



พฤติกรรมการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและการแพร่กระจายเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19)
ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

BEHAVIOR IN USING PERSONAL PROTECTIVE EQUIPMENT FOR PREVENT GETTING
INFECTED AND SPREADING OF NOVAL CORONAVIRUS 2019 (COVID-19) OF
CONSUMERS LIVING IN THE BANGKOK METROPOLITAN AREA

พลชา รุ่งเรืองไพศาลสุข

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

2564

พฤติกรรมการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและการแพร่กระจายเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) ของผู้บริโภคนในเขตกรุงเทพมหานคร



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ
คณะบริหารธุรกิจเพื่อสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ปีการศึกษา 2564
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

BEHAVIOR IN USING PERSONAL PROTECTIVE EQUIPMENT FOR PREVENT GETTING
INFECTED AND SPREADING OF NOVAL CORONAVIRUS 2019 (COVID-19) OF
CONSUMERS LIVING IN THE BANGKOK METROPOLITAN AREA



PHONLACHA RUNGRUANGPAISALSUK

A Master's Project Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION
(Business Administration(Management))
Faculty of Business Administration for Society, Srinakharinwirot University

2021

Copyright of Srinakharinwirot University

สารนิพนธ์

เรื่อง

พฤติกรรมการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและการแพร่กระจายเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19)

ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

ของ

พลชา รุ่งเรืองไพศาลสุข

ได้รับอนุมัติจากบัณฑิตวิทยาลัยให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ

ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

(รองศาสตราจารย์ นายแพทย์ฉัตรชัย เอกปัญญาสกุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

คณะกรรมการสอบปากเปล่าสารนิพนธ์

..... ที่ปรึกษาหลัก

(อาจารย์ ดร.กัลยกิตติ์ กীরติอังกูร)

..... ประธาน

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิโรจน์ บุรณศิริ)

..... กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อินทกะ พิริยะกุล)

ชื่อเรื่อง	พฤติกรรมการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและการแพร่กระจายเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) ของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร
ผู้วิจัย	พลชา รุ่งเรืองไพศาลสุข
ปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
ปีการศึกษา	2564
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์ ดร. กัลยกิตติ์ กิรติอังกูร

การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและการแพร่กระจายเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) ของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในเขตพื้นที่จังหวัดกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไปที่ใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน การวิเคราะห์ค่าความแตกต่างโดยใช้สถิติค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และสถิติวิเคราะห์การถดถอย ผลการวิจัยพบว่า เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน แตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคเพศหญิง อายุที่มากกว่า 36 ปี สถานภาพสมรส การศึกษาในระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีอาชีพเจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว และรายได้ที่สูงกว่า 50,000 บาทขึ้นไป มีพฤติกรรมการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด 19 ที่มากที่สุด ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคโควิด-19 ความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคโควิด-19 และรูปแบบการดำเนินชีวิต มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

คำสำคัญ : โควิด - 19, ความรู้ความเข้าใจ, ความตระหนักรู้, รูปแบบการดำเนินชีวิต, พฤติกรรม

Title	BEHAVIOR IN USING PERSONAL PROTECTIVE EQUIPMENT FOR PREVENT GETTING INFECTED AND SPREADING OF NOVAL CORONAVIRUS 2019 (COVID-19) OF CONSUMERS LIVING IN THE BANGKOK METROPOLITAN AREA
Author	PHONLACHA RUNGRUANGPAISALSUK
Degree	MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION
Academic Year	2021
Thesis Advisor	Dr. Kanyakit Keeratiangkoon

This research aims to study the behavior in using personal protective equipment for prevention against becoming infected with or spreading the novel coronavirus 2019 (COVID-19) among consumers in the Bangkok metropolitan area. The sample group in this research included 400 consumers residing in the Bangkok metropolitan area, aged 18 and using protective equipment to prevent COVID-19. The data were collected by a questionnaire and the statistics used to analyze the data were frequency, percentage, mean, and standard deviation. The statistics used to test the hypothesis included t-statistics, One-way Analysis of Variance and Multiple Regression. The results of the hypothesis testing showed that consumers with different demographic characteristics, such as gender, age, status, education, occupation, and monthly income influenced behavior in using protective equipment to prevent the infection and transmission of COVID-19, which were statistically significant at a level of 0.05. The results of the research found that married female consumers, over 36 years old, with a postgraduate level of education, employed as business owners, and with incomes of 50,000 baht per month demonstrated behavior of using equipment to prevent infection and spread COVID-19 the most. Furthermore, knowledge of COVID-19, awareness of COVID-19 and lifestyle had an influence on behavior in using personal protective equipment for prevent being infected and spreading COVID-19.

Keyword : COVID-19, Knowledge, Awareness, Lifestyle, Behavior

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นที่สำเร็จสมบูรณ์ได้ด้วยความอนุเคราะห์จากอาจารย์ ดร.กัลยกิตติ กิริติอังกูร อาจารย์ที่ปรึกษา ที่กรุณาสละเวลาให้คำแนะนำ ข้อชี้แนะ และคำปรึกษา ตรวจสอบแก้ไข ข้อบกพร่องต่างๆ และขอขอบพระคุณ ผศ. ดร.จิโรจน์ บุณศิริ และ ผศ. ดร.อินทกะ พิริยะกุล ที่กรุณา เป็นกรรมการสอบสารนิพนธ์ รวมถึงคณาจารย์ที่ได้เพิ่มพูนความรู้ให้แก่ผู้วิจัย และเจ้าหน้าที่ในคณะ บริหารธุรกิจเพื่อสังคม และบัณฑิตวิทยาลัยทุกท่าน และความช่วยเหลือผู้วิจัยตลอดระยะเวลาที่ได้ ศึกษาหลักสูตรนี้ และขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน ที่สละเวลาตอบแบบสอบถามเพื่อการ วิจัยในครั้งนี้



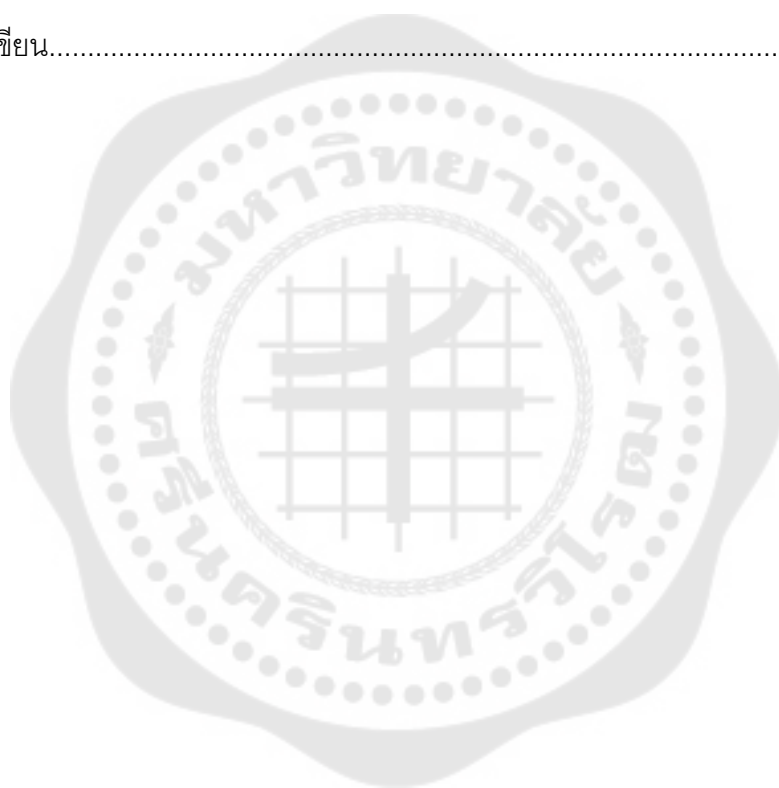
พลชา รุ่งเรืองไพศาลสุข

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง.....	ญ
สารบัญรูปภาพ	ผ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ภูมิหลัง	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	2
ความสำคัญของการวิจัย	3
ขอบเขตของการวิจัย	3
ประชากรที่ใช้ในการวิจัย.....	3
กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย.....	4
ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา.....	4
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	5
กรอบแนวคิดในการวิจัย	8
สมมติฐานในการวิจัย.....	9
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	11
ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับประชากรศาสตร์.....	11
ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับความรู้และความเข้าใจ	12
ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับความตระหนักรู้.....	15

ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต	17
ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค	22
ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับโรคโควิด-19	27
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	38
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการศึกษาวิจัย	41
การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง	41
ประชากรที่ใช้ในการวิจัย	41
การเลือกกลุ่มตัวอย่าง	41
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	42
การเก็บรวบรวมข้อมูล	48
การจัดทำข้อมูล	49
การวิเคราะห์ข้อมูล	49
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	51
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	56
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	56
การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล	57
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา	58
สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน	208
บทที่ 5	213
สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	213
ความมุ่งหมายของการวิจัย	213
ความสำคัญของการวิจัย	213
สมมติฐานในการวิจัย	214

สรุปผลการศึกษาค้นคว้า	214
อภิปรายผลการวิจัย	235
ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย	241
ข้อเสนอแนะในงานวิจัยครั้งต่อไป.....	242
บรรณานุกรม	244
ภาคผนวก.....	248
ประวัติผู้เขียน.....	257



สารบัญตาราง

	หน้า
ตาราง 1 ลักษณะของรูปแบบการดำเนินชีวิตตามกรอบ (AIOs).....	20
ตาราง 2 แบบการดำเนินชีวิตและกระบวนการบริโภค	21
ตาราง 3 คำถาม 7 คำถาม (6Ws และ 1H) และคำตอบ 7 ประการเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค (7Os).....	24
ตาราง 4 ประเภทของหน้ากากที่ใช้โดยบุคลากรสาธารณสุข ขึ้นอยู่กับสถานการณ์การแพร่เชื้อ สถานที่ และกิจกรรม	33
ตาราง 5 ตัวอย่างสถานการณ์/สภาพแวดล้อมที่ประชาชนควรได้รับการส่งเสริมให้ใช้หน้ากากทางการแพทย์ และหน้ากากอนามัยชนิดทั่วไปในพื้นที่ที่ยืนยัน หรือสงสัยว่ามีการแพร่เชื้อในชุมชน ..	36
ตาราง 6 จำนวนความถี่ และค่าร้อยละ เกี่ยวกับเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม	58
ตาราง 7 จำนวนความถี่ และค่าร้อยละ เกี่ยวกับอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	58
ตาราง 8 จำนวนความถี่ และค่าร้อยละ เกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม	59
ตาราง 9 จำนวนความถี่ และค่าร้อยละ เกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามที่จัดกลุ่มใหม่	59
ตาราง 10 จำนวนความถี่ และค่าร้อยละ เกี่ยวกับระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม	60
ตาราง 11 จำนวนความถี่ และค่าร้อยละ เกี่ยวกับอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม	60
ตาราง 12 จำนวนความถี่ และค่าร้อยละ เกี่ยวกับอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถามที่จัดกลุ่มใหม่ ..	61
ตาราง 13 จำนวนความถี่ และค่าร้อยละ เกี่ยวกับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม .	61
ตาราง 14 จำนวนความถี่ และค่าร้อยละ เกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร	62
ตาราง 15 ระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร	65
ตาราง 16 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร	66

ตาราง 17 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร	67
ตาราง 18 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ด้านกิจกรรม	68
ตาราง 19 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ด้านความสนใจ	69
ตาราง 20 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ด้านความคิดเห็น	70
ตาราง 21 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร	71
ตาราง 22 แสดงค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการใช้อุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือน	71
ตาราง 23 แสดงค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลเกี่ยวกับจำนวนครั้งที่มีการพูดคุยเกี่ยวกับข้อมูลโรคโควิด-19 ครั้งต่อสัปดาห์	72
ตาราง 24 แสดงค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลเกี่ยวกับความถี่ในการทำความสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจจะนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะ ครั้งต่อสัปดาห์	72
ตาราง 25 แสดงค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลเกี่ยวกับความถี่ในการใช้แอปพลิเคชัน หมอชนะ ไทยชนะ เมื่อเดินทางไปในพื้นที่หรืออาคารสาธารณะครั้งต่อสัปดาห์	73
ตาราง 26 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของแต่ละกลุ่มเพศ โดยใช้ Levene's test	74
ตาราง 27 แสดงผลการวิเคราะห์พฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 โดยจำแนกตามเพศ	75
ตาราง 28 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของแต่ละกลุ่มอายุ โดยใช้ Levene's test	78

ตาราง 29 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 โดยจำแนกตามอายุ โดยใช้ Brown-Forsythe	79
ตาราง 30 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ จำแนกตามกลุ่มอายุ เป็นรายคู่ ด้วย Dunnett's T3	81
ตาราง 31 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์จำแนกตามกลุ่มอายุ เป็นรายคู่ ด้วย Dunnett's T3	83
ตาราง 32 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19 จำแนกตามกลุ่มอายุ เป็นรายคู่ ด้วย Dunnett's T3	85
ตาราง 33 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการซื้ออุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือน จำแนกตามกลุ่มอายุ เป็นรายคู่ ด้วย Dunnett's T3	86
ตาราง 34 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องจำนวนครั้งที่มีการพูดคุยเกี่ยวกับข้อมูลโรคโควิด-19 ต่อสัปดาห์ จำแนกตามกลุ่มอายุ เป็นรายคู่ ด้วย Dunnett's T3	88
ตาราง 35 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องความถี่ในการทำมาสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจจะนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ จำแนกตามกลุ่มอายุ เป็นรายคู่ ด้วย Dunnett's T3	89
ตาราง 36 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องความถี่ในการใช้แอปพลิเคชัน หมอชนะ ไทยชนะ เมื่อเดินทางไปในพื้นที่หรืออาคารสาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ จำแนกตามกลุ่มอายุ เป็นรายคู่ ด้วย Dunnett's T3	90
ตาราง 37 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของแต่ละกลุ่มสถานภาพ โดยใช้ Levene's test	92

ตาราง 38 แสดงผลการวิเคราะห์พฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 โดยจำแนกตามสถานภาพ	94
ตาราง 39 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของแต่ละกลุ่มระดับการศึกษา โดยใช้ Levene's test.....	98
ตาราง 40 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 โดยจำแนกตามระดับการศึกษา โดยใช้ F-test	99
ตาราง 41 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 โดยจำแนกตามระดับการศึกษา โดยใช้ Brown-Forsythe	100
ตาราง 42 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ จำแนกตามกลุ่มระดับการศึกษา เป็นรายคู่ ด้วย Dunnett's T3	102
ตาราง 43 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์ จำแนกตามกลุ่มระดับการศึกษา เป็นรายคู่ ด้วย Dunnett's T3	103
ตาราง 44 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19 จำแนกตามกลุ่มระดับการศึกษา เป็นรายคู่ ด้วย Fisher's Least Significant Difference (LSD).....	104
ตาราง 45 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องความถี่ในการทำความสะดวกเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจจะนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ จำแนกตามกลุ่มระดับการศึกษา เป็นรายคู่ ด้วย Dunnett's T3	105
ตาราง 46 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องความถี่ในการใช้แอปพลิเคชัน หมอชนะ ไทยชนะ เมื่อเดินทางไปในพื้นที่หรืออาคารสาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ จำแนกตามกลุ่มระดับการศึกษา เป็นรายคู่ ด้วย Dunnett's T3	107

ตาราง 47 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของแต่ละกลุ่มอาชีพ โดยใช้ Levene's test	109
ตาราง 48 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 โดยจำแนกตามอาชีพ โดยใช้ Brown-Forsythe.....	110
ตาราง 49 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ จำแนกตามกลุ่มอาชีพ เป็นรายคู่ ด้วย Dunnett's T3.....	112
ตาราง 50 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์ จำแนกตามกลุ่มอาชีพ เป็นรายคู่ ด้วย Dunnett's T3.....	115
ตาราง 51 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19 จำแนกตามกลุ่มอาชีพ เป็นรายคู่ ด้วย Dunnett's T3.....	117
ตาราง 52 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการซื้ออุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือน จำแนกตามกลุ่มอาชีพ เป็นรายคู่ ด้วย Dunnett's T3	119
ตาราง 53 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องจำนวนครั้งที่มีการพูดคุยเกี่ยวกับข้อมูลโรคโควิด-19 ต่อสัปดาห์ จำแนกตามกลุ่มอาชีพ เป็นรายคู่ ด้วย Dunnett's T3.....	121
ตาราง 54 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องความถี่ในการทำมาสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ จำแนกตามกลุ่มอาชีพ เป็นรายคู่ ด้วย Dunnett's T3	123
ตาราง 55 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของแต่ละกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้ Levene's test	126

ตาราง 56 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 โดยจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้ Brown-Forsythe 127

ตาราง 57 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ จำแนกตามกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นรายคู่ ด้วย Dunnett's T3..... 129

ตาราง 58 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์ จำแนกตามกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นรายคู่ ด้วย Dunnett's T3..... 131

ตาราง 59 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19 จำแนกตามกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นรายคู่ ด้วย Dunnett's T3..... 133

ตาราง 60 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการซื้ออุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือน จำแนกตามกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นรายคู่ ด้วย Dunnett's T3 135

ตาราง 61 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องความถี่ในการใช้แอปพลิเคชัน หมอชนะ ไทยชนะ เมื่อเดินทางไปในพื้นที่หรืออาคารสาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ จำแนกตามกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นรายคู่ ด้วย Dunnett's T3 137

ตาราง 62 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคโควิด-19 มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ โดยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) 139

ตาราง 63 แสดงผลค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคโควิด-19 กับพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ โดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธี Enter..... 140

ตาราง 64 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคโควิด-19 มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์ โดยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)..... 141

ตาราง 65 แสดงผลค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคโควิด-19 กับพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์ โดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธี Enter 142

ตาราง 66 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคโควิด-19 มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19 โดยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) 143

ตาราง 67 แสดงผลค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคโควิด-19 กับพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19 โดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธี Enter..... 144

ตาราง 68 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคโควิด-19 มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการซื้ออุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือน โดยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) 145

ตาราง 69 แสดงผลค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคโควิด-19 กับพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการซื้ออุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือน โดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธี Enter 146

ตาราง 70 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคโควิด-19 มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องจำนวนครั้งที่มีการพูดคุยเกี่ยวกับข้อมูลโรคโควิด-19 ต่อสัปดาห์ โดยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) 148

ตาราง 71 แสดงผลค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคโควิด-19 กับ พฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคน ในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องจำนวนครั้งที่มีการพูดคุยเกี่ยวกับข้อมูลโรคโควิด-19 ต่อสัปดาห์ โดยใช้ การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธี Enter 149

ตาราง 72 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคโควิด-19 มี อิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของ ผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องความถี่ในการทำความสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจจะ นำไปวางตามพื้นที่สาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ โดยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) 150

ตาราง 73 แสดงผลค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคโควิด-19 กับ พฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคน ใน กรุงเทพมหานคร ในเรื่องความถี่ในการทำความสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจจะนำไปวางตาม พื้นที่สาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ โดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธี Enter 151

ตาราง 74 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคโควิด-19 มี อิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของ ผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องความถี่ในการใช้แอลกอฮอล์เช็ดมือขณะ ไทยชนะ เมื่อเดินทางไป ในพื้นที่หรืออาคารสาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ โดยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) 152

ตาราง 75 แสดงผลค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคโควิด-19 กับ พฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคน ใน กรุงเทพมหานคร ในเรื่องความถี่ในการใช้แอลกอฮอล์เช็ดมือขณะ ไทยชนะ เมื่อเดินทางไป ใน พื้นที่หรืออาคารสาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ โดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธี Enter 153

ตาราง 76 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยอย่างง่าย ความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคโควิด-19 มี อิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของ ผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ โดยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression)..... 155

ตาราง 77 แสดงผลค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง ความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคโควิด-19 กับ พฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคนใน กรุงเทพมหานคร ในเรื่องใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ โดยใช้การ วิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Simple Regression Analysis) ด้วยวิธี Enter 156

ตาราง 78 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยอย่างง่าย ความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคโควิด-19 มี อิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของ ผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์ โดยใช้การ วิเคราะห์ความถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression) 157

ตาราง 79 แสดงผลค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง ความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคโควิด-19 กับ พฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคนใน กรุงเทพมหานคร ในเรื่องทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์ โดยใช้การวิเคราะห์ ถดถอยพหุคูณ (Simple Regression Analysis) ด้วยวิธี Enter..... 158

ตาราง 80 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยอย่างง่าย ความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคโควิด-19 มี อิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของ ผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19 โดยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression)..... 159

ตาราง 81 แสดงผลค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง ความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคโควิด-19 กับ พฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคนใน กรุงเทพมหานคร ในเรื่องติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19 โดยใช้การ วิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Simple Regression Analysis) ด้วยวิธี Enter 160

ตาราง 82 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยอย่างง่าย ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคโควิด-19 มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของ ผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการซื้ออุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อ เดือน โดยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression)..... 161

ตาราง 83 แสดงผลค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคโควิด-19 กับ พฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคนใน กรุงเทพมหานคร ในเรื่องค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการซื้ออุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือน โดยใช้ การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Simple Regression Analysis) ด้วยวิธี Enter..... 162

ตาราง 84 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยอย่างง่าย ความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคโควิด-19 มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องจำนวนครั้งที่มีการพูดคุยเกี่ยวกับข้อมูลโรคโควิด-19 ต่อสัปดาห์ โดยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression) 163

ตาราง 85 แสดงผลค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง ความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคโควิด-19 กับพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องจำนวนครั้งที่มีการพูดคุยเกี่ยวกับข้อมูลโรคโควิด-19 ต่อสัปดาห์ โดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Simple Regression Analysis) ด้วยวิธี Enter..... 164

ตาราง 86 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยอย่างง่าย ความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคโควิด-19 มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องความถี่ในการทำความสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจจะนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ โดยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression) 165

ตาราง 87 แสดงผลค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง ความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคโควิด-19 กับพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องความถี่ในการทำความสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจจะนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ โดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Simple Regression Analysis) ด้วยวิธี Enter 166

ตาราง 88 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยอย่างง่าย ความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคโควิด-19 มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องความถี่ในการใช้แอลกอฮอล์เช็ดมือขณะ ไทยชนะ เมื่อเดินทางไปในพื้นที่หรืออาคารสาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ โดยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression) 167

ตาราง 89 แสดงผลค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง ความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคโควิด-19 กับพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องความถี่ในการใช้แอลกอฮอล์เช็ดมือขณะ ไทยชนะ เมื่อเดินทางไปในพื้นที่หรืออาคารสาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ โดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Simple Regression Analysis) ด้วยวิธี Enter 168

ตาราง 90 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ รูปแบบการดำเนินชีวิต มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ โดยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)..... 170

ตาราง 91 แสดงผลค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง รูปแบบการดำเนินชีวิต กับพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ โดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธี Enter 171

ตาราง 92 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ รูปแบบการดำเนินชีวิต มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์ โดยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) 172

ตาราง 93 แสดงผลค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง รูปแบบการดำเนินชีวิต กับพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์ โดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธี Enter 173

ตาราง 94 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ รูปแบบการดำเนินชีวิต มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19 โดยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)..... 175

ตาราง 95 แสดงผลค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง รูปแบบการดำเนินชีวิต กับพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19 โดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธี Enter 176

ตาราง 96 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ รูปแบบการดำเนินชีวิต มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการซื้ออุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือน โดยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) 177

ตาราง 97 แสดงผลค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง รูปแบบการดำเนินชีวิต กับพฤติกรรมในการ
 ใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคนในกรุงเทพมหานคร
 ในเรื่องค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการซื้ออุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือน โดยใช้การวิเคราะห์
 ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธี Enter 178

ตาราง 98 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ รูปแบบการดำเนินชีวิต มีอิทธิพลต่อ
 พฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคนใน
 กรุงเทพมหานคร ในเรื่องจำนวนครั้งที่มีการพูดคุยเกี่ยวกับข้อมูลโรคโควิด-19 ต่อสัปดาห์ โดยใช้
 การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) 179

ตาราง 99 แสดงผลค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง รูปแบบการดำเนินชีวิต กับพฤติกรรมในการ
 ใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคนในกรุงเทพมหานคร
 ในเรื่องจำนวนครั้งที่มีการพูดคุยเกี่ยวกับข้อมูลโรคโควิด-19 ต่อสัปดาห์ โดยใช้การวิเคราะห์
 ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธี Enter 180

ตาราง 100 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ รูปแบบการดำเนินชีวิต มีอิทธิพลต่อ
 พฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคนใน
 กรุงเทพมหานคร ในเรื่องความถี่ในการทำความสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจนำไปวางตาม
 พื้นที่สาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ โดยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)
 181

ตาราง 101 แสดงผลค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง รูปแบบการดำเนินชีวิต กับพฤติกรรมใน
 การใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคนในกรุงเทพฯ -
 นคร ในเรื่องความถี่ในการทำความสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจนำไปวางตามพื้นที่
 สาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ โดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)
 ด้วยวิธี Enter 182

ตาราง 102 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ รูปแบบการดำเนินชีวิต มีอิทธิพลต่อ
 พฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคนใน
 กรุงเทพมหานคร ในเรื่องความถี่ในการใช้แอลกอฮอล์ขึ้น หมอชนะ ไทยชนะ เมื่อเดินทางไปในพื้นที่
 หรืออาคารสาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ โดยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple
 Regression) 184

ตาราง 103 แสดงผลค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง รูปแบบการดำเนินชีวิต กับพฤติกรรมในการใช้ อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร - นคร ในเรื่องความถี่ในการใช้แอลกอฮอล์ล้างมือขณะ เมื่อเดินทางไปในพื้นที่หรืออาคาร สาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ โดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธี Enter 185

ตาราง 104 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้ อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ใน เรื่องใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ โดยใช้การวิเคราะห์ความถดถอย พหุคูณ (Multiple Regression)..... 187

ตาราง 105 แสดงผลค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง ตัวแปรอิสระกับพฤติกรรมในการใช้ อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ใน เรื่องใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ โดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธี Enter 188

ตาราง 106 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้ อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ใน เรื่องทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์โดยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) 190

ตาราง 107 แสดงผลค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง ตัวแปรอิสระกับพฤติกรรมในการใช้ อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ใน เรื่องทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์โดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธี Enter 191

ตาราง 108 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้ อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ใน เรื่องติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19 โดยใช้การวิเคราะห์ความถดถอย พหุคูณ (Multiple Regression)..... 193

ตาราง 109 แสดงผลค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง ตัวแปรอิสระกับพฤติกรรมในการใช้ อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ใน

เรื่องติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19 โดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธี Enter 194

ตาราง 110 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการซื้ออุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือน โดยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)..... 196

ตาราง 111 แสดงผลค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง ตัวแปรอิสระกับพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องในเรื่องค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการซื้ออุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือน โดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธี Enter 197

ตาราง 112 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องจำนวนครั้งที่มีการพูดคุยเกี่ยวกับข้อมูลโรคโควิด-19 ต่อสัปดาห์ โดยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)..... 199

ตาราง 113 แสดงผลค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง ตัวแปรอิสระกับพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องจำนวนครั้งที่มีการพูดคุยเกี่ยวกับข้อมูลโรคโควิด-19 ต่อสัปดาห์ โดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธี Enter 200

ตาราง 114 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องความถี่ในการทำความสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจจะนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ โดยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) 201

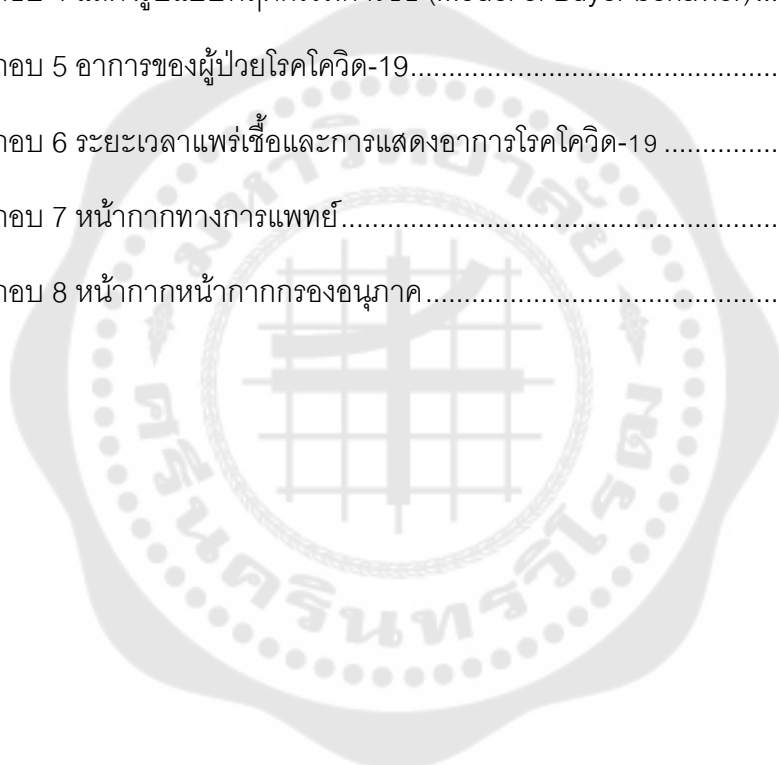
ตาราง 115 แสดงผลค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง ตัวแปรอิสระกับพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องความถี่ในการทำความสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจจะนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ โดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธี Enter 202

ตาราง 116 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้ อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ใน เรื่องความถี่ในการใช้แอปพลิเคชัน หมอชนะ ไทยชนะ เมื่อเดินทางไปในพื้นที่หรืออาคารสาธารณะ ครั้งต่อสัปดาห์ โดยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression).....	204
ตาราง 117 แสดงผลค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง ตัวแปรอิสระกับพฤติกรรมในการใช้ อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ใน เรื่องความถี่ในการใช้แอปพลิเคชัน หมอชนะ ไทยชนะ เมื่อเดินทางไปในพื้นที่หรืออาคารสาธารณะ ครั้งต่อสัปดาห์ โดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธี Enter	205
ตาราง 118 แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน.....	208



สารบัญรูปภาพ

	หน้า
ภาพประกอบ 1 แสดงกรอบแนวคิดการวิจัย	9
ภาพประกอบ 2 ขั้นตอนและกระบวนการเกิดความตระหนักรู้	16
ภาพประกอบ 3 อิทธิพลของแบบของการใช้ชีวิตที่มีต่อการตัดสินใจซื้อ	19
ภาพประกอบ 4 แสดงรูปแบบพฤติกรรมกาซื้อ (Model of Buyer behavior)	23
ภาพประกอบ 5 อาการของผู้ป่วยโรคโควิด-19	28
ภาพประกอบ 6 ระยะเวลาแพร่เชื้อและการแสดงอาการโรคโควิด-19	29
ภาพประกอบ 7 หน้ากากทางการแพทย์	31
ภาพประกอบ 8 หน้ากากหน้ากการกรองอนุภาค	32



บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

โรคโควิด-19 คือโรคติดต่อซึ่งเกิดจากไวรัสโคโรนาชนิดที่มีการค้นพบล่าสุด ซึ่งโรคนี้เป็นโรคอุบัติใหม่มีการระบาดครั้งแรกในเดือนธันวาคม ปี 2019 ณ เมืองอู่ฮั่น ประเทศจีน (องค์การอนามัยโลก, 2020) (เอกสารจากเว็บไซต์) การแพร่เชื้อจากคนสู่คนเกิดได้โดยผ่านทางฝอยละอองจากจมูกหรือปากซึ่งขับออกมาเมื่อผู้ป่วย ไอหรือจาม สามารถรับเชื้อได้จากการหายใจเอาฝอยละอองเข้าไปจากผู้ป่วย หรือจากการเอามือไปจับพื้นผิวที่มีฝอยละอองเหล่านั้นแล้วมาจับตามใบหน้า การติดเชื้อไวรัสชนิดนี้มีตั้งแต่ทำให้เกิดอาการเล็กน้อยในระบบอื่นที่ไม่ใช่ระบบทางเดินหายใจ อาการผิดปกติในระบบทางเดินหายใจแบบเฉียบพลัน ภาวะพิษเหตุติดเชื้อที่เป็นสาเหตุของอวัยวะล้มเหลวและการเสียชีวิต อย่างไรก็ตาม ผู้ติดเชื้อบางรายแจ้งว่าไม่มีอาการใด ๆ เลย ขณะนี้โรคโควิด-19 มีการระบาดใหญ่ไปทั่วโลก โดยมีรายงานยอดผู้ติดเชื้อมากกว่าเจ็ดสิบล้านราย และเสียชีวิตกว่าหนึ่งล้านเจ็ดแสนรายทั่วโลก (Worldometers, 2020) (เอกสารจากเว็บไซต์) การระบาดของโรคโควิด-19 นี้ ทำให้เกิดวิกฤตทางระบบสาธารณสุข รวมถึงเศรษฐกิจและสังคม เป็นความท้าทายใหญ่หลวงในระดับโลก เพราะปัจจุบันนี้ยังไม่มียาต้านไวรัสที่ได้รับการขึ้นทะเบียนให้ใช้รักษาโรคนี้ได้ ดังนั้นการรักษาสุขภาพอนามัย การมีความรู้เกี่ยวกับโรคและการจัดหาอุปกรณ์ป้องกันตนเองให้ปลอดภัยจากโรคเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่ง เพื่อลดความเสี่ยงของการแพร่กระจายผู้ติดเชื้อ

การป้องกันตนเองจากการติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 โดยอ้างอิงคำแนะนำของสมาคมโรคติดเชื้อแห่งประเทศไทย (สมาคมโรคติดเชื้อแห่งประเทศไทย, 2020) (เอกสารจากเว็บไซต์) คำแนะนำทั่วไปมีดังนี้

- งดเปลี่ยนการเดินทางไปสถานที่ที่กำลังมีการระบาด
- หลีกเลี่ยงการกินเนื้อสัตว์ดิบ หรือสุกๆดิบๆ
- หลีกเลี่ยงการเดินทางไปยังสถานที่แออัด ไม่อยู่ใกล้ชิดผู้ที่กำลังป่วย
- ล้างมือบ่อยๆ ด้วยสบู่และน้ำ หรือแอลกอฮอล์ อย่างน้อย 20 วินาที โดยเฉพาะหลังใช้ห้องน้ำ ก่อนกินอาหาร และหลังไอ จาม หรือสั่งน้ำมูก ควรล้างมือด้วยสบู่และน้ำหากมีสบู่ปรกชัดเจน

- หลีกเลี่ยงการสัมผัสผ้า จมูก ปาก หรือน้ำมูก หรือเข้าไปในที่แออัด
- ปิดปากด้วยกระดาษทิชชูเมื่อไอ หรือจาม และทิ้งกระดาษทิชชูลงในถังขยะทันที

การสวมใส่หน้ากากเป็นอีกมาตรการป้องกันและควบคุมการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ให้อยู่ในวงจำกัด หลักการของหน้ากากมีประโยชน์เพื่อปกป้องคนสุขภาพดี (สวมหน้ากากเพื่อป้องกันตนเองเมื่อสัมผัสใกล้ชิดผู้ติดเชื้อ) หรือควบคุมแหล่งแพร่เชื้อ (ผู้ติดเชื้อสวมหน้ากากเพื่อป้องกันการแพร่เชื้อ)

จากสถานการณ์การปัจจุบันยังไม่สามารถคาดการณ์ได้แน่นอนว่าจะสามารถควบคุมการระบาดในได้เมื่อไร ดังนั้นความเข้มงวดในการป้องกันตัวยังเป็นสิ่งสำคัญ แต่ทั้งนี้การเลือกคุณสมบัติของอุปกรณ์ในการป้องกันการติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ประชาชนจำเป็นต้องมีความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับโรคและสามารถประเมินความเสี่ยงของตนเองเพื่อสามารถเลือกอุปกรณ์ให้เหมาะสมกับลักษณะการดำเนินชีวิต

เนื่องจากปัญหาที่พบหลังจากเกิดการระบาดของโรคโควิด-19 เนื่องจากสิ่งที่ประชาชนรับรู้ในวงกว้างคือโรคโควิด-19 เป็นโรคเป็นโรคติดต่อที่ยังไม่มียารักษาและสามารถเสียชีวิตได้ จึงทำให้เกิดเหตุการณ์ขาดแคลนอุปกรณ์ป้องกันต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นหน้ากากอนามัย และแอลกอฮอล์ ทำความสะอาดมือ ซึ่งก่อให้เกิดผลกระทบในวงกว้าง ทั้งการกักตุนและขึ้นราคาสินค้าของผู้ประกอบการบางราย หรือการนำของที่ไม่ได้มาตรฐานในการป้องกันออกจำหน่าย รวมถึงการที่บุคลากรทางการแพทย์ในฐานะด่านหน้าที่ต้องเผชิญกับผู้ที่มีความเสี่ยงในการติดเชื้อ ไม่สามารถจัดหาอุปกรณ์ป้องกันที่เหมาะสมได้ เช่น หน้ากาก N95 และชุด PPE แต่เมื่อมีการระบาดมาในระยะหนึ่ง สถานการณ์ในประเทศไทยดูเหมือนว่าค่อนข้างควบคุมการระบาดได้ประชาชนจึงมีการผ่อนคลายลดวินัยในการป้องกัน แต่ในระดับโลกยังมีการระบาดอย่างรุนแรง ณ เดือนธันวาคม 2563 มีผู้ติดเชื้อรายใหม่ทั้งโลกหลักแสนรายต่อวัน จึงยังมีความเสี่ยงการกลับมาระบาดในประเทศอยู่ และอาจเกิดสถานการณ์ซ้ำอุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ด้วยความตื่นตระหนก (Panic buy) อีกครั้ง ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาอิทธิพลของความรู้ความเข้าใจต่อโรคโควิด-19 ความตระหนักต่อโรคโควิด-19 และ รูปแบบการดำเนินชีวิต ต่อพฤติกรรมการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร โดยหวังว่าผลจากการศึกษาในครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการเกี่ยวกับอุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 โดยนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ในการวางแผนการตลาด กำหนดรูปแบบการสื่อสาร รวมถึงคิดค้นและปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมต่อกลุ่มเป้าหมายได้มากยิ่งขึ้นในอนาคต

ความมุ่งหมายของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหมายไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาปัจจัยทางด้านลักษณะประชากรศาสตร์ประกอบด้วย เพศอายุ ระดับ

การศึกษาอาชีพ รายได้ สถานภาพ ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้อุปกรณ์ป้องกัน การติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ของผู้บริโภคนในกรุงเทพมหานคร

2. เพื่อศึกษาความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคโควิด-19 ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการ ใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ของผู้บริโภคนในกรุงเทพมหานคร

3. เพื่อศึกษาความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคโควิด-19 ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้ อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ของผู้บริโภคนในกรุงเทพมหานคร

4. เพื่อศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้อุปกรณ์ป้องกัน การติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ของผู้บริโภคนในกรุงเทพมหานคร

ความสำคัญของการวิจัย

1. เพื่อเป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการเกี่ยวกับอุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ได้ทราบถึงความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคโควิด-19 ความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคโควิด-19 และรูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019

2. ผู้ประกอบการเกี่ยวกับอุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 สามารถนำผล วิจัยที่ได้ไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนการตลาด กำหนดรูปแบบการสื่อสาร คิดค้นและปรับปรุง ผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับผู้บริโภคนมากขึ้น

3. เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจและผู้เกี่ยวข้อง โดยนำผลการวิจัยที่ได้ไปศึกษาต่อ ยอดเพิ่มเติมในอนาคต

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตของเนื้อหา

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์ที่จะศึกษาความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคโควิด-19 ความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคโควิด-19 และรูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 รวมถึงความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคโควิด-19 ที่มีอิทธิพลต่อความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคโควิด-19 โดยมีขอบเขตการศึกษาจากกลุ่มผู้บริโภคนที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการทำวิจัยในครั้งนี้ คือ ประชากรที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครที่ใช้ อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยนี้ คือ ผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในเขตพื้นที่จังหวัด กรุงเทพมหานคร ที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไปที่ใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 เนื่องจากผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงอาศัยการกำหนดขนาดการสุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรคำนวณหาตัวอย่างในกรณีที่ไม่มีทราบจำนวนประชากร (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2545b, น. 25-26) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และกำหนดให้ความผิดพลาดสูงสุดที่ยอมรับให้เกิดขึ้นได้ไม่เกิน 5% ดังนั้นจากการคำนวณได้กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา จะเท่ากับ 385 คน และมีการเก็บข้อมูลสำรองเพื่อความคลาดเคลื่อนอีก 15 คน ดังนั้นงานวิจัยนี้จึงใช้กลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวนทั้งสิ้น 400 คน

วิธีการสุ่มตัวอย่าง

การสุ่มกลุ่มตัวอย่างใช้การสุ่มแบบอาศัยความสะดวก (Convenience Sampling) โดยใช้วิธีออนไลน์ในการส่งแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งกลุ่มตัวอย่างจะทำการตอบแบบสอบถามด้วยตนเองจนครบ 400 ชุด

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) แบ่งได้ ดังนี้

1.1 ลักษณะประชากรศาสตร์

1.1.1 เพศ

1.1.1.1 เพศชาย

1.1.1.2 เพศหญิง

1.1.2 อายุ

1.1.2.1 18-23 ปี

1.1.2.2 24-29 ปี

1.1.2.3 30-35 ปี

1.1.2.4 36 ปีขึ้นไป

1.1.3 สถานภาพการสมรส

1.1.3.1 โสด

1.1.3.2 สมรส

1.1.3.3 หย่าร้าง / แยกกันอยู่ / หม้าย

1.1.4 ระดับการศึกษา

1.1.4.1 ต่ำกว่าปริญญาตรี

- 1.1.4.2 ปริญาตรีหรือเทียบเท่า
- 1.1.4.3 สูงกว่าปริญญาตรี
- 1.1.5 อาชีพ
 - 1.1.5.1 นักเรียน/นักศึกษา
 - 1.1.5.2 ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ
 - 1.1.5.3 พนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง
 - 1.1.5.4 เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว
 - 1.1.5.5 อื่นๆ (โปรดระบุ)
- 1.1.6 รายได้
 - 1.1.6.1 ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท
 - 1.1.6.2 10,001 – 30,000 บาท
 - 1.1.6.3 30,001 – 50,000 บาท
 - 1.1.6.4 สูงกว่า 50,000 บาทขึ้นไป
- 1.2 ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคโควิด-19
 - 1.2.1 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับโรคโควิด-19
 - 1.2.2 ความรู้ในการเลือกใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019
- 1.3 ความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคโควิด-19
- 1.4 รูปแบบการดำเนินชีวิตแบ่งออกเป็น
 - 1.4.1 กิจกรรม
 - 1.4.2 ความสนใจ
 - 1.4.3 ความคิดเห็น

2. ตัวแปรตาม (Dependent Variable) พฤติกรรมการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. ผู้บริโภค

หมายถึงประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร

2. ความรู้ความเข้าใจโรคโควิด-19

โรคโควิด-19 คือโรคติดต่อซึ่งเกิดจากไวรัสโคโรนาชนิดที่มีการค้นพบล่าสุด โดยไวรัสและโรคอุบัติใหม่นี้ไม่เป็นที่รู้จักเลยก่อนที่จะมีการระบาดในเมืองอู่ฮั่น ประเทศจีนในเดือนธันวาคมปี

2019 มีการระบาดใหญ่ไปทั่ว ส่งผลกระทบแก่หลายประเทศทั่วโลก โดยผู้ป่วยส่วนใหญ่มักมีอาการไข้ ไอ เจ็บคอ หายใจลำบาก บางรายอาจมีปอดอักเสบรุนแรงถึงขั้นเสียชีวิตได้ โรคโควิด 19 นี้โดยหลักแล้ว แพร่จากคนสู่คนผ่านทางฝอยละอองจากจามหรือปากซึ่งขับออกมาเมื่อผู้ป่วย ไอ หรือจาม เราได้รับเชื้อได้จากการหายใจเอาฝอยละอองเข้าไปจากผู้ป่วย หรือจากการเอามือไปจับพื้นผิวที่มีฝอยละอองเหล่านั้นแล้วมาจับตามใบหน้า ระยะเวลานับจากการติดเชื้อและการแสดงอาการ (ระยะฟักตัว) มีตั้งแต่ 1-14 วัน และมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 5-6 วัน เกิน 97% ของผู้ป่วยเริ่มมีอาการภายใน 14 วัน (องค์การอนามัยโลก, 2020) (เอกสารจากเว็บไซต์)

3. การป้องกันตัวจากการติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019

การรักษาสุขอนามัยของมือและการใช้หน้ากากเป็นมาตรการที่ใช้ป้องกันและควบคุมการระบาดของโรค โดยการรักษาความสะอาดของมือและการเลือกคุณสมบัติของหน้ากากสามารถทำได้ดังนี้

การทำความสะอาดมือ

การล้างมือด้วยสบู่

การล้างมือเพื่อขจัดสิ่งสกปรกต่างๆ เหงื่อ ไขมัน ที่ออกมาตามธรรมชาติ และลดจำนวนเชื้อโรคที่อาศัยอยู่ชั่วคราวบนมือ การล้างมืออย่างถูกวิธีต้องล้างด้วยสบู่ก่อนหรือสบู่เหลว ใช้เวลาในการฟอกมือนานประมาณ 20 วินาที (กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข, 2563) (เอกสารจากเว็บไซต์)

การล้างมือด้วยแอลกอฮอล์ (Alcohol)

กรณีที่ไม่สามารถล้างมือด้วยสบู่ได้ สามารถทำความสะอาดมือด้วยผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ความเข้มข้น 70-90% v/v เนื่องจากเป็นความเข้มข้นที่สามารถฆ่าไวรัสได้ ไม่แนะนำให้ผสมแอลกอฮอล์ชนิดน้ำความเข้มข้น 70% v/v หรือต่ำกว่ากับสารอื่นเพราะจะทำให้ความเข้มข้นของแอลกอฮอล์ น้อยกว่า 70% v/v วิธีใช้แอลกอฮอล์ทำความสะอาดให้เทผลิตภัณฑ์ 3-5 มล.ลงในฝ่ามือลูบให้ทั่วฝ่ามือหลังมือและนิ้วมือทิ้งไว้ 20-30 วินาทีจนแอลกอฮอล์ระเหยแห้ง (สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา, 2563) (เอกสารจากเว็บไซต์)

ประเภทของหน้ากากอนามัย

สามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภทดังนี้

หน้ากากทางการแพทย์ (medical mask)

หน้ากากทางการแพทย์ที่ออกแบบสำหรับใช้ครั้งเดียวมีคุณสมบัติการกรองเบื้องต้น (กรองละอองฝอยอย่างน้อยร้อยละ 95) หน้ากากทางการแพทย์มีรูปทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้า และประกอบด้วย ชั้นผ้า 3 หรือ 4 ชั้น แต่ละชั้นประกอบด้วยเส้นใยละเอียดถึงละเอียดมาก

หน้ากากเหล่านี้ผ่านการทดสอบความสามารถในการป้องกันละอองฝอยซึมผ่าน (ขนาด 3 ไมโครเมตรตามมาตรฐาน EN 14683 และ ASTM F2100) และป้องกันอนุภาคเล็ดลอด (ขนาด 0.1 ไมโครเมตร มาตรฐาน ASTM F2100 เท่านั้น) หน้ากากต้องกันละอองฝอยและอนุภาคได้ แต่ขณะเดียวกันก็ต้องปล่อยให้อากาศผ่านได้เพื่อให้หายใจสะดวกด้วย หน้ากากทางการแพทย์จัดเป็นเครื่องมือแพทย์ควบคุม และจัดเป็นอุปกรณ์ประเภท PPE การใช้หน้ากากทางการแพทย์โดยประชาชนทั่วไปในชุมชนนั้นอาจเป็นการดึงทรัพยากรที่สำคัญไปจากบุคลากรสาธารณสุข และเจ้าหน้าที่ด่านหน้าที่จำเป็น ควรสวมหน้ากากทางการแพทย์ไว้ให้บุคลากรสาธารณสุข และบุคคลกลุ่มเสี่ยงใช้ (องค์การอนามัยโลกประจำประเทศไทย, 2563) (เอกสารจากเว็บไซต์)

หน้ากากอนามัยชนิดทั่วไป (non-medical mask)

หน้ากากอนามัยชนิดทั่วไป รวมถึงหน้ากากผ้าด้วย มีการกำหนดมาตรฐานของหน้ากากอนามัยชนิดทั่วไปโดยสมาคมมาตรฐานสินค้าแห่งฝรั่งเศส (AFNOR Group) เพื่อกำหนดมาตรฐานขั้นต่ำด้านสมรรถนะการกรอง (กรองอนุภาคแข็งหรือละอองฝอยอย่างน้อยร้อยละ 70) และความสะดวกในการหายใจ (ความต่างของแรงดันสูงสุด 0.6 mbar/ตร.ซม. หรือแรงต้านการหายใจเข้าสูงสุด 2.4 mbar/ตร.ซม. และแรงต้านการหายใจออกสูงสุด 3 mbar/ตร.ซม.) (องค์การอนามัยโลกประจำประเทศไทย, 2563) (เอกสารจากเว็บไซต์)

สรุปคำแนะนำและข้อพิจารณาเกี่ยวกับส่วนประกอบและโครงสร้างของหน้ากากอนามัยชนิดทั่วไป

การเลือกผ้า

1. เลือกวัสดุที่สามารถจับอนุภาค และละอองฝอยแต่หายใจสะดวก
2. หลีกเลี่ยงการใช้วัสดุที่มีความยืดหยุ่นในการทำหน้ากาก เนื่องจากประสิทธิภาพการกรองต่ำ และเสียหายง่ายหากซักที่อุณหภูมิสูง
3. แนะนำให้ใช้ผ้าที่ทนอุณหภูมิสูง (อย่างน้อย 60° C)

โครงสร้าง

ควรใช้ชั้นผ้าอย่างน้อย 3 ชั้น ขึ้นอยู่กับผ้าที่ใช้ ชั้นในสัมผัสปาก ส่วนชั้นนอกสัมผัสกับสิ่งแวดล้อมเลือกใช้วัสดุหรือผ้าที่มีคุณสมบัติดูดซับน้ำเป็นชั้นในเพื่อซึมซับละอองฝอย โดยใช้ร่วมกับวัสดุสังเคราะห์ที่มีคุณสมบัติไม่ดูดซับของเหลวง่ายเป็นชั้นนอก

การจัดการหน้ากาก

- ควรใช้หน้ากากโดยคนเดียวเท่านั้น
- ควรเปลี่ยนหน้ากากทุกครั้งเมื่อสกปรกหรือเปียก ไม่ควรสวมหน้ากากที่สกปรกหรือเปียกเป็นเวลานาน

- ควรซักหน้ากากอนามัยชนิดทั่วไปบ่อย ๆ และใช้อย่างระมัดระวังเพื่อไม่ให้เกิดการปนเปื้อนเชื้อโรคบนสิ่งของอื่น
- ควรหาข้อมูลอุณหภูมิการซักสูงสุดของวัสดุ/เส้นใยผ้าที่ใช้ทำหน้ากาก ซึ่งข้อมูลนี้ระบุอยู่บนฉลากเสื้อผ้า
- อาจซักผ้าสปอนบอนด์แบบไม่ทอที่ผลิตจากโพลีพรอพไพลีน (PP) ที่อุณหภูมิสูงได้ แต่ไม่เกิน 140°C
- หน้ากากที่ผลิตจากผ้าสปอนบอนด์แบบไม่ทอที่ผลิตจากโพลีพรอพไพลีน (PP) ที่ใช้ร่วมกับผ้าฝ้ายสามารถทนอุณหภูมิสูงได้ จึงอาจทำความสะอาดหน้ากากที่มีส่วนประกอบดังกล่าวด้วยไอน้ำหรือการต้ม
- หากไม่มีน้ำร้อน ซักหน้ากากด้วยสบู่/ผลิตภัณฑ์ซักผ้าในน้ำที่อุณหภูมิห้อง หลังจากนั้น ต้มหน้ากากนานหนึ่งนาที่ หรือ แช่หน้ากากในคลอรีน 0.1% นานหนึ่งนาที่ แล้วล้างด้วยน้ำที่อุณหภูมิห้อง เพื่อหลีกเลี่ยงคลอรีนตกค้างที่เป็นพิษ

4. ความตระหนักรู้

ความตระหนักรู้ หมายถึง สิ่งที่คุณแสดงออก หรือภาวะที่คุณสนใจ สำนึกถึงความสำคัญของบางสิ่งบางอย่าง ในกรณีของงานวิจัยนี้ หมายถึงผลที่อาจเกิดขึ้นจากการป่วยเป็นโรคโควิด 19 ต่อทั้งตนเอง บุคคลรอบข้าง และสังคม

5. รูปแบบการดำเนินชีวิต

รูปแบบการดำเนินชีวิต หมายถึง ลักษณะการดำเนินชีวิตของแต่ละบุคคล โดยรูปแบบที่ปฏิบัตินั้นทำโดยเป็นกิจวัตร รวมถึงงานอดิเรก หรือการใช้เวลาว่างในชีวิตประจำวัน ในการประกอบกิจกรรมต่างๆ ซึ่งแสดงออกในลักษณะของกิจกรรม ความสนใจและความเห็น

6. พฤติกรรมการตัดสินใจ

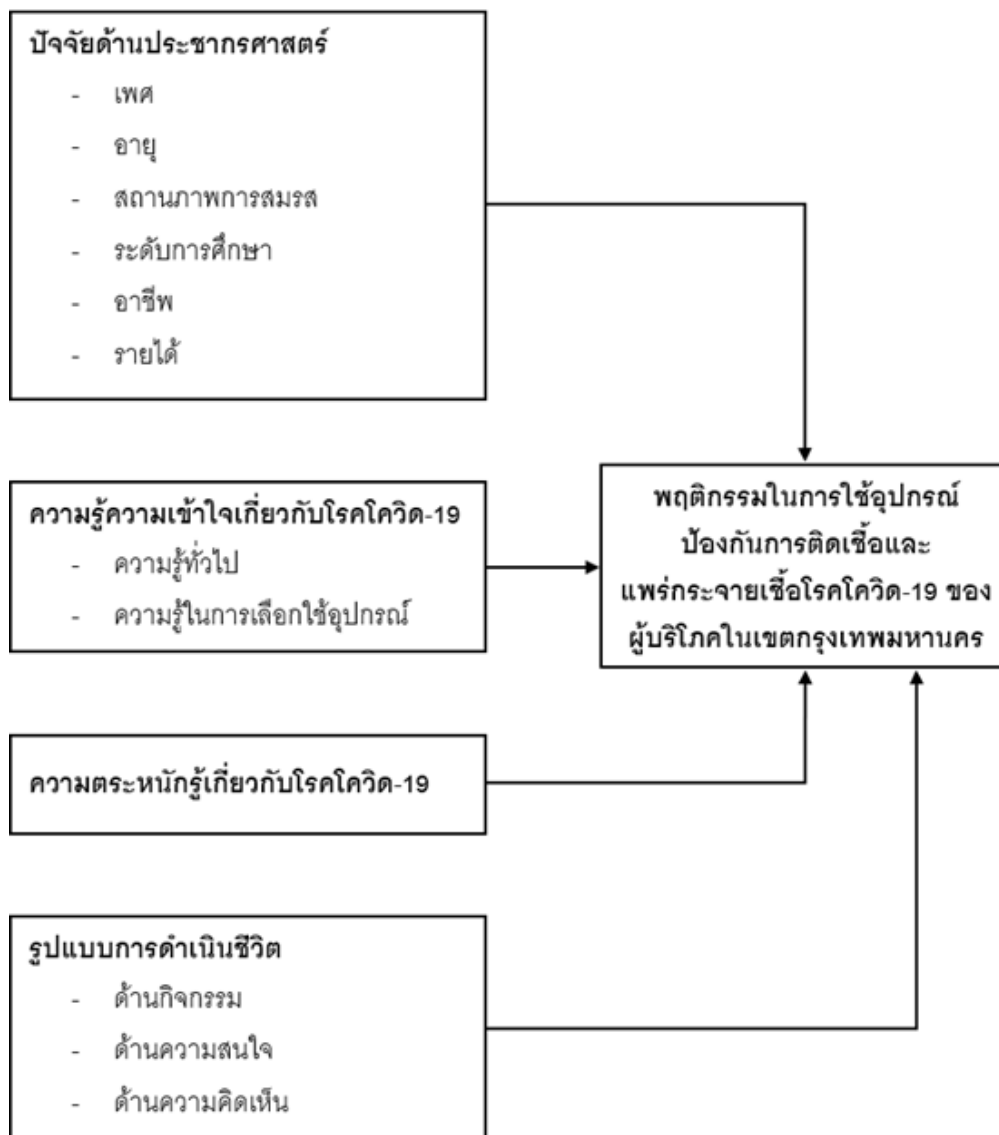
เป็นพฤติกรรมของผู้บริโภคในการตัดสินใจใช้บริการ โดยเป็นการตัดสินใจในเรื่องจำนวนวันที่ใช้งาน จำนวนครั้งที่ใช้บริการต่อปี และการตัดสินใจใช้งานอีกครั้งในอนาคต ซึ่งเป็นรูปแบบพฤติกรรมการใช้งานของผู้ใช้บริการในแต่ละบุคคล

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการวิจัยเรื่องการศึกษาถึง พฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครมีกรอบแนวคิดในการวิจัยที่สามารถแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตามดังนี้

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม



ภาพประกอบ 1 แสดงกรอบแนวคิดการวิจัย

สมมติฐานในการวิจัย

1. ลักษณะประชากรศาสตร์ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ที่แตกต่างกัน

2. ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคโควิด-19 มีอิทธิพลกับพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ที่แตกต่างกันของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร
3. ความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคโควิด-19 มีอิทธิพลกับพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ที่แตกต่างกันของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร
4. รูปแบบการดำเนินชีวิตมีอิทธิพลกับพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ที่แตกต่างกันของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร



บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่องพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคนในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าทฤษฎีแนวความคิด รวมถึงผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นแนวทางสำหรับกำหนดกรอบความคิด ตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม โดยมีหัวข้อหลักดังนี้

1. ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับประชากรศาสตร์
2. ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจ
3. ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับความตระหนักรู้
4. ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต
5. ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค
6. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับโรคโควิด-19
7. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับประชากรศาสตร์

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2550, น.57-58) กล่าวว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย อายุ เพศ สถานภาพ ครอบครัว รายได้ อาชีพ การศึกษา ลักษณะเหล่านี้เป็น เกณฑ์ที่นิยมใช้ในการแบ่งส่วนการตลาด ลักษณะประชากรศาสตร์เป็นสิ่งสำคัญและสถิติที่วัดได้ของประชากรที่ช่วยกำหนดตลาดเป้าหมาย รวมทั้งง่ายต่อการวัดมากกว่าตัวแปรอื่น ตัวแปรด้านทางประชากรศาสตร์ที่สำคัญมีดังนี้

เพศ (Sex)

เป็นตัวแปรในการแบ่งส่วนตลาดที่สำคัญเช่นกัน นักการตลาดต้องศึกษาตัวแปรตัวนี้ อย่างรอบคอบเพราะในปัจจุบันนี้ตัวแปรด้านเพศมีการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมผู้บริโภคการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวอาจมีสาเหตุจากการที่สตรีทำงานมากขึ้น

อายุ (Age)

เนื่องจากผลิตภัณฑ์จะสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่มีอายุต่างกัน นักการตลาดจึงใช้ประโยชน์จากอายุเป็นตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างของส่วนตลาด ใช้ค้นคว้าความต้องการของตลาดส่วนเล็ก (Niche Market) โดยมุ่งสำคัญที่ตลาดอายุนั้น ความแตกต่างของช่วงอายุทำให้คนมีความแตกต่างกันในเรื่องของความคิดและพฤติกรรม

ลักษณะครอบครัว (Marital Status)

ในอดีตจนถึงปัจจุบันลักษณะครอบครัวเป็นเป้าหมายที่สำคัญของการใช้ความพยายามทางการตลาดมาโดยตลอดและมีความสำคัญยิ่งขึ้นในส่วนที่เกี่ยวกับหน่วยผู้บริโภค นักการตลาดจะสนใจจำนวนและลักษณะของบุคคลในครัวเรือนที่ใช้สินค้าใดสินค้าหนึ่ง และยังสนใจจำนวนและลักษณะของบุคคลในครัวเรือนที่ใช้สินค้าใด สินค้าหนึ่ง และโครงสร้างด้านสื่อที่เกี่ยวข้องกับผู้ตัดสินใจในครัวเรือนเพื่อช่วยในการพัฒนากลยุทธ์การตลาดให้เหมาะสม

การศึกษา (Education)

เป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความคิด ค่านิยม ทศนคติและพฤติกรรมแตกต่างกัน คนที่มีการศึกษาสูงจะได้เปรียบอย่างมากในการรับรู้สารที่ดี เพราะเป็นผู้มีความกว้างขวางและเข้าใจสารได้ดี แต่จะเป็นคนที่ไม่เชื่ออะไรง่ายๆ ถ้าไม่มีหลักฐานหรือเหตุผลเพียงพอในขณะที่คนมีการศึกษาต่ำ และมีแนวโน้มที่จะบริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพที่ต่ำกว่า และมีราคาที่สูงกว่าผู้ที่มีการศึกษาต่ำ

อาชีพ (Occupation)

ในแต่ละสาขาอาชีพจะมีความจำเป็นและความต้องการในสินค้าและบริการที่ต่างกัน เช่น ส่วนใหญ่จะโยงเกณฑ์อาชีพพร้อมกับตัวแปรด้านประชากรศาสตร์หรืออื่นๆ เพื่อให้กำหนดตลาดเป้าหมายได้ชัดเจนยิ่งขึ้น เช่น กลุ่มอาชีพอาจจะเกี่ยวข้องกับเกณฑ์อายุและรายได้ร่วมกัน

รายได้ (Income)

โดยทั่วไปนักการตลาดจะสนใจผู้บริโภคที่มีความร่ำรวยแต่อย่างไรก็ตามกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มนี้มักเป็นตลาดที่ค่อนข้างแคบ (niche market) ตลาดขนาดใหญ่มักเป็นผู้บริโภคที่มีรายได้ต่ำถึงปานกลาง ดังนั้นปัญหาสำคัญในการแบ่งส่วนการตลาดโดยถือเกณฑ์รายได้อย่างเดียวก็คือรายได้จะเป็นตัวชี้การมีหรือไม่มีความสามารถในการจ่ายสินค้า แต่การเลือกซื้อสินค้าที่เกิดขึ้นในชีวิตจริงของผู้บริโภคอาจมีตัวแปรด้านประชากรศาสตร์อื่นๆประกอบด้วย

จากแนวคิดทางด้านประชากรศาสตร์ข้างต้น ผู้วิจัยจึงนำปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์อันได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ มาเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถามเพื่อทำการศึกษาถึงอิทธิพลของปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับความรู้และความเข้าใจ

ความหมายของความรู้และความเข้าใจ

จากการสืบค้นข้อมูล พบว่ามีผู้นิยามความหมายของความรู้และความเข้าใจไว้อย่างหลากหลายดังตัวอย่างเช่น

ชวาล แพรัตกุล (2552, น. 133) ได้นิยามความหมายของความรู้ คือ รายละเอียดของข้อเท็จจริงซึ่งเป็นการส่งต่อเรื่องราวต่างๆ ซึ่งอาจเป็นประสบการณ์ที่สะสมมาจากอดีตและถ่ายทอดต่อกันมา หรือเป็นสิ่งที่เกิดจากการอบรมสั่งสอนจากสถานศึกษา หรือแม้กระทั่งจากครอบครัว สังคม หรือสิ่งแวดล้อมได้เช่นกัน

จำนง พรายแย้มแซ (2531, น. 44) ได้นิยามความหมายของความรู้ คือ การคงรักษาไว้ซึ่งเรื่องราวที่ถ่ายทอดจากประสบการณ์

ประภาเพ็ญ สุวรรณ (2520, น. 10-11) นิยามความหมายของความรู้ คือ พฤติกรรมที่เป็นลำดับขั้นตอน อาจจะเป็นแนวทฤษฎีที่เป็นข้อเท็จจริง คำจำกัดความ วิธีการแก้ปัญหา หรือกฎโครงสร้างที่ได้บัญญัติไว้ในอดีต โดยเป็นสิ่งที่ส่งต่อกันมาด้วยความจำ การฝึกฝน หรือการมองเห็น

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2543, น. 185-189) กล่าวไว้ว่า ความรู้ (knowledge) หมายถึง ข้อมูลของข่าวสารที่เกี่ยวกับหน้าที่ของบุคคลที่ใช้บริการในตลาดที่อยู่ในความจำ โดยเรียกว่า ความรู้เกี่ยวกับผู้ใช้บริการ (Consumer Knowledge) โดยสามารถศึกษาได้จากการตอบคำถาม ดังนี้ ผู้บริโภคอะไร ความรู้จัดระเบียบในความจำ ในรูปแบบใดและสามารถวัดหรือทดสอบความรู้ได้อย่างไร

การแบ่งประเภทของความรู้

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2543, น. 186-189) ได้แบ่งประเภทของความรู้ ออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่

1. Craft

ความรู้ประเภทนี้เกิดขึ้นในตัวบุคคลซึ่งทำงานมาเป็นเวลานาน เป็นงานที่เกิดจากการสร้างสรรค์ของบุคคลนั้นๆ โดยที่ความรู้ประเภทนี้สามารถปรับเปลี่ยนได้ตลอดเวลา เพื่อให้เหมาะกับสภาวะที่มีการเปลี่ยนแปลง ซึ่งมักเกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลา ดังนั้นจึงเป็นความรู้ที่ถ่ายทอดต่อให้บุคคลอื่นได้ยาก และต้องใช้เวลายาวนานในการเรียนรู้

2. Practical

ความรู้ประเภทนี้เกิดขึ้นจากการทำงานตามคำสั่งซ้ำๆ โดยแต่ละบุคคลจะมีกระบวนการคิดและปรับตัวเพื่อให้เข้ากับระบบที่ถูกออกแบบไว้แล้ว เช่น ลักษณะการทำงานทางอุตสาหกรรมในส่วนของกระบวนการผลิต ผู้ปฏิบัติงานจะค่อยๆ พัฒนาการทำงานให้เข้ากับสายพานการผลิต เมื่อบุคคลเหล่านี้มีความคุ้นเคยกับกระบวนการทำงานของระบบก็จะสามารถ

หยิบจับเครื่องมือต่างๆได้ด้วยความชำนาญ โดยไม่จำเป็นต้องใช้ตามอง ความรู้ประเภทนี้สามารถส่งต่อและทอดถ่ายจากบุคคลรุ่นหนึ่งสู่อีกรุ่นหนึ่งได้ง่าย ความรู้ประเภทนี้สามารถเห็นประโยชน์ได้ชัดเจน และสามารถสอนกันโดยไม่จำเป็นต้องอาศัยแรงงาน

3. Architectural

ความรู้ประเภทนี้เกิดขึ้นจากการคิดปรับปรุงกระบวนการผลิตต่างๆ โดยมี

เป้าหมายเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของระบบงาน โดยความรู้ประเภทนี้จะค่อยๆเกิดกับตัวบุคคลจนกลายเป็นความรู้ในที่สุด บุคคลเหล่านี้สามารถออกแบบกระบวนการผลิตใหม่ๆได้มากมาย และพร้อมทั้งสามารถประเมินความสามารถของกระบวนการผลิตเหล่านั้นได้อย่างแม่นยำ ความรู้ประเภทนี้เป็นส่วนผสมระหว่างความรู้ 2 ประเภทแรก จัดเป็นสุดยอดความรู้ เพราะช่วยพัฒนาวิธีการผลิตในระดับสูง ลดค่าใช้จ่าย และเพิ่มความเร็วในการทำงาน บุคคลที่มีความรู้ประเภทนี้ต้องมีความสามารถสูง ฉลาดและช่างสังเกต ในความจริงหากบุคคลประเภทนี้ได้ยาก และเป็นสิ่งที่มีคุณค่ามากที่สุด ช่วยพัฒนาสังคมได้ การเพิ่มหรือก่อตัวความรู้ประเภทนี้สามารถทำได้แบบนับไม่ถ้วน แต่ต้องใช้เวลาและโอกาส

เนื้อหาของความรู้ (The content of knowledge)

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2539, น. 185) ได้กล่าวถึงคำตอบของคำถามเกี่ยวกับผู้บริโภครู้อะไร (จากความหมายของความรู้) ว่าขึ้นอยู่กับความเข้าใจที่อยู่ในความจำ โดยจำแนกเนื้อหาของความรู้ ออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

1. Declaration Knowledge เป็นความรู้ที่เป็นข้อเท็จจริง (Subjective Fact อันเกิดมาจากการนึกเอาเอง) โดยสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ Episodic Knowledge เป็นข้อเท็จจริงที่เกี่ยวข้องกับข่าวสารที่ผูกพันเป็นระยะเวลา และ Semantic Knowledge บรรจุกnowledge ที่สรุปรวมยอดเอาไว้ (Generalized Knowledge)

2. Procedural Knowledge เป็นความรู้ความเข้าใจถึงการนำเอาข้อเท็จจริงไปใช้ โดยข้อเท็จจริงเหล่านี้เกิดจากการที่บุคคลนึกเอาเอง เพราะไม่จำเป็นต้องผูกพันกับสิ่งที่เป็นจริงที่เราเห็นได้ เช่น ความเข้าใจว่าราคาสินค้าเป็นตัวชี้วัดคุณภาพ แต่ในความเป็นจริงไม่ได้เป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกัน

ความรู้เกี่ยวกับสินค้า (Product Knowledge)

ความรู้เกี่ยวกับสินค้านี้รวมข่าวสารไว้หลายชนิด คือ

1. ความรู้เกี่ยวกับจำพวกสินค้ารวมถึงตราต่างๆในจำพวกสินค้าด้วย
2. ศัพท์เกี่ยวกับสินค้า เช่น หน้ากากผลิตจากผ้า non-woven
3. ลักษณะต่างๆ ของสินค้า

4. ความเชื่อเกี่ยวกับจำนวนสินค้าโดยทั่วไป และเกี่ยวกับตราใดตราหนึ่ง ความรู้เกี่ยวกับการซื้อ (Purchase Knowledge)

หมายถึงความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ ซื้อที่ไหนและเมื่อใด โดย

1. ซื้อที่ไหน (Where to buy) สินค้าหลายชนิดมีช่องทางการจัดจำหน่ายที่แตกต่างกัน ดังนั้นการตัดสินใจว่าจะซื้อที่ไหนจึงจัดเป็นความรู้ การที่คนมาร้านค้าน้อยอาจเกิดจากคนไม่มีความรู้เกี่ยวกับร้านค้า หรือรู้แต่ร้านน้อยกว่าร้านอื่นๆ ความรู้ประเภทนี้ยังรวมถึงข่าวสารที่คนทราบเกี่ยวกับทำเลที่ตั้ง และประเภทสินค้าที่ร้านค้านั้นมีจำหน่ายอีกด้วย ความรู้เกี่ยวกับทำเลที่ตั้งสินค้าอาจส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมกรรมการซื้อของผู้บริโภคให้สนใจซื้อสินค้าจากร้านค้าอื่นที่ตนมีความรู้แทน

2. ซื้อเมื่อใด (When to buy) ความรู้ประเภทนี้เป็นองค์ประกอบที่กำหนดพฤติกรรมการซื้อผู้บริโภคที่สำคัญ เช่นผู้บริโภคอาจจะเลือกรอช่วงเวลาที่สินค้าจะขายลดราคา ส่วนใหญ่สินค้านักลดราคาเมื่อออกจำหน่ายมาระยะหนึ่ง ดังนั้นผู้บริโภคอาจจะไม่ซื้อสินค้าที่ออกใหม่ในทันที โดยเลือกที่จะรอซื้อช่วงลดราคาประจำปีของร้านค้าแทน

ความรู้เกี่ยวกับการใช้ (Usage Knowledge)

ความรู้นี้ครอบคลุมถึงข่าวสารในความจำเป็นว่าสินค้านี้ใช้อย่างไร ต้องมีองค์ประกอบหรือทำอย่างไรถึงจะซื้อสินค้านี้ได้ ความรู้นี้มีความสำคัญด้วยเหตุผลดังนี้

1. ผู้บริโภคมักจะไม่เลือกซื้อสินค้าที่ตนเองขาดข่าวสารว่าใช้สินค้านั้นอย่างไร หากอยู่ในสถานการณ์นี้ร้านค้าจำเป็นต้องให้ความรู้แก่ผู้บริโภคมากขึ้น
2. ผู้บริโภคมักจะไม่เลือกซื้อสินค้าหากได้รับข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์ที่จะใช้สินค้าที่ไม่สมบูรณ์ เพราะหากเกิดสถานการณ์ที่ผู้บริโภคใช้สินค้าในสถานการณ์ที่ไม่เหมาะสม หรือใช้ผิดวิธีอาจทำให้ผู้บริโภคไม่พอใจหรือได้รับบาดเจ็บได้

จากแนวคิดและทฤษฎีความรู้ความเข้าใจดังรายละเอียดข้างต้น สามารถสรุปได้ว่าการวัดความรู้และความเข้าใจเป็นการวัดระดับความสามารถในการจดจำ พิจารณาข้อเท็จจริงของข้อมูลที่บุคคลได้รับ โดยประกอบกับประสบการณ์ของแต่ละบุคคล โดยสามารถวัดความแตกต่างนี้ได้จากการทำแบบทดสอบ ดังนั้นผู้ทำวิจัยจึงต้องการศึกษาถึงอิทธิพลของความรู้และความเข้าใจที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้อุปกรณ์ป้องกันกาติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโคโรนา-19 ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับความตระหนักรู้

ความหมายของความตระหนักรู้

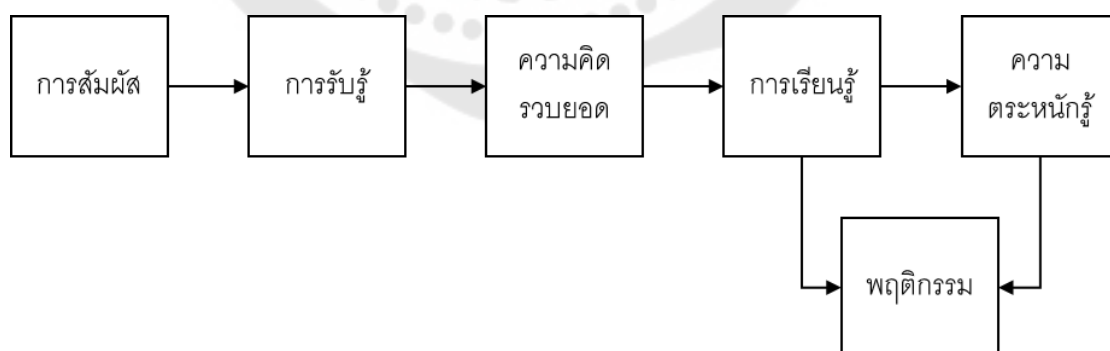
จรินทร์ ธาณิรัตน์ (2517, น. 64) กล่าวถึงความหมายของความตระหนักรู้ไว้คือ สำนึก หรือความรู้สึกที่ต้องการหาเหตุผลในพฤติกรรมที่ได้กระทำไปในแต่ละครั้ง

ประพล มลินทจินดา (2542, น. 19) กล่าวถึงความตระหนักรู้ว่าหมายถึง สิ่งที่บุคคล แสดงออกในรูปแบบของความรู้สึก ความคิดเห็น หรือความสำนึก โดยเกิดจากความเข้าใจของ บุคคล และประเมินสถานการณ์ที่เกิดขึ้น โดยความตระหนักที่เกิดขึ้นต้องอาศัยระยะเวลา เหตุการณ์ ประสบการณ์ และสิ่งแวดล้อม

วิชัย วงษ์ใหญ่ (2523, น. 133) ได้กล่าวไว้ว่า ความตระหนักรู้เป็นพฤติกรรมขั้น ต่ำสุดทางด้านความรู้สึก (Affective domain) โดยความตระหนักรู้ที่เกิดขึ้นไม่ขึ้นกับความจำหรือ ความระลึกได้ แต่เกิดจาก ความนึกคิด ความรู้สึกที่เกิดขึ้นในจิตใจ

การเกิดความตระหนักรู้

Good (1973, p. 54) ได้กล่าวถึงการเกิดความตระหนักรู้ เกิดเมื่อบุคคลได้รับการ กระตุ้นจากสิ่งเร้า หรือรับสัมผัสจากสิ่งเร้าแล้วจะเกิดการรับรู้ เมื่อรับรู้ กระบวนการต่อไปที่เกิดขึ้น คือเข้าใจในสิ่งเร้านั้น คือ โดยเกิดความคิดรวบยอด และนำไปสู่การเรียนรู้ คือ มีความรู้ในสิ่งนั้น และนำไปสู่การเกิดความตระหนักรู้ในที่สุด ซึ่งการคงความรู้ และความตระหนักต่างก็จะนำไปสู่ การกระทำ หรือการแสดงพฤติกรรมของบุคคลต่อสิ่งเร้านั้นๆ ขึ้นตอนหลังจากที่บุคคลในรับการ กระตุ้นจากสิ่งเร้า จนกระทั่งเกิดการรับรู้ โดยมีกระบวนการและขั้นตอนการตระหนักรู้ดังใน ภาพประกอบ 2



ภาพประกอบ 2 ขั้นตอนและกระบวนการเกิดความตระหนักรู้

ที่มา: Good, Carter V. (1973). Dictionary of Education. New York: MacGraw – Hill Book Company.

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตระหนักรู้

Breckler (1986, p. 250) ได้กล่าวไว้ว่า ความตระหนักรู้เกิดจากทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งเร้า อันได้แก่ สถานการณ์ บุคคล สังคม และสิ่งต่างๆ ที่โน้มเอียงหรือพร้อมที่จะสนองตอบในทางบวก หรือทางลบเป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้ประสบการณ์ ซึ่งสิ่งเร้าเหล่านี้เป็นปัจจัยที่มีผลต่อความตระหนักรู้ โดยความรู้ความเข้าใจ ความรู้สึก และพฤติกรรมเป็นองค์ประกอบที่ก่อให้เกิดความตระหนักรู้ การจะให้บุคคลมีพฤติกรรมในทิศทางที่พึงปรารถนานั้นจำเป็นที่จะต้องให้บุคคลเกิดความตระหนักต่อตนเองและสังคม ซึ่งบุคคลจะเกิดความตระหนักได้ก็ต้องมีการรับรู้สิ่งนั้น

ทงศักดิ์ ประสบกิติคุณ (2535, น. 22-23) ได้กล่าวไว้ว่า ความตระหนักรู้ของแต่ละบุคคลขึ้นอยู่กับ การรับรู้ของแต่ละบุคคล ดังนั้น ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้จึงมีผลต่อความตระหนักรู้ด้วยเช่นกัน อันได้แก่

1. ประสบการณ์ที่มีต่อการรับรู้
2. ความเคยชินต่อสภาพแวดล้อม หากบุคคลความเคยชินต่อสภาพแวดล้อมนั้น ก็จะเป็นปัจจัยที่ทำให้บุคคลนั้นไม่ตระหนักรู้ต่อสิ่งที่เกิดขึ้น
3. ความใส่ใจและการเห็นคุณค่า ถ้าบุคคลมีความใส่ใจเรื่องใดมาก ก็จะมี ความตระหนักรู้ในเรื่องนั้นมาก
4. ลักษณะและรูปแบบของสิ่งเร้านั้นสามารถทำให้บุคคลที่พบเห็นเกิดความสนใจ ย่อมทำให้บุคคลเห็นเกิดการรับรู้และความตระหนักรู้ขึ้น
5. ระยะเวลาและความถี่ในการรับรู้ หากบุคคลได้รับการรับรู้บ่อยครั้งเท่าใด หรือนานเท่าไรก็ยิ่งทำให้มีโอกาสเกิดความตระหนักรู้ได้มากขึ้นเท่านั้น

จากทฤษฎีทางด้านความตระหนักรู้จะเห็นได้ว่าความตระหนักรู้ที่เกิดขึ้นในแต่ละบุคคล เกิดขึ้นจากองค์ประกอบที่หลากหลายทั้งการสัมผัส การรับรู้ ความรู้และความคิดที่ส่งผลให้เกิดความแตกต่างของการแสดงออกทางด้านพฤติกรรมดังนั้น ผู้ทำวิจัยจึงต้องการศึกษาถึงอิทธิพลของปัจจัยทางด้านความตระหนักรู้ที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต

ความหมายของรูปแบบการดำเนินชีวิต

ดารา ทีปะปาล (2542, น. 169) ได้กล่าวไว้ว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตหมายถึงรูปแบบการใช้ชีวิต ที่สะท้อนออกมาในรูปแบบกิจกรรม ความสนใจและความคิดเห็นต่างๆ โดย

รูปแบบการดำเนินชีวิตนี้จะครอบคลุมกลุ่มบุคคลใน 3 ระดับซึ่งได้แก่ กลุ่มปัจเจกบุคคล กลุ่มเล็ก ของบุคคลที่มีปฏิสัมพันธ์กัน และกลุ่มบุคคลกลุ่มใหญ่

นธกฤต วันดีเมล์ (2555, น. 100-101) ได้กล่าวไว้ว่า รูปแบบการดำเนินชีวิต คือ รูปแบบการดำเนินกิจกรรมต่างๆของคน que แสดงถึงความแตกต่างในแต่ละบุคคล โดยเกี่ยวข้องกับ ลักษณะทางบุคลิกภาพ แรงจูงใจ ครอบครัว กลุ่มอ้างอิง ชนชั้นทางสังคม วัฒนธรรมหลัก และ วัฒนธรรมย่อย ทั้งนี้รูปแบบการดำเนินชีวิตยังแสดงถึงลักษณะการใช้เวลาว่างของแต่ละบุคคล (Activities) ความสนใจในสภาพแวดล้อมรอบตัว (Interest) และความคิดเห็นที่มีต่อตนเองและ สิ่งแวดล้อมรอบข้าง (Opinion) สำหรับการชี้วัดรูปแบบการดำเนินชีวิต ในแนวทางของนักการ ตลาดมักศึกษาการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคใน 3 ด้าน ได้แก่ ด้านกิจกรรม ความสนใจ และ ความ คิดเห็น โดยในแต่ละด้านมีรายละเอียดดังนี้

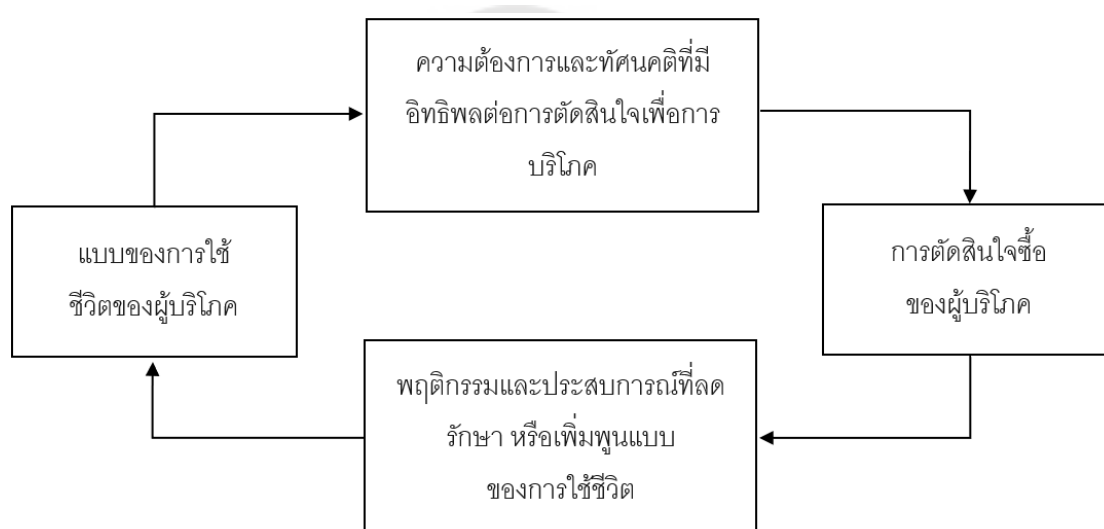
1. ด้านกิจกรรม (Activities) หมายถึงการแสดงออกอย่างชัดเจน เป็นตัวกำหนด ว่าบุคคลใช้เวลาในการทำอะไรมีงานอดิเรกคืออะไร มีสันทนาการเป็นอะไร และกีฬาอะไรที่บุคคล นั้นฝึกฝนอยู่เป็นประจำ มีพฤติกรรมการซื้อสินค้าเป็นอย่างไร มากน้อยแค่ไหน และซื้อจากสถานที่ ไต การใช้ชีวิตนอกร้านบ่อยมากน้อยแค่ไหน การพบปะผู้คนในกลุ่มสังคม การทำกิจกรรมเพื่อ มุ่งเน้นวัตถุประสงค์อะไร และการให้คุณค่าที่แท้จริงกับสิ่งใด

2. ด้านความสนใจ (Interest) หมายถึงความต้องการที่จะเรียนรู้ เข้าใจในสิ่ง ต่างๆด้วยความพอใจและได้ให้ความสำคัญกับสิ่งนั้น เป็นระดับความตื่นตัวที่เกิดขึ้นเพราะกับ ความเอาใจใส่เป็นพิเศษ โดยให้ความใส่ใจอย่างต่อเนื่องในสิ่งต่างๆที่บุคคลกำลังให้ความสนใจอยู่ ความสนใจเป็นสิ่งที่ชี้ให้เห็นกิจกรรมที่บุคคลชอบกระทำ และบุคคลจะให้ความสนใจกับสิ่งต่างๆที่ เกี่ยวข้องกับสิ่งที่ชอบ ดังนั้นสื่อจึงมักมีการแบ่งกลุ่มบุคคลให้เพื่อให้ตรงกับลักษณะความสนใจ ของผู้บริโภค เช่น กีฬา งานอดิเรก สันทนาการ เทคโนโลยี การเมือง และดนตรี เป็นต้น

3. ด้านความคิดเห็น (Opinions) หมายถึง การแสดงออกทางความคิดบน พื้นฐานของค่านิยมที่มีต่อตนเอง สังคมและสิ่งแวดล้อม เป็นการแสดงออกของบุคคลในการ ตอบสนองต่อสิ่งเร้าที่เกิดขึ้นโดยอาจเป็นลักษณะการถามคำถามต่อบุคคล การแสดงความคิดเห็น นั้นใช้เพื่อการอธิบายสิ่งที่บุคคลตีความ การคาดหวังและประเมินผล เช่น การประเมินผลกระทบที่ อาจจะเกิดขึ้นต่อเหตุการณ์หรือการกระทำใดการกระทำหนึ่ง

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2543, น. 254-255) กล่าวไว้ว่า การดำรงชีวิตของมนุษย์จะมี ลักษณะอาศัยรวมกันเป็นกลุ่ม โดยแต่ละกลุ่มคนจะมีกฎเกณฑ์ แบบแผนการปฏิบัติตนที่ทุกคนใน กลุ่มพึงปฏิบัติตาม ทำให้พฤติกรรมของคนในกลุ่มนั้นๆมีลักษณะและทิศทางไปในแนวทาง

เดียวกัน หากทำการแบ่งกลุ่มสังกัดตามชนชั้นทางสังคม และวัฒนธรรม จะพบว่าบุคคลในสังกัดเดียวกันจะมีรูปแบบทำนองเดียวกัน โดยสมาชิกในกลุ่มจะรวมกันพัฒนาแบบแผนของการดำเนินชีวิต รวมถึงแบบแผนในการบริโภคขึ้นมาเพื่อใช้ในในกลุ่มสังคม ซึ่งแบบแผนดังกล่าวเรียกว่า แบบของการใช้ชีวิต (Lifestyle) แบบของการใช้ชีวิตเป็นภาพพจน์ของบุคคล บุคคลส่วนมากรักษาแบบของการใช้ชีวิตโดยมีการเปลี่ยนแปลงทีละเล็กละน้อย การรักษาหรือเปลี่ยนแปลงของการใช้ชีวิตของส่วนบุคคลหรือแม้ในระดับครอบครัวมักต้องมีเกี่ยวข้องกับการบริโภคการตัดสินใจซื้อสินค้า โดยอิทธิพลของการใช้ชีวิตที่มีต่อการตัดสินใจซื้อเป็นดังในภาพประกอบ 3



ภาพประกอบ 3 อิทธิพลของแบบของการใช้ชีวิตที่มีต่อการตัดสินใจซื้อ

ที่มา: อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2543). พฤติกรรมผู้บริโภค. หน้า 258

พลัมเมอร์ (Plummer, 1974) ได้กล่าวว่า การดำเนินชีวิตคือ การให้เห็นภาพรวมของวิถีการใช้ชีวิตที่แตกต่างกันของแต่ละบุคคล ซึ่งสร้างออกมาเป็นรูปแบบที่พัฒนามาจากความต่อเนื่องของการดำเนินชีวิตในสังคม โดยการศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตจะใช้มาตรวัดลักษณะทางจิตวิทยา (Psychographics) ที่เป็นการวัดเชิงปริมาณ (Quantitative) โดยแบบข้อมูลเป็น 3 รูปแบบได้แก่ กิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น (Activities Interest and Opinions: AIOs) โดยการวัดจะใช้หลักการจัดสรรเวลาต่อกิจกรรมต่างๆ ความสนใจ และความคิดเห็นต่อสภาพสังคม และสิ่งแวดล้อมของบุคคลนั้นๆ

ตาราง 1 ลักษณะของรูปแบบการดำเนินชีวิตตามกรอบ (AIOs)

กิจกรรม (Activities)	ความสนใจ (Interest)	ความคิดเห็น (Opinions)
การทำงาน (Work)	ครอบครัว (Family)	ต่อตัวเอง (Themselves)
งานอดิเรก (Hobbies)	บ้าน (Home)	ปัญหาสังคม (Social Issues)
กิจกรรมสังคม (Social Event)	งาน (Job)	การเมือง (Politics)
การใช้เวลาว่าง (Vacation)	การร่วมกิจกรรมชุมชน (Community)	ธุรกิจ (Business)
การพักผ่อน (Entertainment)	การสันทนาการ (Recreation)	เศรษฐกิจ (Economics)
สมาชิกคลับ (Club Membership)	เสื้อผ้า (Fashion)	การศึกษา (Education)
การร่วมกิจกรรมชุมชน (Community)	อาหาร (Food)	ผลิตภัณฑ์ (Product)
การเลือกซื้อ (Shopping)	สื่อ (Media)	อนาคต (Future)
กีฬา (Sports)	ความสำเร็จ (Achievement)	วัฒนธรรม (Culture)

ที่มา: Gunter; & Furnham, 1996 Categories of Lifestyle Studies. อ้างอิงถึง Plummer, 1974

รูปแบบการดำเนินชีวิต

(Hawkins, 1998) ได้กล่าวไว้ว่าสิ่งนี้มักถูกกำหนดจากปัจจัยต่างๆ โดยประกอบไปด้วย ประสบการณ์ในอดีต ลักษณะที่ติดตัวมาตั้งแต่กำเนิด และสถานการณ์ในปัจจุบัน สิ่งต่างๆ เหล่านี้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภค โดยบุคคลจะมีแนวทางการดำเนินชีวิตเป็นของตนเอง และได้รับการปรุงแต่งขัดเกลาผ่านการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม ซึ่งเป็นไปตามขั้นตอนของวงจรชีวิต ดังรายละเอียดในตาราง 2

ตาราง 2 แบบการดำเนินชีวิตและกระบวนการบริโภค

ตัวกำหนดแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle determinants)	แบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle)	ผลกระทบต่อพฤติกรรม (Impact on behavior)
- ลักษณะประชากรศาสตร์ - วัฒนธรรมย่อย - ชนชั้นทางสังคม - แรงจูงใจ - บุคลิกภาพ - อารมณ์ - ค่านิยม - วงจรชีวิตของครัวเรือน - วัฒนธรรม - ประสบการณ์ในอดีต	- เรามีชีวิตอยู่อย่างไร - กิจกรรม - ความสนใจ - ความชอบ/ไม่ชอบ -ทัศนคติ - การบริโภค - ความคาดหวัง - ความรู้สึก	- การซื้อ - ซื้ออย่างไร - ซื้อเมื่อไหร่ - ซื้อที่ไหน - ซื้ออะไร - ซื้อกับใคร - การบริโภค - บริโภคที่ไหน - บริโภคกับใคร - บริโภคอย่างไร

ที่มา: Hawkins (1998). Consumer Behavior. p. 434.

การจำแนกลักษณะของแบบการใช้ชีวิต

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2543, น. 254-255) กล่าวถึงการจำแนกลักษณะแบบการใช้ชีวิต บทบาทการใช้ชีวิต และการเปลี่ยนแปลงของชีวิตได้ตามลักษณะดังนี้

1. ตื่นตัวกับไม่ตื่นตัว (Active Versus Passive) เช่น ลักษณะของบุคคลผู้ตื่นตัว จะรีบซื้อสินค้าที่มีจำนวนจำกัด ในขณะที่บุคคลที่ไม่ตื่นตัวจะไม่รีบซื้อสินค้าถึงแม้ว่าจะมีความเสี่ยงที่สินค้าจะหมด
2. การโอ้อวดกับความเป็นส่วนตัว (Ostentations Versus Private) เช่น ต้องการให้สังคมคนรอบข้างรับรู้ถึงความสำเร็จของตนเองที่เกิดขึ้น ไม่ว่าจะเป็ในแง่ชื่อเสียง เงินทอง หรือหน้าที่การงาน ในขณะที่บุคคลที่มีลักษณะเป็นส่วนตัวจะไม่ต้องการแสดงตน หรือสงวนข้อมูลของตนเองต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม
3. ครอบครัวและอาชีพ (Family Versus Career) ลักษณะครอบครัวจะให้

ความสำคัญ กับครอบครัวเป็นอันดับแรก ในขณะที่อาชีพจะทุ่มเทเวลา และแรงงาน ใ้กับการทำงานโดยมุ่งหวังที่จะประสบความสำเร็จมีความก้าวหน้าในอาชีพ

4. ท้องถิ่นกับนครหลวง (Local Versus Cosmopolitan) ลักษณะท้องถิ่นจะเข้าร่วมกับกลุ่มสังคมหรือชมรมในท้องถิ่นแคบๆ ในขณะที่นครหลวง จะเปิดกว้างกับการเข้าสังคมที่กว้างกว่า

กล่าวได้ว่า รูปแบบการดำเนินชีวิต ซึ่งหมายถึงรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภค ซึ่งประกอบด้วย กิจกรรม ความสนใจ และความเห็น มีการแสดงออกที่แตกต่างกันในแต่ละบุคคล โดยมีความเกี่ยวข้องกับทั้งปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ แรงจูงใจ วัฒนธรรม ดังนั้นจึงได้นำแนวคิดดังกล่าวมาศึกษาในงานวิจัยถึงอิทธิพลของรูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

ความหมายและแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

คอตเลอร์ และเคลเลอร์ (Kotler & Keller, 2009, p. 190) ได้กล่าวไว้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) เป็นการศึกษาพฤติกรรมของบุคคล หรืออาจเป็นกลุ่มคน องค์กร ได้เช่นกัน (ในที่นี้หมายถึงผู้บริโภค) เกี่ยวกับการเลือกซื้อ และการใช้สินค้าหรือบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการ

ศุภร เสรีรัตน์ (2544, น. 6) กล่าวไว้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำที่เกี่ยวข้องกับการจัดหาและการจับจ่ายใช้สอยสินค้าหรือบริการเพื่อให้ได้มาซึ่งการบริโภค โดยรวมถึงกระบวนการตัดสินใจที่เกิดขึ้นทั้งก่อนและหลังกระบวนการดังกล่าวด้วย

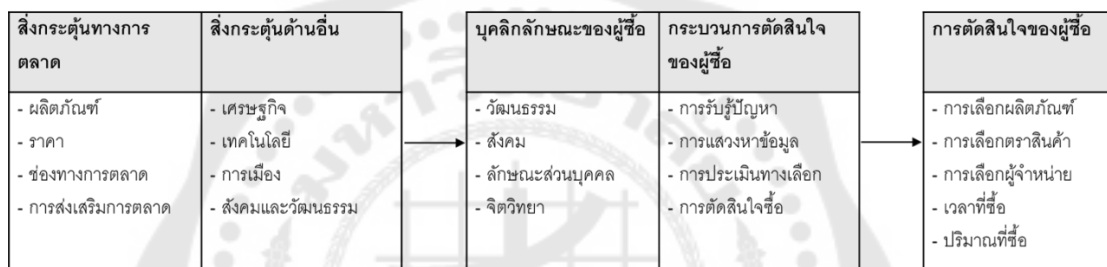
ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2546, น. 192) ได้กล่าวไว้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึงพฤติกรรมที่ผู้บริโภคมีการค้นหา ตรีกรอง การตัดสินใจ ซึ่งเป็นการกระทำของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับการซื้อ และการใช้สินค้าหรือบริการ นักการตลาดจำเป็นต้องศึกษาและวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคด้วยเหตุผลดังนี้

1. ลักษณะพฤติกรรมของผู้บริโภคส่งผลต่อกลยุทธ์การตลาดของกิจการ ซึ่งกิจการจะประสบความสำเร็จในการทำธุรกิจหากกลยุทธ์ทางการตลาดสามารถตอบสนองต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคได้

2. ให้สอดคล้องกับแนวคิดทางการตลาดที่มีเป้าหมายทำให้ลูกค้าพึงพอใจ ดังนั้นจึงต้องศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภค เพื่อจัดสิ่งกระตุ้นหรือกลยุทธ์การตลาดเพื่อสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้

แบบจำลองพฤติกรรมของผู้บริโภค (Consumer Behavior Model)

คอตเลอร์ (Kotler, 2000, p. 160-161) ได้กล่าวไว้ว่า โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภคเป็นการศึกษาถึงเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ ซึ่งอาศัยทฤษฎีพฤติกรรมมนุษย์มาอธิบายว่า ซึ่งพฤติกรรมจะเกิดขึ้นต่อเมื่อมีสิ่งกระตุ้น โดยสิ่งกระตุ้น (Stimulus) จะทำให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการ สิ่งกระตุ้นผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อซึ่งเปรียบเสมือนกล่องดำ (Buyer's black box) ที่ผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนได้ ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อจะได้รับอิทธิพลจากลักษณะต่างๆ ของผู้ซื้อ แล้วจะมีการตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's response) หรือการตัดสินใจของผู้ซื้อ (Buyer's purchase decision) ดังรายละเอียดในภาพประกอบ



ภาพประกอบ 4 แสดงรูปแบบพฤติกรรมผู้บริโภค (Model of Buyer behavior)

ที่มา: Kotler. (2000). Marketing Management. p.161.

การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2550, น. 231) ได้กล่าวว่าการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (Analyzing consumer behavior) เป็นการศึกษาค้นหาถึงลักษณะความต้องการ หรือวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมซื้อและการใช้ของผู้บริโภค เพื่อทราบถึงลักษณะความต้องการและพฤติกรรมซื้อของผู้บริโภค คำตอบที่ได้จะช่วยให้นักการตลาดสามารถจัดสรรกลยุทธ์การตลาด (Marketing strategies) ที่สามารถสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม อย่างไรก็ตาม การระบุและกำหนดปัญหาของการวิจัยสามารถใช้หลัก 6W1H คำถามที่ใช้เพื่อค้นหาลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภคคือ 6Ws และ 1H ประกอบด้วย Who, What, Why, When, Whom, Where และ H คือ How เพื่อค้นหาคำตอบ 7 ประการ หรือ 7Os ประกอบด้วย Occupants, Objects, Objectives, Organizations, Occasions, Outlets และ Operations มีตารางแสดงการใช้คำถาม 7 คำถามเพื่อหาคำตอบ 7 ประการเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภครวมทั้งการใช้กลยุทธ์การตลาดให้สอดคล้อง

กับคำตอบเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค แสดงการประยุกต์ใช้ 7Os ของกลุ่มเป้าหมาย และคำถามที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคเพื่อการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคดังตาราง 3

ตาราง 3 คำถาม 7 คำถาม (6Ws และ 1H) และคำตอบ 7 ประการเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค (7Os)

คำถาม 6Ws และ 1H	คำตอบ 7Os	กลยุทธ์การตลาดที่เกี่ยวข้อง
1. ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is in target market?)	ลักษณะกลุ่มเป้าหมาย (Occupants) ทางด้าน 1. ประชากรศาสตร์ 2. ภูมิศาสตร์ 3. จิตวิทยา หรือจิตวิเคราะห์ 4. พฤติกรรมการบริโภค	กลยุทธ์ทางการตลาด (4Ps) ประกอบด้วย 1. กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ 2. ราคา 3. การจัดจำหน่าย 4. การส่งเสริมการตลาดที่ตอบสนองความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายได้
2. ผู้บริโภคซื้ออะไร (What does the consumer buy?)	สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ (Objects) สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการ จากผลิตภัณฑ์คือ 1. คุณสมบัติ หรือองค์ประกอบ ของผลิตภัณฑ์ (Product components) 2. ความแตกต่างที่เหนือกว่าคู่แข่งชั้น (Competitive differentiation)	กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product strategies) ประกอบด้วย 1. ผลิตภัณฑ์หลัก 2. รูปลักษณ์ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ การบรรจุภัณฑ์ ตราสินค้า รูปแบบบริการ คุณภาพ 3. ลักษณะนวัตกรรม 4. ผลิตภัณฑ์ควบ 5. ผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง ศักยภาพผลิตภัณฑ์ ความแตกต่างทางการแข่งขัน

ตาราง 3 (ต่อ)

คำถาม 6Ws และ 1H	คำตอบ 7Os	กลยุทธ์การตลาดที่เกี่ยวข้อง
<p>3. ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why does the consumer buy?)</p>	<p>วัตถุประสงค์ในการซื้อ (Objectives) ผู้บริโภคซื้อสินค้า เพื่อสนองความต้องการของบุคคล ด้านร่างกายและด้าน จิตวิทยา ต้องศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อคือ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ปัจจัยภายใน หรือ ปัจจัยทางจิตวิทยา 2. ปัจจัยทางสังคม 3. ปัจจัยเฉพาะบุคคล 	<p>กลยุทธ์ที่ใช้มาก คือ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product strategies) 2. กลยุทธ์ด้านราคา (Price strategies) 3. กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Distribution channel strategies) 4. กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion strategies) ประกอบด้วย กลยุทธ์การโฆษณา การขายโดยใช้พนักงานขาย การส่งเสริมการขาย และการประชาสัมพันธ์
<p>4. ใครมีส่วนในการตัดสินใจซื้อ (Who participates in the buying?)</p>	<p>บทบาทกลุ่มต่างๆ (Organizations) ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อประกอบด้วย</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ผู้ริเริ่ม 2. ผู้มีอิทธิพล 3. ผู้ตัดสินใจซื้อ 4. ผู้ซื้อ 5. ผู้ใช้ 	<p>กลยุทธ์ที่ใช้มาก คือ กลยุทธ์การโฆษณาและการส่งเสริมการตลาด (Advertising and promotion strategies) โดยใช้ผู้ที่มีอิทธิพล และกลุ่มเป้าหมายเป็นแนวทางสร้างสรรค์และเลือกใช้สื่อโฆษณาให้เหมาะกับกลุ่มผู้บริโภค</p>

ตาราง 3 (ต่อ)

คำถาม 6Ws และ 1H	คำตอบ 7Os	กลยุทธ์การตลาดที่เกี่ยวข้อง
5. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When does the consumer buy?)	โอกาสในการซื้อ (Occasions) เช่น ช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว เทศกาล โอกาสพิเศษ เวลาว่าง	กลยุทธ์ที่ใช้มาก คือกลยุทธ์ส่งเสริมการตลาด (Promotion strategies)
6. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where does the consumer buy?)	ช่องทางหรือสถานที่จำหน่าย (Outlets) เช่น สำนักงานตัวแทนจำหน่าย	กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่าย (Distribution Channel Strategies) บริษัทนำผลิตภัณฑ์สู่ตลาดเป้าหมายโดยพิจารณาว่าจะผ่านคนกลางอย่างไร
7. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How does the consumer buy?)	ขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ (Operations) ประกอบด้วย 1. การรับรู้ปัญหา 2. การค้นหาข้อมูล 3. การประเมินผลพฤติกรรม 4. การตัดสินใจซื้อ 5. พฤติกรรมภายหลังการซื้อ	กลยุทธ์ที่ใช้มาก คือ กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion strategies) ประกอบด้วยโปรโมชั่น การขายโดยใช้พนักงานขาย การส่งเสริมการขาย การตลาดทางตรง และการประชาสัมพันธ์

ที่มา: ศิริวรรณ เสรีรัตน์. พฤติกรรมผู้บริโภค หน้า 18.

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อของผู้บริโภค

คอตเลอร์ (Kotler, 2003, p. 183) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อของผู้บริโภค ซึ่งประกอบด้วย

1. ปัจจัยด้านวัฒนธรรม (Culture factors) วัฒนธรรม เป็นปัจจัยที่มีผลต่อคนส่วนมากในสังคม เป็นเครื่องผูกพันบุคคลในกลุ่มไว้ด้วยกัน บุคคลจะเรียนรู้วัฒนธรรมของเขา

ภายใต้กระบวนการทางสังคม โดยสิ่งที่กำหนดความต้องการและพฤติกรรมของบุคคล ซึ่งวัฒนธรรมสามารถแบ่งออกเป็น วัฒนธรรมพื้นฐานวัฒนธรรมกลุ่มหรือชนบทรวมนิยมประเพณี และชั้นของสังคม

2. ปัจจัยทางสังคม (Social factors) เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวันและมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ ลักษณะทางสังคม ประกอบด้วย กลุ่มอ้างอิง ครอบครัว บทบาท และสถานะของผู้ซื้อ

3. ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal factors) การตัดสินใจของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากลักษณะส่วนบุคคลของคนด้านต่างๆ ได้แก่ อายุ ขั้นตอนวัฏจักรชีวิตครอบครัว อาชีพ โอกาสทางเศรษฐกิจการศึกษา รูปแบบการดำรงชีวิต บุคลิกภาพ และแนวความคิดส่วนบุคคล

4. ปัจจัยทางจิตวิทยา (Psychological factors) การเลือกซื้อของบุคคลได้รับอิทธิพลจากกระบวนการจิตวิทยา ซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยภายในตัวผู้บริโภคที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ การใช้สินค้า ประกอบด้วย การจูงใจ การรับรู้ การเรียนรู้ ความเชื่อถือ ทศนคติ บุคลิกภาพ และแนวคิดของตนเอง

จากแนวคิดและทฤษฎีที่ข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า พฤติกรรมของผู้บริโภค หมายถึงการค้นหา เพื่อทราบถึงลักษณะและความต้องการและพฤติกรรมการใช้ของผู้บริโภค ซึ่งเป็นกระบวนการที่ประกอบไปด้วยปัจจัยภายในและภายนอกที่ส่งผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคที่แตกต่างกัน อาจเกิดจากองค์ประกอบทางด้านประชากรศาสตร์ ความรู้ความเข้าใจ ความตระหนักรู้ รูปแบบการใช้ชีวิต ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่ต้องการศึกษาถึงอิทธิพลเหล่านี้ต่อพฤติกรรมการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับโรคโควิด-19

โรคโควิด-19 คือโรคติดต่อซึ่งเกิดจากไวรัสโคโรนาชนิดที่มีการค้นพบล่าสุด ไวรัสและโรคอุบัติใหม่นี้ไม่เป็นที่รู้จักเลยก่อนที่จะมีการระบาดในเมืองอู่ฮั่น ประเทศจีนในเดือนธันวาคมปี 2019 ขณะนี้โรคโควิด-19 มีการระบาดใหญ่ไปทั่ว ส่งผลกระทบแก่หลายประเทศทั่วโลก (องค์การอนามัยโลก, 2020) (เอกสารจากเว็บไซต์)

ต้นกำเนิดของไวรัส

ต้นตอของไวรัสน่าจะมาจากการที่ไวรัสจากสัตว์ตัวกลางระบาดมาสู่คนผู้ป่วยรายแรกเท่าที่ทราบกัน เริ่มมีอาการตั้งแต่วันที่ 1 ธันวาคม และไม่มีความเชื่อมโยงกับตลาดต้องสงสัยในเมืองอู่ฮั่น ประเทศจีน แต่ผู้ป่วยหลายรายอาจมีมาตั้งแต่ช่วงกลางเดือนพฤศจิกายนหรือก่อน

หน้านั้น ตลาดอาจเป็นต้นกำเนิดของไวรัส หรืออาจมีบทบาทในการขยายวงของการระบาดในระยะเริ่มแรก

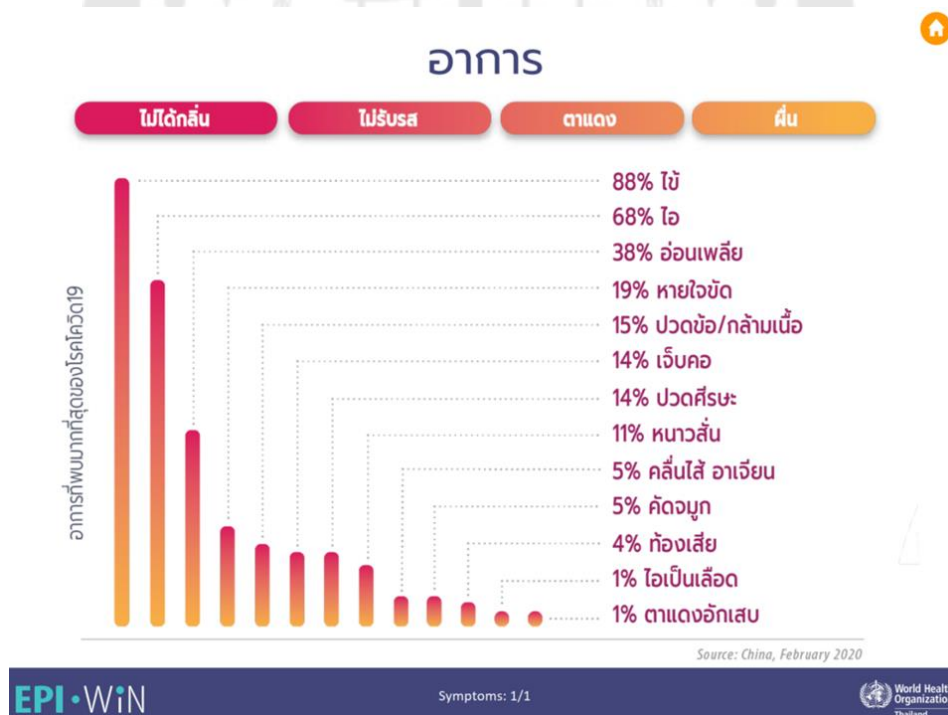
เชื้อไวรัสโคโรนา คืออะไร

ไวรัสโคโรนา เป็นกลุ่มของเชื้อไวรัสที่สามารถก่อให้เกิดโรคทางเดินหายใจในคน ซึ่งไวรัสที่อยู่ในกลุ่มนี้มีหลายสายพันธุ์ ส่วนใหญ่ทำให้เกิดอาการไม่รุนแรง คือ เป็นไข้หวัดธรรมดา ในขณะที่บางสายพันธุ์อาจก่อให้เกิดอาการรุนแรงเป็นปอดอักเสบได้ เช่น โรคติดเชื้อไวรัสทางเดินหายใจตะวันออกกลาง (เมอร์ส) หรือ โรคซาร์ (SARS) ซึ่งเคยมีการระบาดในอดีตที่ผ่านมา

การแพร่เชื้อไวรัสโคโรนา 2019

โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 เป็นโรคระบบทางเดินหายใจและภาวะติดเชื้อไวรัสชนิดนี้มีตั้งแต่ทำให้เกิดอาการเล็กน้อยในระบบอื่นที่ไม่ใช่ระบบทางเดินหายใจ อาการผิดปกติในระบบทางเดินหายใจแบบเฉียบพลัน ภาวะพิษเหตุติดเชื้อที่เป็นสาเหตุของอวัยวะล้มเหลวและการเสียชีวิต อย่างไรก็ตาม มีผู้ติดเชื้อบางรายอาจแจ้งว่าไม่มีอาการใด ๆ เลย (องค์การอนามัยโลก, 2020) (เอกสารจากเว็บไซต์) โดยอาการที่พบในผู้ป่วยโรคโควิด-19 ดังรายละเอียดในภาพประกอบ

5



ภาพประกอบ 5 อาการของผู้ป่วยโรคโควิด-19

ที่มา: เว็บไซต์องค์การอนามัยโลก. 2020: ออนไลน์

การแพร่เชื้อโรคโควิด 19 นี้โดยหลักแล้ว แพร่จากคนสู่คนผ่านทางฝอยละอองจาก จมูกหรือปากซึ่งขับออกมาเมื่อผู้ป่วย ไอหรือจาม เรารับเชื้อได้จากการหายใจเอาฝอยละอองเข้าไป จากผู้ป่วย หรือจากการเอามือไปจับพื้นผิวที่มีฝอยละอองเหล่านั้นแล้วมาจับตามใบหน้า ระยะเวลานับจากการติดเชื้อและการแสดงอาการ (ระยะฟักตัว) มีตั้งแต่ 1-14 วัน และมีค่าเฉลี่ย อยู่ที่ 5-6 วัน เกิน 97% ของผู้ป่วยเริ่มมีอาการภายใน 14 วัน



Source: ID card



ภาพประกอบ 6 ระยะเวลาแพร่เชื้อและการแสดงอาการโรคโควิด-19

ที่มา: เว็บไซต์กรมอนามัยโลก. 2020: ออนไลน์

กลุ่มเสี่ยง

โดยจำแนกตามความเสี่ยงได้เป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

1. กลุ่มที่มีความเสี่ยงต่ำ ได้แก่เด็กและคนหนุ่มสาวติดเชื้อและแพร่เชื้อได้ อย่างไรก็ตามเด็กมักจะไม่มีอาการรุนแรง
2. กลุ่มที่มีความเสี่ยงสูง ความเสี่ยงต่ออาการรุนแรงของโรคจะเพิ่มขึ้นตามอายุ และในผู้ที่มีโรคประจำตัวเช่น ความดันโลหิตสูงโรคเบาหวาน โรคหลอดเลือดหัวใจ โรคระบบทางเดินหายใจเรื้อรังและโรคมะเร็ง

การรักษา

ขณะนี้ยังไม่มียาต้านไวรัสที่ได้รับการขึ้นทะเบียนให้ใช้รักษาโรคโควิด-19 แต่มีการทำวิจัยเพื่อพิจารณาว่ามียาตัวใดบ้างที่อาจปรับวัตถุประสงค์การใช้เดิมเพื่อการรักษาโรคโควิด-19

การป้องกันการติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019

1. การล้างมือ

1. การล้างมือด้วยสบู่

การล้างมือเพื่อขจัดสิ่งสกปรกต่างๆ เหงื่อ ไขมัน ที่ออกมาตามธรรมชาติ และลดจำนวนเชื้อโรคที่อาศัยอยู่ชั่วคราวบนมือ การล้างมืออย่างถูกวิธีต้องล้างด้วยสบู่ก่อนหรือสบู่เหลว ใช้เวลาในการฟอกมือนานประมาณ 20 วินาที (กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข, 2563) (เอกสารจากเว็บไซต์)

2. การล้างมือด้วยแอลกอฮอล์ (Alcohol)

การล้างมือในกรณีรีบด่วน ไม่สะดวกในการล้างมือด้วยน้ำและมือไม่ปนเปื้อนสิ่งสกปรก หรือสารคัดหลั่งจากผู้ป่วย ให้ทำความสะอาดมือด้วยแอลกอฮอล์เจล ใช้เวลาประมาณ 15-25 วินาที ไม่ต้องล้างมือซ้ำด้วยน้ำ และไม่ต้องเช็ดด้วยผ้าเช็ดมือ แอลกอฮอล์ที่ผสมในผลิตภัณฑ์จะเป็นเอทิลแอลกอฮอล์ หรือเอทานอล (Ethyl alcohol หรือ Ethanol) ไอโซโพรพิลแอลกอฮอล์ หรือ ไอโซโพรพานอล (isopropyl alcohol หรือ isopropanol) เอ็น-โพรพิลแอลกอฮอล์ หรือ เอ็น-โพรพานอล (n-propyl alcohol หรือ n-propanol) โดยอาจเป็นเพียงสารเดี่ยวหรือผสมรวมกัน ส่วนผสมของแอลกอฮอล์ต้องมีความเข้มข้น 70-90% v/v เนื่องจากเป็นช่วงความเข้มข้นที่สามารถฆ่าเชื้อไวรัสได้ (สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา, 2563) (เอกสารจากเว็บไซต์)

2. การสวมใส่หน้ากากอนามัย

ประเภทของหน้ากากจำแนกได้เป็น 3 ประเภทดังนี้

1. หน้ากากทางการแพทย์ (medical mask)

หมายถึงหน้ากากแบบเรียบหรือแบบมีรอยจีบที่แพทย์สวมขณะผ่าตัดหรือทำหัตถการหน้ากากถูกสวมบนศีรษะโดยคล้องสายรัดไว้ข้างหลังใบหูหรือบริเวณหลังศีรษะหรือคล้องไว้ข้างหลังใบหูและหลังศีรษะสมรรถนะของ หน้ากากทางการแพทย์มีรูปร่างสี่เหลี่ยมผืนผ้าและประกอบด้วย ชั้นผ้า 3 หรือ 4 ชั้น แต่ละชั้นประกอบด้วยเส้นใยละเอียดถึงละเอียดมาก หน้ากากเหล่านี้ผ่านการทดสอบความสามารถในการป้องกันละอองฝอยซึมผ่าน (ขนาด 3 ไมโครเมตรตามมาตรฐาน EN 14683 และ ASTM F2100) และป้องกันอนุภาคเล็ดลอด (ขนาด 0.1 ไมโครเมตรตามมาตรฐาน ASTM F2100 เท่านั้น) (องค์การอนามัยโลกประจำประเทศไทย, 2563) (เอกสารจากเว็บไซต์)



ภาพประกอบ 7 หน้ากากทางการแพทย์

2. หน้ากากกรองอนุภาค

หน้ากากกรองอนุภาค (filtering facepiece respirator หรือ FFR หรือเรียกสั้น ๆ ว่า respirator) มีคุณสมบัติการกรองอนุภาคและการความสะอาดในการหายใจที่สมดุกันในระดับที่เหมาะสมเช่นเดียวกัน อย่างไรก็ตาม หน้ากากกรองอนุภาคต้องสามารถกรองอนุภาคฝุ่นละอองขนาด 0.075 ไมโครเมตรที่กรองยากกว่ามาก หน้ากากกรองอนุภาคของยุโรป (ตามมาตราฐาน EN 149) ที่มีสมรรถนะตามมาตรฐาน FFP2 สามารถกรองอนุภาคไซโตเดียมคอลลอยด์และละอองน้ำมันอย่างน้อย ร้อยละ 94 ส่วนหน้ากากกรองอนุภาคแบบ N 95 ของสหรัฐอเมริกา (ตามมาตราฐาน NIOSH 42 CFR Part 84) มีคุณสมบัติการกรองอนุภาคไซโตเดียมคอลลอยด์อย่างน้อยร้อยละ 94 นอกจากนี้ หน้ากากกรองอนุภาคที่ผ่านการรับรองมาตรฐานต้องมีคุณสมบัติหายใจได้สะดวกที่มีแรงต้านการหายใจ (breathing resistance) สูงสุดระหว่างการหายใจเข้าและหายใจออก ข้อแตกต่างที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือวิธีการทดสอบคุณสมบัติการกรองอนุภาค ในการทดสอบหน้ากากทางการแพทย์ คุณสมบัติการกรองอนุภาคถูกทดสอบตามแนวตัดขวาง แต่คุณสมบัติการกรองของหน้ากากกรองอนุภาคถูกทดสอบทั่วพื้นผิวของหน้ากาก ดังนั้น ชั้นของวัสดุกรองและรูปทรงของหน้ากากกรองอนุภาคจึงถูกออกแบบเพื่อให้ขอบนอกของหน้ากากแนบสนิทบนใบหน้าของผู้สวม ดังนั้น หน้ากากกรองอนุภาคจึงรับประกันคุณสมบัติการกรองอนุภาคขณะสวมใส่ เปรียบเทียบกับรูปทรงแบบเปิดหรือโครงสร้างที่มีรูรั่วของหน้ากากทางการแพทย์ ยิ่งกว่านั้น หน้ากากกรองอนุภาคมีข้อกำหนดสมรรถนะอื่นด้วย ได้แก่ การจำกัดปริมาณสะสมของก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ ค่า total inward leakage และค่าความต้านทานแรงดึงของสายรัดไม่เกินพารามิเตอร์ที่กำหนด (องค์การอนามัยโลกประจำประเทศไทย, 2563) (เอกสารจากเว็บไซต์)

N95 (95%) = FFP2 (94%)



KN95 (95%) = N95 (95%)



ภาพประกอบ 8 หน้ากากหน้ากากกรองอนุภาค

3. หน้ากากอนามัยชนิดทั่วไป (non-medical mask)

หน้ากากอนามัยชนิดทั่วไป ได้รวมถึงหน้ากากผ้าด้วย เป็นหน้ากากที่ทำจากผ้าทอและผ้าชนิดไม่ถักทอหลายชนิด เช่น โพลีพรอปไพลีน หน้ากากอนามัยชนิดทั่วไปอาจทำจากผ้าผสมหลายชนิด มีลำดับชั้นผ้าแตกต่างกัน และมีรูปทรงต่างกัน มีหน้ากากเหล่านี้เพียงไม่กี่แบบที่ได้ผ่านการประเมินความเหมาะสมของส่วนประกอบของการใช้ผ้าผสมอย่างเป็นระบบ และหน้ากากอนามัยชนิดทั่วไปที่วางขายอยู่นั้นมีรูปแบบ การใช้วัสดุ การจัดชั้นผ้าที่ประกบกัน และรูปทรงที่หลากหลายมาก การใช้ผ้าและวัสดุหลากหลายชนิดนับไม่ถ้วนนี้ทำให้หน้ากากผ้ามีคุณสมบัติการกรองและความสะดวกในการหายใจที่แตกต่างกัน มีการกำหนดมาตรฐานของหน้ากากอนามัยชนิดทั่วไปโดยสมาคมมาตรฐานสินค้าแห่งฝรั่งเศส (AFNOR Group) เพื่อกำหนดมาตรฐานขั้นต่ำด้านสมรรถนะการกรอง (กรองอนุภาคแข็งหรือละอองฝอยอย่างน้อยร้อยละ 70) และความสะดวกในการหายใจ (ความต่างของแรงดันสูงสุด 0.6 mbar/ตร.ซม. หรือแรงต้านการหายใจเข้าสูงสุด 2.4 mbar/ตร.ซม. และแรงต้านการหายใจออกสูงสุด 3 mbar/ตร.ซม.) (องค์การอนามัยโลกประจำประเทศไทย, 2563) (เอกสารจากเว็บไซต์)

การใส่หน้ากากอนามัยที่ถูกต้อง ควรเปลี่ยนทุกวันและทิ้งลงในภาชนะที่มีฝาปิด เพื่อป้องกันการติดเชื้อ ทั้งจากตนเองและผู้อื่น โดยหน้ากากแต่ประเภทมีความเหมาะสมต้องการใช้ในสถานการณ์ที่ต่างกันดังรายละเอียดนี้

ตาราง 4 ประเภทของหน้ากากที่ใช้โดยบุคลากรสาธารณสุข ขึ้นอยู่กับสถานการณ์การแพร่เชื้อ
สถานที่ และกิจกรรม

สถานการณ์การระบาดของโรคโควิด-19	ใคร	สถานที่	กิจกรรม	ประเภทของหน้ากาก*
ยืนยัน หรือสงสัยว่ามีการแพร่เชื้อในชุมชน	บุคลากรสาธารณสุข หรือผู้ดูแลผู้ป่วย	สถานพยาบาล (รวมถึงระดับปฐมภูมิ ทุติยภูมิ และตติยภูมิ, รักษาพยาบาลผู้ป่วยนอก และสถานพักฟื้นระยะยาว)	ในพื้นที่ดูแลรักษาผู้ป่วย (ทั้งผู้ป่วยที่สงสัย/ยืนยัน ติดเชื้อโควิด 19)	หน้ากากทางการแพทย์ (สวมหน้ากากตลอดเวลาในพื้นที่เฉพาะ)
	บุคลากร (ทำงานในสถานพยาบาล แต่ไม่มีหน้าที่ดูแลผู้ป่วย เช่น พนักงานในฝ่ายบริหารงานทั่วไป)	สถานพยาบาล (รวมถึงระดับปฐมภูมิ ทุติยภูมิ และตติยภูมิ, รักษาพยาบาลผู้ป่วยนอก และสถานพักฟื้นระยะยาว)	ไม่มีการทำกิจกรรมในพื้นที่ดูแลผู้ป่วย	ไม่ต้องสวมหน้ากากทางการแพทย์ ควรพิจารณาการสวมหน้ากากเมื่อสัมผัสใกล้ชิดกับผู้ป่วย หรืออยู่ห่างไม่ถึงหนึ่งเมตรเท่านั้น หรือพิจารณาตามการประเมินความเสี่ยงระดับพื้นที่
	บุคลากรสาธารณสุข	การเยี่ยมบ้าน (เช่น ดูแลสตรีก่อนและหลังคลอด หรือผู้ป่วยโรคเรื้อรัง)	เมื่อสัมผัสกับผู้ป่วยโดยตรง หรือไม่สามารถรักษาระยะห่างอย่างน้อยหนึ่งเมตร	พิจารณาการใช้หน้ากากทางการแพทย์
	บุคลากรสาธารณสุข	ชุมชน	การปฏิบัติงานสาธารณสุขในชุมชน	พิจารณาการใช้หน้ากากทางการแพทย์

ตาราง 4 (ต่อ)

สถานการณ์การระบาดของโรคโควิด-19	ใคร	สถานที่	กิจกรรม	ประเภทของหน้ากาก
มีการแพร่เชื้อประปราย หรือมีกลุ่มผู้ติดเชื้อโควิด-19 หลายกลุ่ม	บุคลากรสาธารณสุข หรือผู้ดูแลผู้ป่วย	สถานพยาบาล (รวมถึงระดับปฐมภูมิ ทติยภูมิ และตติยภูมิ, รักษาพยาบาลผู้ป่วยนอก และสถานพักฟื้นระยะยาว)	ดูแลรักษาผู้ป่วย	ใช้หน้ากากทางการแพทย์ตามมาตรการป้องกันมาตรฐานและปฏิบัติตามมาตรการป้องกันตามสถานการณ์การแพร่เชื้อ (การประเมินความเสี่ยง)
	บุคลากรสาธารณสุข	ชุมชน	การปฏิบัติงานสาธารณสุขในชุมชน	ไม่จำเป็นต้องสวมหน้ากาก
สถานการณ์การแพร่เชื้อในทุกบริบท	บุคลากรสาธารณสุข หรือผู้ดูแลผู้ป่วย	สถานพยาบาล (รวมถึงระดับปฐมภูมิ ทติยภูมิ และตติยภูมิ, รักษาพยาบาลผู้ป่วยนอก, สถานพักฟื้นระยะยาว)	เมื่อสัมผัสผู้ป่วยที่สงสัยหรือยืนยันติดเชื้อโรคโควิด-19	หน้ากากทางการแพทย์
	บุคลากรสาธารณสุข	สถานพยาบาล (รวมถึงสถานพักฟื้นระยะยาว), ในสถานที่ที่มีการทำหัตถการที่ทำให้เกิดละอองฝอย (AGP)	การทำ aerosol generating procedure (AGP) ที่อาจเกิดละอองที่ปนเปื้อนเชื้อกับผู้ป่วยที่สงสัยหรือยืนยันโรคโควิด-19 หรือการดูแลผู้ป่วยในสถานที่ที่มีการทำ AGP กับผู้ป่วย	อนุภาค (N95, N99, FFP2 หรือ FFP3)

ตาราง 4 (ต่อ)

สถานการณ์การระบาดของโรคโควิด-19	ใคร	สถานที่	กิจกรรม	ประเภทของหน้ากาก
สถานการณ์การแพร่เชื้อในทุกบริบท	บุคคลากรสาธารณสุขหรือผู้ดูแลผู้ป่วย	ดูแลผู้ป่วยที่บ้าน	เมื่อสัมผัสใกล้ชิดติดกับหรือไม่สามารถรักษาระยะห่างอย่างน้อยหนึ่งเมตรจากผู้ป่วยที่สงสัยหรือยืนยันติดเชื้อโรคโควิด	หน้ากากทางการแพทย์

ที่มา: องค์การอนามัยโลก. คำแนะนำการใช้หน้ากากอนามัยในบริบทของโรคโควิด 19 แนวทางปฏิบัติเฉพาะกาล 5 มิถุนายน 2563. ออนไลน์

การใช้หน้ากากที่ระบุในตาราง 4 นั้น กล่าวถึงการใช้หน้ากากทางการแพทย์และหน้ากากกรองอนุภาคเท่านั้น อาจจำเป็นต้องใช้หน้ากากทางการแพทย์และหน้ากากกรองอนุภาคควบคู่กับอุปกรณ์ป้องกันภัยส่วนบุคคลประเภทอื่นหรือมาตรการอื่นตามความเหมาะสม และต้องรักษาสุขอนามัยของมือทุกครั้ง

ตาราง 5 ตัวอย่างสถานการณ์/สภาพแวดล้อมที่ประชาชนควรได้รับการส่งเสริมให้ใช้หน้ากากทางการแพทย์ และหน้ากากอนามัยชนิดทั่วไปในพื้นที่ที่ยืนยัน หรือสงสัยว่ามีการแพร่เชื้อในชุมชน

สถานการณ์ / สภาพแวดล้อม	ประชากร	จุดประสงค์การใช้หน้ากาก	ประเภทของหน้ากากที่ควรพิจารณาสวมใส่หากมีคำแนะนำให้ใช้ในท้องถิ่น
พื้นที่ที่ยืนยัน หรือสงสัยว่ามีการแพร่เชื้อในวงกว้าง และมีสมรรถนะที่จำกัดในการดำเนินมาตรการควบคุมอื่น ๆ เช่น การรักษาระยะห่าง การติดตามผู้สัมผัสใกล้ชิด การตรวจหาเชื้อการแยกกัก และการดูแลรักษาผู้ป่วยที่สงสัยหรือยืนยันติดเชื้อ	ประชาชนทั่วไปที่อยู่ในพื้นที่สาธารณะ เช่น ร้านขายสินค้าอุปโภคบริโภค ที่ทำงาน กิจกรรม สังสรรค์ กิจกรรมที่มีผู้ร่วมชุมนุมจำนวนมาก สถานที่ที่เป็นพื้นที่ปิด ซึ่งรวมถึงโรงเรียน โบสถ์ สุเหร่า ฯลฯ	ประโยชน์ในการควบคุมแหล่งแพร่เชื้อ	หน้ากากอนามัยชนิดทั่วไป
สถานการณ์ / สภาพแวดล้อมที่มีประชากรหนาแน่นมาก ซึ่งการรักษาระยะห่างเป็นไปไม่ได้ ความสามารถในการเฝ้าระวัง และการตรวจหาเชื้อ และสถานที่แยกกักและกักกันมืออยู่อย่างจำกัด	คนที่อาศัยอยู่ในสภาพแออัด และสถานที่เฉพาะบางแห่ง เช่น ค่ายผู้อพยพ สถานที่ที่มีสภาพความเป็นอยู่คล้ายค่าย ชุมชนแออัด	ประโยชน์ในการควบคุมแหล่งแพร่เชื้อ	หน้ากากอนามัยชนิดทั่วไป

ตาราง 5 (ต่อ)

ส ต า น ก า ร ณ์ / สภาวแวดล้อม	ประชากร	จุดประสงค์การใช้หน้ากาก	ประเภทของหน้ากากที่ควรพิจารณาสวมใส่หากมีคำแนะนำให้ใช้ในท้องถิ่น
ส ต า น ก า ร ณ์ / สภาวแวดล้อมซึ่งไม่สามารถรักษาระยะห่างได้ (สัมผัสใกล้ชิด)	ประชาชนที่ใช้บริการขนส่งมวลชน (เช่น บนรถโดยสาร เครื่องบิน รถไฟ) สภาวะการทำงานเฉพาะ ซึ่งทำให้ลูกจ้างต้องสัมผัสใกล้ชิดกับบุคคลทั่วไป เช่น แคชเชียร์ พนักงานเสิร์ฟ	ประโยชน์ในการควบคุมแหล่งแพร่เชื้อ	หน้ากากอนามัยชนิดทั่วไป
ส ต า น ก า ร ณ์ / สภาวแวดล้อมซึ่งไม่สามารถรักษาระยะห่างได้ และมีความเสี่ยงเพิ่มขึ้นในการติดเชื้อและ/หรือได้รับผลเสียอย่างอื่น	ประชากรกลุ่มเสี่ยง อายุ ≥ 60 ปี คนที่มีโรคประจำตัว เช่น โรคหัวใจและหลอดเลือด โรคเบาหวาน โรคปอดเรื้อรัง โรคมะเร็ง โรคหลอดเลือดสมอง โรคภูมิคุ้มกันบกพร่อง	ป้องกันการติดเชื้อ	หน้ากากทางการแพทย์
ทุกสถานการณ์/สภาวแวดล้อมในชุมชน (ครอบครัว กลุ่ม สถานการณ์การแพร่เชื้อทุกสถานการณ์)	ผู้มีอาการป่วยคล้ายโรคโควิด-19	ควบคุมแหล่งแพร่เชื้อ	หน้ากากทางการแพทย์

ที่มา: องค์การอนามัยโลก. คำแนะนำการใช้หน้ากากอนามัยในบริบทของโรคโควิด-19 แนวทางปฏิบัติเฉพาะกาล 5 มิถุนายน 2563. ออนไลน์

การใช้ Face Shield

Face Shield คือ หน้ากากเฟซชีลด์ป้องกันละอองเชื้อโรค เป็นอุปกรณ์ป้องกันดวงตาจากการติดเชื้อ ทางกรมแพทย์ใช้กับผู้ที่เกี่ยวข้องกับกรณีสัมผัสสารคัดหลั่งจากผู้ป่วย โดยใช้ร่วมกับหน้ากากอนามัย N 95 หรือแว่นตา สำหรับการใช้ Face Shield ไม่ว่าจะ เป็นบุคลากรทางการแพทย์หรือบุคคลทั่วไปต้องใช้ควบคู่กับหน้ากากอนามัยทุกครั้ง เนื่องจาก Face Shield ไม่สามารถป้องกันการติดเชื้อได้

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ธานี กล่อมใจ, จรรยา แก้วใจบุญ และ ทักษิภา ชัชวรัตน์ (2563, น. 30-38) ได้ศึกษาถึงความรู้และพฤติกรรมของประชาชนในเรื่องการป้องกันตนเองจากการติดเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019 (COVID-19) และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความรู้และพฤติกรรมของประชาชนในเรื่องการป้องกันตนเองจากการติดเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019 จากประชาชนในเขต ตำบลบ้านสาบ อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 77.3 มากกว่า 3 ส่วน 4 ของประชากรทั้งหมดอยู่ในช่วงอายุ 51-60 ปี จบการศึกษาระดับประถมศึกษา ร้อยละ 70.0 สมรสแล้ว ร้อยละ 74.7 กลุ่มตัวอย่างไม่ได้ประกอบอาชีพ ร้อยละ 36.00 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้กับพฤติกรรมการป้องกันตนเองจากการติดเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019 พบว่ามีความสัมพันธ์ทางบวกอยู่ในระดับปานกลาง โดยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความรู้เรื่องการป้องกันตนเองจากการติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ซึ่งพบประเด็นคำถามที่กลุ่มตัวอย่างตอบไม่ถูกต้องมากที่สุด ได้แก่ โรคที่เกิดจากเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) เป็นการติดเชื้อไวรัสตระกูลเดียวกับ ซาร์ส (SARs) และเมอร์ส (MERS) จึงทำให้มีความรุนแรงมาก (ร้อยละ 20) เชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) มีระยะพักตัว 3 - 14 วัน โรคที่เกิดจากเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) สามารถแพร่เชื้อจากคนสู่คนได้ และสามารถแพร่เชื้อได้ทันทีแม้ไม่มีอาการ ด้านพฤติกรรมการป้องกันโรคที่เกิดจากเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในรายข้อ พบว่า ข้อที่มีคะแนนน้อย คือ ล้างมือด้วยเจลแอลกอฮอล์ความเข้มข้นอย่างน้อย 70% เมื่อต้องออกไปที่สาธารณะ ล้างมือทำความสะอาดด้วยสบู่ทุกครั้งหลังสัมผัสเงินเหรียญหรือธนบัตร

Laato, Islam, Farooq, and Dhir (2020) ได้ทำการศึกษาถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคเมื่ออยู่ในความกลัวในสถานการณ์ที่เฉพาะซึ่งในกรณีนี้คือ การระบาดของโรคโควิด-19 ซึ่งพฤติกรรมที่ศึกษาได้แก่ พฤติกรรมการซื้อที่ผิดปกติ (unusual purchases) และการแยกตัวจากสังคมด้วยความสมัครใจ (voluntary self-isolate) โดยผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลกลุ่มตัวอย่างโดยใช้

แบบสอบถามออนไลน์จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 211 ราย ในประเทศฟินแลนด์ ผลการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง 63% อายุน้อยกว่า 25 ปี 40% ระดับการศึกษา จบระดับมหาวิทยาลัย 49% ผลศึกษาพบว่าความตั้งใจแยกตัวด้วยความสมัครมีความสัมพันธ์ในระดับสูงต่อความตั้งใจซื้อที่ผิดปกติ ผลการศึกษานี้แสดงให้เห็นว่าการรับข่าวสารที่มาก และการรับรู้ถึงความรุนแรงของสถานการณ์การระบาดโควิด-19 เป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความตั้งใจซื้อที่ผิดปกติและการแยกตัวจากสังคมได้

กชกร สมมัง (2557, น. 8-21) ได้ศึกษาถึงปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการป้องกันโรคไข้หวัดใหญ่ของผู้รับบริการงานผู้ป่วยนอก โรงพยาบาลพระนารายณ์มหาราชเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ประกอบด้วย 6 ส่วนได้แก่ ข้อมูลทั่วไป ความรู้ ทัศนคติ ค่านิยม ต่อการป้องกันโรคไข้หวัดใหญ่ การรับรู้สถานะสุขภาพและพฤติกรรมการป้องกันโรคไข้หวัดใหญ่ ผลการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 59.30 อายุระหว่าง 21-30 ปี ร้อยละ 27.30 สถานภาพสมรสคู่ ร้อยละ 58.30 ระดับ การศึกษาสูงสุดมัธยมศึกษา/ปวช. ร้อยละ 32.80 อาชีพรับจ้างทั่วไป ร้อยละ 29.00 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท ร้อยละ 38.00 สถานะทางสังคมเป็นสมาชิกครอบครัว ร้อยละ 63.50 ผลจากการวิจัยแสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยกับพฤติกรรมการป้องกันโรคไข้หวัดใหญ่ พบว่า ปัจจัยนำที่มีความสัมพันธ์ ได้แก่ อายุ การรับรู้สถานะสุขภาพ ทัศนคติและค่านิยมต่อการป้องกันโรคไข้หวัดใหญ่อยู่ในระดับต่ำปัจจัยเชื้อที่มีความสัมพันธ์ ได้แก่ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และสภาพแวดล้อม อยู่ในระดับต่ำ ส่วนปัจจัยเสริมที่มีความสัมพันธ์ ได้แก่ การได้รับข้อมูลข่าวสาร ผลวิเคราะห์จากวิจัยนี้พบว่าการออกแบบโปรแกรม สุขศึกษาเพื่อส่งเสริมพฤติกรรมการป้องกันโรคไข้หวัดใหญ่ควรเน้นการสร้างความตระหนักในสถานะสุขภาพ การปรับค่านิยมและทัศนคติ การจัดปัจจัยเชื้อในชุมชนหรือในบ้าน รวมทั้งช่องทางในการสื่อสารจากโทรทัศน์หรือกระจายข่าว ซึ่งจะทำให้เกิดความตระหนักในการป้องกันโรคไข้หวัดใหญ่ได้

Goodwin, Haque, Neto, and Myers (2009) ได้ทำการศึกษาถึงพฤติกรรมและทัศนคติของประชากรที่ตอบสนองต่อการแพร่ระบาดของโรคไข้หวัดหมู (Influenza A H1N1, swine flu) ในช่วงเริ่มต้น โดยผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลกลุ่มตัวอย่างโดยใช้แบบสอบถามทั้งแบบกระดาษ และออนไลน์จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 328 ราย โดยจากประเทศมาเลเซีย 180 ราย และในทวีปยุโรป 148 ราย ผลการวิจัยพบว่า ในช่วงเริ่มต้นของการระบาดของโรคไข้หวัดหมูประชาชนมีความกังวล (Anxiety) ต่อการระบาด โดยพบว่ากลุ่มตัวอย่างจากประเทศมาเลเซียมีความกังวลต่อการระบาดมากกว่ากลุ่มตัวอย่างจากทวีปยุโรป และมีการลดการเดินทาง เพิ่มการซื้อของอุปโภค

บริโภคและหน้ากาก โดยการพูดคุยกับเพื่อนและบุคคลในครอบครัวเป็นปัจจัยในการเพิ่มความกังวลมากขึ้น ในขณะที่ผลจากกลุ่มตัวอย่างในทวีปยุโรป มีการประเมินอัตราการตายจากโรคที่ต่ำเกินไป และต้องการการสื่อสารข้อมูลแนวทางการป้องกันโรคที่มากขึ้น



บทที่ 3

วิธีการดำเนินการศึกษาวิจัย

ในการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล
5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคที่เคยใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้บริโภคที่เคยใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน และได้กำหนดค่าความเชื่อมั่น 95% (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2545a) ความผิดพลาดที่ยอมรับได้ไม่เกิน 5% ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 385 ตัวอย่างและเก็บสำรองไว้ 15 ตัวอย่างเพื่อการสำรองแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ จึงได้ขนาดตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เท่ากับ 400 ตัวอย่างดังนี้

$$\text{สูตรที่ใช้} \quad n = \frac{Z^2 P(1-P)}{e^2}$$

โดย	n	แทนค่า ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
	Z	แทนค่า ระดับความมั่นใจที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ Z มีค่าเท่ากับ 1.96 ที่ระดับความมั่นใจ 95% ระดับ 0.05
	P	แทนค่า ค่าประมาณของสัดส่วนของประชากรที่ต้องการจะ

ศึกษา (ในการวิจัยครั้งนี้กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 0.5)
 e แทนค่า ค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณสัดส่วนของ
 ประชากร (ในการวิจัยครั้งนี้กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 0.05)

แทนค่าสูตรจะได้ผลดังนี้

$$n = \frac{1.96^2 \cdot 0.5(1-0.5)}{0.05^2} = 385$$

จากการคำนวณค่าขนาดของตัวอย่าง 385 คน แต่ผู้วิจัยเพิ่มจำนวน 15 คน รวม
 จำนวนตัวอย่างทั้งหมด 400 คน

วิธีการสุ่มตัวอย่าง

เลือกสุ่มตัวอย่างโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือโดยอาศัยวิธีความสะดวก
 (Convenience Sampling) กับกลุ่มเป้าหมาย คือผู้บริโภครที่เคยใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและ
 แพร่กระจายเชื้อโรคโควิด 19 มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้วย
 สถานการณ์การระบาดของโรคโควิด 19 ที่ต้องรักษาระยะห่างทางสังคม (social distancing) การ
 ใช้วิธีออนไลน์จะทำให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากที่สุด โดยการส่งแบบสอบถามให้กับ
 กลุ่มตัวอย่าง ซึ่งกลุ่มตัวอย่างจะทำการตอบแบบสอบถามด้วยตนเองจนครบ 400 ชุด

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลของการศึกษาวิจัยครั้งนี้มีลักษณะเป็นแบบสอบถามที่
 สร้างขึ้นโดยอ้างอิงจากวัตถุประสงค์ของการวิจัย เพื่อใช้ในการศึกษาพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์
 ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป ที่อาศัยอยู่ในเขต
 กรุงเทพมหานคร โดยผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการศึกษาและค้นคว้าหนังสือและเอกสารต่างๆ โดย
 แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามด้านข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งมีลักษณะเป็น
 แบบตรวจสอบรายการ (Check List) โดยคำถามแบบเลือกให้ตอบเพียงคำตอบเดียวจำนวน 6 ข้อ
 ได้แก่

ข้อที่ 1 เพศ เป็นระดับการวัดข้อมูลแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale) ดังนี้

1. ชาย

ดังนี้

2. หญิง

ข้อที่ 2 อายุเป็นระดับการวัดข้อมูลแบบเรียงลำดับ (Ordinal Scale) โดยแบ่งเป็น 4 ช่วง

1. 18-23 ปี
2. 24-29 ปี
3. 30-35 ปี
4. 36 ปีขึ้นไป

ข้อที่ 3 สถานภาพ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) ดังนี้

1. โสด
2. สมรส
3. หย่าร้าง / แยกกันอยู่ / หม้าย

ข้อที่ 4 ระดับการศึกษา เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) ดังนี้

1. ต่ำกว่าปริญญาตรี
2. ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า
3. สูงกว่าปริญญาตรี

ข้อที่ 5 อาชีพ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) ดังนี้

1. นักเรียน/นักศึกษา
2. ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ
3. พนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง
4. เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว
5. อื่นๆ โปรดระบุ

ข้อที่ 6 รายได้ต่อเดือน เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) ดังนี้

1. ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท
2. 10,001 – 30,000 บาท
3. 30,001 – 50,000 บาท
4. สูงกว่า 50,000 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามคำถามเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคโควิด 19 ของผู้ตอบแบบสอบถามลักษณะของแบบสอบถามมีคำตอบให้เลือก 2 ข้อ (Dichotomous Question) มีคำตอบให้เลือก 2 คำตอบ คือ ใช่ และ ไม่ใช่ โดยแบ่งคำถามออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับโรคโควิด-19 จำนวน 7 ข้อ มีข้อที่ต้องตอบค่าตอบว่าใช่ จำนวน 4 ข้อ ได้แก่ ข้อ 1, ข้อ 3, ข้อ 4 และ ข้อ 5 ข้อที่ต้องตอบไม่ใช่มีจำนวน 3 ข้อ ได้แก่ ข้อ 2, ข้อ 6 และ ข้อ 7

ตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับความรู้ในการเลือกใช้อุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 จำนวน 8 ข้อ มีข้อที่ต้องตอบค่าตอบว่าใช่ จำนวน 4 ข้อ ได้แก่ ข้อ 2, ข้อ 4, ข้อ 6 และ ข้อ 8 ข้อที่ต้องตอบไม่ใช่มีจำนวน 4 ข้อ ได้แก่ ข้อ 1, ข้อ 3, ข้อ 5 และ ข้อ 7

โดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนน ดังต่อไปนี้

1 คะแนน หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคโควิด-19 สามารถตอบคำถามได้อย่างถูกต้อง

0 คะแนน หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคโควิด-19 โดยตอบคำถามได้ไม่ถูกต้อง

เมื่อรวมคะแนนหาค่าเฉลี่ยแล้ว จะได้คะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างแบ่งระดับความรู้ความเข้าใจออกเป็น 3 ระดับ ซึ่งมีสูตรในการคำนวณดังนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2545b, น. 77)

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด} - \text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำที่สุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{15 - 0}{5} = 5 \end{aligned}$$

ดังนั้น จากหลักเกณฑ์ดังกล่าว สามารถแปลความหมายของระดับคะแนนได้ดังนี้

ระดับคะแนน	ระดับความรู้ความเข้าใจ
0-4	ความรู้ความเข้าใจระดับน้อย
5-9	ความรู้ความเข้าใจระดับปานกลาง
10-15	ความรู้ความเข้าใจระดับมาก

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคโควิด-19 โดยมีเกณฑ์การอธิบายผลการวิจัยของลักษณะแบบสอบถามที่เป็นการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) โดยมีทั้งสิ้น 7 ข้อ โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นเป็นการให้คะแนนแบบ Likert โดยแบ่งเป็น 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และ น้อยที่สุด

เห็นด้วยมากที่สุด	คะแนน 5
เห็นด้วยมาก	คะแนน 4
เห็นด้วยปานกลาง	คะแนน 3
เห็นด้วยน้อย	คะแนน 2
เห็นด้วยน้อยที่สุด	คะแนน 1

ผู้วิจัยใช้เกณฑ์ค่าเฉลี่ยในการแปลผลซึ่งผลจากการคำนวณโดยใช้สูตรความกว้างของอันตรภาคชั้น (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2545b) ดังต่อไปนี้

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5-1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

เกณฑ์การแปลความหมายเพื่อจัดระดับคะแนนเฉลี่ยในแต่ละช่วงคะแนน มีดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.21-5.00	แปลความว่า	เห็นด้วยเป็นอย่างยิ่ง
คะแนนเฉลี่ย 3.41-4.20	แปลความว่า	เห็นด้วย
คะแนนเฉลี่ย 2.61-3.40	แปลความว่า	เฉยๆ
คะแนนเฉลี่ย 1.81-2.60	แปลความว่า	ไม่เห็นด้วย
คะแนนเฉลี่ย 1.00-1.80	แปลความว่า	ไม่เห็นด้วยเป็นอย่างยิ่ง

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเป็นส่วนที่เกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต โดยมีเกณฑ์การอภิปรายผลการวิจัยของลักษณะแบบสอบถามที่เป็นการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) โดยมีทั้งสิ้น 16 ข้อ โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นต่อปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตในแต่ละด้านได้แก่ ด้านกิจกรรมจำนวน 6 ข้อ ด้านความสนใจจำนวน 6 ข้อ และด้านความคิดเห็นจำนวน 4 ข้อ ซึ่งแต่ละข้อจะมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ เพื่อการแปลผลคะแนนในแต่ละช่วงประกอบด้วย

- ด้านกิจกรรม** จำนวน 6 ข้อ โดยกำหนดเกณฑ์ การให้คะแนนดังนี้

ระดับความถี่ในการทำกิจกรรมทำเป็นประจำ	คะแนน 5
ระดับความถี่ในการทำกิจกรรมทำบ่อยครั้ง	คะแนน 4
ระดับความถี่ในการทำกิจกรรมทำบ้างไม่ทำบ้าง	คะแนน 3

การกำหนดช่วงค่าเฉลี่ยเพื่อวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยและแปลความหมายของค่าเฉลี่ย แบ่งออกเป็น 5 ระดับ สามารถกำหนดได้ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.21-5.00	แปลความว่า	สนใจมากที่สุด
คะแนนเฉลี่ย 3.41-4.20	แปลความว่า	สนใจมาก
คะแนนเฉลี่ย 2.61-3.40	แปลความว่า	เฉยๆ
คะแนนเฉลี่ย 1.81-2.60	แปลความว่า	สนใจน้อย
คะแนนเฉลี่ย 1.00-1.80	แปลความว่า	สนใจน้อยที่สุด

3. ด้านความเห็น จำนวน 4 ข้อ โดยกำหนดเกณฑ์ การให้คะแนนดังนี้

ระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง	คะแนน 5
ระดับเห็นด้วย	คะแนน 4
ระดับเห็นด้วยเฉยๆ	คะแนน 3
ระดับไม่เห็นด้วย	คะแนน 2
ระดับไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	คะแนน 1

ผู้วิจัยใช้เกณฑ์ค่าเฉลี่ยในการแปลผลซึ่งผลจากการคำนวณโดยใช้สูตรความกว้างของอันตรภาคชั้น (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2545b) ดังต่อไปนี้

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5-1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

การกำหนดช่วงค่าเฉลี่ยเพื่อวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยและแปลความหมายของค่าเฉลี่ย แบ่งออกเป็น 5ระดับ สามารถกำหนดได้ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.21-5.00	แปลความว่า	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
คะแนนเฉลี่ย 3.41-4.20	แปลความว่า	เห็นด้วย
คะแนนเฉลี่ย 2.61-3.40	แปลความว่า	เฉยๆ
คะแนนเฉลี่ย 1.81-2.60	แปลความว่า	ไม่เห็นด้วย
คะแนนเฉลี่ย 1.00-1.80	แปลความว่า	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ส่วนที่ 5 เป็นส่วนที่เกี่ยวกับพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 มีลักษณะแบบสอบถามที่เป็นการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น

(Interval Scale) จำนวน 3 ข้อ และเป็นคำถามแบบปลายเปิด (Open-ended response question) โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลแบบประเภทอัตราส่วน (Ratio Scale) จำนวน 4 ข้อ

ข้อที่ 1 ท่านใ้ส่น้ำกากอนามัยบ่อยแค้ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะและชุมชนในช่วงที่มีโรคโควิด-19 ระบาด แบบสอบถามเป็นคำถามแบบปลายเปิด (Open-ended) ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale)

ข้อที่ 2 ทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์บ่อยแค้ไหนในช่วงที่มีโรคโควิด-19 ระบาด แบบสอบถามเป็นคำถามแบบปลายเปิด (Open-ended) ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale)

ข้อที่ 3 ท่านติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19 โดยมีลักษณะเป็นแบบสอบถามเป็นคำถามแบบปลายเปิด (Open-ended) ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale)

ข้อที่ 4 ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการซื้ออุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 ต่อเดือน โดยมีลักษณะเป็นคำถามแบบปลายเปิด (Open-ended response question) โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลแบบประเภทอัตราส่วน (Ratio Scale)

ข้อที่ 5 จำนวนครั้งที่ท่านมีการพูดคุยเกี่ยวกับข้อมูลโรคโควิด-19 ต่อสัปดาห์ โดยมีลักษณะเป็นคำถามแบบปลายเปิด (Open-ended response question) โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลแบบประเภทอัตราส่วน (Ratio Scale)

ข้อที่ 6 ความถี่ในการทำทำความสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะต่อสัปดาห์ โดยมีลักษณะเป็นคำถามแบบปลายเปิด (Open-ended response question) โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลแบบประเภทอัตราส่วน (Ratio Scale)

ข้อที่ 7 ความถี่ในการใช้แอปพลิเคชัน หมอชนะ ไทยชนะ เมื่อเดินทางไปในพื้นที่หรืออาคารสาธารณะต่อสัปดาห์ โดยมีลักษณะเป็นคำถามแบบปลายเปิด (Open-ended response question) โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลแบบประเภทอัตราส่วน (Ratio Scale)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง จากนั้นจึงนำมาทำการวิเคราะห์เพื่อทำการศึกษา ข้อมูลส่วนบุคคล และปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้ อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลดังนี้

1. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) เป็นการค้นคว้าหาข้อมูลจากงานวิจัยที่มี

ความเกี่ยวข้องกับงานวิจัยนี้ ตลอดจนแหล่งข้อมูลที่มีอยู่ทางอินเทอร์เน็ต และเอกสารบทความต่างๆ การวิจัยในอดีตเพื่อใช้ประกอบในการค้นคว้าและสร้างแบบสอบถาม

2. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) เป็นข้อมูลจากผู้บริโภคที่ใช้สินค้าเพื่อการอุปโภคบริโภค โดยใช้ข้อมูลแบบสอบถามเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด 19 ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร โดยข้อมูลนี้ผู้วิจัยได้มาจากการใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง

การจัดทำข้อมูล

1. ทำการศึกษาหาข้อมูลจากเอกสาร บทความ และงานวิจัยที่มีความเกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นแนวทางในการวางกรอบหรือขอบเขตของการวิจัย และสร้างแบบสอบถาม
2. กำหนดขอบเขตของแบบสอบถามที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยต่างๆที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19
3. สร้างแบบสอบถาม (Questionnaire) และนำเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อพิจารณาแนะนำและตรวจสอบ และผู้วิจัยนำกลับกลับมาทบทวนเพื่อแก้ไขให้เหมาะสมและถูกต้อง
4. นำเสนอต่อคณะกรรมการการควบคุมสารนิพนธ์เพื่อตรวจสอบความถูกต้อง
5. นำแบบสอบถามไปทดสอบทำการทดสอบเบื้องต้น (Try Out) กับประชากรจำนวน 30 คน เพื่อตรวจสอบความเชื่อถือได้ (Reliability) เพื่อนำมาหาความเชื่อมั่นโดยใช้สูตรค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Coefficient of Alpha) ของครอนบาค (Cronbach) ซึ่งผลลัพธ์ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาที่ได้จะแสดงถึงระดับความคงที่ของแบบสอบถาม โดยจะมีค่าอยู่ระหว่าง 0 ถึง 1 ค่าที่มีความใกล้เคียงกับ 1 มากที่สุดแสดงว่ามีความเชื่อมั่นสูง
6. นำแบบสอบถามที่ได้ไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างตามที่ขอบเขตงานวิจัยได้วางไว้

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) เพื่ออธิบายข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

แบบสอบถามส่วนที่ 1 ทำการวิเคราะห์ข้อมูลทางด้านประชากรศาสตร์ของผู้ที่ทำการตอบแบบสอบถาม ซึ่งประกอบไปด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ โดยการวิเคราะห์จากการแจกแจงโดยใช้ค่าสถิติความถี่ (Frequencies) และเสนอผลเป็นร้อยละ(Percentage)

แบบสอบถามส่วนที่ 2 ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคโควิด-19 ได้แก่ ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับโรคโควิด 19 และ ความรู้ในการเลือกใช้อุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 ใช้การหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลของแบบสอบถาม

แบบสอบถามส่วนที่ 3 ความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคโควิด-19 ใช้การหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลของแบบสอบถาม

แบบสอบถามส่วนที่ 4 รูปแบบการดำเนินชีวิต ใช้การหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลของแบบสอบถาม

แบบสอบถามส่วนที่ 5 พฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 สำหรับข้อ 1-3 ใช้การหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลของแบบสอบถาม สำหรับข้อ 4-7 ใช้ใช้การหาความถี่ (Frequency) และการหาร้อยละ (Percentage)

2. วิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครมีลักษณะด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติ Independent t-test สำหรับตัวแปรด้านเพศ เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม และใช้สถิติ One-way analysis of Variance เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม สำหรับตัวแปรด้านเพศ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้

สมมติฐานข้อที่ 2 ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคโควิด-19 มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติ Multiple Regression Analysis เพื่อวิเคราะห์ความถดถอย

สมมติฐานข้อที่ 3 ความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคโควิด-19 มีอิทธิพลต่อกับพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติ Regression Analysis เพื่อวิเคราะห์ความถดถอย

สมมติฐานข้อที่ 4 รูปแบบการดำเนินชีวิต มีอิทธิพลต่อกับพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติ Multiple Regression เพื่อวิเคราะห์ความถดถอย

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติพื้นฐาน โดยใช้สถิติและโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1.1 ค่าสถิติร้อยละ (Percentage) สำหรับการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) เพื่อให้ทราบถึงลักษณะพื้นฐานข้อมูล (เดียนจิตต์ จิตต์อารี, 2542)

$$P = \frac{fx}{n} \times 100$$

เมื่อ	P	แทน ค่าสถิติร้อยละ
	f	แทน ความถี่ในการปรากฏข้อมูล
	x	แทน ค่าของข้อมูลหรือคะแนน
	n	แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

1.2 ค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) สำหรับการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) เพื่อให้ทราบถึงลักษณะพื้นฐานข้อมูล (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2545b)

$$\bar{X} = \frac{\sum x}{n}$$

เมื่อ	\bar{X}	แทน คะแนนเฉลี่ย
	$\sum x$	แทน คะแนนเฉลี่ยทั้งหมด
	n	แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

1.3 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ใช้วิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) เพื่อให้ทราบถึงพื้นฐานของข้อมูล (ชูศรี วงษ์รัตน์, 2541)

$$S.D = \sqrt{\frac{n\sum x^2 - (\sum x)^2}{n(n-1)}}$$

เมื่อ	S.D	แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนกลุ่มตัวอย่าง
-------	-----	--

$\sum x^2$	แทน ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง
$(\sum x)^2$	แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมดกำลังสอง
n	แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

2. สถิติที่ใช้ทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

ค่าความเชื่อมั่นของชุดคำถาม (Reliability of the Test) โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์อัลฟาครอนบัค (Conbachs' Alpha coefficient) (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2545a) ดังนี้

$$\text{Conbachs' Alpha}(\alpha) = \frac{(\overline{\text{conviance}} / \overline{\text{variance}})}{1+k (\overline{\text{conviance}} / \overline{\text{variance}})}$$

เมื่อ	α	แทน	ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ
	k	แทน	จำนวนคำถาม
	$\overline{\text{conviance}}$	แทน	ค่าเฉลี่ยของค่าความแปรปรวนร่วมระหว่างคำถาม
	$\overline{\text{variance}}$	แทน	ค่าเฉลี่ยค่าความแปรปรวนของคำถาม

3. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) ที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน

3.1 สถิติ t-test ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม ซึ่งมีอิสระต่อกัน (Independent t-test) (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2544) สำหรับทดสอบสมมติฐานที่ 1 ตัวแปรทางด้านเพศ โดยมีสูตรดังนี้

$$t = \frac{\bar{x}_1 - \bar{x}_2}{\sqrt{\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2}}}$$

เมื่อ	t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t-distribution
	\bar{x}_1, \bar{x}_2	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มที่ 1 และกลุ่มที่ 2 ตามลำดับ
	n_1, n_2	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ 1 และ 2 ตามลำดับ

3.2 สถิติวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of variance) สำหรับทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม ที่เป็นอิสระต่อกัน ในการทดสอบสมมติฐานที่ 1 ได้แก่ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ โดย

ใช้การวิเคราะห์แบบ F-test ในกรณีความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกัน โดยใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2546)

$$F = \frac{MS(B)}{MS(w)}$$

เมื่อ	F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน F-distribution
	df	แทน	ชั้นแห่งความเป็นอิสระ ได้แก่ ระหว่างกลุ่ม (k-1) และภายในกลุ่ม (n-k)
	$MS(B)$	แทน	ค่าประมาณของความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม (Mean Square Between Groups)
	$MS(w)$	แทน	ค่าประมาณของความแปรปรวนภายในกลุ่ม (Mean Square Within Groups)

กรณีผลการทดสอบพบว่ามี ความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ต้องทำการตรวจสอบความแตกต่างรายคู่ เพื่อดูว่ามีคู่ใดที่แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยใช้สูตรตามวิธี Least Significant Difference (LSD) (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2545b)

$$LSD = t_{1-\alpha/2n-k} \sqrt{MSE} \left[\frac{1}{n_i} + \frac{1}{n_j} \right]$$

โดยที่ $n_i \neq n_j$ และ $n = n - k$

เมื่อ	LSD	แทน	ค่าผลต่างนัยสำคัญที่คำนวณได้สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่ i และ j
	$t_{1-\alpha/2n-k}$	แทน	ค่าที่ใช้พิจารณาในการแจกแจงแบบ t-test ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และชั้นแห่งความเป็นอิสระในกลุ่ม
	MSE	แทน	ค่าความแปรปรวนภายในกลุ่ม $MS(w)$

n_i	แทน	จำนวนข้อมูลของกลุ่ม i
n_j	แทน	จำนวนข้อมูลของกลุ่ม j
α	แทน	ค่าความเชื่อมั่น

Brown-Forsythe สำหรับกรณีความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกัน โดยใช้สูตร (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2544)

$$MS_W = \frac{\sum \left(1 - \frac{n_i}{N}\right) s_i^2}{k - 1}$$

เมื่อ	MS_W	แทน	ค่าการแจกแจงที่ใช้พิจารณาใน Brown-Forsythe
	k	แทน	จำนวนกลุ่มของตัวอย่าง
	n_i	แทน	จำนวนตัวอย่างของกลุ่มที่ i
	N	แทน	ขนาดของประชากร
	s_i^2	แทน	ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ i

กรณีผลการทดสอบพบว่ามี ความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ต้องทำการตรวจสอบความแตกต่างรายคู่ เพื่อดูว่ามีคู่ใดที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยใช้สูตรตามวิธี Dunnett's T3 (วิเชียร เกตุสิงห์, 2543)

$$t = \frac{\bar{x}_i - \bar{x}_j}{MS_{(w)} \left(\frac{1}{n_i} + \frac{1}{n_j} \right)}$$

เมื่อ	t	แทน	ค่าการแจกแจงที่ใช้พิจารณาใน t-distribution
	$MS_{(w)}$	แทน	ค่าประมาณของความแปรปรวนภายในกลุ่ม (Mean Square within group) สำหรับ Dunnett's T3
	\bar{x}_i	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ i
	\bar{x}_j	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ j
	n_i	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่างของกลุ่มที่ i
	n_j	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่างของกลุ่มที่ j

3.3 Multiple Regression Analysis สถิติวิเคราะห์ความถดถอยเชิงเส้น เป็น การศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลหรือตัวแปรตามหลายๆ ปัจจัย (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2545b) จาก สมการความถดถอยเชิงซ้อน ซึ่งมีพารามิเตอร์ $k+1$ ตัวคือ $\beta_0, \beta_1, \beta_2, \beta_3, \dots, \beta_k$ การประมาณ $\beta_0, \beta_1, \beta_2, \beta_3, \dots, \beta_k$ จะต้องใช้ข้อมูลตัวอย่างของตัวแปร Y, X_1, X_2, \dots, X_k โดยใช้ตัวอย่างขนาด n จากสมการถดถอยเชิงซ้อน

$$Y = \beta_0 + \beta_1 x_{i1} + \beta_2 x_{i2} + \dots + \beta_k x_{ik} \quad i = 1, 2, \dots, n$$

เมื่อ	Y	แทน ตัวแปรตาม (Dependent Variable)
	X	แทน ตัวแปรอิสระ (Independent Variable)
	β_0	แทน ส่วนตัดแกน y หรือค่าของ y เมื่อ x มีค่าเท่ากับศูนย์
	e	แทน ค่าความคลาดเคลื่อนจากการสุ่ม
β_1		แทน ความชัน (Slope) ของเส้นตรงและจะเรียกสัมประสิทธิ์ ความถดถอย (Regression Coefficient)

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลของผลการวิจัยเรื่องพฤติกรรมการใช้อุปกรณ์ป้องกัน การติดเชื้อและการแพร่กระจายเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) ของผู้บริโภคนในเขต กรุงเทพมหานคร โดยผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์และอักษรย่อของตัวแปรที่ศึกษา ดังนี้

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

n	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
\bar{X}	แทน	ค่าเฉลี่ยกลุ่มตัวอย่าง
S.D.	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t – distribution
F	แทน	ค่าที่ใช้พิจารณา F-distribution
MS	แทน	ค่าเฉลี่ยผลบวกกำลังสองของคะแนน (Mean of Squares)
SS	แทน	ผลบวกกำลังสองของคะแนน (Sum of Squares)
df	แทน	ขั้นของความเป็นอิสระ (degree of Freedom)
Sig.	แทน	ค่าความน่าจะเป็นสำหรับบอกนัยสำคัญทางสถิติ
LSD	แทน	Least Significant Difference
r	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่าย (Pearson's correlation)
B	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย (Unstandardized)
AdjR ²	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจของสถิติวิเคราะห์ถดถอย พหุคูณ
H ₀	แทน	สมมติฐานหลัก (Null Hypothesis)
H ₁	แทน	สมมติฐานรอง (Alternative Hypothesis)
*	แทน	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
**	แทน	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูลของการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์และนำเสนอรูปแบบของตารางประกอบคำอธิบาย โดยการแบ่งนำเสนอออกเป็น 2 ส่วน ตามลำดับดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

ประกอบด้วยความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยแบ่งผลวิเคราะห์ออกเป็น 5 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคนในกรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคนในกรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน

เพื่อทดสอบสมมติฐาน จำนวน 4 ข้อดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน แตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคโควิด-19 มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคนในกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 3 ความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคโควิด-19 มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคนในกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 4 รูปแบบการดำเนินชีวิต มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคนในกรุงเทพมหานคร

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา ประกอบด้วยความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยแบ่งผลวิเคราะห์ออกเป็น 3 ตอน ดังนี้
ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตาราง 6 จำนวนความถี่ และค่าร้อยละ เกี่ยวกับเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม

เพศ	ความถี่ (คน)	ร้อยละ
ชาย	156	39.00
หญิง	244	61.00
รวม	400	100.00

จากตาราง 6 พบว่า ข้อมูลเพศของกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยนี้จำนวน 400 คน ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 244 คน คิดเป็นร้อยละ 61.00 รองลงมา คือ เพศชาย จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 39.00 ตามลำดับ

ตาราง 7 จำนวนความถี่ และค่าร้อยละ เกี่ยวกับอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม

อายุ	ความถี่ (คน)	ร้อยละ
18- 23 ปี	69	17.25
24-29 ปี	68	17.00
30-35 ปี	110	27.50
36 ปีขึ้นไป	153	38.25
รวม	400	100.00

จากตาราง 7 พบว่า ข้อมูลสถานภาพของกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยนี้จำนวน 400 คน ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 36 ปีขึ้นไป จำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 38.25 รองลงมาคือ อายุ 30-35 ปี จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 27.50 อายุ 18- 23 ปี จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 17.25 และอายุ 24-29 ปี จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.00 ตามลำดับ

ตาราง 8 จำนวนความถี่ และค่าร้อยละ เกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

สถานภาพ	ความถี่ (คน)	ร้อยละ
โสด	276	69.00
สมรส	116	29.00
หย่าร้าง / แยกกันอยู่ / หม้าย	8	2.00
รวม	400	100.00

จากตาราง 8 พบว่า ข้อมูลสถานภาพของกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยนี้จำนวน 400 คน ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 276 คน คิดเป็นร้อยละ 69.00 รองลงมา คือ สถานภาพสมรส จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 29.00 และสถานภาพหย่าร้าง / แยกกันอยู่ / หม้าย จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านสถานภาพมีความถี่ค่อนข้างต่ำ ดังนั้นผู้วิจัยได้ทำการรวมชั้นใหม่เพื่อเป็นการทดสอบสมมติฐานดังนี้

ตาราง 9 จำนวนความถี่ และค่าร้อยละ เกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามที่จัดกลุ่มใหม่

สถานภาพ	ความถี่ (คน)	ร้อยละ
โสด	276	69.00
สมรส / หย่าร้าง / แยกกันอยู่ / หม้าย	124	31.00
รวม	400	100.00

จากตาราง 9 พบว่า ข้อมูลอายุของกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยนี้จำนวน 400 คน ผู้ที่ตอบแบบสอบถามที่จัดกลุ่มใหม่ ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 276 คน คิดเป็นร้อยละ 69.00 รองลงมา คือ สถานภาพสมรส / หย่าร้าง / แยกกันอยู่ / หม้าย จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 31.00 ตามลำดับ

ตาราง 10 จำนวนความถี่ และค่าร้อยละ เกี่ยวกับระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม

ระดับการศึกษา	ความถี่ (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	43	10.75
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	284	71.00
สูงกว่าปริญญาตรี	73	18.25
รวม	400	100.00

จากตาราง 10 พบว่า ข้อมูลระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยนี้จำนวน 400 คน ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษاپริญญาตรี หรือเทียบเท่า จำนวน 284 คน คิดเป็นร้อยละ 71.00 รองลงมาคือ สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 18.25 และต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 10.75 ตามลำดับ

ตาราง 11 จำนวนความถี่ และค่าร้อยละ เกี่ยวกับอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม

อาชีพ	ความถี่ (คน)	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	73	18.25
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	63	15.75
พนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง	193	48.25
เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว	56	14.00
อื่นๆ	15	3.75
รวม	400	100.00

จากตาราง 11 พบว่า ข้อมูลอาชีพของกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยนี้จำนวน 400 คน ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง จำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 48.25 รองลงมา คือ อาชีพนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 18.25 อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.75 อาชีพเจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.00 และอาชีพอื่นๆ จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.75 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านอาชีพ มีความถี่ค่อนข้างต่ำ ดังนั้นผู้วิจัยได้ทำการรวมชั้นใหม่เพื่อเป็นการทดสอบสมมติฐานดังนี้

ตาราง 12 จำนวนความถี่ และค่าร้อยละ เกี่ยวกับอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถามที่จัดกลุ่มใหม่

อาชีพ	ความถี่ (คน)	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	73	18.25
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	63	15.75
พนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง	193	48.25
เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว / อื่นๆ	71	17.75
รวม	400	100.00

จากตาราง 12 พบว่า ข้อมูลอายุของกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยนี้จำนวน 400 คน ผู้ที่ตอบแบบสอบถามที่จัดกลุ่มใหม่ ส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง จำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 48.25 รองลงมา คือ อาชีพนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 18.25 อาชีพเจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัวและอาชีพอื่นๆ จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 17.75 และอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.75 ตามลำดับจำนวนความถี่ และค่าร้อยละ เกี่ยวกับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตาราง 13 จำนวนความถี่ และค่าร้อยละ เกี่ยวกับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ความถี่ (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	85	21.25
10,001 – 30,000 บาท	131	32.75
30,001 – 50,000 บาท	48	12.00
สูงกว่า 50,000 บาทขึ้นไป	136	34.00
รวม	400	100.00

จากตาราง 13 พบว่า ข้อมูลรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยนี้จำนวน 400 คน ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน สูงกว่า 50,000 บาทขึ้นไป จำนวน

136 คน คิดเป็นร้อยละ 34.00 รองลงมา คือ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 30,000 บาท จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 32.75 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 21.25 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 50,000 บาท จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.00 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

ตาราง 14 จำนวนความถี่ และค่าร้อยละ เกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคโควิด-19	ตอบถูก		ตอบผิด	
	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ
ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับโรคโควิด-19				
1. โรคโควิด 2019 เป็นโรคทางระบบทางเดินหายใจ	386	96.50	14	3.50
2. โรคโควิด 2019 ส่วนใหญ่มักพบในผู้สูงอายุ (อายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป)	253	63.25	147	36.75
3. ความเสี่ยงการติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 เกิดได้จากการหายใจเอาฝอยละอองเข้าไปจากผู้ป่วย และการสัมผัสสิ่งของที่แปดเปื้อนเชื้อ	389	97.25	11	2.75
4. การติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ผู้ป่วยมักแสดงอาการภายใน 14 วัน	357	89.25	43	10.75
5. อาการที่พบบ่อยของโรคโควิด 2019 คือ ไข้ ไอ อ่อนเพลีย หายใจลำบาก	400	100.00	0	0.00
6. ผู้ที่ติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 แต่ไม่แสดงอาการ จะไม่สามารถแพร่กระจายเชื้อให้ผู้อื่นได้	250	62.50	150	37.50
7. การกินฟ้าทะลายโจรช่วยป้องกันการติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ได้	284	71.00	116	29.00

ตารางที่ 14 (ต่อ)

ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคโควิด-19	ตอบถูก		ตอบผิด	
	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ
ความรู้ในการเลือกใช้อุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19				
1. การทำความสะอาดมือด้วยแอลกอฮอล์ที่มีความเข้มข้น 100% v/v เป็นความเข้มข้นที่มีประสิทธิภาพในการฆ่าเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ดีที่สุด	237	59.25	163	40.75
2. การล้างมือด้วยสบู่ โดยฟอกมือเป็นเวลาอย่างน้อย 20 วินาที สามารถกำจัดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ได้	383	95.75	17	4.25
3. การดื่มวอดก้า (Vodka) มีปริมาณแอลกอฮอล์ 70% สามารถกำจัดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ได้	370	92.50	30	7.50
4. การใส่หน้ากากเฟซชิลด์ป้องกันละอองเชื้อโรค (Face shield) อย่างเดียวไม่เพียงพอต่อการป้องกันการติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019	378	94.50	22	5.50
5. การใส่หน้ากากอนามัยแบบผ้า ไม่จำเป็นต้องเปลี่ยนหน้ากากทุกวัน	333	83.25	67	16.75
6. ประชาชนทั่วไปควรใส่หน้ากากประเภท N95 ในขณะที่อยู่ในพื้นที่สาธารณะที่มีคนจำนวนมาก	160	40.00	240	60.00
7. ผู้ที่อายุ 60 ปีขึ้นไป หรือผู้ที่มีโรคประจำตัว เช่น โรคเบาหวาน โรคความดัน โรคปอด โรคมะเร็ง ควรใส่หน้ากากอนามัยทางการแพทย์แบบกรอง 3 ชั้น (medical mask) เพื่อป้องกันการติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019	381	95.25	19	4.75

จากตารางที่ 14 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคโควิด-19 ของ ผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร พบว่า

1. โรคโควิด 2019 เป็นโรคทางระบบทางเดินหายใจ ตอบถูก จำนวน 386 คน คิดเป็น ร้อยละ 96.50 ตอบผิด จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.50
2. โรคโควิด 2019 ส่วนใหญ่มักพบในผู้สูงอายุ (อายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป) ตอบถูก จำนวน 253 คน คิดเป็นร้อยละ 63.25 ตอบผิด จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 36.75
3. ความเสี่ยงการติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 เกิดได้จากการหายใจเอาฝอยละอองเข้าไป จากผู้ป่วย และการสัมผัสสิ่งของที่แปดเปื้อนเชื้อ ตอบถูก จำนวน 389 คน คิดเป็นร้อยละ 97.25 ตอบผิด จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.75
4. การติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ผู้ป่วยมักแสดงอาการภายใน 14 วัน ตอบถูก จำนวน 357 คน คิดเป็นร้อยละ 89.25 ตอบผิด จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 10.75
5. อาการที่พบบ่อยของโรคโควิด 2019 คือ ไข้ ไอ อ่อนเพลีย หายใจลำบาก ตอบถูก จำนวน 400 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00 ตอบผิด คิดเป็นร้อยละ 0.00
6. ผู้ที่ติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 แต่ไม่แสดงอาการ จะไม่สามารถแพร่กระจายเชื้อให้ผู้อื่นได้ ตอบถูก จำนวน 250 คน คิดเป็นร้อยละ 62.50 ตอบผิด จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 37.50
7. การกินฟ้าทะลายโจรช่วยป้องกันการติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ได้ ตอบถูก จำนวน 284 คน คิดเป็นร้อยละ 71.00 ตอบผิด จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 29.00
8. การทำความสะอาดมือด้วยแอลกอฮอล์ที่มีความเข้มข้น 100% v/v เป็นความเข้มข้นที่มีประสิทธิภาพในการฆ่าเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ดีที่สุด ตอบถูก จำนวน 237 คน คิดเป็นร้อยละ 59.25 ตอบผิด จำนวน 163 คน คิดเป็นร้อยละ 40.75
9. การล้างมือด้วยสบู่ โดยฟอกมือเป็นเวลาอย่างน้อย 20 วินาที สามารถกำจัดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ได้ ตอบถูก จำนวน 383 คน คิดเป็นร้อยละ 95.75 ตอบผิด จำนวน 17 คน คิดเป็น ร้อยละ 4.25
10. การดื่มวอดก้า (Vodka) มีปริมาณแอลกอฮอล์ 70% สามารถกำจัดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ได้ ตอบถูก จำนวน 370 คน คิดเป็นร้อยละ 92.50 ตอบผิด จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.50
11. การใส่น้ำกากเพชรซิลด์ป้องกันละอองเชื้อโรค (Face shield) อย่างเดียวไม่เพียงพอ

ต่อการป้องกันการติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ตอบถูก จำนวน 378 คน คิดเป็นร้อยละ 94.50 ตอบผิด จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.50

12. การใส่หน้ากากอนามัยแบบผ้า ไม่จำเป็นต้องเปลี่ยนหน้ากากทุกวัน ตอบถูก จำนวน 333 คน คิดเป็นร้อยละ 83.25 ตอบผิด จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 16.75

13. ประชาชนทั่วไปควรใส่หน้ากากประเภท N95 ในขณะที่อยู่ในพื้นที่สาธารณะที่มีคนจำนวนมาก ตอบถูก จำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 ตอบผิด จำนวน 240 คน คิดเป็นร้อยละ 60.00

14. ผู้ที่อายุ 60 ปีขึ้นไป หรือผู้ที่มีโรคประจำตัวเช่น โรคเบาหวาน โรคความดัน โรคปอด โรคมะเร็ง ควรใส่หน้ากากอนามัยทางการแพทย์แบบกรอง 3 ชั้น (medical mask) เพื่อป้องกันการติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ตอบถูก จำนวน 281 คน คิดเป็นร้อยละ 95.25 ตอบผิด จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.75

ตาราง 15 ระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคนในกรุงเทพมหานคร

ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคโควิด-19	ความถี่ (คน)	ร้อยละ
ความรู้ความเข้าใจระดับปานกลาง	68	17.00
ความรู้ความเข้าใจระดับมาก	332	83.00
รวม	400	100.00

จากตาราง 15 พบว่า ข้อมูลระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคโควิด-19 ของกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยนี้จำนวน 400 คน ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจระดับมาก จำนวน 332 คน คิดเป็นร้อยละ 83.00 รองลงมา คือ ความรู้ความเข้าใจระดับปานกลาง จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.00 ตามลำดับ

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคนในกรุงเทพมหานคร

ตาราง 16 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคโควิด-19 ของ
ผู้บริโภคนในกรุงเทพมหานคร

ความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคโควิด-19	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. ท่านรักษาสุขอนามัยของมือ และใส่หน้ากากอนามัย เมื่ออยู่ร่วมกับกลุ่มคน ในช่วงที่มีการระบาดของโรคโค วิด-19	4.58	0.60	มากที่สุด
2. ท่านมีความกังวลเมื่อพบบุคคลที่ไม่ใส่หน้ากาก อนามัยในที่สาธารณะ ในช่วงที่มีการระบาดของโรคโค วิด-19	4.50	0.68	มากที่สุด
3. ท่านคิดว่าการทำให้การระบาดของโรคโควิด-19 สามารถควบคุมได้ จำเป็นต้องได้รับความร่วมมือจาก ทั้ง ภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน	4.52	0.71	มากที่สุด
4. ท่านติดตามข้อมูลคำแนะนำของศูนย์บริหาร สถานการณ์โควิด-19 (ศบค.) อยู่เสมอ	3.85	0.99	มาก
5. ท่านคิดว่ามีความจำเป็นในการเลือกประเภทของ หน้ากากให้เหมาะสมกับสถานที่ สถานการณ์ และ กิจกรรม ในช่วงที่มีการระบาดของโรคโควิด-19	4.45	0.63	มากที่สุด
6. ท่านคิดว่าแอลกอฮอล์ล้างมือแต่ละตราสินค้ามี คุณสมบัติที่ไม่เหมือนกัน จำเป็นต้องพิจารณาให้ ละเอียดและรอบคอบ	4.18	0.84	มาก
7. ท่านยินดีปรับเปลี่ยนแนวทางการใช้ชีวิตประจำวัน หากมีส่วนช่วยให้สถานการณ์การระบาดของโรคโควิด- 19 มีแนวโน้มที่ดีขึ้น	4.39	0.73	มากที่สุด
รวม	4.35	0.57	มากที่สุด

จากตาราง 16 การวิเคราะห์ความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคนใน
กรุงเทพมหานคร โดยรวม ผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{X} =
4.35) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่ผู้บริโภคนมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ท่าน

รักษาสุขภาพอนามัยของมือ และใส่หน้ากากอนามัยเมื่ออยู่ร่วมกับกลุ่มคน ในช่วงที่มีการระบาดของโรคโควิด-19 ($\bar{X}=4.58$) รองลงมาได้แก่ ท่านคิดว่าทำให้การระบาดของโรคโควิด-19 สามารถควบคุมได้ จำเป็นต้องได้รับความร่วมมือจากทั้ง ภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน ($\bar{X}=4.52$) ท่านมีความกังวลเมื่อพบบุคคลที่ไม่ใส่หน้ากากอนามัยในที่สาธารณะ ในช่วงที่มีการระบาดของโรคโควิด-19 ($\bar{X}=4.50$) ท่านคิดว่ามีความจำเป็นในการเลือกประเภทของหน้ากากให้เหมาะสมกับสถานที่ สถานการณ์ และ กิจกรรม ในช่วงที่มีการระบาดของโรคโควิด-19 ($\bar{X}=4.45$) ท่านยินดีปรับเปลี่ยนแนวทางการใช้ชีวิตประจำวันหากมีส่วนช่วยให้สถานการณ์การระบาดของโรคโควิด-19 มีแนวโน้มที่ดีขึ้น ($\bar{X}=4.39$) และข้อที่ผู้บริโภคมองมีความคิดเห็นอยู่ในระดับอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ท่านคิดว่าแอลกอฮอล์ล้างมือแต่ละตราสินค้ามีคุณสมบัติที่ไม่เหมือนกัน จำเป็นต้องพิจารณาให้ละเอียดและรอบคอบ ($\bar{X}=4.18$) และท่านติดตามข้อมูลคำแนะนำของศูนย์บริหารสถานการณ์โควิด-19 (ศบค.) อยู่เสมอ ($\bar{X}=3.85$) ตามลำดับ

ตอนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

ตาราง 17 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคใน กรุงเทพมหานคร	\bar{X}	S.D.	แปลผล
กิจกรรม	3.55	0.51	มาก
ความสนใจ	3.81	0.72	มาก
ความคิดเห็น	4.04	0.61	มาก
รวม	3.80	0.54	มาก

จากตาราง 17 การวิเคราะห์รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร โดยรวม ผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.80$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้บริโภคมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ความคิดเห็น ($\bar{X}=4.04$) รองลงมา ได้แก่ ความสนใจ ($\bar{X}=3.81$) และกิจกรรม ($\bar{X}=3.55$) ตามลำดับ

ตาราง 18 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคใน กรุงเทพมหานคร ด้านกิจกรรม

ด้านกิจกรรม	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. ท่านเลือกรับประทานอาหารที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพ	3.73	0.76	มาก
2. ท่านออกกำลังกาย	3.26	0.90	ปานกลาง
3. ท่านนอนอย่างน้อยวันละ 8 ชั่วโมง	3.46	0.81	มาก
4. ท่านตรวจสุขภาพอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง	3.69	1.20	มาก
5. หาข้อมูลที่ต้องการจาก internet และ social network	3.82	0.87	มาก
6. ความถี่ของการเดินทางไปแหล่งช้อปปิ้ง หรือห้างสรรพสินค้า	3.37	0.85	ปานกลาง
รวม	3.55	0.51	มาก

จากตาราง 18 การวิเคราะห์รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ด้านกิจกรรม โดยรวม ผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามมีการปฏิบัติอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.55$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้บริโภคมีการปฏิบัติอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ข้อรู้สึกหาข้อมูลที่ต้องการจาก internet และ social network ($\bar{X}=3.82$) รองลงมาได้แก่ ข้อรู้สึกที่ท่านเลือกรับประทานอาหารที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพ ($\bar{X}=3.73$) ข้อรู้สึกที่ท่านตรวจสุขภาพอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง ($\bar{X}=3.69$) ข้อรู้สึกที่ท่านนอนอย่างน้อยวันละ 8 ชั่วโมง ($\bar{X}=3.46$) และผู้บริโภคมีการปฏิบัติอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ข้อรู้สึกว่าความถี่ของการเดินทางไปแหล่งช้อปปิ้ง หรือห้างสรรพสินค้า ($\bar{X}=3.37$) และข้อรู้สึกที่ท่านออกกำลังกาย ($\bar{X}=3.26$) ตามลำดับ

ตาราง 19 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคใน กรุงเทพมหานคร ด้านความสนใจ

ด้านความสนใจ	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. ท่านใส่ใจดูแลสุขภาพของตนเอง	4.00	0.65	มาก
2. ท่านใส่ใจดูแลสุขภาพของสมาชิกในครอบครัว	4.24	0.55	มากที่สุด
3. ท่านหาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสุขภาพอยู่เสมอ	3.72	0.87	มาก
4. ท่านสนใจแนวทางการปฏิบัติตนให้สุขภาพแข็งแรง ห่างไกลจากโรคและภาวะความเจ็บป่วย	3.81	0.92	มาก
5. ท่านสนใจแลกเปลี่ยนข้อมูลทางด้านสุขภาพกับบุคคลรอบข้าง	3.46	1.09	มาก
6. ท่านมองหาผลิตภัณฑ์ที่ช่วยเสริมสร้างร่างกายให้แข็งแรง และป้องกันภาวะเจ็บป่วย	3.65	1.03	มาก
รวม	3.81	0.72	มาก

จากตาราง 19 การวิเคราะห์รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ด้านความสนใจ โดยรวม ผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามมีความสนใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}= 3.81$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่ผู้บริโภคมองมีความสนใจอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ท่านใส่ใจดูแลสุขภาพของสมาชิกในครอบครัว ($\bar{X}= 4.24$) และข้อที่ผู้บริโภคมองมีความสนใจอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ท่านใส่ใจดูแลสุขภาพของตนเอง ($\bar{X}= 4.00$) รองลงมาได้แก่ ท่านสนใจแนวทางการปฏิบัติตนให้สุขภาพแข็งแรงห่างไกลจากโรคและภาวะความเจ็บป่วย ($\bar{X}= 3.81$) ท่านหาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสุขภาพอยู่เสมอ ($\bar{X}= 3.72$) ท่านมองหาผลิตภัณฑ์ที่ช่วยเสริมสร้างร่างกายให้แข็งแรง และป้องกันภาวะเจ็บป่วย ($\bar{X}= 3.65$) และท่านสนใจแลกเปลี่ยนข้อมูลทางด้านสุขภาพกับบุคคลรอบข้าง ($\bar{X}= 3.46$) ตามลำดับ

ตาราง 20 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคใน กรุงเทพมหานคร ด้านความคิดเห็น

ด้านความคิดเห็น	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. ท่านดูแลสุขภาพเพราะต้องการลดโอกาสเกิดการเจ็บป่วย	4.21	0.74	มากที่สุด
2. แนวทางการใช้ชีวิตส่งผลต่อสุขภาพ	4.25	0.56	มากที่สุด
3. ท่านสามารถหาวิธีการดูแลสุขภาพที่น่าเชื่อถือจาก internet ได้ด้วยตัวท่านเอง	3.88	0.80	มาก
4. ท่านสามารถประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูลการดูแลสุขภาพจาก internet ได้ด้วยตัวท่านเอง	3.82	0.96	มาก
รวม	4.04	0.61	มาก

จากตาราง 20 การวิเคราะห์รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ด้านความคิดเห็น โดยรวม ผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.04$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่ผู้บริโภคมองมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ แนวทางการใช้ชีวิตส่งผลต่อสุขภาพ ($\bar{X}=4.25$) รองลงมาได้แก่ ท่านดูแลสุขภาพเพราะต้องการลดโอกาสเกิดการเจ็บป่วย ($\bar{X}=4.21$) และข้อที่ผู้บริโภคมองมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ท่านสามารถหาวิธีการดูแลสุขภาพที่น่าเชื่อถือจาก internet ได้ด้วยตัวท่านเอง ($\bar{X}=3.88$) รองลงมาได้แก่ ท่านสามารถประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูลการดูแลสุขภาพจาก internet ได้ด้วยตัวท่านเอง ($\bar{X}=3.82$) ตามลำดับ

ตอนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

ตาราง 21 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคนในกรุงเทพมหานคร

พฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. ท่านใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ ในช่วงที่มีโรคโควิด-19 ระบาด	4.71	0.50	มากที่สุด
2. ท่านทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์ในช่วงที่มีโรคโควิด-19 ระบาด	4.65	0.51	มากที่สุด
3. ท่านติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19	4.24	0.76	มากที่สุด
รวม	4.53	0.47	มากที่สุด

จากตาราง 21 การวิเคราะห์พฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคนในกรุงเทพมหานคร โดยรวม ผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามมีการปฏิบัติอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.53$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่ผู้บริโภคมีการปฏิบัติอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ท่านใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ ในช่วงที่มีโรคโควิด-19 ระบาด ($\bar{X} = 4.71$) รองลงมาได้แก่ ท่านทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์ในช่วงที่มีโรคโควิด-19 ระบาด ($\bar{X} = 4.65$) และท่านติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19 ($\bar{X} = 4.24$) ตามลำดับ

ตาราง 22 แสดงค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการซื้ออุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือน

ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการซื้ออุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือน	Minimum	Maximum	\bar{X}	S.D.
ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือน	0.00	10,000.00	708.35	1,066.82

จากตาราง 22 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการซื้ออุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือน พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการซื้ออุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 มีค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการซื้ออุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 โดยมีค่าเฉลี่ยที่ 708.35 บาทต่อ

เดือน และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1,066.82 สูงสุด จำนวน 10,000 บาทต่อเดือน และต่ำสุดที่ 0 บาทต่อเดือน

ตาราง 23 แสดงค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลเกี่ยวกับจำนวนครั้งที่มีการพูดคุยเกี่ยวกับข้อมูลโรคโควิด-19 ครั้งต่อสัปดาห์

จำนวนครั้งที่มีการพูดคุยเกี่ยวกับ	Minimum	Maximum	\bar{X}	S.D.
ข้อมูลโรคโควิด-19 ครั้งต่อสัปดาห์	0.00	100.00	6.32	9.56

จากตาราง 23 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับจำนวนครั้งที่มีการพูดคุยเกี่ยวกับข้อมูลโรคโควิด-19 ครั้งต่อสัปดาห์ พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีการพูดคุยเกี่ยวกับข้อมูลโรคโควิด-19 โดยมีค่าเฉลี่ยที่ 6.32 ครั้งต่อสัปดาห์ และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 9.56 การพูดคุยเกี่ยวกับข้อมูลโรคโควิด-19 สูงสุด จำนวน 100 ครั้งต่อสัปดาห์ และต่ำสุดที่ 0 ครั้งต่อสัปดาห์

ตาราง 24 แสดงค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลเกี่ยวกับความถี่ในการทำความสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจจะนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะ ครั้งต่อสัปดาห์

ความถี่ในการทำความสะอาดเครื่องใช้	Minimum	Maximum	\bar{X}	S.D.
ส่วนบุคคลที่อาจจะนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะครั้งต่อสัปดาห์	0.00	50.00	5.39	6.10

จากตาราง 24 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความถี่ในการทำความสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจจะนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะ ครั้งต่อสัปดาห์ พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจจะนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะ เฉลี่ย 5.39 ครั้งต่อสัปดาห์ และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 6.10 สูงสุด จำนวน 50 ครั้งต่อสัปดาห์ และต่ำสุดที่ 0 ครั้งต่อสัปดาห์

ตาราง 25 แสดงค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลเกี่ยวกับความถี่ในการใช้แอปพลิเคชัน หมอชนะ ไทยชนะ เมื่อเดินทางไปในพื้นที่หรืออาคารสาธารณะครั้งต่อสัปดาห์

ความถี่ในการใช้แอปพลิเคชัน หมอชนะ ไทยชนะ เมื่อเดินทางไปในพื้นที่หรืออาคารสาธารณะครั้งต่อสัปดาห์	Minimum	Maximum	\bar{X}	S.D.
	0.00	20.00	2.59	3.28

จากตาราง 25 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความถี่ในการใช้แอปพลิเคชัน หมอชนะ ไทยชนะ เมื่อเดินทางไปในพื้นที่หรืออาคารสาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีการใช้แอปพลิเคชัน หมอชนะ ไทยชนะ เดินทางไปในพื้นที่หรืออาคารสาธารณะ เฉลี่ย 2.59 ครั้งต่อสัปดาห์ และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 3.28 สูงสุด จำนวน 20 ครั้งต่อสัปดาห์ และต่ำสุดที่ 0 ครั้งต่อสัปดาห์

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน จำนวน 4 ข้อดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ สถานภาพ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน แตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1 ผู้บริโภคที่มีเพศ แตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 แตกต่างกัน

H_0 : ผู้บริโภคที่มีเพศ แตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้บริโภคที่มีเพศ แตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระจากกัน (Independent sample t-test) โดยใช้ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) เมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05

ตาราง 26 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของแต่ละกลุ่มเพศ โดยใช้ Levene's test

พฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19	Levene's test for Equality of Variances	
	F	Sig.
1. ใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ	54.305**	0.000
ทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์	2.600	0.108
3. ติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19	0.199	0.656
4. ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการใช้อุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือน	0.904	0.342
5. จำนวนครั้งที่มีการพูดคุยเกี่ยวกับข้อมูลโรคโควิด-19 ต่อสัปดาห์	0.875	0.350
6. ความถี่ในการทำความสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจจะนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะครั้งต่อสัปดาห์	11.588**	0.001
7. ความถี่ในการใช้แอปพลิเคชัน หมอชนะ ไทยชนะ เมื่อเดินทางไปในพื้นที่หรืออาคารสาธารณะครั้งต่อสัปดาห์	1.490	0.223

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 26 ผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของแต่ละกลุ่มเพศโดยใช้ Levene's test พบว่าพฤติกรรมการใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ และความถี่ในการทำ ความสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจจะนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ มีค่า p-value <0.001 และ 0.001 ตามลำดับ ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า มีค่าความแปรปรวนแตกต่างกัน จึงใช้การทดสอบสมมติฐาน ค่า t กรณีค่าความแปรปรวนแตกต่างกัน (Equal variances not assumed) ส่วน ทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์ ติดตามข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19 ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการใช้อุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อ เดือน จำนวนครั้งที่มีการพูดคุยเกี่ยวกับข้อมูลโรคโควิด-19 ต่อสัปดาห์ และความถี่ในการใช้ แอปพลิเคชัน หมอชนะ ไทยชนะ เมื่อเดินทางไปในพื้นที่หรืออาคารสาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ มีค่า p-value เท่ากับ 0.108, 0.656, 0.342, 0.350 และ 0.223 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่า 0.05 หมายความว่า มีค่าความแปรปรวนไม่แตกต่างกันจึงใช้การทดสอบสมมติฐาน ค่า t กรณีค่าความแปรปรวนไม่ แตกต่างกัน (Equal variances assumed)

ตาราง 27 แสดงผลการวิเคราะห์พฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 โดยจำแนกตามเพศ

พฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19	เพศ	t-test of Equality of Means				
		\bar{X}	S.D.	t	df	Sig.
1. ใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ	ชาย	4.56	0.55	-4.720**	277.914	0.000
	หญิง	4.80	0.44			
2. ทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์	ชาย	4.66	0.48	0.478	398	0.633
	หญิง	4.64	0.53			
3. ติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19	ชาย	4.21	0.76	-0.595	398	0.552
	หญิง	4.26	0.77			
4. ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการซื้ออุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือน	ชาย	608.33	898.60	-1.502	398	0.134
	หญิง	772.30	1158.95			
5. จำนวนครั้งที่มีการพูดคุยเกี่ยวกับข้อมูลโรคโควิด-19 ต่อสัปดาห์	ชาย	5.75	8.28	-0.954	398	0.341
	หญิง	6.68	10.29			
6. ความถี่ในการทำความสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจจะนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะครั้งต่อสัปดาห์	ชาย	3.92	2.77	-4.635**	336.794	0.000
	หญิง	6.33	7.35			
7. ความถี่ในการใช้แอลกอฮอล์เช็ดมือขณะไทยขณะ เมื่อเดินทางไปในพื้นที่หรืออาคารสาธารณะครั้งต่อสัปดาห์	ชาย	2.85	3.64	1.304	398	0.193
	หญิง	2.41	3.03			

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 27 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 โดยจำแนกตามเพศ พบว่าใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ มีค่า p-value < 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีเพศแตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 แตกต่างกันในเรื่องใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ อย่างมีนัยสำคัญ

ทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่วางไว้ โดยผู้บริโภคมที่เป็นเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ มากกว่า ผู้บริโภคที่เป็นเพศชาย

ทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์ มีค่า p-value เท่ากับ 0.633 ซึ่งมากกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีเพศ แตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ไม่แตกต่างกัน ในเรื่อง ทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่วางไว้

ติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19 มีค่า p-value เท่ากับ 0.552 ซึ่งมากกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีเพศ แตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ไม่แตกต่างกัน ในเรื่อง ทำติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่วางไว้

ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการใช้อุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือน มีค่า p-value เท่ากับ 0.134 ซึ่งมากกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีเพศ แตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ไม่แตกต่างกัน ในเรื่อง ทำค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการใช้อุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่วางไว้

จำนวนครั้งที่มีการพูดคุยเกี่ยวกับข้อมูลโรคโควิด-19 ต่อสัปดาห์ มีค่า p-value เท่ากับ 0.552 ซึ่งมากกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีเพศ แตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ไม่แตกต่างกัน ในเรื่อง จำนวนครั้งที่มีการพูดคุยเกี่ยวกับข้อมูลโรคโควิด-19 ต่อสัปดาห์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่วางไว้

ความถี่ในการทำความสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจจะนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะ ครั้งต่อสัปดาห์ มีค่า p-value < 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีเพศ แตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 แตกต่างกันในเรื่อง ความถี่ในการทำความสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจจะนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่วางไว้ โดย

ผู้บริโภครุ่นที่เป็นเพศหญิงมีค่าเฉลี่ย พฤติกรรมความถี่ในการทำความสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจะนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ มากกว่า ผู้บริโภครุ่นที่เป็นเพศชาย

ความถี่ในการใช้แอลกอฮอล์ล้างมือ หอมชนะ ไทยชนะ เมื่อเดินทางไปในพื้นที่หรืออาคารสาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ มีค่า p-value เท่ากับ 0.193 ซึ่งมากกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้บริโภครุ่นที่มีเพศ แตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ไม่แตกต่างกัน ในเรื่อง ความถี่ในการใช้แอลกอฮอล์ล้างมือ หอมชนะ ไทยชนะ เมื่อเดินทางไปในพื้นที่หรืออาคารสาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่วางไว้

สมมติฐานที่ 1.2 ผู้บริโภครุ่นที่มีอายุ แตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 แตกต่างกัน

H_0 : ผู้บริโภครุ่นที่มีอายุ แตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้บริโภครุ่นที่มีอายุ แตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ความแตกต่างจะใช้การวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม โดยจะทำการทดสอบความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อนโดยใช้สถิติ Levene' Test ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% หากพบว่า p-value มีค่าน้อยกว่า 0.05 แสดงว่ากลุ่มตัวแปรมีความแปรปรวนแตกต่างกัน หาก p-value มีค่ามากกว่า 0.05 แสดงว่ากลุ่มตัวแปรมีความแปรปรวนไม่แตกต่างกัน

ถ้าค่าความแปรปรวนแต่ละกลุ่มแตกต่างกันให้ทดสอบสมมติฐานจากสถิติ Brown-Forsythe test ถ้าความแปรปรวนแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกันจะใช้การวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One-way analysis of variance) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 โดยจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) เมื่อค่า p-value มีค่าน้อยกว่า 0.05 ดังนั้นถ้ายอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่ามีความแตกต่างอย่างนัยสำคัญที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple comparison) ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ต่อไป แต่หาก p-value มีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.05 แสดงว่ากลุ่มตัวแปรไม่มีความแตกต่างกัน

กรณีที่ตัวแปรที่มีความแปรปรวนแตกต่างกันทดสอบสองแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Dunnett's T3 กรณีที่ตัวแปรที่มีความแปรปรวนไม่แตกต่างกันทดสอบสอง

แตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Fisher's Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) เมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05

การทดสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มโดยใช้ Levene's test ซึ่งตั้งสมมติฐานได้ดังนี้

H_0 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกัน

H_1 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มแตกต่างกัน

ตาราง 28 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของแต่ละกลุ่มอายุ โดยใช้ Levene's test

พฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
1. ใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ	82.445**	3	396	0.000
2. ทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์	16.468**	3	396	0.000
3. ติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19	21.557**	3	396	0.000
4. ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการใช้อุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือน	13.805**	3	396	0.000
5. จำนวนครั้งที่มีการพูดคุยเกี่ยวกับข้อมูลโรคโควิด-19 ต่อสัปดาห์	5.170**	3	396	0.000
6. ความถี่ในการทำมาความสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจจะนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะครั้งต่อสัปดาห์	20.926**	3	396	0.000
7. ความถี่ในการใช้แอปพลิเคชัน หมอชนะ ไทยชนะ เมื่อเดินทางไปในพื้นที่หรืออาคารสาธารณะครั้งต่อสัปดาห์	22.038**	3	396	0.000

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 28 ผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของแต่ละกลุ่มอายุโดยใช้ Levene's test พบว่าพฤติกรรมในการใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ ทำความสะอาดมือ

ด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์ ติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19 ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการซื้ออุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือน จำนวนครั้งที่มีการพูดคุยเกี่ยวกับข้อมูลโรคโควิด-19 ต่อสัปดาห์ ความถี่ในการทำความสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจจะนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ และความถี่ในการใช้แอปพลิเคชัน หมอชนะ ไทยชนะ เมื่อเดินทางไปในพื้นที่หรืออาคารสาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ มีค่า p-value < 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 จึงใช้สถิติ Brown-Forsythe ในการทดสอบสมมติฐาน

ตาราง 29 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 โดยจำแนกตามอายุ โดยใช้ Brown-Forsythe

Robust Tests of Equality of Means	Statistic	df1	df2	Sig.
1. ใสน้ำกากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ	38.769**	3	206.725	0.000
2. ทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์	24.559**	3	251.688	0.000
3. ติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19	4.841**	3	275.668	0.003
4. ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการซื้ออุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือน	18.728**	3	196.160	0.000
5. จำนวนครั้งที่มีการพูดคุยเกี่ยวกับข้อมูลโรคโควิด-19 ต่อสัปดาห์	5.931**	3	247.827	0.001
6. ความถี่ในการทำความสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจจะนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะครั้งต่อสัปดาห์	5.577**	3	210.807	0.001
7. ความถี่ในการใช้แอปพลิเคชัน หมอชนะ ไทยชนะ เมื่อเดินทางไปในพื้นที่หรืออาคารสาธารณะครั้งต่อสัปดาห์	3.618*	3	286.910	0.014

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 29 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 โดยจำแนกตามอายุ โดยใช้สถิติ Brown-Forsythe พบว่า

ใสน้ำกากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ มีค่า p-value < 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีอายุ ต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ต่างกัน ในเรื่องใสน้ำกากอนามัยบ่อยแค่ไหน

เมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Dunnett's T3 เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ปรากฏผลดังตาราง 30

ทำความเข้าใจการล้างมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์ มีค่า p-value <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 แตกต่างกันในเรื่องทำความเข้าใจการล้างมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Dunnett's T3 เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ปรากฏผลดังตาราง 31

ติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19 มีค่า p-value เท่ากับ 0.003 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 แตกต่างกันในเรื่องติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Dunnett's T3 เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ปรากฏผลดังตาราง 32

ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการใช้อุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือน มีค่า p-value <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 แตกต่างกันในเรื่อง ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการใช้อุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Dunnett's T3 เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ปรากฏผลดังตาราง 33

จำนวนครั้งที่มีการพูดคุยเกี่ยวกับข้อมูลโรคโควิด-19 ต่อสัปดาห์ มีค่า p-value เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 แตกต่างกันในเรื่อง จำนวนครั้งที่มีการพูดคุยเกี่ยวกับข้อมูลโรคโควิด-19 ต่อสัปดาห์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Dunnett's T3 เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ปรากฏผลดังตาราง 34

ความถี่ในการทำความเข้าใจส่วนบุคคลที่อาจนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะ ครั้งต่อสัปดาห์ มีค่า p-value <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 แตกต่างกันในเรื่อง ความถี่ในการทำความเข้าใจส่วนบุคคลที่อาจนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะ ครั้งต่อสัปดาห์ มีค่า p-value <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 แตกต่างกันในเรื่อง

ในเรื่องความถี่ในการทำความสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจจะนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะ ครั้งต่อสัปดาห์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Dunnett's T3 เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ปรากฏผลดังตาราง 35

ความถี่ในการใช้แอลกอฮอล์เช็ดมือขณะ ไทยชนะ เมื่อเดินทางไปในพื้นที่หรืออาคารสาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ มีค่า p-value เท่ากับ 0.014 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 แตกต่างกันในเรื่อง ทำความถี่ในการใช้แอลกอฮอล์เช็ดมือขณะ ไทยชนะ เมื่อเดินทางไปในพื้นที่หรืออาคารสาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Dunnett's T3 เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ปรากฏผลดังตาราง 36

ตาราง 30 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ จำแนกตามกลุ่มอายุ เป็นรายคู่ ด้วย Dunnett's T3

อายุ	\bar{X}	18- 23 ปี	24-29 ปี	30-35 ปี	36 ปีขึ้นไป
		4.20	4.66	4.71	4.95
18- 23 ปี	4.20	-	-0.459** (0.000)	-0.506** (0.000)	-0.751** (0.000)
24-29 ปี	4.66		-	-0.047 (0.986)	-0.292** (0.000)
30-35 ปี	4.71			-	-0.245** (0.000)
36 ปีขึ้นไป	4.95				-

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 30 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ จำแนกตามกลุ่มอายุ เป็นรายคู่ ด้วย Dunnett's T3 ในการทดสอบพบว่า

ผู้บริโภคมที่มีอายุ 30-35 ปี กับผู้บริโภคมที่มีอายุ 36 ปีขึ้นไป มีค่า p-value <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้บริโภคมที่มีอายุ แตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยผู้บริโภคมที่มีอายุ 36 ปีขึ้นไป มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ มากกว่า ผู้บริโภคมที่มีอายุ 30-35 ปี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.245

สำหรับรายคู่อื่นพบว่า แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 31 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์ จำแนกตามกลุ่มอายุ เป็นรายคู่อ ด้วย Dunnett's T3

อายุ	\bar{X}	18- 23 ปี	24-29 ปี	30-35 ปี	36 ปีขึ้นไป
		4.23	4.54	4.73	4.82
18- 23 ปี	4.23	-	-0.312** (0.004)	-0.495** (0.000)	-0.585** (0.000)
24-29 ปี	4.54		-	-0.183 (0.205)	-0.273** (0.006)
30-35 ปี	4.73			-	-0.090 (0.503)
36 ปีขึ้นไป	4.82				-

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 31 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์ จำแนกตามกลุ่มอายุ เป็นรายคู่อ ด้วย Dunnett's T3 ในการทดสอบพบว่า

ผู้บริโภคมที่มีอายุ 18 – 23 ปี กับผู้บริโภคมที่มีอายุ 24-29 ปี มีค่า p-value เท่ากับ 0.004 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้บริโภคมที่มีอายุ แตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกัน

การติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องท่าความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือ แอลกอฮอล์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยผู้บริโภคมที่มีอายุ 24-29 ปี มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องท่าความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์ มากกว่า ผู้บริโภคมที่มีอายุ 18 - 23 ปี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.312

ผู้บริโภคมที่มีอายุ 18 - 23 ปี กับผู้บริโภคมที่มีอายุ 30-35 ปี มีค่า p-value <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้บริโภคมที่มีอายุ แตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องท่าความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือ แอลกอฮอล์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยผู้บริโภคมที่มีอายุ 30-35 ปี มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องท่าความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์ มากกว่า ผู้บริโภคมที่มีอายุ 18 - 23 ปี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.495

ผู้บริโภคมที่มีอายุ 18 - 23 ปี กับผู้บริโภคมที่มีอายุ 36 ปีขึ้นไป มีค่า p-value <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้บริโภคมที่มีอายุ แตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องท่าความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือ แอลกอฮอล์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยผู้บริโภคมที่มีอายุ 36 ปีขึ้นไป มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องท่าความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์ มากกว่า ผู้บริโภคมที่มีอายุ 18 - 23 ปี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.585

ผู้บริโภคมที่มีอายุ 24-29 ปี กับผู้บริโภคมที่มีอายุ 36 ปีขึ้นไป มีค่า p-value เท่ากับ 0.006 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้บริโภคมที่มีอายุ แตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องท่าความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยผู้บริโภคมที่มีอายุ 36 ปีขึ้นไป มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องท่าความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์ มากกว่า ผู้บริโภคมที่มีอายุ 24-29 ปี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.273

สำหรับรายคู่อื่นพบว่า แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 32 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อ และแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19 จำแนกตามกลุ่มอายุ เป็นรายคู่ ด้วย Dunnett's T3

อายุ	\bar{X}	18- 23 ปี	24-29 ปี	30-35 ปี	36 ปีขึ้นไป
		3.94	4.34	4.24	4.33
18- 23 ปี	3.94	-	-0.395*	-0.294*	-0.391**
			(0.011)	(0.013)	(0.000)
24-29 ปี	4.34		-	0.102	0.005
				(0.970)	(1.000)
30-35 ปี	4.24			-	-0.097
					(0.897)
36 ปีขึ้นไป	4.33				-

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 32 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19 จำแนกตามกลุ่มอายุ เป็นรายคู่ ด้วย Dunnett's T3 ในการทดสอบพบว่า

ผู้บริโภคมที่มีอายุ 18 – 23 ปี กับผู้บริโภคมที่มีอายุ 24-29 ปี มีค่า p-value เท่ากับ 0.011 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้บริโภคมที่มีอายุ แตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้บริโภคมที่มีอายุ 24-29 ปี มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19 มากกว่า ผู้บริโภคมที่มีอายุ 18 - 23 ปี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.395

ผู้บริโภคมที่มีอายุ 18 – 23 ปี กับผู้บริโภคมที่มีอายุ 30-35 ปี มีค่า p-value เท่ากับ 0.013 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้บริโภคมที่มีอายุ แตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการ

การติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้บริโภคมที่มีอายุ 30-35 ปี มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19 มากกว่า ผู้บริโภคที่มีอายุ 18 - 23 ปี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.294

ผู้บริโภคมที่มีอายุ 18 - 23 ปี กับผู้บริโภคมที่มีอายุ 36 ปีขึ้นไป มีค่า p-value <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้บริโภคมที่มีอายุ แตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยผู้บริโภคมที่มีอายุ 36 ปีขึ้นไป มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19 มากกว่า ผู้บริโภคที่มีอายุ 18 - 23 ปี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.391

สำหรับรายคู่อื่นพบว่า แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 33 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการซื้ออุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือน จำแนกตามกลุ่มอายุ เป็นรายคู่อ ด้วย Dunnett's T3

อายุ	\bar{X}	18- 23 ปี	24-29 ปี	30-35 ปี	36 ปีขึ้นไป
		351.30	497.06	560.91	1069.28
18- 23 ปี	351.30	-	-145.754 (0.408)	-209.605 (0.186)	-717.977** (0.000)
24-29 ปี	497.06		-	-63.850 (0.688)	-572.222** (0.000)
30-35 ปี	560.91			-	-508.375** (0.000)
36 ปีขึ้นไป	1069.28				-

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 33 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการใช้อุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือน จำแนกตามกลุ่มอายุ เป็นรายคู่ ด้วย Dunnett's T3 ในการทดสอบพบว่า

ผู้บริโภคมที่มีอายุ 18 – 23 ปี กับผู้บริโภคมที่มีอายุ 36 ปีขึ้นไป มีค่า p-value <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้บริโภคมที่มีอายุ แตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการใช้อุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยผู้บริโภคมที่มีอายุ 36 ปีขึ้นไป มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการใช้อุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือน มากกว่า ผู้บริโภคมที่มีอายุ 18 - 23 ปี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 717.977

ผู้บริโภคมที่มีอายุ 24-29 ปี กับผู้บริโภคมที่มีอายุ 36 ปีขึ้นไป มีค่า p-value <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้บริโภคมที่มีอายุ แตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการใช้อุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยผู้บริโภคมที่มีอายุ 36 ปีขึ้นไป มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการใช้อุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือน มากกว่า ผู้บริโภคมที่มีอายุ 24-29 ปี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 572.222

ผู้บริโภคมที่มีอายุ 30-35 ปี กับผู้บริโภคมที่มีอายุ 36 ปีขึ้นไป มีค่า p-value <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้บริโภคมที่มีอายุ แตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการใช้อุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยผู้บริโภคมที่มีอายุ 36 ปีขึ้นไป มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการใช้อุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือน มากกว่า ผู้บริโภคมที่มีอายุ 30-35 ปี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 508.375

สำหรับรายคู่อื่นพบว่า แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 34 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อ และแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องจำนวนครั้งที่มีการพูดคุยเกี่ยวกับข้อมูลโรคโควิด-19 ต่อสัปดาห์ จำแนกตามกลุ่มอายุ เป็นรายคู่ ด้วย Dunnett's T3

อายุ	\bar{X}	18- 23 ปี	24-29 ปี	30-35 ปี	36 ปีขึ้นไป
		6.16	3.71	5.20	8.36
18- 23 ปี	6.16	-	2.454** (0.002)	0.959 (0.982)	-2.200 (0.135)
24-29 ปี	3.71		-	-1.494 (0.823)	-0.465** (0.000)
30-35 ปี	5.20			-	-3.159 (0.189)
36 ปีขึ้นไป	8.36				-

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 34 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องจำนวนครั้งที่มีการพูดคุยเกี่ยวกับข้อมูลโรคโควิด-19 ต่อสัปดาห์ จำแนกตามกลุ่มอายุ เป็นรายคู่ ด้วย Dunnett's T3 ในการทดสอบพบว่า

ผู้บริโภที่มีอายุ 18 – 23 ปี กับผู้บริโภที่มีอายุ 24-29 ปี มีค่า p-value เท่ากับ 0.002 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้บริโภที่มีอายุ แตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องจำนวนครั้งที่มีการพูดคุยเกี่ยวกับข้อมูลโรคโควิด-19 ต่อสัปดาห์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยผู้บริโภที่มีอายุ 24-29 ปี มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องจำนวนครั้งที่มีการพูดคุยเกี่ยวกับข้อมูลโรคโควิด-19 ต่อสัปดาห์ มากกว่า ผู้บริโภที่มีอายุ 18 - 23 ปี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.454

ผู้บริโภที่มีอายุ 24-29 ปี กับผู้บริโภที่มีอายุ 36 ปีขึ้นไป มีค่า p-value <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้บริโภที่มีอายุ แตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องจำนวนครั้งที่มีการพูดคุยเกี่ยวกับข้อมูลโรคโควิด-

19 ต่อสัปดาห์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยผู้บริโภคมที่มีอายุ 36 ปีขึ้นไป มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องจำนวนครั้งที่มีการพูดคุยเกี่ยวกับข้อมูลโรคโควิด-19 ต่อสัปดาห์ มากกว่า ผู้บริโภคมที่มีอายุ 24-29 ปี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.465

สำหรับรายคู่อื่นพบว่า แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 35 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องความถี่ในการทำความสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจจะนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ จำแนกตามกลุ่มอายุ เป็นรายคู่ ด้วย

Dunnett's T3

อายุ	\bar{X}	18- 23 ปี	24-29 ปี	30-35 ปี	36 ปีขึ้นไป
		5.07	5.03	4.22	6.53
18- 23 ปี	5.07	-	0.043 (1.000)	0.854 (0.112)	-1.457 (0.388)
24-29 ปี	5.03		-	0.811* (0.022)	-1.500 (0.308)
30-35 ปี	4.22			-	-2.311* (0.020)
36 ปีขึ้นไป	6.53				-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 35 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องความถี่ในการทำความสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจจะนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ จำแนกตามกลุ่มอายุ เป็นรายคู่ ด้วย Dunnett's T3 ในการทดสอบพบว่า

ผู้บริโภคมที่มีอายุ 24-29 ปี กับผู้บริโภคมที่มีอายุ 30-35 ปี มีค่า p-value เท่ากับ 0.022 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้บริโภคมที่มีอายุ แตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องความถี่ในการทำความสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคล

บุคคลที่อาจจะนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้บริโภคมที่มีอายุ 30-35 ปี มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องความถี่ในการทำความสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจจะนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ มากกว่า ผู้บริโภคมที่มีอายุ 24-29 ปี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.811

ผู้บริโภคมที่มีอายุ 30-35 ปี กับผู้บริโภคมที่มีอายุ 36 ปีขึ้นไป มีค่า p-value เท่ากับ 0.020 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้บริโภคมที่มีอายุ แตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องความถี่ในการทำความสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจจะนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้บริโภคมที่มีอายุ 36 ปีขึ้นไป มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องความถี่ในการทำความสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจจะนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ มากกว่า ผู้บริโภคมที่มีอายุ 30-35 ปี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.311

สำหรับรายคู่อื่นพบว่า แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 36 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องความถี่ในการใช้แอปพลิเคชัน หมอชนะ ไทยชนะ เมื่อเดินทางไปในพื้นที่หรืออาคารสาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ จำแนกตามกลุ่มอายุ เป็นรายคู่ ด้วย Dunnett's T3

อายุ	\bar{X}	18- 23 ปี	24-29 ปี	30-35 ปี	36 ปีขึ้นไป
		3.28	2.01	2.11	2.87
18- 23 ปี	3.28	-	1.261*	1.166*	0.406
			(0.036)	(0.040)	(0.971)
24-29 ปี	2.01		-	-0.094	-0.855
				(1.000)	(0.232)
30-35 ปี	2.11			-	-0.760
					(0.272)
36 ปีขึ้นไป	2.87				-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 36 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องความถี่ในการใช้แอลกอฮอล์ล้างมือขณะเดินทางไปในพื้นที่หรืออาคารสาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ จำแนกตามกลุ่มอายุ เป็นรายคู่ด้วย Dunnett's T3 ในการทดสอบพบว่า

ผู้บริโภคมที่มีอายุ 18 – 23 ปี กับผู้บริโภคมที่มีอายุ 24-29 ปี มีค่า p-value เท่ากับ 0.036 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้บริโภคมที่มีอายุ แตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องความถี่ในการใช้แอลกอฮอล์ล้างมือขณะเดินทางไปในพื้นที่หรืออาคารสาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้บริโภคมที่มีอายุ 24-29 ปี มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องความถี่ในการใช้แอลกอฮอล์ล้างมือขณะเดินทางไปในพื้นที่หรืออาคารสาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ มากกว่า ผู้บริโภคมที่มีอายุ 18 - 23 ปี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.261

ผู้บริโภคมที่มีอายุ 18 – 23 ปี กับผู้บริโภคมที่มีอายุ 30-35 ปี มีค่า p-value เท่ากับ 0.040 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้บริโภคมที่มีอายุ แตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องความถี่ในการใช้แอลกอฮอล์ล้างมือขณะเดินทางไปในพื้นที่หรืออาคารสาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้บริโภคมที่มีอายุ 30-35 ปี มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องความถี่ในการใช้แอลกอฮอล์ล้างมือขณะเดินทางไปในพื้นที่หรืออาคารสาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ มากกว่า ผู้บริโภคมที่มีอายุ 18 - 23 ปี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.166

สำหรับรายคู่อื่นพบว่า แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานที่ 1.3 ผู้บริโภคมที่มีสถานภาพ แตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 แตกต่างกัน

H_0 : ผู้บริโภคมที่มีสถานภาพ แตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้บริโภคที่มีสถานภาพ แตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระจากกัน (Independent sample t-test) โดยใช้ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) เมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05

การทดสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มโดยใช้ Levene's test ซึ่งตั้งสมมติฐานได้ดังนี้

H_0 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกัน

H_1 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มแตกต่างกัน

ตาราง 37 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของแต่ละกลุ่มสถานภาพ โดยใช้ Levene's test

พฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19	Levene's test for Equality of Variances	
	F	Sig.
1. ใส่น้ำกากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ	165.464**	0.000
2. ทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์	74.616**	0.000
3. ติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19	6.061*	0.014
4. ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการใช้อุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือน	31.118**	0.000
5. จำนวนครั้งที่มีการพูดคุยเกี่ยวกับข้อมูลโรคโควิด-19 ต่อสัปดาห์	27.672**	0.000
6. ความถี่ในการทำความสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจจะนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะครั้งต่อสัปดาห์	0.017	0.897
7. ความถี่ในการใช้แอปพลิเคชัน หมอชนะ ไทยชนะ เมื่อเดินทางไปในพื้นที่หรืออาคารสาธารณะครั้งต่อสัปดาห์	0.763	0.383

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 37 ผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของแต่ละกลุ่มสถานภาพโดยใช้ Levene's test พบว่า ใส่งานากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ ทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์ ติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19 ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการซื้ออุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือน และจำนวนครั้งที่มีการพูดคุยเกี่ยวกับข้อมูลโรคโควิด-19 ต่อสัปดาห์ มีค่า p-value <0.001, <0.001, 0.014, <0.001 และ <0.001 ตามลำดับ ซึ่งน้อยกว่า 0.01 และ 0.05 หมายความว่า มีค่าความแปรปรวนแตกต่างกันจึงใช้การทดสอบสมมติฐาน ค่า t กรณีค่าความแปรปรวนแตกต่างกัน (Equal variances not assumed) ส่วนความถี่ในการทำความสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ และความถี่ในการใช้แอปพลิเคชัน หมอชนะ ไทยชนะ เมื่อเดินทางไปในพื้นที่หรืออาคารสาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ มีค่า p-value เท่ากับ 0.897 และ 0.383 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่า 0.05 หมายความว่า มีค่าความแปรปรวนไม่แตกต่างกันจึงใช้การทดสอบสมมติฐาน ค่า t กรณีค่าความแปรปรวนไม่แตกต่างกัน (Equal variances assumed)

ตาราง 38 แสดงผลการวิเคราะห์พฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 โดยจำแนกตามสถานภาพ

พฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ ป้องกันการติดเชื้อและ แพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19	สถานภาพ	t-test of Equality of Means				
		\bar{X}	S.D.	t	df	Sig.
1. ใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ	โสด	4.62	0.54	-6.726**	383.293	0.000
	สมรส / หย่าร้าง / แยกกันอยู่ / หม้าย	4.90	0.30			
2. ทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์	โสด	4.58	0.54	-4.581**	309.727	0.000
	สมรส / หย่าร้าง / แยกกันอยู่ / หม้าย	4.80	0.40			
3. ติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19	โสด	4.21	0.75	-1.138	223.615	0.256
	สมรส / หย่าร้าง / แยกกันอยู่ / หม้าย	4.31	0.80			
4. ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการซื้ออุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือน	โสด	540.72	442.07	-3.398**	130.132	0.001
	สมรส / หย่าร้าง / แยกกันอยู่ / หม้าย	1081.4	1746.88			
5. จำนวนครั้งที่มีการพูดคุยเกี่ยวกับข้อมูลโรคโควิด-19 ต่อสัปดาห์	โสด	4.83	5.07	-3.489**	135.926	0.001
	สมรส / หย่าร้าง / แยกกันอยู่ / หม้าย	9.63	14.92			
6. ความถี่ในการทำความสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะครั้งต่อสัปดาห์	โสด	5.34	6.43	-0.229	398	0.819
	สมรส / หย่าร้าง / แยกกันอยู่ / หม้าย	5.49	5.33			
7. ความถี่ในการใช้แอปพลิเคชัน หมอชนะ ไทยชนะ เมื่อเดินทางไปในพื้นที่หรืออาคารสาธารณะครั้งต่อสัปดาห์	โสด	2.75	3.56	1.535	398	0.126
	สมรส / หย่าร้าง / แยกกันอยู่ / หม้าย	2.21	2.53			

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 38 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 โดยจำแนกตามสถานภาพ พบว่า

ใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ มีค่า p -value < 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีสถานภาพ แตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 แตกต่างกันในเรื่อง ใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่วางไว้ โดยผู้บริโภคที่เป็นสถานภาพสมรส / หย่าร้าง / แยกกันอยู่ / หม้ายมีค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ มากกว่า ผู้บริโภคที่เป็นสถานภาพโสด

ทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์ มีค่า p -value < 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีสถานภาพ แตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 แตกต่างกันในเรื่อง ทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่วางไว้ โดยผู้บริโภคที่เป็นสถานภาพสมรส / หย่าร้าง / แยกกันอยู่ / หม้ายมีค่าเฉลี่ย พฤติกรรมการทำ ความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์ มากกว่า ผู้บริโภคที่เป็นสถานภาพโสด

ติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19 มีค่า p -value เท่ากับ 0.256 ซึ่งมากกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีสถานภาพ แตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ไม่แตกต่างกัน ในเรื่อง ทำติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่วางไว้

ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการใช้อุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือน มีค่า p -value เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีสถานภาพ แตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 แตกต่างกันในเรื่อง ทำค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการใช้อุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่วางไว้ โดยผู้บริโภคที่เป็นสถานภาพสมรส / หย่าร้าง / แยกกันอยู่ / หม้ายมีค่าเฉลี่ย พฤติกรรมค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการใช้อุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือน มากกว่า ผู้บริโภคที่เป็นสถานภาพโสด

จำนวนครั้งที่มีการพูดคุยเกี่ยวกับข้อมูลโรคโควิด-19 ต่อสัปดาห์ มีค่า p -value เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีสถานภาพ แตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 แตกต่างกันในเรื่อง ทำจำนวนครั้งที่มีการพูดคุยเกี่ยวกับข้อมูลโรคโควิด-19 ต่อสัปดาห์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่ง

สอดคล้องกับสมมติฐานที่วางไว้ โดยผู้บริโภที่เป็นสถานภาพสมรส / หย่าร้าง / แยกกันอยู่ / หม้าย มีค่าเฉลี่ย พฤติกรรมจำนวนครั้งที่มีการพูดคุยเกี่ยวกับข้อมูลโรคโควิด-19 ต่อสัปดาห์ มากกว่า ผู้บริโภคที่เป็นสถานภาพโสด

ความถี่ในการทำความสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจจะนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะ ครั้งต่อสัปดาห์ มีค่า p-value เท่ากับ 0.819 ซึ่งมากกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีสถานภาพ แตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ไม่แตกต่างกัน ในเรื่อง ความถี่ในการทำความสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจจะนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่วางไว้

ความถี่ในการใช้แอปพลิเคชัน หมอชนะ ไทยชนะ เมื่อเดินทางไปในพื้นที่หรืออาคารสาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ มีค่า p-value เท่ากับ 0.126 ซึ่งมากกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีสถานภาพ แตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ไม่แตกต่างกัน ในเรื่อง ความถี่ในการใช้แอปพลิเคชัน หมอชนะ ไทยชนะ เมื่อเดินทางไปในพื้นที่หรืออาคารสาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่วางไว้

สมมติฐานที่ 1.4 ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษา แตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 แตกต่างกัน

H_0 : ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษา แตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษา แตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ความแตกต่างจะใช้การวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม โดยจะทำการทดสอบความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อนโดยใช้สถิติ Levene' Test ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% หากพบว่า p-value มีค่าน้อยกว่า 0.05 แสดงว่ากลุ่มตัวแปรมีความแปรปรวนแตกต่างกัน หาก p-value มีค่ามากกว่า 0.05 แสดงว่ากลุ่มตัวแปรมีความแปรปรวนไม่แตกต่างกัน

ถ้าค่าความแปรปรวนแต่ละกลุ่มแตกต่างกันให้ทดสอบสมมติฐานจากสถิติ Brown-Forsythe test ถ้าความแปรปรวนแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกันจะใช้การวิเคราะห์ค่าความแปรปรวน

ทางเดียว (One-way analysis of variance) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 โดยจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) เมื่อ p-value มีค่าน้อยกว่า 0.05 ดังนั้นถ้ายอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple comparison) ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ต่อไป แต่หาก p-value มีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.05 แสดงว่ากลุ่มตัวแปรไม่มีความแตกต่างกัน

กรณีที่ตัวแปรมีความแปรปรวนแตกต่างกันทดสอบสองแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Dunnett's T3 กรณีที่ตัวแปรมีความแปรปรวนไม่แตกต่างกันทดสอบสองแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Fisher's Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) เมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05

การทดสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มโดยใช้ Levene's test ซึ่งตั้งสมมติฐานไว้ดังนี้

H_0 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกัน

H_1 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มแตกต่างกัน

ตาราง 39 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของแต่ละกลุ่มระดับการศึกษา โดยใช้ Levene's test

พฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
1. ใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ	165.267**	2	397	0.000
2. ทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์	111.843**	2	397	0.000
3. ติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19	2.844	2	397	0.059
4. ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการใช้อุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือน	0.089	2	397	0.915
5. จำนวนครั้งที่มีการพูดคุยเกี่ยวกับข้อมูลโรคโควิด-19 ต่อสัปดาห์	0.777	2	397	0.460
6. ความถี่ในการทำความสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจจะนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะครั้งต่อสัปดาห์	10.806**	2	397	0.000
7. ความถี่ในการใช้แอปพลิเคชัน หมอชนะ ไทยชนะ เมื่อเดินทางไปในพื้นที่หรืออาคารสาธารณะครั้งต่อสัปดาห์	3.793*	2	397	0.023

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 39 ผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของแต่ละกลุ่มระดับการศึกษาโดยใช้ Levene's test พบว่า ติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19 ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการใช้อุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือน และจำนวนครั้งที่มีการพูดคุยเกี่ยวกับข้อมูลโรคโควิด-19 ต่อสัปดาห์ มีค่า p-value เท่ากับ 0.059, 0.915 และ 0.460 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่า 0.05 จึงใช้สถิติ F-test ในการทดสอบสมมติฐาน ส่วนใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ ทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์ ความถี่ในการทำความสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจจะนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ และความถี่ในการใช้แอปพลิเคชัน หมอชนะ ไทยชนะ เมื่อเดินทางไปในพื้นที่หรืออาคารสาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ มีค่า p-value <0.001, <0.001, <0.001 และ 0.023 ตามลำดับ ซึ่งน้อยกว่า 0.01 และ 0.05 จึงใช้สถิติ Brown-Forsythe ในการทดสอบสมมติฐาน

ตาราง 40 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 โดยจำแนกตามระดับการศึกษา โดยใช้ F-test

พฤติกรรมในการใช้	แหล่งความ	df	SS	MS	F	Sig.
อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อ และแพร่กระจายเชื้อโรค โควิด-19	แปรปรวน					
ติดตามข้อมูลข่าวสาร	ระหว่างกลุ่ม	2	9.238	4.619	8.197**	0.000
เกี่ยวกับการระบาดของ	ภายในกลุ่ม	397	223.722	0.564		
โรคโควิด-19	รวม	399	232.960			
ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการซื้อ	ระหว่างกลุ่ม	2	2651308.647	1325654.323	1.166	0.313
อุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด- 19 บาทต่อเดือน	ภายในกลุ่ม	397	451455602.353	1137167.764		
	รวม	399	454106911.000			
จำนวนครั้งที่มีการพูดคุย	ระหว่างกลุ่ม	2	312.388	156.194	1.717	0.181
เกี่ยวกับข้อมูลโรคโควิด- 19 ต่อสัปดาห์	ภายในกลุ่ม	397	36120.652	90.984		
	รวม	399	36433.040			

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 40 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 โดยจำแนกตามระดับการศึกษา โดยใช้สถิติ F-test พบว่า

ติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19 มีค่า p-value <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษา แตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 แตกต่างกันในเรื่องติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Fisher's Least Significant Difference (LSD) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ปรากฏผลดังตาราง 45

ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการซื้ออุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือน มีค่า p-value เท่ากับ 0.313 ซึ่งมากกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษา แตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ไม่แตกต่างกัน ในเรื่อง

ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการซื้ออุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่วางไว้

จำนวนครั้งที่มีการพูดคุยเกี่ยวกับข้อมูลโรคโควิด-19 ต่อสัปดาห์ มีค่า p-value เท่ากับ 0.181 ซึ่งมากกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษา แตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ไม่แตกต่างกัน ในเรื่องจำนวนครั้งที่มีการพูดคุยเกี่ยวกับข้อมูลโรคโควิด-19 ต่อสัปดาห์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่วางไว้

ตาราง 41 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 โดยจำแนกตามระดับการศึกษา โดยใช้ Brown-Forsythe

Robust Tests of Equality of Means	Statistic	df1	df2	Sig.
ใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ	19.882**	2	110.175	0.000
ทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์	22.931**	2	123.398	0.000
ความถี่ในการทำความสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจจะนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะครั้งต่อสัปดาห์	11.552**	2	134.868	0.000
ความถี่ในการใช้แอปพลิเคชัน หมอชนะ ไทยชนะ เมื่อเดินทางไปในพื้นที่หรืออาคารสาธารณะครั้งต่อสัปดาห์	8.450**	2	200.800	0.000

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 41 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 โดยจำแนกตามระดับการศึกษา โดยใช้สถิติ Brown-Forsythe พบว่า

ใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ มีค่า p-value < 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษา แตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้ อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 แตกต่างกันในเรื่อง ใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จึงทำการ

ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Dunnett's T3 เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ปรากฏผลดังตาราง 42

ทำความเข้าใจการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์ มีค่า p-value < 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษา แตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 แตกต่างกันในเรื่อง ทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Dunnett's T3 เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ปรากฏผลดังตาราง 43

ความถี่ในการทำความสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะ ครั้งต่อสัปดาห์ มีค่า p-value < 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษา แตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 แตกต่างกันในเรื่อง ทำความถี่ในการทำความสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Dunnett's T3 เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ปรากฏผลดังตาราง 45

ความถี่ในการใช้แอลกอฮอล์เช็ดมือขณะ ไทยชนะ เมื่อเดินทางไปในพื้นที่หรืออาคารสาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ มีค่า p-value เท่ากับ 0.014 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษา แตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 แตกต่างกันในเรื่อง ทำความถี่ในการใช้แอลกอฮอล์เช็ดมือขณะ ไทยชนะ เมื่อเดินทางไปในพื้นที่หรืออาคารสาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Dunnett's T3 เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ปรากฏผลดังตาราง 46

ตาราง 42 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อ และแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่ สาธารณะ จำแนกตามกลุ่มระดับการศึกษา เป็นรายคู่ ด้วย Dunnett's T3

ระดับการศึกษา	\bar{X}	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
		4.72	4.63	5.00
ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.72	-	0.091 (0.555)	-0.279** (0.001)
ปริญญาตรี	4.63		-	-0.370** (0.000)
สูงกว่าปริญญาตรี	5.00			-

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 42 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ จำแนกตามกลุ่มระดับการศึกษา เป็นรายคู่ ด้วย Dunnett's T3 ในการทดสอบพบว่า

ผู้บริโภครที่มีระดับการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี กับผู้บริโภครที่มีระดับการศึกษา สูงกว่าปริญญาตรี มีค่า p-value เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้บริโภครที่มีระดับการศึกษา แตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยผู้บริโภครที่มีระดับการศึกษา สูงกว่าปริญญาตรี มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ มากกว่า ผู้บริโภครที่มีระดับการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.279

ผู้บริโภครที่มีระดับการศึกษา ปริญญาตรี กับผู้บริโภครที่มีระดับการศึกษา สูงกว่าปริญญาตรี มีค่า p-value < 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้บริโภครที่มีระดับการศึกษา แตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องใส่

หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยผู้บริโภคมที่มีระดับการศึกษา สูงกว่าปริญญาตรี มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ มากกว่า ผู้บริโภคมที่มีระดับการศึกษา ปริญญาตรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.370

สำหรับรายคู่อื่นพบว่า แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 43 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์ จำแนกตามกลุ่มระดับการศึกษา เป็นรายคู่ ด้วย Dunnett's T3

ระดับการศึกษา	\bar{X}	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
		4.72	4.56	4.92
ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.72	-	0.158 (0.122)	-0.197* (0.037)
ปริญญาตรี	4.56		-	-0.354** (0.000)
สูงกว่าปริญญาตรี	4.92			-

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 43 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์ จำแนกตามกลุ่มระดับการศึกษา เป็นรายคู่ ด้วย Dunnett's T3 ในการทดสอบพบว่า

ผู้บริโภคมที่มีระดับการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี กับผู้บริโภคมที่มีระดับการศึกษา สูงกว่าปริญญาตรี มีค่า p-value เท่ากับ 0.037 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้บริโภคมที่มีระดับการศึกษา แตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้บริโภคมที่มีระดับการศึกษา สูงกว่าปริญญาตรี มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่

หรือแอลกอฮอล์ มากกว่า ผู้บริโภครที่มีระดับการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.197

ผู้บริโภครที่มีระดับการศึกษา ปริญญาตรี กับผู้บริโภครที่มีระดับการศึกษา สูงกว่าปริญญาตรี มีค่า p-value <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้บริโภครที่มีระดับการศึกษา แตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยผู้บริโภครที่มีระดับการศึกษา สูงกว่าปริญญาตรี มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์ มากกว่า ผู้บริโภครที่มีระดับการศึกษา ปริญญาตรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.354

สำหรับรายคู่อื่นพบว่า แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 44 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19 จำแนกตามกลุ่มระดับการศึกษา เป็นรายคู่ ด้วย Fisher's Least Significant Difference (LSD)

ระดับการศึกษา	\bar{X}	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
		4.05	4.19	4.55
ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.05	-	-0.144 (0.243)	-0.501** (0.001)
ปริญญาตรี	4.19		-	-0.358** (0.000)
สูงกว่าปริญญาตรี	4.55			-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 44 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19 จำแนกตามกลุ่มระดับการศึกษา เป็นรายคู่ ด้วย Fisher's Least Significant Difference (LSD) ในการทดสอบพบว่า

ผู้บริโภครที่มีระดับการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี กับผู้บริโภครที่มีระดับการศึกษา สูงกว่าปริญญาตรี มีค่า p-value เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้บริโภครที่มีระดับการศึกษา แตกต่างกััน มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณั้ป้องกันกัการติดเชื้และแพร่กระจายเชื้โรคโคโรนาไวรัส-19 ในเรื้องติดตามข้อมูลข่าวสารเกื้วยกัการระบาดขงโรคโคโรนาไวรัส-19 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยผู้บริโภครที่มีระดับการศึกษา สูงกว่าปริญญาตรี มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณั้ป้องกันกัการติดเชื้และแพร่กระจายเชื้โรคโคโรนาไวรัส-19 ในเรื้องติดตามข้อมูลข่าวสารเกื้วยกัการระบาดขงโรคโคโรนาไวรัส-19 มากกักว่า ผู้บริโภครที่มีระดับการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.501

ผู้บริโภครที่มีระดับการศึกษา ปริญญาตรี กับผู้บริโภครที่มีระดับการศึกษา สูงกว่าปริญญาตรี มีค่า p-value <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้บริโภครที่มีระดับการศึกษา แตกต่างกััน มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณั้ป้องกันกัการติดเชื้และแพร่กระจายเชื้โรคโคโรนาไวรัส-19 ในเรื้องติดตามข้อมูลข่าวสารเกื้วยกัการระบาดขงโรคโคโรนาไวรัส-19 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยผู้บริโภครที่มีระดับการศึกษา สูงกว่าปริญญาตรี มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณั้ป้องกันกัการติดเชื้และแพร่กระจายเชื้โรคโคโรนาไวรัส-19 ในเรื้องติดตามข้อมูลข่าวสารเกื้วยกัการระบาดขงโรคโคโรนาไวรัส-19 มากกักว่า ผู้บริโภครที่มีระดับการศึกษา ปริญญาตรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.358

สำหรั้บรายคู้้อื่นพบว่ แตกต่างกัันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 45 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างขงพฤติกรรมในการใช้อุปกรณั้ป้องกันกัการติดเชื้และแพร่กระจายเชื้โรคโคโรนาไวรัส-19 ในเรื้องความถึ้ในการทำควมสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจจะนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะครั้้งต่อสั้ปดาห์ จำแนกตามกลุ่มระดับการศึกษา เป็นรายคู้้ด้วย Dunnett's T3

ระดับการศึกษา	\bar{X}	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
		3.79	4.90	8.22
ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.79	-	-1.111 (0.208)	-4.428** (0.000)
ปริญญาตรี	4.90		-	-3.318** (0.002)
สูงกว่าปริญญาตรี	8.22			-

****มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01**

จากตาราง 45 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องความถี่ในการทำความสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ จำแนกตามกลุ่มระดับการศึกษา เป็นรายคู่ ด้วย Dunnett's T3 ในการทดสอบพบว่า

ผู้บริโภครที่มีระดับการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี กับผู้บริโภครที่มีระดับการศึกษา สูงกว่าปริญญาตรี มีค่า p-value <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้บริโภครที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องความถี่ในการทำความสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยผู้บริโภครที่มีระดับการศึกษา สูงกว่าปริญญาตรี มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องความถี่ในการทำความสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ มากกว่า ผู้บริโภครที่มีระดับการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.428

ผู้บริโภครที่มีระดับการศึกษา ปริญญาตรี กับผู้บริโภครที่มีระดับการศึกษา สูงกว่าปริญญาตรี มีค่า p-value <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้บริโภครที่มีระดับการศึกษา แตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องความถี่ในการทำความสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยผู้บริโภครที่มีระดับการศึกษา สูงกว่าปริญญาตรี มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องความถี่ในการทำความสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ มากกว่า ผู้บริโภครที่มีระดับการศึกษา ปริญญาตรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.318

สำหรับรายคู่อื่นพบว่า แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 46 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อ และแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องความถี่ในการใช้แอลกอฮอล์ล้างมือขณะ ไทยขณะ เมื่อเดินทางไปในพื้นที่หรืออาคารสาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ จำแนกตามกลุ่มระดับการศึกษา เป็นรายคู่ ด้วย Dunnett's T3

ระดับการศึกษา	\bar{X}	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
		1.16	2.85	2.38
ต่ำกว่าปริญญาตรี	1.16	-	-1.689** (0.000)	-1.221* (0.021)
ปริญญาตรี	2.85		-	0.469 (0.480)
สูงกว่าปริญญาตรี	2.38			-

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 46 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องความถี่ในการใช้แอลกอฮอล์ล้างมือขณะ ไทยขณะ เมื่อเดินทางไปในพื้นที่หรืออาคารสาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ จำแนกตามกลุ่มระดับการศึกษา เป็นรายคู่ ด้วย Dunnett's T3 ในการทดสอบพบว่า

ผู้บริโภคมที่มีระดับการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี กับผู้บริโภคมที่มีระดับการศึกษา ปริญญาตรี มีค่า p-value <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้บริโภคมที่มีระดับการศึกษา ต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องความถี่ในการใช้แอลกอฮอล์ล้างมือขณะ ไทยขณะ เมื่อเดินทางไปในพื้นที่หรืออาคารสาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยผู้บริโภคมที่มีระดับการศึกษา ปริญญาตรี มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องความถี่ในการใช้แอลกอฮอล์ล้างมือขณะ ไทยขณะ เมื่อเดินทางไปในพื้นที่หรืออาคารสาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ มากกว่า ผู้บริโภคมที่มีระดับการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.689

ผู้บริโภคมที่มีระดับการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี กับผู้บริโภคมที่มีระดับการศึกษา สูงกว่าปริญญาตรี มีค่า p-value เท่ากับ 0.021 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้บริโภคมที่มีระดับ

การศึกษา แตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องความถี่ในการใช้แอลกอฮอล์ล้างมือ หอมขณะ ไทยชนะ เมื่อเดินทางไปในพื้นที่หรืออาคารสาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้บริโภครุ่นที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องความถี่ในการใช้แอลกอฮอล์ล้างมือ หอมขณะ ไทยชนะ เมื่อเดินทางไปในพื้นที่หรืออาคารสาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ มากกว่า ผู้บริโภครุ่นที่มีระดับการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.221

สำหรับรายคู่อื่นพบว่า แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานที่ 1.5 ผู้บริโภคที่มีอาชีพ แตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 แตกต่างกัน

H_0 : ผู้บริโภคที่มีอาชีพ แตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้บริโภคที่มีอาชีพ แตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ความแตกต่างจะใช้การวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม โดยจะทำการทดสอบความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อนโดยใช้สถิติ Levene' Test ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% หากพบว่า p-value มีค่าน้อยกว่า 0.05 แสดงว่ากลุ่มตัวแปรมีความแปรปรวนแตกต่างกัน หาก p-value มีค่ามากกว่า 0.05 แสดงว่ากลุ่มตัวแปรมีความแปรปรวนไม่แตกต่างกัน

ถ้าค่าความแปรปรวนแต่ละกลุ่มแตกต่างกันให้ทดสอบสมมติฐานจากสถิติ Brown-Forsythe test ถ้าความแปรปรวนแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกันจะใช้การวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One-way analysis of variance) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 โดยจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) เมื่อ p-value มีค่าน้อยกว่า 0.05 ดังนั้นถ้ายอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่ามีความแตกต่างอย่างนัยสำคัญที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple comparison) ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ต่อไป แต่หาก p-value มีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.05 แสดงว่ากลุ่มตัวแปรไม่มีความแตกต่างกัน

กรณีที่ตัวแปรที่มีความแปรปรวนแตกต่างกันทดสอบสองแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Dunnett's T3 กรณีที่ตัวแปรที่มีความแปรปรวนไม่แตกต่างกันทดสอบสอง

แตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Fisher's Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) เมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05

การทดสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มโดยใช้ Levene's test ซึ่งตั้งสมมติฐานได้ดังนี้

H_0 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกัน

H_1 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มแตกต่างกัน

ตาราง 47 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของแต่ละกลุ่มอาชีพ โดยใช้ Levene's test

พฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
1. ใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ	66.063**	3	396	0.000
2. ทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์	18.576**	3	396	0.000
3. ติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19	11.803**	3	396	0.000
4. ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการซื้ออุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือน	6.482**	3	396	0.000
5. จำนวนครั้งที่มีการพูดคุยเกี่ยวกับข้อมูลโรคโควิด-19 ต่อสัปดาห์	6.579**	3	396	0.003
6. ความถี่ในการทำมาความสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจจะนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะครั้งต่อสัปดาห์	5.133**	3	396	0.007
7. ความถี่ในการใช้แอปพลิเคชัน หมอชนะ ไทยชนะ เมื่อเดินทางไปในพื้นที่หรืออาคารสาธารณะครั้งต่อสัปดาห์	6.141**	3	396	0.005

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 47 ผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของแต่ละกลุ่มอาชีพโดยใช้ Levene's test พบว่า ใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ ทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือ

แอลกอฮอล์ ติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19 ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการซื้ออุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือน จำนวนครั้งที่มีการพูดคุยเกี่ยวกับข้อมูลโรคโควิด-19 ต่อสัปดาห์ ความถี่ในการทำความสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจจะนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ และความถี่ในการใช้แอปพลิเคชัน หมอชนะ ไทยชนะ เมื่อเดินทางไปในพื้นที่หรืออาคารสาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ มีค่า p-value <0.001, <0.001, <0.001, <0.001, 0.007, 0.007 และ 0.005 ตามลำดับ ซึ่งน้อยกว่า 0.01 จึงใช้สถิติ Brown-Forsythe ในการทดสอบสมมติฐาน

ตาราง 48 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 โดยจำแนกตามอาชีพ โดยใช้ Brown-Forsythe

Robust Tests of Equality of Means	Statistic	df1	df2	Sig.
ใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ	32.642**	3	195.245	0.000
ทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์	36.483**	3	331.754	0.000
ติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19	15.518**	3	289.208	0.000
ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการซื้ออุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือน	16.308**	3	310.597	0.000
จำนวนครั้งที่มีการพูดคุยเกี่ยวกับข้อมูลโรคโควิด-19 ต่อสัปดาห์	5.042**	3	314.239	0.002
ความถี่ในการทำ ความสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจจะนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะครั้งต่อสัปดาห์	6.481**	3	316.231	0.000
ความถี่ในการใช้แอปพลิเคชัน หมอชนะ ไทยชนะ เมื่อเดินทางไปในพื้นที่หรืออาคารสาธารณะครั้งต่อสัปดาห์	1.781	3	315.342	0.151

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 48 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 โดยจำแนกตามอาชีพ โดยใช้สถิติ Brown-Forsythe พบว่า

ใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ มีค่า p-value <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพ แตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 แตกต่างกันในเรื่อง ใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Dunnett's T3 เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ปรากฏผลดังตาราง 50/49

ทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์ มีค่า p-value <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพ แตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 แตกต่างกันในเรื่อง ทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Dunnett's T3 เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ปรากฏผลดังตาราง 51/50

ติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19 มีค่า p-value <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพ แตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 แตกต่างกันในเรื่อง ทำติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Dunnett's T3 เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ปรากฏผลดังตาราง 51

ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการใช้อุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือน มีค่า p-value <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพ แตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 แตกต่างกันในเรื่อง ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการใช้อุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Dunnett's T3 เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ปรากฏผลดังตาราง 52

จำนวนครั้งที่มีการพูดคุยเกี่ยวกับข้อมูลโรคโควิด-19 ต่อสัปดาห์ มีค่า p-value เท่ากับ 0.002 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพ แตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 แตกต่างกันในเรื่อง จำนวนครั้งที่มีการพูดคุยเกี่ยวกับข้อมูลโรคโควิด-19 ต่อสัปดาห์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Dunnett's T3 เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ปรากฏผลดังตาราง 53

ความถี่ในการทำความสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะ ครั้งต่อสัปดาห์ มีค่า p-value <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพ แตกต่าง กัน มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 แตกต่างกันในเรื่อง ทำความถี่ในการทำความสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะ ครั้งต่อสัปดาห์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Dunnett's T3 เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ปรากฏผลดังตาราง 54

ความถี่ในการใช้แอลกอฮอล์ล้างมือขณะ เดินทางไปในพื้นที่หรืออาคาร สาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ มีค่า p-value เท่ากับ 0.151 ซึ่งมากกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพ แตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ไม่แตกต่างกัน ในเรื่อง ทำความถี่ในการใช้แอลกอฮอล์ล้างมือขณะ เดินทางไปในพื้นที่หรืออาคารสาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่วางไว้

ตาราง 49 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อ และแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถาน ที่สาธารณะ จำแนกตามกลุ่มอาชีพ เป็นรายคู่ ด้วย Dunnett's T3

อาชีพ	\bar{X}	นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน/ ลูกจ้าง	เจ้าของ กิจการ/ธุรกิจ ส่วนตัว /อื่นๆ
	4.19		4.59	4.83	5.00
นักเรียน/นักศึกษา	4.19	-	-0.396** (0.000)	-0.642** (0.000)	-0.808** (0.000)
ข้าราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	4.59		-	-0.247** (0.003)	-0.413** (0.000)
พนักงานบริษัทเอกชน/ ลูกจ้าง	4.83			-	-0.166** (0.000)
เจ้าของกิจการ/ธุรกิจ ส่วนตัว /อื่นๆ	5.00				-

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 49 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ จำแนกตามกลุ่มอาชีพ เป็นรายคู่ ด้วย Dunnett's T3 ในการทดสอบพบว่า

ผู้บริโภครที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา กับผู้บริโภครที่มีอาชีพ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีค่า p-value <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้บริโภครที่มีอาชีพ แตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยผู้บริโภครที่มีอาชีพ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ มากกว่า ผู้บริโภครที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.396

ผู้บริโภครที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา กับผู้บริโภครที่มีอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง มีค่า p-value <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้บริโภครที่มีอาชีพ แตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยผู้บริโภครที่มีอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ มากกว่า ผู้บริโภครที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.642

ผู้บริโภครที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา กับผู้บริโภครที่มีอาชีพ เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว / อื่นๆ มีค่า p-value <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้บริโภครที่มีอาชีพ แตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยผู้บริโภครที่มีอาชีพ เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว / อื่นๆ มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ มากกว่า ผู้บริโภครที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.808

ผู้บริโภครที่มีอาชีพ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ กับผู้บริโภครที่มีอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง มีค่า p-value เท่ากับ 0.003 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้บริโภครที่มีอาชีพ แตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-

19 ในเรื่องใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยผู้บริโภคมืออาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ มากกว่า ผู้บริโภคมืออาชีพ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.247

ผู้บริโภคมืออาชีพ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ กับผู้บริโภคมืออาชีพ เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว /อื่นๆ มีค่า p-value <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้บริโภคมืออาชีพ แตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยผู้บริโภคมืออาชีพ เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว /อื่นๆ มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ มากกว่า ผู้บริโภคมืออาชีพ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.413

ผู้บริโภคมืออาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง กับผู้บริโภคมืออาชีพ เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว /อื่นๆ มีค่า p-value <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้บริโภคมืออาชีพ แตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยผู้บริโภคมืออาชีพ เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว /อื่นๆ มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ มากกว่า ผู้บริโภคมืออาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.166

ตาราง 50 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อ และแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์ จำแนกตามกลุ่มอาชีพ เป็นรายคู่ ด้วย Dunnett's T3

อาชีพ	\bar{X}	นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน/ ลูกจ้าง	เจ้าของ กิจการ/ธุรกิจ ส่วนตัว /อื่นๆ
		4.22	4.81	4.67	4.87
นักเรียน/นักศึกษา	4.22	-	-0.590** (0.000)	-0.449** (0.000)	-0.654** (0.000)
ข้าราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	4.81		-	0.141 (0.148)	-0.064 (0.898)
พนักงานบริษัทเอกชน/ ลูกจ้าง	4.67			-	-0.205** (0.002)
เจ้าของกิจการ/ธุรกิจ ส่วนตัว /อื่นๆ	4.87				-

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 50 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์ จำแนกตามกลุ่มอาชีพ เป็นรายคู่ ด้วย Dunnett's T3 ในการทดสอบพบว่า

ผู้บริหารที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา กับผู้บริหารที่มีอาชีพ ข้าราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ มีค่า p-value < 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้บริหารที่มีอาชีพ ต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยผู้บริหารที่มีอาชีพ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์ มากกว่าผู้บริหารที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.590

ผู้บริโภครที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา กับผู้บริโภครที่มีอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง มีค่า p -value < 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้บริโภครที่มีอาชีพ แตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยผู้บริโภครที่มีอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์ มากกว่าผู้บริโภครที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.449

ผู้บริโภครที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา กับผู้บริโภครที่มีอาชีพ เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว / อื่นๆ มีค่า p -value < 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้บริโภครที่มีอาชีพ แตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยผู้บริโภครที่มีอาชีพ เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว / อื่นๆ มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์ มากกว่าผู้บริโภครที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.654

ผู้บริโภครที่มีอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง กับผู้บริโภครที่มีอาชีพ เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว / อื่นๆ มีค่า p -value เท่ากับ 0.002 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้บริโภครที่มีอาชีพ แตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยผู้บริโภครที่มีอาชีพ เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว / อื่นๆ มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์ มากกว่า ผู้บริโภครที่มีอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.205

สำหรับรายคู่อื่นพบว่า แตกต่างกันอย่างไรไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 51 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อ และแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19 จำแนกตามกลุ่มอาชีพ เป็นรายคู่ ด้วย Dunnett's T3

อาชีพ	\bar{X}	นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน/ ลูกจ้าง	เจ้าของ กิจการ/ธุรกิจ ส่วนตัว / อื่นๆ
		3.89	4.59	4.17	4.48
นักเรียน/นักศึกษา	3.89	-	-0.697** (0.000)	-0.281** (0.006)	-0.588** (0.000)
ข้าราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	4.59		-	-0.416** (0.000)	0.108 (0.938)
พนักงานบริษัทเอกชน/ ลูกจ้าง	4.17			-	-0.308* (0.036)
เจ้าของกิจการ/ธุรกิจ ส่วนตัว / อื่นๆ	4.48				-

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 51 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19 จำแนกตามกลุ่มอาชีพ เป็นรายคู่ ด้วย Dunnett's T3 ในการทดสอบพบว่า

ผู้บริหารที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา กับผู้บริหารที่มีอาชีพ ข้าราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ มีค่า p-value < 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้บริหารที่มีอาชีพ ต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยผู้บริหารที่มีอาชีพ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19 มากกว่า ผู้บริหารที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.697

ระบาดของโรคโควิด-19 มากกว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.308

สำหรับรายคู่อื่นพบว่า แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 52 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการใช้อุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือน จำแนกตามกลุ่มอาชีพ เป็นรายคู่ ด้วย Dunnett's T3

อาชีพ	\bar{X}	นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน/ ลูกจ้าง	เจ้าของ กิจการ/ธุรกิจ ส่วนตัว / อื่นๆ
		332.05	403.17	908.81	821.13
นักเรียน/นักศึกษา	332.05	-	-71.120 (0.725)	-576.753** (0.000)	-489.072** (0.000)
ข้าราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	403.17		-	-505.634** (0.000)	-417.952** (0.000)
พนักงานบริษัทเอกชน/ ลูกจ้าง	908.81			-	-87.682 (0.981)
เจ้าของกิจการ/ธุรกิจ ส่วนตัว /อื่นๆ	821.13				-

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 52 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการใช้อุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือน จำแนกตามกลุ่มอาชีพ เป็นรายคู่ ด้วย Dunnett's T3 ในการทดสอบพบว่า

ผู้บริโภคที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา กับผู้บริโภคที่มีอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง มีค่า p-value < 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพ แตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องค่าใช้จ่าย

สำหรับรายคู่อื่นพบว่า แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 53 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อ และแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องจำนวนครั้งที่มีการพูดคุยเกี่ยวกับข้อมูลโรคโควิด-19 ต่อสัปดาห์ จำแนกตามกลุ่มอาชีพ เป็นรายคู่ ด้วย Dunnett's T3

อาชีพ	\bar{X}	นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน/ ลูกจ้าง	เจ้าของ กิจการ/ธุรกิจ ส่วนตัว / อื่นๆ
		5.93	3.41	6.94	7.61
นักเรียน/นักศึกษา	5.93	-	2.519** (0.000)	-1.011 (0.917)	-1.674 (0.496)
ข้าราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	3.41		-	-3.530** (0.001)	-4.193** (0.000)
พนักงานบริษัทเอกชน/ ลูกจ้าง	6.94			-	-0.663 (0.996)
เจ้าของกิจการ/ธุรกิจ ส่วนตัว / อื่นๆ	7.61				-

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 53 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องจำนวนครั้งที่มีการพูดคุยเกี่ยวกับข้อมูลโรคโควิด-19 ต่อสัปดาห์ จำแนกตามกลุ่มอาชีพ เป็นรายคู่ ด้วย Dunnett's T3 ในการทดสอบพบว่า

ผู้บริโภคมที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา กับผู้บริโภคมที่มีอาชีพ ข้าราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ มีค่า p-value < 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้บริโภคมที่มีอาชีพ แตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องจำนวนครั้งที่มีการพูดคุยเกี่ยวกับข้อมูลโรคโควิด-19 ต่อสัปดาห์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยผู้บริโภคมที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องจำนวนครั้งที่มีการพูดคุยเกี่ยวกับข้อมูลโรคโควิด-19 ต่อ

สัปดาห์ มากกว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.519

ผู้บริโภคที่มีอาชีพ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ กับผู้บริโภคที่มีอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง มีค่า p-value เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพ แตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องจำนวนครั้งที่มีการพูดคุยเกี่ยวกับข้อมูลโรคโควิด-19 ต่อสัปดาห์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยผู้บริโภคที่มีอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องจำนวนครั้งที่มีการพูดคุยเกี่ยวกับข้อมูลโรคโควิด-19 ต่อสัปดาห์ มากกว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.530

ผู้บริโภคที่มีอาชีพ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ กับผู้บริโภคที่มีอาชีพ เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว /อื่นๆ มีค่า p-value < 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพ แตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องจำนวนครั้งที่มีการพูดคุยเกี่ยวกับข้อมูลโรคโควิด-19 ต่อสัปดาห์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยผู้บริโภคที่มีอาชีพ เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว /อื่นๆ มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องจำนวนครั้งที่มีการพูดคุยเกี่ยวกับข้อมูลโรคโควิด-19 ต่อสัปดาห์ มากกว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.193

สำหรับรายคู่อื่นพบว่า แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 54 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อ และแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องความถี่ในการทำความสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจจะนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ จำแนกตามกลุ่มอาชีพ เป็นรายคู่ ด้วย Dunnett's T3

อาชีพ	\bar{X}	นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน/ ลูกจ้าง	เจ้าของ กิจการ/ธุรกิจ ส่วนตัว / อื่นๆ
		4.90	3.87	5.41	7.17
นักเรียน/นักศึกษา	4.90	-	1.031* (0.037)	-0.505 (0.969)	-2.265** (0.004)
ข้าราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	3.87		-	-1.536 (0.070)	-3.296** (0.000)
พนักงานบริษัทเอกชน/ ลูกจ้าง	5.41			-	-1.760 (0.169)
เจ้าของกิจการ/ธุรกิจ ส่วนตัว / อื่นๆ	7.17				-

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 54 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องความถี่ในการทำความสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจจะนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ จำแนกตามกลุ่มอาชีพ เป็นรายคู่ ด้วย Dunnett's T3 ในการทดสอบพบว่า

ผู้บริโภคมที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา กับผู้บริโภคมที่มีอาชีพ ข้าราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ มีค่า p-value เท่ากับ 0.037 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้บริโภคมที่มีอาชีพ แตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องความถี่ในการทำความสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจจะนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้บริโภคมที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องความถี่ใน

การทำความสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ มากกว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.031

ผู้บริโภครุ่นที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา กับผู้บริโภคที่มีอาชีพ เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว / อื่นๆ มีค่า p-value เท่ากับ 0.004 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพ แตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องความถี่ในการทำความสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยผู้บริโภคที่มีอาชีพ เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว / อื่นๆ มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องความถี่ในการทำความสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ มากกว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.265

ผู้บริโภครุ่นที่มีอาชีพ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ กับผู้บริโภคที่มีอาชีพ เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว / อื่นๆ มีค่า p-value < 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพ แตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องความถี่ในการทำความสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยผู้บริโภคที่มีอาชีพ เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว / อื่นๆ มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องความถี่ในการทำความสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ มากกว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.296

สำหรับรายคู่อื่นพบว่า แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานที่ 1.6 ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 แตกต่างกัน

H_0 : ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ความแตกต่างจะใช้การวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม โดยจะทำการทดสอบความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อนโดย

ใช้สถิติ Levene' Test ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% หากพบว่า p-value มีค่าน้อยกว่า 0.05 แสดงว่ากลุ่มตัวแปรมีความแปรปรวนแตกต่างกัน หาก p-value มีค่ามากกว่า 0.05 แสดงว่ากลุ่มตัวแปรมีความแปรปรวนไม่แตกต่างกัน

ถ้าค่าความแปรปรวนแต่ละกลุ่มแตกต่างกันให้ทดสอบสมมติฐานจากสถิติ Brown-Forsythe test ถ้าความแปรปรวนแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกันจะใช้การวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One-way analysis of variance) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 โดยจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) เมื่อ p-value มีค่าน้อยกว่า 0.05 ดังนั้นถ้ายอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple comparison) ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ต่อไป แต่หาก p-value มีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.05 แสดงว่ากลุ่มตัวแปรไม่มีความแตกต่างกัน

กรณีที่ตัวแปรมีความแปรปรวนแตกต่างกันทดสอบสองแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Dunnett's T3 กรณีที่ตัวแปรไม่มีความแปรปรวนไม่แตกต่างกันทดสอบสองแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Fisher's Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) เมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05

การทดสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มโดยใช้ Levene's test ซึ่งตั้งสมมติฐานได้ดังนี้

H_0 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกัน

H_1 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มแตกต่างกัน

ตาราง 55 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของแต่ละกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้ Levene's test

พฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
1. ใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ	134.580**	3	396	0.000
2. ทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์	18.822**	3	396	0.000
3. ติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19	12.050**	3	396	0.000
4. ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการซื้ออุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือน	18.652**	3	396	0.000
5. จำนวนครั้งที่มีการพูดคุยเกี่ยวกับข้อมูลโรคโควิด-19 ต่อสัปดาห์	7.596**	3	396	0.000
6. ความถี่ในการทำความสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจจะนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะครั้งต่อสัปดาห์	4.550*	3	396	0.040
7. ความถี่ในการใช้แอปพลิเคชัน หมอชนะ ไทยชนะ เมื่อเดินทางไปในพื้นที่หรืออาคารสาธารณะครั้งต่อสัปดาห์	16.069*	3	396	0.013

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 55 ผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของแต่ละกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือนโดยใช้ Levene's test พบว่า ใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ ทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์ ติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19 ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการซื้ออุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือน จำนวนครั้งที่มีการพูดคุยเกี่ยวกับข้อมูลโรคโควิด-19 ต่อสัปดาห์ ความถี่ในการทำความสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ และความถี่ในการใช้แอปพลิเคชัน หมอชนะ ไทยชนะ เมื่อเดินทางไปในพื้นที่หรืออาคารสาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ มีค่า p-value <0.001, <0.001, <0.001, <0.001, <0.001, 0.040 และ 0.013 ตามลำดับ ซึ่งน้อยกว่า 0.01 และ 0.05 จึงใช้สถิติ Brown-Forsythe ในการทดสอบสมมติฐาน

ตาราง 56 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 โดยจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้ Brown-Forsythe

Robust Tests of Equality of Means		Statistic	df1	df2	Sig.
1. ใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ		46.690**	3	206.929	0.000
2. ทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์		20.210**	3	309.184	0.000
3. ติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19		10.068**	3	328.477	0.000
4. ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการใช้อุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือน		28.649**	3	158.768	0.000
5. จำนวนครั้งที่มีการพูดคุยเกี่ยวกับข้อมูลโรคโควิด-19 ต่อสัปดาห์		1.242	3	74.795	0.301
6. ความถี่ในการทำความสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจจะนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะครั้งต่อสัปดาห์		1.151	3	297.715	0.329
7. ความถี่ในการใช้แอปพลิเคชัน หมอชนะ ไทยชนะ เมื่อเดินทางไปในพื้นที่หรืออาคารสาธารณะครั้งต่อสัปดาห์		3.107*	3	299.741	0.027

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 56 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 โดยจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้สถิติ Brown-Forsythe พบว่า

ใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ มีค่า p-value <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 แตกต่างกัน ในเรื่อง ใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Dunnett's T3 เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ปรากฏผลดังตาราง 57

ทำความเข้าใจความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์ มีค่า $p\text{-value} < 0.001$ ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้บริโภคมที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 แตกต่างกันในเรื่อง ทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Dunnett's T3 เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ปรากฏผลดังตาราง 58

ติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19 มีค่า $p\text{-value} < 0.001$ ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้บริโภคมที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 แตกต่างกันในเรื่อง ทำติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Dunnett's T3 เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ปรากฏผลดังตาราง 59

ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการใช้อุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือน มีค่า $p\text{-value} < 0.001$ ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้บริโภคมที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 แตกต่างกันในเรื่อง ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการใช้อุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Dunnett's T3 เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ปรากฏผลดังตาราง 60

จำนวนครั้งที่มีการพูดคุยเกี่ยวกับข้อมูลโรคโควิด-19 ต่อสัปดาห์ มีค่า $p\text{-value}$ เท่ากับ 0.301 ซึ่งมากกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้บริโภคมที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ไม่แตกต่างกัน ในเรื่อง จำนวนครั้งที่มีการพูดคุยเกี่ยวกับข้อมูลโรคโควิด-19 ต่อสัปดาห์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่วางไว้

ความถี่ในการทำความสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะ ครั้งต่อสัปดาห์ มีค่า $p\text{-value}$ เท่ากับ 0.329 ซึ่งมากกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้บริโภคมที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ไม่แตกต่างกัน ในเรื่อง ทำความถี่ในการทำความสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่วางไว้

ความถี่ในการใช้แอปพลิเคชัน หมอชนะ ไทยชนะ เมื่อเดินทางไปในพื้นที่หรืออาคารสาธารณะ ครั้งต่อสัปดาห์ มีค่า p-value เท่ากับ 0.027 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 แตกต่างกันในเรื่อง ความถี่ในการใช้แอปพลิเคชัน หมอชนะ ไทยชนะ เมื่อเดินทางไปในพื้นที่หรืออาคารสาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Dunnett's T3 เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ปรากฏผลดังตาราง 61

ตาราง 57 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ จำแนกตามกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นรายคู่ ด้วย Dunnett's T3

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	\bar{X}	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	10,001 – 30,000 บาท	30,001 – 50,000 บาท	สูงกว่า 50,000 บาทขึ้นไป
		4.31	4.63	4.96	4.95
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	4.31	-	-0.320** (0.001)	-0.652** (0.000)	-0.643** (0.000)
10,001 – 30,000 บาท	4.63		-	-0.332** (0.003)	-0.323** (0.000)
30,001 – 50,000 บาท	4.96			-	0.010 (1.000)
สูงกว่า 50,000 บาทขึ้นไป	4.95				-

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 57 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ จำแนกตามกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นรายคู่ ด้วย Dunnett's T3 ในการทดสอบพบว่า

บาท มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ มากกว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 30,000 บาท โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.332

ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 30,000 บาท กับผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน สูงกว่า 50,000 บาทขึ้นไป มีค่า p-value < 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน สูงกว่า 50,000 บาทขึ้นไป มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ มากกว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 30,000 บาท โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.323

สำหรับรายคู่อื่นพบว่า แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 58 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์ จำแนกตามกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นรายคู่ ด้วย Dunnett's T3

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	\bar{X}	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,001 – 30,000 บาท	สูงกว่า 30,001 – 50,000 บาท	สูงกว่า 50,000 บาทขึ้นไป
		4.33	4.63	4.75	4.82
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	4.33	-	-0.297** (0.000)	-0.421** (0.000)	-0.494** (0.000)
10,001 – 30,000 บาท	4.63		-	-0.124 (0.551)	-0.198** (0.007)
30,001 – 50,000 บาท	4.75			-	-0.074 (0.882)
สูงกว่า 50,000 บาทขึ้นไป	4.82				-

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 58 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์ จำแนกตามกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นรายคู่ ด้วย Dunnett's T3 ในการทดสอบพบว่า

ผู้บริโภครายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท กับผู้บริโภครายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 30,000 บาท มีค่า p-value <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่าผู้บริโภครายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยผู้บริโภครายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 30,000 บาท มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์ มากกว่า ผู้บริโภครายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.297

ผู้บริโภครายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท กับผู้บริโภครายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 50,000 บาท มีค่า p-value <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่าผู้บริโภครายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยผู้บริโภครายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 50,000 บาท มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์ มากกว่า ผู้บริโภครายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.421

ผู้บริโภครายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท กับผู้บริโภครายได้เฉลี่ยต่อเดือน สูงกว่า 50,000 บาทขึ้นไป มีค่า p-value <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่าผู้บริโภครายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยผู้บริโภครายได้เฉลี่ยต่อเดือน สูงกว่า 50,000 บาทขึ้นไป มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์ มากกว่า ผู้บริโภครายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.494

ผู้บริโภครายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 30,000 บาท กับผู้บริโภครายได้เฉลี่ยต่อเดือน สูงกว่า 50,000 บาทขึ้นไป มีค่า p-value เท่ากับ 0.007 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่าผู้บริโภครายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยผู้บริโภครายได้เฉลี่ยต่อเดือน สูงกว่า 50,000 บาทขึ้นไป มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์ มากกว่า ผู้บริโภครายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 30,000 บาท โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.198

สำหรับรายคู่อื่นพบว่า แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 59 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับภาวะระบาดของโรคโควิด-19 จำแนกตามกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นรายคู่ ด้วย Dunnett's T3

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	\bar{X}	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,001 – 30,000 บาท	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 30,001 – 50,000 บาท	สูงกว่า 50,000 บาทขึ้นไป
		4.00	4.50	4.13	4.18
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	4.00	-	-0.504** (0.000)	-0.125 (0.858)	-0.176 (0.280)
10,001 – 30,000 บาท	4.50		-	-0.379* (0.013)	-0.327** (0.006)
30,001 – 50,000 บาท	4.16			-	-0.051 (0.998)
สูงกว่า 50,000 บาทขึ้นไป	4.18				-

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 59 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกัน การติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19 จำแนกตามกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นรายคู่ ด้วย Dunnett's T3 ในการทดสอบ พบว่า

ผู้บริโภครายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท กับผู้บริโภครายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 30,000 บาท มีค่า p-value <0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้บริโภครายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยผู้บริโภครายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 30,000 บาท มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19 มากกว่า ผู้บริโภครายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.504

ผู้บริโภครายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 30,000 บาท กับผู้บริโภครายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 50,000 บาท มีค่า p-value เท่ากับ 0.013 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้บริโภครายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้บริโภครายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 50,000 บาท มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19 มากกว่า ผู้บริโภครายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 30,000 บาท โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.379

ผู้บริโภครายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 30,000 บาท กับผู้บริโภครายได้เฉลี่ยต่อเดือน สูงกว่า 50,000 บาทขึ้นไป มีค่า p-value เท่ากับ 0.006 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้บริโภครายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยผู้บริโภครายได้เฉลี่ยต่อเดือน สูงกว่า 50,000 บาท ขึ้นไป มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19 มากกว่า ผู้บริโภครายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 30,000 บาท โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.327

สำหรับรายคู่อื่นพบว่า แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 60 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อ และแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการใช้อุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือน จำแนกตามกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นรายคู่ ด้วย Dunnett's T3

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	\bar{X}	ต่ำกว่าหรือ	10,001 –	30,001 –	สูงกว่า 50,000
		เท่ากับ	30,000	50,000 บาท	บาทขึ้นไป
		10,000 บาท	บาท		
		348.71	458.78	545.83	1230.88
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	348.71	-	-110.073**	-197.127**	-882.176**
			(0.006)	(0.000)	(0.000)
10,001 – 30,000 บาท	458.78		-	-87.055	-772.104**
				(0.393)	(0.000)
30,001 – 50,000 บาท	545.83			-	-685.049**
					(0.000)
สูงกว่า 50,000 บาทขึ้นไป	1230.88				-

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 60 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการใช้อุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือน จำแนกตามกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นรายคู่ ด้วย Dunnett's T3 ในการทดสอบพบว่า

ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท กับผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 30,000 บาท มีค่า p-value เท่ากับ 0.006 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อ และแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการใช้อุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 30,000 บาท มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการใช้อุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือน มากกว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 110.073

บาทขึ้นไป มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการใช้อุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือน มากกว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 50,000 บาท โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 685.049

สำหรับรายคู่อื่นพบว่า แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 61 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องความถี่ในการใช้แอปพลิเคชัน หมอชนะ ไทยชนะ เมื่อเดินทางไปในพื้นที่หรืออาคารสาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ จำแนกตามกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นรายคู่ ด้วย Dunnett's T3

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	\bar{X}	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	10,001 – 30,000 บาท	30,001 – 50,000 บาท	สูงกว่า 50,000 บาทขึ้นไป
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	3.04	-	0.783 (0.180)	1.285* (0.010)	0.116 (1.000)
10,001 – 30,000 บาท	2.25		-	0.502 (0.399)	-0.667 (0.538)
30,001 – 50,000 บาท	1.75			-	-1.169 (0.070)
สูงกว่า 50,000 บาทขึ้นไป	2.92				-

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 61 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องความถี่ในการใช้แอปพลิเคชัน หมอชนะ ไทยชนะ เมื่อเดินทางไปในพื้นที่หรืออาคารสาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ จำแนกตามกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นรายคู่ ด้วย Dunnett's T3 ในการทดสอบพบว่า

ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท กับผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 50,000 บาท มีค่า p-value เท่ากับ 0.010 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า

ว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อ และแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องความถี่ในการใช้แอลกอฮอล์เช็ดมือขณะ ไทยขณะ เมื่อเดินทางไปในพื้นที่หรืออาคารสาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 50,000 บาท มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องความถี่ในการใช้แอลกอฮอล์เช็ดมือขณะ ไทยขณะ เมื่อเดินทางไปในพื้นที่หรืออาคารสาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ มากกว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.285

สำหรับรายคู่อื่นพบว่า แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานที่ 2 ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคโควิด-19 มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

H_0 : ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคโควิด-19 ไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

H_1 : ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคโควิด-19 มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน คือ การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยเลือกตัวแปรอิสระสมการถดถอยด้วยวิธี Enter ใช้ระดับ ความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ p-value มีค่าน้อยกว่า 0.05 ซึ่งผลการทดสอบแสดงดังนี้

กำหนดให้

X_1	คือ	ความรู้ทั่วไป
X_2	คือ	ความรู้ในการเลือกใช้อุปกรณ์
Y_1	คือ	ใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ
Y_2	คือ	ทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์
Y_3	คือ	ติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19
Y_4	คือ	ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการซื้ออุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือน

Y_5	คือ	จำนวนครั้งที่มีการพูดคุยเกี่ยวกับข้อมูลโรคโควิด-19 ต่อสัปดาห์
Y_6	คือ	ความถี่ในการทำความสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจจะนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะครั้งต่อสัปดาห์
Y_7	คือ	ความถี่ในการใช้แอปพลิเคชัน หมอชนะ ไทยชนะ เมื่อเดินทางไปในพื้นที่หรืออาคารสาธารณะครั้งต่อสัปดาห์

ตาราง 62 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคโควิด-19 มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ โดยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
Regression	37.989	2	18.994	124.047**	0.000
Residual	60.789	397	0.153		
Total	98.777	399			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 62 พบว่า ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคโควิด-19 กับพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ มีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงกับกลุ่มตัวแปรอิสระมีค่า $p\text{-value} < 0.001$ ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับ สมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคโควิด-19 อย่างน้อย 1 ตัวแปร มีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และสามารถสร้างสมการพยากรณ์เชิงเส้นตรงได้ ซึ่งจากการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ สามารถคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณได้ ดังนี้

ตาราง 63 แสดงผลค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคโควิด-19 กับ พฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริหารใน กรุงเทพมหานคร ในเรื่องใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ โดยใช้การ วิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธี Enter

ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ โรคโควิด-19	B	SE	Beta	t	Sig.
ค่าคงที่ (Constant)	2.826	0.122		23.077**	0.000
ความรู้ทั่วไป (X ₁)	0.209	0.020	0.463	10.681**	0.000
ความรู้ในการเลือกใช้อุปกรณ์ (X ₂)	0.119	0.020	0.262	6.040**	0.000
	R = 0.620			Adjusted R ² = 0.381	
	R ² = 0.385			S.E. = 0.391	

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 63 ผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคโควิด-19 มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริหารในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ โดยใช้การวิเคราะห์ ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ด้วยวิธี Enter พบว่า ตัวแปรที่สามารถพยากรณ์ใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ (Y₁) คือ ด้านความรู้ทั่วไป (X₁) และด้านความรู้ในการเลือกใช้อุปกรณ์ (X₂) ซึ่งสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลง ได้ร้อยละ 38.1 (Adjusted R² = 0.381)

ผลทดสอบที่ได้มีความสอดคล้องกับสมมติฐาน และสามารถเขียนสมการได้ดังนี้

$$Y_1 = 2.826 + 0.209(X_1) + 0.119(X_2)$$

จากสมการ หากไม่พิจารณาความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคโควิด-19 จะพบว่า ผู้บริหารใน กรุงเทพมหานคร จะใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ (Y₁) มีค่าอยู่ที่ระดับ 2.286 หน่วย

หากพิจารณาความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคโควิด-19 ด้านความรู้ทั่วไป (X_1) และด้านความรู้ในการเลือกใช้อุปกรณ์ (X_2) มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคนในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ ที่มีความสัมพันธ์ทางบวก คือ 0.209 และ 0.119 ตามลำดับ ซึ่งจากค่าสัมประสิทธิ์สามารถอธิบายได้ ดังนี้

หากพิจารณาความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคโควิด-19 ด้านความรู้ทั่วไป (X_1) เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคนในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ (Y_1) เพิ่มขึ้น 0.209 หน่วย

หากพิจารณาความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคโควิด-19 ด้านความรู้ในการเลือกใช้อุปกรณ์ (X_2) เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคนในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ (Y_1) เพิ่มขึ้น 0.119 หน่วย

ตาราง 64 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคโควิด-19 มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคนในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์ โดยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
Regression	7.483	2	3.741	15.455**	0.000
Residual	96.107	397	0.242		
Total	103.590	399			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 64 พบว่า ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคโควิด-19 กับพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคนในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์ มีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงกับกลุ่มตัวแปรอิสระมีค่า $p\text{-value} < 0.001$ ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับ

สมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคโควิด-19 อย่างน้อย 1 ตัวแปร มีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และสามารถสร้างสมการพยากรณ์เชิงเส้นตรงได้ ซึ่งจากการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ สามารถคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณได้ ดังนี้

ตาราง 65 แสดงผลค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคโควิด-19 กับ พฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคใน กรุงเทพมหานคร ในเรื่องทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์ โดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธี Enter

ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ โรคโควิด-19	B	SE	Beta	t	Sig.
ค่าคงที่ (Constant)	3.836	0.154		24.908**	0.000
ความรู้ทั่วไป (X_1)	0.106	0.025	0.229	4.293**	0.000
ความรู้ในการเลือกใช้อุปกรณ์ (X_2)	0.035	0.025	0.075	1.411	0.159
	R	=0.269		Adjusted R ²	=0.068
	R ²	=0.072		S.E.	=0.492

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 65 ผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคโควิด-19 มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์ โดยใช้การวิเคราะห์ ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ด้วยวิธี Enter พบว่า ตัวแปรที่สามารถพยากรณ์ทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์ (Y_2) คือ ด้านความรู้ทั่วไป (X_1) และด้านความรู้ในการเลือกใช้อุปกรณ์ (X_2) ซึ่งสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลง ได้ร้อยละ 6.8 (Adjusted R² = 0.068)

ผลทดสอบที่ได้มีความสอดคล้องกับสมมติฐาน และสามารถเขียนสมการได้ดังนี้

$$Y_2 = 3.836 + 0.106(X_1) + 0.035(X_2)$$

จากสมการ ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคโควิด-19 ด้านความรู้ทั่วไป (X_1) มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้ประกอบการในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์ ที่มีความสัมพันธ์ทางบวก คือ 0.106 ซึ่งจากค่าสัมประสิทธิ์สามารถอธิบายได้ ดังนี้

หากไม่พิจารณาความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคโควิด-19 จะพบว่า ผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร จะทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์ (Y_2) มีค่าอยู่ที่ ระดับ 3.836 หน่วย

หากพิจารณาความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคโควิด-19 ด้านความรู้ทั่วไป (X_1) เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้ประกอบการในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์ (Y_2) เพิ่มขึ้น 0.106 หน่วย

ส่วนความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคโควิด-19 ด้านความรู้ในการเลือกใช้อุปกรณ์ (X_2) เป็นตัวแปรที่ไม่สามารถทำนายพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้ประกอบการในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์ (Y_2)

ตาราง 66 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคโควิด-19 มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้ประกอบการในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19 โดยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
Regression	0.086	2	0.043	0.073	0.930
Residual	232.874	397	0.587		
Total	232.960	399			

จากตาราง 66 พบว่า ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคโควิด-19 กับพฤติกรรมในการใช้ อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคนในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19 มีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงกับกลุ่มตัวแปรอิสระมีค่า p-value เท่ากับ 0.930 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และ ปฏิเสธ สมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคโควิด-19 ไม่มีตัวแปรใดเลย ที่มีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคนในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และสามารถสร้างสมการพยากรณ์เชิงเส้นตรงได้ ซึ่งจากการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ สามารถคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณได้ ดังนี้

ตาราง 67 แสดงผลค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคโควิด-19 กับ พฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคนใน กรุงเทพมหานคร ในเรื่องติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19 โดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธี Enter

ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ โรคโควิด-19	B	SE	Beta	t	Sig.
ค่าคงที่ (Constant)	4.161	0.240		17.357	0.000
ความรู้ทั่วไป (X_1)	0.013	0.038	0.019	0.340	0.734
ความรู้ในการเลือกใช้อุปกรณ์ (X_2)	0.001	0.039	0.001	0.016	0.987
	R	=0.019		Adjusted R ²	=-0.005
	R ²	=0.000		S.E.	=0.766

จากตาราง 67 ผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคโควิด-19 มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคนในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19 โดยใช้การวิเคราะห์ ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ด้วยวิธี Enter พบว่า ตัวแปรที่สามารถพยากรณ์ติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19 (Y_3) คือ ด้าน

ความรู้ทั่วไป (X_1) และด้านความรู้ในการเลือกใช้อุปกรณ์ (X_2) ซึ่งสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงได้ร้อยละ -0.5 (Adjusted $R^2 = -0.005$)

ผลทดสอบที่ได้มีความสอดคล้องกับสมมติฐาน และสามารถเขียนสมการได้ดังนี้

$$Y_3 = 4.161 + 0.013(X_1) + 0.001(X_2)$$

จากสมการ หากไม่พิจารณาความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคโควิด-19 จะพบว่า ผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร จะติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19 (Y_3) มีค่าอยู่ที่ระดับ 4.161 หน่วย

หากพิจารณาความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคโควิด-19 ด้านความรู้ทั่วไป (X_1) และด้านความรู้ในการเลือกใช้อุปกรณ์ (X_2) ไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19 (Y_3)

ตัวแปรที่ไม่สามารถทำนายพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19 (Y_3) มี 2 ตัวแปร ได้แก่ ด้านความรู้ทั่วไป (X_1) และด้านความรู้ในการเลือกใช้อุปกรณ์ (X_2) ไม่ได้เป็นปัจจัยที่กำหนดพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19 (Y_3)

ตาราง 68 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคโควิด-19 มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการใช้อุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือน โดยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
Regression	46111874.880	2	23055937.440	22.435**	0.000
Residual	407995036.120	397	1027695.305		
Total	454106911.000	399			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 68 พบว่า ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคโควิด-19 กับพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคนในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการซื้ออุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือน มีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงกับกลุ่มตัวแปรอิสระมีค่า $p\text{-value} < 0.001$ ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับ สมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคโควิด-19 อย่างน้อย 1 ตัวแปร มีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคนในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการซื้ออุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และสามารถสร้างสมการพยากรณ์เชิงเส้นตรงได้ ซึ่งจากการวิเคราะห์หาค่าถดถอยเชิงพหุคูณ สามารถคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณได้ ดังนี้

ตาราง 69 แสดงผลค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคโควิด-19 กับพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคนในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการซื้ออุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือน โดยใช้ในการวิเคราะห์หาค่าถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธี Enter

ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรค โควิด-19	B	SE	Beta	t	Sig.
ค่าคงที่ (Constant)	-1129.104	317.308		-3.558**	0.000
ความรู้ทั่วไป (X_1)	28.704	50.710	0.030	0.566	0.572
ความรู้ในการเลือกใช้อุปกรณ์ (X_2)	298.134	51.188	0.305	5.824**	0.000
	R	=0.319	Adjusted R ²	=0.097	
	R ²	=0.102	S.E.	=1013.753	

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 69 ผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคโควิด-19 มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-

19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการซื้ออุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือน โดยใช้การวิเคราะห์ ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ด้วยวิธี Enter พบว่า ตัวแปรที่สามารถพยากรณ์ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการซื้ออุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือน (Y_4) คือ ด้านความรู้ทั่วไป (X_1) และด้านความรู้ในการเลือกใช้อุปกรณ์ (X_2) ซึ่งสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลง ได้ร้อยละ 9.7 (Adjusted $R^2 = 0.097$)

ผลทดสอบที่ได้มีความสอดคล้องกับสมมติฐาน และสามารถเขียนสมการได้ดังนี้

$$Y_4 = -1129.104 + 28.704(X_1) + 298.134(X_2)$$

จากสมการ หากไม่พิจารณาความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคโควิด-19 จะพบว่า ผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร จะมีค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการซื้ออุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือน (Y_4) มีค่าอยู่ที่ ระดับ 1129.104 หน่วย

หากพิจารณาความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคโควิด-19 ด้านความรู้ในการเลือกใช้อุปกรณ์ (X_2) เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการซื้ออุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือน (Y_4) เพิ่มขึ้น 298.134 หน่วย

ตัวแปรที่ไม่สามารถทำนายพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการซื้ออุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือน (Y_4) มี 2 ตัวแปรได้แก่ ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคโควิด-19 ด้านความรู้ทั่วไป (X_1) ไม่ได้เป็นปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการซื้ออุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือน (Y_4)

ตาราง 70 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคโควิด-19 มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องจำนวนครั้งที่มีการพูดคุยเกี่ยวกับข้อมูลโรคโควิด-19 ต่อสัปดาห์ โดยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
Regression	88.408	2	44.204	0.483	0.617
Residual	36344.632	397	91.548		
Total	36433.040	399			

จากตาราง 70 พบว่า ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคโควิด-19 กับพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องจำนวนครั้งที่มีการพูดคุยเกี่ยวกับข้อมูลโรคโควิด-19 ต่อสัปดาห์ มีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงกับกลุ่มตัวแปรอิสระมีค่า p-value เท่ากับ 0.617 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธ สมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคโควิด-19 ไม่มีตัวแปรใดเลย ที่มีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องจำนวนครั้งที่มีการพูดคุยเกี่ยวกับข้อมูลโรคโควิด-19 ต่อสัปดาห์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และสามารถสร้างสมการพยากรณ์เชิงเส้นตรงได้ ซึ่งจากการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ สามารถคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณได้ ดังนี้

ตาราง 71 แสดงผลค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคโควิด-19 กับ พฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคใน กรุงเทพมหานคร ในเรื่องจำนวนครั้งที่มีการพูดคุยเกี่ยวกับข้อมูลโรคโควิด-19 ต่อสัปดาห์ โดยใช้ การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธี Enter

ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคโควิด-19	B	SE	Beta	t	Sig.
ค่าคงที่ (Constant)	4.010	2.995		1.339	0.181
ความรู้ทั่วไป (X ₁)	0.445	0.479	0.051	0.929	0.353
ความรู้ในการเลือกใช้อุปกรณ์ (X ₂)	-0.048	0.483	-0.005	-0.099	0.921
	R = 0.049			Adjusted R ² = -0.003	
	R ² = 0.002			S.E. = 9.568	

จากตาราง 71 ผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคโควิด-19 มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องจำนวนครั้งที่มีการพูดคุยเกี่ยวกับข้อมูลโรคโควิด-19 ต่อสัปดาห์ โดยใช้การวิเคราะห์ ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ด้วยวิธี Enter พบว่า ตัวแปรที่สามารถพยากรณ์จำนวนครั้งที่มีการพูดคุยเกี่ยวกับข้อมูลโรคโควิด-19 ต่อสัปดาห์ (Y₅) คือ ด้านความรู้ทั่วไป (X₁) และด้านความรู้ในการเลือกใช้อุปกรณ์ (X₂) ซึ่งสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลง ได้ร้อยละ -0.3 (Adjusted R² = -0.003)

ผลทดสอบที่ได้มีความสอดคล้องกับสมมติฐาน และสามารถเขียนสมการได้ดังนี้

$$Y_5 = 4.010 + 0.445(X_1) - 0.048(X_2)$$

จากสมการ หากไม่พิจารณาความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคโควิด-19 จะพบว่า ผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร จะมีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องจำนวนครั้งที่มีการพูดคุยเกี่ยวกับข้อมูลโรคโควิด-19 ต่อสัปดาห์ (Y₅) มีค่าอยู่ที่ระดับ 4.010 หน่วย

ตัวแปรที่ไม่สามารถทำนายพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องจำนวนครั้งที่มีการพูดคุยเกี่ยวกับข้อมูลโรคโควิด-19 ต่อสัปดาห์ (Y₅) มี 2 ตัวแปรได้แก่ ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคโควิด-19

วิด-19 ด้านความรู้ทั่วไป (X_1) ไม่ได้เป็นปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องจำนวนครั้งที่มีการพูดคุยเกี่ยวกับข้อมูลโรคโควิด-19 ต่อสัปดาห์ (Y_5)

ตาราง 72 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคโควิด-19 มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องความถี่ในการทำความสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจจะนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ โดยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
Regression	1.774	2	0.887	0.024	0.977
Residual	14869.163	397	37.454		
Total	14870.938	399			

จากตาราง 72 พบว่า ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคโควิด-19 กับพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องความถี่ในการทำความสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ มีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงกับกลุ่มตัวแปรอิสระมีค่า p-value เท่ากับ 0.977 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธ สมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคโควิด-19 ไม่มีตัวแปรใดเลย ที่มีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องความถี่ในการทำความสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และสามารถสร้างสมการพยากรณ์เชิงเส้นตรงได้ ซึ่งจากการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ สามารถคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณได้ ดังนี้

ตาราง 73 แสดงผลค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคโควิด-19 กับ พฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคนใน กรุงเทพมหานคร ในเรื่องความถี่ในการทำความสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจจะนำไปวางตาม พื้นที่สาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ โดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธี Enter

ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ โรคโควิด-19	B	SE	Beta	t	Sig.
ค่าคงที่ (Constant)	5.586	1.916		2.916	0.004
ความรู้ทั่วไป (X ₁)	0.031	0.306	0.006	0.100	0.920
ความรู้ในการเลือกใช้อุปกรณ์ (X ₂)	-0.067	0.309	-0.012	-0.217	0.828
	R	=0.011		Adjusted R ²	=-0.005
	R ²	=0.000		S.E.	=6.120

จากตาราง 73 ผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคโควิด-19 มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องความถี่ในการทำความสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ โดยใช้การวิเคราะห์ ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ด้วยวิธี Enter พบว่า ตัวแปรที่สามารถพยากรณ์ความถี่ในการทำความสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจจะนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ (Y₆) คือ ด้านความรู้ทั่วไป (X₁) และด้านความรู้ในการเลือกใช้อุปกรณ์ (X₂) ซึ่งสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงได้ร้อยละ -0.5 (Adjusted R² = -0.005)

ผลทดสอบที่ได้มีความสอดคล้องกับสมมติฐาน และสามารถเขียนสมการได้ดังนี้

$$Y_6 = 5.586 + 0.031(X_1) - 0.067(X_2)$$

จากสมการ หากไม่พิจารณาความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคโควิด-19 จะพบว่า ผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร จะมีความถี่ในการทำความสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจจะนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ (Y₆) มีค่าอยู่ที่ ระดับ 5.586 หน่วย

ตัวแปรที่ไม่สามารถทำนายพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องความถี่ในการทำความสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจจะนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ (Y_6) มี 2 ตัวแปร ได้แก่ ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคโควิด-19 ด้านความรู้ทั่วไป (X_1) ไม่ได้เป็นปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องความถี่ในการทำความสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจจะนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ (Y_6)

ตาราง 74 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคโควิด-19 มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องความถี่ในการใช้แอปพลิเคชัน หมอชนะ ไทยชนะ เมื่อเดินทางไปในพื้นที่หรืออาคารสาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ โดยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
Regression	73.039	2	36.520	3.427*	0.033
Residual	4230.071	397	10.655		
Total	4303.110	399			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 74 พบว่า ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคโควิด-19 กับพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องความถี่ในการใช้แอปพลิเคชัน หมอชนะ ไทยชนะ เมื่อเดินทางไปในพื้นที่หรืออาคารสาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ มีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงกับกลุ่มตัวแปรอิสระมีค่า p-value เท่ากับ 0.033 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับ สมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคโควิด-19 อย่างน้อย 1 ตัวแปร มีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องความถี่ในการใช้แอปพลิเคชัน หมอชนะ ไทยชนะ เมื่อเดินทางไปในพื้นที่หรืออาคารสาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับ

สมมติฐานที่ตั้งไว้ และสามารถสร้างสมการพยากรณ์เชิงเส้นตรงได้ ซึ่งจากการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ สามารถคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณได้ ดังนี้

ตาราง 75 แสดงผลค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคโควิด-19 กับ พฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคนใน กรุงเทพมหานคร ในเรื่องทำความเข้าใจในการใช้แอปพลิเคชัน หมอชนะ ไทยชนะ เมื่อเดินทางไปในพื้นที่หรืออาคารสาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ โดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธี Enter

ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ โรคโควิด-19	B	SE	Beta	t	Sig.
ค่าคงที่ (Constant)	3.097	1.022		3.031**	0.003
ความรู้ทั่วไป (X_1)	-0.395	0.163	-0.133	-2.418*	0.016
ความรู้ในการเลือกใช้อุปกรณ์ (X_2)	0.317	0.165	0.105	1.924	0.055
	R	=0.130		Adjusted R ²	=0.012
	R ²	=0.017		S.E.	=3.264

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 75 ผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคโควิด-19 มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคนในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องทำความเข้าใจในการใช้แอปพลิเคชัน หมอชนะ ไทยชนะ เมื่อเดินทางไปในพื้นที่หรืออาคารสาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ โดยใช้การวิเคราะห์ ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ด้วยวิธี Enter พบว่า ตัวแปรที่สามารถพยากรณ์ทำความเข้าใจในการใช้แอปพลิเคชัน หมอชนะ ไทยชนะ เมื่อเดินทางไปในพื้นที่หรืออาคารสาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ (Y_1) คือ ด้านความรู้ทั่วไป (X_1) และด้านความรู้ในการเลือกใช้อุปกรณ์ (X_2) ซึ่งสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลง ได้ร้อยละ 1.2 (Adjusted R² = 0.012)

ผลทดสอบที่ได้มีความสอดคล้องกับสมมติฐาน และสามารถเขียนสมการได้ดังนี้

$$Y_7 = 3.097 - 0.395(X_1) + 0.317(X_2)$$

จากสมการ ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคโควิด-19 ด้านความรู้ทั่วไป (X_1) มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องทำความเข้าใจในการใช้แอปพลิเคชัน หมอชนะ ไทยชนะ เมื่อเดินทางไปในพื้นที่หรืออาคารสาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ ที่มีความสัมพันธ์ทางลบ คือ 0.395 ซึ่งจากค่าสัมประสิทธิ์สามารถอธิบายได้ ดังนี้

หากไม่พิจารณาความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคโควิด-19 จะพบว่า ผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร จะทำความเข้าใจในการใช้แอปพลิเคชัน หมอชนะ ไทยชนะ เมื่อเดินทางไปในพื้นที่หรืออาคารสาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ (Y_7) มีค่าอยู่ที่ ระดับ 3.097 หน่วย

หากพิจารณาความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคโควิด-19 ด้านความรู้ทั่วไป (X_1) เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องทำความเข้าใจในการใช้แอปพลิเคชัน หมอชนะ ไทยชนะ เมื่อเดินทางไปในพื้นที่หรืออาคารสาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ (Y_7) ลดลง 0.133 หน่วย

ตัวแปรที่ไม่สามารถทำนายพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องทำความเข้าใจในการใช้แอปพลิเคชัน หมอชนะ ไทยชนะ เมื่อเดินทางไปในพื้นที่หรืออาคารสาธารณะครั้งต่อสัปดาห์มี ๆ ตัวแปร ได้แก่ ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคโควิด-19 ด้านความรู้ในการเลือกใช้อุปกรณ์ (X_2) ไม่ได้เป็นปัจจัยที่กำหนดพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องทำความเข้าใจในการใช้แอปพลิเคชัน หมอชนะ ไทยชนะ เมื่อเดินทางไปในพื้นที่หรืออาคารสาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ (Y_7)

สมมติฐานที่ 3 ความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคโควิด-19 มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

H_0 : ความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคโควิด-19 ไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

H_1 : ความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคโควิด-19 มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน คือ การวิเคราะห์ความถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression Analysis) โดยเลือกตัวแปรอิสระสมการถดถอยด้วยวิธี Enter ใช้ระดับ ความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ p-value มีค่าน้อยกว่า 0.05 ซึ่งผลการทดสอบ แสดงดังนี้

กำหนดให้

X_3	คือ	ความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคโควิด-19
Y_1	คือ	ใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ
Y_2	คือ	ทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์
Y_3	คือ	ติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19
Y_4	คือ	ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการซื้ออุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือน
Y_5	คือ	จำนวนครั้งที่มีการพูดคุยเกี่ยวกับข้อมูลโรคโควิด-19 ต่อสัปดาห์
Y_6	คือ	ความถี่ในการทำความสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจจะนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะครั้งต่อสัปดาห์
Y_7	คือ	ความถี่ในการใช้แอปพลิเคชัน หมอชนะ ไทยชนะ เมื่อเดินทางไปในพื้นที่หรืออาคารสาธารณะครั้งต่อสัปดาห์

ตาราง 76 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยอย่างง่าย ความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคโควิด-19 มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ โดยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression)

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
Regression	22.710	1	22.710	118.824**	0.000
Residual	76.067	398	0.191		
Total	98.777	399			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 76 พบว่า ความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคโควิด-19 กับพฤติกรรมในการใช้ อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ใน

เรื่องใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ มีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงกับกลุ่มตัวแปรอิสระมีค่า $p\text{-value} < 0.001$ ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับ สมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคโควิด-19 อย่างน้อย 1 ตัวแปร มีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และสามารถสร้างสมการพยากรณ์เชิงเส้นตรงได้ ซึ่งจากการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ สามารถคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณได้ ดังนี้

ตาราง 77 แสดงผลค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง ความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคโควิด-19 กับ พฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ โดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Simple Regression Analysis) ด้วยวิธี Enter

ความตระหนักรู้เกี่ยวกับ โรคโควิด-19	B	SE	Beta	t	Sig.
ค่าคงที่ (Constant)	2.899	0.167		17.328**	0.000
ความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคโควิด- 19 (X_3)	0.416	0.038	0.479	10.901**	0.000
	R	=0.479		Adjusted R ²	=0.228
	R ²	=0.230		S.E.	=0.437

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 77 ผลการวิเคราะห์ความถดถอยอย่างง่ายความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคโควิด-19 มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ โดยใช้การวิเคราะห์ ความถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression) ด้วยวิธี Enter พบว่า ตัวแปรที่สามารถพยากรณ์ใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ (Y_1) คือ

ความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคโควิด-19 (X_3) ซึ่งสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลง ได้ร้อยละ 22.8 (Adjusted $R^2 = 0.228$)

ผลทดสอบที่ได้มีความสอดคล้องกับสมมติฐาน และสามารถเขียนสมการได้ดังนี้

$$Y_1 = 2.899 + 0.416(X_3)$$

จากสมการ ความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคโควิด-19 (X_3) มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ ที่มีความสัมพันธ์ทางบวก คือ 0.416 ซึ่งจากค่าสัมประสิทธิ์สามารถอธิบายได้ ดังนี้

หากไม่พิจารณาความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคโควิด-19 จะพบว่า ผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร จะใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ (Y_1) มีค่าอยู่ที่ระดับ 2.899 หน่วย

หากพิจารณาความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคโควิด-19 (X_3) เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ (Y_1) เพิ่มขึ้น 0.416 ตามลำดับ

ตาราง 78 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยอย่างง่าย ความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคโควิด-19 มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์ โดยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression)

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
Regression	43.426	1	43.426	287.271**	0.000
Residual	60.164	398	0.151		
Total	103.590	399			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 78 พบว่า ความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคโควิด-19 กับพฤติกรรมในการใช้ อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคนในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์ มีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงกับกลุ่มตัวแปรอิสระมีค่า $p\text{-value} < 0.001$ ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคโควิด-19 อย่างน้อย 1 ตัวแปร มีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคนในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และสามารถสร้างสมการพยากรณ์เชิงเส้นตรงได้ ซึ่งจากการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ สามารถคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณได้ ดังนี้

ตาราง 79 แสดงผลค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง ความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคโควิด-19 กับ พฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคนในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์ โดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Simple Regression Analysis) ด้วยวิธี Enter

ความตระหนักรู้เกี่ยวกับ โรคโควิด-19	B	SE	Beta	t	Sig.
ค่าคงที่ (Constant)	2.145	0.149		14.412**	0.000
ความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคโควิด- 19 (X_3)	0.575	0.034	0.647	16.949**	0.000
	R	=0.647		Adjusted R ²	=0.418
	R ²	=0.419		S.E.	=0.389

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 79 ผลการวิเคราะห์ความถดถอยอย่างง่ายความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคโควิด-19 มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคนในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์ โดยใช้การวิเคราะห์ ความถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression) ด้วยวิธี Enter พบว่า ตัวแปรที่

สามารถพยากรณ์ทำความเข้าใจความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์ (Y_2) คือ ความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคโควิด-19 (X_3) ซึ่งสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลง ได้ร้อยละ 41.8 (Adjusted $R^2 = 0.418$)

ผลทดสอบที่ได้มีความสอดคล้องกับสมมติฐาน และสามารถเขียนสมการได้ดังนี้

$$Y_2 = 2.145 + 0.575(X_3)$$

จากสมการ ความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคโควิด-19 (X_3) มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องทำความเข้าใจความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์ ที่มีความสัมพันธ์ทางบวก คือ 0.575 ซึ่งจากค่าสัมประสิทธิ์สามารถอธิบายได้ ดังนี้

หากไม่พิจารณาความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคโควิด-19 จะพบว่า ผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร จะทำความเข้าใจความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์ (Y_2) มีค่าอยู่ที่ ระดับ 2.145 หน่วย

หากพิจารณาความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคโควิด-19 (X_3) เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องทำความเข้าใจความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์ (Y_2) เพิ่มขึ้น 0.575 หน่วย

ตาราง 80 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยอย่างง่าย ความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคโควิด-19 มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19 โดยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression)

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
Regression	73.694	1	73.694	184.159**	0.000
Residual	159.266	398	0.400		
Total	232.960	399			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 80 พบว่า ความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคโควิด-19 กับพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคนในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19 มีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงกับกลุ่มตัวแปรอิสระมีค่า $p\text{-value} < 0.001$ ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับ สมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคโควิด-19 อย่างน้อย 1 ตัวแปร มีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคนในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และสามารถสร้างสมการพยากรณ์เชิงเส้นตรงได้ ซึ่งจากการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ สามารถคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณได้ ดังนี้

ตาราง 81 แสดงผลค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง ความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคโควิด-19 กับ พฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคนในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19 โดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Simple Regression Analysis) ด้วยวิธี Enter

ความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคโควิด-19	B	SE	Beta	t	Sig.
ค่าคงที่ (Constant)	0.983	0.242		4.059**	0.000
ความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคโควิด-19 (X_3)	0.749	0.055	0.562	13.571**	0.000
	R	=0.562		Adjusted R ²	=0.315
	R ²	=0.316		S.E.	=0.633

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 81 ผลการวิเคราะห์ความถดถอยอย่างง่ายความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคโควิด-19 มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคนในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19 โดยใช้การวิเคราะห์ ความถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression) ด้วยวิธี Enter พบว่า ตัวแปรที่

สามารถพยากรณ์ติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19 (Y_3) คือ ความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคโควิด-19 (X_3) ซึ่งสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลง ได้ร้อยละ 31.5 (Adjusted $R^2 = 0.315$)

ผลทดสอบที่ได้มีความสอดคล้องกับสมมติฐาน และสามารถเขียนสมการได้ดังนี้

$$Y_3 = 0.983 + 0.749(X_3)$$

จากสมการ ความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคโควิด-19 (X_3) มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19 ที่มีความสัมพันธ์ทางบวก คือ 0.749 ซึ่งจากค่าสัมประสิทธิ์สามารถอธิบายได้ ดังนี้

หากไม่พิจารณาความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคโควิด-19 จะพบว่า ผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร จะติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19 (Y_3) มีค่าอยู่ที่ระดับ 0.983 หน่วย

หากพิจารณาความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคโควิด-19 (X_3) เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19 (Y_3) เพิ่มขึ้น 0.749 หน่วย

ตาราง 82 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยอย่างง่าย ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคโควิด-19 มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการใช้อุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือน โดยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression)

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
Regression	3345152.939	1	3345152.939	2.954	0.086
Residual	450761758.061	398	1132567.231		
Total	454106911.000	399			

จากตาราง 82 พบว่า ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคโควิด-19 กับพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการซื้ออุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือน มีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงกับกลุ่มตัวแปรอิสระมีค่า p-value เท่ากับ 0.086 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับ สมมติฐานหลัก (H_0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคโควิด-19 ไม่มีตัวแปรใดเลย ที่มีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการซื้ออุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และสามารถสร้างสมการพยากรณ์เชิงเส้นตรงได้ ซึ่งจากการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ สามารถคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณได้ ดังนี้

ตาราง 83 แสดงผลค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคโควิด-19 กับพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการซื้ออุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือน โดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Simple Regression Analysis) ด้วยวิธี Enter

ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคโควิด-19	B	SE	Beta	t	Sig.
ค่าคงที่ (Constant)	14.367	407.297		0.035	0.972
ความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคโควิด-19 (X_3)	159.497	92.806	0.086	1.719	0.086
	R	=0.086	Adjusted R ²	=0.005	
	R ²	=0.007	S.E.	=1064.221	

จากตาราง 83 ผลการวิเคราะห์ความถดถอยอย่างง่ายความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคโควิด-19 มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการซื้ออุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือน โดยใช้การวิเคราะห์ ความถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression) ด้วยวิธี Enter พบว่า ตัวแปรที่สามารถพยากรณ์ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการซื้ออุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อ

เดือน (Y_4) คือ ความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคโควิด-19 (X_3) ซึ่งสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงได้ร้อยละ 0.5 (Adjusted $R^2 = 0.005$)

ผลทดสอบที่ได้มีความสอดคล้องกับสมมติฐาน และสามารถเขียนสมการได้ดังนี้

$$Y_4 = 14.367 + 159.497(X_3)$$

จากสมการ หากไม่พิจารณาความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคโควิด-19 จะพบว่า ผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร จะมีพฤติกรรมค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการซื้ออุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือน (Y_4) มีค่าอยู่ที่ ระดับ 14.367 หน่วย

ตัวแปรที่ไม่สามารถทำนายพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการซื้ออุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือน (Y_4) มี 1 ตัวแปรได้แก่ ความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคโควิด-19 (X_3) ไม่ได้เป็นปัจจัยที่กำหนดพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการซื้ออุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือน (Y_4)

ตาราง 84 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยอย่างง่าย ความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคโควิด-19 มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องจำนวนครั้งที่มีการพูดคุยเกี่ยวกับข้อมูลโรคโควิด-19 ต่อสัปดาห์ โดยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression)

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
Regression	954.114	1	954.114	10.703**	0.001
Residual	35478.926	398	89.143		
Total	36433.040	399			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 84 พบว่า ความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคโควิด-19 กับพฤติกรรมในการใช้ อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องจำนวนครั้งที่มีการพูดคุยเกี่ยวกับข้อมูลโรคโควิด-19 ต่อสัปดาห์ มีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงกับกลุ่มตัวแปรอิสระมีค่า p-value เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับ สมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคโควิด-19 อย่างน้อย 1 ตัวแปร มีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องจำนวนครั้งที่มีการพูดคุยเกี่ยวกับข้อมูลโรคโควิด-19 ต่อสัปดาห์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และสามารถสร้างสมการพยากรณ์เชิงเส้นตรงได้ ซึ่งจากการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ สามารถคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณได้ ดังนี้

ตาราง 85 แสดงผลค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง ความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคโควิด-19 กับ พฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคใน กรุงเทพมหานคร ในเรื่องจำนวนครั้งที่มีการพูดคุยเกี่ยวกับข้อมูลโรคโควิด-19 ต่อสัปดาห์ โดยใช้ การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Simple Regression Analysis) ด้วยวิธี Enter

ความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคโควิด-19	B	SE	Beta	t	Sig.
ค่าคงที่ (Constant)	-5.400	3.613		-1.495	0.136
ความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคโควิด-19 (X_3)	2.694	0.823	0.162	3.272**	0.001
	R	=0.162	Adjusted R ²	=0.024	
	R ²	=0.026	S.E.	=9.442	

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 85 ผลการวิเคราะห์ความถดถอยอย่างง่ายความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคโควิด-19 มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องจำนวนครั้งที่มีการพูดคุยเกี่ยวกับข้อมูลโรคโควิด-19 ต่อสัปดาห์ โดยใช้การวิเคราะห์ ความถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression) ด้วยวิธี Enter พบว่า ตัวแปรที่สามารถพยากรณ์จำนวนครั้งที่มีการพูดคุยเกี่ยวกับข้อมูลโรคโควิด-19 ต่อสัปดาห์ (Y_3)

คือ ความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคโควิด-19 (X_3) ซึ่งสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลง ได้ร้อยละ 2.4 (Adjusted $R^2 = 0.024$)

ผลทดสอบที่ได้มีความสอดคล้องกับสมมติฐาน และสามารถเขียนสมการได้ดังนี้

$$Y_5 = -5.400 + 2.694(X_3)$$

จากสมการ ความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคโควิด-19 (X_3) มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องจำนวนครั้งที่มีการพูดคุยเกี่ยวกับข้อมูลโรคโควิด-19 ต่อสัปดาห์ ที่มีความสัมพันธ์ทางบวก คือ 2.694 ซึ่งจากค่าสัมประสิทธิ์สามารถอธิบายได้ ดังนี้

หากไม่พิจารณาความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคโควิด-19 จะพบว่า ผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร จะจำนวนครั้งที่มีการพูดคุยเกี่ยวกับข้อมูลโรคโควิด-19 ต่อสัปดาห์ (Y_5) มีค่าอยู่ที่ระดับ 5.400 หน่วย

หากพิจารณาความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคโควิด-19 (X_3) เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องจำนวนครั้งที่มีการพูดคุยเกี่ยวกับข้อมูลโรคโควิด-19 ต่อสัปดาห์ (Y_5) เพิ่มขึ้น 2.694 หน่วย

ตาราง 86 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยอย่างง่าย ความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคโควิด-19 มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องความถี่ในการทำความสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจะนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ โดยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression)

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
Regression	19.901	1	19.901	0.533	0.466
Residual	14851.037	398	37.314		
Total	14870.938	399			

จากตาราง 86 พบว่า ความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคโควิด-19 กับพฤติกรรมในการใช้ อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคนในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องความถี่ในการทำความสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ มีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงกับกลุ่มตัวแปรอิสระมีค่า p-value เท่ากับ 0.466 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธ สมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคโควิด-19 ไม่มีตัวแปรใดเลย ที่มีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมในการใช้ อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคนในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องความถี่ในการทำความสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และสามารถสร้างสมการพยากรณ์เชิงเส้นตรงได้ ซึ่งจากการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ สามารถคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณได้ ดังนี้

ตาราง 87 แสดงผลค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง ความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคโควิด-19 กับ พฤติกรรมในการใช้ อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคนใน กรุงเทพมหานคร ในเรื่องความถี่ในการทำความสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ โดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Simple Regression Analysis) ด้วยวิธี Enter

ความตระหนักรู้เกี่ยวกับ โรคโควิด-19	B	SE	Beta	t	Sig.
ค่าคงที่ (Constant)	3.695	2.338		1.580	0.115
ความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคโควิด- 19 (X_3)	0.389	0.533	0.037	0.730	0.466
	R	=0.037		Adjusted R ²	=-0.001
	R ²	=0.001		S.E.	=6.109

จากตาราง 87 ผลการวิเคราะห์ความถดถอยอย่างง่าย ความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคโควิด-19 มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้ อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคนในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องความถี่ในการทำความสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ โดยใช้การวิเคราะห์ ความถดถอยอย่างง่าย

(Simple Regression) ด้วยวิธี Enter พบว่า ตัวแปรที่สามารถพยากรณ์ความถี่ในการทำความ สะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ (Y_6) คือ ความ ตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคโควิด-19 (X_3) ซึ่งสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลง ได้ร้อยละ -0.1 (Adjusted $R^2 = -0.001$)

ผลทดสอบที่ได้มีความสอดคล้องกับสมมติฐาน และสามารถเขียนสมการได้ดังนี้

$$Y_6 = 3.695 + 0.389(X_3)$$

จากสมการ หากไม่พิจารณาความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคโควิด-19 จะพบว่า ผู้บริโภคใน กรุงเทพมหานคร จะความถี่ในการทำความ สะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจนำไปวางตามพื้นที่ สาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ (Y_6) มีค่าอยู่ที่ ระดับ 3.695 หน่วย

ตัวแปรที่ไม่สามารถทำนายพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและ แพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องความถี่ในการทำความ สะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ (Y_6) มี 1 ตัวแปร ได้แก่ ความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคโควิด-19 (X_3) ไม่ได้เป็นปัจจัยที่กำหนดพฤติกรรมในการใช้ อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ใน เรื่องใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ (Y_6)

ตาราง 88 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยอย่างง่าย ความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคโควิด-19 มี อิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของ ผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องความถี่ในการใช้แอปพลิเคชัน หมอชนะ ไทยชนะ เมื่อเดินทาง ไปในพื้นที่หรืออาคารสาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ โดยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยอย่างง่าย

(Simple Regression)

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
Regression	0.113	1	0.113	0.010	0.919
Residual	4302.997	398	10.812		
Total	4303.110	399			

จากตาราง 88 พบว่า ความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคโควิด-19 กับพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคนในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องความถี่ในการใช้แอลกอฮอล์ล้างมือขณะ ไทยชนะ เมื่อเดินทางไปในพื้นที่หรืออาคารสาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ มีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงกับกลุ่มตัวแปรอิสระมีค่า p-value เท่ากับ 0.919 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธ สมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคโควิด-19 ไม่มีตัวแปรใดเลย ที่มีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคนในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องความถี่ในการใช้แอลกอฮอล์ล้างมือขณะ ไทยชนะ เมื่อเดินทางไปในพื้นที่หรืออาคารสาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และสามารถสร้างสมการพยากรณ์เชิงเส้นตรงได้ ซึ่งจากการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ สามารถคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณได้ ดังนี้

ตาราง 89 แสดงผลค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง ความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคโควิด-19 กับ พฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคนในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องความถี่ในการใช้แอลกอฮอล์ล้างมือขณะ ไทยชนะ เมื่อเดินทางไปในพื้นที่หรืออาคารสาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ โดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Simple Regression Analysis) ด้วยวิธี Enter

ความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคโควิด-19	B	SE	Beta	t	Sig.
ค่าคงที่ (Constant)	2.458	1.258		1.953	0.052
ความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคโควิด-19 (X_3)	0.029	0.287	0.005	0.102	0.919
	R	=0.005	Adjusted R ²	=-0.002	
	R ²	=0.000	S.E.	=3.288	

จากตาราง 89 ผลการวิเคราะห์ความถดถอยอย่างง่ายความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคโควิด-19 มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคนในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องความถี่ในการใช้แอลกอฮอล์ล้างมือขณะ ไทยชนะ เมื่อเดินทางไปในพื้นที่หรืออาคารสาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ โดยใช้การวิเคราะห์ ความถดถอยอย่าง

ง่าย (Simple Regression) ด้วยวิธี Enter พบว่า ตัวแปรที่สามารถพยากรณ์ความถี่ในการใช้แอปพลิเคชัน หมอชนะ ไทยชนะ เมื่อเดินทางไปในพื้นที่หรืออาคารสาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ (Y_7) คือ ความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคโควิด-19 (X_3) ซึ่งสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลง ได้ร้อยละ -0.2 (Adjusted $R^2 = -0.002$)

ผลทดสอบที่ได้มีความสอดคล้องกับสมมติฐาน และสามารถเขียนสมการได้ดังนี้

$$Y_7 = 2.458 + 0.029(X_3)$$

จากสมการ หากไม่พิจารณาความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคโควิด-19 จะพบว่า ผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร มีพฤติกรรมในเรื่องความถี่ในการใช้แอปพลิเคชัน หมอชนะ ไทยชนะ เมื่อเดินทางไปในพื้นที่หรืออาคารสาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ (Y_7) มีค่าอยู่ที่ ระดับ 2.458 หน่วย

ตัวแปรที่ไม่สามารถทำนายพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องการใช้แอปพลิเคชัน หมอชนะ ไทยชนะ เมื่อเดินทางไปในพื้นที่หรืออาคารสาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ (Y_7) มี 1 ตัวแปรได้แก่ ความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคโควิด-19 (X_3) ไม่ได้เป็นปัจจัยที่กำหนดพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องการใช้แอปพลิเคชัน หมอชนะ ไทยชนะ เมื่อเดินทางไปในพื้นที่หรืออาคารสาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ (Y_7)

สมมติฐานที่ 4 รูปแบบการดำเนินชีวิต มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

H_0 : รูปแบบการดำเนินชีวิต ไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

H_1 : รูปแบบการดำเนินชีวิต มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน คือ การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยเลือกตัวแปรอิสระสามารถถดถอยด้วยวิธี Enter ใช้ระดับ ความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ p-value มีค่าน้อยกว่า 0.05 ซึ่งผลการทดสอบแสดงดังนี้

กำหนดให้

X ₄	คือ	ด้านกิจกรรม
X ₅	คือ	ด้านความสนใจ
X ₆	คือ	ด้านความคิดเห็น
Y ₁	คือ	ใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ
Y ₂	คือ	ทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์
Y ₃	คือ	ติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19
Y ₄	คือ	ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการซื้ออุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือน
Y ₅	คือ	จำนวนครั้งที่มีการพูดคุยเกี่ยวกับข้อมูลโรคโควิด-19 ต่อสัปดาห์
Y ₆	คือ	ความถี่ในการทำความสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจจะนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะครั้งต่อสัปดาห์
Y ₇	คือ	ความถี่ในการใช้แอปพลิเคชัน หมอชนะ ไทยชนะ เมื่อเดินทางไปในพื้นที่หรืออาคารสาธารณะครั้งต่อสัปดาห์

ตาราง 90 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ รูปแบบการดำเนินชีวิต มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ โดยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
Regression	16.063	3	5.354	25.633**	0.000
Residual	82.715	396	0.209		
Total	98.777	399			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 90 พบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิต กับพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ มีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงกับกลุ่มตัวแปรอิสระมีค่า $p\text{-value} < 0.001$ ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับ สมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินชีวิต อย่างน้อย 1 ตัวแปร มีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม

คือ พฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภค ในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และสามารถสร้างสมการพยากรณ์เชิงเส้นตรงได้ ซึ่งจากการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ สามารถคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณได้ ดังนี้

ตาราง 91 แสดงผลค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง รูปแบบการดำเนินชีวิต กับพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ โดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธี Enter

รูปแบบการดำเนินชีวิต	B	SE	Beta	t	Sig.
ค่าคงที่ (Constant)	3.394	0.179		18.979**	0.000
ด้านกิจกรรม (X_4)	0.025	0.063	0.025	0.392	0.695
ด้านความสนใจ (X_5)	-0.079	0.051	-0.115	-1.550	0.122
ด้านความคิดเห็น (X_6)	0.378	0.054	0.463	6.952**	0.000
	R	=0.403		Adjusted R ²	=0.156
	R ²	=0.163		S.E.	=0.457

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 91 ผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณรูปแบบการดำเนินชีวิต มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ โดยใช้การวิเคราะห์ ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ด้วยวิธี Enter พบว่า ตัวแปรที่สามารถพยากรณ์ใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ (Y_1) คือ ด้านกิจกรรม (X_4) ด้านความสนใจ (X_5) และด้านความคิดเห็น (X_6) ซึ่งสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลง ได้ร้อยละ 15.6 (Adjusted R² = 0.156)

ผลทดสอบที่ได้มีความสอดคล้องกับสมมติฐาน และสามารถเขียนสมการได้ดังนี้

$$Y_1 = 3.394 + 0.025(X_4) - 0.079(X_5) + 0.378(X_6)$$

จากสมการ รูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความคิดเห็น (X_6) มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ ที่มีความสัมพันธ์ทางบวก คือ 0.378 ซึ่งจากค่าสัมประสิทธิ์สามารถอธิบายได้ ดังนี้

หากไม่พิจารณารูปแบบการดำเนินชีวิต จะพบว่า ผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร จะใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ (Y_1) มีค่าอยู่ที่ ระดับ 3.394 หน่วย

หากพิจารณารูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความคิดเห็น (X_6) เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ (Y_1) เพิ่มขึ้น 0.378 หน่วย

ตัวแปรที่ไม่สามารถทำนายพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะมี 2 ตัวแปร ได้แก่ รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม (X_4) และด้านความสนใจ (X_5) ไม่ได้เป็นปัจจัยที่กำหนดพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ (Y_1)

ตาราง 92 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ รูปแบบการดำเนินชีวิต มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์ โดยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
Regression	24.910	3	8.303	41.791**	0.000
Residual	78.680	396	0.199		
Total	103.590	399			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 92 พบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิต กับพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์ มีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงกับกลุ่มตัวแปรอิสระมีค่า p -value < 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับ สมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินชีวิต อย่างน้อย 1 ตัวแปร มีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และสามารถสร้างสมการพยากรณ์เชิงเส้นตรงได้ ซึ่งจากการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ สามารถคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณได้ ดังนี้

ตาราง 93 แสดงผลค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง รูปแบบการดำเนินชีวิต กับพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์ โดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธี Enter

รูปแบบการดำเนินชีวิต	B	SE	Beta	t	Sig.
ค่าคงที่ (Constant)	3.015	0.174		17.284**	0.000
ด้านกิจกรรม (X_4)	-0.002	0.062	-0.002	-0.033	0.974
ด้านความสนใจ (X_5)	0.161	0.050	0.228	3.242**	0.001
ด้านความคิดเห็น (X_6)	0.253	0.053	0.303	4.773**	0.000
	R	=0.490		Adjusted R ²	=0.235
	R ²	=0.240		S.E.	=0.446

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 93 ผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณรูปแบบการดำเนินชีวิต มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์ โดยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ด้วยวิธี Enter พบว่า ตัวแปรที่สามารถพยากรณ์ทำ

ความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์ (Y_2) คือ ด้านกิจกรรม (X_4) ด้านความสนใจ (X_5) และด้านความคิดเห็น (X_6) ซึ่งสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลง ได้ร้อยละ 23.5 (Adjusted $R^2 = 0.235$)

ผลทดสอบที่ได้มีความสอดคล้องกับสมมติฐาน และสามารถเขียนสมการได้ดังนี้

$$Y_2 = 3.015 - 0.002(X_4) + 0.161(X_5) + 0.253(X_6)$$

จากสมการ รูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความสนใจ (X_5) และด้านความคิดเห็น (X_6) มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์ ที่มีความสัมพันธ์ทางบวก คือ 0.161 และ 0.253 ตามลำดับ ซึ่งจากค่าสัมประสิทธิ์สามารถอธิบายได้ดังนี้

หากไม่พิจารณารูปแบบการดำเนินชีวิต จะพบว่า ผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร จะทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์ (Y_2) มีค่าอยู่ที่ ระดับ 3.015 หน่วย

หากพิจารณารูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความสนใจ (X_5) และด้านความคิดเห็น (X_6) เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์ (Y_2) เพิ่มขึ้น 0.161 และ 0.253 หน่วย ตามลำดับ

ตัวแปรที่ไม่สามารถทำนายพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์ (Y_2) มี 1 ตัวแปร ได้แก่ รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม (X_4) ไม่ได้เป็นปัจจัยที่กำหนดพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์ (Y_2)

ตาราง 94 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ รูปแบบการดำเนินชีวิต มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19 โดยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
Regression	58.310	3	19.437	44.071**	0.000
Residual	174.650	396	0.441		
Total	232.960	399			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 94 พบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิต กับพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19 มีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงกับกลุ่มตัวแปรอิสระมีค่า $p\text{-value} < 0.001$ ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับ สมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินชีวิต อย่างน้อย 1 ตัวแปร มีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม คือพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และสามารถสร้างสมการพยากรณ์เชิงเส้นตรงได้ ซึ่งจากการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ สามารถคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณได้ ดังนี้

ตาราง 95 แสดงผลค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง รูปแบบการดำเนินชีวิต กับพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคนในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19 โดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธี Enter

รูปแบบการดำเนินชีวิต	B	SE	Beta	t	Sig.
ค่าคงที่ (Constant)	2.143	0.260		8.248**	0.000
ด้านกิจกรรม (X ₄)	0.046	0.092	0.031	0.501	0.617
ด้านความสนใจ (X ₅)	0.509	0.074	0.480	6.860**	0.000
ด้านความคิดเห็น (X ₆)	-0.002	0.079	-0.001	-0.022	0.983
	R	=0.500		Adjusted R ²	=0.245
	R ²	=0.250		S.E.	=0.664

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 95 ผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณรูปแบบการดำเนินชีวิต มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคนในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19 โดยใช้การวิเคราะห์ ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ด้วยวิธี Enter พบว่า ตัวแปรที่สามารถพยากรณ์ติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19 (Y₃) คือ ด้านกิจกรรม (X₄) ด้านความสนใจ (X₅) และด้านความคิดเห็น (X₆) ซึ่งสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลง ได้ร้อยละ 24.5 (Adjusted R² = 0.245)

ผลทดสอบที่ได้มีความสอดคล้องกับสมมติฐาน และสามารถเขียนสมการได้ดังนี้

$$Y_3 = 2.143 + 0.046(X_4) + 0.509(X_5) - 0.002(X_6)$$

จากสมการ รูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความสนใจ (X₅) มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคนในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19 ที่มีความสัมพันธ์ทางบวก คือ 0.509 ซึ่งจากค่าสัมประสิทธิ์สามารถอธิบายได้ ดังนี้

หากไม่พิจารณารูปแบบการดำเนินชีวิต จะพบว่า ผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร จะติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19 (Y_3) มีค่าอยู่ที่ ระดับ 2.143 หน่วย

หากพิจารณารูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความสนใจ (X_5) เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19 (Y_3) เพิ่มขึ้น 0.509 หน่วย

ตัวแปรที่ไม่สามารถทำนายพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องในเรื่องติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19 (Y_3) มี 2 ตัวแปร ได้แก่ รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม (X_4) และ ด้านความคิดเห็น (X_6) ไม่ได้เป็นปัจจัยที่กำหนดพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19 (Y_3)

ตาราง 96 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ รูปแบบการดำเนินชีวิต มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการใช้อุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือน โดยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
Regression	6701838.733	3	2233946.244	1.977	0.117
Residual	447405072.267	396	1129810.789		
Total	454106911.000	399			

จากตาราง 96 พบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิต กับพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการใช้อุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือน มีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงกับกลุ่มตัวแปรอิสระ มีค่า p-value เท่ากับ 0.117 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินชีวิต ไม่มีตัวแปรใดเลย ที่มีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการใช้อุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อ

เดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และสามารถสร้างสมการพยากรณ์เชิงเส้นตรงได้ ซึ่งจากการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ สามารถคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณได้ ดังนี้

ตาราง 97 แสดงผลค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง รูปแบบการดำเนินชีวิต กับพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการซื้ออุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือน โดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธี Enter

รูปแบบการดำเนินชีวิต	B	SE	Beta	t	Sig.
ค่าคงที่ (Constant)	675.818	415.917		1.625	0.105
ด้านกิจกรรม (X ₄)	-272.693	147.210	-0.129	-1.852	0.065
ด้านความสนใจ (X ₅)	227.947	118.740	0.154	1.920	0.056
ด้านความคิดเห็น (X ₆)	32.927	126.490	0.019	0.260	0.795
	R	=0.121		Adjusted R ²	=0.007
	R ²	=0.015		S.E.	=1062.926

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 97 ผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณรูปแบบการดำเนินชีวิต มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการซื้ออุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือน โดยใช้การวิเคราะห์ ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ด้วยวิธี Enter พบว่า ตัวแปรที่สามารถพยากรณ์ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการซื้ออุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือน (Y₁) คือ ด้านกิจกรรม (X₄) ด้านความสนใจ (X₅) และด้านความคิดเห็น (X₆) ซึ่งสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลง ได้ร้อยละ 0.7 (Adjusted R² = 0.007)

ผลทดสอบที่ได้มีความสอดคล้องกับสมมติฐาน และสามารถเขียนสมการได้ดังนี้

$$Y_4 = 675.818 - 272.693(X_4) + 227.947(X_5) + 32.927(X_6)$$

จากสมการ หากไม่พิจารณารูปแบบการดำเนินชีวิต จะพบว่า ผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร มีค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการซื้ออุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือน (Y_4) มีค่าอยู่ที่ระดับ 675.818 หน่วย

ตัวแปรที่ไม่สามารถทำนายพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องในเรื่องค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการซื้ออุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือน (Y_4) มี 2 ตัวแปร ได้แก่ และ ด้านความสนใจ (X_5) รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น (X_6) ไม่ได้เป็นปัจจัยที่กำหนดพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องในเรื่องค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการซื้ออุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือน (Y_4)

ตาราง 98 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ รูปแบบการดำเนินชีวิต มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องจำนวนครั้งที่มีการพูดคุยเกี่ยวกับข้อมูลโรคโควิด-19 ต่อสัปดาห์ โดยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
Regression	1551.918	3	517.306	5.873**	0.001
Residual	34881.122	396	88.084		
Total	36433.040	399			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 98 พบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิต กับพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องจำนวนครั้งที่มีการพูดคุยเกี่ยวกับข้อมูลโรคโควิด-19 ต่อสัปดาห์ มีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงกับกลุ่มตัวแปรอิสระ มีค่า p-value เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินชีวิต อย่างน้อย 1 ตัวแปร มีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องจำนวนครั้งที่มีการพูดคุยเกี่ยวกับข้อมูลโรคโควิด-19 ต่อสัปดาห์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และสามารถ

สร้างสมการพยากรณ์เชิงเส้นตรงได้ ซึ่งจากการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ สามารถคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณได้ ดังนี้

ตาราง 99 แสดงผลค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง รูปแบบการดำเนินชีวิต กับพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องจำนวนครั้งที่มีการพูดคุยเกี่ยวกับข้อมูลโรคโควิด-19 ต่อสัปดาห์ โดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธี Enter

รูปแบบการดำเนินชีวิต	B	SE	Beta	t	Sig.
ค่าคงที่ (Constant)	-7.076	3.672		-1.927	0.055
ด้านกิจกรรม (X_4)	0.455	1.300	0.024	0.350	0.727
ด้านความสนใจ (X_5)	1.213	1.048	0.091	1.157	0.248
ด้านความคิดเห็น (X_6)	1.772	1.117	0.113	1.586	0.113
	R	=0.206		Adjusted R ²	=0.035
	R ²	=0.043		S.E.	=9.385

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 99 ผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณรูปแบบการดำเนินชีวิต มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องจำนวนครั้งที่มีการพูดคุยเกี่ยวกับข้อมูลโรคโควิด-19 ต่อสัปดาห์ โดยใช้การวิเคราะห์ ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ด้วยวิธี Enter พบว่า ตัวแปรที่สามารถพยากรณ์จำนวนครั้งที่มีการพูดคุยเกี่ยวกับข้อมูลโรคโควิด-19 ต่อสัปดาห์ (Y_5) คือ ด้านกิจกรรม (X_4) ด้านความสนใจ (X_5) และด้านความคิดเห็น (X_6) ซึ่งสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลง ได้ร้อยละ 3.5 (Adjusted R² = 0.035)

ผลทดสอบที่ได้มีความสอดคล้องกับสมมติฐาน และสามารถเขียนสมการได้ดังนี้

$$Y_5 = -7.076 + 0.455(X_4) + 1.213(X_5) + 1.772(X_6)$$

จากสมการ หากไม่พิจารณารูปแบบการดำเนินชีวิต จะพบว่า ผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร จะจำนวนครั้งที่มีการพูดคุยเกี่ยวกับข้อมูลโรคโควิด-19 ต่อสัปดาห์ (Y_5) มีค่าอยู่ที่ระดับ 7.706 หน่วย

ตัวแปรที่ไม่สามารถทำนายพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องจำนวนครั้งที่มีการพูดคุยเกี่ยวกับข้อมูลโรคโควิด-19 ต่อสัปดาห์ (Y_5) มี 2 ตัวแปร ได้แก่ รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ (X_5) และ ความคิดเห็น (X_6) ไม่ได้เป็นปัจจัยที่กำหนดพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องจำนวนครั้งที่มีการพูดคุยเกี่ยวกับข้อมูลโรคโควิด-19 ต่อสัปดาห์ (Y_5)

ตาราง 100 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ รูปแบบการดำเนินชีวิต มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องความถี่ในการทำความสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ โดยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
Regression	452.527	3	150.842	4.143**	0.007
Residual	14418.410	396	36.410		
Total	14870.938	399			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 100 พบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิต กับพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องความถี่ในการทำความสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ มีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงกับกลุ่มตัวแปรอิสระมีค่า p-value เท่ากับ 0.007 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับ สมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินชีวิต อย่างน้อย 1 ตัวแปร มีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องความถี่ในการทำความสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ อย่างมี

นัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และสามารถสร้างสมการพยากรณ์เชิงเส้นตรงได้ ซึ่งจากการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ สามารถคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณได้ ดังนี้

ตาราง 101 แสดงผลค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง รูปแบบการดำเนินชีวิต กับพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องความถี่ในการทำความสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ โดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธี Enter

รูปแบบการดำเนินชีวิต	B	SE	Beta	t	Sig.
ค่าคงที่ (Constant)	9.694	2.361		4.106**	0.000
ด้านกิจกรรม (X ₄)	-2.686	0.836	-0.223	-3.214**	0.001
ด้านความสนใจ (X ₅)	1.843	0.674	0.217	2.733**	0.007
ด้านความคิดเห็น (X ₆)	-0.441	0.718	-0.044	-0.614	0.539
	R	=0.174		Adjusted R ²	=0.023
	R ²	=0.030		S.E.	=6.034

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 101 ผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณรูปแบบการดำเนินชีวิต มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องความถี่ในการทำความสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ โดยใช้การวิเคราะห์ ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ด้วยวิธี Enter พบว่า ตัวแปรที่สามารถพยากรณ์ความถี่ในการทำความสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ (Y₆) คือ ด้านกิจกรรม (X₄) ด้านความสนใจ (X₅) และด้านความคิดเห็น (X₆) ซึ่งสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลง ได้ร้อยละ 2.3 (Adjusted R² = 0.023)

ผลทดสอบที่ได้มีความสอดคล้องกับสมมติฐาน และสามารถเขียนสมการได้ดังนี้

$$Y_6 = 9.694 - 2.686(X_4) + 1.843(X_5) - 0.441(X_6)$$

จากสมการ รูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านกิจกรรม (X_4) และด้านความสนใจ (X_5) มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องความถี่ในการทำความสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ ที่มีความสัมพันธ์ทางลบและบวก คือ -2.686 และ 1.843 ตามลำดับ ซึ่งจากค่าสัมประสิทธิ์สามารถอธิบายได้ ดังนี้

หากไม่พิจารณารูปแบบการดำเนินชีวิต จะพบว่า ผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร จะมีความถี่ในการทำความสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ (Y_6) มีค่าอยู่ที่ ระดับ 9.694 หน่วย

หากพิจารณารูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านกิจกรรม (X_4) และด้านความสนใจ (X_5) เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องความถี่ในการทำความสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ (Y_6) ลดลง 2.686 หน่วย และเพิ่มขึ้น 1.843 หน่วย ตามลำดับ

ตัวแปรที่ไม่สามารถทำนายพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องความถี่ในการทำความสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ (Y_6) มี 1 ตัวแปร ได้แก่ รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น (X_6) ไม่ได้เป็นปัจจัยที่กำหนดพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องความถี่ในการทำความสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ (Y_6)

ตาราง 102 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ รูปแบบการดำเนินชีวิต มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องความถี่ในการใช้แอปพลิเคชัน หมอชนะ ไทยชนะ เมื่อเดินทางไปในพื้นที่หรืออาคารสาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ โดยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
Regression	193.920	3	64.640	6.229**	0.000
Residual	4109.190	396	10.377		
Total	4303.110	399			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 102 พบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิต กับพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องความถี่ในการใช้แอปพลิเคชัน หมอชนะ ไทยชนะ เมื่อเดินทางไปในพื้นที่หรืออาคารสาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ มีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงกับกลุ่มตัวแปรอิสระมีค่า $p\text{-value} < 0.001$ ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับ สมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินชีวิต อย่างน้อย 1 ตัวแปร มีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องความถี่ในการใช้แอปพลิเคชัน หมอชนะ ไทยชนะ เมื่อเดินทางไปในพื้นที่หรืออาคารสาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และสามารถสร้างสมการพยากรณ์เชิงเส้นตรงได้ ซึ่งจากการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ สามารถคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณได้ ดังนี้

ตาราง 103 แสดงผลค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง รูปแบบการดำเนินชีวิต กับพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องความถี่ในการใช้แอปพลิเคชัน หมอชนะ ไทยชนะ เมื่อเดินทางไปในพื้นที่หรืออาคารสาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ โดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธี Enter

รูปแบบการดำเนินชีวิต	B	SE	Beta	t	Sig.
ค่าคงที่ (Constant)	3.565	1.260		2.828**	0.005
ด้านกิจกรรม (X ₄)	-0.233	0.446	-0.036	-0.523	0.602
ด้านความสนใจ (X ₅)	1.404	0.360	0.308	3.901**	0.000
ด้านความคิดเห็น (X ₆)	-1.363	0.383	-0.253	-3.554**	0.000
	R	=0.212		Adjusted R ²	=0.038
	R ²	=0.045		S.E.	=3.221

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 103 ผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณรูปแบบการดำเนินชีวิต มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องความถี่ในการใช้แอปพลิเคชัน หมอชนะ ไทยชนะ เมื่อเดินทางไปในพื้นที่หรืออาคารสาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ โดยใช้การวิเคราะห์ ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ด้วยวิธี Enter พบว่า ตัวแปรที่สามารถพยากรณ์ความถี่ในการใช้แอปพลิเคชัน หมอชนะ ไทยชนะ เมื่อเดินทางไปในพื้นที่หรืออาคารสาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ (Y₇) คือ ด้านกิจกรรม (X₄) ด้านความสนใจ (X₅) และด้านความคิดเห็น (X₆) ซึ่งสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลง ได้ร้อยละ 3.8 (Adjusted R² = 0.038)

ผลทดสอบที่ได้มีความสอดคล้องกับสมมติฐาน และสามารถเขียนสมการได้ดังนี้

$$Y_7 = 3.565 - 0.233(X_4) + 1.404(X_5) - 1.363(X_6)$$

จากสมการ รูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความสนใจ (X₅) และด้านความคิดเห็น (X₆) มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของ

ผู้บริโภคนในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องความถี่ในการใช้แอปพลิเคชัน หมอชนะ ไทยชนะ เมื่อเดินทางไปในพื้นที่หรืออาคารสาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ ที่มีความสัมพันธ์ทางบวกและลบ คือ 1.404 และ -1.363 ตามลำดับ ซึ่งจากค่าสัมประสิทธิ์สามารถอธิบายได้ ดังนี้

หากไม่พิจารณารูปแบบการดำเนินชีวิต จะพบว่า ผู้บริโภคนในกรุงเทพมหานคร จะมีความถี่ในการใช้แอปพลิเคชัน หมอชนะ ไทยชนะ เมื่อเดินทางไปในพื้นที่หรืออาคารสาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ (Y_7) มีค่าอยู่ที่ ระดับ 3.565 หน่วย

หากพิจารณารูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความสนใจ (X_5) และด้านความคิดเห็น (X_6) เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคนในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องความถี่ในการใช้แอปพลิเคชัน หมอชนะ ไทยชนะ เมื่อเดินทางไปในพื้นที่หรืออาคารสาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ (Y_7) เพิ่มขึ้น 1.404 หน่วย และลดลง 1.363 หน่วย ตามลำดับ

ตัวแปรที่ไม่สามารถทำนายพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคนในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องความถี่ในการใช้แอปพลิเคชัน หมอชนะ ไทยชนะ เมื่อเดินทางไปในพื้นที่หรืออาคารสาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ (Y_7) มี 1 ตัวแปร ได้แก่ รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม (X_4) ไม่ได้เป็นปัจจัยที่กำหนดพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคนในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องความถี่ในการใช้แอปพลิเคชัน หมอชนะ ไทยชนะ เมื่อเดินทางไปในพื้นที่หรืออาคารสาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ (Y_7)

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเพิ่มเติม โดยการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยเลือกตัวแปรอิสระ (X) ที่ทำการศึกษาในการวิจัย 6 ตัวแปร ด้วยวิธี Enter เพื่อเปรียบเทียบอิทธิพลปัจจัยที่มีต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคนในกรุงเทพมหานคร ใช้ระดับ ความเชื่อมั่น 95% โดย

H_0 : ตัวแปรอิสระที่ไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคนในกรุงเทพมหานคร

H_1 : ตัวแปรอิสระมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคนในกรุงเทพมหานคร

ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ p-value มีค่าน้อยกว่า 0.05 ซึ่งผลการทดสอบแสดงดังนี้

กำหนดให้

X_1	คือ	ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับโรคโควิด-19
X_2	คือ	ความรู้ในการเลือกใช้อุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19
X_3	คือ	ความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคโควิด-19
X_4	คือ	รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมด้านกิจกรรม
X_5	คือ	รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมด้านความสนใจ
X_6	คือ	รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมด้านความคิดเห็น
Y_1	คือ	ใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ
Y_2	คือ	ทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์
Y_3	คือ	ติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19
Y_4	คือ	ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการซื้ออุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือน
Y_5	คือ	จำนวนครั้งที่มีการพูดคุยเกี่ยวกับข้อมูลโรคโควิด-19 ต่อสัปดาห์
Y_6	คือ	ความถี่ในการทำความสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจจะนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะครั้งต่อสัปดาห์
Y_7	คือ	ความถี่ในการใช้แอปพลิเคชัน หมอชนะ ไทยชนะ เมื่อเดินทางไปในพื้นที่หรืออาคารสาธารณะครั้งต่อสัปดาห์

ตาราง 104 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ โดยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
Regression	52.248	6	8.708	73.550**	.000
Residual	46.530	393	0.118		
Total	98.777	399			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 104 พบว่า พฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้ประกอบการในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ มีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงกับกลุ่มตัวแปรอิสระมีค่า $p\text{-value} < 0.001$ ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ตัวแปรอิสระอย่างน้อย 1 ตัวแปร มีอิทธิพลต่อตัวแปรตามคือ พฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้ประกอบการในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และสามารถสร้างสมการพยากรณ์เชิงเส้นตรงได้ ซึ่งจากการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ สามารถคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณได้ ดังนี้

ตาราง 105 แสดงผลค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง ตัวแปรอิสระกับพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้ประกอบการในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ โดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธี Enter

ตัวแปรอิสระ	B	SE	Beta	t	Sig.
ค่าคงที่ (Constant)	1.495	0.175		8.526**	0.000
ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับโรคโควิด-19 (X_1)	0.167	0.018	0.369	9.279**	0.000
ความรู้ในการเลือกใช้อุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 (X_2)	0.121	0.017	0.266	6.916**	0.000
ความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคโควิด-19 (X_3)	0.237	0.042	0.274	5.652**	0.000
ด้านกิจกรรม (X_4)	0.020	0.048	0.020	0.414	0.679
ด้านความสนใจ (X_5)	-0.040	0.040	-0.057	-0.983	0.326
ด้านความคิดเห็น (X_6)	0.152	0.044	0.187	3.429**	0.001
	R	=0.727		Adjusted R ²	=0.522
	R ²	=0.529		S.E.	=0.344

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 105 ผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณตัวแปรอิสระมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ โดยใช้การวิเคราะห์ ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ด้วยวิธี Enter พบว่า ตัวแปรที่สามารถพยากรณ์ในเรื่องใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ (Y_1) คือ ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับโรคโควิด-19 (X_1) ความรู้ในการเลือกใช้อุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 (X_2) และ ความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคโควิด 19 (X_3) ซึ่งสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลง ได้ร้อยละ 52.2 (Adjusted $R^2 = 0.522$)

ผลทดสอบที่ได้มีความสอดคล้องกับสมมติฐาน และสามารถเขียนสมการได้ดังนี้

$$Y_1 = 1.495 + 0.167(X_1) + 0.121(X_2) + 0.237(X_3) + 0.020(X_4) - 0.040(X_5) + 0.152(X_6)$$

จากสมการ หากไม่พิจารณาตัวแปรอิสระ จะพบว่า ผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร จะมีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ (Y_1) มีค่าอยู่ที่ ระดับ 1.495 หน่วย

หากพิจารณาด้านความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับโรคโควิด-19 (X_1) เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ (Y_1) เพิ่มขึ้น 0.167

หากพิจารณาด้านความรู้ในการเลือกใช้อุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 (X_2) เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ (Y_1) เพิ่มขึ้น 0.121

หากพิจารณาด้านความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคโควิด-19 (X_3) เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ (Y_1) เพิ่มขึ้น 0.237

หากพิจารณาด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น (X_6) เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ (Y_1) เพิ่มขึ้น 0.152

ตัวแปรที่ไม่สามารถทำนายพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะมี 2 ตัวแปร ได้แก่ รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม (X_4) และด้านความสนใจ (X_5) ไม่ได้เป็นปัจจัยที่กำหนดพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ (Y_1)

ตาราง 106 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้ อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์โดยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
Regression	46.368	6	7.728	53.075**	.000
Residual	57.222	393	0.146		
Total	103.590	399			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 106 พบว่า พฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์ มีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงกับกลุ่มตัวแปรอิสระมีค่า p-value < 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ตัวแปรอิสระอย่างน้อย 1 ตัวแปร มีอิทธิพลต่อตัวแปรตามคือ พฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และสามารถสร้างสมการพยากรณ์เชิง

เส้นตรงได้ ซึ่งจากการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ สามารถคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณได้ ดังนี้

ตาราง 107 แสดงผลค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง ตัวแปรอิสระกับพฤติกรรมในการใช้ อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์โดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธี Enter

ตัวแปรอิสระ	B	SE	Beta	t	Sig.
ค่าคงที่ (Constant)	1.723	0.194		8.860**	0.000
ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับโรคโควิด-19 (X_1)	0.038	0.020	0.082	1.897	0.059
ความรู้ในการเลือกใช้อุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 (X_2)	0.048	0.019	0.102	2.465*	0.014
ความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคโควิด-19 (X_3)	0.478	0.047	0.539	10.267**	0.000
ด้านกิจกรรม (X_4)	-0.017	0.053	-0.017	-0.327	0.744
ด้านความสนใจ (X_5)	0.086	0.045	0.122	1.934	0.054
ด้านความคิดเห็น (X_6)	0.022	0.049	0.026	0.439	0.661
	R	=0.669		Adjusted R ²	=0.439
	R ²	=0.448		S.E.	=0.382

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 107 ผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณตัวแปรอิสระมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์โดยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ด้วยวิธี Enter พบว่า ตัวแปรที่สามารถพยากรณ์ทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์ (Y_2) คือ ความรู้ในการเลือกใช้อุปกรณ์ป้องกันโรค

โควิด-19 (X_2) และ ความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคโควิด-19 (X_3) ซึ่งสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลง
ได้ร้อยละ 43.9 (Adjusted $R^2 = 0.439$)

ผลทดสอบที่ได้มีความสอดคล้องกับสมมติฐาน และสามารถเขียนสมการได้ดังนี้

$$Y_2 = 1.723 + 0.038(X_1) + 0.048(X_2) + 0.478(X_3) - 0.017(X_4) + 0.086(X_5) + 0.022(X_6)$$

จากสมการ หากไม่พิจารณาตัวแปรอิสระ จะพบว่า ผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร จะมี
พฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องทำความสะอาด
สะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์ (Y_2) มีค่าอยู่ที่ ระดับ 1.723 หน่วย

หากพิจารณาด้านความรู้ในการเลือกใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรค
โควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือ
แอลกอฮอล์ (Y_2) เพิ่มขึ้น 0.048

หากพิจารณาด้านความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคโควิด-19 (X_3) เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้มี
อิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของ
ผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์ (Y_2)
เพิ่มขึ้น 0.478

ตัวแปรที่ไม่สามารถทำนายพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและ
แพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องทำความสะอาดมือด้วยการ
ล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์มี 4 ตัวแปร ได้แก่ ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับโรคโควิด-19 (X_1) รูปแบบการ
ดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม (X_4) ด้านความสนใจ (X_5) และด้านความคิดเห็น (X_6) ไม่ได้เป็นปัจจัยที่
กำหนดแนวโน้มพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19
ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครในเรื่องทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์ (Y_2)

ตาราง 108 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้ อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคนในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19 โดยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
Regression	89.424	6	14.904	40.807**	.000
Residual	143.536	393	0.365		
Total	232.960	399			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 108 พบว่า พฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคนในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19 มีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงกับกลุ่มตัวแปรอิสระมีค่า p-value < 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ตัวแปรอิสระอย่างน้อย 1 ตัวแปร มีอิทธิพลต่อตัวแปรตามคือ พฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคนในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และสามารถสร้างสมการพยากรณ์เชิงเส้นตรงได้ ซึ่งจากการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ สามารถคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณได้ ดังนี้

ตาราง 109 แสดงผลค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง ตัวแปรอิสระกับพฤติกรรมในการใช้ อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19 โดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธี Enter

ตัวแปรอิสระ	B	SE	Beta	t	Sig.
ค่าคงที่ (Constant)	1.104	0.308		3.585**	0.000
ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับโรคโควิด-19 (X ₁)	-0.069	0.032	-0.099	-2.179*	0.030
ความรู้ในการเลือกใช้อุปกรณ์ป้องกันการโรคโควิด-19 (X ₂)	0.034	0.031	0.049	1.114	0.266
ความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคโควิด-19 (X ₃)	0.676	0.074	0.508	9.167**	0.000
ด้านกิจกรรม (X ₄)	0.025	0.084	0.017	0.301	0.764
ด้านความสนใจ (X ₅)	0.354	0.071	0.334	5.014**	0.000
ด้านความคิดเห็น (X ₆)	-0.257	0.078	-0.205	-3.295*	0.001
	R	=0.620		Adjusted R ²	=0.374
	R ²	=0.384		S.E.	=0.604

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 109 ผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณตัวแปรอิสระมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19 โดยใช้การวิเคราะห์ ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ด้วยวิธี Enter พบว่า ตัวแปรที่สามารถพยากรณ์เรื่องติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19 (Y₃) คือ ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับโรคโควิด-19 (X₁) ความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคโควิด-19 (X₃) รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ (X₅) และ ด้านความคิดเห็น (X₆) ซึ่งสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลง ได้ร้อยละ 37.4 (Adjusted R² = 0.374)

ผลทดสอบที่ได้มีความสอดคล้องกับสมมติฐาน และสามารถเขียนสมการได้ดังนี้

$$Y_3 = 1.104 - 0.069(X_1) + 0.034(X_2) + 0.676(X_3) + 0.025(X_4) + 0.354(X_5) - 0.257(X_6)$$

จากสมการ หากไม่พิจารณาตัวแปรอิสระ จะพบว่า ผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร จะมีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19 (Y_3) มีค่าอยู่ที่ ระดับ 1.104 หน่วย

หากพิจารณาด้านความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับโรคโควิด-19 (X_1) เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19 (Y_3) ลดลง 0.069

หากพิจารณาด้านความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคโควิด-19 (X_3) เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19 (Y_3) เพิ่มขึ้น 0.676

หากพิจารณารูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ (X_5) เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19 (Y_3) เพิ่มขึ้น 0.354

หากพิจารณารูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น (X_6) เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19 (Y_3) ลดลง 0.257

ตัวแปรที่ไม่สามารถทำนายพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19 (Y_3) มี 2 ตัวแปร ได้แก่ความรู้ในการเลือกใช้อุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 (X_2) และรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมด้านกิจกรรม (X_4) ไม่ได้เป็นปัจจัยที่กำหนดแนวโน้มพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19

ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19 (Y_3)

ตาราง 110 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการซื้ออุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือน โดยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
Regression	55915895.945	6	9319315.991	9.198**	.000
Residual	398191015.055	393	1013208.690		
Total	454106911.000	399			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 110 พบว่า พฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการซื้ออุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือน มีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงกับกลุ่มตัวแปรอิสระมีค่า $p\text{-value} < 0.001$ ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ตัวแปรอิสระอย่างน้อย 1 ตัวแปร มีอิทธิพลต่อตัวแปรตามคือ พฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการซื้ออุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และสามารถสร้างสมการพยากรณ์เชิงเส้นตรงได้ ซึ่งจากการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ สามารถคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณได้ ดังนี้

ตาราง 111 แสดงผลค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง ตัวแปรอิสระกับพฤติกรรมในการใช้ อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการซื้ออุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือน โดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธี Enter

ตัวแปรอิสระ	B	SE	Beta	t	Sig.
ค่าคงที่ (Constant)	-1234.546	513.076		-2.406*	0.017
ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับโรคโควิด-19 (X_1)	30.915	52.559	0.032	0.588	0.557
ความรู้ในการเลือกใช้อุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 (X_2)	309.828	51.193	0.317	6.052**	0.000
ความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคโควิด-19 (X_3)	54.555	122.812	0.029	0.444	0.657
ด้านกิจกรรม (X_4)	-256.881	139.514	-0.122	-1.841	0.066
ด้านความสนใจ (X_5)	325.398	117.701	0.220	2.765**	0.006
ด้านความคิดเห็น (X_6)	-133.100	129.989	-0.076	-1.024	0.306
	R	=0.351		Adjusted R ²	=0.110
	R ²	=0.123		S.E.	=1006.583

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 111 ผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณตัวแปรอิสระมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการซื้ออุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือน โดยใช้การวิเคราะห์ ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ด้วยวิธี Enter พบว่า ตัวแปรที่สามารถพยากรณ์เรื่องค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการซื้ออุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือน (Y_4) คือ ความรู้ในการเลือกใช้อุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 (X_2) และรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ (X_5) ซึ่งสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลง ได้ร้อยละ 11.0 (Adjusted R² = 0.110)

ผลทดสอบที่ได้มีความสอดคล้องกับสมมติฐาน และสามารถเขียนสมการได้ดังนี้

$$Y_4 = -1234.546 + 30.915(X_1) + 309.828(X_2) + 54.555(X_3) - 256.881(X_4) + 325.398(X_5) - 133.100(X_6)$$

จากสมการ หากไม่พิจารณาตัวแปรอิสระ พบว่า ผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร จะมีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการซื้ออุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือน (Y_4) มีค่าอยู่ที่ ระดับ -1234.546 หน่วย

หากพิจารณาด้านความรู้ในการเลือกใช้อุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 (X_2) เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร มีค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการซื้ออุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือน (Y_4) เพิ่มขึ้น 309.828

หากพิจารณารูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ (X_5) เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร มีค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการซื้ออุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือน (Y_4) เพิ่มขึ้น 325.398

ตัวแปรที่ไม่สามารถทำนายพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการซื้ออุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือน (Y_4) มี 4 ตัวแปร ได้แก่ ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับโรคโควิด-19 (X_1) ความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคโควิด-19 (X_3) รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม (X_4) และรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น (X_6) ไม่ได้เป็นปัจจัยที่กำหนดแนวโน้มพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร กรุงเทพมหานคร ในเรื่องค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการซื้ออุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือน (Y_4)

ตาราง 112 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้ อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคนในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องจำนวนครั้งที่มีการพูดคุยเกี่ยวกับข้อมูลโรคโควิด-19 ต่อสัปดาห์ โดยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
Regression	1618.403	6	269.734	3.045**	.006
Residual	34814.637	393	88.587		
Total	36433.040	399			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 112 พบว่า พฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคนในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องจำนวนครั้งที่มีการพูดคุยเกี่ยวกับข้อมูลโรคโควิด-19 ต่อสัปดาห์ มีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงกับกลุ่มตัวแปรอิสระมีค่า p-value เท่ากับ 0.006 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า มีตัวแปรอิสระอย่างน้อย 1 ตัวแปร มีอิทธิพลต่อตัวแปรตามคือ พฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคนในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องจำนวนครั้งที่มีการพูดคุยเกี่ยวกับข้อมูลโรคโควิด-19 ต่อสัปดาห์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และสามารถสร้างสมการพยากรณ์เชิงเส้นตรงได้ ซึ่งจากการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ สามารถคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณได้ ดังนี้

ตาราง 113 แสดงผลค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง ตัวแปรอิสระกับพฤติกรรมในการใช้ อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องจำนวนครั้งที่มีการพูดคุยเกี่ยวกับข้อมูลโรคโควิด-19 ต่อสัปดาห์ โดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธี Enter

ตัวแปรอิสระ	B	SE	Beta	t	Sig.
ค่าคงที่ (Constant)	-9.390	4.798		-1.957	0.051
ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับโรคโควิด-19 (X_1)	0.248	0.491	0.029	0.505	0.614
ความรู้ในการเลือกใช้อุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 (X_2)	0.020	0.479	0.002	0.041	0.967
ความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคโควิด-19 (X_3)	0.549	1.148	0.033	0.478	0.633
ด้านกิจกรรม (X_4)	0.431	1.305	0.023	0.330	0.741
ด้านความสนใจ (X_5)	1.179	1.101	0.089	1.071	0.285
ด้านความคิดเห็น (X_6)	1.423	1.215	0.091	1.171	0.242
	R	=0.211		Adjusted R ²	=0.030
	R ²	=0.044		S.E.	= 9.412

จากตาราง 113 ผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณตัวแปรอิสระมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการซื้ออุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือน โดยใช้การวิเคราะห์ ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ด้วยวิธี Enter พบว่า ไม่มีตัวแปรที่มีค่า p-value น้อยกว่า 0.05 สรุปได้ว่าทุกตัวแปรอิสระมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการซื้ออุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือน (Y_1) โดยไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลง ได้ร้อยละ 3.0 (Adjusted R² = 0.030) สามารถเขียนสมการได้ดังนี้

$$Y_5 = -9.390 + 0.248(X_1) + 0.020(X_2) + 0.549(X_3) + 0.431(X_4) + 1.179(X_5) + 1.423(X_6)$$

ตัวแปรที่ไม่สามารถทำนายพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องจำนวนครั้งที่มีการพูดคุยเกี่ยวกับข้อมูลโรคโควิด-19 ต่อสัปดาห์ (Y_5) มี 6 ตัวแปร ได้แก่ ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับโรคโควิด-19 (X_1) ความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคโควิด-19 (X_2) รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม (X_3) ด้านความสนใจ (X_4) และ ด้านความคิดเห็น (X_6) ไม่ได้เป็นปัจจัยที่กำหนดแนวโน้มพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องจำนวนครั้งที่มีการพูดคุยเกี่ยวกับข้อมูลโรคโควิด-19 ต่อสัปดาห์ (Y_5)

ตาราง 114 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องความถี่ในการทำความสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจจะนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ โดยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
Regression	495.357	6	82.559	2.257*	0.037
Residual	14375.581	393	36.579		
Total	14870.938	399			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 114 พบว่า พฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องความถี่ในการทำความสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจจะนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ มีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงกับกลุ่มตัวแปรอิสระมีค่า p-value เท่ากับ 0.037 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ตัวแปรอิสระอย่างน้อย 1 ตัวแปร มีอิทธิพลต่อตัวแปรตามคือ พฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องความถี่ในการทำความสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจจะนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะครั้งต่อสัปดาห์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และสามารถสร้างสมการพยากรณ์เชิง

เส้นตรงได้ ซึ่งจากการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ สามารถคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณได้ ดังนี้

ตาราง 115 แสดงผลค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง ตัวแปรอิสระกับพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องความถี่ในการทำความสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจจะนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ โดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธี Enter

ตัวแปรอิสระ	B	SE	Beta	t	Sig.
ค่าคงที่ (Constant)	8.464	3.083		2.746**	0.006
ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับโรคโควิด-19 (X_1)	0.012	0.316	0.002	0.038	0.970
ความรู้ในการเลือกใช้อุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 (X_2)	-0.034	0.308	-0.006	-0.111	0.911
ความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคโควิด-19 (X_3)	0.765	0.738	0.072	1.036	0.301
ด้านกิจกรรม (X_4)	-2.716	0.838	-0.225	-3.240**	0.001
ด้านความสนใจ (X_5)	1.672	0.707	0.197	2.364*	0.019
ด้านความคิดเห็น (X_6)	-0.742	0.781	-0.074	-0.950	0.342
	R	=0.183		Adjusted R ²	= 0.019
	R ²	= 0.033		S.E.	= 6.048

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 115 ผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณตัวแปรอิสระมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องความถี่ในการทำความสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจจะนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ โดยใช้การวิเคราะห์ ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)

ด้วยวิธี Enter พบว่า ตัวแปรที่สามารถพยากรณ์เรื่องความถี่ในการทำความสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจจะนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ (Y_6) คือ รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม (X_4) และ ด้านความสนใจ (X_5) ซึ่งสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลง ได้ร้อยละ 1.9 (Adjusted $R^2 = 0.019$)

ผลทดสอบที่ได้มีความสอดคล้องกับสมมติฐาน และสามารถเขียนสมการได้ดังนี้

$$Y_6 = 8.464 + 0.012(X_1) - 0.034(X_2) + 0.765(X_3) - 2.716(X_4) + 1.672(X_5) - 0.742(X_6)$$

จากสมการ หากไม่พิจารณาตัวแปรอิสระ พบว่า ผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร จะมีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องความถี่ในการทำความสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจจะนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ (Y_6) มีค่าอยู่ที่ ระดับ 8.464 หน่วย

หากพิจารณารูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม (X_4) เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร มีความถี่ในการทำความสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจจะนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ (Y_6) ลดลง 2.716

หากพิจารณารูปแบบการดำเนินชีวิตความสนใจ (X_5) เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร มีความถี่ในการทำความสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจจะนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ (Y_6) เพิ่มขึ้น 1.672

ตัวแปรที่ไม่สามารถทำนายพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องความถี่ในการทำ ความสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจจะนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ (Y_6) มี 4 ตัวแปร ได้แก่ ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับโรคโควิด-19 (X_1) ความรู้ในการเลือกใช้อุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 (X_2) ความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคโควิด-19 (X_3) และ รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น (X_6) ไม่ได้เป็นปัจจัยที่กำหนดแนวโน้มพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครกรุงเทพมหานคร ในเรื่องความถี่ในการทำ ความสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจจะนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ (Y_6)

ตาราง 116 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคนในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องความถี่ในการใช้แอลกอฮอล์ล้างมือขณะ ไทยชนะ เมื่อเดินทางไปในพื้นที่หรืออาคารสาธารณะ ครั้งต่อสัปดาห์ โดยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
Regression	268.496	6	44.749	4.359**	0.000
Residual	4034.614	393	10.266		
Total	4303.110	399			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 116 พบว่า พฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคนในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องความถี่ในการใช้แอลกอฮอล์ล้างมือขณะ ไทยชนะ มีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงกับกลุ่มตัวแปรอิสระมีค่า $p\text{-value} < 0.001$ ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ตัวแปรอิสระอย่างน้อย 1 ตัวแปร มีอิทธิพลต่อตัวแปรตามคือ พฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคนในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องความถี่ในการใช้แอลกอฮอล์ล้างมือขณะ ไทยชนะ เมื่อเดินทางไปในพื้นที่หรืออาคารสาธารณะ ครั้งต่อสัปดาห์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และสามารถสร้างสมการพยากรณ์เชิงเส้นตรงได้ ซึ่งจากการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ สามารถคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณได้ ดังนี้

ตาราง 117 แสดงผลค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง ตัวแปรอิสระกับพฤติกรรมในการใช้ อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องความถี่ในการใช้แอปพลิเคชัน หมอชนะ ไทยชนะ เมื่อเดินทางไปในพื้นที่หรืออาคารสาธารณะ ครั้งต่อสัปดาห์ โดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธี Enter

ตัวแปรอิสระ	B	SE	Beta	t	Sig.
ค่าคงที่ (Constant)	2.864	1.633		1.754	0.080
ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับโรคโควิด-19 (X_1)	-0.338	0.167	-0.113	-2.018*	0.044
ความรู้ในการเลือกใช้อุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 (X_2)	0.397	0.163	0.132	2.437*	0.015
ความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคโควิด-19 (X_3)	0.144	0.391	0.025	0.368	0.713
ด้านกิจกรรม (X_4)	-0.207	0.444	-0.032	-0.467	0.641
ด้านความสนใจ (X_5)	1.397	0.375	0.306	3.728**	0.000
ด้านความคิดเห็น (X_6)	-1.426	0.414	-0.265	-3.447**	0.001
	R	=0.250		Adjusted R ²	= 0.048
	R ²	= 0.062		S.E.	= 3.204

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 117 ผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณตัวแปรอิสระมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องความถี่ในการใช้แอปพลิเคชัน หมอชนะ ไทยชนะ เมื่อเดินทางไปในพื้นที่หรืออาคารสาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ โดยใช้การวิเคราะห์ ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ด้วยวิธี Enter พบว่า ตัวแปรที่สามารถพยากรณ์เรื่องความถี่ในการใช้แอปพลิเคชัน หมอชนะ ไทยชนะ เมื่อเดินทางไปในพื้นที่หรืออาคารสาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ (Y_7) คือ ความรู้

ทั่วไปเกี่ยวกับโรคโควิด-19 (X_1) ความรู้ในการเลือกใช้อุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 (X_2) รูปแบบการดำเนินชีวิตความสนใจ (X_5) และ ด้านความคิดเห็น (X_6) ซึ่งสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงได้ร้อยละ 4.8 (Adjusted $R^2 = 0.019$)

ผลทดสอบที่ได้มีความสอดคล้องกับสมมติฐาน และสามารถเขียนสมการได้ดังนี้

$$Y_7 = 2.864 - 0.338(X_1) + 0.397(X_2) + 0.144(X_3) - 0.207(X_4) + 1.397(X_5) - 1.426(X_6)$$

จากสมการ หากไม่พิจารณาตัวแปรอิสระ พบว่า ผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร จะมีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องความถี่ในการใช้แอปพลิเคชัน หมอชนะ ไทยชนะ เมื่อเดินทางไปในพื้นที่หรืออาคารสาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ (Y_7) มีค่าอยู่ที่ ระดับ 2.864 หน่วย

หากพิจารณาความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับโรคโควิด-19 (X_1) เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ความถี่ในการใช้แอปพลิเคชัน หมอชนะ ไทยชนะ เมื่อเดินทางไปในพื้นที่หรืออาคารสาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ (Y_7) ลดลง 0.338

หากพิจารณาความรู้ในการเลือกใช้อุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 (X_2) เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร มีความถี่ในการใช้แอปพลิเคชัน หมอชนะ ไทยชนะ เมื่อเดินทางไปในพื้นที่หรืออาคารสาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ (Y_7) เพิ่มขึ้น 0.397

หากพิจารณารูปแบบการดำเนินชีวิตความสนใจ (X_5) เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร มีความถี่ในการใช้แอปพลิเคชัน หมอชนะ ไทยชนะ เมื่อเดินทางไปในพื้นที่หรืออาคารสาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ (Y_7) เพิ่มขึ้น 1.397

หากพิจารณารูปแบบการดำเนินชีวิตความคิดเห็น (X_6) เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร มีความถี่ในการใช้แอปพลิเคชัน หมอชนะ ไทยชนะ เมื่อเดินทางไปในพื้นที่หรืออาคารสาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ (Y_7) ลดลง 1.426

ตัวแปรที่ไม่สามารถทำนายพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องความถี่ในการทำความสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจจะนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ มี 2 ตัวแปร ได้แก่ ความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคโควิด-19 (X_3) และ รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม (X_4) ไม่ได้เป็นปัจจัยที่กำหนดแนวโน้มพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครกรุงเทพมหานคร ในเรื่องความถี่ในการทำความสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจจะนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ (Y_7)



สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ตาราง 118 แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ผลการทดสอบ	สถิติที่ใช้
สมมติฐานที่ 1 ลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ สถานภาพ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน แตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 แตกต่างกัน		
1.1 ผู้บริโภคที่มีเพศ แตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 แตกต่างกัน		
- ใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ	สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้	Independent Sample t-test
- ทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้	Independent Sample t-test
- ติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้	Independent Sample t-test
- ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการซื้ออุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือน	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้	Independent Sample t-test
- จำนวนครั้งที่มีการพูดคุยเกี่ยวกับข้อมูลโรคโควิด-19 ต่อสัปดาห์	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้	Independent Sample t-test
- ความถี่ในการทำความสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะครั้งต่อสัปดาห์	สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้	Independent Sample t-test
- ความถี่ในการใช้แอปพลิเคชัน หมอชนะ ไทยชนะ เมื่อเดินทางไปในพื้นที่หรืออาคารสาธารณะครั้งต่อสัปดาห์	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้	Independent Sample t-test
1.2 ผู้บริโภคที่มีอายุ แตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 แตกต่างกัน		
- ใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ	สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้	Brown-Forsythe
- ทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์	สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้	Brown-Forsythe
- ติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19	สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้	Brown-Forsythe
- ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการซื้ออุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือน	สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้	Brown-Forsythe
- จำนวนครั้งที่มีการพูดคุยเกี่ยวกับข้อมูลโรคโควิด-19 ต่อสัปดาห์	สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้	Brown-Forsythe
- ความถี่ในการทำความสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะครั้งต่อสัปดาห์	สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้	Brown-Forsythe
- ความถี่ในการใช้แอปพลิเคชัน หมอชนะ ไทยชนะ เมื่อเดินทางไปในพื้นที่หรืออาคารสาธารณะครั้งต่อสัปดาห์	สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้	Brown-Forsythe

ตาราง 118 (ต่อ)

สมมติฐาน	ผลการทดสอบ	สถิติที่ใช้
1.3 ผู้บริโภคที่มีสถานภาพ แตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 แตกต่างกัน		
- ใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานี่สาธารณะ	สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้	Independent Sample t-test
- ทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์	สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้	Independent Sample t-test
- ติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้	Independent Sample t-test
- ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการซื้ออุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือน	สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้	Independent Sample t-test
- จำนวนครั้งที่มีการพูดคุยเกี่ยวกับข้อมูลโรคโควิด-19 ต่อสัปดาห์	สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้	Independent Sample t-test
- ความถี่ในการทำความสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะครั้งต่อสัปดาห์	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้	Independent Sample t-test
- ความถี่ในการใช้แอปพลิเคชัน หมอชนะ ไทยชนะ เมื่อเดินทางไปในพื้นที่หรืออาคารสาธารณะครั้งต่อสัปดาห์	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้	Independent Sample t-test
1.4 ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษา แตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 แตกต่างกัน		
- ใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานี่สาธารณะ	สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้	Brown-Forsythe
- ทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์	สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้	Brown-Forsythe
- ติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19	สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้	F-test
- ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการซื้ออุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือน	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้	F-test
- จำนวนครั้งที่มีการพูดคุยเกี่ยวกับข้อมูลโรคโควิด-19 ต่อสัปดาห์	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้	F-test
- ความถี่ในการทำความสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะครั้งต่อสัปดาห์	สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้	Brown-Forsythe
- ความถี่ในการใช้แอปพลิเคชัน หมอชนะ ไทยชนะ เมื่อเดินทางไปในพื้นที่หรืออาคารสาธารณะครั้งต่อสัปดาห์	สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้	Brown-Forsythe

ตาราง 118 (ต่อ)

สมมติฐาน	ผลการทดสอบ	สถิติที่ใช้
1.5 ผู้บริโภคที่มีอาชีพ แตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้ อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโคโรนาไวรัส-19 แตกต่างกัน		
- ใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ	สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้	Brown-Forsythe
- ทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์	สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้	Brown-Forsythe
- ติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโคโรนาไวรัส-19	สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้	Brown-Forsythe
- ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการซื้ออุปกรณ์ป้องกันโรคโคโรนาไวรัส-19 บาทต่อเดือน	สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้	Brown-Forsythe
- จำนวนครั้งที่มีการพูดคุยเกี่ยวกับข้อมูลโรคโคโรนาไวรัส-19 ต่อสัปดาห์	สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้	Brown-Forsythe
- ความถี่ในการทำความสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะครั้งต่อสัปดาห์	สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้	Brown-Forsythe
- ความถี่ในการใช้แอปพลิเคชัน หมอชนะ ไทยชนะ เมื่อเดินทางไปในพื้นที่หรืออาคารสาธารณะครั้งต่อสัปดาห์	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้	Brown-Forsythe
1.6 ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้ อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโคโรนาไวรัส-19 แตกต่างกัน		
- ใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ	สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้	Brown-Forsythe
- ทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์	สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้	Brown-Forsythe
- ติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโคโรนาไวรัส-19	สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้	Brown-Forsythe
- ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการซื้ออุปกรณ์ป้องกันโรคโคโรนาไวรัส-19 บาทต่อเดือน	สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้	Brown-Forsythe
- จำนวนครั้งที่มีการพูดคุยเกี่ยวกับข้อมูลโรคโคโรนาไวรัส-19 ต่อสัปดาห์	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้	Brown-Forsythe
- ความถี่ในการทำความสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะครั้งต่อสัปดาห์	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้	Brown-Forsythe
- ความถี่ในการใช้แอปพลิเคชัน หมอชนะ ไทยชนะ เมื่อเดินทางไปในพื้นที่หรืออาคารสาธารณะครั้งต่อสัปดาห์	สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้	Brown-Forsythe

ตาราง 118 (ต่อ)

สมมติฐาน	ผลการทดสอบ	สถิติที่ใช้
สมมติฐานที่ 2 ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคโควิด-19 มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร		
- ใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ	สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้	Multiple Regression
- ทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์	บางส่วนสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้	
- ติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้	
- ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการซื้ออุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือน	บางส่วนสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้	
- จำนวนครั้งที่มีการพูดคุยเกี่ยวกับข้อมูลโรคโควิด-19 ต่อสัปดาห์	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้	
- ความถี่ในการทำมาสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจจะนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะครั้งต่อสัปดาห์	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้	
- ความถี่ในการใช้แอปพลิเคชัน หมอชนะ ไทยชนะ เมื่อเดินทางไปในพื้นที่หรืออาคารสาธารณะครั้งต่อสัปดาห์	บางส่วนสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้	
สมมติฐานที่ 3 ความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคโควิด-19 มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร		
- ใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ	สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้	Simple Regression
- ทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์	สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้	
- ติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19	สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้	
- ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการซื้ออุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือน	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้	
- จำนวนครั้งที่มีการพูดคุยเกี่ยวกับข้อมูลโรคโควิด-19 ต่อสัปดาห์	สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้	
- ความถี่ในการทำมาสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจจะนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะครั้งต่อสัปดาห์	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้	
- ความถี่ในการใช้แอปพลิเคชัน หมอชนะ ไทยชนะ เมื่อเดินทางไปในพื้นที่หรืออาคารสาธารณะครั้งต่อสัปดาห์	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้	

ตาราง 118 (ต่อ)

สมมติฐาน	ผลการทดสอบ	สถิติที่ใช้
สมมติฐานที่ 4 รูปแบบการดำเนินชีวิต มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร		
- ใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ	บางส่วนสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้	
- ทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์	บางส่วนสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้	
- ติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19	บางส่วนสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้	
- ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการซื้ออุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือน	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้	
- จำนวนครั้งที่มีการพูดคุยเกี่ยวกับข้อมูลโรคโควิด-19 ต่อสัปดาห์	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้	Multiple Regression
- ความถี่ในการทำความสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจจะนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะครั้งต่อสัปดาห์	บางส่วนสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้	
- ความถี่ในการใช้แอปพลิเคชัน หมอชนะ ไทยชนะ เมื่อเดินทางไปในพื้นที่หรืออาคารสาธารณะครั้งต่อสัปดาห์	บางส่วนสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้	

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่องพฤติกรรมการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและการแพร่กระจายเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร โดยผลการวิจัยในครั้งนี้สามารถนำผลการวิจัยไปใช้เพื่อเป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการเกี่ยวกับอุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ได้ทราบถึงความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคโควิด-19 ความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคโควิด-19 และรูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ตลอดจนสามารถนำผลวิจัยที่ได้ไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนการตลาด กำหนดรูปแบบการสื่อสาร คิดค้นและปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับผู้บริโภคมากขึ้น และเพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจและผู้เกี่ยวข้อง โดยนำผลการวิจัยที่ได้ไปศึกษาต่อยอดเพิ่มเติมในอนาคต

ความมุ่งหมายของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหมายไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาปัจจัยทางด้านลักษณะประชากรศาสตร์ประกอบด้วย เพศอายุ ระดับการศึกษาอาชีพ รายได้ สถานภาพ ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคโควิด-19 ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคโควิด-19 ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร
4. เพื่อศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

ความสำคัญของการวิจัย

1. เพื่อเป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการเกี่ยวกับอุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ได้ทราบถึงความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคโควิด-19 ความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคโควิด-19 และรูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีผลต่อพฤติกรรมใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019
2. ผู้ประกอบการเกี่ยวกับอุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 สามารถนำผล

วิจัยที่ได้ไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนการตลาด กำหนดรูปแบบการสื่อสาร คิดค้นและปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับผู้บริโภคมากขึ้น

3. เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจและผู้เกี่ยวข้อง โดยนำผลการวิจัยที่ได้ไปศึกษาต่อยอดเพิ่มเติมในอนาคต

สมมติฐานในการวิจัย

1. ลักษณะประชากรศาสตร์ได้แก่ เพศ สถานภาพ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ที่แตกต่างกัน

2. ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคโควิด-19 มีอิทธิพลกับพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ที่แตกต่างกันของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

3. ความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคโควิด-19 มีอิทธิพลกับพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ที่แตกต่างกันของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

4. รูปแบบการดำเนินชีวิตมีอิทธิพลกับพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ที่แตกต่างกันของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

สรุปผลการศึกษาค้นคว้า

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาเพื่ออธิบายข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง โดยแบ่งผลการวิเคราะห์ออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 36 ปีขึ้นไป มีสถานภาพโสด มีระดับการศึกษามีระดับการศึกษาปริญญาตรี หรือเทียบเท่า มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

ผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สามารถตอบคำถามได้ถูกต้องอยู่ในระดับคะแนน ระดับมาก โดยคิดเป็นร้อยละ 83 รองลงมา คือ ความรู้ความเข้าใจระดับปานกลาง จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.00 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อในส่วนความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับโรคโควิด-19 พบว่า คำถามที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตอบถูกต้อง ได้แก่ อาการที่พบบ่อยของโรคโควิด 2019 คือ ไข้ ไอ อ่อนเพลีย หายใจลำบาก คิดเป็นร้อยละ 100 รองลงมา ได้แก่ ความเสี่ยง

การติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 เกิดได้จากการหายใจเอาฝอยละอองเข้าไปจากผู้ป่วย และการสัมผัสสิ่งของที่แปดเปื้อนเชื้อ ร้อยละ 97.25 โรคโควิด 2019 เป็นโรคทางระบบทางเดินหายใจ ร้อยละ 96.50 การติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ผู้ป่วยมักแสดงอาการภายใน 14 วัน ร้อยละ 89.25 การกินฟ้าทะลายโจรช่วยป้องกันการติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ได้ ร้อยละ 71.00 โรคโควิด 2019 ส่วนใหญ่มักพบในผู้สูงอายุ (อายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป) ร้อยละ 63.25 ผู้ที่ติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 แต่ไม่แสดงอาการ จะไม่สามารถแพร่กระจายเชื้อให้ผู้อื่นได้ ร้อยละ 62.50

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อในส่วนความรู้ในการเลือกใช้อุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 พบว่า คำถามที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตอบถูกต้อง ได้แก่ การล้างมือด้วยสบู่ โดยฟอกมือเป็นเวลาอย่างน้อย 20 วินาที สามารถกำจัดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ได้ ร้อยละ 95.75 ผู้ที่อายุ 60 ปีขึ้นไป หรือผู้ที่มีโรคประจำตัวเช่น โรคเบาหวาน โรคความดัน โรคปอด โรคมะเร็ง ควรใส่หน้ากากอนามัยทางการแพทย์แบบกรอง 3 ชั้น (medical mask) เพื่อป้องกันการติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ร้อยละ 95.25 การใส่หน้ากากเฟซชิลด์ป้องกันละอองเชื้อโรค (Face shield) อย่างเดียวไม่เพียงพอต่อการป้องกันการติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ร้อยละ 94.50 การดื่มวอดก้า (Vodka) มีปริมาณแอลกอฮอล์ 70% สามารถกำจัดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ได้ ร้อยละ 92.50 การใส่หน้ากากอนามัยแบบผ้า ไม่จำเป็นต้องเปลี่ยนหน้ากากทุกวัน ร้อยละ 83.25 การทำความสะอาดมือด้วยแอลกอฮอล์ที่มีความเข้มข้น 100% v/v เป็นความเข้มข้นที่มีประสิทธิภาพในการฆ่าเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ดีที่สุด ร้อยละ 59.25 ประชาชนทั่วไปควรใส่หน้ากากประเภท N95 ในขณะที่อยู่ในพื้นที่สาธารณะที่มีคนจำนวนมาก ร้อยละ 40.00

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

ผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามมีความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคโควิด-19 ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยที่ 4.35 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่ผู้บริโภคมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ท่านรักษาสุขอนามัยของมือ และใส่หน้ากากอนามัยเมื่ออยู่ร่วมกับกลุ่มคน ในช่วงที่มีการระบาดของโรคโควิด-19 โดยมีค่าเฉลี่ยที่ 4.58 รองลงมาได้แก่ ท่านคิดว่าการทำให้การระบาดของโรคโควิด-19 สามารถควบคุมได้ จำเป็นต้องได้รับความร่วมมือจากทั้ง ภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน โดยมีค่าเฉลี่ยที่ 4.52 ท่านมีความกังวลเมื่อพบบุคคลที่ไม่ใส่หน้ากากอนามัยในที่สาธารณะ ในช่วงที่มีการระบาดของโรคโควิด-19 โดยมีค่าเฉลี่ยที่ 4.50 ท่านคิดว่ามีความจำเป็นในการเลือกประเภทของหน้ากากให้เหมาะสมกับสถานที่ สถานการณ์ และกิจกรรม ในช่วงที่มีการระบาดของโรคโควิด-19 โดยมีค่าเฉลี่ยที่ 4.45 ท่านยินดีปรับเปลี่ยนแนว

ทางการใช้ชีวิตประจำวันหากมีส่วนช่วยให้สถานการณ์การระบาดของโรคโควิด-19 มีแนวโน้มที่ดีขึ้น โดยมีค่าเฉลี่ยที่ 4.39 และข้อที่ผู้บริโภคมองมีความคิดเห็นอยู่ในระดับอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ท่านคิดว่าแอลกอฮอล์ล้างมือแต่ละตราสินค้ามีคุณสมบัติที่ไม่เหมือนกัน จำเป็นต้องพิจารณาให้ละเอียดและรอบคอบ โดยมีค่าเฉลี่ยที่ 4.18 และท่านติดตามข้อมูลคำแนะนำของศูนย์บริหารสถานการณ์โควิด-19 (ศบค.) อยู่เสมอ โดยมีค่าเฉลี่ยที่ 3.85 ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

ผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยที่ 3.80 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้บริโภคมองมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ความคิดเห็น โดยมีค่าเฉลี่ยที่ 4.04 รองลงมาได้แก่ ความสนใจ โดยมีค่าเฉลี่ยที่ 3.81 และกิจกรรม โดยมีค่าเฉลี่ยที่ 3.55 ตามลำดับ

รูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านกิจกรรม โดยรวม ผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามมีการปฏิบัติอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยที่ 3.55 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้บริโภคมองการปฏิบัติอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ข้อรู้สึกว่าจะหาข้อมูลที่ต้องการจาก internet และ social network โดยมีค่าเฉลี่ยที่ 3.82 รองลงมาได้แก่ ข้อรู้สึกว่าท่านเลือกรับประทานอาหารที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพ โดยมีค่าเฉลี่ยที่ 3.73 ข้อรู้สึกว่าท่านตรวจสุขภาพอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง โดยมีค่าเฉลี่ยที่ 3.69 ข้อรู้สึกว่าท่านนอนอย่างน้อยวันละ 8 ชั่วโมง โดยมีค่าเฉลี่ยที่ 3.46 และผู้บริโภคมองการปฏิบัติอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ข้อรู้สึกว่าความถี่ของการเดินทางไปแหล่งช้อปปิ้ง หรือห้างสรรพสินค้า โดยมีค่าเฉลี่ยที่ 3.37 และข้อรู้สึกว่าท่านออกกำลังกาย โดยมีค่าเฉลี่ยที่ 3.26 ตามลำดับ

รูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านสนใจ โดยรวม ผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามมีความสนใจอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยที่ 3.81 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่ผู้บริโภคมองมีความสนใจอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ท่านใส่ใจดูแลสุขภาพของสมาชิกในครอบครัว โดยมีค่าเฉลี่ยที่ 4.24 และข้อที่ผู้บริโภคมองมีความสนใจอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ท่านใส่ใจดูแลสุขภาพของตนเอง โดยมีค่าเฉลี่ยที่ 4.00 รองลงมาได้แก่ ท่านสนใจแนวทางการปฏิบัติตนให้สุขภาพแข็งแรงห่างไกลจากโรคและภาวะความเจ็บป่วย โดยมีค่าเฉลี่ยที่ 3.81 ท่านหาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสุขภาพอยู่เสมอ โดยมีค่าเฉลี่ยที่ 3.72 ท่านมองหาผลิตภัณฑ์ที่ช่วยเสริมสร้างร่างกายให้แข็งแรง และป้องกันภาวะเจ็บป่วย โดยมีค่าเฉลี่ยที่ 3.65 และท่านสนใจแลกเปลี่ยนข้อมูลทางด้านสุขภาพกับบุคคลรอบข้าง โดยมีค่าเฉลี่ยที่ 3.46 ตามลำดับ

รูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความคิดเห็น โดยรวม ผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยที่ 4.04 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่ผู้บริโภคมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ แนวทางการใช้ชีวิตส่งผลต่อสุขภาพ โดยมีค่าเฉลี่ยที่ 4.25 รองลงมาได้แก่ ท่านดูแลสุขภาพเพราะต้องการลดโอกาสเกิดการเจ็บป่วย โดยมีค่าเฉลี่ยที่ 4.21 และข้อที่ผู้บริโภคมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ท่านสามารถหาวิธีการดูแลสุขภาพที่น่าเชื่อถือจาก internet ได้ด้วยตัวท่านเอง โดยมีค่าเฉลี่ยที่ 3.88 รองลงมาได้แก่ ท่านสามารถประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูลการดูแลสุขภาพจาก internet ได้ด้วยตัวท่านเอง โดยมีค่าเฉลี่ยที่ 3.82 ตามลำดับ

ส่วนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจาย เชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

ผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามมีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร โดยรวมผู้บริโภคที่ส่วนใหญ่มีการปฏิบัติอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยที่ 4.53 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่ผู้บริโภคมีการปฏิบัติอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ท่านใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ ในช่วงที่มีโรคโควิด-19 ระบาด โดยมีค่าเฉลี่ยที่ 4.71 รองลงมาได้แก่ ท่านทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์ในช่วงที่มีโรคโควิด-19 ระบาด โดยมีค่าเฉลี่ยที่ 4.65 และท่านติดตามข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19 โดยมีค่าเฉลี่ยที่ 4.24 ตามลำดับ

ผู้บริโภคที่ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการซื้ออุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 เฉลี่ย 708.35 บาทต่อเดือน สูงสุด จำนวน 10,000 บาทต่อเดือน และต่ำสุดที่ 0 บาทต่อเดือน

ผู้บริโภคที่ส่วนใหญ่มีการพูดคุยเกี่ยวกับข้อมูลโรคโควิด-19 เฉลี่ย 6.32 ครั้งต่อสัปดาห์การพูดคุยเกี่ยวกับข้อมูลโรคโควิด-19 สูงสุด จำนวน 100 ครั้งต่อสัปดาห์ และต่ำสุดที่ 0 ครั้งต่อสัปดาห์

ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความถี่ทำความสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจจะนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะ เฉลี่ย 5.39 ครั้งต่อสัปดาห์ สูงสุด จำนวน 50 ครั้งต่อสัปดาห์

ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีการใช้แอปพลิเคชัน หมอชนะ ไทยชนะ เดินทางไปในพื้นที่หรืออาคารสาธารณะ เฉลี่ย 2.59 ครั้งต่อสัปดาห์ และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 3.28 สูงสุด จำนวน 20 ครั้งต่อสัปดาห์ และต่ำสุดที่ 0 ครั้งต่อสัปดาห์

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐานจำนวน 4 ข้อดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ สถานภาพ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน แตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1 ผู้บริโภคที่มีเพศแตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 แตกต่างกันผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า

ผู้บริโภคที่มีเพศแตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ด้านการใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 และ ความถี่ในการทำความสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่จะนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยพบว่าผู้บริโภคที่เป็นเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยการใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ และความถี่ในการทำความสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะครั้งต่อสัปดาห์มากกว่าผู้บริโภคที่เป็นเพศชาย

อย่างไรก็ตาม ผู้บริโภคที่มีเพศแตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ด้าน ทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์ ติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19 ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการใช้อุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือน จำนวนครั้งที่มีการพูดคุยเกี่ยวกับข้อมูลโรคโควิด-19 ต่อสัปดาห์ และความถี่ในการใช้แอปพลิเคชัน หมอชนะ ไทยชนะ เมื่อเดินทางไปในพื้นที่หรืออาคารสาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ ที่ไม่แตกต่างกันอย่างนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 1.2 ผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกันมีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 แตกต่างกันผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า

ผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ ที่แตกต่างกันอย่างนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีความแตกต่างกัน 5 คู่ คือ โดยผู้บริโภคที่มีอายุ 24-29 ปี มีพฤติกรรมในเรื่องใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ มากกว่า ผู้บริโภคที่มีอายุ 18 - 23 ปี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.459 ผู้บริโภคที่มีอายุ 30-35 ปี มีพฤติกรรมในเรื่องใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะมากกว่า ผู้บริโภคที่มีอายุ 18 - 23 ปี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.506 ผู้บริโภคที่มีอายุ 36 ปีขึ้นไป มีพฤติกรรมในเรื่องใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่

สาธาณะมากกว่า ผู้บริโภคที่มีอายุ 18 - 23 ปี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.751 ผู้บริโภคที่มีอายุ 36 ปีขึ้นไป มีพฤติกรรมในเรื่องใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะมากกว่า ผู้บริโภคที่มีอายุ 24-29 ปี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.292 ผู้บริโภคที่มีอายุ 36 ปีขึ้นไป มีพฤติกรรมในเรื่องใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะมากกว่า ผู้บริโภคที่มีอายุ 30-35 ปี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.245

ผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์ที่แตกต่างกันอย่างนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีความแตกต่างกัน 4 คู่ คือ ผู้บริโภคที่มีอายุ 18 - 23 ปี กับผู้บริโภคที่มีอายุ 24-29 ปี โดยผู้บริโภคที่มีอายุ 24-29 ปี มีพฤติกรรมในเรื่องทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์ มากกว่า ผู้บริโภคที่มีอายุ 18 - 23 ปี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.312 ผู้บริโภคที่มีอายุ 18 - 23 ปี กับผู้บริโภคที่มีอายุ 30-35 ปี โดยผู้บริโภคที่มีอายุ 30-35 ปี มีพฤติกรรมในเรื่องทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์ มากกว่า ผู้บริโภคที่มีอายุ 18 - 23 ปี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.495 ผู้บริโภคที่มีอายุ 18 - 23 ปี กับผู้บริโภคที่มีอายุ 36 ปีขึ้นไป โดยผู้บริโภคที่มีอายุ 36 ปีขึ้นไป มีพฤติกรรมในเรื่องทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์ มากกว่า ผู้บริโภคที่มีอายุ 18 - 23 ปี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.585 ผู้บริโภคที่มีอายุ 24-29 ปี กับผู้บริโภคที่มีอายุ 36 ปีขึ้นไป โดยผู้บริโภคที่มีอายุ 36 ปีขึ้นไป มีพฤติกรรมในเรื่องทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์ มากกว่า ผู้บริโภคที่มีอายุ 24-29 ปี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.273

ผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19 ที่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีความแตกต่างกัน 3 คู่ คือ ผู้บริโภคที่มีอายุ 18 - 23 ปี กับผู้บริโภคที่มีอายุ 24-29 ปี แตกต่างกันอย่างนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้บริโภคที่มีอายุ 24-29 ปี มีพฤติกรรม ในเรื่องติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19 มากกว่า ผู้บริโภคที่มีอายุ 18 - 23 ปี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.395 ผู้บริโภคที่มีอายุ 18 - 23 ปี กับผู้บริโภคที่มีอายุ 30-35 ปี แตกต่างกันอย่างนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้บริโภคที่มีอายุ 30-35 ปี มีพฤติกรรมในเรื่องติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19 มากกว่า ผู้บริโภคที่มีอายุ 18 - 23 ปี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.294 และ ผู้บริโภคที่มีอายุ 18 - 23 ปี กับผู้บริโภคที่มีอายุ 36 ปีขึ้นไป แตกต่างกันอย่างนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยผู้บริโภคที่มีอายุ 36 ปีขึ้นไป มีพฤติกรรมในเรื่องติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการ

ระบาดของโรคโควิด-19 มากกว่า ผู้บริโภคที่มีอายุ 18 - 23 ปี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.391

ผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการใช้อุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือน ที่แตกต่างกันอย่างนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีความแตกต่างกัน 3 คู่ คือ ผู้บริโภคที่มีอายุ 18 - 23 ปี กับผู้บริโภคที่มีอายุ 36 ปีขึ้นไป โดยผู้บริโภคที่มีอายุ 36 ปีขึ้นไป มีพฤติกรรมในเรื่องค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการใช้อุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือน มากกว่า ผู้บริโภคที่มีอายุ 18 - 23 ปี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 717.977

ผู้บริโภคที่มีอายุ 24-29 ปี กับผู้บริโภคที่มีอายุ 36 ปีขึ้นไป โดยผู้บริโภคที่มีอายุ 36 ปีขึ้นไป มีพฤติกรรมในเรื่องค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการใช้อุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือน มากกว่า ผู้บริโภคที่มีอายุ 24-29 ปี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 572.222 และ ผู้บริโภคที่มีอายุ 30-35 ปี กับผู้บริโภคที่มีอายุ 36 ปีขึ้นไป โดยผู้บริโภคที่มีอายุ 36 ปีขึ้นไป มีพฤติกรรมในเรื่องค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการใช้อุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือน มากกว่า ผู้บริโภคที่มีอายุ 30-35 ปี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 508.375

ผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องเรื่องจำนวนครั้งที่มีการพูดคุยเกี่ยวกับข้อมูลโรคโควิด-19 ต่อสัปดาห์ที่แตกต่างกันอย่างนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีความแตกต่างกัน 2 คู่ คือ ผู้บริโภคที่มีอายุ 18 - 23 ปี กับผู้บริโภคที่มีอายุ 24-29 ปี โดยผู้บริโภคที่มีอายุ 24-29 ปี มีพฤติกรรมในเรื่องจำนวนครั้งที่มีการพูดคุยเกี่ยวกับข้อมูลโรคโควิด-19 ต่อสัปดาห์ มากกว่า ผู้บริโภคที่มีอายุ 18 - 23 ปี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.454 และ ผู้บริโภคที่มีอายุ 24-29 ปี กับผู้บริโภคที่มีอายุ 36 ปีขึ้นไป โดยผู้บริโภคที่มีอายุ 36 ปีขึ้นไป มีพฤติกรรมในเรื่องจำนวนครั้งที่มีการพูดคุยเกี่ยวกับข้อมูลโรคโควิด-19 ต่อสัปดาห์ มากกว่า ผู้บริโภคที่มีอายุ 24-29 ปี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.465

ผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องเรื่องความถี่ในการทำความสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ ที่แตกต่างกันอย่างนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีความแตกต่างกัน 2 คู่ คือ ผู้บริโภคที่มีอายุ 24-29 ปี กับผู้บริโภคที่มีอายุ 30-35 ปี โดยผู้บริโภคที่มีอายุ 30-35 ปี มีพฤติกรรมในเรื่องความถี่ในการทำความสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ มากกว่า ผู้บริโภค

ที่มีอายุ 24-29 ปี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.811 และ ผู้บริโภคที่มีอายุ 30-35 ปี กับ ผู้บริโภคที่มีอายุ 36 ปีขึ้นไป โดยผู้บริโภคที่มีอายุ 36 ปีขึ้นไป มีพฤติกรรมในเรื่องความถี่ในการทำความสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจจะนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ มากกว่า ผู้บริโภคที่มีอายุ 30-35 ปี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.311

ผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องความถี่ในการใช้แอลกอฮอล์เช็ดมือขณะ ไทยชนะ เมื่อเดินทางไปในพื้นที่หรืออาคารสาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ ที่แตกต่างกันอย่างนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีความแตกต่างกัน 2 คู่ คือ ผู้บริโภคที่มีอายุ 18 - 23 ปี กับผู้บริโภคที่มีอายุ 24-29 ปี โดยผู้บริโภคที่มีอายุ 24-29 ปี มีพฤติกรรมในเรื่องความถี่ในการใช้แอลกอฮอล์เช็ดมือขณะ ไทยชนะ เมื่อเดินทางไปในพื้นที่หรืออาคารสาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ มากกว่า ผู้บริโภคที่มีอายุ 18 - 23 ปี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.261 และ ผู้บริโภคที่มีอายุ 18 - 23 ปี กับผู้บริโภคที่มีอายุ 30-35 ปี โดยผู้บริโภคที่มีอายุ 30-35 ปี มีพฤติกรรมในเรื่องความถี่ในการใช้แอลกอฮอล์เช็ดมือขณะ ไทยชนะ เมื่อเดินทางไปในพื้นที่หรืออาคารสาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ มากกว่า ผู้บริโภคที่มีอายุ 18 - 23 ปี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.166

สมมติฐานที่ 1.3 ผู้บริโภคที่มีสถานภาพแตกต่างกันมีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 แตกต่างกันผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า

ผู้บริโภคที่มีสถานภาพแตกต่างกันมีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ด้านใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ ทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์ ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการใช้อุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือน และ จำนวนครั้งที่มีการพูดคุยเกี่ยวกับข้อมูลโรคโควิด-19 ต่อสัปดาห์ที่แตกต่างกันอย่างนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยพบว่าผู้บริโภคที่เป็นสถานภาพสมรส / หย่าร้าง / แยกกันอยู่ / หม้ายมีค่าเฉลี่ย ด้านใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ ทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์ ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการใช้อุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือน และ จำนวนครั้งที่มีการพูดคุยเกี่ยวกับข้อมูลโรคโควิด-19 ต่อสัปดาห์มากกว่า ผู้บริโภคที่เป็นสถานภาพโสด

อย่างไรก็ตาม ผู้บริโภคที่มีสถานภาพแตกต่างกันมีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ด้าน ติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19 ความถี่ในการทำความสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจจะนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ และความถี่ในการใช้แอลกอฮอล์เช็ดมือขณะ ไทยชนะ เมื่อเดินทาง

ไปในพื้นที่หรืออาคารสาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ที่ไม่แตกต่างกันอย่างนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 1.4 ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้ อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 แตกต่างกันผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า

ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีพฤติกรรมในการใช้ อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ แตกต่างกันอย่างนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีความแตกต่างกัน 2 คู่ คือ ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี กับผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษา สูงกว่าปริญญาตรี โดยผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีพฤติกรรม ในเรื่องใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ มากกว่า ผู้บริโภคที่มีระดับ การศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.279 และ ผู้บริโภคที่มีระดับ การศึกษาปริญญาตรี กับผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษา โดยผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาสูงกว่า ปริญญาตรีมีพฤติกรรมในการใช้ อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ใน เรื่องใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ มากกว่าผู้บริโภคที่มีระดับ การศึกษาปริญญาตรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.370

ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีพฤติกรรมในการใช้ อุปกรณ์ป้องกันการ ติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือ แอลกอฮอล์ แตกต่างกันอย่างนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีความแตกต่างกัน 2 คู่ คือ ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี กับผู้บริโภคที่มี ระดับการศึกษา สูงกว่าปริญญาตรี โดยผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษา สูงกว่าปริญญาตรี มี พฤติกรรมในเรื่องทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์ มากกว่า ผู้บริโภคที่มีระดับ การศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.197 และ ผู้บริโภคที่มีระดับ การศึกษาปริญญาตรี กับผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี โดยผู้บริโภคที่มีระดับ การศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีพฤติกรรมในเรื่องทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือ แอลกอฮอล์ มากกว่า ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษา ปริญญาตรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.354

ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีพฤติกรรมในการใช้ อุปกรณ์ป้องกันการ

ติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องในเรื่องติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีความแตกต่างกัน 2 คู่ คือ ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี กับผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี โดยผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีพฤติกรรมในเรื่องติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19 มากกว่า ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี แตกต่างกันอย่างนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.501 และ ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี กับผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี โดยผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีพฤติกรรมในเรื่องติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19 มากกว่า ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.358

ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องความถี่ในการทำความสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจจะนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ แตกต่างกันอย่างนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีความแตกต่างกัน 2 คู่ ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี กับผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี โดยผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีพฤติกรรม ในเรื่องความถี่ในการทำความสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจจะนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ มากกว่า ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.428 และผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี กับผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี โดยผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีพฤติกรรมในเรื่องความถี่ในการทำความสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจจะนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ มากกว่าผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.318

ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องความถี่ในการใช้แอลกอฮอล์ล้างมือขณะเดินทางไปในพื้นที่หรืออาคารสาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ แตกต่างกันอย่างนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีความแตกต่างกัน 2 คู่ คือ ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี กับผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี โดยผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีพฤติกรรมในเรื่องความถี่ในการใช้แอลกอฮอล์ล้างมือขณะเดินทางไปในพื้นที่หรืออาคารสาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ มากกว่า ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษา ต่ำ

กว่าปริญญาตรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.689 และผู้บริโภครที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี กับผู้บริโภครที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี โดยผู้บริโภครที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องความถี่ในการใช้แอลกอฮอล์ล้างมือ หอมอชนะ ไทยชนะ เมื่อเดินทางไปในพื้นที่หรืออาคารสาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ มากกว่าผู้บริโภครที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.221

อย่างไรก็ตาม ผู้บริโภครที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการซื้ออุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อโควิด-19 บาทต่อเดือน จำนวนครั้งที่มีการพูดคุยเกี่ยวกับข้อมูลโรคโควิด-19 ต่อสัปดาห์ที่ไม่แตกต่างกันอย่างนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 1.5 ผู้บริโภครที่มีอาชีพแตกต่างกันมีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 แตกต่างกันผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า

ผู้บริโภครที่มีอาชีพแตกต่างกันมีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ แตกต่างกันอย่างนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้โดยมีความแตกต่างกัน 5 คู่ คือ ผู้บริโภครที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา กับผู้บริโภครที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ โดยผู้บริโภครที่มีอาชีพ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีพฤติกรรมในการใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ มากกว่า ผู้บริโภครที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.396 ผู้บริโภครที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา กับผู้บริโภครที่มีอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง โดยผู้บริโภครที่มีอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง มีพฤติกรรมในการใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ มากกว่า ผู้บริโภครที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.642

ผู้บริโภครที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา กับผู้บริโภครที่มีอาชีพ เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว/อื่นๆ โดยผู้บริโภครที่มีอาชีพ เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว/อื่นๆ มีพฤติกรรมในการใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ มากกว่า ผู้บริโภครที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.808 ผู้บริโภครที่มีอาชีพ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ กับผู้บริโภครที่มีอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง โดยผู้บริโภครที่มีอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง มีพฤติกรรมในการใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ มากกว่า ผู้บริโภครที่มีอาชีพ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย

เท่ากับ 0.247 ผู้บริโภคที่มีอาชีพ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ กับผู้บริโภคที่มีอาชีพ เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว /อื่นๆ โดยผู้บริโภคที่มีอาชีพ เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว /อื่นๆ มีพฤติกรรมในการใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ มากกว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.413 และผู้บริโภคที่มีอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง กับผู้บริโภคที่มีอาชีพ เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว /อื่นๆ โดยผู้บริโภคที่มีอาชีพ เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว /อื่นๆ มีพฤติกรรมในการใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ มากกว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.166

ผู้บริโภคที่มีอาชีพแตกต่างกันมีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อ และแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์แตกต่างกันอย่างนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีความแตกต่างกัน 4 คู่ คือ ผู้บริโภคที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา กับผู้บริโภคที่มีอาชีพ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ โดยผู้บริโภคที่มีอาชีพ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีพฤติกรรมในการทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์ มากกว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.590 ผู้บริโภคที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา กับผู้บริโภคที่มีอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง โดยผู้บริโภคที่มีอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง มีพฤติกรรมในการทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์ มากกว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.449 ผู้บริโภคที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา กับผู้บริโภคที่มีอาชีพ เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว /อื่นๆ โดยผู้บริโภคที่มีอาชีพ เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว /อื่นๆ มีพฤติกรรมในการทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์ มากกว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.654 และผู้บริโภคที่มีอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง กับผู้บริโภคที่มีอาชีพ เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว /อื่นๆ มีพฤติกรรมในการทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์ มากกว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.205

ผู้บริโภคที่มีอาชีพแตกต่างกันมีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อ และแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการซื้ออุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือนแตกต่างกันอย่างนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีความแตกต่างกัน 4 คู่ คือ ผู้บริโภคที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา กับผู้บริโภคที่มีอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง โดยผู้บริโภคที่มีอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง มีพฤติกรรมเรื่อง

ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการซื้ออุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือน มากกว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 576.753 ผู้บริโภคที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา กับผู้บริโภคที่มีอาชีพ เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว /อื่นๆ โดยผู้บริโภคที่มีอาชีพ เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว /อื่นๆ มีพฤติกรรมในเรื่องค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการซื้ออุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือน มากกว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 489.072 ผู้บริโภคที่มีอาชีพ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ กับผู้บริโภคที่มีอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง โดยผู้บริโภคที่มีอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง มีพฤติกรรมในเรื่องค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการซื้ออุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือน มากกว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 505.634 และผู้บริโภคที่มีอาชีพ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ กับผู้บริโภคที่มีอาชีพ เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว /อื่นๆ โดยผู้บริโภคที่มีอาชีพ เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว /อื่นๆ มีพฤติกรรมในเรื่องค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการซื้ออุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือน มากกว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 417.952

ผู้บริโภคที่มีอาชีพแตกต่างกันมีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อ และแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องจำนวนครั้งที่มีการพูดคุยเกี่ยวกับข้อมูลโรคโควิด-19 ต่อสัปดาห์แตกต่างกันอย่างนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีความแตกต่างกัน 3 คู่ คือ ผู้บริโภคที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา กับผู้บริโภคที่มีอาชีพ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ โดยผู้บริโภคที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา มีพฤติกรรมในเรื่องจำนวนครั้งที่มีการพูดคุยเกี่ยวกับข้อมูลโรคโควิด-19 ต่อสัปดาห์ มากกว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.519 ผู้บริโภคที่มีอาชีพ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ กับผู้บริโภคที่มีอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง โดยผู้บริโภคที่มีอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง มีพฤติกรรมในการพูดคุยเกี่ยวกับข้อมูลโรคโควิด-19 ต่อสัปดาห์ มากกว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.530 และ ผู้บริโภคที่มีอาชีพ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ กับผู้บริโภคที่มีอาชีพ เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว /อื่นๆ โดยผู้บริโภคที่มีอาชีพ เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว /อื่นๆ มีพฤติกรรมในการพูดคุยเกี่ยวกับข้อมูลโรคโควิด-19 ต่อสัปดาห์ มากกว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.193

ผู้บริโภคที่มีอาชีพแตกต่างกันมีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อ

และแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องความถี่ในการทำความสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจจะนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีความแตกต่างกัน 3 คู่ คือ ผู้บริโภคที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา กับผู้บริโภคที่มีอาชีพ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้บริโภคที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา มีพฤติกรรมในเรื่องความถี่ในการทำความสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจจะนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ มากกว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.031 ผู้บริโภคที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา กับผู้บริโภคที่มีอาชีพ เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว /อื่นๆ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยผู้บริโภคที่มีอาชีพ เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว /อื่นๆ มีพฤติกรรมในการทำความสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจจะนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ มากกว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.265 และผู้บริโภคที่มีอาชีพ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ กับผู้บริโภคที่มีอาชีพ เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว /อื่นๆ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยผู้บริโภคที่มีอาชีพ เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว /อื่นๆ มีพฤติกรรมในเรื่องความถี่ในการทำความสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจจะนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ มากกว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.296

สมมติฐานที่ 1.6 ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 แตกต่างกันผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า

ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีความแตกต่างกัน 5 คู่ คือ ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท กับผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 30,000 บาท โดยผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 30,000 บาท มีพฤติกรรม ในเรื่องใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะมากกว่าผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.320 ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท กับผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 50,000 บาท โดยผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 50,000 บาท มีพฤติกรรมในเรื่องใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ใน

สถานที่สาธารณะมากกว่าผู้บริโภครายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.652 ผู้บริโภครายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท กับผู้บริโภครายได้เฉลี่ยต่อเดือน สูงกว่า 50,000 บาทขึ้นไป โดยผู้บริโภครายได้เฉลี่ยต่อเดือน สูงกว่า 50,000 บาทขึ้นไป มีพฤติกรรมในเรื่องใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ มากกว่า ผู้บริโภครายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.643 ผู้บริโภครายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 30,000 บาท กับผู้บริโภครายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 50,000 บาท โดยผู้บริโภครายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 50,000 บาท มีพฤติกรรมในเรื่องใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะมากกว่าผู้บริโภครายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 30,000 บาท โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.332 ผู้บริโภครายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 30,000 บาท กับผู้บริโภครายได้เฉลี่ยต่อเดือน สูงกว่า 50,000 บาทขึ้นไป โดยผู้บริโภครายได้เฉลี่ยต่อเดือนสูงกว่า 50,000 บาทขึ้นไป มีพฤติกรรมในเรื่องใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะมากกว่า ผู้บริโภครายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 30,000 บาท โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.323

ผู้บริโภครายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์ แตกต่างกันอย่างนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีความแตกต่างกัน 4 คู่ คือ ผู้บริโภครายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท กับผู้บริโภครายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 30,000 บาท โดยผู้บริโภครายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 30,000 บาท มีพฤติกรรมในเรื่องทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์มากกว่า ผู้บริโภครายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.297 ผู้บริโภครายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท กับผู้บริโภครายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 50,000 บาท โดยผู้บริโภครายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 50,000 บาท มีพฤติกรรมในเรื่องทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์มากกว่า ผู้บริโภครายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.421 ผู้บริโภครายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท กับผู้บริโภครายได้เฉลี่ยต่อเดือนสูงกว่า 50,000 บาทขึ้นไป โดยผู้บริโภครายได้เฉลี่ยต่อเดือนสูงกว่า 50,000 บาทขึ้นไป มีพฤติกรรมในเรื่องทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์มากกว่า ผู้บริโภครายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท โดยมีผลต่างของ

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.494 ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 30,000 บาท กับผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน สูงกว่า 50,000 บาทขึ้นไป โดยผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน สูงกว่า 50,000 บาทขึ้นไป มีพฤติกรรมในเรื่องทำความเข้าใจความเสี่ยงหรือแอลกอฮอล์มากกว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 30,000 บาท โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.198

ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19 แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีความแตกต่างกัน 3 คู่ คือ ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท กับผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 30,000 บาท แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 30,000 บาท มีพฤติกรรมในเรื่องติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19 มากกว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.504 ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 30,000 บาท กับผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 50,000 บาท แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 50,000 บาท มีพฤติกรรม ในเรื่องติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19 มากกว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 30,000 บาท โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.379 ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 30,000 บาท กับผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน สูงกว่า 50,000 บาทขึ้นไป แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนสูงกว่า 50,000 บาทขึ้นไป มีพฤติกรรมในเรื่องติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19 มากกว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 30,000 บาท โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.327

ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการซื้ออุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีความแตกต่างกัน 5 คู่ คือ ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท กับผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 30,000 บาท โดยผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 30,000 บาท มีพฤติกรรมในเรื่องค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการซื้ออุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือน มากกว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท โดยมี

ผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 110.073 ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท กับผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 50,000 บาท โดยผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 50,000 บาท มีพฤติกรรมในเรื่องค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการซื้ออุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือน มากกว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 197.127 ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท กับผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนสูงกว่า 50,000 บาทขึ้นไป โดยผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน สูงกว่า 50,000 บาทขึ้นไป มีพฤติกรรมในเรื่องค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการซื้ออุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือน มากกว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 882.176 ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 30,000 บาท กับผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนสูงกว่า 50,000 บาทขึ้นไป โดยผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน สูงกว่า 50,000 บาทขึ้นไป มีพฤติกรรมในการใช้ซื้ออุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการซื้ออุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือน มากกว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 30,000 บาท โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 772.104 ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 50,000 บาท กับผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนสูงกว่า 50,000 บาทขึ้นไป โดยผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน สูงกว่า 50,000 บาทขึ้นไปมีพฤติกรรมในเรื่องค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการซื้ออุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือน มากกว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 50,000 บาท โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 685.049

ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีพฤติกรรมในการใช้ซื้ออุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 เรื่องความถี่ในการใช้แอปพลิเคชัน หมอชนะ ไทยชนะ เมื่อเดินทางไปในพื้นที่หรืออาคารสาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ แตกต่างกันอย่างนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีความแตกต่างกัน 1 คู่ คือผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท กับผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 50,000 บาท โดยผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 50,000 บาท มีพฤติกรรมในเรื่องความถี่ในการใช้แอปพลิเคชัน หมอชนะ ไทยชนะ เมื่อเดินทางไปในพื้นที่หรืออาคารสาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ มากกว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.285

สมมติฐานที่ 2 ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคโควิด-19 มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้ซื้ออุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ผลทดสอบสมมติฐานพบว่า

ด้านการใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ ในช่วงที่มีโรคโควิด-19 ระบาด

ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคโควิด-19 ด้านความรู้ทั่วไป และด้านความรู้ในการเลือกใช้อุปกรณ์ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ด้านการทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์

ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคโควิด-19 ด้านความรู้ทั่วไปมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

อย่างไรก็ตามความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคโควิด-19 ด้านความรู้ในการเลือกใช้อุปกรณ์ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์ โดยไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านการติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19

ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคโควิด-19 ด้านความรู้ทั่วไป และด้านความรู้ในการเลือกใช้อุปกรณ์ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ โดยไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการซื้ออุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือน

ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคโควิด-19 ด้านความรู้ในการเลือกใช้อุปกรณ์ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการซื้ออุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

อย่างไรก็ตามความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคโควิด-19 ด้านความรู้ทั่วไปไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการซื้ออุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือน โดยไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านจำนวนครั้งที่มีการพูดคุยเกี่ยวกับข้อมูลโรคโควิด-19 ต่อสัปดาห์

ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคโควิด-19 ด้านความรู้ทั่วไป และ ด้านความรู้ในการเลือกใช้อุปกรณ์ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในด้านจำนวนครั้งที่มีการพูดคุยเกี่ยวกับข้อมูลโรคโควิด-19 ต่อสัปดาห์ โดยไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านความถี่ในการทำความสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจจะนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะครั้งต่อสัปดาห์

ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคโควิด-19 ด้านความรู้ทั่วไป และ ด้านความรู้ในการเลือกใช้อุปกรณ์ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการซื้ออุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือน โดยไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านความถี่ในการใช้แอลกอฮอล์ล้างมือขณะ เมื่อเดินทางไปในพื้นที่หรืออาคารสาธารณะครั้งต่อสัปดาห์

ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคโควิด-19 ด้านความรู้ทั่วไป มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในด้านความถี่ในการใช้แอลกอฮอล์ล้างมือขณะ เมื่อเดินทางไปในพื้นที่หรืออาคารสาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อย่างไรก็ตามความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคโควิด-19 ด้านความรู้ในการเลือกใช้อุปกรณ์มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในด้านความถี่ในการใช้แอลกอฮอล์ล้างมือขณะ เมื่อเดินทางไปในพื้นที่หรืออาคารสาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ โดยไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 3 ความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคโควิด-19 มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

ด้านการใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ ในช่วงที่มีโรคโควิด-19 ระบาด

ความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคโควิด-19 มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ด้านการทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์

ความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคโควิด-19 มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์ โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ด้านการติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19

ความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคโควิด-19 มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการซื้ออุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือน

ความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคโควิด-19 มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการซื้ออุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือน โดยไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านจำนวนครั้งที่มีการพูดคุยเกี่ยวกับข้อมูลโรคโควิด-19 ต่อสัปดาห์

ความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคโควิด-19 มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในด้านจำนวนครั้งที่มีการพูดคุยเกี่ยวกับข้อมูลโรคโควิด-19 ต่อสัปดาห์ โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านความถี่ในการทำความสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจจะนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะครั้งต่อสัปดาห์

ความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคโควิด-19 มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในด้านความถี่ในการทำความสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจจะนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ โดยไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านความถี่ในการใช้แอลกอฮอล์เช็ดมือขณะ ไทยชนะ เมื่อเดินทางไปในพื้นที่หรืออาคารสาธารณะครั้งต่อสัปดาห์

ความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคโควิด-19 มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในด้านความถี่ในการใช้แอลกอฮอล์เช็ดมือขณะ ไทยชนะ เมื่อเดินทางไปในพื้นที่หรืออาคารสาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ โดยไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 4 รูปแบบการดำเนินชีวิต มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

ด้านการใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ ในช่วงที่มีโรคโควิด-19 ระบาด

รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคนในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องใ้หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

อย่างไรก็ตามรูปแบบการดำเนินชีวิตด้าน ด้านกิจกรรม และด้านความสนใจ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคนในกรุงเทพมหานคร โดยไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านการทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์

รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ และด้านความคิดเห็น มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคนในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์ โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

อย่างไรก็ตามรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านกิจกรรม มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคนในกรุงเทพมหานคร โดยไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านการติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19

รูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความสนใจ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคนในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องใ้หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

อย่างไรก็ตามรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม และด้านความเห็นมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคนในกรุงเทพมหานคร โดยไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการซื้ออุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือน

รูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านกิจกรรม ด้านความสนใจ และด้านความคิดเห็น มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคนในกรุงเทพมหานคร ในด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการซื้ออุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือน โดยไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านจำนวนครั้งที่มีการพูดคุยเกี่ยวกับข้อมูลโรคโควิด-19 ต่อสัปดาห์

รูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านกิจกรรม ด้านความสนใจ และด้านความคิดเห็น มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของ

ผู้บริโภคนในกรุงเทพมหานคร ในด้านจำนวนครั้งที่มีการพูดคุยเกี่ยวกับข้อมูลโรคโควิด-19 ต่อสัปดาห์ โดยไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านความถี่ในการทำความสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะครั้งต่อสัปดาห์

รูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านกิจกรรม และด้านความสนใจ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคนในกรุงเทพมหานคร ในด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการซื้ออุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือน โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

อย่างไรก็ตามรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความคิดเห็น มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการซื้ออุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือน โดยไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านความถี่ในการใช้แอลกอฮอล์ หอมชนะ ไทยชนะ เมื่อเดินทางไปในพื้นที่หรืออาคารสาธารณะครั้งต่อสัปดาห์

รูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความสนใจ และด้านความเห็น มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคนในกรุงเทพมหานคร ในด้านความถี่ในการใช้แอลกอฮอล์ หอมชนะ ไทยชนะ เมื่อเดินทางไปในพื้นที่หรืออาคารสาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

อย่างไรก็ตามรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านกิจกรรม มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในด้านความถี่ในการใช้แอลกอฮอล์ หอมชนะ ไทยชนะ เมื่อเดินทางไปในพื้นที่หรืออาคารสาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ โดยไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการศึกษาวิจัยด้านพฤติกรรมการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อ และแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด 19 ของผู้บริโภคนในเขตกรุงเทพมหานคร อภิปรายได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะประชากรศาสตร์แตกต่างกันมีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 แตกต่างกัน

1. เพศ ผู้บริโภคเพศแตกต่างกันมีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 แตกต่างกัน พบว่าผู้บริโภคเพศหญิงมีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ในเรื่องการใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ และความถี่ในการทำความสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจนำไป

วางตามพื้นที่สาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ มากกว่า เนื่องจากความเคร่งครัดในการดูแลสุขอนามัย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุภาภรณ์ วงธิ (2564) ทำการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรม การป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน จังหวัดสุโขทัย ผลการวิจัยพบว่าเพศหญิงมีพฤติกรรมในการป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ดีกว่าเพศชาย

2. อายุ ผู้บริโภคอายุแตกต่างกันมีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 แตกต่างกัน พบว่าผู้บริโภคที่มีอายุ 36 ปีขึ้นไป มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 มากที่สุด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ มีประสบการณ์ในการดูแลตนเองทางด้านสุขภาพมากกว่า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วรณัฐ ยิ้มพิงเฟื่อง (2548) ทำการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการป้องกันโรคไข้เลือดออกของประชาชนในจังหวัดนนทบุรี ผลการวิจัยพบว่าประชาชนที่มีอายุ 41-60 ปี และอายุ 61 ปีขึ้นไป มีพฤติกรรมในการป้องกันโรคไข้เลือดออกดีกว่าประชาชนในจังหวัดนนทบุรี ที่มีอายุ 15-20 ปี

3. สถานภาพ ผู้บริโภคสถานภาพแตกต่างกันมีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 แตกต่างกัน โดยผู้บริโภคสถานภาพสมรส / หย่าร้าง / แยกกันอยู่ / หม้าย มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ด้านการใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ การทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์ ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการซื้ออุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือน และจำนวนครั้งที่มีการพูดคุยเกี่ยวกับข้อมูลโรคโควิด-19 ต่อสัปดาห์มากกว่า เนื่องจากโดยผู้บริโภคสถานภาพสมรส / หย่าร้าง / แยกกันอยู่ / หม้าย ซึ่งอยู่ในสถานะแต่งงาน หรือเคยผ่านชีวิตแต่งงานมักให้ความสำคัญกับครอบครัว รวมถึงด้านสุขภาพ จึงทำให้มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ที่มากกว่า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชาคริต หนูหนู (2552) ทำการวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมในการป้องกันโรคไข้เลือดออกของประชาชนในเขตอำเภอเลาขวัญ จังหวัดกาญจนบุรี ผลการวิจัยพบว่าสถานะคู่ และหย่าร้าง/ แยกกันอยู่ มีผลต่อพฤติกรรมในการป้องกันโรคไข้เลือดออกของประชาชนในระดับสูง

4. ระดับการศึกษา ผู้บริโภคระดับการศึกษาแตกต่างกันมีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 แตกต่างกัน พบว่าผู้บริโภคระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีมีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 มากที่สุดในเรื่องใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ ทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์ ติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19 ความถี่ในการทำมาสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจจะนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะครั้งต่อ

ส์ปดาห์ ความถี่ในการใช้แอปพลิเคชัน หมอชนะ ไทยชนะ เมื่อเดินทางไปในพื้นที่หรืออาคารสาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ เนื่องจาก การศึกษาระดับที่สูงขึ้น ทำให้สามารถ เข้าถึงแหล่งข้อมูลและวิเคราะห์ความถูกต้องได้มากขึ้น จึงทำให้มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ที่มากกว่า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ทวีศักดิ์ กสิผล (2541) ทำการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการป้องกันโรคอุจจาระร่วงอย่างแรงของประชาชนในจังหวัดชลบุรี ผลการวิจัยพบว่าผู้ที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีการปฏิบัติเกี่ยวกับการป้องกันโรคอุจจาระร่วงอย่างแรงแตกต่างกัน

5. อาชีพ ผู้บริโภคอาชีพแตกต่างกันมีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 แตกต่างกัน พบว่าผู้บริโภคอาชีพเจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว /อื่น ๆ มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 มากที่สุดในเรื่องใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ ทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์ จำนวนครั้งที่มีการพูดคุยเกี่ยวกับข้อมูลโรคโควิด-19 ต่อสัปดาห์ ความถี่ในการทำ ความสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจจะนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ เนื่องจากอาชีพเจ้าของกิจการหรือธุรกิจส่วนตัว จำเป็นต้องเจอคนที่หลากหลาย และต้องป้องกันความเสี่ยงเกิดการระบาดในสถานที่ประกอบธุรกิจของตนเองด้วย จึงทำให้มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ที่มากกว่า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ทวีศักดิ์ กสิผล (2541) ทำการวิจัยเรื่องพฤติกรรมการป้องกันโรคอุจจาระร่วงอย่างแรงของประชาชนในจังหวัดชลบุรี ผลการวิจัยพบว่าผู้ที่มีอาชีพต่างกันมีการปฏิบัติเกี่ยวกับการป้องกันโรคอุจจาระร่วงอย่างแรงแตกต่างกัน

6. รายได้ต่อเดือน ผู้บริโภครายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 แตกต่างกัน พบว่าผู้บริโภคมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนสูงกว่า 50,000 บาทขึ้นไป มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 มากที่สุดในเรื่องทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์ ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการซื้ออุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือน เนื่องจากเมื่อมีรายได้ที่สูงจะส่งผลต่ออำนาจในการซื้อสูง นำมาซึ่งการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ที่มากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กชกร สมมั่ง (2557) เรื่องปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการป้องกันโรคไข้หวัดใหญ่ของผู้รับบริการงานผู้ป่วยนอก โรงพยาบาลพระนารายณ์มหาราช ผลการวิจัยพบว่ารายได้มีผลต่อพฤติกรรมการป้องกันโรคไข้หวัดใหญ่

สมมติฐานที่ 2 ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคโควิด-19 มีอิทธิพลกับพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร โดยผลการวิจัยพบว่า ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคโควิด-19 ด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคโควิด-19 มีอิทธิพลต่อการใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ การทำความสะอาดมือด้วยสบู่หรือแอลกอฮอล์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และความถี่ในการใช้แอลกอฮอล์เช็ดมือ หอมขมิ้น ไทยชนะ เมื่อเดินทางไปในพื้นที่หรืออาคารสาธารณะ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคโควิด-19 ด้านความรู้ในการเลือกใช้อุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 มีอิทธิพลต่อการใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ และค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการใช้อุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน เนื่องมาจากหากมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคโควิด-19 มากขึ้น จะทำให้ทราบถึงปัจจัยเสี่ยง และผลที่เกิดขึ้นเมื่อมีการติดเชื้อ จึงส่งผลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคที่เพิ่มขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (ธานี กล่อมใจ et al., 2563) ได้ศึกษาเรื่องความรู้และพฤติกรรมของประชาชนในเรื่องการป้องกันตนเองจากการติดเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019 (COVID-19) ผลการวิจัยพบว่าความรู้เกี่ยวกับพฤติกรรมการป้องกันตนเองจากการติดเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019 พบว่ามีความสัมพันธ์ทางบวกอยู่ในระดับปานกลาง

สมมติฐานที่ 3 ความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคโควิด-19 มีอิทธิพลกับพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร โดยผลการวิจัยพบว่าความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคโควิด-19 มีอิทธิพลต่อการใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ ทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์ ติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19 และ จำนวนครั้งที่มีการพูดคุยเกี่ยวกับข้อมูลโรคโควิด-19 ต่อสัปดาห์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน เนื่องมาจากการมีความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคโควิด-19 ที่มากขึ้น ส่งผลต่อการรับรู้ถึงผลกระทบของโรคโควิด-19 ที่อาจเกิดขึ้นกับทั้งตนเอง บุคคลรอบข้าง และสังคม รวมถึงรับรู้ถึงพฤติกรรมของบุคคล ส่งผลต่อสถานการณ์การระบาดของโรคโควิด-19 จึงส่งผลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ที่เพิ่มขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับ (Breckler, 1986) ที่กล่าวไว้ว่าการจะให้บุคคลมีพฤติกรรมในทิศทางที่พึงปรารถนานั้นจำเป็นต้องให้บุคคลเกิดความตระหนักต่อตนเองและสังคม ซึ่งบุคคลจะเกิดความตระหนักได้ก็ต้องมีการรับรู้สิ่งนั้น

สมมติฐานที่ 4 รูปแบบการดำเนินชีวิตมีอิทธิพลกับพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกัน การติดเชื้อแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ที่แตกต่างกันของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร โดย ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม มีอิทธิพลต่อความถี่ในการทำความสะอาด เครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจจะนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ เนื่องจากผู้บริโภคที่มี รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมที่ให้ความสำคัญต่อการดูแลสุขภาพ และการเลือกรับประทาน อาหารที่มีประโยชน์ที่สูง ทำให้มีความถี่ในการทำความสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่ อาจจะนำไป วางตามพื้นที่สาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ เนื่องจากเป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการป้องกันส่งเสริม สุขภาพที่มากกว่า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน ส่วนรูปแบบ การดำเนินชีวิตด้านความสนใจ มีอิทธิพลต่อการทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือ แอลกอฮอล์ การติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19 ความถี่ในการทำความสะอาด เครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจจะนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ และความถี่ใน การใช้แอปพลิเคชัน หมอชนะ ไทยชนะ เมื่อเดินทางไปในพื้นที่หรืออาคารสาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ เนื่องจากผู้บริโภคที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจมากกว่า จะมีความใส่ใจในด้านการ ดูแลสุขภาพทั้งของตนเองและบุคคลรอบตัว รวมถึงการติดตามข่าวสาร พุดคุย หาข้อมูลทางด้านการ ดูแลสุขภาพ จึงทำให้มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อแพร่กระจายเชื้อโรคโค วิด-19 ที่มากกว่า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน และรูปแบบ การดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นมีอิทธิพลต่อ การใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่ สาธารณะ การทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์ และความถี่ในการใช้ แอปพลิเคชัน หมอชนะ ไทยชนะ เมื่อเดินทางไปในพื้นที่หรืออาคารสาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ อย่าง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานเนื่องจากผู้บริโภคที่มีรูปแบบการ ดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นมากกว่า จะให้ความสำคัญการดูแลสุขภาพเพื่อป้องกันความเจ็บป่วย มีแนวทางในการดำเนินชีวิตที่ส่งเสริมสุขภาพที่มากกว่า จึงทำให้มีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ ป้องกันการติดเชื้อแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ที่มากกว่า ซึ่งสอดคล้องกับ (Hawkins, 1998) ที่ กล่าวไว้ว่ารูปแบบการดำเนินชีวิตด้าน กิจกรรม ความสนใจ ความชอบ/ไม่ชอบ ทักษะ ทักษะ ความ คาดหวัง ความรู้สึก มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค

เนื่องจากผู้วิจัยทำการศึกษาเพิ่มเติม โดยเปรียบเทียบอิทธิพลของปัจจัยอิสระต่อ พฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคใน กรุงเทพมหานคร สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

ด้านการใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ ในช่วงที่มี โรคโควิด-19 ระบาด

ความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคโควิด 19 มีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในเรื่องใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ มากที่สุด ตามด้วย ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับโรคโควิด-19 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความเห็น และความรู้ในการเลือกใช้อุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19

ด้านทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์

ความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคโควิด 19 มีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในเรื่องทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์มากที่สุด ตามด้วย และความรู้ในการเลือกใช้อุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 0.05 ตามลำดับ

ด้านติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19

ความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคโควิด 19 มีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในเรื่องติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19 มากที่สุด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ตามด้วย ความรู้ในการเลือกใช้อุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 และ รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 0.05 ตามลำดับ ส่วนรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความเห็นมีอิทธิพลเชิงลบต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในเรื่องติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19 มากที่สุด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ตามด้วยความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับโรคโควิด-19 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการซื้ออุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือน

รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในเรื่องด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการซื้ออุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 บาทต่อเดือน ตามด้วย ความรู้ในการเลือกใช้อุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ด้านจำนวนครั้งที่มีการพูดคุยเกี่ยวกับข้อมูลโรคโควิด-19 ต่อสัปดาห์

ทุกปัจจัยอิสระมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภคในเรื่องด้านจำนวนครั้งที่มีการพูดคุยเกี่ยวกับข้อมูลโรคโควิด-19 ต่อสัปดาห์ โดยไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านความถี่ในการทำมาสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจจะนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะครั้งต่อสัปดาห์

รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภครายหนึ่งในเรื่องด้านความถี่ในการทำความสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจจะนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วน รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความเห็น มีอิทธิพลเชิงลบต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภครายหนึ่งในเรื่องด้านความถี่ในการทำความสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจจะนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ด้านความถี่ในการใช้อุปกรณ์ป้องกันโรคติดต่อ

รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภครายหนึ่งในเรื่องด้านความถี่ในการใช้อุปกรณ์ป้องกันโรคติดต่อมากที่สุด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ตามด้วย ความรู้ในการเลือกใช้อุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วน รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความเห็น มีอิทธิพลเชิงลบต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภครายหนึ่งในเรื่องด้านความถี่ในการทำความสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจจะนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะครั้งต่อสัปดาห์ มากที่สุด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ตามด้วย ความรู้ในการเลือกใช้อุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย

จากผลการวิเคราะห์พฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ของผู้บริโภครายหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานครมีข้อเสนอแนะดังนี้

ด้านประชากรศาสตร์

หากผู้ประกอบการต้องการคิดค้นและปรับปรุงผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มความหลากหลาย และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการคิดค้นผลิตภัณฑ์เฉพาะกลุ่ม เช่น ผลิตภัณฑ์สำหรับผู้บริโภคเฉพาะกลุ่ม เช่น กลุ่มผู้บริโภครายที่มีครอบครัว กลุ่มผู้บริโภครายที่เป็นเจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว หรือ กลุ่มผู้บริโภครายได้สูง เป็นต้น ซึ่งจากผลการวิจัยพบว่า กลุ่มผู้บริโภครายเหล่านี้ มีพฤติกรรมที่มีใช้จ่ายสำหรับอุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 ต่อเดือนที่สูง

ด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคโควิด-19

ผู้ประกอบการควรผลิตสื่อในการให้ความรู้แก่ผู้บริโภค ทั้งในแง่การให้ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับโรคโควิด-19 และ ความรู้ในการเลือกใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 โดยเน้นการผลิตสื่อที่มีเนื้อหาที่ให้ความรู้ที่สามารถทำความเข้าใจได้ง่าย ไม่ซับซ้อน มีการยกตัวอย่างข้อมูลที่ต้องการและไม่ต้องการ เพื่อช่วยเพิ่มจำนวนผู้บริโภคที่สามารถประเมินและวิเคราะห์ความถูกต้องของข้อมูลเป็นวงกว้างมากขึ้น ซึ่งจากผลการวิจัยพบว่าหากยังมีความรู้ที่มากขึ้นยิ่งทำให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ทั้งหน้ากากอนามัยและผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดมือที่มากขึ้น โดยเฉพาะหากต้องการนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและราคาสูง ควรเน้นให้ความรู้ในการเลือกใช้อุปกรณ์ป้องกัน เช่นการเลือกประเภทหน้ากากให้เหมาะสมกับสถานที่และกิจกรรม เนื่องจากส่งผลต่อพฤติกรรมมีค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการซื้ออุปกรณ์ป้องกันที่สูงขึ้น

ด้านความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคโควิด-19

ผู้ประกอบการควรมีการผลิตสื่อที่สร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคโควิด-19 แก่ผู้บริโภค ในแง่ผลกระทบจากการดูแลสุขอนามัยของมือ การใส่หน้ากากอนามัยในที่สาธารณะ ต่อตนเอง บุคคลรอบข้าง และสังคม เพื่อส่งเสริมให้ผู้บริโภคมีการพฤติกรรมการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 ที่สูงขึ้น

รูปแบบการดำเนินชีวิต

ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญการสื่อสารกลุ่มเป้าหมายที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีความสนใจดูแลสุขภาพ สนใจแนวทางการปฏิบัติตนให้สุขภาพแข็งแรงห่างไกลจากโรคและภาวะความเจ็บป่วย ซึ่งจากผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีความสนใจดูแลสุขภาพ มีพฤติกรรมที่มีค่าใช้จ่ายสำหรับอุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19 ต่อเดือนที่สูง

ข้อเสนอแนะในงานวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการวิจัยในกลุ่มเป้าหมายที่กว้างขึ้น ในแง่พื้นที่อาศัย เนื่องจากพื้นที่อาศัยที่แตกต่างกันอาจส่งผลต่อพฤติกรรมที่ต่างกัน ซึ่งจะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถนำข้อมูลไปวางแผนการตลาด กำหนดรูปแบบการสื่อสาร ได้เหมาะสมและแม่นยำมากยิ่งขึ้น
2. ควรศึกษาพฤติกรรมในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์โดยมีการเปรียบเทียบในแต่ละยี่ห้อในด้านลักษณะผลิตภัณฑ์ ว่าผู้บริโภคมีความต้องการและนิยมผลิตภัณฑ์ลักษณะใด เพื่อนำข้อมูลไปใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้น
3. ควรมีการศึกษาปัจจัยด้านอื่นๆ ที่อาจมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์

ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 เช่น นโยบายของภาครัฐ รูปแบบการทำงาน เพื่อได้ทราบถึงปัจจัยที่อาจมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อ ได้ครอบคลุมมากขึ้น ซึ่งจะส่งผลต่อการกำหนดกลยุทธ์แผนการตลาด และการสื่อสารที่เหมาะสมมากยิ่งขึ้น



บรรณานุกรม

- Breckler, S. J. (1986). *Attitude Structure and Function*. New Jersey: LAWRENCE ERIBAUM ASSOCIATES.
- Good, C. V. (1973). *Dictionary of Education*. New York: McGraw – Hill Book Company.
- Goodwin, R., Haque, S., Neto, F., & Myers, L. B. (2009). Initial psychological responses to Influenza A, H1N1 ("Swine flu"). *BMC Infectious Diseases*, 9:166.
- Hawkins, D. (1998). *Consumer behaviour : implications for marketing strategy*: Sydney : Irwin.
- Kotler, P. (2000). *Marketing management* (10th ed). New Jersey: Prentice-Hall, Inc.
- Kotler, P. (2003). *Marketing management* (11th ed.). New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Marketing management* (13th ed.). New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Laato, S., Islam, A. K. M. N., Farooq, A., & Dhir, A. (2020). Unusual purchasing behavior during the early stages of the COVID-19 pandemic: The stimulus-organism-response approach. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 57, 102224.
- Plummer, J. T. (1974). The Concept and Application of Life Style Segmentation. *Journal of Marketing*, 38(1), 33.
- Worldometers. (2020). COVID-19 CORONAVIRUS PANDEMIC. สืบค้นเมื่อ 21 ธันวาคม 2563. จาก <https://www.worldometers.info/coronavirus/>
- เดือนจิตต์ จิตต์อารี. (2542). วิจัยธุรกิจ. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ.
- กชกร สมมั่ง. (2557). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการป้องกันโรคไข้หวัดใหญ่ของผู้รับบริการงานผู้ป่วยนอก โรงพยาบาลพระนารายณ์มหาราช. *วารสารสุขศึกษา*, 37(126), 8-21.
- กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข. (2563). ข้อมูลสำหรับการป้องกันตนเองจากไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019. สืบค้นเมื่อ 21 ธันวาคม 2563. จาก <https://ddc.moph.go.th/viralpneumonia/file/introduction/introduction01.pdf>
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2544). การวิเคราะห์สถิติ : สถิติเพื่อการตัดสินใจ (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2545a). การวิเคราะห์สถิติ : สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย (พิมพ์ครั้งที่ 6).

กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2545b). หลักสถิติ (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์

มหาวิทยาลัย.

จรินทร์ ธานีรัตน์. (2517). รวมศัพท์ทางวิชาการการศึกษา จิตวิทยา พลศึกษา กีฬา สุขศึกษาและ

สันตนาการ. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.

จำนง พรายยิ้มแซ. (2531). เทคนิคการวัดและประเมินผลการเรียนรู้กับการสอนซ่อมเสริม (พิมพ์

ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช

ชวาล แพร่ตกุล. (2552). เทคนิคการวัดผล (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ชาคริต หนูนนุ. (2552). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการป้องกันโรคไข้เลือดออกของประชาชนในเขต

อำเภอเลาขวัญ จังหวัดกาญจนบุรี. (ปริญญานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัย

ศิลปากร. (ปริญญานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). สืบค้นจาก

[http://www.sure.su.ac.th/xmlui/bitstream/id/922161f6-ee22-4ec3-a5aa-](http://www.sure.su.ac.th/xmlui/bitstream/id/922161f6-ee22-4ec3-a5aa-9a702186a092/Fulltext.pdf?attempt=2)

[9a702186a092/Fulltext.pdf?attempt=2](http://www.sure.su.ac.th/xmlui/bitstream/id/922161f6-ee22-4ec3-a5aa-9a702186a092/Fulltext.pdf?attempt=2)

ชูศรี วงศ์รัตน์. (2544). เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพฯ: เทพนิมิตรการ

พิมพ์.

ชูศรี วงศ์รัตน์. (2546). เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย (พิมพ์ครั้งที่ 9..): กรุงเทพฯ : ศูนย์หนังสือ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ผู้จัดจำหน่าย.

ชูศรี วงษ์รัตน์. (2541). เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย. กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์

มหาวิทยาลัย.

ดารา ทีปะปาล. (2542). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: สถาบันราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา.

ทองศักดิ์ ประสบกิติคุณ. (2535). การประเมินค่าความตระหนักในปัญหาสิ่งแวดล้อมของนักเรียนชั้น

มัธยมศึกษาปีที่ 3 จังหวัดตราด. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเกษตร

ศาสตร์, กรุงเทพฯ.

ทวีศักดิ์ กสิผล. (2541). พฤติกรรมการป้องกันโรคอุจจาระร่วงอย่างแรงของประชาชนในจังหวัด

ชลบุรี. (ปริญญานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.

(ปริญญานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต).

http://thesis.swu.ac.th/swuthesis/Hea_Ed/Taweesak_K.pdf

http://ils.swu.ac.th:8991/F?func=service&doc_library=SWU01&local_base=SWU01&doc_number=000017733&sequence=000001&line_number=0001&func_code=DB_REC ORDS&service_type=MEDIA

ธานี กล่อมใจ, จรรยา แก้วใจบุญ, & ทักษิภา ชัชวรัตน์. (2563). ความรู้และพฤติกรรมของประชาชน เรื่องการป้องกันตนเองจากการติดเชื้อไวรัสโคโรนา สายพันธุ์ใหม่ 2019. วารสารการพยาบาล การสาธารณสุขและการศึกษา, 2.

นฤกฤต วันตะเมธ. (2555). การสื่อสารการตลาด. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
ประพล มลิทินจินดา. (2542). ความตระหนักของปัญหาสิ่งแวดล้อมของสมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบลในจังหวัดเพชรบุรี. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพฯ.

ประภาเพ็ญ สุวรรณ. (2520). ทศนคติ : การวัด การเปลี่ยนแปลง และพฤติกรรมอนามัย. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.

วรณัฐ ยิ้มพุ่มเฟื่อง. (2548). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการป้องกันโรคไข้เลือดออกของประชาชน ในจังหวัดนนทบุรี. วิทยานิพนธ์ (วท.ม. (สุขศึกษา)) -- มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2548. [http://thesis.swu.ac.th/swuthesis/Hea_Ed\(M.S.\)/Woranut_Y.pdf](http://thesis.swu.ac.th/swuthesis/Hea_Ed(M.S.)/Woranut_Y.pdf)

http://ils.swu.ac.th:8991/F?func=service&doc_library=SWU01&local_base=SWU01&doc_number=000096041&sequence=000001&line_number=0001&func_code=DB_REC ORDS&service_type=MEDIA

วิเชียร เกตุสิงห์. (2543). สถิติวิเคราะห์สำหรับงานวิจัย. กรุงเทพฯ: เจริญผล.

วิชัย วงษ์ใหญ่. (2523). พัฒนาหลักสูตรและการสอนมิติใหม่ (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์รุ่งเรืองธรรม.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2550). พฤติกรรมผู้บริโภค (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: ธีระฟิล์ม และไซเท็กซ์.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2546). การบริหารการตลาดยุคใหม่ (ฉบับปรับปรุง). กรุงเทพฯ: Diamond in Business World.

ศุภร เสรีรัตน์. (2544). พฤติกรรมผู้บริโภค (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: เอ.อาร์ บีซิเนส เพรส.

สมาคมโรคติดเชื้อแห่งประเทศไทย. (2020). คำแนะนำสำหรับประชาชนในสถานการณ์การระบาดของโรคไวรัสโคโรนา-19 (Coronavirus disease-19, COVID-19). สืบค้นเมื่อ 21 ธันวาคม 2563. จาก <https://www.idthai.org/Contents/Views/?d=pP3Ll6711!639!kexsdwY2>

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา. (2563). ผลิตภัณฑ์เจลแอลกอฮอล์มือ. สืบค้นเมื่อ 21 ธันวาคม 2563. จาก

<https://oryor.com/%E0%B8%AD%E0%B8%A2/infographic/detail/73/1786>

สุภาภรณ์ วงธิ. (2564). ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน จังหวัดสุโขทัย. (ปริญญาานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (Master's thesis)). มหาวิทยาลัยนเรศวร. (ปริญญาานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (Master's thesis)). สืบค้นจาก

<http://nuir.lib.nu.ac.th/dspace/bitstream/123456789/3227/3/62060668.pdf>

องค์การอนามัยโลก. (2020). โรคโควิด 19 คืออะไร. สืบค้นเมื่อ 21 ธันวาคม 2563. จาก

https://www.who.int/docs/default-source/searo/thailand/update-28-covid-19-what-we-know---june2020---thai.pdf?sfvrsn=724d2ce3_0

องค์การอนามัยโลกประจำประเทศไทย. (2563). คำแนะนำการใช้หน้ากากอนามัยในบริบทของโรคโควิด 19. สืบค้นเมื่อ 21 ธันวาคม 2563. จาก [https://www.who.int/docs/default-source/searo/thailand/who-2019-ncov-ipc-masks-2020-4-](https://www.who.int/docs/default-source/searo/thailand/who-2019-ncov-ipc-masks-2020-4-th.pdf?sfvrsn=61f46597_2)

[th.pdf?sfvrsn=61f46597_2](https://www.who.int/docs/default-source/searo/thailand/who-2019-ncov-ipc-masks-2020-4-th.pdf?sfvrsn=61f46597_2)

อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2539). พฤติกรรมผู้บริโภค (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2543). พฤติกรรมผู้บริโภค (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.



แบบสอบถามเพื่อการวิจัย เรื่องพฤติกรรมการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและ แพร่กระจายเชื้อโรคโควิด 19 ของผู้บริหารในเขตกรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลในการทำสารนิพนธ์ของนักศึกษาปริญญาโท ตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจเพื่อสังคมสาขาวิชาการจัดการมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด 19 ของผู้บริหารในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งแบบสอบถามฉบับนี้ประกอบด้วย 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคโควิด-19

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับความรู้ความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคโควิด-19

ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต

ส่วนที่ 5 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19

ข้อมูลที่ท่านได้ตอบในแบบสอบถามนี้จะถูกเก็บเป็นความลับและจะนำไปใช้ประโยชน์เพื่อการศึกษาในเรื่องนี้เท่านั้น ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงที่ท่านได้สละเวลาในการตอบแบบสอบถามในครั้งนี้

.....
อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด-19 หมายถึง อุปกรณ์ที่ใช้ในการ

รักษาสุขอนามัยของมือ รวมถึงหน้ากากสำหรับสวมบนใบหน้าเพื่อลดการแพร่ของฝอยละอองจากผู้ใส่ไม่ให้ออกไปยังผู้อื่นหรือสภาวะแวดล้อม นอกจากนี้ยังป้องกันผู้ใส่จากการติดเชื้อไวรัสจากผู้อื่นด้วย

ส่วนที่ 1

คำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ที่ตรงกับข้อมูลของท่านเพียงคำตอบเดียว

1. เพศ
 - ชาย หญิง
2. อายุ
 - อายุ 18 - 23 ปี
 - อายุ 24 - 29 ปี
 - อายุ 30 - 35 ปี
 - อายุ 36 ปีขึ้นไป
3. สถานภาพสมรส
 - โสด
 - สมรส
 - หย่าร้าง / แยกกันอยู่ / หม้าย
4. ระดับการศึกษาสูงสุด
 - ต่ำกว่าปริญญาตรี
 - ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า
 - สูงกว่าปริญญาตรี
5. อาชีพ
 - นักเรียน/นักศึกษา
 - ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ
 - พนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง
 - เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว
 - อื่นๆ โปรดระบุ.....
6. รายได้ต่อเดือน
 - ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท
 - 10,001 - 30,000 บาท
 - 30,001 - 50,000 บาท
 - สูงกว่า 50,000 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2

คำถามเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคโควิด-19

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ลงในช่อง ที่ตรงกับระดับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคโควิด-19	ใช่	ไม่ใช่
ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับโรคโควิด-19		
1. โรคโควิด 2019 เป็นโรคทางระบบทางเดินหายใจ		
2. โรคโควิด 2019 ส่วนใหญ่มักพบในผู้สูงอายุ (อายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป)		
3. ความเสี่ยงการติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 เกิดได้จากการหายใจเอาฝอยละอองเข้าไปจากผู้ป่วย และการสัมผัสสิ่งของที่แปดเปื้อนเชื้อ		
4. การติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ผู้ป่วยมักแสดงอาการภายใน 14 วัน		
5. อาการที่พบบ่อยของโรคโควิด 2019 คือ ไข้ ไอ อ่อนเพลีย หายใจลำบาก		
6. ผู้ที่ติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 แต่ไม่แสดงอาการ จะไม่สามารถแพร่กระจายเชื้อให้ผู้อื่นได้		
7. การกินฟ้าทะลายโจรช่วยป้องกันการติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ได้		
ความรู้ในการเลือกใช้อุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19		
1. การทำความสะอาดมือด้วยแอลกอฮอล์ที่มีความเข้มข้น 100% v/v เป็นความเข้มข้นที่มีประสิทธิภาพในการฆ่าเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ดีที่สุด		
2. การล้างมือด้วยสบู่ โดยฟอกมือเป็นเวลาอย่างน้อย 20 วินาที สามารถกำจัดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ได้		
3. การดื่มวอดก้า (Vodka) มีปริมาณแอลกอฮอล์ 70% สามารถกำจัดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ได้		

4. การใส่หน้ากากเฟซชิลด์ป้องกันละอองเชื้อโรค (Face shield) อย่างเดียวไม่เพียงพอต่อการป้องกันการติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019		
5. การใส่หน้ากากอนามัยแบบผ้า ไม่จำเป็นต้องเปลี่ยนหน้ากากทุกวัน		
6. ประชาชนทั่วไปควรใส่หน้ากากประเภท N95 ในขณะที่อยู่ในพื้นที่สาธารณะที่มีคนจำนวนมาก		
7. ผู้ที่อายุ 60 ปีขึ้นไป หรือผู้ที่มีโรคประจำตัวเช่น โรคเบาหวาน โรคความดัน โรคปอด โรคมะเร็ง ควรใส่หน้ากากอนามัยทางการแพทย์แบบกรอง 3 ชั้น (medical mask) เพื่อป้องกันการติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019		

ส่วนที่ 3

คำถามเกี่ยวกับความตระหนักรู้เกี่ยวกับโรคโควิด 19

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ลงในช่อง ที่ตรงกับระดับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ข้อความ	เห็นด้วยมากที่สุด	เห็นด้วยมาก	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยน้อย	เห็นด้วยน้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
1. ท่านรักษาสุขอนามัยของมือ และใส่หน้ากากอนามัยเมื่ออยู่ร่วมกับกลุ่มคน ในช่วงที่มีการระบาดของโรคโควิด-19					
2. ท่านมีความกังวลเมื่อพบบุคคลที่ไม่ใส่หน้ากากอนามัยในที่สาธารณะ ในช่วงที่มีการระบาดของโรคโควิด-19					
3. ท่านคิดว่าการทำให้การระบาดของโรคโควิด-19 สามารถควบคุมได้ จำเป็นต้องได้รับความร่วมมือจากทั้ง					

ภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน					
4. ท่านติดตามข้อมูลคำแนะนำของศูนย์บริหารสถานการณ์โควิด-19 (ศบค.) อยู่เสมอ					
5. ท่านคิดว่ามีความจำเป็นในการเลือกประเภทของหน้ากากให้เหมาะสมกับสถานที่ สถานการณ์ และ กิจกรรม ในช่วงที่มีการระบาดของโรคโควิด-19					
6. ท่านคิดว่าแอลกอฮอล์ล้างมือแต่ละตราสินค้ามีคุณสมบัติที่ไม่เหมือนกัน จำเป็นต้องพิจารณาให้ละเอียดและรอบคอบ					
7. ท่านยินดีปรับเปลี่ยนแนวทางการใช้ชีวิตประจำวันหากมีส่วนช่วยให้สถานการณ์การระบาดของโรคโควิด-19 มีแนวโน้มที่ดีขึ้น					

ส่วนที่ 4

คำถามเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ลงในช่อง ที่ตรงกับระดับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ด้านกิจกรรม	ทำเป็นประจำ	ทำบ่อยครั้ง	ทำบ้างไม่ทำบ้าง	ทำนานๆ ครั้ง	ไม่ทำเลย
	5	4	3	2	1
1. ท่านเลือกรับประทานอาหารที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพ					

2. ท่านออกกำลังกาย					
3. ท่านนอนอย่างน้อยวันละ 8 ชั่วโมง					
4. ท่านตรวจสุขภาพอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง					
5. หาข้อมูลที่ต้องการจาก internet และ social network					
6. ความถี่ของการเดินทางไปแหล่งซื้ออุปโภคบริโภคหรือห้างสรรพสินค้า					

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ลงในช่อง ที่ตรงกับระดับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ด้านความสนใจ	สนใจมากที่สุด	สนใจมาก	เฉยๆ	สนใจน้อย	สนใจน้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
1. ท่านใส่ใจดูแลสุขภาพของตนเอง					
2. ท่านใส่ใจดูแลสุขภาพของสมาชิกในครอบครัว					
3. ท่านหาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสุขภาพอยู่เสมอ					
4. ท่านสนใจแนวทางการปฏิบัติตนให้สุขภาพแข็งแรงห่างไกลจากโรคและภาวะความเจ็บป่วย					
5. ท่านสนใจแลกเปลี่ยนข้อมูลทางด้านสุขภาพกับบุคคลรอบข้าง					
6. ท่านมองหาผลิตภัณฑ์ที่ช่วยเสริมสร้างร่างกายให้แข็งแรง และป้องกันภาวะเจ็บป่วย					

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ที่ตรงกับระดับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ด้านความเห็น	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	เฉยๆ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
	5	4	3	2	1
1. ท่านดูแลสุขภาพเพราะต้องการลดโอกาสเกิดการเจ็บป่วย					
2. แนวทางการใช้ชีวิตส่งผลต่อสุขภาพ					
3. ท่านสามารถหาวิธีการดูแลสุขภาพที่น่าเชื่อถือจาก internet ได้ด้วยตัวท่านเอง					
4. ท่านสามารถประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูลการดูแลสุขภาพจาก internet ได้ด้วยตัวท่านเอง					

ส่วนที่ 5

คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด 19

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ที่ตรงกับพฤติกรรมของท่านเพียงคำตอบเดียว

พฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อและแพร่กระจายเชื้อโรคโควิด 19	ทำเป็นประจำ	ทำบ่อยครั้ง	ทำบ้างไม่ทำบ้าง	ทำนานๆครั้ง	ไม่ทำเลย
	5	4	3	2	1

1. ท่านใส่หน้ากากอนามัยบ่อยแค่ไหนเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะในช่วงที่มีโรคโควิด-19 ระบาด					
2. ท่านทำความสะอาดมือด้วยการล้างสบู่หรือแอลกอฮอล์ในช่วงที่มีโรคโควิด-19 ระบาด					
3. ท่านติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการระบาดของโรคโควิด-19					

คำชี้แจง จงตอบคำถามต่อไปนี้ด้วยการระบุตัวเลขหรือเลือกคำตอบที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

4. ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการซื้ออุปกรณ์ป้องกันโรคโควิด-19
บาทต่อเดือน
5. จำนวนครั้งที่ท่านมีการพูดคุยเกี่ยวกับข้อมูลโรคโควิด-19.....
ครั้งต่อสัปดาห์
6. ความถี่ในการทำความสะอาดเครื่องใช้ส่วนบุคคลที่อาจนำไปวางตามพื้นที่สาธารณะ
.....ครั้งต่อสัปดาห์
7. ความถี่ในการใช้แอปพลิเคชัน หมอชนะ ไทยชนะ เมื่อเดินทางไปในพื้นที่หรืออาคารสาธารณะ
.....ครั้งต่อสัปดาห์

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	พลชา รุ่งเรืองไพศาลสุข
วัน เดือน ปี เกิด	16 กรกฎาคม 2528
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร
วุฒิการศึกษา	พ.ศ. 2550 เกษตรศาสตรบัณฑิต จาก มหาวิทยาลัยศิลปากร พ.ศ. 2565 บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการ จากมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

