

บทที่ 4

ผลการศึกษาวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การรับรู้ และทัศนคติของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อแนวคิดเรื่องการงดเหล้า เข้าพรรษา ปี พ.ศ. 2548 ของ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการส่งเสริมสุขภาพ (สสส.)” ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย ผลการศึกษาวิจัยนำเสนอเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษา

ส่วนที่ 3 การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

ส่วนที่ 4 ทัศนคติที่มีต่อแนวคิดเรื่องการงดเหล้า เข้าพรรษา

ส่วนที่ 5 ความตั้งใจที่จะลด ละ เลิก บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วงเข้าพรรษา พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเข้าพรรษา ปี พ.ศ. 2548 พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ภายหลังช่วงเข้าพรรษา ปี พ.ศ. 2548 และความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้แนวคิดเรื่องการงดเหล้า เข้าพรรษา ปี พ.ศ. 2548 ของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการส่งเสริมสุขภาพ (สสส.) จำนวนรวม 10 ข้อคำถาม

ส่วนที่ 1

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้เป็นข้อมูลในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน ซึ่งสามารถนำเสนอข้อมูลเป็นจำนวน และร้อยละ ได้ดังนี้

ตารางที่ 1
แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. ชาย	245	61.25
2. หญิง	155	38.75
รวม	400	100

จากตารางที่ 1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 400 คน มีเพศชายมากกว่าเพศหญิงกล่าวคือ มีเพศชายจำนวน 245 คน คิดเป็นร้อยละ 61.25 และมีเพศหญิงจำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 38.75

ตารางที่ 2
แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. อายุ 18 – 24 ปี	184	46.00
2. อายุ 25 – 31 ปี	94	23.50
3. อายุ 32 – 38 ปี	85	21.25
4. อายุ 39 – 45 ปี	25	6.25
5. อายุ 46 ปีขึ้นไป	12	3.00
รวม	400	100

จากตารางที่ 2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ ส่วนใหญ่มีอายุ 18-24 ปี ซึ่งมีจำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 46.00 รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 25-31 ปี ซึ่งมีจำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 23.50 และกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 32-38 ปี จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 21.25 ตามลำดับ

ตารางที่ 3
แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. ต่ำกว่ามัธยมต้น	9	2.25
2. มัธยมต้น/มัธยมปลาย/ปวช./ปวส.	101	25.25
3. ปริญญาตรี	264	66.00
4. สูงกว่าปริญญาตรี	26	6.50
5. อื่น ๆ	-	-
รวม	400	100

จากตารางที่ 3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาค้างนี้ ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ซึ่งมีจำนวน 264 คน คิดเป็นร้อยละ 66.00 รองลงมาคือ ระดับมัธยมต้น/มัธยมปลาย/ปวช./ปวส.จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 25.30 และสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 4
แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. ต่ำกว่า 6,000 บาท	76	19.00
2. 6,001 – 10,000 บาท	89	22.25
3. 10,001 – 20,000 บาท	173	43.25
4. 20,001 – 30,000 บาท	39	9.75
5. มากกว่า 30,000 บาทขึ้นไป	23	5.75
รวม	400	100

จากตารางที่ 4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาค้างนี้ ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท ซึ่งมีจำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 43.25 รองลงมาคือผู้ที่มีรายได้ต่อ

เดือน 6,001 – 10,000 บาท ซึ่งมีจำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 22.25 และกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 6,000 บาท จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19.00 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2
พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษา

ตารางที่ 5
แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามพฤติกรรม
การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษา

ระดับของพฤติกรรมการบริโภค เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ความหมายของ ค่าคะแนนเฉลี่ย
1. ดื่มเป็นประจำ	8	2.00	4.10	0.972	แทบจะ ไม่บริโภค เครื่องดื่ม แอลกอฮอล์เลย
2. ดื่มน้อยครั้ง	24	6.00			
3. ดื่บบางครั้ง	51	12.75			
4. แทบจะไม่ดื่มเลย	155	38.75			
5. ไม่ดื่มเลย	162	40.50			
รวม	400	100			

จากตารางที่ 5 พบว่า พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ มีค่าระดับเฉลี่ย 4.10 ซึ่งหมายความว่า กลุ่มตัวอย่างโดยเฉลี่ยแทบจะไม่บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เลย เมื่อพิจารณาความถี่รายชื่อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ ส่วนใหญ่ไม่บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยมีจำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 40.50 รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างที่แทบจะไม่บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เลยมีจำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 38.75 และ กลุ่มตัวอย่างที่บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์บางครั้ง จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 12.75 ตามลำดับ

ส่วนที่ 3

การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” ได้แก่ การรับทราบข้อมูลข่าวสาร และความเข้าใจของกลุ่มตัวอย่าง ที่มีต่อเนื้อหาที่ปรากฏในสื่อต่าง ๆ ของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” ปี พ.ศ. 2548 ของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) ซึ่งสามารถนำเสนอข้อมูลเป็นจำนวน และร้อยละ ได้ดังนี้

ตารางที่ 6

แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทของสื่อที่รับทราบ

ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” ปี พ.ศ. 2548 ของ

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.)

สื่อที่รับทราบข้อมูลข่าวสารของโครงการฯ	เคยเห็น/ เคยได้ยิน	ไม่เคยเห็น/ไม่ เคยได้ยิน	รวม
1. โทรทัศน์	376 (94.0)	24 (6.0)	400 (100)
2. วิทยุ	102 (25.5)	298 (74.5)	400 (100)
3. หนังสือพิมพ์	198 (49.5)	202 (50.5)	400 (100)
4. แผ่นโปสเตอร์	42 (10.5)	358 (89.5)	400 (100)
5. ป้ายโฆษณากลางแจ้ง	198 (49.5)	202 (50.5)	400 (100)
6. ใบปฎิญาณ “งดเหล้า เข้าพรรษา”	81 (20.25)	319 (79.75)	400 (100)
7. อื่น ๆ	11 (2.75)	389 (97.25)	400 (100)

จากตารางที่ 6 พบว่า กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ได้รับทราบข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา" ปี พ.ศ. 2548 ของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) จากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด โดยมีจำนวน 376 คน คิดเป็นร้อยละ 94 รองลงมาคือจากป้ายโฆษณากลางแจ้ง และหนังสือพิมพ์ จำนวนเท่ากันคือ 198 คน คิดเป็นร้อยละ 49.5 และจากวิทยุ จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 25.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 7

แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความเข้าใจเนื้อหา
ที่ปรากฏในสื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ สื่อสิ่งพิมพ์ และ/หรือ สื่อกลางแจ้ง

เนื้อหา	ความเข้าใจเนื้อหา			
	ใช่	ไม่ใช่	ไม่ตอบ	รวม
1. การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ทำให้ขาดสติ	339 (84.75)	60 (15.00)	1 (0.25)	400 (100)
2. การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์มากเกินไป ทำให้ขาดสติ	390 (97.50)	7 (1.75)	3 (0.75)	400 (100)
3. การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ เป็นสาเหตุของความรุนแรง	368 (92.00)	28 (7.00)	4 (1.00)	400 (100)
4. คนที่ดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ เป็นคนไม่รักแม่	151 (37.75)	248 (62.00)	1 (0.25)	400 (100)
5. แม่รักลูกเสมอ	349 (87.25)	50 (12.50)	1 (0.25)	400 (100)
6. แม่ลูกจะกระทำความผิด แม่ก็ยังคงดูแล	357 (89.25)	42 (10.50)	1 (0.25)	400 (100)
7. การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ จะทำให้แม่เสียใจ	275 (68.75)	124 (31.00)	1 (0.25)	400 (100)
8. ไม่ควรดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ในช่วงเข้าพรรษา	360 (90.00)	36 (9.00)	4 (1.00)	400 (100)
9. เป็นการเชิญชวนให้งดการดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ในช่วงเข้าพรรษา	371 (92.75)	21 (5.25)	8 (2.00)	400 (100)

จากตารางที่ 7 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความเข้าใจเนื้อหาที่ปรากฏในสื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ สื่อสิ่งพิมพ์ และ/หรือ สื่อกลางแจ้ง ดังข้อความว่า “การตีมีสุมรา และ/หรือ เครื่องตีมีสุมราที่มีส่วนผลมของแอลกอฮอล์มากเกินไป ทำให้ขาดสติ” มากที่สุด จำนวน 390 คน คิดเป็นร้อยละ 97.50 รองลงมาได้แก่ข้อความว่า “เป็นการเชิญชวนให้งดการตีมีสุมรา และ/หรือ เครื่องตีมีสุมราที่มีส่วนผลมของแอลกอฮอล์ ในช่วงเข้าพรรษา” จำนวน 371 คน คิดเป็นร้อยละ 92.75 และข้อความว่า “การตีมีสุมรา และ/หรือ เครื่องตีมีสุมราที่มีส่วนผลมของแอลกอฮอล์ เป็นสาเหตุของความรุนแรง” จำนวน 368 คน คิดเป็นร้อยละ 92.00

ตารางที่ 8

แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความเข้าใจ
เนื้อหาที่ปรากฏในใบปฏิญาณ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

เนื้อหา	ความเข้าใจเนื้อหา			
	ใช่	ไม่ใช่	ไม่ตอบ	รวม
1. การให้คำปฏิญาณ “งดเหล้า เข้าพรรษา” เปรียบเป็นการสัญญาต่อพระ	46 (56.79)	34 (41.98)	1 (1.23)	81 (100)
2. การให้คำปฏิญาณ “งดเหล้า เข้าพรรษา” เป็นการรักษาศิล	70 (86.42)	10 (12.35)	1 (1.23)	81 (100)
3. การให้คำปฏิญาณ “งดเหล้า เข้าพรรษา” เป็นสิ่งที่ดีที่ชาวพุทธควรกระทำ	76 (93.83)	4 (4.94)	1 (1.23)	81 (100)
4. การให้คำปฏิญาณ “งดเหล้า เข้าพรรษา” เปรียบเป็นการสบบานอย่างหนึ่ง	49 (60.50)	31 (38.27)	1 (1.23)	81 (100)
5. การผิตคำปฏิญาณ “งดเหล้า เข้าพรรษา” ถือเป็นการผิตศิล	66 (81.48)	14 (17.29)	1 (1.23)	81 (100)
6. การผิตคำปฏิญาณ “งดเหล้า เข้าพรรษา” ถือเป็นการกระทำผิตร้ายแรง	37 (45.68)	43 (53.09)	1 (1.23)	81 (100)
7. ควรงดตีมีสุมรา และ/หรือ เครื่องตีมีสุมราที่มีส่วนผลมของแอลกอฮอล์ ในช่วงเข้าพรรษา	74 (91.36)	6 (7.41)	1 (1.23)	81 (100)
8. เป็นการเชิญชวนให้งดการตีมีสุมรา และ/หรือ เครื่องตีมีสุมราที่มีส่วนผลมของแอลกอฮอล์ ในช่วงเข้าพรรษา	70 (86.42)	8 (9.88)	3 (3.70)	81 (100)

จากตารางที่ 8 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เคยเห็นใบปฏิญาณ“งดเหล้า เข้าพรรษา” มีความเข้าใจเนื้อหาที่ปรากฏในใบปฏิญาณ“งดเหล้า เข้าพรรษา” ดังข้อความว่า “การให้คำปฏิญาณ “งดเหล้า เข้าพรรษา” เป็นสิ่งดีที่ชาวพุทธควรกระทำ” มากที่สุด จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 93.83 รองลงมาคือ ข้อความว่า “ควรงดดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ในช่วงเข้าพรรษา” จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 91.36 และข้อความว่า การให้คำปฏิญาณ “งดเหล้า เข้าพรรษา” เป็นการรักษาศีล” และข้อความว่า “เป็นการเชิญชวนให้งดการดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ในช่วงเข้าพรรษา” จำนวน 70 คนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 86.42

ส่วนที่ 4

ทัศนคติที่มีต่อแนวคิดเรื่องการงดเหล้า เข้าพรรษา

ตารางที่ 9

แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามทัศนคติที่มีต่อ
แนวคิดเรื่องการงดเหล้า เข้าพรรษา

ข้อความ	ระดับความเห็นด้วย								ความหมาย ของค่า คะแนนเฉลี่ย
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	รวม	ค่าเฉลี่ย	S.D.	
1. การงดดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ไม่จำเป็นต้องทำในช่วงเข้าพรรษาเท่านั้น	164 (41.00)	167 (41.75)	57 (14.25)	11 (2.75)	1 (0.25)	400 (100)	4.21	0.803	มีทัศนคติที่ดีที่สุด
2. ชาวพุทธควรให้ความสำคัญกับเทศกาลทางศาสนา เช่น ให้ให้ความสำคัญกับเทศกาลเข้าพรรษาด้วยการงดดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสม	109 (27.25)	215 (53.75)	68 (17.00)	6 (1.50)	2 (0.50)	400 (100)	4.06	0.739	มีทัศนคติดี

ตารางที่ 9 (ต่อ)

ข้อความ	ระดับความเห็นด้วย								ความหมาย ของค่า คะแนนเฉลี่ย
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	รวม	ค่าเฉลี่ย	S.D.	
ของแอลกอฮอล์ ในช่วงเวลาดัง กล่าว									
3. ช่วงเข้าพรรษา เป็นช่วงที่ต้องงด ดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของ แอลกอฮอล์	86 (21.50)	208 (52.00)	83 (20.75)	15 (3.75)	8 (2.00)	400 (100)	3.87	0.859	มีทัศนคติ ดี
4. ช่วงเข้าพรรษา เป็นช่วงที่ควร แสดงความ กตัญญูต่อบุพการี โดยการงดดื่มสุรา และ/หรือ เครื่อง ดื่มที่มีส่วนผสม ของแอลกอฮอล์	79 (19.75)	151 (37.75)	116 (29.00)	32 (8.00)	22 (5.50)	400 (100)	3.58	1.063	มีทัศนคติ ดี
5. ชาวพุทธสามารถ หลีกเลี่ยงการทำ ผิดศีลในช่วงเข้า พรรษาได้ด้วยการ งดดื่มสุรา และ/ หรือเครื่องดื่มที่มี ส่วนผสมของ แอลกอฮอล์	99 (24.75)	183 (45.75)	88 (22.00)	14 (3.50)	16 (4.00)	400 (100)	3.84	0.971	มีทัศนคติ ดี

ตารางที่ 9 (ต่อ)

ข้อความ	ระดับความเห็นด้วย								ความหมาย ของค่า คะแนนเฉลี่ย
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	รวม	ค่าเฉลี่ย	S.D.	
6. การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ในช่วงเข้าพรรษาถือว่าเป็นเรื่องธรรมดา ไม่ใช่ความผิด	71 (17.75)	90 (22.50)	81 (20.25)	83 (20.75)	75 (18.75)	400 (100)	3.00	1.377	มีทัศนคติ ดีปานกลาง
7. การงดดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ในช่วงเข้าพรรษาเป็นการป้องกันปัญหาความรุนแรงในครอบครัวได้ประการหนึ่ง	83 (20.75)	216 (54.0)	87 (21.75)	11 (2.75)	3 (0.75)	400 (100)	3.91	0.772	มีทัศนคติ ดี
8. ช่วงเข้าพรรษาเป็นโอกาสดีที่จะเริ่มงดดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ซึ่งถือเป็นการทำบาปอย่างหนึ่ง	76 (19.00)	189 (47.25)	102 (25.50)	18 (4.50)	15 (3.75)	400 (100)	3.73	0.945	มีทัศนคติ ดี

ตารางที่ 9 (ต่อ)

ข้อความ	ระดับความเห็นด้วย								ความหมาย ของค่า คะแนนเฉลี่ย
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	รวม	ค่า เฉลี่ย	S.D.	
9. เข้าพรรษาเป็นกิจกรรมของพระสงฆ์ ฆราวาสจึงไม่จำเป็นต้องรักษาศีล ด้วยการงดดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสม ของแอลกอฮอล์ ในช่วงเวลา ดังกล่าว	97 (24.25)	83 (20.75)	88 (22.00)	76 (19.00)	56 (14.00)	400 (100)	3.21	1.366	มีทัศนคติ ดีปานกลาง
10. การงดดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสม ของแอลกอฮอล์ เป็นสิ่งที่ทุกคน ควรทำในช่วง เข้าพรรษา	78 (19.50)	172 (43.00)	86 (21.50)	17 (4.25)	47 (11.75)	400 (100)	3.54	1.197	มีทัศนคติ ดี

ค่าเฉลี่ยรวม = 3.695

จากตารางที่ 9 พบว่า ทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อแนวคิดเรื่องการงดเหล้า เข้าพรรษา ในภาพรวม มีระดับเฉลี่ย 3.695 ซึ่งหมายความว่า กลุ่มตัวอย่างโดยเฉลี่ยมีทัศนคติที่ดีต่อแนวคิดเรื่อง การงดเหล้า เข้าพรรษา

เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีทัศนคติต่อแนวคิดเรื่อง การงดเหล้า เข้าพรรษา ในข้อความว่า "การงดดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของ แอลกอฮอล์ ไม่จำเป็นต้องทำในช่วงเข้าพรรษาเท่านั้น" มากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.21 ซึ่งหมายความว่าทัศนคติที่ดีที่สุด รองลงมาคือ ข้อความว่า "ชาวพุทธควรให้ความสำคัญกับเทศกาลทาง ศาสนา เช่น ให้ความสำคัญกับเทศกาลเข้าพรรษาด้วยการงดดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มี ส่วนผสมของแอลกอฮอล์ในช่วงเวลาดังกล่าว" มีค่าเฉลี่ย 4.06 ซึ่งหมายความว่าทัศนคติดี และ ข้อความว่า "การงดดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ในช่วงเข้าพรรษา เป็น

การป้องกันปัญหาความรุนแรงในครอบครัวได้ประการหนึ่ง" มีค่าเฉลี่ย 3.91 ซึ่งหมายความว่า มีทัศนคติดี ตามลำดับ

ส่วนที่ 5

ความตั้งใจที่จะลด ละ เลิก บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเข้าพรรษา

ผลการศึกษาวิจัยในส่วนนี้ ประกอบไปด้วย ผลจากการศึกษากลุ่มตัวอย่างในเรื่องความตั้งใจที่จะลด ละ เลิก บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเข้าพรรษา พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเข้าพรรษา พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ภายหลังช่วงเข้าพรรษา และความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้แนวคิดเรื่องการงดเหล้า เข้าพรรษา ปี พ.ศ. 2548 ของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) ซึ่งสามารถนำเสนอข้อมูลเป็นจำนวนและร้อยละ ได้ดังนี้

ตารางที่ 10

แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความตั้งใจที่จะลด ละ เลิก
บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเข้าพรรษา

ระดับของความตั้งใจที่จะ ลด ละ เลิก บริโภคเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ในช่วงเข้าพรรษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ค่า เฉลี่ย	S.D.	ความหมายของค่า คะแนนเฉลี่ย
1. ตั้งใจว่าจะงดการดื่มอย่าง เด็ดขาด	50	21.01	4.06	0.642	ตั้งใจว่าจะลดการ บริโภคเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ลง
2. ตั้งใจว่าจะลดการดื่มลง	147	61.77			
3. ตั้งใจว่าจะดื่มเท่าเดิม	29	12.18			
4. ตั้งใจว่าจะดื่มมากขึ้นกว่าเดิม เล็กน้อย	4	1.68			
5. ตั้งใจว่าจะดื่มมากขึ้นกว่าเดิม มากยิ่งขึ้นไปอีก	-	-			
ไม่ตอบ	8	3.36	4.06	0.642	
รวม	238	100			

จากตารางที่ 10 ผลการศึกษาความตั้งใจที่จะลด ละ เลิก บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เฉพาะผู้ที่บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในระดับต่าง ๆ กัน (ตามตารางที่ 5) จำนวน 238 คน พบว่า ความตั้งใจที่จะลด ละ เลิก บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเข้าพรรษาของกลุ่มตัวอย่างในการ ศึกษาครั้งนี้มีระดับเฉลี่ย 4.06 ซึ่งหมายความว่า กลุ่มตัวอย่างโดยเฉลี่ยตั้งใจว่าจะลดการบริโภค เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ลง

เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ ส่วนใหญ่ตั้งใจว่าจะลด การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ลง โดยมีจำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 61.77 รองลงมาคือกลุ่ม ตัวอย่างที่ตั้งใจว่าจะงดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างเด็ดขาด มีจำนวน 50 คน คิดเป็น ร้อยละ 21.01 และกลุ่มตัวอย่างที่ตั้งใจว่าจะบริโภคเท่าเดิม จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 12.18 ตามลำดับ

ตารางที่ 11

แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่เคยเห็นใบปฏิญาณ "งดเหล้า เข้าพรรษา"
จำแนกตามการร่วมปฏิญาณ "งดเหล้า เข้าพรรษา"

การร่วมปฏิญาณ "งดเหล้า เข้าพรรษา"	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. ปฏิญาณ ทางสื่อสิ่งพิมพ์	32	39.50
2. ปฏิญาณ ทางสื่ออินเทอร์เน็ต	13	16.05
3. ไม่ได้ปฏิญาณ	28	34.57
ไม่ตอบ	8	9.88
รวม	81	100

จากตารางที่ 11 ผลการศึกษาการร่วมปฏิญาณ "งดเหล้า เข้าพรรษา" ของผู้ที่เคยเห็น ใบปฏิญาณ "งดเหล้า เข้าพรรษา" (ตามตารางที่ 6) จำนวน 81 คน พบว่า มีกลุ่มตัวอย่างจำนวน 32 คน ที่ร่วมปฏิญาณทางสื่อสิ่งพิมพ์ โดยคิดเป็นร้อยละ 39.50 ในขณะที่กลุ่มที่ตัวอย่างที่ไม่ได้ร่วม ปฏิญาณมีจำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 34.57 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ร่วมปฏิญาณทางสื่ออินเทอร์เน็ต มีจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 16.05

ตารางที่ 12
แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ได้ร่วมปฏิญาณ "งดเหล้า เข้าพรรษา"
จำแนกตามพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
ในช่วงเข้าพรรษา ปี พ.ศ. 2548

พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
งด	30	66.77
ไม่งด	15	33.33
รวม	45	100

จากตารางที่ 12 ผลการศึกษาพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเข้าพรรษาของผู้ที่ร่วมปฏิญาณ "งดเหล้า เข้าพรรษา" (ตามตารางที่ 11) จำนวน 45 คนพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ได้ร่วมปฏิญาณ "งดเหล้า เข้าพรรษา" ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมงดบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเข้าพรรษาตามที่ได้ปฏิญาณไว้ โดยมีจำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 66.77 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ได้ร่วมปฏิญาณ "งดเหล้า เข้าพรรษา" แต่ไม่งดบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเข้าพรรษาตามที่ได้ปฏิญาณไว้ มีจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33

ตารางที่ 13
แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามพฤติกรรมการบริโภค
เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเข้าพรรษา ปี พ.ศ. 2548

ระดับของพฤติกรรมการบริโภค เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วง เข้าพรรษา ปี พ.ศ. 2548	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ความหมายของ ค่าคะแนนเฉลี่ย
งดการดื่มอย่างเด็ดขาด	43	18.07	3.97	0.657	ลดการบริโภค เครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ลง
ลดการดื่มลง	140	58.82			
ดื่มเท่าเดิม	44	18.49			
ดื่มมากขึ้นกว่าเดิมเล็กน้อย	3	1.26			
ดื่มมากขึ้นกว่าเดิมมากยิ่งขึ้นไปอีก	-	-			
ไม่ตอบ	8	3.36			
รวม	238	100			

จากตารางที่ 13 ผลการศึกษาพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเข้าพรรษาของกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาคั้งนี้ เฉพาะผู้ที่บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในระดับต่าง ๆ กัน (ตามตารางที่ 5) จำนวน 238 คน พบว่า พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเข้าพรรษาของกลุ่มตัวอย่างมีระดับเฉลี่ย 3.97 ซึ่งหมายความว่า กลุ่มตัวอย่างโดยเฉลี่ยลดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ลง

เมื่อพิจารณารายชื่อ พบว่า ในช่วงเข้าพรรษา ปี พ.ศ. 2548 กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาคั้งนี้ ส่วนใหญ่ได้ลดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ลง โดยมีจำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 58.82 รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เท่าเดิม มีจำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 18.49 และกลุ่มตัวอย่างทั้งดบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างเด็ดขาด จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 18.07 ตามลำดับ

ตารางที่ 14

แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเหตุผลของพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเข้าพรรษา ปี พ.ศ. 2548

เหตุผล	จำนวน*	ร้อยละ
1. เป็นช่วงเข้าพรรษา	107	44.96
2. มีปัญหาสุขภาพ	66	27.73
3. เป็นผลจากสื่อในโครงการ "งดเหล้า เข้าพรรษา"	78	32.77
4. ตั้งใจว่าจะมีพฤติกรรมดังกล่าวอยู่แล้ว	120	50.42
5. อื่น ๆ	10	4.20

* ตอบมากกว่า 1 คำตอบ

จากตารางที่ 14 ผลการศึกษาเหตุผลของพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเข้าพรรษา ปี พ.ศ. 2548 เฉพาะผู้ที่บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในระดับต่าง ๆ กัน (ตามตารางที่ 5) จำนวน 238 คน กลุ่มตัวอย่างตอบมากกว่า 1 คำตอบ และคำตอบส่วนใหญ่เกี่ยวกับเหตุผลที่กลุ่มตัวอย่างตอบ คือ ตั้งใจว่าจะมีพฤติกรรมดังกล่าวอยู่แล้ว ร้อยละ 50.42 รองลงมาคือ เพราะเป็นช่วงเข้าพรรษา ร้อยละ 44.96 และ เป็นผลจากสื่อในโครงการ "งดเหล้า เข้าพรรษา" ร้อยละ 32.77 ตามลำดับ

ตารางที่ 15
แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามพฤติกรรมการบริโภค
เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ภายหลังช่วงเข้าพรรษา ปี พ.ศ. 2548

ระดับของพฤติกรรมการบริโภค เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ค่า เฉลี่ย	S.D.	ความหมายของ ค่าคะแนนเฉลี่ย
1. งดการดื่มอย่างเด็ดขาด	33	13.87	3.90	0.650	ลดการบริโภค เครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ลง
2. ลดการดื่มลง	145	60.92			
3. ดื่มเท่าเดิม	45	18.91			
4. ดื่มมากขึ้นกว่าเดิมเล็กน้อย	5	2.10			
5. ดื่มมากขึ้นกว่าเดิมมากยิ่งขึ้นไปอีก	0	0			
ไม่ตอบ	10	4.20	3.90	0.650	
รวม	238	100			

จากตารางที่ 15 ผลการศึกษาพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ภายหลังช่วงเข้าพรรษา ปี พ.ศ. 2548 เฉพาะผู้ที่บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในระดับต่าง ๆ กัน (ตามตารางที่ 5) จำนวน 238 คน พบว่า พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ภายหลังช่วงเข้าพรรษาของกลุ่มตัวอย่างมีระดับเฉลี่ย 3.90 ซึ่งหมายความว่า กลุ่มตัวอย่างโดยเฉลี่ยลดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ลง

เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาค้างนี้ ส่วนใหญ่ได้ลดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ลง โดยมีจำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 60.92 รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างที่บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เท่าเดิม มีจำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 18.91 และกลุ่มตัวอย่างทั้งดบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างเด็ดขาด จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 13.87 ตามลำดับ

ตารางที่ 16

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการเปลี่ยนแปลงของ
พฤติกรรมกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ภายหลังช่วงเข้าพรรษา
เปรียบเทียบกับช่วงก่อนเข้าพรรษา ปี พ.ศ. 2548

ระดับการเปลี่ยนแปลง ของพฤติกรรม	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ความหมายของ ค่าคะแนนเฉลี่ย
1. ดื่มมากยิ่งขึ้นไปอีก	2	0.84	3.79	0.683	ลดการบริโภค เครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ลง
2. ดื่มมากขึ้น	7	2.94			
3. ดื่มเท่าเดิม	49	20.59			
4. ดื่มน้อยลง	149	62.61			
5. ไม่ดื่มเลย	21	8.82			
ไม่ตอบ	10	4.20			
รวม	238	100			

จากตารางที่ 16 ผลการศึกษาการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ภายหลังช่วงเข้าพรรษา เปรียบเทียบกับช่วงก่อนเข้าพรรษา ปี พ.ศ. 2548 เฉพาะผู้ที่บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในระดับต่าง ๆ กัน (ตามตารางที่ 5) จำนวน 238 คน พบว่าการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ภายหลังช่วงเข้าพรรษา เปรียบเทียบกับช่วงก่อนเข้าพรรษา ปี พ.ศ. 2548 ของกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาค้างนี้มีระดับเฉลี่ย 3.79 ซึ่งหมายความว่า กลุ่มตัวอย่างโดยเฉลี่ยลดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ลง

เมื่อพิจารณาระดับการเปลี่ยนแปลงรายชื่อ พบว่า ระดับการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ภายหลังช่วงเข้าพรรษา เปรียบเทียบกับช่วงก่อนเข้าพรรษา ปี พ.ศ. 2548 ของกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาค้างนี้ ส่วนใหญ่ลดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ลง โดยมีจำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 62.61 รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างที่บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เท่าเดิม มีจำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 20.59 และกลุ่มตัวอย่างที่ไม่บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เลย มีจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 8.82 ตามลำดับ

ตารางที่ 17

แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความสามารถของสื่อ
ที่ใช้ในโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา" ปี พ.ศ. 2548

ความสามารถของสื่อที่ใช้ในโครงการฯ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ช่วยได้มาก	52	21.85
ช่วยได้เล็กน้อย	136	57.14
ไม่ช่วยเลย	41	17.23
ไม่ตอบ	9	3.78
รวม	238	100

จากตารางที่ 17 ผลการศึกษาความสามารถของสื่อที่ใช้ในโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา" ปี พ.ศ. 2548 เฉพาะผู้ที่บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในระดับต่าง ๆ กัน (ตามตารางที่ 5) จำนวน 238 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างในการศึกษารั้งนี้ มากกว่าครึ่งเห็นว่าสื่อที่ใช้ในโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา" ปี พ.ศ. 2548 มีส่วนช่วยให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในช่วงเข้าพรรษาได้เล็กน้อย โดยมีจำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 57.14 รองลงมาคือ เห็นว่าช่วยได้มาก 52 คน คิดเป็นร้อยละ 21.85 และไม่ช่วยเลย 41 คน คิดเป็นร้อยละ 17.23 ตามลำดับ

ตารางที่ 18

แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความคิดเห็นเรื่อง

ความเหมาะสมในการนำสถาบันครอบครัวมาใช้ในการรณรงค์

ให้ผู้บริโภคงดบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ระดับความเหมาะสม	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ความหมายของค่า คะแนนเฉลี่ย
มากที่สุด	186	46.50	4.26	0.840	มีความเหมาะสม มากที่สุด
มาก	137	34.25			
ปานกลาง	59	14.75			
น้อย	12	2.50			
ไม่เหมาะสมเลย	2	0.50			
ไม่ตอบ	6	1.50			
รวม	400	100			

จากตารางที่ 18 ในเรื่องความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดในการศึกษาค้างนี้ที่มีต่อเรื่องความเหมาะสมในการนำสถาบันครอบครัวมาใช้ในการรณรงค์ให้ผู้บริโภคงดบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่า ความคิดเห็นในภาพรวมมีระดับเฉลี่ย 4.26 ซึ่งหมายความว่า มีความเหมาะสมมากที่สุด

เมื่อพิจารณาระดับความเหมาะสมรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ในการศึกษาค้างนี้มีความคิดเห็นต่อ การนำสถาบันครอบครัวมาใช้ในการรณรงค์ให้ผู้บริโภคงดบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ว่า มีความเหมาะสมมากที่สุด จำนวน 186 คน คิดเป็นร้อยละ 46.50 รองลงมาคือเหมาะสมมาก จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 34.25 และเหมาะสมปานกลาง จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 14.75 ตามลำดับ

ตารางที่ 19

แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความคิดเห็นเรื่อง
ความเหมาะสมในการนำสถาบันศาสนา มาใช้ในการรณรงค์ให้
ผู้บริโภคงดบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ระดับความเหมาะสม	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ความหมายของ ค่าคะแนนเฉลี่ย
มากที่สุด	131	32.75	3.99	0.905	มีความเหมาะสม มาก
มาก	154	38.50			
ปานกลาง	91	22.75			
น้อย	14	3.50			
ไม่เหมาะสมเลย	5	1.25			
ไม่ตอบ	5	1.25			
รวม	400	100			

จากตารางที่ 19 ในเรื่องความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดในการศึกษาค้างนี้ที่มีต่อเรื่องความเหมาะสมในการนำสถาบันศาสนา มาใช้ในการรณรงค์ให้ผู้บริโภคงดบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่า ความคิดเห็นในภาพรวมมีระดับเฉลี่ย 3.99 ซึ่งหมายความว่า มีความเหมาะสมมาก

เมื่อพิจารณาระดับความเหมาะสมรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ในการศึกษาค้างนี้มีความคิดเห็นต่อ การนำสถาบันศาสนา มาใช้ในการรณรงค์ให้ผู้บริโภคงดบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ว่า มีความเหมาะสมมาก จำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 38.50 รองลงมาคือ เหมาะสมมากที่สุด จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 32.75 และเหมาะสมปานกลาง จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 22.75 ตามลำดับ

การทดสอบสมมติฐาน

การทดสอบสมมติฐานในการศึกษาค้างนี้ ได้กำหนดระดับความมีนัยสำคัญเท่ากับ 0.05 และเมื่อทำการทดสอบสมมติฐานจึงได้ผลดังต่อไปนี้

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1.1 เพศมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1.1.1 เพศมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” จากโทรทัศน์

มีสมมติฐานทางสถิติ คือ

H_0 : เพศไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” จากโทรทัศน์

H_1 : เพศมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” จากโทรทัศน์

ตารางที่ 20

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” จากโทรทัศน์

เพศ	การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” จากโทรทัศน์		รวม
	เคยเห็น	ไม่เคยเห็น	
ชาย	224	21	245
หญิง	152	3	155
รวม	376	24	400

Chi-Square = 7.412 df = 1 Significance = 0.006

จากตารางที่ 20 พบว่า $\text{Chi-square} = 7.412$, $df = 9$, $\text{Significance} = 0.006$ ซึ่งน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานทางสถิติ (H_0) และยอมรับสมมติฐานการวิจัย กล่าวคือ เพศมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา" จากโทรทัศน์

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1.1.2 เพศมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา" จากวิทยุ

มีสมมติฐานทางสถิติ คือ

H_0 : เพศไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา" จากวิทยุ

H_a : เพศมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา" จากวิทยุ

ตารางที่ 21
แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของ
โครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา" จากวิทยุ

เพศ	การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา" จากวิทยุ		รวม
	เคยได้ยิน	ไม่เคยได้ยิน	
ชาย	65	180	245
หญิง	37	118	155
รวม	102	298	400

$\text{Chi-Square} = 0.353$ $df = 1$ $\text{Significance} = 0.552$

จากตารางที่ 21 พบว่า $\text{Chi-Square} = 0.353$, $df = 1$, $\text{Significance} = 0.552$ ซึ่งมากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานทางสถิติ (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย กล่าวคือ เพศไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา" จากวิทยุ

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1.1.3 เพศมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา" จากหนังสือพิมพ์

มีสมมติฐานทางสถิติ คือ

H_0 : เพศไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา" จากหนังสือพิมพ์

H_1 : เพศมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา" จากหนังสือพิมพ์

ตารางที่ 22

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา" จากหนังสือพิมพ์

เพศ	การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา" จากหนังสือพิมพ์		รวม
	เคยเห็น	ไม่เคยเห็น	
ชาย	129	116	245
หญิง	69	86	155
รวม	198	202	400

Chi-Square = 2.515 df = 1 Significance = 0.113

จากตารางที่ 22 พบว่า Chi-Square = 2.515, df = 1, Significance = 0.113 ซึ่งมากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานทางสถิติ (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย กล่าวคือ เพศไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา" จากหนังสือพิมพ์

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1.1.4 เพศมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการ
รณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” จากแผ่นโปสเตอร์

มีสมมติฐานทางสถิติ คือ

H_0 : เพศไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า
เข้าพรรษา” จากแผ่นโปสเตอร์

H_1 : เพศมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า
เข้าพรรษา” จากแผ่นโปสเตอร์

ตารางที่ 23

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์
“งดเหล้า เข้าพรรษา” จากแผ่นโปสเตอร์

เพศ	การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้า พรรษา” จากแผ่นโปสเตอร์		รวม
	เคยเห็น	ไม่เคยเห็น	
ชาย	31	214	245
หญิง	11	144	155
รวม	42	358	400

Chi-Square = 3.119 df = 1 Significance = 0.077

จากตารางที่ 23 พบว่า Chi-Square =3.119, df = 1, Significance = 0.077 ซึ่ง
มากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานทางสถิติ (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย กล่าวคือ เพศไม่
มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” จากแผ่น
โปสเตอร์

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1.1.5 เพศมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” จากป้ายโฆษณากลางแจ้ง

มีสมมติฐานทางสถิติ คือ

H_0 : เพศไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” จากป้ายโฆษณากลางแจ้ง

H_1 : เพศมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” จากป้ายโฆษณากลางแจ้ง

ตารางที่ 24

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” จากป้ายโฆษณากลางแจ้ง

เพศ	การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” จากป้ายโฆษณากลางแจ้ง		รวม
	เคยเห็น	ไม่เคยเห็น	
ชาย	133	112	245
หญิง	65	90	155
รวม	198	202	400

Chi-Square = 5.793

df = 1

Significance = 0.016

จากตารางที่ 24 พบว่า Chi-Square = 5.793, df = 1, Significance = 0.016 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานทางสถิติ (H_0) และยอมรับสมมติฐานการวิจัย กล่าวคือ เพศมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” จากป้ายโฆษณากลางแจ้ง

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1.1.6 เพศมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา" จากใบปฏิญาณ "งดเหล้า เข้าพรรษา"

มีสมมติฐานทางสถิติ คือ

H_0 : เพศไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา" จากใบปฏิญาณ "งดเหล้า เข้าพรรษา"

H_1 : เพศมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา" จากใบปฏิญาณ "งดเหล้า เข้าพรรษา"

ตารางที่ 25

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา" จากใบปฏิญาณ "งดเหล้า เข้าพรรษา"

เพศ	การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา" จากใบปฏิญาณ "งดเหล้า เข้าพรรษา"		รวม
	เคยเห็น	ไม่เคยเห็น	
ชาย	60	185	245
หญิง	21	134	155
รวม	81	319	400

Chi-Square = 7.038 df = 1 Significance = 0.008

จากตารางที่ 25 พบว่า Chi-Square =7.038, df = 1, Significance =0.008 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานทางสถิติ (H_0) และยอมรับสมมติฐานการวิจัย กล่าวคือ เพศมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา" จากใบปฏิญาณ "งดเหล้า เข้าพรรษา"

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1.1.7 เพศมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการ
รณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” จากสื่ออื่น ๆ

มีสมมติฐานทางสถิติ คือ

H_0 : เพศไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า
เข้าพรรษา” จากสื่ออื่น ๆ

H_0 : เพศมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า
เข้าพรรษา” จากสื่ออื่น ๆ

ตารางที่ 26

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการ
รณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” จากสื่ออื่น ๆ

เพศ	การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” จากสื่ออื่น ๆ		รวม
	เคยเห็น	ไม่เคยเห็น	
ชาย	6	239	245
หญิง	5	150	155
รวม	11	389	400

Chi-Square = 0.214 df = 1 Significance = 0.643

จากตารางที่ 26 พบว่า Chi-Square = 0.214, df = 1, Significance = 0.643
ซึ่งมากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานทางสถิติ () และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย กล่าวคือ
เพศไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” จากสื่อ
อื่น ๆ

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1.1.8 เพศมีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ทำให้ขาดสติ” ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

มีสมมติฐานทางสถิติ คือ

H_0 : เพศไม่มีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ทำให้ขาดสติ” ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

H_1 : เพศมีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ทำให้ขาดสติ” ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

ตารางที่ 27

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ทำให้ขาดสติ” ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

เพศ	ความเข้าใจว่า “การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ทำให้ขาดสติ”		รวม
	ใช่	ไม่ใช่	
ชาย	203	41	244
หญิง	136	19	155
รวม	339	60	399

Chi-Square = 1.533 df = 1 Significance = 0.216

จากตารางที่ 27 พบว่า Chi-Square = 1.533, df = 1, Significance = 0.216 ซึ่งมากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานทางสถิติ (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย กล่าวคือ เพศไม่มีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ทำให้ขาดสติ” ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1.1.9 เพศมีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง "การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์มากเกินไป ทำให้ขาดสติ" ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา"

มีสมมติฐานทางสถิติ คือ

H_0 : เพศไม่มีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง "การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์มากเกินไป ทำให้ขาดสติ" ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา"

H_a : เพศมีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง "การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์มากเกินไป ทำให้ขาดสติ" ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา"

ตารางที่ 28

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง "การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์มากเกินไป ทำให้ขาดสติ" ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา"

เพศ	ความเข้าใจว่า "การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์มากเกินไป ทำให้ขาดสติ"		รวม
	ใช่	ไม่ใช่	
ชาย	237	6	243
หญิง	153	1	154
รวม	390	7	397

Chi-Square = 1.802 df = 1 Significance = 0.179

จากตารางที่ 28 พบว่า Chi-Square = 1.802, df = 1, Significance = 0.179 ซึ่งมากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานทางสถิติ (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย กล่าวคือ เพศไม่มีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง "การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์มากเกินไป ทำให้ขาดสติ" ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา"

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1.1.10 เพศมีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง "การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ เป็นสาเหตุของความรุนแรง" ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา"

มีสมมติฐานทางสถิติ คือ

H_0 : เพศไม่มีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง "การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ เป็นสาเหตุของความรุนแรง" ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา"

H_1 : เพศมีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง "การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ เป็นสาเหตุของความรุนแรง" ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา"

ตารางที่ 29

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง "การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ เป็นสาเหตุของความรุนแรง" ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา"

เพศ	ความเข้าใจว่า "การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ เป็นสาเหตุของความรุนแรง"		รวม
	ใช่	ไม่ใช่	
ชาย	219	24	243
หญิง	149	4	153
รวม	368	28	396

Chi-Square = 7.536 df = 1 Significance = 0.006

จากตารางที่ 29 พบว่า Chi-Square = 7.536, df = 1, Significance = 0.006 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานทางสถิติ (H_0) และยอมรับสมมติฐานการวิจัย กล่าวคือ เพศมีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง "การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ เป็นสาเหตุของความรุนแรง" ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา"

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1.1.11 เพศมีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “คนที่ดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ เป็นคนไม่รักแม่” ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

มีสมมติฐานทางสถิติ คือ

H_0 : เพศไม่มีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “คนที่ดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ เป็นคนไม่รักแม่” ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

H_1 : เพศมีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “คนที่ดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ เป็นคนไม่รักแม่” ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

ตารางที่ 30

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “คนที่ดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ เป็นคนไม่รักแม่” ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

เพศ	ความเข้าใจว่า “คนที่ดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ เป็นคนไม่รักแม่”		รวม
	ใช่	ไม่ใช่	
ชาย	89	155	244
หญิง	62	93	155
รวม	151	248	399

Chi-Square = 0.501 df = 1 Significance = 0.479

จากตารางที่ 30 พบว่า Chi-Square = 0.501, df = 1, Significance = 0.479 ซึ่งมากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานทางสถิติ (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย กล่าวคือ เพศไม่มีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “คนที่ดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ เป็นคนไม่รักแม่” ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1.1.12 เพศมีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเรื่อง “แม่รักลูกเสมอ”
เนื้อหาที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

มีสมมติฐานทางสถิติ คือ

H_0 : เพศไม่มีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “แม่รักลูกเสมอ” ที่ปรากฏในสื่อ
ของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

H_a : เพศมีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “แม่รักลูกเสมอ” ที่ปรากฏในสื่อของ
โครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

ตารางที่ 31

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “แม่รักลูกเสมอ”
ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

เพศ	ความเข้าใจว่า “แม่รักลูกเสมอ”		รวม
	ใช่	ไม่ใช่	
ชาย	206	38	244
หญิง	143	12	155
รวม	349	50	399

Chi-Square = 5.304 df = 1 Significance = 0.021

จากตารางที่ 31 พบว่า Chi-Square = 5.304, df = 1, Significance = 0.021
ซึ่งน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานทางสถิติ (H_0) และยอมรับสมมติฐานการวิจัย กล่าวคือ เพศ
มีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “แม่รักลูกเสมอ” ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์
“งดเหล้า เข้าพรรษา”

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1.1.13 เพศมีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “แม่ลูกจะกระทำความผิด แม่ก็ยังคงดูแลลูก” ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

มีสมมติฐานทางสถิติ คือ

H_0 : เพศไม่มีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “แม่ลูกจะกระทำความผิด แม่ก็ยังคงดูแลลูก” ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

H_a : เพศมีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “แม่ลูกจะกระทำความผิด แม่ก็ยังคงดูแลลูก” ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

ตารางที่ 32

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “แม่ลูกจะกระทำความผิด แม่ก็ยังคงดูแลลูก” ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

เพศ	ความเข้าใจว่า “แม่ลูกจะกระทำความผิด แม่ก็ยังคงดูแลลูก”		รวม
	ใช่	ไม่ใช่	
ชาย	212	32	244
หญิง	145	10	155
รวม	357	42	399

Chi-Square = 4.468 df = 1 Significance = 0.035

จากตารางที่ 32 พบว่า Chi-Square = 4.468, df = 1, Significance = 0.035 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานทางสถิติ (H_0) และยอมรับสมมติฐานการวิจัย กล่าวคือ เพศมีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “แม่ลูกจะกระทำความผิด แม่ก็ยังคงดูแลลูก” ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1.1.14 เพศมีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง "การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ จะทำให้แม่เสียใจ" ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา"

มีสมมติฐานทางสถิติ คือ

H_0 : เพศไม่มีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง "การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ จะทำให้แม่เสียใจ" ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา"

H_1 : เพศมีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง "การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ จะทำให้แม่เสียใจ" ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา"

ตารางที่ 33

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง "การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ จะทำให้แม่เสียใจ" ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา"

เพศ	ความเข้าใจว่า "การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ จะทำให้แม่เสียใจ"		รวม
	ใช่	ไม่ใช่	
ชาย	150	94	244
หญิง	125	30	155
รวม	275	124	399

Chi-Square = 16.262 df = 1 Significance = 0.000

จากตารางที่ 33 พบว่า Chi-Square = 16.262, df = 1, Significance = 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานทางสถิติ (H_0) และยอมรับสมมติฐานการวิจัย กล่าวคือ เพศมีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง "การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ จะทำให้แม่เสียใจ" ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา"

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1.1.15 เพศมีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “ไม่ควรดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ในช่วงเข้าพรรษา” ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

มีสมมติฐานทางสถิติ คือ

H_0 : เพศไม่มีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “ไม่ควรดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ในช่วงเข้าพรรษา” ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

H_1 : เพศมีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “ไม่ควรดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ในช่วงเข้าพรรษา” ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

ตารางที่ 34

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “ไม่ควรดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ในช่วงเข้าพรรษา” ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

เพศ	ความเข้าใจว่า “ไม่ควรดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ในช่วงเข้าพรรษา”		รวม
	ใช่	ไม่ใช่	
ชาย	208	34	242
หญิง	152	2	154
รวม	360	36	396

Chi-Square = 18.514 df = 1 Significance = 0.000

จากตารางที่ 34 พบว่า Chi-Square = 18.514, df = 1, Significance = 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานทางสถิติ (H_0) และยอมรับสมมติฐานการวิจัย กล่าวคือ เพศมีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “ไม่ควรดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ในช่วงเข้าพรรษา” ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1.1.16 เพศมีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “เป็นการเชิญชวนให้งดการดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ในช่วงเข้าพรรษา” ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

มีสมมติฐานทางสถิติ คือ

H_0 : เพศไม่มีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “เป็นการเชิญชวนให้งดการดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ในช่วงเข้าพรรษา” ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

H_a : เพศมีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “เป็นการเชิญชวนให้งดการดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ในช่วงเข้าพรรษา” ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

ตารางที่ 35

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “เป็นการเชิญชวนให้งดการดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ในช่วงเข้าพรรษา” ที่ปรากฏในสื่อของ โครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

เพศ	ความเข้าใจว่า “เป็นการเชิญชวนให้งดการดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ในช่วงเข้าพรรษา”		รวม
	ใช่	ไม่ใช่	
ชาย	223	17	240
หญิง	148	4	152
รวม	371	21	392

Chi-Square = 3.638 df = 1 Significance = 0.056

จากตารางที่ 35 พบว่า Chi-Square = 3.638, df = 1, Significance = 0.056 ซึ่งมากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานทางสถิติ (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย กล่าวคือ เพศไม่มีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “เป็นการเชิญชวนให้งดการดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ในช่วงเข้าพรรษา” ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1.2 อายุมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1.2.1 อายุมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” จากโทรทัศน์

มีสมมติฐานทางสถิติ คือ

H_0 : อายุไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” จากโทรทัศน์

H_1 : อายุมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” จากโทรทัศน์

ตารางที่ 36

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” จากโทรทัศน์

อายุ	การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” จากโทรทัศน์		รวม
	เคยเห็น	ไม่เคยเห็น	
18 – 24 ปี	168	16	184
25 – 31 ปี	93	1	94
32 – 38 ปี	79	6	85
39 – 45 ปี	24	1	25
46 ปีขึ้นไป	12	-	12
รวม	376	24	400

Chi-Square = 7.544 df = 4 Significance = 0.110

จากตารางที่ 36 พบว่า Chi-Square = 7.544, df = 4, Significance = 0.110 ซึ่งมากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานทางสถิติ (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย กล่าวคือ อายุไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” จากโทรทัศน์

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1.2.2 อายุมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการ
รณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” จากวิทยุ

มีสมมติฐานทางสถิติ คือ

H_0 : อายุไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า
เข้าพรรษา” จากวิทยุ

H_1 : อายุมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า
เข้าพรรษา” จากวิทยุ

ตารางที่ 37

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของ
โครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” จากวิทยุ

อายุ	การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้า พรรษา” จากวิทยุ		รวม
	เคยได้ยิน	ไม่เคยได้ยิน	
18 – 24 ปี	54	130	184
25 – 31 ปี	25	69	94
32 – 38 ปี	18	67	85
39 – 45 ปี	2	23	25
46 ปีขึ้นไป	3	9	12
รวม	102	298	400

Chi-Square = 6.362 df = 4 Significance = 0.174

จากตารางที่ 37 พบว่า Chi-Square = 6.362, df = 4, Significance = 0.174
ซึ่งมากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานทางสถิติ (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย กล่าวคือ อายุ
ไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” จากวิทยุ

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1.2.3 อายุมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา" จากหนังสือพิมพ์

มีสมมติฐานทางสถิติ คือ

H_0 : อายุไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา" จากหนังสือพิมพ์

H_1 : อายุมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา" จากหนังสือพิมพ์

ตารางที่ 38

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา" จากหนังสือพิมพ์

อายุ	การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา" จากหนังสือพิมพ์		รวม
	เคยเห็น	ไม่เคยเห็น	
18 - 24 ปี	79	105	184
25 - 31 ปี	51	43	94
32 - 38 ปี	52	33	85
39 - 45 ปี	10	15	25
46 ปีขึ้นไป	6	6	12
รวม	198	202	400

Chi-Square = 9.563

df = 4

Significance = 0.048

จากตารางที่ 38 พบว่า Chi-Square = 9.563, df = 4, Significance = 0.048 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานทางสถิติ (H_0) และยอมรับสมมติฐานการวิจัย กล่าวคือ อายุมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา" จากหนังสือพิมพ์

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1.2.4 อายุมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา" จากแผ่นโปสเตอร์

มีสมมติฐานทางสถิติ คือ

H_0 : อายุไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา" จากแผ่นโปสเตอร์

H_1 : อายุมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา" จากแผ่นโปสเตอร์

ตารางที่ 39

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา" จากแผ่นโปสเตอร์

อายุ	การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา" จากแผ่นโปสเตอร์		รวม
	เคยเห็น	ไม่เคยเห็น	
18 – 24 ปี	27	157	184
25 – 31 ปี	11	83	94
32 – 38 ปี	3	82	85
39 – 45 ปี	-	25	25
46 ปีขึ้นไป	1	11	12
รวม	42	358	400

Chi-Square = 10.943 df = 4 Significance = 0.027

จากตารางที่ 39 พบว่า Chi-Square = 10.943, df = 4, Significance = 0.027 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานทางสถิติ (H_0) และยอมรับสมมติฐานการวิจัย กล่าวคือ อายุมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา" จากแผ่นโปสเตอร์

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1.2.5 อายุมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” จากป้ายโฆษณากลางแจ้ง

มีสมมติฐานทางสถิติ คือ

H_0 : อายุไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” จากป้ายโฆษณากลางแจ้ง

H_1 : อายุมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” จากป้ายโฆษณากลางแจ้ง

ตารางที่ 40

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” จากป้ายโฆษณากลางแจ้ง

อายุ	การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” จากป้ายโฆษณากลางแจ้ง		รวม
	เคยเห็น	ไม่เคยเห็น	
18 – 24 ปี	90	94	184
25 – 31 ปี	48	46	94
32 – 38 ปี	46	39	85
39 – 45 ปี	10	15	25
46 ปีขึ้นไป	4	8	12
รวม	198	202	400

Chi-Square = 3.000 df = 4 Significance = 0.558

จากตารางที่ 40 พบว่า Chi-Square = 3.000, df = 4, Significance = 0.558 ซึ่งมากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานทางสถิติ (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย กล่าวคือ อายุไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” จากป้ายโฆษณากลางแจ้ง

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1.2.6 อายุมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการ
รณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” จากใบปฏิญาณ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

มีสมมติฐานทางสถิติ คือ

H_0 : อายุไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า
เข้าพรรษา” จากใบปฏิญาณ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

H_1 : อายุมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า
เข้าพรรษา” จากใบปฏิญาณ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

ตารางที่ 41

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์
“งดเหล้า เข้าพรรษา” จากใบปฏิญาณ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

อายุ	การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” จากใบปฏิญาณ “งดเหล้า เข้าพรรษา”		รวม
	เคยเห็น	ไม่เคยเห็น	
18 – 24 ปี	37	147	184
25 – 31 ปี	23	71	94
32 – 38 ปี	16	69	85
39 – 45 ปี	1	24	25
46 ปีขึ้นไป	4	8	12
รวม	81	319	400

Chi-Square = 6.505 df = 4 Significance = 0.164

จากตารางที่ 41 พบว่า Chi-Square = 6.505, df = 4, Significance = 0.164 ซึ่ง
มากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานทางสถิติ (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย กล่าวคือ อายุ
ไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” จากใบ
ปฏิญาณ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1.2.7 อายุมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการ
รณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” จากสื่ออื่น ๆ

มีสมมติฐานทางสถิติ คือ

H_0 : อายุไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า
เข้าพรรษา” จากสื่ออื่น ๆ

H_1 : อายุมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า
เข้าพรรษา” จากสื่ออื่น ๆ

ตารางที่ 42

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์
“งดเหล้า เข้าพรรษา” จากสื่ออื่น ๆ

อายุ	การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้า พรรษา” จากสื่ออื่น ๆ		รวม
	เคยเห็น	ไม่เคยเห็น	
18 – 24 ปี	7	177	184
25 – 31 ปี	3	91	94
32 – 38 ปี	-	85	85
39 – 45 ปี	1	24	25
46 ปีขึ้นไป	-	12	12
รวม	11	389	400

Chi-Square = 3.722 df = 4 Significance = 0.445

จากตารางที่ 42 พบว่า Chi-Square = 3.722, df = 4, Significance = 0.445
ซึ่งมากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานทางสถิติ (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย กล่าวคือ อายุ
ไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” จากสื่อ
อื่น ๆ

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1.2.8 อายุมีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง "การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ทำให้ขาดสติ" ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา"

มีสมมติฐานทางสถิติ คือ

H_0 : อายุไม่มีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง "การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ทำให้ขาดสติ" ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา"

H_1 : อายุมีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง "การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ทำให้ขาดสติ" ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา"

ตารางที่ 43

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง "การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ทำให้ขาดสติ" ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา"

อายุ	ความเข้าใจว่า "การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ทำให้ขาดสติ"		รวม
	ใช่	ไม่ใช่	
18 – 24 ปี	166	18	184
25 – 31 ปี	77	16	93
32 – 38 ปี	67	18	85
39 – 45 ปี	24	1	25
46 ปีขึ้นไป	5	7	12
รวม	339	60	399

Chi-Square = 26.816 df = 4 Significance = 0.000

จากตารางที่ 43 พบว่า Chi-Square = 26.816, df = 4, Significance = 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานทางสถิติ (H_0) และยอมรับสมมติฐานการวิจัย กล่าวคือ อายุมีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง "การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ทำให้ขาดสติ" ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา"

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1.2.9 อายุมีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์มากเกินไป ทำให้ขาดสติ” ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

มีสมมติฐานทางสถิติ คือ

H_0 : อายุไม่มีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์มากเกินไป ทำให้ขาดสติ” ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

H_a : อายุมีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์มากเกินไป ทำให้ขาดสติ” ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

ตารางที่ 44

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์มากเกินไป ทำให้ขาดสติ” ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

อายุ	ความเข้าใจว่า “การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์มากเกินไป ทำให้ขาดสติ”		รวม
	ใช่	ไม่ใช่	
18 – 24 ปี	178	6	184
25 – 31 ปี	93	-	93
32 – 38 ปี	83	-	83
39 – 45 ปี	24	1	25
46 ปีขึ้นไป	12	-	12
รวม	390	7	397

Chi-Square = 6.479 df = 4 Significance = 0.166

จากตารางที่ 44 พบว่า Chi-Square = 6.479, df = 4, Significance = 0.166 ซึ่งมากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานทางสถิติ (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย กล่าวคือ อายุไม่มีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์มากเกินไป ทำให้ขาดสติ” ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1.2.10 อายุมีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง "การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ เป็นสาเหตุของความรุนแรง" ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา"

มีสมมติฐานทางสถิติ คือ

H_0 : อายุไม่มีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง "การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ เป็นสาเหตุของความรุนแรง" ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา"

H_1 : อายุมีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง "การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ เป็นสาเหตุของความรุนแรง" ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา"

ตารางที่ 45

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง "การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ เป็นสาเหตุของความรุนแรง" ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา"

อายุ	ความเข้าใจว่า "การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ เป็นสาเหตุของความรุนแรง"		รวม
	ใช่	ไม่ใช่	
18 – 24 ปี	162	20	182
25 – 31 ปี	88	5	93
32 – 38 ปี	82	2	84
39 – 45 ปี	24	1	25
46 ปีขึ้นไป	12	-	12
รวม	368	28	396

Chi-Square = 8.742 df = 4 Significance = 0.068

จากตารางที่ 45 พบว่า Chi-Square = 8.742, df = 4, Significance = 0.068 ซึ่งมากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานทางสถิติ (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย กล่าวคือ อายุไม่มีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง "การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ เป็นสาเหตุของความรุนแรง" ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา"

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1.2.11 อายุมีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “คนที่ดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ เป็นคนไม่รักแม่” ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

มีสมมติฐานทางสถิติ คือ

H_0 : อายุไม่มีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “คนที่ดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ เป็นคนไม่รักแม่” ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

H_1 : อายุมีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “คนที่ดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ เป็นคนไม่รักแม่” ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

ตารางที่ 46

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “คนที่ดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ เป็นคนไม่รักแม่” ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

อายุ	ความเข้าใจว่า “คนที่ดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ เป็นคนไม่รักแม่”		รวม
	ใช่	ไม่ใช่	
18 – 24 ปี	75	109	184
25 – 31 ปี	34	59	93
32 – 38 ปี	32	53	85
39 – 45 ปี	6	19	25
46 ปีขึ้นไป	4	8	12
รวม	151	248	399

Chi-Square = 2.873 df = 4 Significance = 0.579

จากตารางที่ 46 พบว่า Chi-Square = 2.873, df = 4, Significance = 0.579 ซึ่งมากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานทางสถิติ (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย กล่าวคือ อายุไม่มีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “คนที่ดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ เป็นคนไม่รักแม่” ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1.2.12 อายุมีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “แม่รักลูกเสมอ” ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

มีสมมติฐานทางสถิติ คือ

H_0 : อายุไม่มีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “แม่รักลูกเสมอ” ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

H_a : อายุมีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “แม่รักลูกเสมอ” ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

ตารางที่ 47

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “แม่รักลูกเสมอ”
ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

อายุ	ความเข้าใจว่า “แม่รักลูกเสมอ”		รวม
	ใช่	ไม่ใช่	
18 – 24 ปี	159	25	184
25 – 31 ปี	80	13	93
32 – 38 ปี	74	11	85
39 – 45 ปี	24	1	25
46 ปีขึ้นไป	12	-	12
รวม	349	50	399

Chi-Square = 3.757 df = 4 Significance = 0.440

จากตารางที่ 47 พบว่า Chi-Square = 3.757, df = 4, Significance = 0.440 ซึ่งมากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานทางสถิติ (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย กล่าวคือ อายุไม่มีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “แม่รักลูกเสมอ” ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1.2.13 อายุมีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “แม่ลูกจะกระทำความผิด แม่ก็ยังคงดูแลลูก” ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

มีสมมติฐานทางสถิติ คือ

H_0 : อายุไม่มีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “แม่ลูกจะกระทำความผิด แม่ก็ยังคงดูแลลูก” ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

H_1 : อายุมีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “แม่ลูกจะกระทำความผิด แม่ก็ยังคงดูแลลูก” ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

ตารางที่ 48

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “แม่ลูกจะกระทำความผิด แม่ก็ยังคงดูแลลูก” ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

อายุ	ความเข้าใจว่า “แม่ลูกจะกระทำความผิด แม่ก็ยังคงดูแลลูก”		รวม
	ใช่	ไม่ใช่	
18 – 24 ปี	164	20	184
25 – 31 ปี	84	9	93
32 – 38 ปี	74	11	85
39 – 45 ปี	23	2	25
46 ปีขึ้นไป	12	-	12
รวม	357	42	399

Chi-Square = 2.202 df = 4 Significance = 0.699

จากตารางที่ 48 พบว่า Chi-Square = 2.202, df = 4, Significance = 0.699 ซึ่งมากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานทางสถิติ (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย กล่าวคือ อายุไม่มีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “แม่ลูกจะกระทำความผิด แม่ก็ยังคงดูแลลูก” ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1.2.14 อายุมีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ จะทำให้แม่เสียใจ” ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

มีสมมติฐานทางสถิติ คือ

H_0 : อายุไม่มีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ จะทำให้แม่เสียใจ” ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

H_1 : อายุมีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ จะทำให้แม่เสียใจ” ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

ตารางที่ 49

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ จะทำให้แม่เสียใจ” ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

อายุ	ความเข้าใจว่า “การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ จะทำให้แม่เสียใจ”		รวม
	ใช่	ไม่ใช่	
18 – 24 ปี	125	59	184
25 – 31 ปี	66	27	93
32 – 38 ปี	58	27	85
39 – 45 ปี	19	6	25
46 ปีขึ้นไป	7	5	12
รวม	275	124	399

Chi-Square = 1.497 df = 4 Significance = 0.827

จากตารางที่ 49 พบว่า Chi-Square = 1.497, df = 4, Significance = 0.827 ซึ่งมากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานทางสถิติ (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย กล่าวคือ อายุไม่มีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ จะทำให้แม่เสียใจ” ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1.2.15 อายุมีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง "ไม่ควรดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ในช่วงเข้าพรรษา" ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา"

มีสมมติฐานทางสถิติ คือ

H_0 : อายุไม่มีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง "ไม่ควรดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ในช่วงเข้าพรรษา" ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา"

H_1 : อายุมีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง "ไม่ควรดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ในช่วงเข้าพรรษา" ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา"

ตารางที่ 50

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง "ไม่ควรดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ในช่วงเข้าพรรษา" ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา"

อายุ	ความเข้าใจว่า "ไม่ควรดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ในช่วงเข้าพรรษา"		รวม
	ใช่	ไม่ใช่	
18 – 24 ปี	152	30	182
25 – 31 ปี	87	5	92
32 – 38 ปี	84	1	85
39 – 45 ปี	25	-	25
46 ปีขึ้นไป	12	-	12
รวม	360	36	396

Chi-Square = 23.666

df = 4

Significance = 0.000

จากตารางที่ 50 พบว่า Chi-Square = 23.666, df = 4, Significance = 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานทางสถิติ (H_0) และยอมรับสมมติฐานการวิจัย กล่าวคือ อายุมีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง "ไม่ควรดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ในช่วงเข้าพรรษา" ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา"

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1.2.16 อายุมีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง "เป็นการเชิญชวนให้งดการดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ในช่วงเข้าพรรษา" ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา"

มีสมมติฐานทางสถิติ คือ

H_0 : อายุไม่มีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง "เป็นการเชิญชวนให้งดการดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ในช่วงเข้าพรรษา" ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา"

H_1 : อายุมีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง "เป็นการเชิญชวนให้งดการดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ในช่วงเข้าพรรษา" ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา"

ตารางที่ 51

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง "เป็นการเชิญชวนให้งดการดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ในช่วงเข้าพรรษา" ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา"

อายุ	ความเข้าใจว่า "เป็นการเชิญชวนให้งดการดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ในช่วงเข้าพรรษา"		รวม
	ใช่	ไม่ใช่	
18 – 24 ปี	163	18	181
25 – 31 ปี	88	3	91
32 – 38 ปี	83	-	83
39 – 45 ปี	25	-	25
46 ปีขึ้นไป	12	-	12
รวม	371	21	392

Chi-Square = 15.068

df = 4

Significance = 0.005

จากตารางที่ 51พบว่า Chi-Square = 15.068, df = 4, Significance = 0.005 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานทางสถิติ (H_0) และยอมรับสมมติฐานการวิจัย กล่าวคือ อายุมีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง "เป็นการเชิญชวนให้งดการดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ในช่วงเข้าพรรษา" ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา"

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1.3 ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา"

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1.3.1 ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา" จากโทรทัศน์

มีสมมติฐานทางสถิติ คือ

H_0 : ระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา" จากโทรทัศน์

H_1 : ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา" จากโทรทัศน์

ตารางที่ 52

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา" จากโทรทัศน์

ระดับการศึกษา	การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา" จากโทรทัศน์		รวม
	เคยเห็น	ไม่เคยเห็น	
ต่ำกว่ามัธยมต้น	9	-	9
มัธยมต้น/มัธยมปลาย/ ปวช./ปวส.	88	13	101
ปริญญาตรี	253	11	264
สูงกว่าปริญญาตรี	26	-	26
อื่น ๆ	-	-	-
รวม	376	24	400

Chi-Square = 12.262

df = 3

Significance = 0.007

จากตารางที่ 52 พบว่า Chi-Square = 12.262, df = 3, Significance = 0.007 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานทางสถิติ (H_0) และยอมรับสมมติฐานการวิจัย กล่าวคือ ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา" จากโทรทัศน์

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1.3.2 ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” จากวิทยุ

มีสมมติฐานทางสถิติ คือ

H_0 : ระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” จากวิทยุ

H_1 : ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” จากวิทยุ

ตารางที่ 53
แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” จากวิทยุ

ระดับการศึกษา	การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” จากวิทยุ		รวม
	เคยได้ยิน	ไม่เคยได้ยิน	
ต่ำกว่ามัธยมต้น	1	8	9
มัธยมต้น/มัธยมปลาย/ ปวช./ปวส.	17	84	101
ปริญญาตรี	73	191	264
สูงกว่าปริญญาตรี	11	15	26
อื่นๆ	-	-	-
รวม	102	298	400

Chi-Square = 9.485 df = 3 Significance = 0.023

จากตารางที่ 53 พบว่า Chi-Square = 9.485, df = 3, Significance = 0.023 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานทางสถิติ (H_0) และยอมรับสมมติฐานการวิจัย กล่าวคือ ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” จากวิทยุ

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1.3.3 ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” จากหนังสือพิมพ์

มีสมมติฐานทางสถิติ คือ

H_0 : ระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” จากหนังสือพิมพ์

H_1 : ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” จากหนังสือพิมพ์

ตารางที่ 54

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” จากหนังสือพิมพ์

ระดับการศึกษา	การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” จากหนังสือพิมพ์		รวม
	เคยเห็น	ไม่เคยเห็น	
ต่ำกว่ามัธยมต้น	1	8	9
มัธยมต้น/มัธยมปลาย/ ปวช./ปวส.	33	68	101
ปริญญาตรี	142	122	264
สูงกว่าปริญญาตรี	22	4	26
อื่น ๆ	-	-	-
รวม	198	202	400

Chi-Square = 31.513

df = 3

Significance = 0.000

จากตารางที่ 54 พบว่า Chi-Square = 31.513, df = 3, Significance = 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานทางสถิติ (H_0) และยอมรับสมมติฐานการวิจัย กล่าวคือ ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” จากหนังสือพิมพ์

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1.3.4 ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” จากแผ่นโปสเตอร์

มีสมมติฐานทางสถิติ คือ

H_0 : ระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” จากแผ่นโปสเตอร์

H_1 : ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” จากแผ่นโปสเตอร์

ตารางที่ 55

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” จากแผ่นโปสเตอร์

ระดับการศึกษา	การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” จากแผ่นโปสเตอร์		รวม
	เคยเห็น	ไม่เคยเห็น	
ต่ำกว่ามัธยมต้น	-	9	9
มัธยมต้น/มัธยมปลาย/ ปวช./ปวส.	7	94	101
ปริญญาตรี	29	235	264
สูงกว่าปริญญาตรี	6	20	26
อื่น ๆ	-	-	-
รวม	42	358	400

Chi-Square = 6.867 df = 3 Significance = 0.076

จากตารางที่ 55 พบว่า Chi-Square = 6.867, df = 3, Significance = 0.076 ซึ่งมากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานทางสถิติ (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย กล่าวคือ ระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” จากแผ่นโปสเตอร์

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1.3.5 ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา" จากป้ายโฆษณากลางแจ้ง

มีสมมติฐานทางสถิติ คือ

H_0 ระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา" จากป้ายโฆษณากลางแจ้ง

H_1 : ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา" จากป้ายโฆษณากลางแจ้ง

ตารางที่ 56

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา" จากป้ายโฆษณากลางแจ้ง

ระดับการศึกษา	การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา" จากป้ายโฆษณากลางแจ้ง		รวม
	เคยเห็น	ไม่เคยเห็น	
ต่ำกว่ามัธยมต้น	1	8	9
มัธยมต้น/มัธยมปลาย/ ปวช./ปวส.	48	53	101
ปริญญาตรี	129	135	264
สูงกว่าปริญญาตรี	20	6	26
อื่น ๆ	-	-	-
รวม	198	202	400

Chi-Square = 13.328

df = 3

Significance = 0.004

จากตารางที่ 56 พบว่า Chi-Square = 13.328, df = 3, Significance = 0.004 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานทางสถิติ (H_0) และยอมรับสมมติฐานการวิจัย กล่าวคือ ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา" จากป้ายโฆษณากลางแจ้ง

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1.3.6 ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา" จากใบปฏิญาณ "งดเหล้า เข้าพรรษา"

มีสมมติฐานทางสถิติ คือ

H_0 : ระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา" จากใบปฏิญาณ "งดเหล้า เข้าพรรษา"

H_1 : ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา" จากใบปฏิญาณ "งดเหล้า เข้าพรรษา"

ตารางที่ 57

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร
ของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา" จาก
ใบปฏิญาณ "งดเหล้า เข้าพรรษา"

ระดับการศึกษา	การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา" จากใบปฏิญาณ "งดเหล้า เข้าพรรษา"		รวม
	เคยเห็น	ไม่เคยเห็น	
ต่ำกว่ามัธยมต้น	-	9	9
มัธยมต้น/มัธยมปลาย/ ปวช./ปวส.	10	91	101
ปริญญาตรี	62	202	264
สูงกว่าปริญญาตรี	9	17	26
อื่น ๆ	-	-	-
รวม	81	319	400

Chi-Square = 14.017

df = 3

Significance = 0.003

จากตารางที่ 57 พบว่า Chi-Square = 14.017, df = 3, Significance = 0.003 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานทางสถิติ (H_0) และยอมรับสมมติฐานการวิจัย กล่าวคือ ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา" จากใบปฏิญาณ "งดเหล้า เข้าพรรษา"

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1.3.7 ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา" จากสื่ออื่น ๆ

มีสมมติฐานทางสถิติ คือ

H_0 : ระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา" จากสื่ออื่น ๆ

H_1 : ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา" จากสื่ออื่น ๆ

ตารางที่ 58

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา" จากสื่ออื่น ๆ

ระดับการศึกษา	การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา" จากสื่ออื่น ๆ		รวม
	เคยเห็น	ไม่เคยเห็น	
ต่ำกว่ามัธยมต้น	-	9	9
มัธยมต้น/มัธยมปลาย/ ปวช./ปวส.	5	96	101
ปริญญาตรี	6	258	264
สูงกว่าปริญญาตรี	-	26	26
อื่น ๆ	-	-	-
รวม	11	389	400

Chi-Square = 3.043

df = 3

Significance = 0.385

จากตารางที่ 58 พบว่า Chi-Square = 3.043, df = 3, Significance = 0.385 ซึ่งมากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานทางสถิติ (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย กล่าวคือ ระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา" จากสื่ออื่น ๆ

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1.3.8 ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง "การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ทำให้ขาดสติ" ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา"

มีสมมติฐานทางสถิติ คือ

H_0 : ระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง "การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ทำให้ขาดสติ" ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา"

H_1 : ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง "การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ทำให้ขาดสติ" ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา"

ตารางที่ 59

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง "การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ทำให้ขาดสติ" ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา"

ระดับการศึกษา	ความเข้าใจว่า "การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ทำให้ขาดสติ"		รวม
	ใช่	ไม่ใช่	
ต่ำกว่ามัธยมต้น	8	1	9
มัธยมต้น/มัธยมปลาย/ ปวช./ปวส.	85	16	101
ปริญญาตรี	223	40	263
สูงกว่าปริญญาตรี	23	3	26
อื่นๆ	-	-	-
รวม	339	60	399

Chi-Square = 0.415

df = 3

Significance = 0.937

จากตารางที่ 59 พบว่า Chi-Square = 0.415, df = 3, Significance = 0.937 ซึ่งมากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานทางสถิติ (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย กล่าวคือ ระดับการ

ศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง "การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ทำให้ขาดสติ" ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา"

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1.3.9 ระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง "การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์มากเกินไป ทำให้ขาดสติ" ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา"

มีสมมติฐานทางสถิติ คือ

H_0 : ระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง "การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์มากเกินไป ทำให้ขาดสติ" ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา"

H_a : ระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง "การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์มากเกินไป ทำให้ขาดสติ" ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา"

ตารางที่ 60

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง "การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์มากเกินไป ทำให้ขาดสติ" ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา"

ระดับการศึกษา	ความเข้าใจว่า "การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์มากเกินไป ทำให้ขาดสติ"		รวม
	ใช่	ไม่ใช่	
ต่ำกว่ามัธยมต้น	8	1	9
มัธยมต้น/มัธยมปลาย/ ปวช./ปวส.	100	1	101
ปริญญาตรี	256	5	261
สูงกว่าปริญญาตรี	26	-	26
อื่น ๆ	-	-	-
รวม	390	7	397

Chi-Square = 5.391

df = 3

Significance = 0.145

จากตารางที่ 60 พบว่า $\text{Chi-Square} = 5.391$, $df = 3$, $\text{Significance} = 0.145$ ซึ่งมากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานทางสถิติ (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย กล่าวคือ ระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง "การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์มากเกินไป ทำให้ขาดสติ" ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา"

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1.3.10 ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง "การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ เป็นสาเหตุของความรุนแรง" ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา"

มีสมมติฐานทางสถิติ คือ

H_0 : ระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง "การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ เป็นสาเหตุของความรุนแรง" ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา"

H_1 : ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง "การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ เป็นสาเหตุของความรุนแรง" ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา"

ตารางที่ 61

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง "การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ เป็นสาเหตุของความรุนแรง" ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา"

ระดับการศึกษา	ความเข้าใจว่า "การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ เป็นสาเหตุของความรุนแรง"		รวม
	ใช่	ไม่ใช่	
ต่ำกว่ามัธยมต้น	8	1	9
มัธยมต้น/มัธยมปลาย/ ปวช./ปวส.	94	5	99
ปริญญาตรี	240	22	262
สูงกว่าปริญญาตรี	26	-	26
อื่น ๆ	-	-	-
รวม	368	28	396

Chi-Square = 3.518

df = 3

Significance = 0.318

จากตารางที่ 61 พบว่า Chi-Square = 3.518, df = 3, Significance = 0.318 ซึ่งมากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานทางสถิติ (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย กล่าวคือ ระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง "การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ เป็นสาเหตุของความรุนแรง" ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา"

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1.3.11 ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “คนที่ดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ เป็นคนไม่รักแม่” ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

มีสมมติฐานทางสถิติ คือ

H_0 : ระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “คนที่ดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ เป็นคนไม่รักแม่” ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

H_a : ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “คนที่ดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ เป็นคนไม่รักแม่” ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

ตารางที่ 62

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “คนที่ดื่มสุรา
และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ เป็นคนไม่รักแม่”
ที่ปรากฏในสื่อของ โครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

ระดับการศึกษา	ความเข้าใจว่า “คนที่ดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มี ส่วนผสมของแอลกอฮอล์ เป็นคนไม่รักแม่”		รวม
	ใช่	ไม่ใช่	
ต่ำกว่ามัธยมต้น	4	5	9
มัธยมต้น/มัธยม	34	67	101
ปลาย/ปวช./ปวส.			
ปริญญาตรี	99	164	263
สูงกว่าปริญญาตรี	14	12	26
อื่น ๆ	-	-	-
รวม	151	248	399

Chi-Square = 3.752

df = 3

Significance = 0.290

จากตารางที่ 62 พบว่า Chi-Square = 3.752, df = 3, Significance = 0.290
ซึ่งมากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานทางสถิติ (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย กล่าวคือ
ระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “คนที่ดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มี
ส่วนผสมของแอลกอฮอล์ เป็นคนไม่รักแม่” ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1.3.12 ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “แม่รักลูกเสมอ” ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

มีสมมติฐานทางสถิติ คือ

H_0 : ระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “แม่รักลูกเสมอ” ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

H_1 : ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “แม่รักลูกเสมอ” ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

ตารางที่ 63

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง
“แม่รักลูกเสมอ” ที่ปรากฏในสื่อของโครงการ
รณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

ระดับการศึกษา	ความเข้าใจว่า “แม่รักลูกเสมอ”		รวม
	ใช่	ไม่ใช่	
ต่ำกว่ามัธยมต้น	7	2	9
มัธยมต้น/มัธยมปลาย/ ปวช./ปวส.	96	5	101
ปริญญาตรี	226	37	263
สูงกว่าปริญญาตรี	20	6	26
อื่น ๆ	-	-	-
รวม	349	50	399

Chi-Square = 9.271

df = 3

Significance = 0.026

จากตารางที่ 63 พบว่า Chi-Square = 9.271, df = 3, Significance = 0.026 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานทางสถิติ (H_0) และยอมรับสมมติฐานการวิจัย กล่าวคือ ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “แม่รักลูกเสมอ” ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1.3.13 ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “แม่ลูกจะกระทำความผิด แม่ก็ยังคงดูแลลูก” ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

มีสมมติฐานทางสถิติ คือ

H_0 : ระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “แม่ลูกจะกระทำความผิด แม่ก็ยังคงดูแลลูก” ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

H_1 : ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “แม่ลูกจะกระทำความผิด แม่ก็ยังคงดูแลลูก” ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

ตารางที่ 64

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “แม่ลูกจะกระทำความผิด แม่ก็ยังคงดูแลลูก” ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

ระดับการศึกษา	ความเข้าใจว่า “แม่ลูกจะกระทำความผิด แม่ก็ยังคงดูแลลูก”		รวม
	ใช่	ไม่ใช่	
ต่ำกว่ามัธยมต้น	7	2	9
มัธยมต้น/มัธยมปลาย/ ปวช./ปวส.	94	7	101
ปริญญาตรี	235	28	263
สูงกว่าปริญญาตรี	21	5	26
อื่น ๆ	-	-	-
รวม	357	42	399

Chi-Square = 4.789

df = 3

Significance = 0.188

จากตารางที่ 64 พบว่า Chi-Square = 4.789, df = 3, Significance = 0.188 ซึ่งมากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานทางสถิติ (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย กล่าวคือ ระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “แม่ลูกจะกระทำความผิด แม่ก็ยังคงดูแลลูก” ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1.3.14 ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง "การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ จะทำให้แม่เสียใจ" ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา"

มีสมมติฐานทางสถิติ คือ

H_0 : ระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง "การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ จะทำให้แม่เสียใจ" ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา"

H_1 : ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง "การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ จะทำให้แม่เสียใจ" ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา"

ตารางที่ 65

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง "การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ จะทำให้แม่เสียใจ" ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา"

ระดับการศึกษา	ความเข้าใจว่า "การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ จะทำให้แม่เสียใจ"		รวม
	ใช่	ไม่ใช่	
ต่ำกว่ามัธยมต้น	8	1	9
มัธยมต้น/มัธยมปลาย/ ปวช./ปวส.	76	25	101
ปริญญาตรี	171	92	263
สูงกว่าปริญญาตรี	20	6	26
อื่น ๆ	0	0	0
รวม	275	124	399

Chi-Square = 6.209 df = 3 Significance = 0.102

จากตารางที่ 65 พบว่า Chi-Square = 6.209, df = 3, Significance = 0.102 ซึ่งมากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานทางสถิติ (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย กล่าวคือ ระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง "การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ จะทำให้แม่เสียใจ" ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา"

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1.3.15 ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “ไม่ควรดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ในช่วงเข้าพรรษา” ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

มีสมมติฐานทางสถิติ คือ

H_0 : ระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “ไม่ควรดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ในช่วงเข้าพรรษา” ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

H_1 : ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “ไม่ควรดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ในช่วงเข้าพรรษา” ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

ตารางที่ 66

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “ไม่ควรดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ในช่วงเข้าพรรษา” ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

ระดับการศึกษา	ความเข้าใจว่า “ไม่ควรดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ในช่วงเข้าพรรษา”		รวม
	ใช่	ไม่ใช่	
ต่ำกว่ามัธยมต้น	8	1	9
มัธยมต้น/มัธยมปลาย/ ปวช./ปวส.	98	3	101
ปริญญาตรี	228	32	260
สูงกว่าปริญญาตรี	26	-	26
อื่น ๆ	-	-	-
รวม	360	36	396

Chi-Square = 10.478 df = 3 Significance = 0.015

จากตารางที่ 66 พบว่า Chi-Square = 10.478, df = 3, Significance = 0.015 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานทางสถิติ (H_0) และยอมรับสมมติฐานการวิจัย กล่าวคือ ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “ไม่ควรดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ในช่วงเข้าพรรษา” ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1.3.16 ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “เป็นการเชิญชวนให้งดการดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ในช่วงเข้าพรรษา” ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

มีสมมติฐานทางสถิติ คือ

H_0 : ระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “เป็นการเชิญชวนให้งดการดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ในช่วงเข้าพรรษา” ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

H_1 : ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “เป็นการเชิญชวนให้งดการดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ในช่วงเข้าพรรษา” ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

ตารางที่ 67

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “เป็นการเชิญชวนให้งดการดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ในช่วงเข้าพรรษา” ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

ระดับการศึกษา	ความเข้าใจว่า “เป็นการเชิญชวนให้งดการดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ในช่วงเข้าพรรษา”		รวม
	ใช่	ไม่ใช่	
ต่ำกว่ามัธยมต้น	8	1	9
มัธยมต้น/มัธยมปลาย/ ปวช./ปวส.	96	2	98
ปริญญาตรี	241	18	259
สูงกว่าปริญญาตรี	26	-	26
อื่น ๆ	-	-	-
รวม	371	21	392

Chi-Square = 5.481

df = 3

Significance = 0.140

จากตารางที่ 67 พบว่า Chi-Square = 5.481, df = 3, Significance = 0.140 ซึ่งมากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานทางสถิติ (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย กล่าวคือ ระดับการ

ศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “เป็นการเชิญชวนให้งดการดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ในช่วงเข้าพรรษา” ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ “งด เหล้า เข้าพรรษา”

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2 ลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกันจะมีทัศนคติต่อแนวคิดเรื่องการงดเหล้า เข้าพรรษาแตกต่างกัน แบ่งเป็นสมมติฐานย่อยได้ดังนี้

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2.1 เพศแตกต่างกันจะมีทัศนคติต่อแนวคิดเรื่องการงดเหล้า เข้าพรรษาแตกต่างกัน

มีสมมติฐานทางสถิติ คือ

H_0 : เพศแตกต่างกันจะมีทัศนคติต่อแนวคิดเรื่องการงดเหล้า เข้าพรรษาไม่แตกต่างกัน

H_1 : เพศแตกต่างกันจะมีทัศนคติต่อแนวคิดเรื่องการงดเหล้า เข้าพรรษาแตกต่างกัน

ตารางที่ 68

ตารางทดสอบค่าที เพื่อศึกษาความแตกต่างระหว่างเพศ กับทัศนคติ
ต่อแนวคิดเรื่องการงดเหล้า เข้าพรรษา

เพศ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ค่า t	2-tail Prob
ชาย	245	3.6102	0.51948	-4.158	0.000
หญิง	155	3.8297	0.50583		

จากตารางที่ 68 พบว่าค่า 2-tail Prob เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ดังนั้น จึงปฏิเสธสมมติฐานทางสถิติ (H_0) และยอมรับสมมติฐานการวิจัย กล่าวคือ เพศแตกต่างกันจะมีทัศนคติต่อแนวคิดเรื่องการงดเหล้า เข้าพรรษาแตกต่างกัน และสามารถสรุปได้ว่า ทัศนคติของเพศหญิงดีกว่าเพศชาย

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2.2 อายุแตกต่างกันจะมีทัศนคติต่อแนวคิดเรื่องการงดเหล้า
เข้าพรรษาแตกต่างกัน

มีสมมติฐานทางสถิติ คือ

H_0 : อายุแตกต่างกันจะมีทัศนคติต่อแนวคิดเรื่องการงดเหล้า เข้าพรรษาไม่แตกต่างกัน

H_a : อายุอย่างน้อย 2 ช่วงที่แตกต่างกันจะมีทัศนคติต่อแนวคิดเรื่องการงดเหล้า เข้าพรรษา
แตกต่างกัน

ตารางที่ 69

ตารางวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบอายุของกลุ่มตัวอย่าง กับ
ทัศนคติต่อแนวคิดเรื่องการงดเหล้า เข้าพรรษา

อายุ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ค่า F	F Prob
18 – 24 ปี	184	3.6511	0.52239	1.084	0.364
25 – 31 ปี	94	3.7213	0.57490		
32 – 38 ปี	85	3.7141	0.44458		
39 – 45 ปี	25	3.7440	0.54320		
46 ปีขึ้นไป	12	3.9333	0.62280		
รวม	400	3.6953	0.52463		

จากตารางที่ 69 พบว่า ค่า F Prob เท่ากับ 0.364 ซึ่งมากกว่า 0.05 ดังนั้น จึงยอมรับ
สมมติฐานทางสถิติ (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย กล่าวคือ อายุแตกต่างกันจะมีทัศนคติต่อ
แนวคิดเรื่องการงดเหล้า เข้าพรรษาไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2.3 ระดับการศึกษาแตกต่างกันจะมีทัศนคติต่อแนวคิดเรื่อง
การงดเหล้า เข้าพรรษาแตกต่างกัน

มีสมมติฐานทางสถิติ คือ

H_0 : ระดับการศึกษาแตกต่างกันจะมีทัศนคติต่อแนวคิดเรื่องการงดเหล้า เข้าพรรษา
ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ระดับการศึกษาอย่างน้อย 2 ช่วงที่ต่างกันจะมีทัศนคติต่อแนวคิดเรื่องการงด
เหล้า เข้าพรรษาแตกต่างกัน

ตารางที่ 70

ตารางวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง
กับทัศนคติต่อแนวคิดเรื่องการงดเหล้า เข้าพรรษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ค่า F	F Prob
ต่ำกว่ามัธยมต้น	9	3.8111	0.54186	0.642	0.588
มัธยมต้น/มัธยมปลาย/ ปวช./ปวส.	101	3.6941	0.54384		
ปริญญาตรี	264	3.6803	0.51398		
สูงกว่าปริญญาตรี	26	3.8115	0.56166		
อื่น ๆ	-	-	-		
รวม	400	3.6952	0.52463		

จากตารางที่ 70 พบว่า ค่า F Prob เท่ากับ 0.588 ซึ่งมากกว่า 0.05 ดังนั้น จึงยอมรับ
สมมติฐานทางสถิติ (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย กล่าวคือ ระดับการศึกษาแตกต่างกันจะมี
ทัศนคติต่อแนวคิดเรื่องการงดเหล้า เข้าพรรษาไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2.4 รายได้ต่อเดือนแตกต่างกันจะมีทัศนคติต่อแนวคิดเรื่อง การงดเหล้า เข้าพรรษาแตกต่างกัน

มีสมมติฐานทางสถิติ คือ

H_0 : รายได้ต่อเดือนแตกต่างกันจะมีทัศนคติต่อแนวคิดเรื่องการงดเหล้า เข้าพรรษาไม่แตกต่างกัน

H_a : รายได้ต่อเดือนอย่างน้อย 2 ช่วงที่แตกต่างกันจะมีทัศนคติต่อแนวคิดเรื่องการงดเหล้า เข้าพรรษาแตกต่างกัน

ตารางที่ 71

ตารางวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบรายได้ต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่าง กับทัศนคติต่อแนวคิดเรื่องการงดเหล้า เข้าพรรษา

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ค่า F	F Prob
ต่ำกว่า 6,000 บาท	76	3.7066	0.51130	5.825	0.000
6,001 บาท – 10,000 บาท	89	3.5944	0.53116		
10,001 บาท – 20,000 บาท	173	3.7728	0.49803		
20,001 บาท – 30,000 บาท	39	3.7974	0.52087		
มากกว่า 30,000 บาทขึ้นไป	23	3.2913	0.53506		
รวม	400	3.6953	0.52463		

จากตารางที่ 71 พบว่า ค่า F Prob เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ดังนั้น จึงปฏิเสธสมมติฐานทางสถิติ (H_0) และยอมรับสมมติฐานการวิจัย กล่าวคือ รายได้ต่อเดือนอย่างน้อย 2 ช่วงที่แตกต่างกันจะมีทัศนคติต่อแนวคิดเรื่องการงดเหล้า เข้าพรรษาแตกต่างกัน

เพื่อดูว่าช่วงใดบ้างที่แตกต่างกัน จึงใช้การทดสอบรายคู่โดยวิธีการ Least Significant Difference (LSD)

ตารางที่ 72

การเปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยทัศนคติต่อแนวคิด

เรื่องการงดเหล้า เข้าพรรษา ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน

เป็นรายคู่โดยวิธีผลต่างนัยสำคัญ (LSD)

รายได้ต่อเดือน	ต่ำกว่า 6,000 บาท (3.7066)	6,001 – 10,000 บาท (3.5944)	10,001 – 20,000 บาท (3.7728)	20,001 – 30,000 บาท (3.7974)	มากกว่า 30,000 บาทขึ้นไป (3.2913)
ต่ำกว่า 6,000 บาท (3.7066)		0.11220	-0.06625	-0.09086	0.41527*
6,001 – 10,000 บาท (3.5944)	-0.11220		-0.17845*	-0.20305*	0.30308*
10,001 – 20,000 บาท (3.7728)	0.06625	0.17845*		-0.02460	0.48153*
20,001 – 30,000 บาท (3.7974)	0.09086	0.20305*	0.02460		0.50613*
มากกว่า 30,000 บาทขึ้นไป (3.2913)	-0.41527*	-0.30308*	-0.48153*	-0.50613*	

* หมายถึงคู่ที่มีค่าเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 72 เป็นการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยทัศนคติต่อแนวคิดเรื่อง การงดเหล้า เข้าพรรษา ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน เป็นรายคู่พบว่า ผู้ที่มีรายได้ต่อ เดือนไม่เกิน 30,000 บาท จะมีทัศนคติต่อแนวคิดเรื่องการงดเหล้า เข้าพรรษาดีกว่าผู้ที่มีรายได้ มากกว่า 30,000 บาทขึ้นไป และผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนในช่วง 10,001 – 30,000 บาท จะมีทัศนคติ ต่อแนวคิดเรื่องการงดเหล้า เข้าพรรษาดีกว่าผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนในช่วง 6,001 – 10,000 บาท สำหรับคู่อื่น ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 3 พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษามีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข่าวสารของโครงการณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 3.1 พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษามีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข่าวสารของโครงการณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” จากโทรทัศน์

มีสมมติฐานทางสถิติ คือ

H_0 : พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษาไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข่าวสารของโครงการณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” จากโทรทัศน์

H_1 : พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษามีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข่าวสารของโครงการณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” จากโทรทัศน์

ตารางที่ 73

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษากับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” จากโทรทัศน์

พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษา	การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” จากโทรทัศน์		รวม
	เคยเห็น	ไม่เคยเห็น	
ดื่มมาก	32	-	32
ดื่มปานกลาง	49	2	51
ดื่มน้อย/ไม่ดื่ม	295	22	317
รวม	376	24	400

Chi-Square = 2.930 df = 2 Significance = 0.231

ในการวัดค่าเฉลี่ยของคะแนนพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษามีเกณฑ์วัดดังต่อไปนี้

- ค่าเฉลี่ย 1.00 – 2.33 คะแนน ดื่มน้อย/ไม่ดื่ม
- ค่าเฉลี่ย 2.34 – 3.67 คะแนน ดื่มปานกลาง
- ค่าเฉลี่ย 3.68 – 5.00 คะแนน ดื่มมาก

จากตารางที่ 73 พบว่า $\text{Chi-Square} = 2.930$, $\text{df} = 2$, $\text{Significance} = 0.231$ ซึ่งมากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานทางสถิติ (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย กล่าวคือ พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษาไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” จากโทรทัศน์

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 3.2 พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษา มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” จากวิทยุ มีสมมติฐานทางสถิติ คือ

H_0 : พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษาไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” จากวิทยุ

H_a : พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษามีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” จากวิทยุ

ตารางที่ 74

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษากับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” จากวิทยุ

พฤติกรรมการบริโภค เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ก่อนเข้าพรรษา	การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” จากวิทยุ		รวม
	เคยได้ยิน	ไม่เคยได้ยิน	
ดื่มมาก	7	25	32
ดื่มปานกลาง	10	41	51
ดื่มน้อย/ไม่ดื่ม	85	232	317
รวม	102	298	400

$\text{Chi-Square} = 1.441$ $\text{df} = 2$ $\text{Significance} = 0.486$

ในการวัดค่าเฉลี่ยของคะแนนพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษามีเกณฑ์วัดดังต่อไปนี้

- ค่าเฉลี่ย 1.00 – 2.33 คะแนน ดื่มน้อย/ไม่ดื่ม
- ค่าเฉลี่ย 2.34 – 3.67 คะแนน ดื่มปานกลาง
- ค่าเฉลี่ย 3.68 – 5.00 คะแนน ดื่มมาก

จากตารางที่ 74 พบว่า $\text{Chi-Square} = 1.441$, $\text{df} = 2$, $\text{Significance} = 0.486$ ซึ่งมากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานทางสถิติ (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย กล่าวคือ พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษาไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา" จากวิทยุ

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 3.3 พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษา มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา" จากหนังสือพิมพ์ มีสมมติฐานทางสถิติ คือ

H_0 : พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษาไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา" จากหนังสือพิมพ์

H_1 : พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษามีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา" จากหนังสือพิมพ์

ตารางที่ 75

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษากับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา" จากหนังสือพิมพ์

พฤติกรรมการบริโภค เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ก่อนเข้าพรรษา	การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา" จากหนังสือพิมพ์		รวม
	เคยเห็น	ไม่เคยเห็น	
ดื่มมาก	14	18	32
ดื่มปานกลาง	23	28	51
ดื่มน้อย/ไม่ดื่ม	161	156	317
รวม	198	202	400

$\text{Chi-Square} = 1.029$ $\text{df} = 2$ $\text{Significance} = 0.598$

ในการวัดค่าเฉลี่ยของคะแนนพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษา มีเกณฑ์วัดดังต่อไปนี้

- ค่าเฉลี่ย 1.00 – 2.33 คะแนน ดื่มน้อย/ไม่ดื่ม
- ค่าเฉลี่ย 2.34 – 3.67 คะแนน ดื่มปานกลาง
- ค่าเฉลี่ย 3.68 – 5.00 คะแนน ดื่มมาก

จากตารางที่ 75 พบว่า $\text{Chi-Square} = 1.029$, $\text{df} = 2$, $\text{Significance} = 0.598$ ซึ่งมากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานทางสถิติ (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย กล่าวคือ พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษาไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” จากหนังสือพิมพ์

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 3.4 พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษา มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” จากแผ่นโปสเตอร์

มีสมมติฐานทางสถิติ คือ

H_0 : พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษาไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” จากแผ่นโปสเตอร์

H_1 : พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษามีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” จากแผ่นโปสเตอร์

ตารางที่ 76

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษากับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” จากแผ่นโปสเตอร์

พฤติกรรมการบริโภค เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ก่อนเข้าพรรษา	การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” จากแผ่นโปสเตอร์		รวม
	เคยเห็น	ไม่เคยเห็น	
ดื่มมาก	2	30	32
ดื่มปานกลาง	7	44	51
ดื่มน้อย/ไม่ดื่ม	33	284	317
รวม	42	358	400

$\text{Chi-Square} = 1.182$ $\text{df} = 2$ $\text{Significance} = 0.554$

ในการวัดค่าเฉลี่ยของคะแนนพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษามีเกณฑ์วัดดังต่อไปนี้

- ค่าเฉลี่ย 1.00 – 2.33 คะแนน ดื่มน้อย/ไม่ดื่ม
- ค่าเฉลี่ย 2.34 – 3.67 คะแนน ดื่มปานกลาง
- ค่าเฉลี่ย 3.68 – 5.00 คะแนน ดื่มมาก

จากตารางที่ 76 พบว่า Chi-Square = 1.182, df = 2, Significance = 0.554 ซึ่งมากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานทางสถิติ (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย กล่าวคือ พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษาไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” จากแผ่นโปสเตอร์

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 3.5 พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษา มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” จากป้ายโฆษณากลางแจ้ง

มีสมมติฐานทางสถิติ คือ

H_0 : พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษาไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” จากป้ายโฆษณากลางแจ้ง

H_1 : พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษามีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” จากป้ายโฆษณากลางแจ้ง

ตารางที่ 77

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
ก่อนเข้าพรรษากับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์
“งดเหล้า เข้าพรรษา” จากป้ายโฆษณากลางแจ้ง

พฤติกรรมการบริโภค เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ก่อนเข้าพรรษา	การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” จากป้ายโฆษณากลางแจ้ง		รวม
	เคยเห็น	ไม่เคยเห็น	
ดื่มมาก	11	21	32
ดื่มปานกลาง	20	31	51
ดื่มน้อย/ไม่ดื่ม	167	150	317
รวม	198	202	400

Chi-Square = 6.370 df = 2 Significance = 0.041

ในการวัดค่าเฉลี่ยของคะแนนพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษา มีเกณฑ์วัดดังต่อไปนี้

- ค่าเฉลี่ย 1.00 – 2.33 คะแนน ต่ำน้อย/ไม่ดื่ม
- ค่าเฉลี่ย 2.34 – 3.67 คะแนน ต่ำปานกลาง
- ค่าเฉลี่ย 3.68 – 5.00 คะแนน ต่ำมาก

จากตารางที่ 77 พบว่า $\text{Chi-Square} = 6.370$, $df = 2$, $\text{Significance} = 0.041$ ซึ่งน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานทางสถิติ (H_0) และยอมรับสมมติฐานการวิจัย กล่าวคือ พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษามีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” จากป้ายโฆษณากลางแจ้ง

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 3.6 พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษามีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” จากใบปฏิญาณ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

มีสมมติฐานทางสถิติ คือ

H_0 : พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษาไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” จากใบปฏิญาณ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

H_a : พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษามีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” จากใบปฏิญาณ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

ตารางที่ 78

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
ก่อนเข้าพรรษากับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์
“งดเหล้า เข้าพรรษา” จากใบปฎิญาณ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

พฤติกรรมการบริโภค เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ก่อนเข้าพรรษา	การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” จากใบปฎิญาณ “งดเหล้า เข้าพรรษา”		รวม
	เคยเห็น	ไม่เคยเห็น	
ดื่มมาก	10	22	32
ดื่มปานกลาง	10	41	51
ดื่มน้อย/ไม่ดื่ม	61	256	317
รวม	81	319	400

Chi-Square = 2.610 df = 2 Significance = 0.271

ในการวัดค่าเฉลี่ยของคะแนนพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้า
พรรษา มีเกณฑ์วัดดังต่อไปนี้

- ค่าเฉลี่ย 1.00 – 2.33 คะแนน ดื่มน้อย/ไม่ดื่ม
- ค่าเฉลี่ย 2.34 – 3.67 คะแนน ดื่มปานกลาง
- ค่าเฉลี่ย 3.68 – 5.00 คะแนน ดื่มมาก

จากตารางที่ 78 พบว่า Chi-Square = 2.610, df = 2, Significance = 0.271 ซึ่ง
มากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานทางสถิติ (H₀) และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย กล่าวคือ
พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษาไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูล
ข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” จากใบปฎิญาณ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 3.7 พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษามีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” จากสื่ออื่น ๆ

มีสมมติฐานทางสถิติ คือ

H_0 : พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษาไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” จากสื่ออื่น ๆ

H_1 : พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษามีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” จากสื่ออื่น ๆ

ตารางที่ 79

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษา
กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” จากสื่ออื่น ๆ

พฤติกรรมการบริโภค เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ก่อนเข้าพรรษา	การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” จากสื่ออื่น ๆ		รวม
	เคยเห็น	ไม่เคยเห็น	
ดื่มมาก	1	31	32
ดื่มปานกลาง	2	49	51
ดื่มน้อย/ไม่ดื่ม	8	309	317
รวม	11	389	400

Chi-Square = 0.339 df = 2 Significance = 0.844

ในการวัดค่าเฉลี่ยของคะแนนพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษา มี
เกณฑ์วัดดังต่อไปนี้

- ค่าเฉลี่ย 1.00 – 2.33 คะแนน ดื่มน้อย/ไม่ดื่ม
- ค่าเฉลี่ย 2.34 – 3.67 คะแนน ดื่มปานกลาง
- ค่าเฉลี่ย 3.68 – 5.00 คะแนน ดื่มมาก

จากตารางที่ 79 พบว่า Chi-Square = 0.339, df = 2, Significance = 0.844 ซึ่ง
มากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานทางสถิติ (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย กล่าวคือ
พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษาไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าว
สารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” จากสื่ออื่น ๆ

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 3.8 พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษามีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง "การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ทำให้ขาดสติ" ที่ปรากฏในสื่อของโครงการณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา"

มีสมมติฐานทางสถิติ คือ

H_0 : พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษาไม่มีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง "การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ทำให้ขาดสติ" ที่ปรากฏในสื่อของโครงการณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา"

H_a : พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษามีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง "การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ทำให้ขาดสติ" ที่ปรากฏในสื่อของโครงการณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา"

ตารางที่ 80

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษากับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง "การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ทำให้ขาดสติ" ที่ปรากฏในสื่อของโครงการณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา"

พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษา	ความเข้าใจว่า "การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ทำให้ขาดสติ"		รวม
	ใช่	ไม่ใช่	
ดื่มมาก	26	6	32
ดื่มปานกลาง	41	9	50
ดื่มน้อย/ไม่ดื่ม	272	45	317
รวม	339	60	399

Chi-Square = 0.865 df = 2 Significance = 0.649

ในการวัดค่าเฉลี่ยของคะแนนพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษา มีเกณฑ์วัดดังต่อไปนี้

- ค่าเฉลี่ย 1.00 – 2.33 คะแนน ดื่มน้อย/ไม่ดื่ม
- ค่าเฉลี่ย 2.34 – 3.67 คะแนน ดื่มปานกลาง
- ค่าเฉลี่ย 3.68 – 5.00 คะแนน ดื่มมาก

จากตารางที่ 80 พบว่า Chi-Square = 0.865, df = 2, Significance = 0.649 ซึ่งมากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานทางสถิติ (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย กล่าวคือ พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษาไม่มีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ทำให้ขาดสติ” ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 3.9 พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษามีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์มากเกินไป ทำให้ขาดสติ” ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

มีสมมติฐานทางสถิติ คือ

H_0 : พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษาไม่มีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์มากเกินไป ทำให้ขาดสติ” ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

H_a : พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษามีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์มากเกินไป ทำให้ขาดสติ” ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

ตารางที่ 81

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษากับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์มากเกินไป ทำให้ขาดสติ” ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษา	ความเข้าใจว่า “การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์มากเกินไป ทำให้ขาดสติ”		รวม
	ใช่	ไม่ใช่	
ดื่มมาก	31	1	32
ดื่มปานกลาง	48	2	50
ดื่มน้อย/ไม่ดื่ม	311	4	315
รวม	390	7	397

Chi-Square = 2.230 df = 2 Significance = 0.328

ในการวัดค่าเฉลี่ยของคะแนนพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษา มีเกณฑ์วัดดังต่อไปนี้

- ค่าเฉลี่ย 1.00 – 2.33 คะแนน ตีมน้อย/ไม่ดื่ม
- ค่าเฉลี่ย 2.34 – 3.67 คะแนน ตีмпานกลาง
- ค่าเฉลี่ย 3.68 – 5.00 คะแนน ดื่มมาก

จากตารางที่ 81 พบว่า $\text{Chi-Square} = 2.230$, $df = 2$, $\text{Significance} = 0.328$ ซึ่งมากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานทางสถิติ (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย กล่าวคือ พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษาไม่มีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์มากเกินไป ทำให้ขาดสติ” ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 3.10 พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษามีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ เป็นสาเหตุของความรุนแรง” ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

มีสมมติฐานทางสถิติ คือ

H_0 : พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษาไม่มีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ เป็นสาเหตุของความรุนแรง” ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

H_1 : พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษามีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ เป็นสาเหตุของความรุนแรง” ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

ตารางที่ 82

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษา
กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของ
แอลกอฮอล์ เป็นสาเหตุของความรุนแรง” ที่ปรากฏในสื่อของ
โครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

พฤติกรรมการบริโภค เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ก่อนเข้าพรรษา	ความเข้าใจว่า “การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มี ส่วนผสมของแอลกอฮอล์ เป็นสาเหตุของความรุนแรง”		รวม
	ใช่	ไม่ใช่	
ดื่มมาก	28	3	31
ดื่มปานกลาง	43	7	50
ดื่มน้อย/ไม่ดื่ม	297	18	315
รวม	368	28	396

Chi-Square = 4.856 df = 2 Significance = 0.088

ในการวัดค่าเฉลี่ยของคะแนนพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้า
พรรษา มีเกณฑ์วัดดังต่อไปนี้

- ค่าเฉลี่ย 1.00 – 2.33 คะแนน ดื่มน้อย/ไม่ดื่ม
- ค่าเฉลี่ย 2.34 – 3.67 คะแนน ดื่มปานกลาง
- ค่าเฉลี่ย 3.68 – 5.00 คะแนน ดื่มมาก

จากตารางที่ 82 พบว่า Chi-Square = 4.856, df = 2, Significance = 0.088 ซึ่ง
มากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานทางสถิติ (H₀) และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย กล่าวคือ
พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษาไม่มีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหา
เรื่อง “การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ เป็นสาเหตุของความรุนแรง” ที่
ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 3.11 พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษามีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง "คนที่ดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ เป็นคนไม่รักแม่" ที่ปรากฏในสื่อของโครงการณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา"

มีสมมติฐานทางสถิติ คือ

H_0 : พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษาไม่มีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง "คนที่ดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ เป็นคนไม่รักแม่"ที่ปรากฏในสื่อของโครงการณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา"

H_1 : พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษามีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง "คนที่ดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ เป็นคนไม่รักแม่"ที่ปรากฏในสื่อของโครงการณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา"

ตารางที่ 83

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษากับความเข้าใจเนื้อหาที่ปรากฏในสื่อของโครงการณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา"

พฤติกรรมการบริโภค เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ก่อนเข้าพรรษา	ความเข้าใจว่า "คนที่ดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่ม ที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ เป็นคนไม่รักแม่"		รวม
	ใช่	ไม่ใช่	
ดื่มมาก	7	25	32
ดื่มปานกลาง	12	38	50
ดื่มน้อย/ไม่ดื่ม	132	185	317
รวม	151	248	399

Chi-Square = 9.485 df = 2 Significance = 0.009

ในการวัดค่าเฉลี่ยของคะแนนพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษามีเกณฑ์วัดดังต่อไปนี้

- ค่าเฉลี่ย 1.00 – 2.33 คะแนน ดื่มน้อย/ไม่ดื่ม
- ค่าเฉลี่ย 2.34 – 3.67 คะแนน ดื่มปานกลาง
- ค่าเฉลี่ย 3.68 – 5.00 คะแนน ดื่มมาก

จากตารางที่ 83 พบว่า $\text{Chi-Square} = 9.485$, $\text{df} = 2$, $\text{Significance} = 0.009$ ซึ่งน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานทางสถิติ (H_0) และยอมรับสมมติฐานการวิจัย กล่าวคือ พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษามีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง "คนที่ดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ เป็นคนไม่รักแม่" ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา"

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 3.12 พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษามีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง "แม่รักลูกเสมอ" ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา"

มีสมมติฐานทางสถิติ คือ

H_0 : พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษาไม่มีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง "แม่รักลูกเสมอ" ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา"

H_1 : พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษามีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง "แม่รักลูกเสมอ" ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา"

ตารางที่ 84

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษา
กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง "แม่รักลูกเสมอ" ที่ปรากฏในสื่อของ
โครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา"

พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษา	ความเข้าใจว่า "แม่รักลูกเสมอ"		รวม
	ใช่	ไม่ใช่	
ดื่มมาก	29	3	32
ดื่มปานกลาง	43	7	50
ดื่มน้อย/ไม่ดื่ม	277	40	317
รวม	349	50	399

$\text{Chi-Square} = 0.391$ $\text{df} = 2$ $\text{Significance} = 0.822$

ในการวัดค่าเฉลี่ยของคะแนนพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษา มีเกณฑ์วัดดังต่อไปนี้

- ค่าเฉลี่ย 1.00 – 2.33 คะแนน ต่ำน้อย/ไม่ดื่ม
- ค่าเฉลี่ย 2.34 – 3.67 คะแนน ต่ำปานกลาง
- ค่าเฉลี่ย 3.68 – 5.00 คะแนน ต่ำมาก

จากตารางที่ 84 พบว่า $\text{Chi-Square} = 0.391$, $df = 2$, $\text{Significance} = 0.822$ ซึ่งมากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานทางสถิติ (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย กล่าวคือ พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษาไม่มีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “แม่รักลูกเสมอ” ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 3.13 พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษามีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “แม่ลูกจะกระทำความผิด แม่ก็ยังดูแลลูก” ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

มีสมมติฐานทางสถิติ คือ

H_0 : พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษาไม่มีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “แม่ลูกจะกระทำความผิด แม่ก็ยังดูแลลูก” ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

H_a : พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษามีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “แม่ลูกจะกระทำความผิด แม่ก็ยังดูแลลูก” ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

ตารางที่ 85
แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษา
กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “แม่ลูกจะกระทำความผิด แม่ก็ยังดูแลลูก”
ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษา	ความเข้าใจว่า “แม่ลูกจะกระทำความผิด แม่ก็ยังดูแลลูก”		รวม
	ใช่	ไม่ใช่	
ดื่มน้ำมาก	30	2	32
ดื่มน้ำปานกลาง	42	8	50
ดื่มน้ำน้อย/ไม่ดื่ม	285	32	317
รวม	357	42	399

Chi-Square = 2.275 df = 2 Significance = 0.321

ในการวัดค่าเฉลี่ยของคะแนนพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษา
มีเกณฑ์วัดดังต่อไปนี้

- ค่าเฉลี่ย 1.00 – 2.33 คะแนน ดื่มน้ำน้อย/ไม่ดื่ม
- ค่าเฉลี่ย 2.34 – 3.67 คะแนน ดื่มน้ำปานกลาง
- ค่าเฉลี่ย 3.68 – 5.00 คะแนน ดื่มน้ำมาก

จากตารางที่ 85 พบว่า Chi-Square = 2.275, df = 2, Significance = 0.321 ซึ่ง
มากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานทางสถิติ (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย กล่าวคือ
พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษาไม่มีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหา
เรื่อง “แม่ลูกจะกระทำความผิด แม่ก็ยังดูแลลูก” ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า
เข้าพรรษา”

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 3.14 พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษามีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง "การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ จะทำให้แม่เสียใจ" ที่ปรากฏในสื่อของโครงการณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา"

มีสมมติฐานทางสถิติ คือ

H_0 : พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษาไม่มีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง "การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ จะทำให้แม่เสียใจ" ที่ปรากฏในสื่อของโครงการณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา"

H_1 : พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษามีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง "การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ จะทำให้แม่เสียใจ" ที่ปรากฏในสื่อของโครงการณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา"

ตารางที่ 86

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษา กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง "การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ จะทำให้แม่เสียใจ" ที่ปรากฏในสื่อของโครงการณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา"

พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษา	ความเข้าใจว่า "การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ จะทำให้แม่เสียใจ"		รวม
	ใช่	ไม่ใช่	
ดื่มมาก	17	15	32
ดื่มปานกลาง	28	22	50
ดื่มน้อย/ไม่ดื่ม	230	87	317
รวม	275	124	399

Chi-Square = 9.580 df = 2 Significance = 0.008

ในการวัดค่าเฉลี่ยของคะแนนพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษามีเกณฑ์วัดดังต่อไปนี้

- ค่าเฉลี่ย 1.00 – 2.33 คะแนน ดื่มน้อย/ไม่ดื่ม
- ค่าเฉลี่ย 2.34 – 3.67 คะแนน ดื่มปานกลาง
- ค่าเฉลี่ย 3.68 – 5.00 คะแนน ดื่มมาก

จากตารางที่ 86 พบว่า $\text{Chi-Square} = 9.580$, $df = 2$, $\text{Significance} = 0.008$ ซึ่งน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานทางสถิติ (H_0) และยอมรับสมมติฐานการวิจัย กล่าวคือ พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษามีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง "การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ จะทำให้แม่เสียใจ" ที่ปรากฏในสื่อของโครงการณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา"

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 3.15 พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษามีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง "ไม่ควรดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ในช่วงเข้าพรรษา" ที่ปรากฏในสื่อของโครงการณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา"

มีสมมติฐานทางสถิติ คือ

H_0 : พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษาไม่มีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง "ไม่ควรดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ในช่วงเข้าพรรษา" ที่ปรากฏในสื่อของโครงการณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา"

H_1 : พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษามีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง "ไม่ควรดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ในช่วงเข้าพรรษา" ที่ปรากฏในสื่อของโครงการณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา"

ตารางที่ 87

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษา กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง "ไม่ควรดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ในช่วงเข้าพรรษา" ที่ปรากฏในสื่อของโครงการ
รณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา"

พฤติกรรมการบริโภค เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ก่อนเข้าพรรษา	ความเข้าใจว่า "ไม่ควรดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มี ส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ในช่วงเข้าพรรษา"		รวม
	ใช่	ไม่ใช่	
ดื่มมาก	27	4	31
ดื่มปานกลาง	41	9	50
ดื่มน้อย/ไม่ดื่ม	292	23	315
รวม	360	36	396

$\text{Chi-Square} = 6.567$ $df = 2$ $\text{Significance} = 0.037$

ในการวัดค่าเฉลี่ยของคะแนนพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษา มีเกณฑ์วัดดังต่อไปนี้

- ค่าเฉลี่ย 1.00 – 2.33 คะแนน ตีมน้อย/ไม่ดื่ม
- ค่าเฉลี่ย 2.34 – 3.67 คะแนน ตีมนปานกลาง
- ค่าเฉลี่ย 3.68 – 5.00 คะแนน ตีมมาก

จากตารางที่ 87 พบว่า $\text{Chi-Square} = 6.567$, $df = 2$, $\text{Significance} = 0.037$ ซึ่งน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานทางสถิติ (H_0) และยอมรับสมมติฐานการวิจัย กล่าวคือ พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษามีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “ไม่ควรดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ในช่วงเข้าพรรษา” ที่ปรากฏในสื่อของโครงการณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 3.16 พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษามีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “เป็นการเชิญชวนให้งดการดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ในช่วงเข้าพรรษา” ที่ปรากฏในสื่อของโครงการณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

มีสมมติฐานทางสถิติ คือ

H_0 : พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษาไม่มีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “เป็นการเชิญชวนให้งดการดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ในช่วงเข้าพรรษา” ที่ปรากฏในสื่อของโครงการณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

H_a : พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษามีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “เป็นการเชิญชวนให้งดการดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ในช่วงเข้าพรรษา” ที่ปรากฏในสื่อของโครงการณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

ตารางที่ 88

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษา กับ
ความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “เป็นการเชิญชวนให้งดการดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มี
ส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ในช่วงเข้าพรรษา” ที่ปรากฏในสื่อของ
โครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

พฤติกรรมการบริโภค เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ก่อนเข้าพรรษา	ความเข้าใจว่า “เป็นการเชิญชวนให้งดการดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ในช่วงเข้าพรรษา”		รวม
	ใช่	ไม่ใช่	
ดื่มมาก	28	3	31
ดื่มปานกลาง	45	4	49
ดื่มน้อย/ไม่ดื่ม	298	14	312
รวม	371	21	392

Chi-Square = 2.368 df = 2 Significance = 0.306

ในการวัดค่าเฉลี่ยของคะแนนพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษา
มีเกณฑ์วัดดังต่อไปนี้

- ค่าเฉลี่ย 1.00 – 2.33 คะแนน ดื่มน้อย/ไม่ดื่ม
- ค่าเฉลี่ย 2.34 – 3.67 คะแนน ดื่มปานกลาง
- ค่าเฉลี่ย 3.68 – 5.00 คะแนน ดื่มมาก

จากตารางที่ 88 พบว่า Chi-Square = 2.368, df = 2, Significance = 0.306 ซึ่ง
มากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานทางสถิติ (H₀) และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย กล่าวคือ
พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษาไม่มีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเนื้อหา
เรื่อง “เป็นการเชิญชวนให้งดการดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ในช่วง
เข้าพรรษา” ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 4 พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษามีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อแนวคิดเรื่องการงดเหล้า เข้าพรรษา

มีสมมติฐานทางสถิติ คือ

H_0 : พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษาไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อแนวคิดเรื่องการงดเหล้า เข้าพรรษา

H_1 : พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษามีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อแนวคิดเรื่องการงดเหล้า เข้าพรรษา

ตารางที่ 89

แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษาของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร และทัศนคติที่มีต่อแนวคิดเรื่องการงดเหล้า เข้าพรรษา

ตัวแปร	ทัศนคติที่มีต่อแนวคิดเรื่องการงดเหล้า เข้าพรรษา	Significance
พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษา	0.249**	0.000

** แสดงว่ามีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 89 พบว่า $R = 0.249$, $Significance = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า 0.01 จึงปฏิเสธสมมติฐานทางสถิติ (H_0) และยอมรับสมมติฐานการวิจัย กล่าวคือ พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษามีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อแนวคิดเรื่องการงดเหล้า เข้าพรรษา และสามารถสรุปได้ว่า พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษามีความสัมพันธ์ทางบวกกับทัศนคติที่มีต่อแนวคิดเรื่องการงดเหล้า เข้าพรรษา นั่นคือ ยิ่งกลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษาน้อยลง ก็จะมีทัศนคติต่อแนวคิดเรื่องการงดเหล้า เข้าพรรษามากยิ่งขึ้น

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 5 การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อแนวคิดเรื่องการงดเหล้า เข้าพรรษา

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 5.1 การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” โดยการเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ทำให้ขาดสติ” มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อแนวคิดเรื่องการงดเหล้า เข้าพรรษา

มีสมมติฐานทางสถิติ คือ

H_0 : การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” โดยการเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ทำให้ขาดสติ” ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อแนวคิดเรื่องการงดเหล้า เข้าพรรษา

H_a : การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” โดยการเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ทำให้ขาดสติ” มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อแนวคิดเรื่องการงดเหล้า เข้าพรรษา

ตารางที่ 90

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อแนวคิดเรื่องการงดเหล้า เข้าพรรษากับ
ความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของ
แอลกอฮอล์ ทำให้ขาดสติ” ที่ปรากฏในสื่อของโครงการ
รณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

ทัศนคติต่อแนวคิดเรื่อง การงดเหล้า เข้าพรรษา	ความเข้าใจว่า “การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มี ส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ทำให้ขาดสติ”		รวม
	ใช่	ไม่ใช่	
ทัศนคติดีปานกลาง และต่ำกว่า	126	9	135
ทัศนคติดี	178	47	225
ทัศนคติดีที่สุด	35	4	39
รวม	339	60	399

Chi-Square = 14.225 df = 3 Significance = 0.003

จากตารางที่ 90 พบว่า $\text{Chi-Square} = 14.225$, $df = 3$, $\text{Significance} = 0.003$ ซึ่งน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานทางสถิติ (H_0) และยอมรับสมมติฐานการวิจัย กล่าวคือ การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา" โดยการเข้าใจเนื้อหาเรื่อง "การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ทำให้ขาดสติ" มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อแนวคิดเรื่องการงดเหล้า เข้าพรรษา

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 5.2 การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา" โดยการเข้าใจเนื้อหาเรื่อง "การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์มากเกินไป ทำให้ขาดสติ" มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อแนวคิดเรื่องการงดเหล้า เข้าพรรษา

มีสมมติฐานทางสถิติ คือ

H_0 : การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา" โดยการเข้าใจเนื้อหาเรื่อง "การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์มากเกินไป ทำให้ขาดสติ" ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อแนวคิดเรื่องการงดเหล้า เข้าพรรษา

H_a : การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา" โดยการเข้าใจเนื้อหาเรื่อง "การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์มากเกินไป ทำให้ขาดสติ" มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อแนวคิดเรื่องการงดเหล้า เข้าพรรษา

ตารางที่ 91

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อแนวคิดเรื่องการงดเหล้า เข้าพรรษากับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง "การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์มากเกินไป ทำให้ขาดสติ" ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา"

ทัศนคติต่อแนวคิดเรื่อง การงดเหล้า เข้าพรรษา	ความเข้าใจว่า "การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มี ส่วนผสมของแอลกอฮอล์มากเกินไป ทำให้ขาดสติ"		รวม
	ใช่	ไม่ใช่	
ทัศนคติดีปานกลาง และต่ำกว่า	134	3	135
ทัศนคติดี	221	4	225
ทัศนคติดีที่สุด	37	-	37
รวม	390	7	397

$\text{Chi-Square} = 4.600$ $df = 3$ $\text{Significance} = 0.204$

จากตารางที่ 91 พบว่า $\text{Chi-Square} = 4.600$, $df = 3$, $\text{Significance} = 0.204$ ซึ่งมากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานทางสถิติ (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย กล่าวคือ การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” โดยการเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์มากเกินไป ทำให้ขาดสติ” ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อแนวคิดเรื่องการงดเหล้า เข้าพรรษา

เนื่องจากค่า Expected Frequency ที่มีค่าน้อยกว่า 5 มีเกินร้อยละ 50 การทดสอบจึงอาจมีความเชื่อถือได้น้อย

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 5.3 การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” โดยการเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ เป็นสาเหตุของความรุนแรง” มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อแนวคิดเรื่องการงดเหล้า เข้าพรรษา

มีสมมติฐานทางสถิติ คือ

H_0 : การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” โดยการเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ เป็นสาเหตุของความรุนแรง” ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อแนวคิดเรื่องการงดเหล้า เข้าพรรษา

H_a : การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” โดยการเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ เป็นสาเหตุของความรุนแรง” มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อแนวคิดเรื่องการงดเหล้า เข้าพรรษา

ตารางที่ 92

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อแนวคิดเรื่องการงดเหล้า เข้าพรรษา กับ
ความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของ
แอลกอฮอล์ เป็นสาเหตุของความรุนแรง” ที่ปรากฏในสื่อของ
โครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

ทัศนคติต่อแนวคิดเรื่อง การงดเหล้า เข้าพรรษา	ความเข้าใจว่า “การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ เป็นสาเหตุของความรุนแรง”		รวม
	ใช่	ไม่ใช่	
ทัศนคติดีปานกลาง และต่ำกว่า	124	11	135
ทัศนคติดี	206	17	223
ทัศนคติดีที่สุด	38	-	38
รวม	368	28	396

Chi-Square = 11.082 df = 3 Significance = 0.011

จากตารางที่ 92 พบว่า Chi-Square = 11.082, df = 3, Significance = 0.011 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานทางสถิติ (H₀) และยอมรับสมมติฐานการวิจัย กล่าวคือ การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” โดยการเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ เป็นสาเหตุของความรุนแรง” มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อแนวคิดเรื่องการงดเหล้า เข้าพรรษา

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 5.4 การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” โดยการเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “คนที่ดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ เป็นคนไม่รักแม่” มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อแนวคิดเรื่องการงดเหล้า เข้าพรรษา

มีสมมติฐานทางสถิติ คือ

H_0 : การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” โดยการเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “คนที่ดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ เป็นคนไม่รักแม่” ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อแนวคิดเรื่องการงดเหล้า เข้าพรรษา

H_a : การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” โดยการเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “คนที่ดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ เป็นคนไม่รักแม่” มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อแนวคิดเรื่องการงดเหล้า เข้าพรรษา

ตารางที่ 93
แสดงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อแนวคิดเรื่องการงดเหล้า เข้าพรรษา กับ
ความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “คนที่ดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสม
ของแอลกอฮอล์ เป็นคนไม่รักแม่” ที่ปรากฏในสื่อของ
โครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

ทัศนคติต่อแนวคิดเรื่อง การงดเหล้า เข้าพรรษา	ความเข้าใจว่า “คนที่ดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มี ส่วนผสมของแอลกอฮอล์ เป็นคนไม่รักแม่”		รวม
	ใช่	ไม่ใช่	
ทัศนคติดีปานกลาง และต่ำกว่า	51	84	135
ทัศนคติดี	88	137	225
ทัศนคติดีที่สุด	12	27	39
รวม	151	248	399

Chi-Square = 1.261 df = 3 Significance = 0.738

จากตารางที่ 93 พบว่า Chi-Square = 1.261, df = 3, Significance = 0.738 ซึ่ง
มากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานทางสถิติ (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย กล่าวคือ
การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” โดยการเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “คนที่
ดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ เป็นคนไม่รักแม่” ไม่มีความสัมพันธ์กับ
ทัศนคติต่อแนวคิดเรื่องการงดเหล้า เข้าพรรษา

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 5.5 การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” โดยการเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “แม่รักลูกเสมอ” มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อแนวคิดเรื่อง การงดเหล้า เข้าพรรษา

มีสมมติฐานทางสถิติ คือ

H_0 : การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” โดยการเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “แม่รักลูกเสมอ” ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อแนวคิดเรื่อง การงดเหล้า เข้าพรรษา

H_1 : การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” โดยการเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “แม่รักลูกเสมอ” มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อแนวคิดเรื่อง การงดเหล้า เข้าพรรษา

ตารางที่ 94

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อแนวคิดเรื่อง การงดเหล้า เข้าพรรษา กับ
ความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “แม่รักลูกเสมอ” ที่ปรากฏในสื่อของ
โครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

ทัศนคติต่อแนวคิดเรื่อง การงดเหล้า เข้าพรรษา	ความเข้าใจว่า “แม่รักลูกเสมอ”		รวม
	ใช่	ไม่ใช่	
ทัศนคติดีปานกลาง และต่ำกว่า	110	25	135
ทัศนคติดี	203	22	225
ทัศนคติดีที่สุด	36	3	39
รวม	349	50	399

Chi-Square = 7.520 df = 3 Significance = 0.057

จากตารางที่ 94 พบว่า Chi-Square = 7.520, df = 3, Significance = 0.057 ซึ่งมากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานทางสถิติ (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย กล่าวคือ การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” โดยการเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “แม่รักลูกเสมอ” ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อแนวคิดเรื่อง การงดเหล้า เข้าพรรษา

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 5.6 การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา" โดยการเข้าใจเนื้อหาเรื่อง "แม่ลูกจะกระทำความผิด แม่ก็ยังดูแลลูก" มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อแนวคิดเรื่องการงดเหล้า เข้าพรรษา

มีสมมติฐานทางสถิติ คือ

H₀: การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา" โดยการเข้าใจเนื้อหาเรื่อง "แม่ลูกจะกระทำความผิด แม่ก็ยังดูแลลูก" ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อแนวคิดเรื่องการงดเหล้า เข้าพรรษา

H_a: การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา" โดยการเข้าใจเนื้อหาเรื่อง "แม่ลูกจะกระทำความผิด แม่ก็ยังดูแลลูก" มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อแนวคิดเรื่องการงดเหล้า เข้าพรรษา

ตารางที่ 95

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อแนวคิดเรื่องการงดเหล้า เข้าพรรษากับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง "แม่ลูกจะกระทำความผิด แม่ก็ยังดูแลลูก" ที่ปรากฏในสื่อของโครงการณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา"

ทัศนคติต่อแนวคิดเรื่อง การงดเหล้า เข้าพรรษา	ความเข้าใจว่า "แม่ลูกจะกระทำความผิด แม่ก็ยังดูแลลูก"		รวม
	ใช่	ไม่ใช่	
ทัศนคติดีปานกลาง และต่ำกว่า	113	22	135
ทัศนคติดี	207	18	225
ทัศนคติดีที่สุด	37	2	39
รวม	357	42	399

Chi-Square = 7.958 df = 3 Significance = 0.047

จากตารางที่ 95 พบว่า Chi-Square = 7.958, df = 3, Significance = 0.047 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานทางสถิติ (H₀) และยอมรับสมมติฐานการวิจัย กล่าวคือ การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา" โดยการเข้าใจเนื้อหาเรื่อง "แม่ลูกจะกระทำความผิด แม่ก็ยังดูแลลูก" มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อแนวคิดเรื่องการงดเหล้า เข้าพรรษา

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 5.7 การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” โดยการเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ จะทำให้แม่เสียใจ” มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อแนวคิดเรื่องการงดเหล้า เข้าพรรษา มีสมมติฐานทางสถิติ คือ

H₀: การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” โดยการเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ จะทำให้แม่เสียใจ” ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อแนวคิดเรื่องการงดเหล้า เข้าพรรษา

H₁: การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” โดยการเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ จะทำให้แม่เสียใจ” มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อแนวคิดเรื่องการงดเหล้า เข้าพรรษา

ตารางที่ 96

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อแนวคิดเรื่องการงดเหล้า เข้าพรรษากับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ จะทำให้แม่เสียใจ” ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

ทัศนคติต่อแนวคิดเรื่อง การงดเหล้า เข้าพรรษา	ความเข้าใจว่า “การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มี ส่วนผสมของแอลกอฮอล์ จะทำให้แม่เสียใจ”		รวม
	ใช่	ไม่ใช่	
ทัศนคติดีปานกลาง และต่ำกว่า	84	51	135
ทัศนคติดี	165	60	225
ทัศนคติดีที่สุด	26	13	39
รวม	275	124	399

Chi-Square = 10.201 df = 3 Significance = 0.017

จากตารางที่ 96 พบว่า Chi-Square = 10.201, df = 3, Significance = 0.017 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานทางสถิติ (H₀) และยอมรับสมมติฐานการวิจัย กล่าวคือ การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” โดยการเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “การดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ จะทำให้แม่เสียใจ” มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อแนวคิดเรื่องการงดเหล้า เข้าพรรษา

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 5.8 การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” โดยการเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “ไม่ควรดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ในช่วงเข้าพรรษา” มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อแนวคิดเรื่องการงดเหล้า เข้าพรรษา

มีสมมติฐานทางสถิติ คือ

H_0 : การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” โดยการเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “ไม่ควรดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ในช่วงเข้าพรรษา” ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อแนวคิดเรื่องการงดเหล้า เข้าพรรษา

H_1 : การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” โดยการเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “ไม่ควรดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ในช่วงเข้าพรรษา” มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อแนวคิดเรื่องการงดเหล้า เข้าพรรษา

ตารางที่ 97

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อแนวคิดเรื่องการงดเหล้า เข้าพรรษากับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “ไม่ควรดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ในช่วงเข้าพรรษา” ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

ทัศนคติต่อแนวคิดเรื่อง การงดเหล้า เข้าพรรษา	ความเข้าใจว่า “ไม่ควรดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่ม ที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ในช่วงเข้าพรรษา”		รวม
	ใช่	ไม่ใช่	
ทัศนคติดีปานกลาง และต่ำกว่า	116	19	135
ทัศนคติดี	206	17	223
ทัศนคติดีที่สุด	38	-	38
รวม	360	36	396

Chi-Square = 36.000 df = 3 Significance = 0.000

จากตารางที่ 97 พบว่า Chi-Square = 36.000, df = 3, Significance = 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานทางสถิติ (H_0) และยอมรับสมมติฐานการวิจัย คือ การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” โดยการเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “ไม่ควรดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ในช่วงเข้าพรรษา” มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อแนวคิดเรื่องการงดเหล้า เข้าพรรษา

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 5.9 การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” โดยการเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “เป็นการเชิญชวนให้งดการดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ในช่วงเข้าพรรษา” มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อแนวคิดเรื่องการงดเหล้า เข้าพรรษา

มีสมมติฐานทางสถิติ คือ

H_0 : การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” โดยการเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “เป็นการเชิญชวนให้งดการดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ในช่วงเข้าพรรษา” ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อแนวคิดเรื่องการงดเหล้า เข้าพรรษา

H_1 : การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา” โดยการเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “เป็นการเชิญชวนให้งดการดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ในช่วงเข้าพรรษา” มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อแนวคิดเรื่องการงดเหล้า เข้าพรรษา

ตารางที่ 98

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อแนวคิดเรื่องการงดเหล้า เข้าพรรษากับความเข้าใจเนื้อหาเรื่อง “เป็นการเชิญชวนให้งดการดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ในช่วงเข้าพรรษา” ที่ปรากฏในสื่อของโครงการรณรงค์ “งดเหล้า เข้าพรรษา”

ทัศนคติต่อแนวคิดเรื่อง การงดเหล้า เข้าพรรษา	ความเข้าใจว่า “เป็นการเชิญชวนให้งดการดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ในช่วงเข้าพรรษา”		รวม
	ใช่	ไม่ใช่	
ทัศนคติปานกลาง และต่ำกว่า	124	9	133
ทัศนคติดี	208	12	220
ทัศนคติดีที่สุด	39	-	39
รวม	371	21	392

Chi-Square = 2.956

df = 3

Significance = 0.398

จากตารางที่ 98 พบว่า $\text{Chi-Square} = 2.956$, $df = 3$, $\text{Significance} = 0.398$ ซึ่งมากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานทางสถิติ (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย กล่าวคือ การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการรณรงค์ "งดเหล้า เข้าพรรษา" โดยการเข้าใจเนื้อหาเรื่อง "เป็นการเชิญชวนให้งดการดื่มสุรา และ/หรือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ในช่วงเข้าพรรษา" ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อแนวคิดเรื่องการงดเหล้า เข้าพรรษา

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 6 ทัศนคติที่มีต่อแนวคิดเรื่องการงดเหล้า เข้าพรรษามีความสัมพันธ์กับความตั้งใจที่จะลด ละ เลิก บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเข้าพรรษา

มีสมมติฐานทางสถิติ คือ

H_0 : ทัศนคติที่มีต่อแนวคิดเรื่องการงดเหล้า เข้าพรรษาไม่มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจที่จะลด ละ เลิก บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเข้าพรรษา

H_1 : ทัศนคติที่มีต่อแนวคิดเรื่องการงดเหล้า เข้าพรรษามีความสัมพันธ์กับความตั้งใจที่จะลด ละ เลิก บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเข้าพรรษา

ตารางที่ 99

แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติที่มีต่อแนวคิดเรื่อง
การงดเหล้า เข้าพรรษา ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร
และความตั้งใจที่จะลด ละ เลิก บริโภคเครื่องดื่ม
แอลกอฮอล์ในช่วงเข้าพรรษา

ตัวแปร	ความตั้งใจที่จะลด ละ เลิก บริโภค เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเข้าพรรษา	Significance
ทัศนคติที่มีต่อแนวคิดเรื่องการงด เหล้า เข้าพรรษา	0.284**	0.000

** แสดงว่ามีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 99 พบว่า $R = 0.284$, $\text{Significance} = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า 0.01 จึงปฏิเสธสมมติฐานทางสถิติ (H_0) และยอมรับสมมติฐานการวิจัย กล่าวคือ ทัศนคติที่มีต่อแนวคิดเรื่องการงดเหล้า เข้าพรรษามีความสัมพันธ์กับความตั้งใจที่จะลด ละ เลิก บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเข้าพรรษา และสามารถสรุปได้ว่า ทัศนคติที่มีต่อแนวคิดเรื่องการงดเหล้า เข้าพรรษามีความสัมพันธ์ทางบวกกับความตั้งใจที่จะลด ละ เลิก บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเข้าพรรษา

นั่นคือ ยิ่งกลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติต่อแนวคิดเรื่องการงดเหล้า เข้าพรรษาดีขึ้น ความตั้งใจที่จะลด ละ เลิก บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเข้าพรรษาก็จะยิ่งมากขึ้น

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 7 พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษาแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเข้าพรรษาแตกต่างกัน

มีสมมติฐานทางสถิติ คือ

H_0 : พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษาแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเข้าพรรษาไม่แตกต่างกัน

H_a : พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษาแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเข้าพรรษาแตกต่างกัน

ตารางที่ 100

ตารางทดสอบค่าที เพื่อศึกษาความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมการบริโภค
เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษากับพฤติกรรมการบริโภค
เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเข้าพรรษา

พฤติกรรมการบริโภค เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ค่า t	2-tail Prob
ก่อนเข้าพรรษา	230	3.48	0.802	-8.416	0.000
ในช่วงเข้าพรรษา	230	3.97	0.657		

จากตารางที่ 68 พบว่าค่า 2-tail Prob เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ดังนั้น จึงปฏิเสธสมมติฐานทางสถิติ (H_0) และยอมรับสมมติฐานการวิจัย กล่าวคือ พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้าพรรษาแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเข้าพรรษาแตกต่างกัน และสามารถสรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างโดยเฉลี่ยบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเข้าพรรษาลดลง เมื่อเปรียบเทียบกับการบริโภคก่อนเข้าพรรษา