากันคือ ผู้ประกอบอาชีพค้าขาย/ประกอบอาชีพส่วนตัว และพนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้างทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 25.0 ส่วนที่เหลือคือนิสิต/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 24.8

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

**ตารางที่ 5**  
**แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้**

รายได้	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 5,000 บาท	101	24.7
5,001 – 10,000 บาท	119	29.2
10,000 – 15,000 บาท	110	27.0
15,001 – 20,000 บาท	49	12.0
20,001 – 25,000 บาท	22	5.4
25,000 บาทขึ้นไป	7	1.7
<b>รวม</b>	<b>408</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากที่สุดคือ กลุ่มผู้ที่มีรายได้ระหว่าง 5,001 – 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 29.2 กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้รองลงมาคือ ผู้ที่มีรายได้ระหว่าง 10,000 – 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 27.0 ส่วนผู้ที่มีรายได้มากกว่า 25,000 บาทขึ้นไป มีจำนวนน้อยที่สุดคือ ร้อยละ 1.7

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

**ตารางที่ 6**  
**แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพการสมรส**

สถานภาพการสมรส	จำนวน	ร้อยละ
โสด	237	58.1
สมรส	150	36.8
หย่าร้าง/หม้าย	21	5.1
รวม	408	100.0

จากตารางที่ 6 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมากกว่าครึ่งหนึ่งคิดเป็นร้อยละ 58.1 ที่มีจำนวนมากที่สุดคือ กลุ่มของผู้ที่มีสถานภาพโสด รองลงมาคือกลุ่มของผู้ที่มีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 36.8 ส่วนกลุ่มที่มีจำนวนน้อยที่สุดคือ กลุ่มของผู้ที่มีสถานภาพหย่าร้าง/หม้าย คิดเป็นร้อยละ 5.1

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## 2. การเปิดรับข่าวสารทั่วไปและการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับข่าวลือ

### 2.1 การเปิดรับข่าวสารทั่วไป

#### ตารางที่ 7

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง  
จำแนกตามความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารทั่วไปของสื่อแต่ละประเภท

ประเภท ของสื่อ	ความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสาร							
	เป็นประจำ	บ่อย	พอสมควร	นาน ๆ ครั้ง	ไม่เคย เปิดรับเลย	$\bar{X}$	S.D.	ความ หมาย
วิทยุ	126 (30.9)	79 (19.4)	99 (24.3)	73 (17.9)	31 (7.6)	3.48	1.30	ปาน กลาง
โทรทัศน์	198 (48.5)	67 (16.4)	86 (21.1)	49 (12.0)	8 (2.0)	3.98	1.16	มาก
หนังสือพิมพ์	99 (24.3)	77 (18.9)	132 (32.4)	82 (20.1)	18 (4.4)	3.38	1.18	ปาน กลาง
นิตยสาร	15 (3.7)	44 (10.8)	121 (29.7)	166 (40.7)	62 (15.2)	2.47	1.00	น้อย
สมาชิกใน ครอบครัว	60 (14.7)	65 (15.9)	131 (32.1)	129 (31.6)	23 (5.6)	3.02	1.14	ปาน กลาง
ญาติ/เพื่อน/ คนรู้จัก	47 (11.5)	78 (19.1)	140 (34.3)	123 (30.1)	20 (4.9)	3.02	1.07	ปาน กลาง

จากตารางที่ 7 พบว่า กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.5 รองลงมาคือ การเปิดรับข่าวสารจากสื่อวิทยุ คิดเป็นร้อยละ 30.9 และสื่อหนังสือพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 24.3



## 2.2 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับข้าวกล้อง

### ตารางที่ 8

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง  
จำแนกตามการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับข้าวกล้องตามแนวพระราชดำริ

การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับข้าวกล้อง ตามแนวพระราชดำริ	จำนวน	ร้อยละ
เคยได้รับข่าวสาร	345	84.6
ไม่เคยได้รับข่าวสาร	63	15.4
รวม	408	100.0

จากตารางที่ 8 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยได้รับข่าวสารเกี่ยวกับข้าวกล้องตามแนวพระราชดำริ คิดเป็นร้อยละ 84.6 ส่วนที่ไม่เคยได้รับข่าวสาร คิดเป็นร้อยละ 15.4

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

**ตารางที่ 9**  
**แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง**  
**จำแนกตามการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับข่าวกล้องตามแนวพระราชดำริ**  
**จากสื่อแต่ละประเภท**

ประเภทของสื่อ	เปิดรับ		ไม่เปิดรับ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
วิทยุ	131	32.1	277	67.9
โทรทัศน์	265	65.0	143	35.0
หนังสือพิมพ์	131	32.1	277	67.9
นิตยสาร	46	11.3	362	88.7
สมาชิกในครอบครัว	72	17.6	336	82.4
ญาติ/เพื่อน/คนรู้จัก	60	14.7	348	85.3
อื่นๆ	6	1.5	402	98.5

จากตารางที่ 9 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับข่าวกล้องตามแนวพระราชดำริจากสื่อโทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 65.0 รองลงมา มีจำนวนเท่ากันคือ สื่อวิทยุและสื่อหนังสือพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 32.1 ส่วนสื่ออื่นๆ ร้อยละ 1.5 เป็นสื่อที่มีการเปิดรับน้อยที่สุด

สถาบันวิทยบริการ  
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

**ตารางที่ 10**  
**แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง**  
**จำแนกตามการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับข้าวกล้อง**

การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับข้าวกล้อง	จำนวน	ร้อยละ
เคยได้รับข่าวสาร	366	89.7
ไม่เคยได้รับข่าวสาร	42	10.3
รวม	408	100.0

จากตารางที่ 10 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยได้รับข่าวสารเกี่ยวกับข้าวกล้อง คิดเป็นร้อยละ 89.7 และส่วนที่ไม่เคยได้รับข่าวสาร คิดเป็นร้อยละ 10.3

สถาบันวิทยบริการ  
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

**ตารางที่ 11**  
**แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง**  
**จำแนกตามการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับข่าวลือจากสื่อแต่ละประเภท**

ประเภทของสื่อ	เปิดรับ		ไม่เปิดรับ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
วิทยุ	157	38.5	251	61.5
โทรทัศน์	292	71.6	116	28.4
หนังสือพิมพ์	160	39.2	248	60.8
นิตยสาร	86	21.1	322	78.9
สมาชิกในครอบครัว	98	24.0	310	76.0
ญาติ/เพื่อน/คนรู้จัก	73	17.9	335	82.1
อื่น ๆ	1	0.2	407	99.8

จากตารางที่ 11 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับข่าวลือจากสื่อโทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 71.6 รองลงมาคือ สื่อหนังสือพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 39.2 ส่วนสื่อที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวน้อยที่สุดคือ สื่ออื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 0.2

สถาบันวิทยบริการ  
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

**ตารางที่ 12**  
**แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง**  
**จำแนกตามความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับข่าวกล้อง**  
**จากสื่อทุกประเภท**

ความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสาร	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เปิดรับ	40	9.8
น้อยกว่า 5 ครั้ง	66	16.2
5 - 10 ครั้ง	121	29.7
11 - 20 ครั้ง	76	18.6
มากกว่า 20 ครั้ง	105	25.7
รวม	408	100.0
$\bar{X}$	2.34	
S.D.	1.29	

จากตารางที่ 12 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับข่าวกล้อง 5 - 10 ครั้งมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 29.7 รองลงมาคือ เปิดรับข่าวสารมากกว่า 20 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 25.7 ส่วนอีกร้อยละ 9.8 คือไม่ได้เปิดรับข่าวสาร

สถาบันวิทยบริการ  
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

**ตารางที่ 13**  
**แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง**  
**จำแนกตามสื่อที่มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับข่าวกล้องมากที่สุด**

ประเภทของสื่อ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เปิดรับข่าวสาร	40	9.8
วิทยุ	41	10.0
โทรทัศน์	224	54.9
หนังสือพิมพ์	40	9.8
นิตยสาร	15	3.7
สมาชิกในครอบครัว	30	7.4
ญาติ/เพื่อน/คนรู้จัก	17	4.2
อื่น ๆ	1	0.2
<b>รวม</b>	<b>408</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 13 พบว่า กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับข่าวกล้องจากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 54.9 รองลงมาคือ สื่อวิทยุและสื่อหนังสือพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 10.0 และร้อยละ 9.8 ตามลำดับ สำหรับสื่อที่มีการเปิดรับข่าวน้อยที่สุดคือ สื่ออื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 0.2 ส่วนที่ไม่ได้เปิดรับข่าวสารคิดเป็นร้อยละ 9.8

สถาบันวิทยบริการ  
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

**ตารางที่ 14**  
**แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง**  
**จำแนกตามสื่อที่ให้ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับข่าวก๊อปปี้มากที่สุด**

ประเภทของสื่อ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ได้เปิดรับข่าวสาร	40	9.8
วิทยุ	30	7.4
โทรทัศน์	208	51.0
หนังสือพิมพ์	51	12.5
นิตยสาร	29	7.1
สมาชิกในครอบครัว	29	7.1
ญาติ/เพื่อน/คนรู้จัก	20	4.9
อื่น ๆ	1	0.2
รวม	408	100.0

จากตารางที่ 14 พบว่า กลุ่มตัวอย่างได้รับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับข่าวก๊อปปี้จากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 51.0 รองลงมาคือ สื่อหนังสือพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 12.5 ส่วนสื่อที่ให้ความรู้ ความเข้าใจน้อยที่สุดคือ สื่ออื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 0.2

สถาบันวิทยบริการ  
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

**ตารางที่ 15**  
**แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง**  
**จำแนกตามการเปิดรับข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับข้าวกล้อง**

ข้อมูลเกี่ยวกับข้าวกล้อง	จำนวน	ร้อยละ
ประโยชน์ที่ได้จากข้าวกล้อง	138	33.8
ความแตกต่างระหว่างข้าวกล้องกับข้าวขาว	105	25.7
วิธีการหุงข้าวกล้องให้สะดวกและมีรสชาติดี	145	35.5
อื่น ๆ	8	2.0

จากตารางที่ 15 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับข้าวกล้องในเรื่องวิธีการหุงข้าวกล้องให้สะดวกและมีรสชาติดี คิดเป็นร้อยละ 35.5 รองลงมาคือ ประโยชน์ที่ได้จากข้าวกล้อง คิดเป็นร้อยละ 33.8 ที่เหลือคือเรื่องอื่น ๆ เช่น การนำมาประกอบอาหาร วิธีการผลิต และแหล่งขาย คิดเป็นร้อยละ 2.0

สถาบันวิทยบริการ  
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



**ตารางที่ 16**  
**แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง**  
**จำแนกตามระดับการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับข่าวลือจากสื่อมวลชน**

ระดับการเปิดรับข่าวสาร จากสื่อมวลชน	จำนวน	ร้อยละ
เปิดรับข่าวสารต่ำมาก	25	6.1
เปิดรับข่าวสารต่ำ	61	15.0
เปิดรับข่าวสารปานกลาง	153	37.5
เปิดรับข่าวสารสูง	155	38.0
เปิดรับข่าวสารสูงมาก	14	3.4
<b>รวม</b>	<b>408</b>	<b>100.0</b>
$\bar{X}$		3.33
S.D.		0.89

จากตารางที่ 16 เมื่อแบ่งระดับการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับข่าวลือจากสื่อมวลชนออกเป็น 5 ระดับ กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับข่าวลือจากสื่อมวลชนในระดับสูงเป็นจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 38.0 รองลงมาคือ กลุ่มที่มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับข่าวลือในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 37.5 โดยกลุ่มที่มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับข่าวลือจากสื่อมวลชนในระดับสูงมากมีจำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 3.4

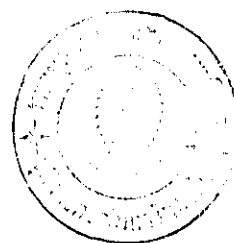
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

**ตารางที่ 17**  
**แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง**  
**จำแนกตามระดับการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับข่าวก่อกองจากสื่อบุคคล**

ระดับการเปิดรับข่าวสาร จากสื่อบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
เปิดรับข่าวสารต่ำมาก	26	6.4
เปิดรับข่าวสารต่ำ	142	34.8
เปิดรับข่าวสารปานกลาง	136	33.3
เปิดรับข่าวสารสูง	75	18.4
เปิดรับข่าวสารสูงมาก	29	7.1
รวม	408	100.0
$\bar{X}$		3.02
S.D.		0.99

จากตารางที่ 17 เมื่อแบ่งระดับการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับข่าวก่อกองจากสื่อบุคคลออกเป็น 5 ระดับ กลุ่มตัวอย่างที่มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับข่าวก่อกองจากสื่อบุคคลในระดับต่ำเป็นจำนวนมากที่สุด คือร้อยละ 34.8 รองลงมาคือ กลุ่มที่มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับข่าวก่อกองในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 33.3 โดยกลุ่มที่มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับข่าวก่อกองจากสื่อบุคคลในระดับต่ำมากมีจำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 6.4

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



### 3. ความรู้เกี่ยวกับข้าวกล้อง

#### ตารางที่ 18

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง  
จำแนกตามความสามารถในการตอบคำถามวัดความรู้เกี่ยวกับข้าวกล้อง

ความรู้เกี่ยวกับข้าวกล้อง	ตอบผิด จำนวน (ร้อยละ)	ตอบถูก จำนวน (ร้อยละ)	$\bar{X}$	S.D.
1. ข้าวกล้องมีอีกชื่อหนึ่งเรียกว่าอะไร	133 (32.6)	275 (67.4)	0.67	0.47
2. ข้าวกล้องมีความแตกต่างจากข้าวขาวอย่างไร	65 (15.9)	343 (84.1)	0.84	0.37
3. ข้าวกล้องมีประโยชน์ทางโภชนาการอย่างไร	223 (54.7)	185 (45.3)	0.45	0.50
4. สารอาหารใดในข้าวกล้องที่ป้องกันโรคมะเร็งลำไส้	213 (52.2)	195 (47.8)	0.48	0.50
5. ข้าวใดถูกดองที่สุด	167 (40.9)	241 (59.1)	0.59	0.49
6. ส่วนสำคัญที่สุดไประหว่างการขัดสีข้าวกล้องเป็นข้าวขาวคืออะไร	121 (29.7)	287 (70.3)	0.70	0.46
7. ข้าวใดคือข้าวเสียของข้าวกล้อง	164 (40.2)	244 (59.8)	0.60	0.49
8. คนเพิ่งหัดรับประทานข้าวกล้องควรปฏิบัติข้าวใดถูกดองที่สุด	76 (18.6)	332 (81.4)	0.81	0.39
9. วิธีการหุงข้าวกล้องที่ถูกดองที่สุดคือข้าวใด	242 (59.3)	166 (40.7)	0.41	0.49
10. คนไม่นิยมบริโภคข้าวกล้องเนื่องจากสาเหตุใดเป็นส่วนใหญ่	246 (60.3)	162 (39.7)	0.40	0.49

จากตารางที่ 18 พบว่า กลุ่มตัวอย่างตอบคำถามด้านความรู้เกี่ยวกับข้าวกล้องว่า ข้าวกล้องมีความแตกต่างจากข้าวขาวอย่างไรได้ถูกต้องมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 84.1 รองลงมาคือ ตอบถูกว่าคนเพิ่งหัดรับประทานข้าวกล้องควรปฏิบัติข้อใดถูกต้องที่สุด และส่วนสำคัญที่หลุดไป ระหว่างการขัดสีข้าวกล้องเป็นข้าวขาวคืออะไร คิดเป็นร้อยละ 81.4 และร้อยละ 70.3 ตามลำดับ ส่วนคำถามที่ตอบได้ถูกต้องน้อยที่สุดคือ คนไม่นิยมบริโภคข้าวกล้องเนื่องจากสาเหตุใดเป็นส่วนใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 39.7 สำหรับความรู้ที่คนส่วนใหญ่ตอบผิดมากกว่าตอบถูกมี 4 หัวข้อคือ ข้าวกล้องมีประโยชน์ทางโภชนาการอย่างไร สารอาหารใดในข้าวกล้องที่ป้องกันโรคมะเร็งลำไส้ วิธีการหุงข้าวกล้องที่ถูกต้องที่สุดคือข้อใด และคนไม่นิยมบริโภคข้าวกล้องเนื่องจากสาเหตุใด เป็นส่วนใหญ่



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## ตารางที่ 19

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับความรู้เกี่ยวกับข่าวล้อง

ระดับความรู้	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีความรู้เลย	1	0.2
มีความรู้ต่ำ	50	12.3
มีความรู้ปานกลาง	264	64.7
มีความรู้สูง	93	22.8
รวม	408	100.0
$\bar{X}$		5.96
S.D.		2.03

จากตารางที่ 19 พบว่า เมื่อแบ่งระดับความรู้ออกเป็น 3 ระดับ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะมีความรู้เกี่ยวกับข่าวล้องในระดับปานกลางมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 64.7 รองลงมาคือ กลุ่มที่มีความรู้สูง คิดเป็นร้อยละ 22.8 และกลุ่มที่มีความรู้ต่ำ คิดเป็นร้อยละ 12.3 ตามลำดับ อย่างไรก็ตามพบผู้ที่ไม่มีความรู้เลย คิดเป็นร้อยละ 0.2

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

### 3. ทัศนคติเกี่ยวกับการบริโภคข้าวกล้อง

ตารางที่ 20  
แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง  
จำแนกตามทัศนคติเกี่ยวกับการบริโภคข้าวกล้อง

ทัศนคติเกี่ยวกับการบริโภคข้าวกล้อง	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	$\bar{X}$	S.D.
1. ควรรับประทานข้าวกล้องเพื่อให้เหมาะสมกับยุคเศรษฐกิจพอเพียง	79 (19.4)	72 (42.2)	112 (27.5)	38 (9.3)	7 (1.7)	3.68	0.95
2. ท่านไม่อยากบริโภคข้าวกล้องเพราะคิดว่าข้าวกล้องคือข้าวแดงสำหรับให้นักโทษในคุกบริโภคเท่านั้น	12 (2.9)	44 (10.8)	81 (19.9)	156 (38.2)	115 (28.2)	3.78	1.06
3. ข้าวกล้องมีสีส่นไม่น่ารับประทาน	20 (4.9)	152 (37.3)	105 (25.7)	106 (26.0)	25 (6.1)	2.91	1.03
4. ไม่ว่าจะแปรรูปข้าวกล้องออกมาเป็นอาหารในลักษณะใดก็ยังคงไม่น่ารับประทานอยู่ดี	10 (2.5)	44 (10.8)	166 (40.7)	138 (33.8)	50 (12.3)	3.43	0.92
5. ในอนาคตข้าวกล้องคงเป็นที่รู้จักและนิยมบริโภคอย่างแพร่หลายแก่บุคคลทั่วไป	75 (18.4)	192 (47.1)	110 (27.0)	20 (4.9)	11 (2.7)	3.74	0.91
6. การรับประทานข้าวกล้องก็ได้คุณค่าทางอาหารที่ไม่แตกต่างจากการรับประทานข้าวขาวมากนัก	25 (6.1)	77 (18.9)	115 (28.2)	136 (33.3)	55 (13.5)	3.29	1.11

ตารางที่ 20 (ต่อ)

ทัศนคติเกี่ยวกับ การบริโภคข้าวกล้อง	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	$\bar{X}$	S.D.
7. ท่านไม่ยอมรับประทาน ข้าวกล้องเพราะขั้นตอน ในการหุงหายุ่งยาก	14 (3.4)	89 (21.8)	140 (34.3)	138 (33.8)	27 (6.6)	3.18	0.96
8. คนที่รับประทานข้าวกล้อง คือผู้ที่มีความรู้หรือมีการ ศึกษาสูง ๆ เท่านั้น	8 (2.0)	55 (13.5)	96 (23.5)	148 (36.3)	101 (24.8)	3.68	1.05
9. การรับประทานข้าวกล้อง จะทำให้ท่านมีสุขภาพดี แข็งแรงกว่าคนอื่น	70 (17.2)	161 (39.5)	131 (32.1)	28 (6.9)	18 (4.4)	3.58	1.00
10. ไม่จำเป็นต้องรับประทาน ข้าวกล้องก็ได้เพราะ รับประทานแล้วจะเพิ่ม ประโยชน์ขึ้นมาเพียง เล็กน้อยเท่านั้น	8 (2.0)	49 (12.0)	141 (34.6)	155 (38.0)	55 (13.5)	3.49	0.94
$\bar{X}$				3.48			
S.D.				0.48			

จากตารางที่ 20 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติเกี่ยวกับการบริโภคข้าวกล้องในเชิงบวกแทบทุกข้อ โดยเฉพาะหัวข้อ ในอนาคตข้าวกล้องคงเป็นที่รู้จักและนิยมบริโภคอย่างแพร่หลายแก่บุคคลทั่ว ๆ ไป ซึ่งกลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยร้อยละ 47.1 รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยว่าการรับประทานข้าวกล้องจะทำให้มีสุขภาพดีแข็งแรงกว่าคนอื่น คิดเป็นร้อยละ 42.2 อย่างไรก็ตาม ยังมีหัวข้อที่กลุ่มตัวอย่างไม่แน่ใจสูงมากถึงร้อยละ 40.7 คือ ไม่ว่าจะแปรรูปข้าวกล้องออกมาเป็นอาหารในลักษณะใดก็ยังคงไม่น่ารับประทานอยู่ดี ซึ่งทัศนคติเกี่ยวกับการบริโภคข้าวกล้องโดยรวมอยู่ในระดับปานกลางค่อนข้างไปทางบวก

## ตารางที่ 21

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับทัศนคติเกี่ยวกับข้าวกล้อง

ระดับทัศนคติ	จำนวน	ร้อยละ
ทัศนคติเชิงบวกมาก	6	1.5
ทัศนคติเชิงบวก	169	41.4
ทัศนคติเป็นกลาง	220	53.9
ทัศนคติเชิงลบ	13	3.2
ทัศนคติเชิงลบมาก	-	-
รวม	408	100.0

จากตารางที่ 21 เมื่อแบ่งระดับทัศนคติออกเป็น 5 ระดับ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะมีทัศนคติเกี่ยวกับการบริโภคข้าวกล้องในเชิงเป็นกลางมากที่สุดคือ ร้อยละ 53.9 รองลงมาคือ กลุ่มที่มีทัศนคติเชิงบวก คิดเป็นร้อยละ 41.4 กลุ่มที่มีทัศนคติเชิงลบ คิดเป็นร้อยละ 3.2 และกลุ่มที่มีทัศนคติเชิงบวกมาก คิดเป็นร้อยละ 1.5 ตามลำดับ โดยไม่มีกลุ่มที่มีทัศนคติเชิงลบมากเลย

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



## 5. พฤติกรรมการบริโภคข้าวกล้อง

ตารางที่ 22  
แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง  
จำแนกตามความตั้งใจในการบริโภคข้าวกล้อง

ความตั้งใจในการบริโภคข้าวกล้อง	จำนวน	ร้อยละ
ตั้งใจมากที่สุด	26	6.4
ตั้งใจมาก	70	17.1
ตั้งใจพอสมควร	104	25.5
ตั้งใจว่าจะลองรับประทานบ้าง	171	41.9
ไม่ตั้งใจเลย	37	9.1
รวม	408	100.0
$\bar{X}$		2.70
S.D.		1.06

จากตารางที่ 22 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ตั้งใจว่าจะลองรับประทานข้าวกล้องบ้าง คิดเป็นร้อยละ 41.9 รองลงมาคือตั้งใจพอสมควร คิดเป็นร้อยละ 25.5 โดยมีเพียงส่วนน้อยที่ตั้งใจมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 6.4 ซึ่งความตั้งใจในการบริโภคข้าวกล้องโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

**ตารางที่ 23**  
**แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง**  
**จำแนกตามความบ่อยครั้งในการบริโภคข้าวกล้อง**

ความบ่อยครั้งในการบริโภค	จำนวน	ร้อยละ
ทุกวัน	30	7.4
สัปดาห์ละ 4 – 6 วัน	37	9.1
สัปดาห์ละ 2 – 3 วัน	56	13.6
สัปดาห์ละ 1 วัน	95	23.3
ไม่ได้รับประทานเลย	190	46.6
รวม	408	100.0
$\bar{X}$	2.07	
S.D.	1.28	

จากตารางที่ 23 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่ได้รับประทานข้าวกล้องเลย คิดเป็นร้อยละ 46.6 รองลงมาคือรับประทานข้าวกล้องสัปดาห์ละ 1 วัน คิดเป็นร้อยละ 23.3 ซึ่งส่วนน้อยที่สุดมีเพียงร้อยละ 7.4 ที่รับประทานข้าวกล้องทุกวัน

สถาบันวิทยบริการ  
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## ตารางที่ 24

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามพฤติกรรมการบริโภคข้าวกล้อง

พฤติกรรม การบริโภคข้าวกล้อง	เป็นประจำ	บ่อย	พอสมควร	นาน ๆ ครั้ง	ไม่เคย เลย	$\bar{X}$	S.D.
1. ท่านนิยมรับประทาน ข้าวกล้องล้วน ๆ ไม่ผสม ข้าวขาวกับกับข้าวอื่น.	21 (5.1)	34 (8.3)	56 (13.7)	113 (27.7)	184 (45.1)	2.01	1.18
2. ท่านมักจะรับประทาน ข้าวกล้องผสมกับข้าวขาว	23 (5.6)	55 (13.5)	82 (20.1)	97 (23.8)	151 (37.0)	2.27	1.24
3. ท่านเคยหุงข้าวกล้องเอง หรือไม่	13 (3.2)	34 (8.3)	65 (15.9)	56 (13.7)	240 (58.8)	1.83	1.16
4. ท่านชอบหุงข้าวกล้องเอง มากกว่าให้คนอื่นหุง	13 (3.2)	32 (7.8)	73 (17.9)	54 (13.2)	236 (57.8)	1.85	1.16
5. ท่านเคยรับประทาน ขนมปัง (โฮลวีท), เส้น ก๋วยเตี๋ยวหรือคุกกี้ที่ทำจาก ข้าวกล้องหรือไม่	13 (3.2)	39 (9.6)	78 (19.1)	91 (22.3)	187 (45.8)	2.02	1.15
6. ท่านเคยชักชวนผู้อื่นให้หัน มารับประทานข้าวกล้อง หรือไม่	13 (3.2)	33 (8.1)	97 (23.8)	97 (23.8)	168 (41.2)	2.08	1.12
7. ท่านมีรับประทานข้าว กล้องเพื่อสุขภาพทั้ง ๆ ที่ ไม่ชอบทานเลย	6 (1.5)	18 (4.4)	64 (15.7)	58 (14.2)	262 (64.2)	4.35	0.99
8. ท่านจำเป็นต้องรับประทาน ข้าวกล้องเพราะโดนผู้อื่น บังคับ	15 (3.7)	15 (3.7)	32 (7.8)	45 (11.0)	301 (73.8)	4.48	1.03
9. ท่านเคยปรุงข้าวกล้องเป็น อาหารอื่น เช่น ผัด / ต้ม หรือไม่	3 (0.7)	26 (6.4)	53 (13.0)	77 (18.9)	249 (61.0)	1.67	0.98

ตารางที่ 24 (ต่อ)

พฤติกรรม การบริโภคข้าวกล้อง	เป็นประจำ	บ่อย	พอสมควร	นาน ๆ ครั้ง	ไม่เคย เลย	$\bar{X}$	S.D
10. ท่านเคยรับประทาน ข้าวกล้องตามร้านอาหาร ทั่วไปหรือไม่	5 (1.2)	14 (3.4)	52 (12.7)	48 (19.1)	259 (63.5)	1.60	0.92
11. ท่านเคยรับประทาน ข้าวกล้องแต่ละมือ มากกว่า 1 งาน	4 (1.0)	32 (7.8)	55 (13.5)	113 (27.7)	204 (50.0)	1.82	1.00
12. ท่านเคยคิดจะเลิก รับประทานข้าวกล้องบ้าง หรือไม่	18 (4.4)	24 (5.9)	43 (10.5)	74 (18.1)	249 (61.0)	4.25	1.13
13. ถ้ามีโอกาสท่านมักจะเลือก รับประทานข้าวกล้อง มากกว่าข้าวขาว	49 (12.0)	58 (14.2)	85 (20.8)	105 (25.7)	111 (27.2)	2.58	1.34

จากตารางที่ 24 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการบริโภคข้าวกล้องในลักษณะต่าง ๆ น้อยมาก โดยจะเห็นได้ว่า พฤติกรรมที่เหมาะสมซึ่งกลุ่มตัวอย่างไม่เคยทำเลยมีสูงมากถึงร้อยละ 63.5 คือ ไม่เคยรับประทานข้าวกล้องตามร้านอาหารทั่วไป รองลงมาคือ ไม่เคยปรุงข้าวกล้องเป็นอาหารอื่น เช่น ผัด/ต้ม คิดเป็นร้อยละ 61.0 และไม่เคยหุงข้าวกล้องเอง คิดเป็นร้อยละ 58.8 อย่างไรก็ตาม กลุ่มตัวอย่างไม่เคยต้องรับประทานข้าวกล้องเพราะโดนผู้อื่นบังคับ ซึ่งมีถึงร้อยละ 73.8 รองลงมาคือ ไม่เคยต้องฝืนรับประทานข้าวกล้องเพื่อสุขภาพทั้ง ๆ ที่ไม่ชอบทานเลย คิดเป็นร้อยละ 64.2 และไม่เคยคิดจะเลิกรับประทานข้าวกล้อง คิดเป็นร้อยละ 61.0

**ตารางที่ 25**  
**แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง**  
**จำแนกตามระดับพฤติกรรมการบริโภคข้าวกล้อง**

ระดับพฤติกรรม	จำนวน	ร้อยละ
พฤติกรรมการบริโภคสูงมาก	-	-
พฤติกรรมการบริโภคสูง	27	6.6
พฤติกรรมการบริโภคปานกลาง	146	35.8
พฤติกรรมการบริโภคต่ำ	235	57.6
พฤติกรรมการบริโภคต่ำมาก	-	-
<b>รวม</b>	<b>408</b>	<b>100.0</b>
$\bar{X}$		2.51
S.D.		0.57

จากตารางที่ 25 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะมีการบริโภคข้าวกล้องต่ำคิดเป็นร้อยละ 57.6 รองลงมาคือ กลุ่มที่มีการบริโภคข้าวกล้องปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 35.8 และที่เหลือคือ กลุ่มที่มีการบริโภคข้าวกล้องสูง คิดเป็นร้อยละ 6.6 โดยไม่มีกลุ่มตัวอย่างที่มีการบริโภคข้าวกล้องสูงมาก และการบริโภคข้าวกล้องต่ำมาก

สถาบันวิทยบริการ  
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## ตอนที่ 2 การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 ประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับข่าวกล้องแตกต่างกัน

ตารางที่ 26  
แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับข่าวกล้อง  
จำแนกตามเพศ

การเปิดรับข่าวสาร	ชาย (206)		หญิง (202)		t	P
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
วิทยุ	3.23	1.42	3.74	1.11	4.05	0.000*
โทรทัศน์	3.72	1.28	4.23	0.98	4.53	0.000*
หนังสือพิมพ์	3.19	1.28	3.58	1.04	3.34	0.001*
นิตยสาร	2.16	0.89	2.79	1.00	6.81	0.000*
สมาชิกในครอบครัว	2.92	1.12	3.13	1.15	1.84	0.067
ญาติ/เพื่อน/คนรู้จัก	2.84	1.02	3.20	1.09	3.42	0.001*
อื่นๆ	1.03	0.35	1.01	0.16	0.72	0.473

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 26 พบว่า ประชาชนเพศชายและเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับข่าวกล้องจากสื่อวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และญาติ/เพื่อน/คนรู้จัก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1

เมื่อทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ พบว่า ไม่มีคู่ที่แตกต่างกันอย่างชัดเจน

สำหรับสื่อประเภทอื่น ๆ พบว่า ประชาชนที่มีเพศแตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับข่าวกล้อง ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1

ตารางที่ 27

แสดงผลทดสอบความแตกต่างของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับข่าวล้อง  
จำแนกตามกลุ่มที่มีอายุต่างกัน

การเปิดรับ ข่าวสาร	ต่ำกว่า 20 ปี		21 - 25 ปี		26 - 30 ปี		31 - 35 ปี		36 - 40 ปี		41 - 45 ปี		46 - 50 ปี		51 ปี ขึ้นไป		F	P	คู่ที่ต่างกัน
	(1)		(2)		(3)		(4)		(5)		(6)		(7)		(8)				
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.			
วิทยุ	3.98	1.27	3.56	1.24	3.39	1.35	2.98	1.26	3.46	1.30	3.38	1.24	3.56	1.44	3.00	1.25	2.778	0.008*	(1) > (4)
โทรทัศน์	4.22	0.98	4.02	1.14	3.70	1.25	4.05	1.25	3.73	1.31	4.08	0.98	3.91	1.14	4.21	1.18	1.436	0.189	
หนังสือพิมพ์	3.36	1.09	3.38	1.08	3.31	1.23	3.38	1.25	3.69	1.35	3.50	1.27	3.82	1.40	3.05	1.27	0.767	0.615	
นิตยสาร	2.34	0.86	2.51	0.95	2.54	1.07	2.48	1.06	2.62	1.06	2.50	1.17	2.45	1.04	2.00	0.88	0.934	0.480	
สมาชิกใน ครอบครัว	3.20	1.31	2.98	1.12	3.05	1.09	3.02	1.18	3.04	1.04	2.92	1.09	3.18	1.25	2.74	0.99	0.476	0.852	
ญาติ/เพื่อน/ คนรู้จัก	3.10	1.26	3.09	1.02	3.02	1.10	3.00	1.04	2.88	0.95	3.04	1.04	2.55	1.04	2.79	1.08	0.616	0.743	
อื่นๆ	1.00	0.00	1.05	0.39	1.03	0.32	1.00	0.00	1.00	0.00	1.00	0.00	1.00	0.00	1.00	0.00	0.413	0.894	

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 27 พบว่า ประชาชนที่มีอายุแตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับข่าวก๊อชงจากสื่อวิทยุแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1

เมื่อทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มที่ 1 กับกลุ่มที่ 4 มีค่าเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ คือ กลุ่มที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปีมีการเปิดรับข่าวสารมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 31 – 35 ปี

สำหรับสื่อประเภทอื่นๆ พบว่า ประชาชนที่มีอายุแตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับข่าวก๊อชง ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ตารางที่ 28

แสดงผลทดสอบความแตกต่างของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับข่าวกล้อง  
 จำแนกตามกลุ่มที่มีระดับการศึกษาต่างกัน

การเปิดรับข่าวสาร	ประถม ศึกษา		มัธยมต้น		มัธยมปลาย/ ปวช.		อนุปริญญา/ ปวส.		ปริญญาตรี		สูงกว่า ปริญญาตรี		F	P
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
วิทยุ	3.89	1.36	3.65	1.11	3.91	1.23	3.46	1.43	3.4	1.24	3.00	1.25	1.890	0.095
โทรทัศน์	3.56	1.24	3.88	1.11	4.19	0.92	3.88	1.23	4.02	1.16	3.73	1.39	0.920	0.468
หนังสือพิมพ์	2.78	1.09	3.65	1.06	3.26	1.13	3.28	1.21	3.45	1.17	3.67	1.35	1.247	0.287
นิตยสาร	2.11	0.78	2.53	1.12	2.32	0.86	2.42	1.05	2.50	0.97	3.00	1.25	1.419	0.216
สมาชิกในครอบครัว	3.33	1.00	2.82	1.01	3.23	1.32	2.78	1.13	3.10	1.11	3.00	1.07	1.742	0.124
ญาติ/เพื่อน/คนรู้จัก	3.33	1.00	2.76	1.03	3.21	1.20	2.75	1.10	3.14	1.02	2.73	0.96	2.760	0.018*
อื่นๆ	1.00	0.00	1.00	0.00	1.00	0.00	1.01	0.10	1.04	0.37	1.00	0.00	0.383	0.860

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

จากตารางที่ 28 พบว่า ประชาชนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับข่าวลือจากญาติ/เพื่อน/คนรู้จัก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1

เมื่อทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ พบว่า ไม่มีคู่ที่แตกต่างกัน

สำหรับสื่อประเภทอื่น ๆ พบว่า ประชาชนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับข่าวลือ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 29

แสดงผลทดสอบความแตกต่างของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับข่าวล้อง  
จำแนกตามกลุ่มที่มีอาชีพต่างกัน

การเปิดรับข่าวสาร	นิสิต/ นักศึกษา		ค้าขาย/ ประกอบอาชีพส่วนตัว		พนักงานบริษัทเอกชน/ รับจ้างทั่วไป		พนักงานรัฐวิสาหกิจ/ รับราชการ		F	P	คู่ที่ต่างกัน
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.			
วิทยุ	3.79	1.14	3.51	1.21	3.21	1.51	3.42	1.25	3.628	0.013*	(1) > (3)
โทรทัศน์	4.18	1.00	3.79	1.16	3.54	1.29	4.39	0.99	11.807	0.000*	(1) > (3) (2) < (4) (3) < (4)
หนังสือพิมพ์	3.35	0.97	3.32	1.18	3.07	1.22	3.8	1.22	7.041	0.000*	(4) > (2) (4) > (3)
นิตยสาร	2.34	0.74	2.60	1.11	2.22	0.97	2.73	1.05	5.895	0.000*	(4) > (1) (4) > (3)
สมาชิกในครอบครัว	3.21	1.19	3.03	1.06	2.81	1.16	3.05	1.11	2.079	0.103	
ญาติ/เพื่อนคนรู้จัก	3.34	1.02	2.97	1.03	2.90	1.16	2.88	1.03	4.058	0.007*	(3) < (1) (4) < (1)
อื่นๆ	1.04	0.40	1.00	0.00	1.02	0.2	1.04	0.31	0.490	0.689	

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 29 พบว่า ประชาชนที่มีอาชีพแตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับข่าวลือจากสื่อวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และญาติ/เพื่อน/คนรู้จัก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1

เมื่อทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มที่ 1 มีค่าเฉลี่ยแตกต่างกับกลุ่มที่ 2 กลุ่มที่ 3 และกลุ่มที่ 4 อย่างมีนัยสำคัญ คือ กลุ่มนิสิต/นักศึกษามีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับข่าวลือจากสื่อวิทยุและสื่อโทรทัศน์มากกว่ากลุ่มพนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้างทั่วไป นอกจากนี้ยังมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับข่าวลือจากญาติ/เพื่อน/คนรู้จัก มากกว่ากลุ่มพนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้างทั่วไป และกลุ่มพนักงานรัฐวิสาหกิจ/รับราชการ ส่วนกลุ่มพนักงานรัฐวิสาหกิจ/รับราชการ มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับข่าวลือจากสื่อ นิตยสารมากกว่ากลุ่มนิสิต/นักศึกษา และกลุ่มพนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้างทั่วไป รวมทั้งมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับข่าวลือจากสื่อ โทรทัศน์และสื่อหนังสือพิมพ์ มากกว่ากลุ่มค้าขาย/ประกอบอาชีพส่วนตัว และพนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้างทั่วไป

สำหรับสื่อประเภทอื่น ๆ พบว่า ประชาชนที่มีอาชีพแตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับข่าวลือ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 30

แสดงผลทดสอบความแตกต่างของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับข่าวกล้อง  
จำแนกตามกลุ่มที่มีรายได้ต่างกัน

การเปิดรับข่าวสาร	น้อยกว่า 5,000 บาท		5,001 ถึง 10,000 บาท		10,001 ถึง 15,000 บาท		15,001 ถึง 20,000 บาท		20,001 ถึง 25,000 บาท		25,000 บาทขึ้นไป		F	P	คู่ที่ต่างกัน
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.			
วิทยุ	3.73	1.18	3.71	1.29	3.37	1.35	2.90	1.28	3.09	1.15	3.00	1.15	4.367	0.000*	(1) > (4) (2) > (4)
โทรทัศน์	4.12	1.04	4.06	1.16	3.90	1.23	3.78	1.23	3.77	1.38	3.71	1.38	1.014	0.409	
หนังสือพิมพ์	3.31	1.02	3.35	1.14	3.42	1.29	3.41	1.22	3.68	1.51	1.43	1.51	0.405	0.846	
นิตยสาร	2.37	0.73	2.50	1.06	2.53	1.06	2.14	0.94	3.09	1.22	2.86	1.22	3.396	0.005*	(4) < (5)
สมาชิกในครอบครัว	3.19	1.16	2.93	1.18	2.92	1.06	2.84	1.07	3.59	1.13	3.43	1.13	2.341	0.041*	
ญาติ/เพื่อน/คนรู้จัก	3.31	1.05	3.05	1.16	2.84	1.03	2.78	0.94	3.23	0.79	2.43	0.79	3.295	0.006*	
อื่นๆ	1.04	0.40	1.02	0.18	1.04	0.30	1.00	0.00	1.00	0.00	1.00	0.00	0.25	0.940	

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 30 พบว่า ประชาชนที่มีรายได้แตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับข้าวกล้องจากสื่อวิทยุ สื่อนิยายสาร สมาชิกในครอบครัว และญาติ/เพื่อน/คนรู้จัก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1

เมื่อทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มที่ 4 มีค่าเฉลี่ยแตกต่างกับกลุ่มที่ 1 กลุ่มที่ 2 และกลุ่มที่ 5 อย่างมีนัยสำคัญ คือ กลุ่มที่มีรายได้น้อยกว่า 5,000 บาท และ 5,001 – 10,000 บาท มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับข้าวกล้องจากสื่อวิทยุมากกว่ากลุ่มที่มีรายได้ 15,001 – 20,000 บาท ส่วนกลุ่มที่มีรายได้ 20,001 – 25,000 บาท มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับข้าวกล้องจากสื่อนิยายสารมากกว่ากลุ่มที่มีรายได้ 15,001 – 20,000 บาท

สำหรับสื่อประเภทอื่น ๆ พบว่า ประชาชนที่มีรายได้แตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับข้าวกล้อง ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

**ตารางที่ 31**  
**แสดงผลทดสอบความแตกต่างของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับข่าวกล้อง**  
**จำแนกตามกลุ่มที่มีสถานภาพการสมรสต่างกัน**

การเปิดรับข่าวสาร	โสด		สมรส		หย่าร้าง/หม้าย		F	P
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
วิทยุ	3.56	1.32	3.38	1.27	3.29	1.27	1.145	0.319
โทรทัศน์	3.99	1.15	3.93	1.20	4.19	1.03	0.501	0.606
หนังสือพิมพ์	3.31	1.12	3.47	1.26	3.62	1.24	1.225	0.295
นิตยสาร	2.41	0.92	2.50	1.05	2.90	1.30	2.468	0.086
สมาชิกในครอบครัว	3.06	1.17	2.97	1.11	3.00	0.89	0.336	0.715
ญาติ/เพื่อน/คนรู้จัก	3.05	1.10	2.93	1.05	3.29	1.01	1.259	0.285
อื่นๆ	1.04	0.35	1.00	0.00	1.05	0.22	0.987	0.374

จากตารางที่ 31 พบว่า ประชาชนที่มีสถานภาพการสมรสแตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับข่าวกล้อง ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1

สถาบันวิทยบริการ  
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สมมติฐานข้อที่ 2

ประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีความรู้ ทักษะคิดเกี่ยวกับการบริโภคข้าวกล้อง และพฤติกรรมการบริโภคข้าวกล้องแตกต่างกัน

## ตารางที่ 32

แสดงผลทดสอบความแตกต่างของความรู้เกี่ยวกับข้าวกล้อง  
จำแนกตามเพศ

เพศ	ความรู้เกี่ยวกับข้าวกล้อง				
	N	$\bar{X}$	S.D.	t	P
ชาย	206	5.70	2.12	2.55	0.011*
หญิง	202	6.21	1.91		

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 32 พบว่า ประชาชนที่มีเพศแตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยของความรู้เกี่ยวกับข้าวกล้องแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 2 เมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ย พบว่า เพศหญิงมีความรู้เกี่ยวกับข้าวกล้องมากกว่าเพศชาย

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



**ตารางที่ 33**  
**แสดงผลทดสอบความแตกต่างของทัศนคติเกี่ยวกับการบริโภคข้าวกล้อง**  
**จำแนกตามเพศ**

เพศ	ทัศนคติเกี่ยวกับการบริโภคข้าวกล้อง				
	N	$\bar{X}$	S.D.	t	P
ชาย	206	3.43	0.47	1.95	0.052
หญิง	202	3.52	0.50		

จากตารางที่ 33 พบว่า ประชาชนทั้งเพศชายและเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยของทัศนคติเกี่ยวกับการบริโภคข้าวกล้อง ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 2

**ตารางที่ 34**  
**แสดงผลทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการบริโภคข้าวกล้อง**  
**จำแนกตามเพศ**

เพศ	พฤติกรรมการบริโภคข้าวกล้อง				
	N	$\bar{X}$	S.D.	t	P
ชาย	206	2.42	0.53	3.20	0.002*
หญิง	202	2.60	0.60		

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 34 พบว่า ประชาชนที่มีเพศแตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการบริโภคข้าวกล้อง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 2 เมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ย พบว่า เพศหญิงมีพฤติกรรมการบริโภคข้าวกล้องมากกว่าเพศชาย

**ตารางที่ 35**  
**แสดงผลทดสอบความแตกต่างของความรู้เกี่ยวกับข้าวกล้อง**  
**จำแนกตามกลุ่มที่มีอายุต่างกัน**

อายุ	ความรู้เกี่ยวกับข้าวกล้อง				
	N	$\bar{X}$	S.D.	F	P
ต่ำกว่า 20 ปี	59	5.97	2.19	0.912	0.497
21 - 25 ปี	138	6.10	2.03		
26 - 30 ปี	87	5.55	2.04		
31 - 35 ปี	42	5.81	2.18		
36 - 40 ปี	26	6.42	1.81		
41 - 45 ปี	26	6.19	1.60		
46 - 50 ปี	11	6.27	2.10		
51 ปีขึ้นไป	19	5.89	1.88		

จากตารางที่ 35 พบว่า ประชาชนที่มีอายุแตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยของความรู้เกี่ยวกับข้าวกล้อง ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 2

สถาบันวิทยบริการ  
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

**ตารางที่ 36**  
**แสดงผลทดสอบความแตกต่างของทัศนคติเกี่ยวกับการบริโภคข้าวกล้อง**  
**จำแนกตามกลุ่มที่มีอายุต่างกัน**

อายุ	ทัศนคติเกี่ยวกับการบริโภคข้าวกล้อง				
	N	$\bar{X}$	S.D.	F	P
ต่ำกว่า 20 ปี	59	3.53	0.60	0.290	0.958
21 - 25 ปี	138	3.47	0.48		
26 - 30 ปี	87	3.46	0.44		
31 - 35 ปี	42	3.43	0.46		
36 - 40 ปี	26	3.50	0.44		
41 - 45 ปี	26	3.52	0.46		
46 - 50 ปี	11	3.50	0.49		
51 ปีขึ้นไป	19	3.41	0.51		

จากตารางที่ 36 พบว่า ประชาชนที่มีอายุแตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยของทัศนคติเกี่ยวกับการบริโภคข้าวกล้อง ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 2

สถาบันวิทยบริการ  
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 37  
 แสดงผลทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการบริโภคข้าวกล้อง  
 จำแนกตามกลุ่มที่มีอายุต่างกัน

อายุ	พฤติกรรมการบริโภคข้าวกล้อง				
	N	$\bar{X}$	S.D.	F	P
ต่ำกว่า 20 ปี	59	2.41	0.58	2.010	0.053
21 - 25 ปี	138	2.47	0.55		
26 - 30 ปี	87	2.54	0.53		
31 - 35 ปี	42	2.36	0.43		
36 - 40 ปี	26	2.77	0.64		
41 - 45 ปี	26	2.62	0.63		
46 - 50 ปี	11	2.72	0.65		
51 ปีขึ้นไป	19	2.62	0.81		

จากตารางที่ 37 พบว่า ประชาชนที่มีอายุแตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการบริโภคข้าวกล้อง ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 2

สถาบันวิทยบริการ  
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

**ตารางที่ 38**  
**แสดงผลทดสอบความแตกต่างของความรู้เกี่ยวกับข่าวล้อง**  
**จำแนกตามกลุ่มที่มีระดับการศึกษาต่างกัน**

ระดับการศึกษา	ความรู้เกี่ยวกับข่าวล้อง					
	N	$\bar{X}$	S.D.	F	P	คู่ที่ต่างกัน
(1) ประถมศึกษา	9	6.00	0.87	3.265	0.007*	(5) > (3)
(2) มัธยมต้น	17	5.41	2.03			
(3) มัธยมปลาย/ปวช.	47	4.94	2.34			
(4) อนุปริญญา/ปวส.	105	6.02	2.07			
(5)ปริญญาตรี	215	6.18	1.88			
(6) สูงกว่าปริญญาตรี	15	6.07	2.43			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 38 พบว่า ประชาชนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยของความรู้เกี่ยวกับข่าวล้อง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 2

เมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ย พบว่า กลุ่มที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีความรู้เกี่ยวกับข่าวล้องมากที่สุด รองลงมาคือ กลุ่มที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี

เมื่อทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มที่ 3 กับกลุ่มที่ 5 มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ คือ กลุ่มที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมีความรู้เกี่ยวกับข่าวล้องสูงกว่ากลุ่มที่มีการศึกษาระดับมัธยมปลาย/ปวช.

**ตารางที่ 39**  
**แสดงผลทดสอบความแตกต่างของทัศนคติเกี่ยวกับการบริโภคข้าวกล้อง**  
**จำแนกตามกลุ่มที่มีระดับการศึกษาต่างกัน**

ระดับการศึกษา	ทัศนคติเกี่ยวกับการบริโภคข้าวกล้อง				
	N	$\bar{X}$	S.D.	F	P
ประถมศึกษา	9	3.40	0.36	2.513	0.030*
มัธยมต้น	17	3.25	0.56		
มัธยมปลาย/ปวช.	47	3.33	0.58		
อนุปริญญา/ปวส.	105	3.46	0.42		
ปริญญาตรี	215	3.54	0.47		
สูงกว่าปริญญาตรี	15	3.45	0.59		

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 39 พบว่า ประชาชนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยของทัศนคติเกี่ยวกับการบริโภคข้าวกล้อง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 2

เมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ย พบว่า กลุ่มที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมีทัศนคติเกี่ยวกับการบริโภคข้าวกล้องดีกว่ากลุ่มอื่น ๆ

เมื่อทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ พบว่า ไม่มีคู่ที่แตกต่างกัน

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

**ตารางที่ 40**  
**แสดงผลทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการบริโภคข้าวกล้อง**  
**จำแนกตามกลุ่มที่มีระดับการศึกษาต่างกัน**

ระดับการศึกษา	พฤติกรรมการบริโภคข้าวกล้อง				
	N	$\bar{X}$	S.D.	F	P
ประถมศึกษา	9	2.64	0.62	3.457	0.005*
มัธยมต้น	17	2.78	0.58		
มัธยมปลาย/ปวช.	47	2.63	0.70		
อนุปริญญา/ปวส.	105	2.35	0.49		
ปริญญาตรี	215	2.51	0.55		
สูงกว่าปริญญาตรี	15	2.73	0.70		

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 40 พบว่า ประชาชนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการบริโภคข้าวกล้อง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 2

เมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ย พบว่า กลุ่มที่มีการศึกษาระดับมัธยมต้นมีพฤติกรรมการบริโภคข้าวกล้องมากที่สุด รองลงมาคือ กลุ่มที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี

เมื่อทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ พบว่า ไม่มีคู่ที่แตกต่างกัน

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

**ตารางที่ 41**  
**แสดงผลทดสอบความแตกต่างของความรู้เกี่ยวกับข้าวกล้อง**  
**จำแนกตามกลุ่มที่มีอาชีพต่างกัน**

อาชีพ	ความรู้เกี่ยวกับข้าวกล้อง					
	N	$\bar{X}$	S.D.	F	P	คู่ที่ต่างกัน
(1) นิสิต/นักศึกษา	101	6.13	1.92	7.990	0.000*	
(2) ค้าขาย/ประกอบอาชีพส่วนตัว	102	5.49	2.09			(2) < (4)
(3) พนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้างทั่วไป	102	5.54	2.14			(3) < (4)
(4) พนักงานรัฐวิสาหกิจ/รับราชการ	103	6.60	1.75			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 41 พบว่า ประชาชนที่มีอาชีพแตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยของความรู้เกี่ยวกับข้าวกล้อง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 2

เมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ย พบว่า กลุ่มพนักงานรัฐวิสาหกิจ/รับราชการ มีความรู้เกี่ยวกับข้าวกล้องสูงที่สุด รองลงมาคือ กลุ่มนิสิต/นักศึกษา

เมื่อทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มที่ 4 มีค่าเฉลี่ยแตกต่างกับกลุ่มที่ 2 และกลุ่มที่ 3 อย่างมีนัยสำคัญ คือ กลุ่มพนักงานรัฐวิสาหกิจ/รับราชการ มีความรู้เกี่ยวกับข้าวกล้องมากกว่ากลุ่มค้าขาย/ประกอบอาชีพส่วนตัว และกลุ่มพนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้างทั่วไป

สถาบันวิทยบริการ  
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



**ตารางที่ 42**  
**แสดงผลทดสอบความแตกต่างของทัศนคติเกี่ยวกับการบริโภคข้าวกล้อง**  
**จำแนกตามกลุ่มที่มีอาชีพต่างกัน**

อาชีพ	ทัศนคติเกี่ยวกับการบริโภคข้าวกล้อง					
	N	$\bar{X}$	S.D.	F	P	คู่ที่ต่างกัน
(1) นิสิต/นักศึกษา	101	3.52	0.59	4.659	0.003*	(1) > (2)
(2) ค้าขาย/ประกอบอาชีพส่วนตัว	102	3.33	0.47			(2) < (4)
(3) พนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้างทั่วไป	102	3.51	0.43			
(4) พนักงานรัฐวิสาหกิจ/รับราชการ	103	3.55	0.40			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 42 พบว่า ประชาชนที่มีอาชีพแตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยของทัศนคติเกี่ยวกับการบริโภคข้าวกล้องแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 2

เมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ย พบว่า กลุ่มพนักงานรัฐวิสาหกิจ/รับราชการ มีทัศนคติเกี่ยวกับการบริโภคข้าวกล้องมากที่สุด รองลงมาคือ กลุ่มนิสิต/นักศึกษา

เมื่อทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มที่ 2 มีความแตกต่างจากกลุ่มที่ 1 และกลุ่มที่ 4 อย่างมีนัยสำคัญ คือ กลุ่มนิสิต/นักศึกษา และกลุ่มพนักงานรัฐวิสาหกิจ/รับราชการ มีทัศนคติที่ดีเกี่ยวกับการบริโภคข้าวกล้องมากกว่ากลุ่มค้าขาย/ประกอบอาชีพส่วนตัว

สถาบันวิทยบริการ  
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

**ตารางที่ 43**  
**แสดงผลทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการบริโภคข้าวกล้อง**  
**จำแนกตามกลุ่มที่มีอาชีพต่างกัน**

อาชีพ	พฤติกรรมการบริโภคข้าวกล้อง					
	N	$\bar{X}$	S.D.	F	P	คู่ที่ต่างกัน
(1) นิสิต/นักศึกษา	101	2.47	0.63	4.236	0.006*	
(2) ค้าขาย/ประกอบอาชีพส่วนตัว	102	2.68	0.54			(2) > (4)
(3) พนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้างทั่วไป	102	2.44	0.48			(3) < (2)
(4) พนักงานรัฐวิสาหกิจ/รับราชการ	103	2.44	0.59			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 43 พบว่า ประชาชนที่มีอาชีพแตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการบริโภคข้าวกล้องแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 2

เมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ย พบว่า กลุ่มค้าขาย/ประกอบอาชีพส่วนตัว มีพฤติกรรมการบริโภคข้าวกล้องมากที่สุด รองลงมาคือ กลุ่มนิสิต/นักศึกษา

เมื่อทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มที่ 2 มีค่าเฉลี่ยแตกต่างกับกลุ่มที่ 3 และกลุ่มที่ 4 อย่างมีนัยสำคัญ คือ กลุ่มค้าขาย/ประกอบอาชีพส่วนตัวมีพฤติกรรมการบริโภคข้าวกล้องมากกว่ากลุ่มพนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้างทั่วไป และกลุ่มพนักงานรัฐวิสาหกิจ/รับราชการ

สถาบันวิทยบริการ  
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

**ตารางที่ 44**  
**แสดงผลทดสอบความแตกต่างของความรู้เกี่ยวกับข่าวล้อง**  
**จำแนกตามกลุ่มที่มีรายได้ต่างกัน**

รายได้	ความรู้เกี่ยวกับข่าวล้อง				
	N	$\bar{X}$	S.D.	F	P
น้อยกว่า 5,000 บาท	101	6.07	2.03	1.211	0.303
5,001 – 10,000 บาท	119	6.04	2.01		
10,001 – 15,000 บาท	110	5.95	2.01		
15,001 – 20,000 บาท	49	5.63	2.11		
20,001 – 25,000 บาท	22	5.36	2.13		
25,000 บาทขึ้นไป	7	7.14	1.46		

จากตารางที่ 44 พบว่า ประชาชนที่มีรายได้แตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยของความรู้เกี่ยวกับข่าวล้อง ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 2

สถาบันวิทยบริการ  
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

**ตารางที่ 45**  
**แสดงผลทดสอบความแตกต่างของทัศนคติเกี่ยวกับการบริโภคข้าวกล้อง**  
**จำแนกตามกลุ่มที่มีรายได้ต่างกัน**

รายได้	ทัศนคติเกี่ยวกับการบริโภคข้าวกล้อง				
	N	$\bar{X}$	S.D.	F	P
น้อยกว่า 5,000 บาท	101	3.46	0.56	0.201	0.962
5,001 – 10,000 บาท	119	3.50	0.50		
10,001 – 15,000 บาท	110	3.45	0.40		
15,001 – 20,000 บาท	49	3.50	0.45		
20,001 – 25,000 บาท	22	3.47	0.52		
25,000 บาทขึ้นไป	7	3.53	0.56		

จากตารางที่ 45 พบว่า ประชาชนที่มีรายได้แตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยของทัศนคติเกี่ยวกับการบริโภคข้าวกล้อง ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 2

สถาบันวิทยบริการ  
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 46  
แสดงผลทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมกรบริการบริโภคข้าวกล้อง  
จำแนกตามกลุ่มที่มีรายได้ต่างกัน

รายได้	พฤติกรรมกรบริการบริโภคข้าวกล้อง				
	N	$\bar{X}$	S.D.	F	P
น้อยกว่า 5,000 บาท	101	2.48	0.64	1.597	0.160
5,001 – 10,000 บาท	119	2.49	0.52		
10,001 – 15,000 บาท	110	2.51	0.56		
15,001 – 20,000 บาท	49	2.42	0.49		
20,001 – 25,000 บาท	22	2.82	0.63		
25,000 บาทขึ้นไป	7	2.61	0.76		

จากตารางที่ 46 พบว่า ประชาชนที่มีรายได้แตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมกรบริการบริโภคข้าวกล้อง ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 2

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

**ตารางที่ 47**  
**แสดงผลทดสอบความแตกต่างของความรู้เกี่ยวกับข้าวกล้อง**  
**จำแนกตามกลุ่มที่มีสถานภาพการสมรสต่างกัน**

สถานภาพการสมรส	ความรู้เกี่ยวกับข้าวกล้อง				
	N	$\bar{X}$	S.D.	F	P
โสด	237	6.01	2.06	0.555	0.575
สมรส	150	5.83	2.07		
หย่าร้าง/ม่าย	21	6.24	1.30		

จากตารางที่ 47 พบว่า ประชาชนที่มีสถานภาพการสมรสแตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยของความรู้เกี่ยวกับข้าวกล้อง ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 2

สถาบันวิทยบริการ  
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

**ตารางที่ 48**  
**แสดงผลทดสอบความแตกต่างของทัศนคติเกี่ยวกับการบริโภคข้าวกล้อง**  
**จำแนกตามกลุ่มที่มีสถานภาพการสมรสต่างกัน**

สถานภาพการสมรส	ทัศนคติเกี่ยวกับการบริโภคข้าวกล้อง				
	N	$\bar{X}$	S.D.	F	P
โสด	237	3.50	0.50	2.326	0.099
สมรส	150	3.47	0.47		
หย่าร้าง/ม่าย	21	3.26	0.33		

จากตารางที่ 48 พบว่า ประชาชนที่มีสถานภาพการสมรสแตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยของทัศนคติเกี่ยวกับการบริโภคข้าวกล้อง ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 2

สถาบันวิทยบริการ  
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## ตารางที่ 49

แสดงผลทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการบริโภคข้าวกล้อง  
จำแนกตามกลุ่มที่มีสถานภาพการสมรสต่างกัน

สถานภาพการสมรส	พฤติกรรมการบริโภคข้าวกล้อง					
	N	$\bar{X}$	S.D.	F	P	คู่ที่ต่างกัน
(1) โสด	237	2.43	0.54	5.687	0.004*	(1) < (2)
(2) สมรส	150	2.63	0.61			
(3) หย่าร้าง/ม่าย	21	2.43	0.45			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 49 พบว่า ประชาชนที่มีสถานภาพการสมรสแตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการบริโภคข้าวกล้อง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 2

เมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ย พบว่า กลุ่มที่มีพฤติกรรมการบริโภคข้าวกล้องมากกว่ากลุ่มอื่น ๆ คือ กลุ่มสมรส

เมื่อทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มที่ 1 กับกลุ่มที่ 2 มีค่าเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ คือ กลุ่มสมรสมีพฤติกรรมการบริโภคข้าวกล้องมากกว่ากลุ่มโสด

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



## สมมติฐานข้อที่ 3

การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับข่าวลือมีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับ  
ข่าวลือของประชาชนในกรุงเทพมหานคร

## ตารางที่ 50

แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน  
ระหว่างการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับข่าวลือกับความรู้เกี่ยวกับข่าวลือ

การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับข่าวลือ	ค่าสหสัมพันธ์กับความรู้	P
วิทยุ	0.1190*	0.016
โทรทัศน์	0.2116*	0.000
หนังสือพิมพ์	0.1835*	0.000
นิตยสาร	0.1561*	0.002
สมาชิกในครอบครัว	-0.0123	0.804
ญาติ/เพื่อน/คนรู้จัก	-0.0232	0.640
อื่น ๆ	0.0467	0.346

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 50 พบว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับข่าวลือจากสื่อวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และนิตยสาร มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับข่าวลืออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีความสัมพันธ์ในทางบวก แต่เป็นความสัมพันธ์ที่อยู่ในระดับต่ำถึงต่ำมาก กล่าวคือ การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับข่าวลือจากสื่อวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และนิตยสารมาก จะมีความรู้เกี่ยวกับข่าวลือมาก และในทางตรงข้าม ถ้ามีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับข่าวลือจากสื่อวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และนิตยสารน้อย จะมีความรู้เกี่ยวกับข่าวลือน้อยกว่า จึงเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 3

ส่วนการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับข่าวลือจากสมาชิกในครอบครัว ญาติ/เพื่อน/คนรู้จักและสื่ออื่น ๆ พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับข่าวลือ จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 3

**สมมติฐานข้อที่ 4**

การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับข่าวล้องมีความสัมพันธ์กับทัศนคติเกี่ยวกับการบริโภคข่าวล้องของประชาชนในกรุงเทพมหานคร

**ตารางที่ 51**

**แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน**  
ระหว่าง การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับข่าวล้องกับทัศนคติเกี่ยวกับการบริโภคข่าวล้อง

การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับข่าวล้อง	ค่าสหสัมพันธ์กับทัศนคติ	P
วิทยุ	-0.0043	0.932
โทรทัศน์	0.0304	0.540
หนังสือพิมพ์	0.0776	0.118
นิตยสาร	0.0103	0.836
สมาชิกในครอบครัว	-0.0066	0.895
ญาติ/เพื่อน/คนรู้จัก	0.0034	0.946
อื่น ๆ	-0.0370	0.456

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 51 พบว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับข่าวล้องจากสื่อวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร สมาชิกในครอบครัว ญาติ/เพื่อน/คนรู้จัก และสื่ออื่น ๆ ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติเกี่ยวกับการบริโภคข่าวล้อง จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 4

## สมมติฐานข้อที่ 5

การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับข่าวล้องมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคข่าวล้องของประชาชนในกรุงเทพมหานคร

## ตารางที่ 52

แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน  
ระหว่างการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับข่าวล้องกับพฤติกรรมการบริโภคข่าวล้อง

การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับข่าวล้อง	ค่าสหสัมพันธ์กับพฤติกรรม	P
วิทยุ	0.1166*	0.018
โทรทัศน์	0.0433	0.383
หนังสือพิมพ์	0.1502*	0.002
นิตยสาร	0.2758*	0.000
สมาชิกในครอบครัว	0.2184*	0.000
ญาติ/เพื่อน/คนรู้จัก	0.1609*	0.001
อื่น ๆ	-0.0137	0.783

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 52 พบว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับข่าวล้องจากสื่อวิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร สมาชิกในครอบครัว และญาติ/เพื่อน/คนรู้จัก มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคข่าวล้องอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีความสัมพันธ์ในทางบวก แต่เป็นความสัมพันธ์ที่อยู่ในระดับต่ำถึงต่ำมาก กล่าวคือ การเปิดรับข่าวสารจากสื่อวิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร สมาชิกในครอบครัว และญาติ/เพื่อน/คนรู้จักมาก จะมีพฤติกรรมการบริโภคข่าวล้องมาก และในทางตรงข้าม ถ้ามีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อวิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร สมาชิกในครอบครัว และญาติ/เพื่อน/คนรู้จักน้อย จะมีพฤติกรรมการบริโภคข่าวล้องน้อยกว่า จึงเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 5

ส่วนการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับข่าวล้องจากสื่อโทรทัศน์ และสื่ออื่น ๆ พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคข่าวล้อง จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 5

## สมมติฐานข้อที่ 6

ลักษณะทางประชากร การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ และทัศนคติเกี่ยวกับการบริโภคข้าวกล้องงอก เป็นตัวแปรที่สามารถอธิบายพฤติกรรมกรรมการบริโภคข้าวกล้องงอกของประชาชนในกรุงเทพมหานคร

## ตารางที่ 53

แสดงผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ เมื่อให้พฤติกรรมกรรมการบริโภคข้าวกล้องงอกเป็นตัวแปรตาม และเลือกใช้ตัวพยากรณ์เฉพาะที่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตัวพยากรณ์	R	R <sup>2</sup>	R <sup>2</sup> ที่เพิ่ม	สปต.ถดถอย		t	P
				B	Beta		
สื่อบุคคล	0.2131	0.0454	0.0454	0.1233	0.2131	4.394	0.000*
อาชีพค้าขาย/ประกอบอาชีพส่วนตัว	0.2767	0.0766	0.0312	0.2328	0.1766	3.698	0.000*
ทัศนคติเกี่ยวกับการบริโภคข้าวกล้องงอก	0.3254	0.1059	0.0293	0.2060	0.1740	3.638	0.000*
การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับข้าวกล้องงอก	0.3495	0.1221	0.0162	0.0579	0.1304	2.732	0.007*
เพศ	0.3680	0.1354	0.0133	-0.1338	-0.1172	-2.486	0.013*
สถานภาพโสด	0.3826	0.1464	0.0110	-0.1275	-0.1102	-2.269	0.024*
ค่าคงที่				1.5415		6.870	0.000*

F = 11.4610 (\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05)

จากตารางที่ 53 ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณพบว่า มีตัวแปรที่สามารถอธิบายพฤติกรรมกรรมการบริโภคข้าวกล้องงอกของกลุ่มตัวอย่างได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 6 ตัวแปรคือ สื่อบุคคล อาชีพค้าขาย/ประกอบอาชีพส่วนตัว ทัศนคติเกี่ยวกับการบริโภคข้าวกล้องงอก การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับข้าวกล้องงอก เพศ และสถานภาพโสด โดยมีความสำคัญตามลำดับ คือ สื่อบุคคล อาชีพค้าขาย/ประกอบอาชีพส่วนตัว ทัศนคติเกี่ยวกับการบริโภคข้าวกล้องงอก การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับข้าวกล้องงอก ซึ่งเป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกรรมการบริโภคข้าวกล้องงอกในทางบวก เพศ และสถานภาพโสด เป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลในทางลบ กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชาย และมีสถานภาพโสด จะมีพฤติกรรมกรรมการบริโภคข้าวกล้องงอกน้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิงและสมรสแล้ว

นอกจากนี้ยังพบว่า ตัวแปรทั้ง 6 ตัวแปรด้วยกันอธิบายความแปรปรวนของพฤติกรรมการบริโภคข้าวกล้องได้ประมาณร้อยละ 14.64 ซึ่งนับว่าค่อนข้างน้อย อย่างไรก็ตามตัวแปรที่บุคคลสามารถอธิบายพฤติกรรมการบริโภคข้าวกล้องได้มากที่สุดคือร้อยละ 4.54



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย