

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การเปิดรับสื่อ ความรู้ ทักษะคิดกับการตรวจมะเร็งเต้านมของสตรีในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา” ผู้วิจัยได้แบ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นการวิเคราะห์เชิงพรรณนา (descriptive analysis) โดยใช้สถิติร้อยละ ความถี่และค่าเฉลี่ยเพื่ออธิบาย

1. ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง
2. การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโรคมะเร็งเต้านม
3. ความน่าเชื่อถือของสื่อ
4. ความรู้เกี่ยวกับโรคมะเร็งเต้านม
5. ทักษะคิดต่อการตรวจมะเร็งเต้านม
6. การตรวจมะเร็งเต้านม
7. ความต้องการในการเผยแพร่เรื่องโรคมะเร็งเต้านม

ตอนที่ 2 เป็นการทดสอบสมมติฐาน (hypothesis testing) โดยใช้ t-test, One-Way ANOVA, Scheffe test และ Pearson's Product-Moment Correlation Coefficient

ผลการวิจัย

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์เชิงพรรณนา

1. ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง

จากการสำรวจสตรีวัยเจริญพันธุ์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา โดยวิธีการสุ่มตัวอย่าง และได้จำนวนตัวอย่างทั้งสิ้น 408 ตัวอย่าง สรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
20-24 ปี	90	22.1
25-29 ปี	84	20.6
30-34 ปี	71	17.4
35-39 ปี	67	16.4
40-44 ปี	44	10.8
45-49 ปี	52	12.7
รวม	408	100.0

จากตารางที่ 2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 20-29 ปี มีจำนวนมากที่สุด (คิดเป็น ร้อยละ 42.7) รองลงมาคือ กลุ่มที่มีอายุ 30-39 ปี (คิดเป็นร้อยละ 33.8) และกลุ่มที่มีอายุ 40-44 ปี มีจำนวนน้อยที่สุด (คิดเป็นร้อยละ 10.8)

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับ/ประเภทการศึกษา

ระดับ/ประเภทการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เคยเรียน	2	.5
ประถมศึกษา	77	18.9
มัธยมศึกษาตอนต้นหรือเทียบเท่า	26	6.4
มัธยมศึกษาตอนปลาย	75	18.4
อาชีวศึกษา	72	17.6
ปริญญาตรี	133	32.6
สูงกว่าปริญญาตรี	17	4.2
อื่นๆ	6	1.5
รวม	408	100.0

จากตารางที่ 3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมีจำนวนมากที่สุด (คิดเป็นร้อยละ 32.6) รองลงมาคือ ระดับประถมศึกษาและมัธยมศึกษาตอนปลาย (คิดเป็นร้อยละ 18.9 และ 18.4 ตามลำดับ) และกลุ่มที่ไม่เคยเรียนมีจำนวนน้อยที่สุด (คิดเป็นร้อยละ 0.5)

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 4 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน นักศึกษา	41	10.0
แม่บ้าน	40	9.8
รับราชการ	77	18.9
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	10	2.5
พนักงานบริษัทเอกชน	80	19.6
รับจ้างทั่วไป	85	20.8
ธุรกิจส่วนตัว	34	8.3
อื่นๆ	41	10.0
รวม	408	100.0

จากตารางที่ 4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพรับจ้างทั่วไป มีจำนวนมากที่สุด (คิดเป็นร้อยละ 20.8) รองลงมาคือ พนักงานบริษัทเอกชน (คิดเป็นร้อยละ 19.6) และรับราชการ (คิดเป็นร้อยละ 18.9) ส่วนกลุ่มพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีจำนวนน้อยที่สุด (คิดเป็นร้อยละ 2.5)

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 5 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ : เดือน

รายได้	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5,000 บาท	104	25.5
5,000-10,000 บาท	112	27.5
10,001-15,000 บาท	62	15.2
15,001-20,000 บาท	29	7.1
20,001-25,000 บาท	28	6.9
25,001-30,000 บาท	18	4.4
30,000 บาทขึ้นไป	55	13.5
รวม	408	100.0

จากตารางที่ 5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 5,000-10,000 บาท มีจำนวนมากที่สุด (คิดเป็นร้อยละ 27.5) รองลงมาคือ กลุ่มที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท และกลุ่มที่มีรายได้ 25,001-30,000 บาท มีจำนวนน้อยที่สุด (คิดเป็นร้อยละ 4.4)

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

2. การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโรคมะเร็งเต้านม

ตารางที่ 6 ตารางแสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคมะเร็งเต้านมจากสื่อมวลชนประเภทต่างๆ

ความบ่อยครั้ง	ประเภทของสื่อมวลชน			
	วิทยุ	โทรทัศน์	หนังสือพิมพ์	นิตยสาร
ไม่เคยเลย	122 (29.9)	33 (8.1)	93 (22.8)	112 (27.5)
นานกว่าเดือนละครั้ง	206 (50.5)	184 (45.1)	165 (40.4)	172 (42.2)
เดือนละ 1-3 วัน	56 (13.7)	145 (35.5)	104 (25.5)	92 (22.5)
สัปดาห์ละ 1-2 วัน	20 (4.9)	36 (8.8)	35 (8.6)	27 (6.6)
สัปดาห์ละ 3-5 วัน	4 (1.0)	6 (1.5)	10 (2.5)	5 (1.2)
สัปดาห์ละ 6-7 วัน	-	4 (1.0)	1 (.2)	-
รวม	408	408	408	408
ปริมาณการเปิดรับเฉลี่ย \bar{X}	.97	1.53	1.28	1.12
ระดับการเปิดรับสื่อมวลชน	ต่ำมาก	ต่ำ	ต่ำมาก	ต่ำมาก

จากตารางที่ 6 พบว่า กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโรคมะเร็งเต้านมจากโทรทัศน์มากที่สุด โดยมีปริมาณการเปิดรับเฉลี่ย 1.53 รองลงมาคือ หนังสือพิมพ์และนิตยสาร ปริมาณการเปิดรับเฉลี่ย 1.28 และ 1.12 ตามลำดับ และเปิดรับข่าวสารจากวิทยุน้อยที่สุด ปริมาณการเปิดรับเฉลี่ย .97

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโรคมะเร็งเต้านมจากสื่อมวลชนทั้งหมด

ระดับการเปิดรับข่าวสาร	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำมาก	258	63.2
ต่ำ	117	28.7
ปานกลาง	31	7.6
สูง	2	.5
สูงมาก	0	0
รวม	408	100.0
$\bar{X} = 1.23$		S.D. = .71

จากตารางที่ 7 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโรคมะเร็งเต้านมจากสื่อมวลชนในระดับต่ำมาก มีจำนวนมากที่สุด (ร้อยละ 63.2) รองลงมาคือ ในระดับต่ำ (ร้อยละ 28.7) และกลุ่มตัวอย่างที่มีการเปิดรับข่าวสารในระดับสูง มีจำนวนน้อยที่สุด (ร้อยละ 0.5) ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คือมากกว่าครึ่งหนึ่งจึงมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโรคมะเร็งเต้านมในระดับที่ต่ำมาก (รายละเอียดการจำแนกระดับการเปิดรับข่าวสารได้กล่าวไว้ในบทที่ 3 หน้า 45)

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโรคมะเร็งเต้านม จากสื่อเฉพาะกิจประเภทต่างๆ

ความบ่อยครั้ง	ประเภทของสื่อเฉพาะกิจ		
	โปสเตอร์	แผ่นพับ	ใบปลิว
ไม่เคยเลย	143 (35.0)	138 (33.8)	208 (51.0)
นานกว่าเดือนละครั้ง	182 (44.6)	200 (49.0)	149 (36.5)
เดือนละ 1-3 วัน	57 (14.0)	45 (11.0)	35 (8.6)
สัปดาห์ละ 1-2 วัน	21 (5.1)	19 (4.7)	11 (2.7)
สัปดาห์ละ 3-5 วัน	2 (.5)	4 (1.0)	3 (.7)
สัปดาห์ละ 6-7 วัน	3 (.7)	2 (.5)	2 (.5)
รวม	408	408	408
ปริมาณการเปิดรับเฉลี่ย \bar{X}	.94	.91	.67
ระดับการเปิดรับสื่อเฉพาะกิจ	ต่ำมาก	ต่ำมาก	ต่ำมาก

จากตารางที่ 8 พบว่า กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโรคมะเร็งเต้านมจากโปสเตอร์มากที่สุด โดยมีปริมาณการเปิดรับเฉลี่ย .94 รองลงมาคือ แผ่นพับ ปริมาณการเปิดรับเฉลี่ย .91 นอกจากนี้ ยังพบว่า กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโรคมะเร็งเต้านมจากใบปลิวน้อยที่สุด โดยมีปริมาณการเปิดรับเฉลี่ย .67

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโรคมะเร็งเต้านมจากสื่อเฉพาะกิจทั้งหมด

ระดับการเปิดรับข่าวสาร	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำมาก	343	84.1
ต่ำ	48	11.8
ปานกลาง	11	2.7
สูง	4	1.0
สูงมาก	2	.5
รวม	408	100.0
$\bar{X} = .84$		S.D. = .81

จากตารางที่ 9 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโรคมะเร็งเต้านมจากสื่อเฉพาะกิจอยู่ในระดับต่ำมากมีจำนวนมากที่สุด (ร้อยละ 84.1) รองลงมาคือ ในระดับต่ำ (ร้อยละ 11.8) และกลุ่มตัวอย่างที่มีการเปิดรับข่าวสารในระดับสูงมาก มีจำนวนน้อยที่สุด (ร้อยละ 0.5) ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จึงมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโรคมะเร็งเต้านมในระดับต่ำมาก (รายละเอียดการจำแนกระดับการเปิดรับข่าวสารได้กล่าวไว้ในบทที่ 3 หน้า 45)

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโรคมะเร็งเต้านม จากสื่อบุคคลประเภทต่างๆ

ความบ่อยครั้ง	ประเภทของสื่อบุคคล				
	สามี/เพื่อนชาย	บิดามารดา	ญาติพี่น้อง	เพื่อนบ้าน/ เพื่อนร่วมงาน	บุคลากร ทาง การแพทย์
ไม่เคยเลย	322 (78.9)	264 (64.7)	166 (40.7)	108 (26.5)	120 (29.4)
นานกว่าเดือนละครั้ง	65 (15.9)	119 (29.2)	205 (50.2)	218 (53.4)	210 (51.5)
เดือนละ 1-3 วัน	21 (5.1)	22 (5.4)	33 (8.1)	65 (15.9)	58 (14.2)
สัปดาห์ละ 1-2 วัน	-	2 (.5)	4 (1.0)	13 (3.2)	12 (2.9)
สัปดาห์ละ 3-5 วัน	-	-	-	4 (1.0)	3 (.7)
สัปดาห์ละ 6-7 วัน	-	1 (.2)	-	-	5 (1.2)
รวม	408	408	408	408	408
ปริมาณการเปิดรับเฉลี่ย \bar{X}	.26	.43	.69	.99	.98
ระดับการเปิดรับสื่อบุคคล	ต่ำมาก	ต่ำมาก	ต่ำมาก	ต่ำมาก	ต่ำมาก

จากตารางที่ 10 พบว่า กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโรคมะเร็งเต้านมจากเพื่อนบ้าน/เพื่อนร่วมงานมากที่สุด โดยมีปริมาณการเปิดรับเฉลี่ย .99 รองลงมาคือ บุคลากรทางการแพทย์ ซึ่งได้แก่ แพทย์ พยาบาล เจ้าหน้าที่สถานีอนามัยประจำตำบล ปริมาณการเปิดรับเฉลี่ย .98 และกลุ่มตัวอย่างมีเปิดรับข่าวสารจากสามี/เพื่อนชายน้อยที่สุด โดยปริมาณการเปิดรับเฉลี่ย .26

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างตามระดับการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโรคมะเร็ง ด้านมจากสื่อทุกชนิดทั้งหมด

ระดับการเปิดรับข่าวสาร	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำมาก	386	94.6
ต่ำ	20	4.9
ปานกลาง	2	.5
สูง	0	0
สูงมาก	0	0
รวม	408	100.0
$\bar{X} = .67$		S.D. = .47

จากตารางที่ 11 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโรคมะเร็งด้านมจากสื่อทุกชนิดอยู่ในระดับต่ำมากมีจำนวนมากที่สุด (ร้อยละ 94.6) รองลงมาคือ ในระดับต่ำ (ร้อยละ 4.9) และกลุ่มตัวอย่างที่มีการเปิดรับข่าวสารในระดับปานกลาง มีจำนวนน้อยที่สุด (ร้อยละ 0.5) ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จึงมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโรคมะเร็งด้านมในระดับต่ำมาก (รายละเอียดการจำแนกระดับการเปิดรับข่าวสารได้กล่าวไว้ในบทที่ 3 หน้า 45)

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

3. ความน่าเชื่อถือของสื่อ

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับความน่าเชื่อถือ ที่มีต่อสื่อมวลชนประเภทต่างๆ

ความน่าเชื่อถือ	ประเภทสื่อมวลชน			
	วิทยุ	โทรทัศน์	หนังสือพิมพ์	นิตยสาร
เชื่อน้อยที่สุด	8 (2.0)	1 (.2)	8 (2.0)	9 (2.2)
เชื่อน้อย	28 (6.9)	6 (1.5)	36 (8.8)	44 (10.8)
เชื่อดีปานกลาง	266 (65.2)	126 (30.9)	225 (55.1)	220 (53.9)
เชื่อดีมาก	91 (22.3)	207 (50.7)	123 (30.1)	118 (28.9)
เชื่อดีมากที่สุด	15 (3.7)	68 (16.7)	16 (3.9)	17 (4.2)
รวม	408	408	408	408
ปริมาณความเชื่อดีเฉลี่ย \bar{X}	2.19	2.82	2.25	2.22
ระดับความน่าเชื่อถือ ต่อมวลชน	ปานกลาง	สูง	ปานกลาง	ปานกลาง

จากตารางที่ 12 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความเชื่อดีโทรทัศน์มากที่สุด โดยมีปริมาณความน่าเชื่อถือเฉลี่ย 2.82 รองลงมาคือ หนังสือพิมพ์ ปริมาณความน่าเชื่อถือเฉลี่ย 2.25 และกลุ่มตัวอย่างให้ความเชื่อดีวิทยุน้อยที่สุด ปริมาณความน่าเชื่อถือเฉลี่ย 2.19

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับความน่าเชื่อถือที่มีต่อสื่อมวลชนทั้งหมด

ระดับความน่าเชื่อถือที่มีต่อสื่อมวลชน	จำนวน	ร้อยละ
น้อยที่สุด	13	3.2
น้อย	204	50.0
ปานกลาง	176	43.1
มาก	15	3.7
มากที่สุด	0	0
รวม	408	100.0
$\bar{X} = 2.37$		S.D. = .56

จากตารางที่ 13 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความเชื่อถือสื่อมวลชนอยู่ในระดับน้อย มีจำนวนมากที่สุด (ร้อยละ 50.0) รองลงมาคือ ในระดับปานกลาง (ร้อยละ 43.1) และกลุ่มตัวอย่างมีความเชื่อถือสื่อมวลชนในระดับน้อยที่สุดมีจำนวนน้อยที่สุด (ร้อยละ 3.2) ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความเชื่อถือสื่อมวลชนในระดับน้อยและปานกลาง (รายละเอียดการจำแนกระดับความน่าเชื่อถือของสื่อ ได้กล่าวไว้ในบทที่ 3 หน้า 46)

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับความน่าเชื่อถือ ที่มีต่อสื่อเฉพาะกิจประเภทต่างๆ

ความน่าเชื่อถือ	ประเภทของสื่อเฉพาะกิจ		
	โปสเตอร์	แผ่นพับ	ใบปลิว
เชื่อถือน้อยที่สุด	24 (5.9)	19 (4.7)	39 (9.6)
เชื่อถือน้อย	45 (11.0)	44 (10.8)	83 (20.3)
เชื่อถือปานกลาง	163 (40.0)	157 (38.5)	157 (38.5)
เชื่อถือมาก	150 (36.8)	156 (38.2)	115 (28.2)
เชื่อถือมากที่สุด	26 (6.4)	32 (7.8)	14 (3.4)
รวม	408	408	408
ปริมาณความเชื่อถือเฉลี่ย \bar{X}	2.27	2.34	1.96
ระดับความน่าเชื่อถือ สื่อเฉพาะกิจ	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง

จากตารางที่ 14 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความเชื่อถือสื่อแผ่นพับมากที่สุด โดยมีปริมาณความน่าเชื่อถือเฉลี่ย 2.34 รองลงมาคือ สื่อโปสเตอร์ ปริมาณความน่าเชื่อถือเฉลี่ย 2.27 และกลุ่มตัวอย่างมีความเชื่อถือสื่อใบปลิวน้อยที่สุด ปริมาณความน่าเชื่อถือเฉลี่ย 1.96

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับความน่าเชื่อถือที่มีต่อ
สื่อเฉพาะกิจทั้งหมด

ระดับความน่าเชื่อถือ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยที่สุด	75	18.4
น้อย	181	44.4
ปานกลาง	136	33.3
มาก	16	3.9
มากที่สุด	0	0
รวม	408	100.0
$\bar{X} = 2.19$		S.D. = .87

จากตารางที่ 15 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความเชื่อถือสื่อเฉพาะกิจอยู่ในระดับน้อยมีจำนวนมากที่สุด (ร้อยละ 44.4) รองลงมาคือ ในระดับปานกลาง (ร้อยละ 33.3) และกลุ่มตัวอย่างมีความเชื่อถือสื่อเฉพาะกิจในระดับมาก (ร้อยละ 3.9) ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จึงมีความน่าเชื่อถือสื่อเฉพาะกิจอยู่ในระดับน้อย (รายละเอียดการจำแนกระดับความน่าเชื่อถือของสื่อ ได้กล่าวไว้ในบทที่ 3 หน้า 46)

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 16 แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความน่าเชื่อถือที่มีต่อ
 สื่อบุคคลประเภทต่างๆ

ความบ่อยครั้ง	ประเภทของสื่อบุคคล				
	สามี/ เพื่อนชาย	บิดา/มารดา	ญาติพี่น้อง	เพื่อนบ้าน/ เพื่อนร่วมงาน	บุคลากร ทางการแพทย์
น่าเชื่อถือน้อยที่สุด	62 (15.2)	16 (3.9)	17 (4.2)	19 (4.7)	2 (.5)
น่าเชื่อถือน้อย	91 (22.3)	41 (10.0)	51 (12.5)	67 (16.4)	5 (1.2)
น่าเชื่อถือปานกลาง	156 (38.2)	146 (35.8)	185 (45.3)	232 (56.9)	26 (6.4)
น่าเชื่อถือมาก	89 (21.8)	132 (32.4)	128 (31.4)	83 (20.3)	124 (30.4)
น่าเชื่อถือมากที่สุด	10 (2.5)	73 (17.9)	27 (6.6)	7 (1.7)	251 (61.5)
รวม	408	408	408	408	408
ปริมาณความเชื่อเฉลี่ย \bar{X}	1.74	2.50	2.24	1.98	3.51
ระดับความน่าเชื่อถือ สื่อบุคคล	ปานกลาง	สูง	ปานกลาง	ปานกลาง	สูงมาก

จากตารางที่ 16 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความเชื่อต่อบุคลากรทางการแพทย์มากที่สุด โดยมีปริมาณความน่าเชื่อถือเฉลี่ย 3.51 รองลงมาคือ บิดา/มารดา ปริมาณความน่าเชื่อถือเฉลี่ย 2.50 และกลุ่มตัวอย่างมีความเชื่อต่อสามี/เพื่อนชายน้อยที่สุด ปริมาณความน่าเชื่อถือเฉลี่ย 1.74

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 17 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับความน่าเชื่อถือที่มีต่อสื่อ
บุคคลทั้งหมด

ระดับความน่าเชื่อถือ ที่มีต่อสื่อบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
น้อยที่สุด	38	9.3
น้อย	195	47.8
ปานกลาง	161	39.5
มาก	14	3.4
มากที่สุด	0	0
รวม	408	100.0
$\bar{X} = 2.39$		S.D. = .65

จากตารางที่ 17 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความเชื่อถือสื่อบุคคลอยู่ในระดับน้อย มีจำนวนมากที่สุด (ร้อยละ 47.8) รองลงมาคือ ในระดับปานกลาง (ร้อยละ 39.5) และกลุ่มตัวอย่างมีความเชื่อถือสื่อบุคคลในระดับมาก มีจำนวนน้อยที่สุด (ร้อยละ 3.4) ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จึงมีความเชื่อถือสื่อบุคคลในระดับน้อยและระดับปานกลาง (รายละเอียดการจำแนกระดับความน่าเชื่อถือของสื่อ ได้กล่าวไว้ในบทที่ 3 หน้า 46)

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

4. ความรู้เกี่ยวกับโรคมะเร็งเต้านม

ตารางที่ 18 แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความสามารถในการตอบคำถามวัดความรู้เกี่ยวกับโรคมะเร็งเต้านม

คำถาม	ตอบผิด (0 คะแนน)	ตอบถูก (1 คะแนน)	รวม	ค่าเฉลี่ย	S.D.
1. มะเร็งเต้านมมักพบมากในสตรีวัยใด	79 (19.4)	329 (80.6)	408 (100.0)	.81	.40
2. ท่านคิดว่ามะเร็งเต้านมเกิดจากอะไร	125 (30.6)	283 (69.4)	408 (100.0)	.69	.46
3. สตรีกลุ่มใดที่มีโอกาสเป็นมะเร็งเต้านมสูงกว่าสตรีกลุ่มอื่นๆ	187 (45.8)	221 (54.2)	408 (100.0)	.54	.50
4. อาการชิ้นแรกของมะเร็งเต้านมเป็นอย่างไร	54 (13.22)	354 (86.8)	408 100.0	.87	.34
5. มะเร็งเต้านมสามารถถูกตามไปสู่อวัยวะอื่นๆ โดยเฉพาะที่ใด	103 (25.2)	305 (74.8)	408 (100.0)	.75	.43
6. วิธีใดเป็นการตรวจหามะเร็งเต้านมในระยะเริ่มแรกที่ย่าง สะดวก และประหยัด	59 (14.5)	349 (85.5)	408 (100.0)	.86	.35
7. สตรีกลุ่มใดที่มีโอกาสเป็นมะเร็งเต้านมน้อยที่สุด	95 (23.3)	313 (76.7)	408 (100.0)	.77	.42
8. อาการชิ้นรุนแรงของมะเร็งเต้านมเป็นอย่างไร	241 (59.1)	167 (40.9)	408 (100.0)	.41	.49
9. ระหว่างสตรีในเมืองกับในชนบทใครมีโอกาสเป็นมะเร็งเต้านมมากกว่ากันและเพราะเหตุใด	296 (72.5)	112 (27.5)	408 (100.0)	.27	.45
10. มะเร็งเต้านมสามารถรักษาให้หายขาดได้หรือไม่	74 (18.1)	334 (81.9)	408 (100.0)	.82	.39

จากตารางที่ 18 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รู้ว่าอาการชิ้นแรกของมะเร็งเต้านมเป็นอย่างไร เป็นจำนวนถึง 354 คน (คิดเป็นร้อยละ 86.8) แต่ในขณะที่เดียวกันกลุ่มตัวอย่างไม่รู้ว่าระหว่างสตรีในเมืองกับในชนบท ใครมีโอกาสเป็นมะเร็งเต้านมมากกว่ากัน และเพราะเหตุใด โดยมีกลุ่มตัวอย่างตอบถูกเพียงจำนวน 112 คน (คิดเป็นร้อยละ 27.5)

ตารางที่ 19 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับความรู้เกี่ยวกับโรคมะเร็งเต้านม

ระดับความรู้	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำ	27	6.6
ปานกลาง	209	51.2
สูง	172	42.2
รวม	408	100.0
ค่าเฉลี่ยรวม (\bar{X}) = 6.78		ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) = 1.95

จากตารางที่ 19 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีระดับความรู้เกี่ยวกับโรคมะเร็งเต้านมในระดับสูง มีความรู้เฉลี่ย 6.78 จากคะแนนเต็ม 10 คะแนน(คิดเป็นร้อยละ 67.8) โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับความรู้เกี่ยวกับโรคมะเร็งเต้านมในระดับปานกลางมีจำนวนมากที่สุด (ร้อยละ 51.2) รองลงมา คือ ระดับความรู้สูง (ร้อยละ 42.2) และระดับความรู้ต่ำ มีจำนวนน้อยที่สุด (ร้อยละ 6.6) ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างส่วนมากจึงมีความรู้อยู่ในระดับปานกลางและสูง (รายละเอียดการจำแนกระดับความรู้ ได้กล่าวไว้ในบทที่ 3 หน้า 46)

5. ทักษะติดต่อการตรวจมะเร็งเต้านม

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 20 ตารางแสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามทัศนคติต่อคำถามที่ใช้วัดทัศนคติ

ทัศนคติต่อการตรวจ มะเร็งเต้านม	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่ แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง	รวม	ค่า เฉลี่ย	ระดับ ทัศนคติ
1.การตรวจมะเร็งเต้านม เป็นเรื่องของคนชีวิตก กังวล	12 (2.9)	14 (3.4)	22 (5.4)	250 (61.3)	110 (27.0)	408 (100.0)	4.06	บวก
2.สตรีโสดไม่จำเป็นต้อง ตรวจมะเร็งเต้านม	8 (2.0)	7 (1.7)	3 (3.2)	241 (59.1)	139 (34.1)	408 (100.0)	4.22	บวก
3.การตรวจมะเร็งเต้านม ไม่ใช่เรื่องจำเป็น เพียงแค่ มีสุขภาพแข็งแรงก็พอ แล้ว	6 (1.5)	19 (4.7)	19 (4.7)	227 (55.6)	137 (33.6)	408 (100.0)	4.15	บวก
4.โรคมะเร็งเต้านมเป็น เรื่องของเวรกรรม จะ ตรวจหรือไม่ตรวจก็มีผล เท่ากัน	5 (1.2)	8 (2.0)	9 (2.2)	163 (40.0)	223 (54.7)	408 (100.0)	4.45	บวก
5.คนที่ตรวจมะเร็งเต้านม เป็นประจำเป็นคนรักสุขภาพ และรอบคอบ	232 (56.9)	163 (40.0)	9 (2.2)	3 (.7)	1 (.2)	408 (100.0)	4.52	บวก อย่าง มาก
6.การตรวจมะเร็งเต้านม เป็นสิ่งจำเป็นต่อผู้หญิง อย่างมาก	268 (65.7)	135 (33.1)	3 (.7)	1 (.2)	1 (.2)	408 (100.0)	4.64	บวก อย่าง มาก
7.การตรวจมะเร็งเต้านม ที่สถานพยาบาล ก็ เหมือนการตรวจร่างกาย ทั่วไป	158 (38.7)	212 (52.0)	24 (5.9)	10 (2.5)	4 (1.0)	408 (100.0)	4.25	บวก
8.ผู้หญิงทุกคนควรไป ตรวจมะเร็งเต้านม	269 (65.9)	126 (30.9)	8 (2.0)	3 (.7)	2 (.5)	408 (100.0)	4.61	บวก อย่าง มาก

จากตารางที่ 20 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติต่อการตรวจมะเร็งเต้านมเชิงบวกอย่างมาก จำนวน 3 ข้อ โดยเฉพาะหัวข้อการตรวจมะเร็งเต้านมเป็นสิ่งจำเป็นต่อผู้หญิงอย่างมาก มีค่าเฉลี่ย = 4.64 รองลงมาคือ ผู้หญิงทุกคนควรไปตรวจมะเร็งเต้านม มีค่าเฉลี่ย = 4.61 และคนที่ตรวจมะเร็งเต้านมเป็นประจำเป็นคนรักสุขภาพและรอบคอบ มีค่าเฉลี่ย = 4.52 และกลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติเชิงบวกจำนวน 5 ข้อ โดยเฉพาะหัวข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูง 3 ข้อ คือ โรคมะเร็งเต้านมเป็นเรื่องเวรกรรม จะตรวจมะเร็งเต้านมหรือไม่ตรวจก็มีผลเท่ากัน มีค่าเฉลี่ย = 4.45 การตรวจมะเร็งเต้านมที่สถานพยาบาล ก็เหมือนการตรวจร่างกายทั่วไป มีค่าเฉลี่ย = 4.25 และสตรีโสดไม่จำเป็นต้องตรวจมะเร็งเต้านม มีค่าเฉลี่ย = 4.22



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 21 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับของทัศนคติต่อการ
ตรวจมะเร็งเต้านม

ระดับทัศนคติ	จำนวน	ร้อยละ
เชิงลบอย่างมาก	0	0
เชิงลบ	0	0
เป็นกลาง	15	3.7
เชิงบวก	218	53.4
เชิงบวกอย่างมาก	175	42.9
รวม	408	100.0
ค่าเฉลี่ยรวม (\bar{X}) = 4.36		ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) = .45
ระดับทัศนคติ เชิงบวก		

จากตารางที่ 21 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับทัศนคติต่อการตรวจมะเร็งเต้านมในระดับ
เชิงบวก มีค่าเฉลี่ยรวมทัศนคติ = 4.36 โดยกลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติต่อการตรวจมะเร็งเต้านมอยู่ใน
ระดับเชิงบวกมากที่สุดคือ (ร้อยละ 53.4) รองลงมา มีทัศนคติอยู่ในระดับเชิงบวกอย่างมาก
(ร้อยละ 42.9) และทัศนคติอยู่ในระดับเป็นกลาง มีจำนวนน้อยที่สุด (ร้อยละ 3.7) ดังนั้นกลุ่ม
ตัวอย่างส่วนใหญ่จึงมีทัศนคติเชิงบวกและเชิงบวกอย่างมากต่อการตรวจมะเร็งเต้านม (ราย
ละเอียดการจำแนกระดับทัศนคติต่อการตรวจมะเร็งเต้านม ได้กล่าวไว้ในบทที่ 3 หน้า 46)

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

6. การตรวจมะเร็งเต้านม

ตารางที่ 22 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความบ่อยครั้งในการตรวจ มะเร็ง เต้านม

จำนวนครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เคยเลย	234	57.4
1 ครั้ง	60	14.7
2 ครั้ง	28	6.9
3 ครั้ง	41	10.0
4 ครั้ง	45	11.0
รวม	408	100.0

จากตารางที่ 22 พบว่า ในระยะ 3 ปีที่ผ่านมา กลุ่มตัวอย่างไม่เคยตรวจมะเร็งเต้านมเลย มีจำนวนมากที่สุด (ร้อยละ 57.4) รองลงมาคือ เคยตรวจ 1 ครั้ง (ร้อยละ 14.7) และกลุ่มตัวอย่างเคยตรวจจำนวน 2 ครั้ง มีจำนวนน้อยที่สุด (ร้อยละ 6.9)

ตารางที่ 23 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการตรวจมะเร็งเต้านม

ระดับการตรวจ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำมาก	234	57.4
ต่ำ	60	14.7
ปานกลาง	28	6.9
สูง	41	10.0
สูงมาก	45	11.0
รวม	408	100.0

จากตารางที่ 23 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับการตรวจมะเร็งเต้านมในระดับต่ำมาก มีจำนวนมากที่สุด (ร้อยละ 57.4) รองลงมาคือ ระดับต่ำ (ร้อยละ 14.7) และระดับปานกลางมีจำนวนน้อยที่สุด (ร้อยละ 6.9) ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการตรวจมะเร็งเต้านมในระดับต่ำมาก (รายละเอียดการจำแนกระดับการตรวจมะเร็งเต้านม ได้กล่าวไว้ในบทที่ 3 หน้า 47)



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 24 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเหตุผลในการตรวจและไม่ตรวจมะเร็งเต้านม

เหตุผลในการตรวจ/ไม่ตรวจ มะเร็งเต้านม	จำนวน	ร้อยละ
เหตุผลในการตรวจ		
เจ้าหน้าที่ทางการแพทย์แนะนำ	26	6.4
เป็นการตรวจสุขภาพประจำปี	63	15.4
เพื่อนแนะนำ	5	1.2
กลัวจะเป็นมะเร็งเต้านม	53	13.0
ญาติแนะนำ	2	.5
มีความผิดปกติที่เต้านม	19	4.7
อื่นๆ	6	1.5
เหตุผลในการไม่ตรวจ		
อายุ	33	8.1
ไม่เห็นความจำเป็น	45	11.0
ไม่มีเวลา	69	16.9
ไม่ได้รับข่าวสารเรื่องการตรวจ	31	7.6
ไม่รู้จะไปตรวจที่ไหน	22	5.4
กลัวพบก้อนที่เต้านม	23	5.6
อื่นๆ	11	2.7
รวม	408	100.0

จากตารางที่ 24 พบว่า สำหรับเหตุผลที่กลุ่มตัวอย่างตรวจมะเร็งเต้านมนั้น เนื่องจากเป็นการตรวจสุขภาพประจำปี มีจำนวนมากที่สุด (ร้อยละ 15.4) รองลงมาคือ กลัวจะเป็นมะเร็งเต้านม (ร้อยละ 13.0) และเหตุผลจากญาติแนะนำ มีจำนวนน้อยที่สุด (ร้อยละ 0.5)

สำหรับเหตุผลที่กลุ่มตัวอย่างไม่ตรวจมะเร็งเต้านมนั้น เนื่องจากไม่มีเวลา มีจำนวนมากที่สุด (ร้อยละ 16.9) รองลงมาคือ ไม่เห็นความจำเป็น (ร้อยละ 11.0) และเหตุผลอื่นๆ ได้แก่ ไม่เคยพบถึงผิดปกติ, คิดว่าตนเองไม่เป็น มีจำนวนน้อยที่สุด (ร้อยละ 2.7)

7. ความต้องการในการเผยแพร่เรื่องโรคมะเร็งเต้านม

ตารางที่ 25 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความต้องการในการเผยแพร่ ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโรคมะเร็งเต้านม

ความต้องการในการเผยแพร่	จำนวน	ร้อยละ
1. ช่องทางในการเผยแพร่	408	100.0
- โทรทัศน์	329	80.6
- วิทยุ	8	2.0
- หนังสือพิมพ์	20	4.9
- นิตยสาร	16	3.9
- อื่นๆ	35	8.6
2. เนื้อหา	408	100.0
- ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเกิด โรคมะเร็งเต้านม	131	32.1
- อาการของโรคมะเร็งเต้านม	65	15.9
- วิธีการตรวจวินิจฉัยโรคมะเร็งเต้านม	46	11.3
- วิธีการรักษาโรคมะเร็งเต้านม	38	9.3
- วิธีการป้องกัน	88	21.6
- สถานที่ให้บริการตรวจวินิจฉัยโรค	21	5.1
- ค่าใช้จ่ายในการตรวจมะเร็งเต้านม	15	3.7
- อื่นๆ	4	1.0
3. คำถาม/ข้อสงสัยเกี่ยวกับโรคมะเร็งเต้านม	408	100.0
- ไม่มี	263	64.5
- มี	145	35.5

จากตารางที่ 25 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการให้เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโรคมะเร็งเต้านมทางโทรทัศน์มากกว่า 3 ใน 4 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด (คิดเป็นร้อยละ 80.6) รองลงมาคือ สื่ออื่นๆ ได้แก่ เจ้าหน้าที่สถานอนามัยประจำตำบล, ไปรษณีย์ และแผ่นพับ (ร้อยละ 8.6) และกลุ่มตัวอย่างต้องการให้เผยแพร่ทางวิทยุ มีจำนวนน้อยที่สุด (ร้อยละ 2.0)

สำหรับเนื้อหาเกี่ยวกับโรคมะเร็งเต้านมที่กลุ่มตัวอย่างต้องการทราบ พบว่า 1 ใน 3 ของกลุ่มตัวอย่าง ต้องการทราบเกี่ยวกับปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเกิดโรคมะเร็งเต้านม (คิดเป็น ร้อยละ 32.1) รองลงมาคือ วิธีการป้องกัน (คิดเป็นร้อยละ 21.6) และเนื้อหาอื่นๆ ได้แก่ เนื้อหา ในทุกหัวข้อรวมกัน ซึ่งกลุ่มตัวอย่างมีความต้องการน้อยที่สุด (คิดเป็นร้อยละ 1.0)

และคำถาม/ข้อสงสัยเกี่ยวกับโรคมะเร็งเต้านม พบว่า กลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 ใน 3 ของกลุ่มตัวอย่างไม่มีคำถาม/ข้อสงสัย และมากกว่า 1 ใน 3 ของกลุ่มตัวอย่าง มีคำถามที่ต้องการทราบ ได้แก่ วิธีการป้องกันโรค วิธีการตรวจที่ได้ผลแน่นอน สถานที่ให้บริการตรวจ ความก้าวหน้าของวิธีการรักษา และสาเหตุของการเกิดโรคมะเร็งเต้านม

ตอนที่ 2 การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 ศตวรรษมีอายุ อาชีพ รายได้ และการศึกษาต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโรคมะเร็งเต้านมแตกต่างกัน

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

อายุ

ตารางที่ 26 แสดงผลการทดลองความแตกต่างกันของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ โรคมะเร็งเต้านมจากสื่อมวลชนระหว่างกลุ่มอายุที่ต่างกัน

สื่อมวลชน	20-24 ปี		25-29 ปี		30-34 ปี		35-39 ปี		40-44 ปี		45-49 ปี		F	P	คู่ที่ ต่างกัน
	\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	1.09	.91	1.00	.81	.99	.80	1.04	.88	.77	.77	.73	.87	1.79	.11	
โทรทัศน์	1.54	.86	1.61	.86	1.63	1.11	1.51	.89	1.45	.70	1.37	.79	.74	.59	
หนังสือพิมพ์	1.41	.98	1.38	.89	1.49	1.11	1.12	.88	.95	.96	1.09	1.16	2.79	.02*	ไม่พบ
นิตยสาร	1.30	.88	1.29	.91	1.13	.89	1.09	.92	.86	1.00	.79	.94	3.31	.01*	ไม่พบ

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

จากตารางที่ 26 พบว่า สตรีวัยเจริญพันธุ์ที่มีอายุต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโรค
มะเร็งเต้านม จากสื่อวิทยุและโทรทัศน์ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงไม่
เป็นไปตามสมมติฐาน

แต่พบว่าสตรีวัยเจริญพันธุ์ที่มีอายุต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อหนังสือพิมพ์และ
นิตยสารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงเป็นไปตามสมมติฐาน แต่เมื่อทำการ
ทดสอบรายคู่ตามวิธีการของ Scheffe ปรากฏว่าไม่พบคู่ที่ต่างกัน



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 27 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ โรคมะเร็งเต้านมจากสื่อเฉพาะกิจระหว่างกลุ่มอายุที่ต่างกัน

สื่อเฉพาะกิจ	20-24 ปี		25-29 ปี		30-34 ปี		35-39 ปี		40-44 ปี		45-49 ปี		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.		
โปสเตอร์	.97	.97	1.07	1.03	.93	.99	.87	.94	.80	.76	.88	.68	.69	.63
แผ่นพับ	1.02	.91	1.01	1.01	.96	1.01	.78	.76	.77	.83	.81	.66	1.19	.31
ใบปลิว	.71	.90	.75	.96	.68	.95	.51	.75	.68	.86	.67	.62	.66	.65

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

จากตารางที่ 27 พบว่า สตรีวัยเจริญพันธุ์ที่มีอายุต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโรค
มะเร็งเต้านมจากสื่อไปสเตอร์ แผ่นพับและใบปลิวไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่
ระดับ .05 จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐาน



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 28 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโรคมะเร็งเต้านมจากสื่อบุคคลระหว่างกลุ่มที่มีอายุต่างกัน

สื่อบุคคล	20-24 ปี		25-29 ปี		30-34 ปี		35-39 ปี		40-44 ปี		45-49 ปี		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.		
1) สมาชิกเพื่อนชาย	.19	.42	.33	.63	.38	.66	.21	.45	.23	.57	.21	.50	1.54	.18
2) บิดามารดา	.60	.76	.49	.69	.44	.65	.34	.57	.36	.69	.17	.38	3.34	.01*
3)ญาติพี่น้อง	.68	.61	.74	.62	.75	.77	.72	.65	.61	.75	.62	.57	.47	.80
4)เพื่อนบ้าน/เพื่อนร่วมงาน	.89	.76	.89	.78	1.15	.92	1.06	.80	1.02	.76	.96	.77	1.27	.28
5) บุคลากรทางการแพทย์	.96	.90	1.01	.99	1.00	.86	1.09	1.08	.84	.89	.90	.53	.52	.76

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

จากตารางที่ 28 พบว่าสตรีวัยเจริญพันธุ์ที่มีอายุต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโรคมะเร็งเต้านมจากสามี/เพื่อนชาย ญาติพี่น้อง เพื่อนบ้าน/เพื่อนร่วมงาน และบุคลากรทางการแพทย์ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

แต่สำหรับบิดา/มารดานั้น พบว่า สตรีวัยเจริญพันธุ์ที่มีอายุต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโรคมะเร็งเต้านมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงเป็นไปตามสมมติฐาน และเมื่อทำการทดสอบรายคู่ตามวิธีการของ Scheffe ในบิดา/มารดาพบคู่ที่แตกต่างกัน ดังนี้

ตารางที่ 29 ตารางแสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโรคมะเร็งเต้านมจากบิดา/มารดา ระหว่างกลุ่มอายุที่ต่างกัน

อายุ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F	P	คู่ที่ต่างกัน
(1) 20 – 24 ปี	90	.60	.76			
(2) 25 – 29 ปี	84	.49	.69			
(3) 30 – 34 ปี	71	.44	.65			
(4) 35 – 39 ปี	67	.34	.57			
(5) 40 – 44 ปี	44	.36	.69			
(6) 45 – 49 ปี	52	.17	.38	3.34	.01*	(6) < (1)
รวม	408	.43	.66			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 29 พบว่า เมื่อทดสอบความแตกต่างกันระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มอายุที่ต่างกันทีละคู่ พบว่ากลุ่มอายุที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 คือกลุ่มอายุ 45-49 ปี มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโรคมะเร็งเต้านมน้อยกว่ากลุ่มอายุ 20-24 ปี ส่วนกลุ่มอายุอื่นนั้นมีการเปิดรับข่าวสารไม่แตกต่างกัน

การศึกษา

ตารางที่ 30 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างกันของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโรคมะเร็งเต้านมจากสื่อมวลชนระหว่างกลุ่มการศึกษาที่ต่างกัน

สื่อมวลชน	ไม่เคยเรียน		ประถมศึกษา		มัธยมศึกษาตอนต้น		มัธยมศึกษาตอนปลาย		อาชีวศึกษา		ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี		อื่นๆ		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.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
วิทยุ	2.00	2.83	.74	.66	.85	.97	1.15	.88	.89	.86	-1.06	.83	.76	.90	1.17	.75	2.31	.03*
โทรทัศน์	2.00	2.83	1.27	.77	1.69	1.12	1.63	.82	1.44	.73	1.56	.86	1.94	1.56	2.33	.52	2.64	.01*
หนังสือพิมพ์	.00	.00	.73	.87	.96	.87	1.53	.91	1.24	.93	1.52	1.04	1.35	1.11	2.17	.75	7.35	.00*
นิตยสาร	.00	.00	.49	.72	.69	.68	1.31	.91	1.10	.81	1.43	.97	1.35	.70	1.83	.75	11.02	.00*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

จากตารางที่ 30 พบว่า สตรีวัยเจริญพันธุ์ที่มีการศึกษาต่างกันจะมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโรคมะเร็งเต้านมจากวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์และนิตยสารแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงเป็นไปตามสมมติฐาน และเมื่อทำการทดสอบรายคู่ตามวิธีการของ Scheffe ในสื่อวิทยุและโทรทัศน์ไม่พบคู่ที่ต่างกัน พบเพียงคู่ที่ต่างกันในหนังสือพิมพ์และนิตยสาร ดังนี้

ตารางที่ 31 ตารางแสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโรคมะเร็งเต้านมจากสื่อหนังสือพิมพ์ ระหว่างกลุ่มการศึกษาที่ต่างกัน

การศึกษา	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F	P	คู่ที่ต่างกัน
(1) ไม่เคยเรียน	2	.00	.00			
(2) ประถมศึกษา	77	.73	.87			
(3) มัธยมศึกษาตอนต้น	26	.96	.87			
(4) มัธยมศึกษาตอนปลาย	75	1.53	.91			(4) > (2)
(5) อาชีวศึกษา	72	1.24	.93			
(6) ปริญญาตรี	133	1.52	1.04			(6) > (2)
(7) สูงกว่าปริญญาตรี	17	1.35	1.11			
(8) อื่นๆ	6	2.17	.75	7.35	.00*	
รวม	408	1.28	1.00			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 31 เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของสตรีวัยเจริญพันธุ์ที่มีการศึกษาต่างกันทีละคู่จากสื่อหนังสือพิมพ์ พบว่า กลุ่มที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 คือกลุ่มประถมศึกษาเปิดรับข่าวสารน้อยกว่ากลุ่มระดับมัธยมศึกษาตอนปลายและปริญญาตรี ส่วนการศึกษาระดับอื่นๆ นอกนั้น มีการเปิดรับข่าวสารไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 32 ตารางแสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโรคมะเร็งเต้านมจากนิตยสารรายคู่ ตามกลุ่มการศึกษา

การศึกษา	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F	P	คู่ที่ต่างกัน
(1) ไม่เคยเรียน	2	.00	.00			
(2) ประถมศึกษา	77	.49	.72			
(3) มัธยมศึกษาตอนต้น	26	.69	.68			(3) < (6)
(4) มัธยมศึกษาตอนปลาย	75	1.31	.91			(4) > (2)
(5) อาชีวศึกษา	72	1.10	.81			(5) > (2)
(6) ปริญญาตรี	133	1.43	.97			(6) > (3)
(7) สูงกว่าปริญญาตรี	17	1.35	.70			
(8) อื่นๆ	6	1.83	.75	11.02	.00*	
รวม	408	1.12	.93			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 32 เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาต่างกันทีละคู่จากนิตยสาร พบว่า กลุ่มที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 คือ กลุ่มประถมศึกษาที่มีการเปิดรับข่าวสารน้อยกว่ากลุ่มมัธยมศึกษาตอนปลาย อาชีวศึกษาและปริญญาตรี และกลุ่มมัธยมศึกษาตอนต้นเปิดรับข่าวสารน้อยกว่าปริญญาตรี ที่เหลือออกนั้นมีการเปิดรับข่าวสารไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 33 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างกันของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ โรคเริมเรื้อรังด้านมาจากสื่อเฉพาะกิจระหว่างกลุ่มการศึกษาต่างกัน

สื่อเฉพาะกิจ	ไม่เคเรียน		ประถมศึกษา		มัธยมศึกษา ตอนต้น		มัธยมศึกษา ตอนปลาย		อาชีวศึกษา		ปริญญาตรี		สูงกว่า ปริญญา ตรี		อื่นๆ		F	P	อยู่ที่ ต่าง กัน
	\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.			
โปสเตอร์	.00	.00	.77	.71	.62	.80	.97	1.08	.88	.89	1.10	.95	.94	.83	1.67	1.37	2.28	.03*	ไม่พบ
แผ่นพับ	.00	.00	.75	.69	.69	.93	1.01	.92	.96	.90	.96	.92	.82	1.01	1.67	1.37	1.76	.09	
ใบปลิว	.00	.00	.55	.64	.46	.76	.75	1.00	.68	.89	.71	.86	.88	.99	1.00	1.26	1.01	.42	

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

จากตารางที่ 33 พบว่า สตรีวัยเจริญพันธุ์ที่มีการศึกษาต่างกันจะมีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อแผ่นพับและใบปลิว ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

สำหรับสื่อโปสเตอร์นั้น พบว่า สตรีวัยเจริญพันธุ์ที่มีการศึกษาต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงเป็นไปตามสมมติฐาน และเมื่อทำการทดสอบรายคู่ตามวิธีการของ Scheffe ไม่พบคู่ที่แตกต่างกัน



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 34 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างกันของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโรคมะเร็งเต้านมจากสื่อบุคคลระหว่างกลุ่มการศึกษาต่างกัน

สื่อบุคคล	ไม่เคยเรียน		ประถมศึกษา		มัธยมศึกษา ตอนต้น		มัธยมศึกษา ตอนปลาย		อาชีวศึกษา		ปริญญาตรี		สูงกว่า ปริญญาตรี		อื่นๆ		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.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1) สามี/เพื่อนชาย	.00	.00	.19	.40	.35	.63	.20	.47	.31	.60	.30	.62	.24	.56	.33	.52	.64	.72
2) บิดามารดา	.00	.00	.35	.53	.35	.49	.48	.81	.51	.69	.41	.65	.41	.62	.50	.55	.59	.76
3) ญาติพี่น้อง	.00	.00	.65	.60	.73	.60	.63	.61	.76	.68	.69	.69	.82	.81	1.00	.89	.88	.52
4) เพื่อนบ้าน/ เพื่อนร่วมงาน	.50	.71	.95	.71	.96	.77	.88	.84	1.03	.82	1.03	.83	.94	.75	1.83	.41	1.38	.21
5) บุคลากรทาง การแพทย์	.00	.00	.96	.98	.73	.72	1.07	.86	.88	.99	1.01	.85	1.06	.83	1.83	1.17	1.68	.11

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

จากตารางที่ 34 พบว่า ศตวรรษเจริญพันธุ์ที่มีการศึกษาต่างกันจะมีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคลทุกประเภท ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐาน



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

อาชีพ

ตารางที่ 35 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างกันของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโรคมะเร็งเต้านมจากสื่อมวลชนระหว่างกลุ่มอาชีพที่ต่างกัน

สื่อมวลชน	นักเรียนนักศึกษา		แม่บ้าน		รับราชการ		พนักงานรัฐวิสาหกิจ		พนักงานบริษัทเอกชน		รับจ้างทั่วไป		ธุรกิจส่วนตัว		อื่นๆ		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	\bar{X}	S.D	\bar{X}	S.D		
วิทยุ	1.22	.85	.95	.90	1.12	.95	.90	.74	.86	.84	.95	.79	.82	.67	.80	.87	1.41	.20
โทรทัศน์	1.78	.94	1.65	.77	1.63	.99	1.90	.74	1.54	.94	1.41	.89	1.32	.73	1.32	.76	1.80	.09
หนังสือพิมพ์	1.63	.99	1.33	1.07	1.52	1.13	1.70	1.16	1.29	.93	1.11	.83	1.29	.94	.68	.91	4.28	.00*
นิตยสาร	1.41	.95	.88	.97	1.47	.94	1.60	1.17	1.23	.86	.96	.82	.94	.78	.56	.87	6.21	.00*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

จากตารางที่ 35 พบว่า สตรีวัยเจริญพันธุ์ที่มีอาชีพต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโรคมะเร็งเต้านมจากสื่อวิทยุและโทรทัศน์ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

แต่สำหรับหนังสือพิมพ์และนิตยสาร นั้น พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงเป็นไปตามสมมติฐาน และเมื่อทำการทดสอบรายคู่ตามวิธีการของ Scheffe ได้ผล ดังรายละเอียดที่ปรากฏในตารางที่ 36 และ 37 ตามลำดับ

ตารางที่ 36 ตารางแสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโรคมะเร็งเต้านมจากหนังสือพิมพ์รายคู่ ตามกลุ่มอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F	P	คู่ที่ต่างกัน
(1) นักเรียน นักศึกษา	41	1.63	.99			(1) > (8)
(2) แม่บ้าน	40	1.33	1.07			
(3) รับราชการ	77	1.52	1.13			(3) > (8)
(4) พนักงานรัฐวิสาหกิจ	10	1.70	1.16			
(5) พนักงานบริษัทเอกชน	80	1.29	.93			
(6) รับจ้างทั่วไป	85	1.11	.83			
(7) ธุรกิจส่วนตัว	34	1.29	.94			
(8) อื่นๆ	41	.68	.91	4.28	.00*	
รวม	408	1.28	1.00			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 36 กลุ่มอาชีพที่มีค่าเฉลี่ยของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโรคมะเร็งเต้านมจากหนังสือพิมพ์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 คือกลุ่มอาชีพอื่นๆ ได้แก่ กลุ่มอาชีพเกษตรกร มีการเปิดรับข่าวสารน้อยกว่ากลุ่มนักเรียน นักศึกษาและกลุ่มรับราชการ ที่เหลือนอกนั้นมีการเปิดรับข่าวสารไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 37 ตารางแสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโรคมะเร็งเต้านมจากนิตยสารรายคู่ ตามกลุ่มอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F	P	คู่ที่ต่างกัน
(1) นักเรียน นักศึกษา	41	1.41	.95			(1) > (8)
(2) แม่บ้าน	40	.88	.97			
(3) รับราชการ	77	1.47	.94			(3) > (8)
(4) พนักงานรัฐวิสาหกิจ	10	1.60	1.17			
(5) พนักงานบริษัทเอกชน	80	1.23	.86			(5) > (8)
(6) รับจ้างทั่วไป	85	.96	.82			
(7) ธุรกิจส่วนตัว	34	.94	.78			
(8) อื่นๆ	41	.56	.87	6.21	.00*	
รวม	408	1.12	.93			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 37 พบว่า กลุ่มอาชีพที่มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโรคมะเร็งเต้านมจากนิตยสารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 คือกลุ่มอาชีพอื่นๆ ได้แก่ อาชีพเกษตรกร มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโรคมะเร็งเต้านมน้อยกว่ากลุ่มนักเรียน นักศึกษา กลุ่มรับราชการและกลุ่มพนักงานบริษัทเอกชน ที่เหลือนอกนั้นมีการเปิดรับข่าวสารไม่แตกต่างกัน

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 38 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างกันของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโรคมะเร็งเต้านม จากสื่อเฉพาะกิจระหว่างกลุ่มอาชีพที่แตกต่างกัน

สื่อมวลชน	นักเรียน นักศึกษา		แม่บ้าน		รับราชการ		พนักงาน รัฐวิสาหกิจ		พนักงาน บริษัทเอกชน		รับจ้างทั่วไป		ธุรกิจส่วนตัว		อื่นๆ		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	\bar{X}	S.D	\bar{X}	S.D		
โปสเตอร์	1.02	.91	.98	.99	1.06	.95	1.40	1.17	.79	.77	.98	.90	.68	.94	.88	1.03	1.37	.22
แผ่นพับ	.95	.80	.88	1.02	.97	.99	1.00	1.15	.81	.76	.99	.81	.82	.94	.90	.99	.36	.92
ใบปลิว	.66	.76	.75	.95	.69	.95	.70	.67	.61	.72	.68	.89	.53	.86	.78	.96	.33	.94

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

จากตารางที่ 38 พบว่า ศตวรรษเจริญพันธุ์ที่มีอาชีพต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโรคมะเร็งเต้านมจากสื่อโปรสเตอร์ แผ่นพับและใบปลิวไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐาน



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 39 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างกันของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ โรคมะเร็งเต้านมจากสื่อบุคคลระหว่างกลุ่มอาชีพที่ต่างกัน

สื่อบุคคล	นักเรียน นักศึกษา		แม่บ้าน		รับราชการ		พนักงาน รัฐวิสาหกิจ		พนักงาน บริษัทเอกชน		รับจ้างทั่วไป		ธุรกิจส่วนตัว		อื่นๆ		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.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1) สามี/เพื่อนชาย	.17	.38	.38	.67	.21	.50	.60	.84	.28	.59	.34	.57	.24	.55	.10	.30	1.90	.07
2) บิดามารดา	.88	.95	.33	.57	.32	.62	.50	.71	.48	.67	.41	.54	.35	.54	.24	.54	3.96	.00*
3)ญาติพี่น้อง	.73	.67	.78	.58	.69	.77	.50	.53	.70	.64	.60	.58	.79	.59	.73	.78	.61	.75
4)เพื่อนบ้าน/เพื่อนร่วมงาน	.83	.67	.88	.76	1.03	.90	.90	.57	1.04	.91	1.02	.76	.91	.71	1.10	.77	.60	.75
5) บุคลากรทางการแพทย์	1.10	.99	1.05	.81	1.03	1.05	1.20	.63	.88	.80	1.06	1.03	.76	.50	.85	.82	.88	.52

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

จากตารางที่ 39 พบว่า สตรีวัยเจริญพันธุ์ที่มีอาชีพแตกต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโรคมะเร็งเต้านมจากสามี/เพื่อนชาย ญาติพี่น้อง เพื่อนบ้าน/เพื่อนร่วมงาน และบุคลากรทางการแพทย์ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

สำหรับบิดา/มารดานั้น พบว่า สตรีวัยเจริญพันธุ์ที่มีอาชีพแตกต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโรคมะเร็งเต้านมจากบิดา/มารดา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงเป็นไปตามสมมติฐาน และเมื่อทำการทดสอบรายคู่ ตามวิธีการของ Scheffe ได้ผลดังนี้



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 40 ตารางแสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโรคมะเร็งเต้านมจากบิดา/มารดา รายคู่ ตามกลุ่มอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F	P	คู่ที่ต่างกัน
(1) นักเรียน นักศึกษา	41	.88	.95			
(2) แม่บ้าน	40	.33	.57			(2) > (1)
(3) รับราชการ	77	.32	.62			(3) > (1)
(4) พนักงานรัฐวิสาหกิจ	10	.50	.71			
(5) พนักงานบริษัทเอกชน	80	.48	.67			
(6) รับจ้างทั่วไป	85	.41	.54			(6) > (1)
(7) ธุรกิจส่วนตัว	34	.35	.54			
(8) อื่นๆ	41	.24	.54	3.96	.00*	(8) > (1)
รวม	408	.43	.66			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 40 พบว่า กลุ่มอาชีพที่มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโรคมะเร็งเต้านมจากบิดา/มารดาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 คือกลุ่มนักเรียน นักศึกษา มีการเปิดรับข่าวสารเรื่องโรคมะเร็งเต้านมจากบิดา/มารดาน้อยกว่ากลุ่มแม่บ้าน กลุ่มรับราชการ กลุ่มรับจ้างทั่วไปและกลุ่มอาชีพอื่นๆ ได้แก่ อาชีพเกษตรกร ที่เหลือนอกนั้นมีการเปิดรับข่าวสารไม่แตกต่างกัน

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รายได้

ตารางที่ 41 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างกันของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโรคมะเร็งเต้านมจากสื่อมวลชนระหว่างกลุ่มผู้มีรายได้ต่างกัน

สื่อมวลชน	ต่ำกว่า 5,000 บาท		5,000 – 10,000 บาท		10,001 – 15,000 บาท		15,001 – 20,000 บาท		20,001 – 25,000 บาท		25,001 – 30,000 บาท		30,000 บาท ขึ้นไป		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	\bar{X}	S.D		
	วิทยุ	.81	.74	1.18	.91	.92	.84	1.10	1.08	.86	.52	1.22	1.17	.78		
โทรทัศน์	1.27	.82	1.73	.93	1.66	.90	1.69	.93	1.61	.83	1.78	.73	1.29	.85	3.91	.00*
หนังสือพิมพ์	.88	.93	1.55	1.02	1.26	.99	1.41	1.09	1.46	.88	1.83	1.38	1.18	.70	5.84	.00*
นิตยสาร	.81	.86	1.24	1.02	1.19	.85	1.21	1.11	1.29	.81	1.44	1.15	1.15	.71	2.99	.01*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 41 พบว่า สตรีวัยเจริญพันธุ์ที่มีรายได้ต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโรคมะเร็งเต้านมจากวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์และนิตยสารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงเป็นไปตามสมมติฐาน และเมื่อทำการทดสอบรายคู่ตามวิธีการของ Scheffe แล้ว สำหรับสื่อวิทยุและนิตยสารไม่พบคู่ที่แตกต่างกัน แต่พบคู่แตกต่างในสื่อโทรทัศน์และหนังสือพิมพ์

ดังรายละเอียดที่ปรากฏในตารางที่ 42 และ 43

ตารางที่ 42 ตารางแสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโรคมะเร็งเต้านมจากจากสื่อโทรทัศน์รายคู่ ตามกลุ่มรายได้

รายได้	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F	P	คู่ที่ต่างกัน
(1) ต่ำกว่า 5,000 บาท	104	1.27	.82			(2) > (1)
(2) 5,000-10,000 บาท	112	1.73	.93			
(3) 10,001-15,000 บาท	62	1.66	.90			
(4) 15,001-20,000 บาท	29	1.69	.93			
(5) 20,001-25,000 บาท	28	1.61	.83			
(6) 25,001-30,000 บาท	18	1.78	.73			
(7) 30,000 บาทขึ้นไป	55	1.29	.85	3.91	.00*	
รวม	408	1.53	.89			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 42 พบว่า กลุ่มรายได้ที่มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโรคมะเร็งเต้านมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 คือกลุ่มรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโรคมะเร็งเต้านมจากโทรทัศน์น้อยกว่ากลุ่มรายได้ 5,000-10,000 บาท ที่เหลือออกนั้นมีการเปิดรับข่าวสารไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 43 ตารางแสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโรคมะเร็งเต้านมจากสื่อหนังสือพิมพ์รายคู่ ตามกลุ่มรายได้

รายได้	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F	P	คู่ที่ต่างกัน
(1) ต่ำกว่า 5,000 บาท	104	.88	.93			
(2) 5,000-10,000 บาท	112	1.55	1.02			(2) > (1)
(3) 10,001-15,000 บาท	62	1.26	.99			
(4) 15,001-20,000 บาท	29	1.41	1.09			
(5) 20,001-25,000 บาท	28	1.46	.88			
(6) 25,001-30,000 บาท	18	1.83	1.38			(6) > (1)
(7) 30,000 บาทขึ้นไป	55	1.18	.70	5.84	.00*	
รวม	408	1.28	1.00			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 43 พบว่า กลุ่มรายได้ที่มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโรคมะเร็งเต้านมจากสื่อหนังสือพิมพ์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 คือ กลุ่มรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท มีการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ น้อยกว่ากลุ่มรายได้ 5,000 ถึง 10,000 บาทและกลุ่มรายได้ 25,001 ถึง 30,000 บาท

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 44 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างกันของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโรคมะเร็งเต้านมจากสื่อเฉพาะกิจระหว่างกลุ่มผู้ที่มีรายได้ต่างกัน

สื่อเฉพาะกิจ	ต่ำกว่า 5,000 บาท		5,000 – 10,000 บาท		10,001 – 15,000 บาท		15,001 – 20,000 บาท		20,001 – 25,000 บาท		25,001 – 30,000 บาท		30,000 บาท ขึ้นไป		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.	\bar{X}	S.D.		
โปสเตอร์	.84	.96	.98	.89	1.23	1.09	1.00	.80	.75	.84	1.22	.73	.67	.79	2.56	.02*
แผ่นพับ	.81	.79	1.00	.88	1.26	1.16	.83	.76	.89	.92	.78	.81	.65	.73	2.93	.01*
ใบปลิว	.59	.76	.77	.91	.95	1.14	.59	.63	.61	.79	.44	.51	.47	.74	2.31	.03*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

จากตารางที่ 44 พบว่า สตรีวัยเจริญพันธุ์ที่มีรายได้แตกต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโรคมะเร็งเต้านมจากสื่อโปสเตอร์ แผ่นพับและใบปลิวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงเป็นไปตามสมมติฐาน และเมื่อทำการทดสอบรายคู่ ตามวิธีการของ Scheffe ไม่พบคู่แตกต่างในสื่อโปสเตอร์และใบปลิว พบคู่แตกต่างเฉพาะสื่อแผ่นพับเท่านั้น ดังนี้

ตารางที่ 45 แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโรคมะเร็งเต้านมจากสื่อแผ่นพับ ตามกลุ่มรายได้

รายได้	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F	P	คู่ที่ต่างกัน
(1) ต่ำกว่า 5,000 บาท	104	.81	.79			
(2) 5,000-10,000 บาท	112	1.00	.88			
(3) 10,001-15,000 บาท	62	1.26	1.16			
(4) 15,001-20,000 บาท	29	.83	.76			
(5) 20,001-25,000 บาท	28	.89	.92			
(6) 25,001-30,000 บาท	18	.78	.81			
(7) 30,000 บาทขึ้นไป	55	.65	.73	2.93	.01*	(7) < (3)
รวม	408	.91	.89			

*นัยสำคัญที่ระดับ .05

จากตารางที่ 45 พบว่า กลุ่มรายได้ที่มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโรคมะเร็งเต้านมจากสื่อแผ่นพับแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 คือกลุ่มรายได้ 30,000 บาทขึ้นไป มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโรคมะเร็งเต้านมน้อยกว่ากลุ่มรายได้ 10,001-15,000 บาท ที่เหลือออกนั้นมีการเปิดรับข่าวสารไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 46 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างกันของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโรคมะเร็งเต้านมจากสื่อบุคคลระหว่างกลุ่มผู้ที่มีรายได้ต่างกัน

สื่อบุคคล	ต่ำกว่า 5,000 บาท		5,000 – 10,000 บาท		10,001 – 15,000 บาท		15,001 – 20,000 บาท		20,001 – 25,000 บาท		25,001 – 30,000 บาท		30,000 บาท ขึ้นไป		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	\bar{X}	S.D		
1) สมาชิก/เพื่อนชาย	.27	.51	.24	.56	.27	.58	.17	.38	.39	.69	.44	.70	.20	.49	.89	.50
2) บิดา/มารดา	.43	.60	.45	.64	.45	.88	.34	.48	.43	.69	.28	.57	.44	.60	.26	.95
3) ญาติพี่น้อง	.65	.62	.71	.68	.84	.73	.59	.50	.64	.78	.61	.61	.67	.64	.79	.58
4) เพื่อนบ้าน/ เพื่อนร่วมงาน	.93	.67	1.03	.85	1.08	.84	.93	.70	1.07	1.02	1.06	.94	.87	.77	.55	.77
5) บุคลากรทาง การแพทย์	.88	.92	1.03	.87	1.21	1.15	.90	.82	1.07	.86	.72	.67	.87	.72	1.38	.22

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

จากตารางที่ 46 พบว่า สตรีวัยเจริญพันธุ์ที่มีรายได้ต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโรคมะเร็งเต้านมจากสื่อบุคคลทุกชนิด ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 2 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโรคมะเร็งเต้านมมีความสัมพันธ์กับการตรวจโรคมะเร็งเต้านม



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 47 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจ และสื่อบุคคล กับการตรวจโรคมะเร็งเต้านม

ชนิดของสื่อ	จำนวน	ค่าสหสัมพันธ์ กับการตรวจ	P
วิทยุ	408	.062	.212
โทรทัศน์	408	.086	.082
หนังสือพิมพ์	408	.058	.242
นิตยสาร	408	.034	.492
โปสเตอร์	408	.049	.321
แผ่นพับ	408	.044	.379
ใบปลิว	408	.018	.720
สามี/เพื่อนชาย	408	.125	.012*
บิดา/มารดา	408	.012	.808
ญาติพี่น้อง	408	.116	.019*
เพื่อนบ้าน/เพื่อน ร่วมงาน	408	.142	.004*
บุคลากรทางการ แพทย์	408	.117	.018*

*นัยสำคัญที่ระดับ .05

จากตารางที่ 47 เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจ และสื่อบุคคลกับการตรวจโรคมะเร็งเต้านม โดยพิจารณาแยกตามประเภทของสื่อ พบว่า การเปิดรับข่าวสารจากสามี/เพื่อนชาย ญาติพี่น้อง เพื่อนบ้าน/เพื่อนร่วมงานและบุคลากรทางการแพทย์ มีความสัมพันธ์กับการตรวจโรคมะเร็งอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในเชิงบวกที่ระดับ .05 แต่ค่าความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำ

สมมติฐานที่ 3 ความรู้เรื่องโรคมะเร็งเต้านมมีความสัมพันธ์กับการตรวจโรคมะเร็งเต้านม

ตารางที่ 48 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความรู้เรื่องโรคมะเร็งเต้านมกับการตรวจโรคมะเร็งเต้านม

ตัวแปร	จำนวน	ค่าสหสัมพันธ์ กับการตรวจ	P
ความรู้	408	.080	.105

จากตารางที่ 48 พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์ระหว่างความรู้เรื่องโรคมะเร็งเต้านมกับการตรวจโรคมะเร็งเต้านม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สมมติฐานข้อที่ 4 ทศนคติต่อการตรวจมะเร็งเต้านมมีความสัมพันธ์กับการตรวจมะเร็งเต้านม

ตารางที่ 49 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างทศนคติต่อการตรวจมะเร็งเต้านมกับการตรวจมะเร็งเต้านม

ตัวแปร	จำนวน	ค่าสหสัมพันธ์ กับการตรวจ	P
ทศนคติ	408	.202	.000*

*มีนัยสำคัญที่ระดับ .05

จากตารางที่ 49 พบว่า ทศนคติต่อการตรวจมะเร็งเต้านมมีความสัมพันธ์กับการตรวจมะเร็งเต้านม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และความสัมพันธ์ดังกล่าวเป็นไปในทิศทางเดียวกัน โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีทศนคติที่ดีต่อการตรวจมะเร็งเต้านม จะมีการตรวจมะเร็งเต้านม จึงเป็นไปตามสมมติฐาน อย่างไรก็ตาม อย่างไรก็ดีค่าสหสัมพันธ์ที่ได้มีค่าต่ำ ดังนั้นความสัมพันธ์ดังกล่าวจึงเป็นความสัมพันธ์ในระดับต่ำ

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สมมติฐานข้อที่ 5 ความน่าเชื่อถือของสื่อแต่ละชนิดมีความสัมพันธ์กับความรู้อะไร
เรื่องโรคมะเร็งเต้านม

ตารางที่ 50 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความน่าเชื่อถือของสื่อแต่ละชนิดกับความรู้อะไร
เรื่องโรคมะเร็งเต้านม

ประเภทของสื่อ	จำนวน	ค่าสหสัมพันธ์กับ ความรู้	P
1. สื่อมวลชน			
-วิทยุ	408	-.004	.936
-โทรทัศน์	408	.023	.648
-หนังสือพิมพ์	408	.106	.032*
-นิตยสาร	408	.135	.006*
2. สื่อเฉพาะกิจ			
-โปสเตอร์	408	.032	.525
-แผ่นพับ	408	.031	.532
-ใบปลิว	408	-.049	.325
3. สื่อบุคคล			
-สามี/เพื่อนชาย	408	-.092	.063
-บิดา/มารดา	408	-.193	.000*
-ญาติพี่น้อง	408	-.156	.002*
-เพื่อนบ้าน/เพื่อนร่วมงาน	408	-.114	.021*
-บุคลากรทางการแพทย์	408	.117	.018*

*มีนัยสำคัญที่ระดับ .05

จากตารางที่ 50 สำหรับสื่อมวลชน พบว่า ความน่าเชื่อถือหนังสือพิมพ์และนิตยสารมีความสัมพันธ์กับความรู้อะไรเรื่องโรคมะเร็งเต้านม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 5 สำหรับความสัมพันธ์ระหว่างความน่าเชื่อถือจากสื่อหนังสือพิมพ์และนิตยสารกับความรู้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างที่เชื่อถือสื่อหนังสือพิมพ์และนิตยสารมาก จะมีความรู้อะไรเรื่องโรคมะเร็งเต้านมมาก อย่างไรก็ตามค่าสหสัมพันธ์ที่พบมีค่าต่ำมาก ดังนั้นความสัมพันธ์ดังกล่าวจึงเป็นเพียงส่วนน้อยเท่านั้น

สำหรับความน่าเชื่อถือของสื่อวิทยุและโทรทัศน์ของกลุ่มตัวอย่างไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้เรื่องโรคมะเร็งด้านมออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 5

ในส่วนของสื่อเฉพาะกิจ พบว่า ความน่าเชื่อถือของโปสเตอร์ แผ่นพับ และใบปลิว ไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้เรื่องโรคมะเร็งด้านมออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 5

และสำหรับสื่อบุคคล พบว่า ความน่าเชื่อถือของสื่อบุคคลคือบิดา/มารดา ญาติพี่น้อง เพื่อนบ้าน/เพื่อนร่วมงาน และบุคลากรทางการแพทย์ มีความสัมพันธ์กับความรู้เรื่องโรคมะเร็งด้านมออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 5 สำหรับความสัมพันธ์ระหว่างความน่าเชื่อถือจากบิดา/มารดา ญาติพี่น้อง เพื่อนบ้าน/เพื่อนร่วมงานกับความรู้เรื่องโรคมะเร็งด้านมเป็นไปในทิศทางตรงกันข้ามหรือเชิงลบ กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างที่เชื่อถือบิดา/มารดา ญาติพี่น้อง และเพื่อนบ้าน/เพื่อนร่วมงานมาก จะมีความรู้เรื่องโรคมะเร็งด้านมน้อย

ส่วนความสัมพันธ์ระหว่างความน่าเชื่อถือจากบุคลากรทางการแพทย์กับความรู้เรื่องโรคมะเร็งด้านม เป็นไปในทิศทางเดียวกันหรือเชิงบวก นั่นคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีความเชื่อถือบุคลากรทางการแพทย์มากจะมีความรู้เรื่องโรคมะเร็งด้านมมาก อย่างไรก็ตามค่าสหสัมพันธ์ที่พบ มีค่าต่ำมาก ดังนั้นความสัมพันธ์ตามที่กล่าวมาจึงเป็นเพียงส่วนน้อยเท่านั้น

สำหรับความน่าเชื่อถือจากสามี/เพื่อนชาย ไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้เรื่องโรคมะเร็งด้านมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 5

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สมมติฐานข้อที่ 6 ความน่าเชื่อถือของสื่อแต่ละชนิดมีความสัมพันธ์กับการตรวจมะเร็งเต้านม

ตารางที่ 51 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความน่าเชื่อถือของสื่อแต่ละชนิดกับการตรวจมะเร็งเต้านม

ประเภทของสื่อ	จำนวน	ค่าสหสัมพันธ์ กับการตรวจ	P
1. สื่อมวลชน			
- วิทยุ	408	.082	.098
- โทรทัศน์	408	.012	.809
- หนังสือพิมพ์	408	.015	.759
- นิตยสาร	408	.045	.363
2. สื่อเฉพาะกิจ			
- โปสเตอร์	408	.044	.381
- แผ่นพับ	408	-.006	.901
- โบปลิว	408	-.006	.905
3. สื่อบุคคล			
- สามี/เพื่อนชาย	408	-.003	.957
- บิดามารดา	408	.051	.308
-ญาติพี่น้อง	408	.060	.227
-เพื่อนบ้าน/เพื่อนร่วม	408	.015	.766
-บุคลากรทางการแพทย์	408	-.038	.439

จากตารางที่ 51 สำหรับสื่อมวลชนพบว่า ความน่าเชื่อถือของวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์และนิตยสารไม่มีความสัมพันธ์กับการตรวจมะเร็งเต้านม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 6

ในส่วน of สื่อเฉพาะกิจ พบว่า ความน่าเชื่อถือของโปสเตอร์ แผ่นพับและโบปลิว ไม่มีความสัมพันธ์กับการตรวจมะเร็งเต้านม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 6

เช่นเดียวกับสื่อบุคคล ก็พบว่า ความน่าเชื่อถือของสามี/เพื่อนชาย บิดา/มารดา ญาติพี่น้อง เพื่อนบ้าน/เพื่อนร่วมงาน และบุคลากรทางการแพทย์ ไม่มีความสัมพันธ์กับการตรวจมะเร็งเต้านมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 6

สรุปได้ว่า ความน่าเชื่อถือของสื่อแต่ละชนิดไม่มีความสัมพันธ์กับการตรวจมะเร็งเต้านม



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย