

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
3.1 แสดงจำนวนเขตที่ถูกเลือกเป็นตัวอย่าง	48
3.2 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	56
4.1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ	88
4.2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ	89
4.3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา	89
4.4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้	90
4.5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้ของครอบครัว	90
4.6 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามช่องรายการที่รับชม	91
4.7 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามช่วงเวลาที่ได้รับชมรายการ โทรทัศน์ในวันธรรมดา	92
4.8 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามช่วงเวลาที่ได้รับชมรายการ โทรทัศน์ในวันหยุด	93
4.9 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ในการเปิดรับ ข่าวสารการแต่งกายผ่านสื่อบุคคล	94
4.10 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ในการเปิดรับ ข่าวสาร การแต่งกายผ่านสื่อโทรทัศน์ นิตยสาร อินเทอร์เน็ต และ ป้ายโฆษณา..	95
4.11 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามตามระยะเวลา ในการเปิดรับข่าวสารการแต่งกายจากสื่อต่าง ๆ	96
4.12 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายการที่กลุ่มตัวอย่าง คิดว่าเป็นประโยชน์ต่อการแต่งกายสามอันดับแรก	97
4.13 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทรายการ ที่นำมา ประยุกต์ใช้กับการแต่งกาย	99
4.14 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามบุคคลที่มีอิทธิพลต่อ การแต่งกาย	100
4.15 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามคำถามเกี่ยวกับ ทัศนคติ หลังจากเปิดรับข้อมูลด้านการแต่งกายจากโทรทัศน์	101

4.16	จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามคำถามเกี่ยวกับ พฤติกรรมกาแต่งกายหลังการเปิดรับโทรทัศน์	104
4.17	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสไตส์การแต่งกาย	107
4.18	จำนวน ร้อยละ และค่าความสัมพันธ์ของความถี่ในการเปิดรับข่าวสาร การแต่งกายกับเพศของกลุ่มตัวอย่าง	109
4.19	จำนวน ร้อยละ และค่าความสัมพันธ์ของความถี่ในการเปิดรับข่าวสาร การแต่งกายกับอายุของกลุ่มตัวอย่าง	110
4.20	จำนวน ร้อยละ และค่าความสัมพันธ์ของความถี่ในการเปิดรับข่าวสาร การแต่งกายกับระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง	111
4.21	จำนวน ร้อยละ และค่าความสัมพันธ์ของความถี่ในการเปิดรับข่าวสาร การแต่งกายกับรายได้ต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่าง	112
4.22	จำนวน ร้อยละ และค่าความสัมพันธ์ของระยะเวลาในการเปิดรับข่าวสาร การแต่งกายจากโทรทัศน์กับเพศของกลุ่มตัวอย่าง	113
4.23	จำนวน ร้อยละ และค่าความสัมพันธ์ของระยะเวลาในการเปิดรับข่าวสาร การแต่งกายจากโทรทัศน์กับอายุของกลุ่มตัวอย่าง	114
4.24	จำนวน ร้อยละ และค่าความสัมพันธ์ของระยะเวลาในการเปิดรับข่าวสาร การแต่งกายจากโทรทัศน์กับระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง	115
4.25	จำนวน ร้อยละ และค่าความสัมพันธ์ของระยะเวลาในการเปิดรับข่าวสาร การแต่งกายจากโทรทัศน์กับอายุของกลุ่มตัวอย่าง	116
4.26	ผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยทัศนคติหลังการเปิดรับข้อมูล ด้านการแต่งกายจากโทรทัศน์ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ	117
4.27	ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยทัศนคติ หลังการเปิดรับข้อมูลด้านการแต่งกายจากโทรทัศน์ ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ	118
4.28	การเปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยทัศนคติ หลังการเปิดรับข้อมูลด้านการแต่งกายจากโทรทัศน์ของกลุ่มตัวอย่าง ที่มีอายุต่าง ๆ กันเป็นรายคู่โดยวิธีผลต่างนัยสำคัญ (LSD)	119
4.29	ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยทัศนคติ หลังการเปิดรับข้อมูลด้านการแต่งกายจากโทรทัศน์ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม ระดับการศึกษา	120

4.30	การเปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยทัศนคติ หลังการเปิดรับข้อมูลด้านการแต่งกายจากโทรทัศน์ของกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับ การศึกษาต่าง ๆ กันเป็นรายคู่ โดยวิธีผลต่างนัยสำคัญ (LSD)	121
4.31	ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่าง ค่าเฉลี่ยทัศนคติ หลังการเปิดรับข้อมูลด้านการแต่งกาย จากโทรทัศน์ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้	122
4.32	การเปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยทัศนคติ หลังการเปิดรับข้อมูลด้านการแต่งกายจากโทรทัศน์ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ ต่าง ๆ กันเป็นรายคู่โดยวิธีผลต่างนัยสำคัญ (LSD)	123
4.33	ผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการแต่งกาย หลังการเปิดรับ โทรทัศน์ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ	124
4.34	ผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการแต่งกาย หลังการเปิดรับ โทรทัศน์ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ	125
4.35	ผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการแต่งกายหลังการเปิดรับ โทรทัศน์ ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา	126
4.36	ผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการแต่งกาย หลังการเปิดรับ โทรทัศน์ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้	127
4.37	การเปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยพฤติกรรม การแต่งกายหลังการเปิดรับโทรทัศน์ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่าง ๆ กัน เป็นรายคู่โดยวิธีผลต่างนัยสำคัญ (LSD)	128
4.38	ผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยทัศนคติหลังการเปิดรับข้อมูล ด้านการแต่งกาย จากโทรทัศน์ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ใน การเปิดรับข่าวสารการแต่งกาย	129
4.39	การเปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยทัศนคติหลังการ เปิดรับ ข้อมูลด้านการแต่งกายจากโทรทัศน์จำแนกตามความถี่ในการเปิดรับ ข่าวสาร การแต่งกายของกลุ่มตัวอย่างเป็นรายคู่ โดยวิธีผลต่างนัยสำคัญ (LSD)	130
4.40	ผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยทัศนคติหลังการเปิดรับข้อมูล ด้านการแต่งกายจากโทรทัศน์ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระยะเวลาในการเปิด รับข่าวสารการแต่งกาย	131

4.41	การเปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยทัศนคติ หลังการเปิดรับข้อมูลด้านการแต่งกายจากโทรทัศน์จำแนกตามระยะเวลาในการเปิดรับข่าวสารของกลุ่มตัวอย่างเป็นรายคู่ โดยวิธีผลต่างนัยสำคัญ (LSD)	132
4.42	ผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการแต่งกายหลังจากเปิดรับข้อมูลด้านการแต่งกายจากโทรทัศน์ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความถี่ในการเปิดรับข่าวสารการแต่งกาย	133
4.40	การเปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยพฤติกรรมหลังการเปิดรับ ข้อมูลด้านการแต่งกายจากโทรทัศน์จำแนกตามความถี่ในการเปิดรับข่าวสารการแต่งกายของกลุ่มตัวอย่างเป็นรายคู่ โดยวิธีผลต่างนัยสำคัญ (LSD)	134
4.41	ผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยพฤติกรรมหลังการเปิดรับ ข้อมูลด้านการแต่งกายจากโทรทัศน์ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระยะเวลาในการเปิดรับข่าวสารการแต่งกาย	135
4.42	การเปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการแต่งกายหลังการเปิดรับข้อมูลด้านการแต่งกายจากโทรทัศน์ จำแนกตามระยะเวลาในการเปิดรับข่าวสารของกลุ่มตัวอย่าง เป็นรายคู่ โดยวิธีผลต่างนัยสำคัญ (LSD)	136
4.43	สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติหลังจากเปิดรับข้อมูลด้านการแต่งกายจากโทรทัศน์กับพฤติกรรมการแต่งกายหลังการเปิดรับข้อมูลด้านการแต่งกายจากโทรทัศน์ของกลุ่มตัวอย่าง	137
4.44	ผลการสรุปการทดสอบสมมติฐานทางการวิจัย	138