

บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล



การเสนอรายงานผลการวิจัย "การเปิดรับข่าวสาร ทักษะคิด และการแต่งกายตามแฟชั่นของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร" แบ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับได้ดังนี้

ผลการวิเคราะห์

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น โดยใช้สถิติวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) คือ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยนำเสนอข้อมูลในรูปตารางเพื่ออธิบายข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่าง คือ

1. ข้อมูลด้านลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ เป็นค่าใช้จ่ายต่อเดือน
2. การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับแฟชั่นการแต่งกาย
3. ทักษะคิดเกี่ยวกับแฟชั่นการแต่งกาย
4. การแต่งกายตามแฟชั่น

ตอนที่ 2 การทดสอบสมมติฐานทั้ง 5 ข้อโดยใช้สถิติวิเคราะห์เชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ดังนี้

1. ใช้สถิติ t-test และ One-Way ANOVA เพื่อทดสอบความแตกต่างของกลุ่มตัวอย่างที่จำแนกตามลักษณะทางประชากรกับการเปิดรับข่าวสาร (สมมติฐานข้อที่ 1)
2. ใช้ค่าสหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรคู่ต่าง ๆ ที่ศึกษา (สมมติฐานข้อที่ 2 – 4)
3. ใช้สถิติการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อทดสอบว่าการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับแฟชั่นการแต่งกายสามารถอธิบายการแต่งกายตามแฟชั่นได้ดีที่สุด (สมมติฐานข้อที่ 5)

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น

1.1 ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง

เพศ

ตารางที่ 1

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

| เพศ | จำนวน | ร้อยละ |
|------|-------|--------|
| ชาย | 161 | 40.3 |
| หญิง | 239 | 59.8 |
| รวม | 400 | 100.0 |

จากตารางที่ 1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาในครั้งนี้ทั้งหมด 400 คน ประกอบด้วยเพศชาย ร้อยละ 40.3 และเพศหญิงร้อยละ 59.8

อายุ

ตารางที่ 2

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

| อายุ | จำนวน | ร้อยละ |
|------------|-------|--------|
| 13 – 15 ปี | 64 | 16.0 |
| 16 – 18 ปี | 169 | 42.3 |
| 19 – 21 ปี | 167 | 41.8 |
| รวม | 400 | 100.0 |

จากตารางที่ 2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาครั้งนี้ กลุ่มที่มีจำนวนมากที่สุด คือ กลุ่มช่วงอายุ 16 – 18 ปี คิดเป็นร้อยละ 42.3 รองลงมา คือ ช่วงอายุ 19 – 21 ปี คิดเป็นร้อยละ 41.8 และช่วงอายุที่มีจำนวนน้อยที่สุด คือ ช่วงอายุ 13 – 15 ปี คิดเป็นร้อยละ 16.0

ระดับการศึกษา

ตารางที่ 3

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา

| ระดับการศึกษา | จำนวน | ร้อยละ |
|------------------------|-------|--------|
| มัธยมศึกษาตอนต้น | 50 | 12.5 |
| มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. | 137 | 34.3 |
| ปวส./อนุปริญญา | 22 | 5.5 |
| ปริญญาตรี | 183 | 45.8 |
| อื่นๆ | 8 | 2.0 |
| รวม | 400 | 100.0 |

จากตารางที่ 3 เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามระดับการศึกษา พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มากที่สุด คือจำนวนร้อยละ 45.8 รองลงมาคือ ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. คือร้อยละ 34.3 ระดับมัธยมศึกษาตอนต้นมีจำนวนร้อยละ 12.5 และระดับปวส./อนุปริญญาจำนวนร้อยละ 5.5 ส่วนระดับการศึกษาอื่น ๆ เช่น ปริญญาโท มีจำนวนน้อยที่สุด คือ ร้อยละ 2.0

รายได้

ตารางที่ 4

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

| รายได้ | จำนวน | ร้อยละ |
|-------------------|-------|--------|
| ต่ำกว่า 1,000 บาท | 24 | 6.0 |
| 1,001 - 1,500 บาท | 34 | 8.5 |
| 1,501 - 2,000 บาท | 34 | 8.5 |
| 2,001 - 2,500 บาท | 33 | 8.3 |
| 2,501 - 3,000 บาท | 46 | 11.5 |
| มากกว่า 3,000 บาท | 229 | 57.3 |
| รวม | 400 | 100.0 |

จากตารางที่ 4 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากที่สุดคือ กลุ่มผู้ที่มีรายได้มากกว่า 3,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 57.3 รองลงมา คือ กลุ่มผู้ที่มีรายได้ระหว่าง 2,501 – 3,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 11.5 รองลงมาคือ กลุ่มผู้ที่มีรายได้ 1,001 – 1,500 บาท และ 1,501 – 2,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 8.5 เท่ากัน ส่วนกลุ่มผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า 1,000 บาท เป็นกลุ่มที่มีจำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 6.0

1.2 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับแฟชั่นการแต่งกายจากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ

สื่อมวลชน

ตารางที่ 5

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง
จำแนกตามระดับปริมาณการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ

| ประเภท ของสื่อ | ระดับปริมาณการเปิดรับสื่อ | | | | | รวม | \bar{X} | S.D. | ระดับ การเปิด รับข่าว สาร |
|-------------------|-------------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|-----------------------------------|----------------|-----------|------|------------------------------------|
| | ทุกวัน | สัปดาห์ ละ 5-6 ครั้ง | สัปดาห์ ละ 3-4 ครั้ง | สัปดาห์ ละ 1-2 ครั้ง | นานกว่า นั้น/ไม่ เคยเลย | | | | |
| โทรทัศน์ | 109 (27.3) | 63 (15.8) | 61 (15.3) | 85 (21.3) | 82 (20.5) | 400 (100.0) | 3.08 | 1.51 | ปานกลาง |
| หนังสือ พิมพ์ | 13 (3.3) | 29 (7.3) | 38 (9.5) | 108 (27.0) | 212 (53.0) | 400 (100.0) | 1.81 | 1.08 | ต่ำ |
| | มากกว่า เดือนละ 3 ครั้ง | เดือนละ 3 ครั้ง | เดือนละ 2 ครั้ง | เดือนละ 1 ครั้ง | นานกว่า นั้น/ไม่ เคย เลย | รวม | \bar{X} | S.D. | ระดับการ เปิดรับ ข่าวสาร |
| นิตยสาร | 40 (10.0) | 52 (13.0) | 75 (18.8) | 135 (33.8) | 98 (24.5) | 400 (100.0) | 2.50 | 1.27 | ปานกลาง |
| ภาพยนตร์ | 94 (23.5) | 67 (16.8) | 86 (21.5) | 107 (26.8) | 46 (11.5) | 400 (100.0) | 3.14 | 1.35 | ปานกลาง |

จากตารางที่ 5 พบว่า ส่วนใหญ่ (27.3%) ดูโทรทัศน์เกี่ยวกับแฟชั่นการแต่งกายทุกวัน และค่าเฉลี่ยของวัยรุ่นที่ดูโทรทัศน์ คือ 3.08 ซึ่งจัดเป็นระดับปานกลาง

ส่วนใหญ่ (53.0%) อ่านหนังสือพิมพ์เกี่ยวกับแพ้น้ช้การแต่งกายนานกว่า สัปดาห์ละ 1 – 2 ครั้ง หรือไม่เคยเลยอ่านเลย และค่าเฉลี่ยของวัยรุ่นที่อ่านหนังสือพิมพ์ คือ 1.81 ซึ่งจัดเป็นระดับต่ำ

ส่วนใหญ่ (33.8%) อ่านนิตยสารเกี่ยวกับแพ้น้ช้การแต่งกายสัปดาห์ละ 1 – 2 ครั้ง และค่าเฉลี่ยของวัยรุ่นที่อ่านนิตยสาร คือ 2.50 ซึ่งจัดเป็นระดับปานกลาง

ส่วนใหญ่ (26.8%) ดูภาพยนตร์เกี่ยวกับแพ้น้ช้การแต่งกายสัปดาห์ละ 1 – 2 ครั้ง และค่าเฉลี่ยของวัยรุ่นที่ดูภาพยนตร์ คือ 3.14 ซึ่งจัดเป็นระดับปานกลาง

สื่อบุคคล

ตารางที่ 6

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง

จำแนกตามระดับปริมาณการเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคลประเภทต่าง ๆ

| ประเภทของสื่อ | ระดับปริมาณการเปิดรับสื่อ | | | | | รวม | \bar{X} | S.D. | ระดับการเปิดรับข่าวสาร |
|--|---------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|-----------------------|----------------|-----------|------|------------------------|
| | ทุกวัน | สัปดาห์ละ 5-6 ครั้ง | สัปดาห์ละ 3-4 ครั้ง | สัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง | นานกว่านั้น/ไม่เคยเลย | | | | |
| สมาชิกในครอบครัว,ญาติพี่น้อง | 31 (7.8) | 34 (8.5) | 46 (11.5) | 123 (30.8) | 166 (41.5) | 400 (100.0) | 2.10 | 1.25 | ต่ำ |
| เพื่อนฝูง,เพื่อนร่วมสถานบันศึกษา,เพื่อนร่วมงาน | 91 (22.8) | 79 (19.8) | 77 (19.3) | 91 (22.8) | 62 (15.5) | 400 (100.0) | 3.12 | 1.40 | ปานกลาง |
| เพื่อนบ้าน | 11 (2.8) | 13 (3.3) | 25 (6.3) | 50 (12.5) | 301 (75.3) | 400 (100.0) | 1.46 | 0.95 | ต่ำมาก |
| | มากกว่าเดือนละ 6 ครั้ง | เดือนละ 5-6 ครั้ง | เดือนละ 3-4 ครั้ง | เดือนละ 1-2 ครั้ง | นานกว่านั้น/ไม่เคยเลย | รวม | \bar{X} | S.D. | ระดับการเปิดรับข่าวสาร |
| ผู้จำหน่ายเสื้อผ้า | 22 (5.5) | 25 (6.3) | 43 (10.8) | 130 (32.5) | 180 (45.0) | 400 (100.0) | 1.95 | 1.14 | ต่ำ |
| ผู้ออกแบบเสื้อผ้า | 7 (1.8) | 19 (4.8) | 25 (6.3) | 46 (11.5) | 303 (75.8) | 400 (100.0) | 1.45 | 0.93 | ต่ำมาก |

จากตารางที่ 6 พบว่า ส่วนใหญ่ (41.5%) เปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับแพ้น้้้การแต่งกายจากสมาชิกในครอบครัว,ญาติพี่น้องนานกว่าสัปดาห์ละ 1 – 2 ครั้ง หรือไม่เคยเปิดรับเลย และค่าเฉลี่ยที่เปิดรับจากสื่อดังกล่าว คือ 2.10 ซึ่งจัดเป็นระดับต่ำ

ส่วนใหญ่ (22.8%) เปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับแพ้น้้้การแต่งกายจากเพื่อนฝูง,เพื่อนร่วมสถาบันศึกษา และเพื่อนร่วมงานทุกวัน และสัปดาห์ละ 1 – 2 ครั้ง ในจำนวนที่เท่ากัน และค่าเฉลี่ยของวัยรุ่นที่เปิดรับจากสื่อดังกล่าว คือ 3.12 ซึ่งจัดเป็นระดับปานกลาง

ส่วนใหญ่ (75.3%) เปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับแพ้น้้้การแต่งกายจากเพื่อนบ้านนานกว่าสัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง หรือไม่เคยเปิดรับเลย และค่าเฉลี่ยของวัยรุ่นที่เปิดรับจากสื่อดังกล่าวคือ 1.46 ซึ่งจัดเป็นระดับต่ำมาก

ส่วนใหญ่ (45.0%) เปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับแพ้น้้้การแต่งกายจากผู้จำหน่ายเสื้อผ้าานานกว่าเดือนละ 1 – 2 ครั้ง หรือไม่เคยเปิดรับเลย และค่าเฉลี่ยของวัยรุ่นที่เปิดรับจากสื่อดังกล่าว คือ 1.95 ซึ่งจัดเป็นระดับต่ำ

ส่วนใหญ่ (75.8%) เปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับแพ้น้้้การแต่งกายจากผู้ออกแบบเสื้อผ้าานานกว่าเดือนละ 1 – 2 ครั้ง หรือไม่เคยเปิดรับเลย และค่าเฉลี่ยของวัยรุ่นที่เปิดรับจากสื่อดังกล่าว คือ 1.45 ซึ่งจัดเป็นระดับต่ำมาก

สื่อเฉพาะกิจ

ตารางที่ 7

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง
จำแนกตามระดับการปริมาณเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจประเภทต่าง ๆ

| ประเภทของ สื่อ | ระดับปริมาณการเปิดรับสื่อ | | | | | รวม | \bar{X} | S.D. | ระดับการ เปิดรับข่าว สาร |
|---|-------------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|-------------------------------|----------------|-----------|------|--------------------------------|
| | มากกว่า เดือนละ 3 ครั้ง | เดือน ละ 3 ครั้ง | เดือน ละ 2 ครั้ง | เดือน ละ 1 ครั้ง | นานกว่า นั้น/ไม่ เคยเลย | | | | |
| แผ่นพับ | 6 (1.5) | 16 (4.0) | 37 (9.3) | 103 (25.8) | 238 (59.5) | 400 (100.0) | 1.61 | 0.90 | ต่ำ |
| โปสเตอร์ | 5 (1.3) | 18 (4.5) | 32 (8.0) | 123 (30.8) | 222 (55.5) | 400 (100.0) | 1.65 | 0.90 | ต่ำ |
| ป้ายโฆษณา | 7 (1.8) | 17 (4.3) | 46 (11.5) | 142 (35.5) | 188 (47) | 400 (100.0) | 1.78 | 0.93 | ต่ำ |
| การจัดวาง เสื้อผ้าในห้าง สรรพสินค้า | 64 (16.0) | 71 (17.8) | 80 (20.0) | 113 (28.3) | 72 (18.0) | 400 (100.0) | 2.86 | 1.34 | ปานกลาง |
| | มากกว่า ปีละ 5 ครั้ง | ปีละ 4-5 ครั้ง | ปีละ 2-3 ครั้ง | ปีละ 1 ครั้ง | นานกว่า นั้น/ไม่ เคยเลย | รวม | \bar{X} | S.D. | ระดับการ เปิดรับข่าว สาร |
| การจัดเดิน แบบ | 24 (6.0) | 34 (8.5) | 43 (10.8) | 80 (20.0) | 219 (54.8) | 400 (100.0) | 1.91 | 1.24 | ต่ำ |

จากตารางที่ 7 พบว่า ส่วนใหญ่ (59.5%) อ่านแผ่นพับเกี่ยวกับแพชชันการแต่งกายนานกว่าเดือนละ 1 ครั้ง และค่าเฉลี่ยของวัยรุ่นที่อ่านแผ่นพับ คือ 1.61 ซึ่งจัดเป็นระดับต่ำ

ส่วนใหญ่ (55.5%) ดูโปสเตอร์เกี่ยวกับแพชชันการแต่งกายนานกว่าเดือนละ 1 ครั้ง และค่าเฉลี่ยของวัยรุ่นที่ดูโปสเตอร์ คือ 1.65 ซึ่งจัดเป็นระดับต่ำ

ส่วนใหญ่ (47.0%) ดูป้ายโฆษณาเกี่ยวกับแพชชันการแต่งกายนานกว่าเดือนละ 1 ครั้ง และค่าเฉลี่ยของวัยรุ่นที่ดูป้ายโฆษณา คือ 1.78 ซึ่งจัดเป็นระดับต่ำ

ส่วนใหญ่ (28.3%) ดูการจัดวางเสื้อผ้าในห้างสรรพสินค้าเดือนละ 1 ครั้ง และค่าเฉลี่ยของวัยรุ่นที่ดูการจัดวางเสื้อผ้าในห้างสรรพสินค้า คือ 2.86 ซึ่งจัดเป็นระดับปานกลาง

ส่วนใหญ่ (54.8%) ดูการจัดเดินแบบนานกว่าเดือนละ 1 ครั้ง และค่าเฉลี่ยของวัยรุ่นที่ดูการจัดเดินแบบ คือ 1.91 ซึ่งจัดเป็นระดับต่ำ

เมื่อนำการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับแฟชั่นการแต่งกายจากสื่อประเภทต่าง ๆ มาแบ่งออกเป็น 5 ระดับ คือ ระดับต่ำมาก ต่ำ ปานกลาง สูง และสูงมาก ตามเกณฑ์การคิดคะแนนที่ได้กล่าวมาแล้วในบทที่ 3 ปรากฏผลดังตารางที่ 8 นี้

ตารางที่ 8

จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง และค่าเฉลี่ย จำแนกตามระดับการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ

| ระดับการเปิดรับ ข่าวสารจากสื่อมวลชน สื่อบุคคลและ สื่อเฉพาะกิจ | สื่อมวลชน | | สื่อบุคคล | | สื่อเฉพาะกิจ | |
|--|-----------|--------|-----------|--------|--------------|--------|
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| ต่ำมาก | 34 | 8.5 | 127 | 31.8 | 120 | 30.0 |
| ต่ำ | 133 | 33.3 | 172 | 43.0 | 195 | 48.8 |
| ปานกลาง | 151 | 37.8 | 78 | 19.5 | 64 | 16.0 |
| สูง | 65 | 16.3 | 21 | 5.3 | 17 | 4.3 |
| สูงมาก | 17 | 4.3 | 2 | 0.5 | 3 | 0.8 |
| รวม | 400 | 100.0 | 400 | 100.0 | 399 | 99.8 |
| ค่าเฉลี่ย | 2.75 | | 2.00 | | 1.97 | |
| ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน | 0.97 | | 0.88 | | 0.84 | |
| ระดับการเปิดรับ ข่าวสาร | ปานกลาง | | ต่ำ | | ต่ำ | |

จากตารางที่ 8 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับแฟชั่นการแต่งกายจากสื่อมวลชนในระดับปานกลาง (คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.75) ส่วนการเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจอยู่ในระดับต่ำ (คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.00 และ 1.97 ตามลำดับ)

1.3 ทักษะคติเกี่ยวกับแฟชั่นการแต่งกาย

ตารางที่ 9

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามทักษะคติเกี่ยวกับ
แฟชั่นการแต่งกาย

| ทักษะคติ | ระดับของทักษะคติ | | | | | รวม | \bar{X} | ระดับ ทักษะคติ |
|--|-------------------------------|---------------|---------------|---------------------|----------------------------------|----------------|-----------|-------------------|
| | เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง | เห็น ด้วย | เฉย ๆ | ไม่ เห็น ด้วย | ไม่เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง | | | |
| 1. การใส่เสื้อผ้าสวยเดียวแขนงุด เป็นเรื่องธรรมดาในสังคมไทย ปัจจุบัน | 56 (14.0) | 135 (33.8) | 185 (46.3) | 21 (5.3) | 3 (0.8) | 400 (100.0) | 3.55 | ดี |
| 2. การแต่งกายตามแฟชั่นทำให้รู้ สึกว่าตนเองเป็นคนทันสมัย ไม่ ตกยุค | 47 (11.8) | 133 (33.3) | 167 (41.8) | 45 (11.3) | 8 (2.0) | 400 (100.0) | 3.42 | เป็นกลาง |
| 3. อิทธิพลจากแฟชั่นทำให้คุณ ยอมสวมใส่เสื้อผ้าที่ขัดกับฤดู กาล เช่นใส่เสื้อผ้าบาง ๆ แทน การใส่เสื้อกันหนาว | 25 (6.3) | 85 (21.3) | 136 (34.0) | 109 (27.3) | 45 (11.3) | 400 (100.0) | 2.84 | เป็นกลาง |
| 4. การแต่งกายของดารานักกร้อมี ส่วนทำให้คุณกล้าแต่งกาย มากขึ้น | 34 (8.5) | 115 (28.8) | 177 (44.3) | 57 (14.3) | 17 (4.3) | 400 (100.0) | 3.23 | เป็นกลาง |
| 5. การเลียนแบบแฟชั่นการแต่ง กายของต่างประเทศไม่ใช่สิ่ง เสียหาย | 42 (10.5) | 151 (37.8) | 168 (42.0) | 34 (8.5) | 5 (1.3) | 400 (100.0) | 3.48 | เป็นกลาง |
| 6. ไม่ควรเปลี่ยนแปลงการแต่ง กายไปตามยุคสมัย | 13 (3.3) | 128 (32.0) | 204 (51.0) | 45 (11.3) | 10 (2.5) | 400 (100.0) | 3.22 | เป็นกลาง |
| 7. การใส่เสื้อกล้ามเสื้อแขนงุด กระโปรงสั้นไม่เหมาะสมกับ วัฒนธรรมไทย | 12 (3.0) | 74 (18.5) | 231 (57.8) | 65 (16.3) | 18 (4.5) | 400 (100.0) | 2.99 | เป็นกลาง |
| 8. วัยรุ่นไทยในปัจจุบันควรมีเสรี ภาพในการแต่งกายมากขึ้น เช่น การแต่งกายตามแฟชั่น | 65 (16.3) | 188 (47.0) | 131 (32.8) | 15 (3.8) | 1 (0.3) | 400 (100.0) | 3.75 | ดี |

| | | | | | | | | |
|---|---------------|---------------|---------------|--------------|-------------|----------------|------|----------|
| 9. อิทธิพลจากแฟชั่นทำให้คุณยอมเปลี่ยนและซื้อเสื้อผ้าใหม่ทั้งที่ตัวเก่ายังใส่ได้อยู่ | 44 (11.0) | 137 (34.3) | 126 (31.5) | 79 (19.8) | 14 (3.5) | 400 (100.0) | 3.30 | เป็นกลาง |
| 10. การแต่งกายตามแฟชั่นไม่ใช่สิ่งผิด | 110 (27.5) | 218 (54.5) | 66 (16.5) | 3 (0.8) | 3 (0.7) | 400 (100.0) | 4.08 | ดี |
| 11. คุณรู้สึกไม่ชอบคนรอบข้างที่ซื้อเสื้อผ้าใหม่เพื่อตามแฟชั่น | 23 (5.8) | 71 (17.8) | 259 (64.8) | 38 (9.5) | 9 (2.3) | 400 (100.0) | 3.15 | เป็นกลาง |
| 12. การแต่งกายตามแฟชั่นช่วยสร้างความมั่นใจในตัวเอง | 61 (15.3) | 159 (39.8) | 148 (37.0) | 25 (6.3) | 7 (1.8) | 400 (100.0) | 3.61 | ดี |
| รวม | | | | | | | 3.42 | เป็นกลาง |

จากตารางที่ 9 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติเกี่ยวกับการแต่งกายตามแฟชั่นในระดับเป็นกลางค่อนข้างไปทางดี คิดเป็นค่าเฉลี่ยรวม 3.42 จากข้อความที่เป็นตัวชี้วัดทัศนคติจำนวนทั้งสิ้น 12 ข้อ โดยหัวข้อที่กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเป็นกลาง มีจำนวนถึง 8 ข้อ และข้อที่มีค่าเฉลี่ยเป็นกลางสูงสุด 2 อันดับแรก ตามลำดับ คือ ข้อ 5 (การเลียนแบบแฟชั่นการแต่งกายของต่างประเทศไม่ใช่สิ่งเสียหาย) คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.48 และ ข้อ 2 (การแต่งกายตามแฟชั่นทำให้รู้สึกว่าตนเองเป็นคนทันสมัย ไม่ตกยุค) คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.42 ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยเป็นกลางต่ำสุด 2 อันดับสุดท้าย ตามลำดับ คือ ข้อ 7 (การใส่เสื้อกล้าม เสื้อแขนกุด กระโปรงสั้นไม่เหมาะสมกับวัฒนธรรมไทย) คิดเป็นร้อยละ 2.99 และข้อ 3 (อิทธิพลจากแฟชั่น ทำให้คุณยอมสวมใส่เสื้อผ้าที่ขัดกับฤดูกาล เช่น ใส่เสื้อผ้าบาง ๆ แทนการใส่เสื้อกันหนาว) คิดเป็นร้อยละ 2.84

สำหรับข้อที่จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างแสดงความคิดเห็นเชิงบวก มีจำนวน 4 ข้อ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยเชิงบวกสูงสุดที่ 4.08 คือ ข้อ 10 ที่กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าการแต่งกายตามแฟชั่นไม่ใช่สิ่งผิด

ผลการวิจัยในส่วนของทัศนคติโดยรวมเกี่ยวกับแพ้น้การแต่งกาย ปรากฏผลดัง
ตารางที่ 10

ตารางที่ 10

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง
จำแนกตามทัศนคติเกี่ยวกับแพ้น้การแต่งกาย และค่าเฉลี่ยของทัศนคติ

| ระดับทัศนคติเกี่ยวกับแพ้น้การแต่งกาย | จำนวน | ร้อยละ |
|--------------------------------------|----------|--------|
| ไม่ดีอย่างยิ่ง | 0 | 0 |
| ไม่ดี | 8 | 2.0 |
| เป็นกลาง | 220 | 54.9 |
| ดี | 167 | 41.8 |
| ดีมาก | 5 | 1.3 |
| รวม | 400 | 100.0 |
| ค่าเฉลี่ย | 3.42 | |
| ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน | 0.56 | |
| ระดับทัศนคติ | เป็นกลาง | |

จากตารางที่ 10 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติเกี่ยวกับการแต่งกายตามแพ้น้
เป็นกลางค่อนข้างไปทางดี (คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.42)

1.3 พฤติกรรมการแต่งกายตามแฟชั่น

ตารางที่ 11

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการแต่งกายตามแฟชั่น

| การแต่งกายตามแฟชั่น | ระดับของการแต่งกาย | | | | | รวม | \bar{X} | ระดับการแต่งกาย |
|---|--------------------|---------------|---------------|---------------|--------------|----------------|-----------|-----------------|
| | เป็นประจำ | บ่อยครั้ง | ปานกลาง | นาน ๆ ครั้ง | ไม่เคยเลย | | | |
| 1. คุณซื้อเสื้อผ้าที่ออกแบบใหม่ๆ | 42 (10.5) | 78 (19.5) | 186 (46.5) | 87 (21.8) | 7 (1.8) | 400 (100.0) | 3.15 | ปานกลาง |
| 2. คุณแต่งกายเพื่อดึงดูดใจเพศตรงข้าม | 29 (7.3) | 57 (14.3) | 156 (39.0) | 102 (25.5) | 56 (14.0) | 400 (100.0) | 2.75 | ปานกลาง |
| 3. คุณแต่งกายโดยไม่สนใจแฟชั่นที่เปลี่ยนแปลงไป | 14 (3.5) | 71 (17.8) | 179 (44.8) | 103 (25.8) | 33 (8.3) | 400 (100.0) | 2.83 | ปานกลาง |
| 4. คุณแต่งกายเลียนแบบบุคคลในสื่อโทรทัศน์, นิตยสาร, ภาพยนตร์, หนังสือพิมพ์ทั้งในประเทศ และต่างประเทศ | 12 (3.0) | 38 (9.5) | 121 (30.3) | 153 (38.3) | 76 (19.0) | 400 (100.0) | 2.39 | น้อย |
| 5. คุณซื้อเสื้อผ้าการแต่งกายตามการโฆษณาในสื่อต่าง ๆ | 16 (4.0) | 57 (14.3) | 152 (38.0) | 123 (30.8) | 52 (13.0) | 400 (100.0) | 2.66 | ปานกลาง |
| 6. คุณชอบแต่งกายตามแฟชั่น | 31 (7.8) | 76 (19.0) | 181 (45.3) | 94 (23.5) | 18 (4.5) | 400 (100.0) | 3.02 | ปานกลาง |
| 7. คุณสวมใส่เสื้อผ้ายี่ห้อใดก็ได้ ทั้งยี่ห้อดัง และโนเนม เพียงแต่มีกา รดีไซน์, ลีลันที่ดูใจและตามสมัยนิยม | 148 (37.0) | 114 (28.5) | 98 (24.5) | 32 (8.0) | 8 (2.0) | 400 (100.0) | 3.91 | มาก |
| 8. คุณเปลี่ยนแปลงการแต่งกายไป ตามยุคสมัย | 34 (8.5) | 83 (20.8) | 199 (49.8) | 80 (20.0) | 4 (1.0) | 400 (100.0) | 3.16 | ปานกลาง |
| 9. คุณซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายด้วยอารมณ์อยากได้มากกว่าคำนึงถึงประโยชน์ใช้สอย | 69 (17.3) | 137 (34.3) | 125 (31.3) | 56 (14.0) | 13 (3.3) | 400 (100.0) | 3.48 | ปานกลาง |
| 10. คุณสวมใส่เสื้อผ้าเรียบง่าย โดยไม่เปลี่ยนแปลงตามยุคสมัย | 12 (3.0) | 70 (17.5) | 158 (39.5) | 100 (25.0) | 60 (15.0) | 400 (100.0) | 2.69 | ปานกลาง |
| รวม | | | | | | | 3.03 | ปานกลาง |

จากตารางที่ 11 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมการแต่งกายตามแฟชั่นอยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.03 จากข้อความที่เป็นตัวชี้วัดพฤติกรรมการแต่งกายจำนวนทั้งสิ้น 10 ข้อ โดยหัวข้อที่กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมเป็นกลาง มีจำนวนถึง 8 ข้อ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยเป็นกลางสูงสุด คือ ข้อ 9 (คุณซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายด้วยอารมณ์อยากได้มากกว่าคำนึงถึงประโยชน์ใช้สอย) คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.48

สำหรับข้อที่จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมการแต่งกายตามแฟชั่นมากที่สุด คือ ข้อ 7 (คุณสวมใส่เสื้อผ้ายี่ห้อใดก็ได้ ทั้งยี่ห้อดัง และโนเนม เพียงแต่มีการดีไซน์, สี สันที่ดูถูกใจ และตามสมัยนิยม) คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.91 ส่วนข้อที่กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมน้อยที่สุด คือ ข้อ 4 (คุณแต่งกายเลียนแบบบุคคลในสื่อโทรทัศน์, นิตยสาร, ภาพยนตร์, หนังสือพิมพ์ทั้งในประเทศ และต่างประเทศ) คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.39

ผลการวิจัยโดยรวมในส่วนของผลการแต่งกายตามแฟชั่น ปรากฏผลดังนี้

ตารางที่ 12

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง
จำแนกตามระดับการแต่งกายตามแฟชั่น และค่าเฉลี่ยของการแต่งกาย

| ระดับการแต่งกายตามแฟชั่น | จำนวน | ร้อยละ |
|--------------------------|---------|--------|
| น้อยที่สุด | 2 | 0.5 |
| น้อย | 67 | 16.8 |
| ปานกลาง | 250 | 62.5 |
| มาก | 79 | 19.8 |
| มากที่สุด | 2 | 0.5 |
| รวม | 400 | 100.0 |
| ค่าเฉลี่ย | 3.03 | |
| ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน | 0.64 | |
| ระดับทัศนคติ | ปานกลาง | |

จากตารางที่ 12 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการแต่งกายตามแฟชั่นอยู่ในระดับปานกลาง (คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.03)

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 วัยรุ่นที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับแฟชั่นการแต่งกายต่างกัน

ตารางที่ 13

แสดงผลทดสอบความแตกต่าง ของการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน, สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ จำแนกตามเพศ

| การเปิดรับข่าวสาร | ชาย (161) | | หญิง (239) | | t | P |
|-------------------|-----------|------|------------|------|--------|--------|
| | \bar{X} | S.D. | \bar{X} | S.D. | | |
| สื่อมวลชน | 2.65 | 1.06 | 2.81 | 0.91 | -1.573 | 0.117 |
| สื่อบุคคล | 1.88 | 0.79 | 2.10 | 0.81 | -2.712 | 0.007* |
| สื่อเฉพาะกิจ | 1.84 | 0.85 | 2.06 | 0.82 | -2.658 | 0.008* |

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 13 พบว่า กลุ่มวัยรุ่นเพศชาย และเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับแฟชั่นการแต่งกายจากสื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นั่นคือ ผู้ที่มีเพศต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับแฟชั่นการแต่งกายต่างกัน โดยผู้หญิงมีการเปิดรับข่าวสารดังกล่าว มากกว่าผู้ชาย จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ 1

สำหรับการเปิดรับสื่อมวลชน พบว่าวัยรุ่นที่มีเพศต่างกันมีค่าเฉลี่ยของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับแฟชั่นการแต่งกาย ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 1

ตารางที่ 14

แสดงผลทดสอบความแตกต่าง ของการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน, สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ
จำแนกตามกลุ่มที่มีอายุต่างกัน

| การเปิดรับข่าวสาร | 13 – 15 ปี (64) | | 16 – 18 ปี (169) | | 19 – 21 ปี (167) | | F | P | คู่ที่ต่าง กัน |
|-------------------|-----------------|------|------------------|------|------------------|------|-------|--------|------------------------|
| | \bar{X} | S.D. | \bar{X} | S.D. | \bar{X} | S.D. | | | |
| สื่อมวลชน | 2.75 | 0.89 | 2.88 | 0.95 | 2.60 | 1.01 | 3.460 | 0.032* | (2) > (3) |
| สื่อบุคคล | 2.21 | 0.82 | 2.10 | 0.82 | 1.85 | 0.77 | 6.146 | 0.002* | (1) > (3) (2) > (3) |
| สื่อเฉพาะกิจ | 2.03 | 0.76 | 2.04 | 0.89 | 1.87 | 0.80 | 2.031 | 0.133 | |

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

- (1) คือ กลุ่มอายุ 13 – 15 ปี
- (2) คือ กลุ่มอายุ 16 – 18 ปี
- (3) คือ กลุ่มอายุ 19 – 21 ปี

จากตารางที่ 14 พบว่า กลุ่มวัยรุ่นที่มีอายุแตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับแฟชั่นการแต่งกายจากสื่อมวลชน และสื่อบุคคลแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นั่นคือ ผู้ที่มีอายุต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับแฟชั่นการแต่งกายต่างกัน จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ 1

เมื่อทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มวัยรุ่นอายุ 16 – 18 ปี มีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน และสื่อบุคคล มากกว่ากลุ่มวัยรุ่นอายุ 19 – 21 ปี และกลุ่มวัยรุ่นอายุ 13 – 15 ปี มีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล มากกว่ากลุ่มวัยรุ่นอายุ 19 – 21 ปี

สำหรับสื่อเฉพาะกิจ พบว่า กลุ่มวัยรุ่นที่มีอายุแตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับแฟชั่นการแต่งกาย ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1

ตารางที่ 15
แสดงผลทดสอบความแตกต่าง ของการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน สื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ
จำแนกตามกลุ่มที่มีระดับการศึกษาต่างกัน

| การเปิดรับ ข่าวสาร | ไม่เคยเรียน หนังสือ (0) | | ประถม ศึกษา (0) | | มัธยมศึกษา ตอนต้น (50) | | มัธยมศึกษา ตอนปลาย/ ปวช. (137) | | ปวส./ อนุปริญญา (22) | | ปริญญาตรี (183) | | อื่น ๆ (8) | | F | P | คู่ที่ต่างกัน |
|-----------------------|----------------------------|------|--------------------|------|---------------------------|------|--------------------------------------|------|----------------------------|------|--------------------|------|---------------|------|-------|--------|------------------------|
| | \bar{X} | S.D. | \bar{X} | S.D. | \bar{X} | S.D. | \bar{X} | S.D. | \bar{X} | S.D. | \bar{X} | S.D. | \bar{X} | S.D. | | | |
| สื่อมวลชน | 0 | 0 | 0 | 0 | 2.88 | 0.85 | 2.92 | 0.97 | 2.73 | 0.88 | 2.57 | 1.00 | 2.86 | 0.64 | 2.865 | 0.023* | (4) > (6) |
| สื่อบุคคล | 0 | 0 | 0 | 0 | 2.31 | 0.84 | 2.15 | 0.85 | 1.94 | 0.69 | 1.83 | 0.76 | 2.20 | 0.50 | 5.331 | 0.000* | (3) > (6) (4) > (6) |
| สื่อเฉพาะกิจ | 0 | 0 | 0 | 0 | 2.18 | 0.77 | 2.07 | 0.94 | 1.95 | 0.78 | 1.82 | 0.75 | 2.25 | 0.88 | 3.073 | 0.016* | |

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

- (1) คือ ระดับที่ไม่เคยเรียนหนังสือ
- (2) คือ ระดับประถมศึกษา
- (3) คือ ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น
- (4) คือ ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.
- (5) คือ ระดับปวส./อนุปริญญา
- (6) คือ ระดับปริญญาตรี
- (7) คือ อื่น ๆ



จากตารางที่ 15 พบว่า กลุ่มวัยรุ่นที่มีการศึกษาแตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับแฟชั่นการแต่งกายจากสื่อมวลชน, สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นั่นคือ ผู้ที่มีการศึกษาต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับแฟชั่นการแต่งกายจากสื่อมวลชน, สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ แตกต่างกัน จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ 1

เมื่อทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มวัยรุ่นที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. กับกลุ่มวัยรุ่นที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ คือ กลุ่มวัยรุ่นที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. มีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน และสื่อบุคคล มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และกลุ่มวัยรุ่นที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น กับกลุ่มวัยรุ่นที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ คือ กลุ่มวัยรุ่นที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น มีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล มากกว่ากลุ่มวัยรุ่นที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนการเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจ ไม่พบความแตกต่างระหว่างคู่

ตารางที่ 16

แสดงผลทดสอบความแตกต่าง ของการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน สื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ
จำแนกตามกลุ่มที่มีรายได้ต่างกัน

| การเปิดรับ ข่าวสาร | ต่ำกว่า 1,000 บาท (24) | | 1,001 ถึง 1,500 บาท (34) | | 1,501 ถึง 2,000 บาท (34) | | 2,001 ถึง 2,500 บาท (33) | | 2,501 ถึง 3,000 บาท (46) | | มากกว่า 3,000 บาท (229) | | F | P | คู่ที่ ต่าง กัน |
|-----------------------|---------------------------|------|-----------------------------|------|-----------------------------|------|-----------------------------|------|-----------------------------|------|----------------------------|------|-------|--------|-----------------------|
| | \bar{X} | S.D. | \bar{X} | S.D. | \bar{X} | S.D. | \bar{X} | S.D. | \bar{X} | S.D. | \bar{X} | S.D. | | | |
| สื่อมวลชน | 2.96 | 1.04 | 2.94 | 1.09 | 2.91 | 0.96 | 2.69 | 0.92 | 2.78 | 0.84 | 2.67 | 0.98 | 1.028 | 0.401 | - |
| สื่อบุคคล | 2.43 | 0.97 | 2.01 | 0.77 | 2.23 | 0.99 | 1.85 | 0.65 | 2.09 | 0.80 | 1.95 | 0.78 | 2.400 | 0.037* | - |
| สื่อเฉพาะกิจ | 2.21 | 0.88 | 2.12 | 0.95 | 2.12 | 1.07 | 1.85 | 0.67 | 1.91 | 0.69 | 1.93 | 0.82 | 1.125 | 0.346 | - |

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 16 พบว่า กลุ่มวัยรุ่นที่มีรายได้แตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับแฟชั่นการแต่งกายจากสื่อบุคคล แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นั่นคือ ผู้ที่มีรายได้ต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับแฟชั่นการแต่งกายจากสื่อบุคคลต่างกัน จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ 1

เมื่อทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่แล้ว ไม่พบความแตกต่างระหว่างคู่

สำหรับสื่อมวลชน และสื่อเฉพาะกิจ พบว่า กลุ่มวัยรุ่นที่มีรายได้แตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับแฟชั่นการแต่งกาย ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 1

สมมติฐานข้อที่ 2 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับแฟชั่นการแต่งกาย มีความสัมพันธ์กับทัศนคติเกี่ยวกับแฟชั่นการแต่งกายของวัยรุ่นในกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 17

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับแฟชั่นการแต่งกายจากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ แยกตามประเภท กับทัศนคติเกี่ยวกับแฟชั่นการแต่งกาย

| การเปิดรับข่าวสารจากสื่อ | ค่าสหสัมพันธ์กับทัศนคติ | ค่านัยสำคัญทางสถิติ (P) | ระดับความสัมพันธ์ |
|--|-------------------------|-------------------------|-------------------|
| สื่อมวลชน | 0.226** | 0.000 | ต่ำ |
| 1. โทรทัศน์ | 0.211** | 0.000 | ต่ำ |
| 2. หนังสือพิมพ์ | 0.127* | 0.011 | ต่ำมาก |
| 3. นิตยสาร | 0.171** | 0.001 | ต่ำมาก |
| 4. ภาพยนตร์ | 0.110* | 0.028 | ต่ำมาก |
| สื่อบุคคล | 0.274** | 0.000 | ต่ำ |
| 5. สมาชิกในครอบครัว/ญาติพี่น้อง | 0.117* | 0.020 | ต่ำมาก |
| 6. เพื่อนฝูง/ เพื่อนร่วมสถาบันศึกษา/ เพื่อนร่วมงาน | 0.216** | 0.000 | ต่ำ |
| 7. เพื่อนบ้าน | 0.120* | 0.016 | ต่ำมาก |
| 8. ผู้จำหน่ายเสื้อผ้า | 0.290** | 0.000 | ต่ำ |
| 9. ผู้ออกแบบเสื้อผ้า | 0.234** | 0.000 | ต่ำ |
| สื่อเฉพาะกิจ | 0.262** | 0.000 | ต่ำ |
| 10. แผ่นพับ | 0.191** | 0.000 | ต่ำมาก |
| 11. ไปสเตอร์ | 0.173** | 0.001 | ต่ำมาก |
| 12. ป้ายโฆษณา | 0.181** | 0.000 | ต่ำมาก |
| 13. การจัดวางเสื้อผ้าในห้างสรรพสินค้า | 0.176** | 0.000 | ต่ำมาก |
| 14. งานจัดเดินแบบ | 0.214** | 0.000 | ต่ำ |

**นัยสำคัญที่ระดับ 0.01

*นัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 17 ผลการทดสอบพบว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับแฟชั่นการแต่งกาย จากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจแต่ละประเภท มีความสัมพันธ์กับทัศนคติเกี่ยวกับแฟชั่นการแต่งกาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 0.05 จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ 2 นั่นคือ ถ้าเปิดรับมากก็จะมีทัศนคติที่ดีต่อแฟชั่นการแต่งกาย

โดยการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับแฟชั่นการแต่งกาย จากสื่อโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ภาพยนตร์ สมาชิกในครอบครัว/ญาติพี่น้อง เพื่อนฝูง/ เพื่อนร่วมสถาบันศึกษา/ เพื่อนร่วมงาน เพื่อนบ้าน ผู้จำหน่ายเสื้อผ้าแผ่นพับ โปสเตอร์ ป้ายโฆษณา การจัดวางเสื้อผ้าในห้างสรรพสินค้า งานจัดเดินแบบ มีความสัมพันธ์ทางบวก กับทัศนคติเกี่ยวกับแฟชั่นการแต่งกาย นั่นคือ กลุ่มวัยรุ่นที่มีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อดังกล่าวในปริมาณมาก จะมีทัศนคติเกี่ยวกับแฟชั่นการแต่งกายในทางบวก

ทั้งนี้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่พบระหว่างสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจโดยรวม กับทัศนคติ คือ 0.226, 0.274 และ 0.262 ตามลำดับ ซึ่งเป็นความสัมพันธ์ในระดับต่ำ ดังนั้นความสัมพันธ์ดังกล่าวจึงเป็นเพียงส่วนน้อย

สมมติฐานข้อที่ 3 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับแฟชั่นการแต่งกาย มีความสัมพันธ์กับการแต่งกายตามแฟชั่นของวัยรุ่นในกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 18

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับแฟชั่นการแต่งกาย จากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ แยกตามประเภท กับการแต่งกายตามแฟชั่น

| การเปิดรับข่าวสารจากสื่อ | ค่าสหสัมพันธ์กับพฤติกรรม | ค่านัยสำคัญทางสถิติ (P) | ระดับความสัมพันธ์ |
|--|--------------------------|-------------------------|-------------------|
| สื่อมวลชน | 0.337** | 0.000 | ต่ำ |
| 1. โทรทัศน์ | 0.315** | 0.000 | ต่ำ |
| 2. หนังสือพิมพ์ | 0.170** | 0.000 | ต่ำมาก |
| 3. นิตยสาร | 0.234** | 0.000 | ต่ำ |
| 4. ภาพยนตร์ | 0.196** | 0.000 | ต่ำมาก |
| สื่อบุคคล | 0.449** | 0.000 | ปานกลาง |
| 5. สมาชิกในครอบครัว/ญาติพี่น้อง | 0.247** | 0.000 | ต่ำ |
| 6. เพื่อนฝูง/ เพื่อนร่วมสถาบันศึกษา/ เพื่อนร่วมงาน | 0.323** | 0.000 | ต่ำ |
| 7. เพื่อนบ้าน | 0.240** | 0.000 | ต่ำ |
| 8. ผู้จำหน่ายเสื้อผ้า | 0.416** | 0.000 | ปานกลาง |
| 9. ผู้ออกแบบเสื้อผ้า | 0.384** | 0.000 | ต่ำ |
| สื่อเฉพาะกิจ | 0.416** | 0.000 | ปานกลาง |
| 10. แผ่นพับ | 0.300** | 0.000 | ต่ำ |
| 11. โปสเตอร์ | 0.246** | 0.000 | ต่ำ |
| 12. ป้ายโฆษณา | 0.297** | 0.000 | ต่ำ |
| 13. การจัดวางเสื้อผ้าในห้างสรรพสินค้า | 0.283** | 0.000 | ต่ำ |
| 14. งานจัดเดินแบบ | 0.356** | 0.000 | ต่ำ |

**นัยสำคัญที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 18 พบว่าการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับแฟชั่นการแต่งกาย จากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจแต่ละประเภท มีความสัมพันธ์กับการแต่งกายตามแฟชั่น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ 3 นั่นคือ ถ้าเปิดรับมากก็จะมีการแต่งกายตามแฟชั่นมาก

โดยการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับแฟชั่นการแต่งกาย จากโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ภาพยนตร์ สมาชิกในครอบครัว/ญาติพี่น้อง เพื่อนฝูง/ เพื่อนร่วมสถาบันศึกษา/ เพื่อนร่วมงาน เพื่อนบ้าน ผู้จำหน่ายเสื้อผ้าแผ่นพับ โปสเตอร์ ป้ายโฆษณา การจัดวางเสื้อผ้าในห้างสรรพสินค้า งานจัดเดินแบบมีความสัมพันธ์ทางบวก กับทัศนคติเกี่ยวกับแฟชั่นการแต่งกาย นั่นคือ กลุ่มวัยรุ่นที่มีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อดังกล่าวในปริมาณมาก จะมีการแต่งกายตามแฟชั่นมาก

ทั้งนี้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่พบระหว่างสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจโดยรวม กับการแต่งกายตามแฟชั่น คือ 0.337, 0.449 และ 0.416 ตามลำดับ ซึ่งเป็นความสัมพันธ์ในระดับต่ำค่อนข้างสูง

สมมติฐานข้อที่ 4 ทัศนคติเกี่ยวกับแฟชั่นการแต่งกาย มีความสัมพันธ์กับการแต่งกายตามแฟชั่นของวัยรุ่นในกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 19

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติเกี่ยวกับแฟชั่นการแต่งกาย กับการแต่งกายตามแฟชั่น

| ตัวแปร | ค่าสหสัมพันธ์กับพฤติกรรม | ค่านัยสำคัญทางสถิติ (P) | ระดับความสัมพันธ์ |
|---------|--------------------------|-------------------------|-------------------|
| ทัศนคติ | 0.598** | 0.000 | ปานกลาง |

**มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 19 พบว่า ทัศนคติเกี่ยวกับแฟชั่นการแต่งกายมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการแต่งกายตามแฟชั่น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 นั่นคือ วัยรุ่นในกรุงเทพมหานครที่มีทัศนคติที่ดีเกี่ยวกับแฟชั่นการแต่งกาย จะมีการแต่งกายตามแฟชั่นมาก จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ 4 ทั้งนี้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่พบอยู่ในระดับปานกลางค่อนข้างมาก ดังนั้นความสัมพันธ์ดังกล่าวจึงมีปานกลางค่อนข้างมาก

สมมติฐานข้อที่ 5 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับแฟชั่นการแต่งกาย สามารถอธิบายการแต่งกายตามแฟชั่นได้ดีที่สุด

ตารางที่ 20

ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณเมื่อให้พฤติกรรมกรรมการแต่งกายเป็นตัวแปรตาม และเลือกใช้ตัวพยากรณ์เฉพาะที่มีนัยสำคัญทางสถิติ

| ตัวพยากรณ์ | R | R' | R' ที่เพิ่ม | สัมประสิทธิ์การถดถอย | | T | P | ลำดับความสำคัญ |
|------------------------|-------|-------|-------------|----------------------|-------|--------|-------|----------------|
| | | | | B | Beta | | | |
| ทัศนคติ | 0.598 | 0.357 | 0.357 | 0.607 | 0.495 | 12.765 | 0.000 | 1 |
| การเปิดรับสื่อบุคคล | 0.666 | 0.443 | 0.086 | 0.155 | 0.218 | 4.820 | 0.000 | 2 |
| การเปิดรับสื่อเฉพาะกิจ | 0.679 | 0.461 | 0.018 | 0.124 | 0.164 | 3.625 | 0.000 | 3 |
| ค่าคงที่ | | | | 0.397 | | 2.554 | 0.011 | |

F = 112.417 (*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05)

จากตารางที่ 20 ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณพบว่า มีตัวแปรที่สามารถอธิบายความแปรปรวนของพฤติกรรมกรรมการแต่งกายตามแฟชั่นได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เพียง 3 ตัวแปร ตามลำดับความสำคัญดังนี้ คือ ทัศนคติ การเปิดรับสื่อบุคคล และการเปิดรับสื่อเฉพาะกิจ (จากตัวแปรทั้งหมดเลือกใช้พยากรณ์ ได้แก่ อายุ, ระดับการศึกษา, ระดับรายได้, การเปิดรับสื่อมวลชน, การเปิดรับสื่อบุคคล, การเปิดรับสื่อเฉพาะกิจ และทัศนคติ) โดยตัวแปรดังกล่าวร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของพฤติกรรมกรรมการแต่งกายตามแฟชั่นได้ประมาณร้อยละ 46.1 ซึ่งจะเห็นได้ว่าตัวแปรทัศนคติ เป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการแต่งกายตามแฟชั่นมากที่สุด โดยสามารถอธิบายการแต่งกายตามแฟชั่นได้ถึงร้อยละ 35.7 ในขณะที่การเปิดรับสื่อบุคคล อธิบายได้เพิ่มขึ้น 8.6% และการเปิดรับสื่อเฉพาะกิจ อธิบายได้เพิ่มขึ้น 1.8% เท่านั้น

ดังนั้น การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับแฟชั่นการแต่งกาย จึงไม่ใช่ตัวแปรที่สามารถอธิบายการแต่งกายตามแฟชั่นได้ดีที่สุด จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้