

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง นิตยสารวัยรุ่นที่มีผลต่อการเลียนแบบการแต่งกายของนักเรียนใน กรุงเทพมหานคร กรณีศึกษาโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยรามคำแหง เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (survey research) โดยใช้แบบสอบถาม (questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลของการวิจัยครั้งนี้ โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) โดยเลือกตัวอย่างเฉพาะนักเรียนที่อ่านนิตยสารวัยรุ่นในโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยรามคำแหง จำนวน 450 คน ซึ่งเป็นเพศชาย และเพศหญิง อายุตั้งแต่ 13-19 ปี ซึ่งผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์ผลทางสถิติ และทดสอบสมมุติฐานการวิจัยด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/FW Version 17.0 (Statistical Package for the Social Sciences/for Windows Version 17.0) ณ สถาบันคอมพิวเตอร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง จนกระทั่งได้ผลวิจัย ซึ่งมีลำดับการแสดงผลวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะประชากร

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจาก

นิตยสาร

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับเนื้อหาของนิตยสารวัยรุ่น

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการนำเสนอภาพแฟชั่นในนิตยสาร

ตอนที่ 5 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนของการแต่งกายเลียนแบบแฟชั่นในนิตยสาร

รายละเอียดต่าง ๆ ของผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งหมดนี้ ได้นำเสนอออกมาในรูปแบบของตารางประกอบคำบรรยายตามลำดับดังกล่าวข้างต้น ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะประชากร

ข้อมูลจำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะประชากร

ตาราง 2

จำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะประชากร

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ ชาย	206	45.78
หญิง	244	54.22
รวม	450	100.00
2. อายุ		
13-14 ปี	211	46.89
15-16 ปี	195	43.33
17-18 ปี	37	8.22
19 ปีขึ้นไป	7	1.56
รวม	450	100.00
3. การศึกษา		
มัธยมศึกษาตอนต้น	225	50.00
มัธยมศึกษาตอนปลาย	225	50.00
อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	-	-
ปริญญาตรี	-	-
รวม	450	100.00
4. รายรับเฉลี่ยต่อเดือน (เงินจากผู้ปกครอง)		
ต่ำกว่า 3,000 บาท	272	60.44
3,000-6,000 บาท	157	34.89
6,001-9,000 บาท	13	2.89
9,001 บาทขึ้นไป	8	1.78
รวม	450	100.00

จากตาราง 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 450 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 244 คน คิดเป็นร้อยละ 54.22 เพศชาย จำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 45.78

อายุระหว่าง 13-14 ปี จำนวน 211 คิดเป็นร้อยละ 46.89 รองลงมาคืออายุ 15-16 ปี จำนวน 195 คน คิดเป็นร้อยละ 43.33 อายุ 17-18 ปี จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 8.22 กลุ่มที่น้อยที่สุดคืออายุ 19 ปีขึ้นไป จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.56 ตามลำดับ

การศึกษามีระดับการศึกษามัธยมตอนต้น จำนวน 225 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 และมัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน ตอนต้น จำนวน 225 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00

รายรับรวมต่อเดือนส่วนใหญ่จะมีรายรับ ต่ำกว่า 3,000 บาท จำนวน 272 คน คิดเป็นร้อยละ 60.44 รองลงมาคือมีรายรับระหว่าง 3,000-6,000 บาท จำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 34.89 มีรายรับระหว่าง 6,001-9,001 บาท จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 2.89 และรายรับ 9,001 บาทขึ้นไป จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 1.78 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร จากนิตยสาร

ตาราง 3

จำนวน และค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับพฤติกรรมการอ่านนิตยสารวัยรุ่น จำแนกตามแหล่งที่อ่านนิตยสาร

แหล่งที่อ่านนิตยสารวัยรุ่น	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ซื้อตามร้านหนังสือเอง	281	62.44
ยืมผู้อื่นอ่าน	101	22.44
เช่าจากร้านหนังสือ	24	5.33
อ่านในห้องสมุดหรือร้านเสริมสวย	44	9.78
รวม	450	100.00

จากตาราง 3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อ่านนิยายสารวิยรุ่นจำการซื้อตามร้านหนังสือเอง จำนวน 281 คน คิดเป็นร้อยละ 62.44 รองลงมาคือ ยืมผู้อื่นอ่าน จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 22.44 อ่านในห้องสมุดหรือร้านเสริมสวย จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 9.78 และเช่าจากร้านหนังสือ จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 5.33 ตามลำดับ

ตาราง 4

จำนวน และค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับพฤติกรรมการอ่านนิยายสารวิยรุ่น จำแนกตามหนังสือนิยายสารวิยรุ่นที่ชอบอ่านมากที่สุด

นิยายสารวิยรุ่นที่ชอบอ่านมากที่สุด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
CHEEZE	119	26.44
CAWAI	33	7.33
A-STAR	61	13.56
ZUPZIP	27	6.00
THE BOY	30	6.67
อื่น ๆ	180	40.00
รวม	450	100.00

จากตาราง 4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อ่าน นิยายสารวิยรุ่นฉบับอื่น ๆ บ่อยครั้งที่สุด เป็นจำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 รองลงมาคือ CHEEZE จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 26.44 A-STAR จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 13.56 CAWAI จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 7.33 THE BOY จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 6.67 และ ZUPZIP จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.00 ตามลำดับ

ตาราง 5

จำนวน และค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับพฤติกรรมการอ่านนิตยสารวัยรุ่น จำแนกตามความบ่อยครั้งในการรับข่าวสารจากนิตยสารวัยรุ่น

ความบ่อยครั้งในการรับข่าวสารจากนิตยสารวัยรุ่น	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ทุก ๆ เดือน	147	32.67
2-3 เดือนต่อเล่ม	169	37.56
4-6 เดือนต่อเล่ม	48	10.67
มากกว่า 6 เดือนต่อเล่ม	86	19.11
รวม	450	100.00

จากตาราง 5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับข่าวสาร 2-3 เดือนต่อเล่ม จำนวน 169 คน คิดเป็นร้อยละ 37.56 รองลงมาคือ อ่านทุก ๆ เดือน จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 32.67 อ่านมากกว่า 6 เดือนต่อเล่ม จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 19.11 อ่าน 4-6 เดือนต่อเล่ม จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 10.67 ตามลำดับ

ตาราง 6

จำนวน และค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับพฤติกรรมการอ่านนิตยสารวัยรุ่น จำแนกตามเวลาที่ใช้ในการอ่านนิตยสารวัยรุ่นในแต่ละครั้ง

เวลาที่ใช้ในการอ่านนิตยสารวัยรุ่นในแต่ละครั้ง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 15 นาที	181	40.22
15 นาที - 45 นาที	199	44.22
46 นาที - 1 ชั่วโมง	37	8.22
นานกว่า 1 ชั่วโมง	33	7.33
รวม	450	100.00

จากตาราง 6 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ใช้เวลาอ่านนิตยสารวัยรุ่น 15 นาที - 45 นาที จำนวน 199 คน คิดเป็นร้อยละ 44.22 รองลงมาคือ น้อยกว่า 15 นาที จำนวน

181 คน คิดเป็นร้อยละ 40.22 ใช้เวลาอ่าน 46 นาที -1 ชั่วโมง จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 8.22 และใช้เวลานานกว่า 1 ชั่วโมง จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 7.3 ตามลำดับ

ตาราง 7

จำนวน และค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับพฤติกรรมการอ่านนิตยสารวัยรุ่น จำแนกตามการรู้จักนิตยสารวัยรุ่น

การรู้จักนิตยสารแฟชั่น	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รู้ด้วยตนเอง	137	30.44
จากการแนะนำของเพื่อน	101	2.44
จากสมาชิกในครอบครัว	34	7.56
จากโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ	70	15.56
จากการวางจำหน่ายตามแผงหนังสือต่าง ๆ	108	24.00
รวม	450	100.00

จากตาราง 7 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รู้จักนิตยสารวัยรุ่นด้วยตนเอง จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 30.44 รองลงมาคือ จากการวางจำหน่ายตามแผงหนังสือต่าง ๆ จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 24.00 จากการแนะนำของเพื่อน จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 2.44 จากโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 15.56 และรู้จักจากสมาชิกในครอบครัว จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 7.56 ตามลำดับ

ตาราง 8

จำนวน และค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับพฤติกรรมการอ่านนิตยสารวัยรุ่น จำแนกตามลักษณะการอ่านนิตยสารวัยรุ่น

ลักษณะการอ่านนิตยสารวัยรุ่น	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ตั้งใจอ่านตั้งแต่หน้าแรกจนหน้าสุดท้าย	61	13.56
เลือกอ่านเฉพาะคอลัมน์ที่สนใจ	156	34.67
อ่านเรื่อย ๆ ตั้งใจบ้าง ไม่ตั้งใจบ้าง	148	32.89
เปิดผ่าน ๆ ไม่ได้ตั้งใจ	68	15.11
อื่น ๆ	17	3.78
รวม	450	100.00

จากตาราง 8 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อ่านนิยายสารวิยรุ่นเฉพาะคอลัมน์ที่สนใจ เป็นจำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 34.67 รองลงมาคือ อ่านเรื่อย ๆ ตั้งใจบ้าง ไม่ตั้งใจบ้าง จำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 32.89 เปิดผ่าน ๆ ไม่ได้ตั้งใจ จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 15.11 ตั้งใจอ่านตั้งแต่หน้าแรกจนหน้าสุดท้าย จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 13.56 และ อื่น ๆ จำนวน 17 คน ตามลำดับ

ตาราง 9

จำนวน และค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับพฤติกรรมการอ่านนิยายสารวิยรุ่น จำแนกตามสาเหตุที่อ่านนิยายสารวิยรุ่น

สาเหตุที่อ่านนิยายสารวิยรุ่น	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพื่อความบันเทิง	250	55.56
นำไปปรับใช้กับการแต่งกายเพื่อให้เข้ากับกระแสแฟชั่น	62	13.78
ได้รับข่าวสารเกี่ยวกับแฟชั่นที่ทันสมัย	77	17.11
เพื่อนำข้อมูลไปแลกเปลี่ยนกับเพื่อน	34	7.56
อื่น ๆ	27	6.00
รวม	450	100.00

จากตาราง 9 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อ่านนิยายสารวิยรุ่นสาเหตุเพื่อความบันเทิง จำนวน 250 คน คิดเป็นร้อยละ 55.56 รองลงมาคือ ได้รับข่าวสารเกี่ยวกับแฟชั่นที่ทันสมัย จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 17.11 นำไปปรับใช้กับการแต่งกายเพื่อให้เข้ากับกระแสแฟชั่น จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 13.78 เพื่อนำข้อมูลไปแลกเปลี่ยนกับเพื่อน จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 7.56 และอื่น ๆ จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.00 ตามลำดับ

ตาราง 10

จำนวน และค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการอ่านนิตยสารวัยรุ่น จำแนกตามประโยชน์ที่ได้รับจากการอ่านนิตยสารวัยรุ่น

ประโยชน์ที่ได้รับ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพื่อความเพลิดเพลิน	253	56.22
นำไปปรับใช้กับตนเองเพื่อให้เข้ากับกระแสแฟชั่น	103	22.89
ได้รับเนื้อหาความรู้ที่อยู่ในนิตยสาร	77	17.11
อื่น ๆ	17	3.78
รวม	450	100.00

จากตาราง 10 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ได้รับประโยชน์จากนิตยสารวัยรุ่นเพื่อความเพลิดเพลิน จำนวน 253 คน คิดเป็นร้อยละ 56.22 รองลงมาคือ นำไปปรับใช้กับตนเองเพื่อให้เข้ากับกระแสแฟชั่น จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 22.89 ได้รับเนื้อหาความรู้ที่อยู่ในนิตยสาร จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 17.11 และอื่น ๆ 17 คิดเป็นร้อยละ 3.78 ตามลำดับ

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับเนื้อหาของนิตยสารวัยรุ่น

ตาราง 11

จำนวน และค่าร้อยละของข้อมูลเกี่ยวกับเนื้อหาของนิตยสารวัยรุ่น จำแนกตามความสนใจในเนื้อหาของนิตยสารวัยรุ่นที่อ่าน

ความสนใจในเนื้อหาของนิตยสารวัยรุ่นที่อ่าน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
แฟชั่นกายแต่งกายทั่วไป	187	41.56
การโฆษณาแฟชั่นเทรนด์ใหม่	79	17.5
ความเคลื่อนไหวเกี่ยวกับกระแสแฟชั่นในประเทศ/ ต่างประเทศ	119	26.44
การให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่องเพศ	18	4.00
อื่น ๆ	47	10.44
รวม	450	100.00

จากตาราง 11 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีความสนใจในเนื้อหาของนิตยสารวัยรุ่นเกี่ยวกับ แฟชั่นกายแต่งกายทั่วไป จำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 41.56 รองลงมาคือ ด้านความเคลื่อนไหวเกี่ยวกับกระแสแฟชั่นในประเทศ/ต่างประเทศ จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 26.44 การโฆษณาแฟชั่นเทรนด์ใหม่ จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 17.5 อื่น ๆ จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 10.44 และการให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่องเพศ จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00 ตามลำดับ

ตาราง 12

จำนวน และค่าร้อยละของข้อมูลเกี่ยวกับเนื้อหาของนิตยสารวัยรุ่น จำแนกตามรูปแบบของนิตยสารที่แตกต่างจากฉบับอื่น ๆ

รูปแบบของนิตยสารวัยรุ่นที่แตกต่างจากฉบับอื่น ๆ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ด้านการนำเสนอแฟชั่น	156	34.67
ด้านการโฆษณาแฟชั่นเทรนด์ใหม่	114	25.33
ด้านความเคลื่อนไหวเกี่ยวกับกระแสแฟชั่นในประเทศ/ต่างประเทศ	100	22.22
ด้านการให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่องเพศ	31	6.89
อื่น ๆ	49	10.89
รวม	450	100.00

จากตาราง 12 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่สนใจ รูปแบบของนิตยสารวัยรุ่นที่แตกต่างจากฉบับอื่น ๆ ด้านการนำเสนอแฟชั่น จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 34.67 รองลงมาคือ ด้านการโฆษณาแฟชั่นเทรนด์ใหม่ จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 25.33 ด้านความเคลื่อนไหวเกี่ยวกับกระแสแฟชั่นในประเทศ/ต่างประเทศ จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 22.22 ด้านอื่น ๆ จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 10.89 และด้านการให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่องเพศ จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 6.89 ตามลำดับ

ตาราง 13

จำนวน และค่าร้อยละของข้อมูลเกี่ยวกับเนื้อหาของนิตยสารวัยรุ่น จำแนกตามเนื้อหาในนิตยสารวัยรุ่นที่ควรมี

เนื้อหาในนิตยสารวัยรุ่นที่ควรมี	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ให้ข้อมูลเกี่ยวแพชชั่นทั่วไป	151	33.56
ให้คำแนะนำเกี่ยวกับสไตล์การแต่งกายของวัยรุ่น	160	35.56
มีโฆษณาสินค้าที่ทันสมัย	47	10.44
แนะนำสถานที่ ที่มีสินค้าวัยรุ่นจำหน่ายหลากหลาย	57	12.67
อื่น ๆ	35	7.78
รวม	450	100.00

จากตาราง 13 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีความสนใจเนื้อหาในนิตยสารวัยรุ่นที่ควรมี ให้คำแนะนำเกี่ยวกับสไตล์การแต่งกายของวัยรุ่นจำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 35.56 ให้ข้อมูลเกี่ยวแพชชั่นทั่วไป จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 33.56 แนะนำสถานที่ ที่มีสินค้าวัยรุ่นจำหน่ายหลากหลาย จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 12.67 มีโฆษณาสินค้าที่ทันสมัย จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 10.44 และอื่น ๆ จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 7.78 ตามลำดับ

ตาราง 14

จำนวน และค่าร้อยละของข้อมูลเกี่ยวกับเนื้อหาของนิตยสารวัยรุ่น จำแนกตามเนื้อหาในนิตยสารวัยรุ่นควรปรับปรุง

เนื้อหาในนิตยสารวัยรุ่นที่ควรปรับปรุง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ด้านแพชชั่นกายแต่งกาย	118	26.22
ด้านการแนะนำการแต่งกาย	108	24.00
ด้านความเคลื่อนไหวเกี่ยวกับกระแสแฟชั่นในประเทศ/ ต่างประเทศ	84	18.67
ด้านโฆษณาแพชชั่น	89	19.78
อื่น ๆ	51	11.33
รวม	450	100.00

จากตาราง 14 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ควรปรับปรุงนิตยสารวัยรุ่น ด้านแฟชั่นกายแต่งกาย จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 26.22 รองลงมาคือ ด้านการแนะนำการแต่งกาย จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 24.00 ด้านโฆษณาแฟชั่น จำนวน 89 คนคิดเป็นร้อยละ 19.78 ด้านความเคลื่อนไหวเกี่ยวกับกระแสแฟชั่นในประเทศ/ ต่างประเทศ จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 18.67 และอื่น ๆ จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 11.33 ตามลำดับ

ตาราง 15

จำนวน และค่าร้อยละของข้อมูลเกี่ยวกับเนื้อหาของนิตยสารวัยรุ่น จำแนกตามการตัดสินใจในการแต่งกายจากนิตยสารวัยรุ่น

การตัดสินใจในการแต่งกายจากนิตยสาร	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ภาพโฆษณา	142	31.56
ภาพแฟชั่นที่สวมใส่โดย นายแบบ/นางแบบที่มีชื่อเสียง	105	23.33
ภาพแฟชั่นที่เป็นกระแสนิยม	117	26.00
ด้านโฆษณาแฟชั่น	40	8.89
อื่น ๆ	46	10.22
รวม	450	100.00

จากตาราง 15 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ตัดสินใจแต่งกายตามนิตยสารจากภาพโฆษณา จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 31.56 รองลงมาคือ ภาพแฟชั่นที่เป็นกระแสนิยม จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 26.00 ภาพแฟชั่นที่สวมใส่โดย นายแบบ/นางแบบที่มีชื่อเสียง จำนวน 105 คนคิดเป็นร้อยละ 23.33 อื่น ๆ จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 10.22 และด้านโฆษณาแฟชั่น จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 8.89 ตามลำดับ

ตาราง 16

จำนวน และค่าร้อยละของข้อมูลเกี่ยวกับเนื้อหาของนิตยสารวัยรุ่น จำแนกตามการแนะนำแฟชั่นที่ควรจะเป็นของนิตยสารวัยรุ่น

แนะนำแฟชั่นที่ควรจะเป็น	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ควรแนะนำการแต่งกายที่เหมาะสมกับวัย	190	42.22
แนะนำสไตล์แฟชั่นที่หลากหลายมากขึ้น	126	28.00
แนะนำการผสมผสานแฟชั่นที่ลงตัว	67	14.89
แนะนำการแต่งหน้า ทรงผมหลากหลายรูปแบบ	35	7.78
อื่น ๆ	32	7.11
รวม	450	100.00

จากตาราง 16 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการแนะนำการแต่งกายที่เหมาะสมกับวัย จำนวน 190 คน คิดเป็นร้อยละ 42.22 รองลงมาคือ แนะนำสไตล์แฟชั่นที่หลากหลายมากขึ้น 126 คิดเป็นร้อยละ 28.00 แนะนำการผสมผสานแฟชั่นที่ลงตัว จำนวน 67 คิดเป็นร้อยละ 14.89 แนะนำการแต่งหน้า ทรงผมหลากหลายรูปแบบ จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 7.78 และอื่น ๆ จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 7.11 ตามลำดับ

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการนำเสนอภาพแฟชั่นในนิตยสาร

ตาราง 17

จำนวน และค่าร้อยละของข้อมูลเกี่ยวกับการนำเสนอภาพแฟชั่นในนิตยสาร จำแนกตามรูปแบบนิตยสารวัยรุ่นที่ดึงดูดใจ

รูปแบบนิตยสารวัยรุ่นที่ดึงดูดใจ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ใช้ศิลปิน/ดารา แสดงแบบ	145	32.22
กระแสของแฟชั่นที่กำลังเป็นที่นิยม	96	21.33
ภาพของสินค้าที่สื่อให้เห็นถึงการออกแบบอย่างมีระดับ	78	17.33
อารมณ์ของภาพสื่อให้เห็นถึงความดึงดูดใจต่อเพศตรงข้าม	47	10.44
การจัดหน้าภายในเล่มดูสบายตา ใช้สีตัดกันสดใสสะดุดตา	84	18.67
รวม	450	100.00

จากตาราง 17 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คิดว่ารูปแบบนิตยสารที่ดึงดูดใจจากศิลปิน/ดารา แสดงแบบ จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 32.22 รองลงมาคือ กระแสของแฟชั่นที่กำลังเป็นที่นิยม จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 21.33 การจัดหน้าภายในเล่มดูสวยงาม ใช้สีสันสดใสสะดุดตา จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 18.67 ภาพของสินค้าที่สื่อให้เห็นถึงการออกแบบอย่างมีระดับ จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 17.33 และ อารมณ์ของภาพสื่อให้เห็นถึงความดึงดูดใจต่อเพศตรงข้าม จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 10.44 ตามลำดับ

ตาราง 18

จำนวน และค่าร้อยละของข้อมูลเกี่ยวกับการนำเสนอภาพแฟชั่นในนิตยสาร จำแนกตามการเลียนแบบแฟชั่นในนิตยสารวัยรุ่น

การเลียนแบบแฟชั่นในนิตยสารวัยรุ่น	จำนวน (คน)	ร้อยละ
แต่งกายตามแฟชั่นเลือกซื้อเสื้อผ้าที่นิตยสารนำเสนอ	109	24.22
แต่งกายตามความเหมาะสม และเทศกาล	177	39.33
แต่งกายตามความต้องการของตนเอง	145	32.22
แต่งกายตามผู้ปกครอง	19	4.22
รวม	450	100.00

จากตาราง 18 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการแต่งกายตามความเหมาะสม และเทศกาล จำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 39.33 รองลงมาคือ แต่งกายตามความต้องการของตนเอง จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 32.22 แต่งกายตามแฟชั่นเลือกซื้อเสื้อผ้าที่นิตยสารนำเสนอ จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 24.22 และแต่งกายตามผู้ปกครอง จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.22 ตามลำดับ

ตาราง 19

จำนวน และค่าร้อยละของข้อมูลเกี่ยวกับการนำเสนอภาพแฟชั่นในนิตยสาร จำแนกตาม
รูปภาพที่ดึงดูดใจ

รูปภาพที่ดึงดูดใจ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รูปภาพการ์ตูน	107	23.78
รูปภาพจริง	229	50.89
รูปวาด	71	15.89
รูปที่แสดงเฉพาะตัวสินค้า	43	9.56
รวม	450	100.00

จากตาราง 19 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ คิดว่า รูปภาพจริง เป็นรูปภาพที่
ดึงดูดใจ จำนวน 229 คน คิดเป็นร้อยละ 50.89 รองลงมาคือ รูปภาพการ์ตูน จำนวน 107
คน คิดเป็นร้อยละ 23.78 รูปวาด จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 15.89 และรูปที่แสดง
เฉพาะตัวสินค้า จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 9.56 ตามลำดับ

ตาราง 20

จำนวน และค่าร้อยละของข้อมูลเกี่ยวกับการนำเสนอภาพแฟชั่นในนิตยสาร จำแนกตาม
ภาพแฟชั่นที่สะดุดตาในนิตยสารวัยรุ่น

ภาพแฟชั่นที่สะดุดตา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รูปภาพที่สวมใส่โดยนายแบบ/นางแบบ	166	36.89
รูปภาพที่สวมใส่โดยตัวการ์ตูนที่ท่านชื่นชอบ	84	18.67
รูปภาพที่สวมใส่โดยวัยรุ่นทั่วไปที่นิตยสารนำภาพมา	144	32.00
แสดงเฉพาะสินค้านั้น ๆ	56	12.44
รวม	450	100.00

จากตาราง 20 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คิดว่ารูปภาพที่สวมใส่โดยนายแบบ/นางแบบเป็นภาพแฟชั่นที่สะดุดตา จำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 36.89 รองลงมาคือรูปภาพที่สวมใส่โดยวัยรุ่นทั่วไปที่นิตยสารนำภาพมา จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 32.00 รูปภาพที่สวมใส่โดยตัวการ์ตูนที่ท่านชื่นชอบ จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 18.67 และรูปภาพที่แสดงเฉพาะสินค้านั้น ๆ จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 2.44 ตามลำดับ

ตาราง 21

จำนวน และค่าร้อยละของข้อมูลเกี่ยวกับการนำเสนอภาพแฟชั่นในนิตยสาร จำแนกตามภาพแฟชั่นที่ดึงดูดใจในนิตยสารวัยรุ่น

ภาพแฟชั่นที่ดึงดูดใจ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รูปภาพสินค้าที่ทันสมัย ทันสมัย	218	48.44
รูปภาพย้อนยุค	62	13.78
รูปภาพสินค้าแนวเกาหลี	65	14.44
รูปภาพสินค้าแหวกแนว ไม่เหมือนใคร	105	23.33
รวม	450	100.00

จากตาราง 21 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คิดว่ารูปภาพสินค้าที่ทันสมัย เป็นภาพที่ดึงดูดใจ จำนวน 218 คน คิดเป็นร้อยละ 48.44 รองลงมาคือรูปภาพสินค้าแหวกแนว ไม่เหมือนใคร จำนวน 105 คิดเป็นร้อยละ 23.33 รูปภาพสินค้าแนวเกาหลี จำนวน 65 คิดเป็นร้อยละ 14.44 และรูปภาพย้อนยุค จำนวน 62 คิดเป็นร้อยละ 13.78 ตามลำดับ

ตาราง 22

จำนวน และค่าร้อยละของข้อมูลเกี่ยวกับการนำเสนอภาพแฟชันในนิตยสาร จำแนกตามผลของการตัดสินใจซื้อหรืออ่านนิตยสาร

ผลของการตัดสินใจ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รูปภาพแนวอาร์ต	140	31.11
รูปภาพแนวกราฟฟิก	40	8.89
รูปภาพ ดีไซน์หรูหรา	81	18.00
รูปภาพ สีสดใสโต	106	23.56
รูปภาพเรียบ ๆ มีความสวยงาม	60	13.33
อื่น ๆ	23	5.11
รวม	450	100.00

จากตาราง 22 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คิดว่ารูปภาพแนวอาร์ต มีผลต่อการตัดสินใจซื้อหรืออ่านนิตยสาร จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 31.11 รองลงมาคือรูปภาพ สีสดใสโต จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 23.56 รูปภาพ ดีไซน์หรูหรา จำนวน 81 คิดเป็นร้อยละ 18.00 รูปภาพเรียบ ๆ มีความสวยงาม จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 13.33 รูปภาพแนวกราฟฟิก จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 8.89 และอื่น ๆ จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.11 ตามลำดับ

**ตอนที่ 5 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนของการแต่งกายเลียนแบบ
แฟชันในนิตยสาร**

ตาราง 23

ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนของการแต่งกายเลียนแบบแฟชั่นในนิตยสาร

พฤติกรรมเลียนแบบแฟชั่นจากการอ่านนิตยสารวัยรุ่น	\bar{X}	SD	ระดับ
1. ทำให้เป็นของตัวเอง	3.66	0.98	มาก
2. ทำให้รู้สึกว่าเป็นคนทันสมัย	3.44	0.92	ปานกลาง
3. การแต่งกายที่ทันสมัยทำให้ไม่ตกเทรนด์	3.44	0.92	ปานกลาง
4. เพื่อนต่างเพศมอง	3.17	0.99	ปานกลาง
5. ตัดแต่งทรงผมตามแบบในนิตยสาร	2.95	1.16	ปานกลาง
6. ซื้อเครื่องใช้ตามแบบในนิตยสาร เช่น กระเป๋ารองเท้า เข็มขัด เป็นต้น	3.04	1.11	ปานกลาง
7. ทดลองแต่งหน้า ตามนิตยสาร	2.84	1.21	ปานกลาง
8. แต่งกายตามกระแสตามเทรนด์	3.15	1.11	ปานกลาง
9. ทำให้มีรสนิยมในการแต่งกายมากขึ้น	3.38	1.08	ปานกลาง
10. แต่งกายตามดาราในนิตยสาร	2.84	1.21	ปานกลาง
11. ซื้อเสื้อผ้าและสินค้าตามสถานที่ที่ลงในนิตยสาร	2.94	1.23	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	3.15	0.86	ปานกลาง

จากตาราง 23 พบว่า พฤติกรรมเลียนแบบแฟชั่นจากการอ่านนิตยสารวัยรุ่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.15 จำแนกในแต่ละข้อพบว่า ข้อที่กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการเลียนแบบแฟชั่นจากการอ่านนิตยสารวัยรุ่น อยู่ในระดับปานกลาง

ระดับพฤติกรรมเลียนแบบแฟชั่นจากการอ่านนิตยสารวัยรุ่น เรื่องทำให้เป็นตัวเอง เป็นอันดับแรก มีคะแนนระดับการเลียนแบบนิตยสารวัยรุ่น เท่ากับ 3.66

ระดับพฤติกรรมเลียนแบบแฟชั่นจากการอ่านนิตยสารวัยรุ่น เรื่องทำให้รู้สึกว่าเป็นคนทันสมัย มีคะแนนระดับการเลียนแบบนิตยสารวัยรุ่น เท่ากับ 3.44

ระดับพฤติกรรมเลียนแบบแฟชั่นจากการอ่านนิตยสารวัยรุ่น เรื่องการแต่งกายที่ทันสมัยทำให้ไม่ตกเทรนด์ มีคะแนนระดับการเลียนแบบนิตยสารวัยรุ่น เท่ากับ 3.44

ระดับพฤติกรรมเลียนแบบเพิ่มขึ้นจากการอ่านนิตยสารวัยรุ่น เรื่องทำให้มีรสนิยมในการแต่งกายมากขึ้น มีคะแนนระดับการเลียนแบบนิตยสารวัยรุ่น เท่ากับ 3.38

ระดับพฤติกรรมเลียนแบบเพิ่มขึ้นจากการอ่านนิตยสารวัยรุ่น เรื่องเพื่อนต่างเพศมอง มีคะแนนระดับการเลียนแบบนิตยสารวัยรุ่น เท่ากับ 3.17

ระดับพฤติกรรมเลียนแบบเพิ่มขึ้นจากการอ่านนิตยสารวัยรุ่น เรื่องแต่งกายตามกระแสตามเทรนด์ มีคะแนนระดับการเลียนแบบนิตยสารวัยรุ่น เท่ากับ 3.15

ระดับพฤติกรรมเลียนแบบเพิ่มขึ้นจากการอ่านนิตยสารวัยรุ่น เรื่องซื้อเครื่องใช้ตามแบบในนิตยสาร เช่น กระเป๋า รองเท้า เข็มขัด เป็นต้น มีคะแนนระดับการเลียนแบบนิตยสารวัยรุ่น เท่ากับ 3.04

ระดับพฤติกรรมเลียนแบบเพิ่มขึ้นจากการอ่านนิตยสารวัยรุ่น เรื่องตัดแต่งทรงผมตามแบบในนิตยสาร มีคะแนนระดับการเลียนแบบนิตยสารวัยรุ่น เท่ากับ 2.95

ระดับพฤติกรรมเลียนแบบเพิ่มขึ้นจากการอ่านนิตยสารวัยรุ่น เรื่องซื้อเสื้อผ้าและสินค้าตามสถานที่ที่ลงในนิตยสาร มีคะแนนระดับการเลียนแบบนิตยสารวัยรุ่น เท่ากับ 2.94

ระดับพฤติกรรมเลียนแบบเพิ่มขึ้นจากการอ่านนิตยสารวัยรุ่น เรื่องทดลองแต่งหน้า ตามนิตยสาร มีคะแนนระดับการเลียนแบบนิตยสารวัยรุ่น เท่ากับ 2.84

ระดับพฤติกรรมเลียนแบบเพิ่มขึ้นจากการอ่านนิตยสารวัยรุ่น เรื่องแต่งกายตามดาราในนิตยสาร มีคะแนนระดับการเลียนแบบนิตยสารวัยรุ่น เท่ากับ 2.84

การทดสอบสมมติฐาน

การเสนอผลการทดสอบสมมติฐานของการวิจัย ทดสอบความแตกต่างของลักษณะประชากร โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ได้แก่สถิติ t test เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีตัวแปรอิสระ 2 กลุ่ม การวิเคราะห์ความแปรปรวนจำแนกทางเดียว (one-way ANOVA) เพื่อทดสอบตัวแปรอิสระที่มี 2 กลุ่มขึ้นไป และเปรียบเทียบเชิงซ้อนรายคู่ (multiple comparison) ของ LSD ในกรณีที่พบว่า มีความ

แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เพื่อตรวจสอบว่าตัวแปรคู่ใดที่มีความแตกต่างและสัมพันธ์กัน (Pearson's product moment correlation coefficient) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปร โดยทำการทดสอบสมมติฐาน ดังต่อไปนี้

1. ลักษณะประชากรของวัยรุ่นแตกต่างกัน มีผลต่อการเลียนแบบแฟชั่นในนิตยสารแตกต่างกัน
2. พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของวัยรุ่นแตกต่างกัน มีผลต่อการเลียนแบบการแต่งกายแฟชั่นจากนิตยสารแตกต่างกัน
3. เนื้อหาของนิตยสารแตกต่างกัน มีผลต่อการเลียนแบบของวัยรุ่นแตกต่างกัน
4. วิธีการนำเสนอภาพแฟชั่นในนิตยสารแตกต่างกัน มีผลต่อการเลียนแบบการแต่งกายแฟชั่นจากนิตยสารแตกต่างกัน

ความหมายของการทดสอบสมมติฐาน หากค่า Sig. ที่ได้มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 หมายความว่า ตัวแปรอิสระนั้นมีผลต่อตัวแปรตามซึ่งเป็นการยอมรับสมมติฐานการวิจัย แต่ถ้าค่า Sig. ที่ได้มีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 หมายความว่า ตัวแปรอิสระไม่มีผลต่อตัวแปรตาม ซึ่งเป็นการปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย

ตาราง 24

ผลวิเคราะห์ความแตกต่าง ระดับการอ่านนิตยสารวัยรุ่นมีผลต่อการเลียนแบบของวัยรุ่น จำแนกตามเพศ

เพศ	\bar{X}	SD	t	Sig.
ชาย	3.15	0.96	-0.076	0.94
หญิง	3.15	0.75		

จากตาราง 24 พบว่า ระดับการอ่านนิตยสารวัยรุ่นมีผลต่อการเลียนแบบของวัยรุ่น ไม่ขึ้นอยู่กับการอ่านนิตยสารวัยรุ่นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่าปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ เพศไม่มีผลต่อระดับการอ่านนิตยสารวัยรุ่นมีผลต่อการเลียนแบบของวัยรุ่น

ตาราง 25

ผลวิเคราะห์ความแตกต่าง ระดับการอ่านนิตยสารวัยรุ่นมีผลต่อการเลียนแบบของวัยรุ่น
จำแนกตามอายุ

อายุ	\bar{X}	SD	F	Sig.
13-14 ปี	3.10	0.90	1.25	0.292
15-16 ปี	3.22	0.79		
17-18 ปี	3.12	0.82		
19 ปีขึ้นไป	2.74	1.26		

จากตาราง 25 พบว่า ระดับการอ่านนิตยสารวัยรุ่นมีผลต่อการเลียนแบบของ
วัยรุ่น ไม่ขึ้นอยู่กับสถานภาพด้านอายุอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า
ว่าปฏิเสธสมมุติฐานการวิจัย นั่นคือ อายุไม่มีผลต่อระดับการอ่านนิตยสารวัยรุ่นมีผลต่อ
การเลียนแบบของวัยรุ่น

ตาราง 26

ผลวิเคราะห์ความแตกต่าง ระดับการอ่านนิตยสารวัยรุ่นมีผลต่อการเลียนแบบของวัยรุ่น
จำแนกตามการศึกษา

การศึกษา	\bar{X}	SD	F	Sig.
มัธยมศึกษาตอนต้น	3.14	0.87	0.07	0.791
มัธยมศึกษาตอนปลาย	3.16	0.84		

จากตาราง 26 พบว่า ระดับการอ่านนิตยสารวัยรุ่นมีผลต่อการเลียนแบบของ
วัยรุ่น ไม่ขึ้นอยู่กับสถานภาพด้านการศึกษาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
หมายความว่าปฏิเสธสมมุติฐานการวิจัย นั่นคือ การศึกษาไม่มีผลต่อระดับการอ่าน
นิตยสารวัยรุ่นมีผลต่อการเลียนแบบของวัยรุ่น

ตาราง 27

ผลวิเคราะห์ความแตกต่าง ระดับการอ่านนิตยสารวัยรุ่นมีผลต่อการเลียนแบบของวัยรุ่น
จำแนกตามรายได้

รายได้ (เงินจากผู้ปกครอง)	\bar{X}	SD	F	Sig.
ต่ำกว่า 3,000 บาท	3.16	0.86	0.84	0.474
3,000-6,000 บาท	3.11	0.83		
6,001-9,000 บาท	3.29	1.01		
9,001 บาท	3.57	0.98		

จากตาราง 27 พบว่า ระดับการอ่านนิตยสารวัยรุ่นมีผลต่อการเลียนแบบของ
วัยรุ่น ไม่ขึ้นอยู่กับสถานภาพด้านรายได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
หมายความว่าปฏิเสธสมมุติฐานการวิจัย นั่นคือ รายได้ไม่มีผลต่อระดับการอ่านนิตยสาร
วัยรุ่นมีผลต่อการเลียนแบบของวัยรุ่น

ตาราง 28

ผลวิเคราะห์ความแตกต่าง ระดับการอ่านนิตยสารวัยรุ่นมีผลต่อการเลียนแบบของวัยรุ่น
จำแนกตามแหล่งการอ่านนิตยสารวัยรุ่น

อ่านนิตยสารวัยรุ่นจากแหล่งใด	\bar{X}	SD	F	Sig.
ซื้อตามร้านหนังสือเอง	3.19	0.84	4.51	0.004*
ยืมผู้อื่นอ่าน	3.10	0.95		
เช่าจากร้านหนังสือ	3.55	0.70		
อ่านในห้องสมุดหรือร้านเสริมสวย	2.81	0.68		

*ระดับนัยสำคัญที่ .05

จากตาราง 28 พบว่า ระดับการอ่านนิตยสารวัยรุ่นมีผลต่อการเลียนแบบของ
วัยรุ่น ขึ้นอยู่กับแหล่งการอ่านนิตยสารวัยรุ่นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

หมายความว่าไม่ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ แหล่งการอ่านนิตยสารวัยรุ่นที่ชอบต่างกันย่อมมีผลต่อการเลือกแหล่งการอ่านนิตยสารวัยรุ่นต่างกัน จึงได้ทำการทดสอบรายคู่ด้วยวิธี Least Sig.nificant Difference (LSD) ปรากฏดังตาราง 28

ตาราง 29

ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของแหล่งการอ่านนิตยสารวัยรุ่น จำแนกตามการจำแนกตามแหล่งการอ่านนิตยสารวัยรุ่น

อ่านนิตยสารวัยรุ่นจากแหล่งใด	X	ซื้อตามร้านหนังสือเอง	ยืมผู้อื่นอ่าน	เช่าจากร้านหนังสือ	อ่านในห้องสมุดหรือร้านเสริมสวย
		3.19	3.10	3.55	2.81
ซื้อตามร้านหนังสือเอง	3.19				0.38
ยืมผู้อื่นอ่าน	3.10				
เช่าจากร้านหนังสือ	3.55	0.35	0.44		0.74
อ่านในห้องสมุดหรือร้านเสริมสวย	2.81				

จากตาราง 29 ผลทดสอบรายคู่ด้วยวิธี Least Sig.nificant Difference (LSD) พบว่ามีความแตกต่างกันตามลักษณะของตัวแปร 4 คู่ วัยรุ่นซื้อนิตยสารตามร้านหนังสือเอง ($\bar{X} = 3.19$) มากกว่า อ่านในห้องสมุดหรือร้านเสริมสวย ($\bar{X} = 2.18$) มีค่าเฉลี่ยต่างเท่ากับ 0.38 เช่าจากร้านหนังสือ ($\bar{X} = 3.55$) มากกว่า ซื้อนิตยสารตามร้านหนังสือเอง ($\bar{X} = 3.19$) มีค่าเฉลี่ยต่างเท่ากับ 0.35 และเช่าจากร้านหนังสือ ($\bar{X} = 3.55$) มากกว่า ยืมผู้อื่นอ่าน ($\bar{X} = 3.10$) มีค่าเฉลี่ยต่างเท่ากับ 0.44 และเช่าจากร้านหนังสือ ($\bar{X} = 3.55$) มากกว่า อ่านในห้องสมุดหรือร้านเสริมสวย ($\bar{X} = 2.18$) มีค่าเฉลี่ยต่างเท่ากับ 0.74

ตาราง 30

ผลวิเคราะห์ความแตกต่าง ระดับการอ่านนิตยสารวัยรุ่นมีผลต่อการเลียนแบบของวัยรุ่น
จำแนกตามชื่อนิตยสารวัยรุ่น

อ่านนิตยสารวัยรุ่นเล่มใด	\bar{X}	SD	F	Sig.
CHEEZE	3.28	0.86	2.01	0.076
CAWAI	3.10	0.77		
A-STAR	3.32	0.77		
ZUPZIP	3.13	0.74		
THE BOY	3.18	0.89		
อื่น ๆ.....	3.02	0.89		

จากตาราง 30 พบว่า ระดับการอ่านนิตยสารวัยรุ่นมีผลต่อการเลียนแบบของ
วัยรุ่น ไม่ขึ้นอยู่กับชื่อนิตยสารวัยรุ่นได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
หมายความว่าปฏิเสธสมมุติฐานการวิจัย นั่นคือ ชื่อนิตยสารวัยรุ่นไม่มีผลต่อระดับการ
อ่านนิตยสารวัยรุ่นมีผลต่อการเลียนแบบของวัยรุ่น

ตาราง 31

ผลวิเคราะห์ความแตกต่าง ระดับการอ่านนิตยสารวัยรุ่นมีผลต่อการเลียนแบบของวัยรุ่น
จำแนกตามความบ่อยในการรับข่าวสารเกี่ยวกับแฟชั่นการแต่งกาย

รับข่าวสารเกี่ยวกับการแฟชั่นการแต่งกาย บ่อยเพียงใด	\bar{X}	SD	F	Sig.
ทุก ๆ เดือน	3.35	0.85	4.47	0.004*
2-3 เดือนต่อเล่ม	3.09	0.78		
4-6 เดือนต่อเล่ม	3.14	0.79		
มากกว่า 6 เดือนต่อเล่ม	2.95	0.99		

*ระดับนัยสำคัญที่ .05

จากตาราง 31 พบว่า ระดับการอ่านนิตยสารวัยรุ่นมีผลต่อการเลียนแบบของวัยรุ่น ขึ้นอยู่กับความต้องการรับข่าวสารนิตยสารวัยรุ่นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่าไม่ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ ความต้องการในการอ่านต่อการเลือกที่จะรับข่าวสารจากนิตยสารวัยรุ่นต่างกัน จึงได้ทำการทดสอบรายคู่ด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD) (ดูดังตาราง 31)

ตาราง 32

ผลวิเคราะห์ความแตกต่าง ระดับการอ่านนิตยสารวัยรุ่นมีผลต่อการเลียนแบบของวัยรุ่น จำแนกตามความบ่อยในการรับข่าวสารเกี่ยวกับแฟชั่นการแต่งกาย

รับข่าวสารเกี่ยวกับการแฟชั่นการแต่งกายบ่อยเพียงใด	\bar{X}	2-3	4-6	มากกว่า	
		ทุก ๆ เดือน	เดือนต่อเล่ม	เดือนต่อเล่ม	6 เดือนต่อเล่ม
		3.35	3.09	3.14	2.95
ทุก ๆ เดือน	3.35		0.25		0.39
2-3 เดือนต่อเล่ม	3.09				
4-6 เดือนต่อเล่ม	3.14				
มากกว่า 6 เดือนต่อเล่ม	2.95				

จากตาราง 32 ผลทดสอบรายคู่ด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD) พบว่า มีความแตกต่างกันตามลักษณะของตัวแปร 2 คู่ วัยรุ่นรับข่าวสารเกี่ยวกับแฟชั่นทุก ๆ เดือน ($\bar{X} = 3.35$) มากกว่า รับข่าวสารเกี่ยวกับแฟชั่น 2-3 เดือนต่อเล่ม ($\bar{X} = 3.09$) มีค่าเฉลี่ยต่างเท่ากับ 0.25 และรับข่าวสารเกี่ยวกับแฟชั่นทุก ๆ เดือน ($\bar{X} = 3.35$) มากกว่า รับข่าวสารเกี่ยวกับแฟชั่น มากกว่า 6 เดือนต่อเล่ม ($\bar{X} = 2.95$) มีค่าเฉลี่ยต่างเท่ากับ 0.39

ตาราง 33

ผลวิเคราะห์ความแตกต่าง ระดับการอ่านนิตยสารวัยรุ่นมีผลต่อการเลียนแบบของวัยรุ่น
จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้ในการเปิดรับข่าวสารในแต่ละครั้ง

ระยะเวลาที่เปิดอ่านนิตยสาร	\bar{X}	SD	F	Sig.
น้อยกว่า 15 นาที	3.10	0.95	0.76	0.520
15 นาที - 45 นาที	3.19	0.77		
46 นาที - 1 ชั่วโมง	3.28	0.88		
นานกว่า 1 ชั่วโมง	3.07	0.79		

*ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตาราง 33 พบว่า ระดับการอ่านนิตยสารวัยรุ่นมีผลต่อการเลียนแบบ ไม่ขึ้นอยู่กับระยะเวลาที่เปิดอ่านนิตยสารอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ ระยะเวลาไม่มีผลต่อระดับการอ่านนิตยสารวัยรุ่นมีผลต่อการเลียนแบบของวัยรุ่น

ตาราง 34

ผลวิเคราะห์ความแตกต่าง ระดับการอ่านนิตยสารวัยรุ่นมีผลต่อการเลียนแบบของวัยรุ่น
จำแนกการรู้จักนิตยสารวัยรุ่น

การรู้จักนิตยสาร	\bar{X}	SD	F	Sig.
รู้ด้วยตนเอง	3.31	0.80	4.12	0.003*
จากการแนะนำของเพื่อน	3.24	0.83		
จากสมาชิกในครอบครัว	3.21	0.86		
จากโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ	3.08	0.82		
จากการวางจำหน่ายตามแผงหนังสือต่าง ๆ	2.90	0.93		

*ระดับนัยสำคัญที่ .05

จากตาราง 34 พบว่า ระดับการอ่านนิตยสารวัยรุ่นมีผลต่อการเลียนแบบของวัยรุ่น ขึ้นอยู่กับความรู้จักนิตยสารวัยรุ่น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่าไม่ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ การรู้จักนิตยสารวัยรุ่น ต่อการเลือกที่จะรับข่าวสารจากนิตยสารวัยรุ่นต่างกัน จึงได้ทำการทดสอบรายคู่ด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD) ปรากฏดังตาราง 35

ตาราง 35

ผลวิเคราะห์ความแตกต่าง ระดับการอ่านนิตยสารวัยรุ่นมีผลต่อการเลียนแบบของวัยรุ่น จำแนกการรู้จักนิตยสารวัยรุ่น

การรู้จักนิตยสาร	\bar{X}	A	B	C	D	E
		3.31	3.24	3.21	3.08	2.90
รู้ด้วยตนเอง (A)	3.31					0.41
จากการแนะนำของเพื่อน (B)	3.24					0.34
จากสมาชิกในครอบครัว (C)	3.21					
จากโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ (D)	3.08					
จากการวางจำหน่ายตามแผงหนังสือต่าง ๆ (E)	2.90					

จากตาราง 35 ผลทดสอบรายคู่ด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD) พบว่ามีความแตกต่างกันตามลักษณะของตัวแปร 2 คู่ วัยรุ่นรู้จักนิตยสารด้วยตนเอง ($\bar{X} = 3.31$) มากกว่า จากการวางจำหน่ายตามแผงหนังสือต่าง ๆ ($\bar{X} = 2.90$) มีค่าเฉลี่ยต่างเท่ากับ 0.41 และจากการแนะนำของเพื่อน ($\bar{X} = 3.24$) มากกว่า จากการวางจำหน่ายตามแผงหนังสือต่าง ๆ ($\bar{X} = 2.90$) มีค่าเฉลี่ยต่างเท่ากับ 0.34

ตาราง 36

ผลวิเคราะห์ความแตกต่าง ระดับการอ่านนิตยสารวัยรุ่นมีผลต่อการเลียนแบบของวัยรุ่น
จำแนกตาม ลักษณะการอ่านนิตยสาร

ลักษณะการอ่านนิตยสารวัยรุ่น	\bar{X}	SD	F	Sig.
ตั้งใจอ่านตั้งแต่หน้าแรกจนหน้า สุดท้าย	3.37	0.80	2.60	0.035*
เลือกอ่านเฉพาะคอลัมน์ที่สนใจ	3.24	0.85		
อ่านเรื่อย ๆ ตั้งใจบ้าง ไม่ตั้งใจบ้าง	3.05	0.81		
เปิดผ่าน ๆ ไม่ได้ตั้งใจ	3.00	0.87		
อื่น ๆ	3.04	1.24		

*ระดับนัยสำคัญที่ .05

จากตาราง 36 พบว่า ระดับการอ่านนิตยสารวัยรุ่นมีผลต่อการเลียนแบบของ
วัยรุ่น ขึ้นอยู่กับแหล่งการอ่านนิตยสารวัยรุ่นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
หมายความว่าไม่ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ ลักษณะการอ่านนิตยสารวัยรุ่นที่ชอบ
ต่างกันย่อมมีผลต่อการอ่านนิตยสารวัยรุ่นต่างกัน จึงได้ทำการทดสอบรายคู่ด้วยวิธี Least
Sig.nificant Difference (LSD) ดังข้อมูลในตาราง 36

ตาราง 37

ผลวิเคราะห์ความแตกต่าง ระดับการอ่านนิตยสารวัยรุ่นมีผลต่อการเลียนแบบของวัยรุ่น
จำแนกตาม ลักษณะการอ่านนิตยสาร

ลักษณะการอ่านนิตยสารวัยรุ่น	\bar{X}	A	B	C	D	E
		3.37	3.24	3.05	3.00	3.04
ตั้งใจอ่านตั้งแต่หน้าแรกจนหน้า สุดท้าย (A)	3.37			0.31	0.36	
เลือกอ่านเฉพาะคอลัมน์ที่สนใจ (B)	3.24			0.19	0.24	

จากตาราง 37 ผลทดสอบรายคู่ด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD) พบว่ามีความแตกต่างกันตามลักษณะของตัวแปร 4 คู่ ได้แก่ ลักษณะ

การอ่านนิตยสารของวัยรุ่น ตั้งใจอ่านตั้งแต่หน้าแรกจนหน้าสุดท้าย ($\bar{X} = 3.37$) มากกว่า อ่านเรื่อย ๆ ตั้งใจบ้าง ไม่ตั้งใจบ้าง ($\bar{X} = 3.05$) มีค่าเฉลี่ยต่างกันเท่ากับ 0.31

การอ่านนิตยสารของวัยรุ่น ตั้งใจอ่านตั้งแต่หน้าแรกจนหน้าสุดท้าย ($\bar{X} = 3.37$) มากกว่า เปิดผ่าน ๆ ไม่ได้ตั้งใจ ($\bar{X} = 3.00$) มีค่าเฉลี่ยต่างกันเท่ากับ 0.36

การอ่านนิตยสารของวัยรุ่น เลือกอ่านเฉพาะคอลัมน์ที่สนใจ ($\bar{X} = 3.24$) มากกว่า อ่านเรื่อย ๆ ตั้งใจบ้าง ไม่ตั้งใจบ้าง ($\bar{X} = 3.05$) มีค่าเฉลี่ยต่างกันเท่ากับ 0.19

การอ่านนิตยสารของวัยรุ่น เลือกอ่านเฉพาะคอลัมน์ที่สนใจ ($\bar{X} = 3.24$) มากกว่า เปิดผ่าน ๆ ไม่ได้ตั้งใจ ($\bar{X} = 3.00$) มีค่าเฉลี่ยต่างกันเท่ากับ 0.24

ตาราง 38

ผลวิเคราะห์ความแตกต่าง ระดับการอ่านนิตยสารวัยรุ่นมีผลต่อการเลียนแบบของวัยรุ่น จำแนกตามสาเหตุที่อ่านนิตยสารวัยรุ่น

สาเหตุที่อ่านนิตยสารวัยรุ่น	\bar{X}	SD	F	Sig.
เพื่อความบันเทิง	3.07	0.84	3.50	0.008*
นำไปปรับใช้กับการแต่งกายเพื่อให้เข้ากับกระแสแฟชั่น	3.38	0.82		
ได้รับข่าวสารเกี่ยวกับแฟชั่นที่ทันสมัย	3.34	0.80		
เพื่อนำข้อมูลไปแลกเปลี่ยนกับเพื่อน	3.16	0.88		
อื่น ๆ.....	2.87	1.04		

*ระดับนัยสำคัญที่ .05

จากตาราง 38 พบว่า สาเหตุที่อ่านนิตยสารวัยรุ่นมีผลต่อการเลียนแบบของวัยรุ่น ขึ้นอยู่กับสาเหตุที่อ่านนิตยสารวัยรุ่นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า

ว่าไม่ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ สาเหตุที่อ่านนิตยสารวัยรุ่นที่ชอบต่างกันย่อมมีผลต่อการอ่านนิตยสารวัยรุ่นต่างกัน จึงได้ทำการทดสอบรายคู่ด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD) (ดูตาราง 39)

ตาราง 39

ผลวิเคราะห์ความแตกต่าง ระดับการอ่านนิตยสารวัยรุ่นมีผลต่อการเลียนแบบของวัยรุ่น จำแนกตามสาเหตุที่อ่านนิตยสารวัยรุ่น

สาเหตุที่อ่านนิตยสารวัยรุ่น	\bar{X}	A	B	C	D	E
		3.07	3.38	3.34	3.16	2.87
เพื่อความบันเทิง (A)	3.07					
นำไปปรับใช้กับการแต่งกายเพื่อให้เข้ากับกระแสแฟชั่น (B)	3.38	0.31				0.51
ได้รับข่าวสารเกี่ยวกับแฟชั่นที่ทันสมัย (C)	3.34	0.27				0.47
เพื่อนำข้อมูลไปแลกเปลี่ยนกับเพื่อน (D)	3.16					
อื่น ๆ (E)	2.87					

จากตาราง 39 ผลทดสอบรายคู่ด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD) พบว่ามีความแตกต่างกันตามลักษณะของตัวแปร 4 คู่ ได้แก่ ลักษณะ

สาเหตุที่อ่านนิตยสารวัยรุ่น เพื่อนำไปปรับใช้กับการแต่งกายเพื่อให้เข้ากับกระแสแฟชั่น ($\bar{X} = 3.38$) มากกว่า เพื่อความบันเทิง ($\bar{X} = 3.07$) มีค่าเฉลี่ยต่างกันเท่ากับ 0.31

สาเหตุที่อ่านนิตยสารวัยรุ่น เพื่อนำไปปรับใช้กับการแต่งกายเพื่อให้เข้ากับกระแสแฟชั่น ($\bar{X} = 3.38$) มากกว่าสาเหตุอื่น ๆ ($\bar{X} = 2.87$) มีค่าเฉลี่ยต่างกันเท่ากับ 0.51

สาเหตุที่อ่านนิตยสารวัยรุ่น เพื่อได้รับข่าวสารเกี่ยวกับแฟชั่นที่ทันสมัย ($\bar{X} = 3.34$) มากกว่า เพื่อความบันเทิง ($\bar{X} = 3.07$) มีค่าเฉลี่ยต่างกันเท่ากับ 0.27

สาเหตุที่อ่านนิคยสารวัยรุ่น เพื่อได้รับข่าวสารเกี่ยวกับแฟชั่นที่ทันสมัย ($\bar{X} = 3.34$) มากกว่า สาเหตุอื่นๆ ($\bar{X} = 2.87$) มีค่าเฉลี่ยต่างกันเท่ากับ 0.47

ตาราง 40

ผลวิเคราะห์ความแตกต่าง ระดับการอ่านนิคยสารวัยรุ่นมีผลต่อการเลียนแบบของวัยรุ่น จำแนกตามประโยชน์ที่ได้รับ

ประโยชน์ที่ได้รับ	\bar{X}	<i>SD</i>	<i>F</i>	Sig.
เพื่อความเพลิดเพลิน	3.09	0.86	4.78	0.003*
นำไปปรับใช้กับตนเองเพื่อให้เข้ากับ				
กระแสแฟชั่น	3.41	0.77		
ได้รับเนื้อหาความรู้ที่อยู่ในนิคยสาร	2.99	0.86		
อื่น ๆ.....	3.32	1.01		

*ระดับนัยสำคัญที่ .05

จากตาราง 40 พบว่า ประโยชน์ที่ได้รับจากการอ่านนิคยสารวัยรุ่น มีผลต่อการเลียนแบบของวัยรุ่น ขึ้นอยู่ประโยชน์ที่ได้รับอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่าไม่ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ สาเหตุที่อ่านนิคยสารวัยรุ่นที่ได้รับ ประโยชน์ต่างกันย่อมมีผลต่อการอ่านนิคยสารวัยรุ่นต่างกัน จึงได้ทำการทดสอบรายคู่ ด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD) ดังข้อมูลในตาราง 41

ตาราง 41

ผลวิเคราะห์ความแตกต่าง ระดับการอ่านนิตยสารวัยรุ่นมีผลต่อการเลียนแบบของวัยรุ่น
จำแนกตามประโยชน์ที่ได้รับ

ประโยชน์ที่ได้รับ	\bar{X}	A	B	C	D
		3.09	3.41	2.99	3.32
เพื่อความเพลิดเพลิน (A)	3.09				
นำไปปรับใช้กับตนเองเพื่อให้เข้ากับ กระแสแฟชั่น (B)	3.41	0.31		0.41	
ได้รับเนื้อหาความรู้ที่อยู่ในนิตยสาร (C)	2.99				
อื่น ๆ (D)	3.32				

จากตาราง 41 ผลทดสอบรายคู่ด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD)
พบว่ามีความแตกต่างกันตามลักษณะของตัวแปร 2 คู่ ได้แก่

ประโยชน์ที่ได้รับจากการอ่านนิตยสารวัยรุ่นเพื่อ นำไปปรับใช้กับตนเองเพื่อให้
เข้ากับกระแสแฟชั่น ($\bar{X} = 3.41$) มากกว่า เพื่อความเพลิดเพลิน ($\bar{X} = 3.09$) มีค่าเฉลี่ย
ต่างกันเท่ากับ 0.31

ประโยชน์ที่ได้รับจากการอ่านนิตยสารวัยรุ่นเพื่อ นำไปปรับใช้กับตนเองเพื่อให้
เข้ากับกระแสแฟชั่น ($\bar{X} = 3.41$) มากกว่า ได้รับเนื้อหาความรู้ที่อยู่ในนิตยสาร ($\bar{X} =$
2.99) มีค่าเฉลี่ยต่างกันเท่ากับ 0.41

ตาราง 42

ผลวิเคราะห์ความแตกต่าง ระดับการอ่านนิตยสารวัยรุ่นมีผลต่อการเลียนแบบของวัยรุ่น
จำแนกตามเนื้อหาของนิตยสาร

ความสนใจในเนื้อหา	\bar{X}	SD	F	Sig.
แฟชั่นกายแต่งกายทั่วไป	3.16	0.87	1.58	0.179
การโฆษณาแฟชั่นเทรนด์ใหม่	3.31	0.73		
ความเคลื่อนไหวเกี่ยวกับกระแส				
แฟชั่นในประเทศ/ต่างประเทศ	3.14	0.81		
การให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่องเพศ	2.94	1.03		
อื่น ๆ.....	2.96	1.03		

จากตาราง 42 พบว่า ระดับการอ่านนิตยสารวัยรุ่นมีผลต่อการเลียนแบบของ
วัยรุ่น ไม่ขึ้นอยู่กัับสถานภาพด้านรูปแบบนิตยสารอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
หมายความว่าปฏิเศรสมมุติฐานการวิจัย นั่นคือ รูปแบบนิตยสารไม่มีผลต่อระดับการ
อ่านนิตยสารวัยรุ่นมีผลต่อการเลียนแบบของวัยรุ่น

ตาราง 43

ผลวิเคราะห์ความแตกต่าง ระดับการอ่านนิตยสารวัยรุ่นมีผลต่อการเลียนแบบของวัยรุ่น
จำแนกตามเนื้อหาของนิตยสาร

เนื้อหาในนิตยสาร	\bar{X}	SD	F	Sig.
ให้ข้อมูลเกี่ยวแฟชั่นทั่วไป	3.02	0.91	3.80	0.005*
ให้คำแนะนำเกี่ยวกับสไตล์การแต่งกายของ วัยรุ่น	3.32	0.74		
มีโฆษณาสินค้าที่ทันสมัย	3.32	0.84		
แนะนำสถานที่ ที่มีสินค้าวัยรุ่นจำหน่าย				
หลากหลาย	2.95	0.75		
อื่น ๆ.....	3.05	1.12		

*ระดับนัยสำคัญที่ .05

จากตาราง 43 พบว่า ระดับการอ่านนิตยสารวัยรุ่นมีผลต่อการเลียนแบบของวัยรุ่น ขึ้นอยู่กับเนื้อหาในนิตยสารอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่าไม่ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย นั่นเนื้อหาในนิตยสารที่แตกต่างกันย่อมมีผลต่อการเลือกแหล่งการอ่านนิตยสารวัยรุ่นต่างกัน จึงได้ทำการทดสอบรายคู่ด้วยวิธี Least Sig.nificant Difference (LSD) ดังข้อมูลในตาราง 43

ตาราง 44

ผลวิเคราะห์ความแตกต่าง ระดับการอ่านนิตยสารวัยรุ่นมีผลต่อการเลียนแบบของวัยรุ่น จำแนกตามเนื้อหาของนิตยสาร

เนื้อหาในนิตยสาร	\bar{X}	A	B	C	D	E
		3.02	3.32	3.32	2.95	3.05
ให้ข้อมูลเกี่ยวแฟชั่นทั่วไป (A)	3.02					
ให้คำแนะนำเกี่ยวกับสไตล์การแต่งกายของวัยรุ่น (B)	3.32	0.29			0.36	
มีโฆษณาสินค้าที่ทันสมัย (C)	3.32	0.30			0.37	
แนะนำสถานที่ ที่มีสินค้าวัยรุ่น						
จำหน่ายหลากหลาย (D)	2.95					
อื่น ๆ (E)	3.05					

จากตาราง 44 ผลทดสอบรายคู่ด้วยวิธี Least Sig.nificant Difference (LSD) พบว่ามีความแตกต่างกันตามลักษณะของตัวแปร 4 คู่ได้แก่

เนื้อหาในนิตยสาร ให้คำแนะนำเกี่ยวกับสไตล์การแต่งกายของวัยรุ่น ($\bar{X} = 3.32$) มากกว่า ให้ข้อมูลเกี่ยวแฟชั่นทั่วไป ($\bar{X} = 3.02$) มีค่าเฉลี่ยต่างเท่ากับ 0.29

เนื้อหาในนิตยสาร ให้คำแนะนำเกี่ยวกับสไตล์การแต่งกายของวัยรุ่น ($\bar{X} = 3.32$) มากกว่า แนะนำสถานที่ ที่มีสินค้าวัยรุ่นจำหน่ายหลากหลาย ($\bar{X} = 2.95$) มีค่าเฉลี่ยต่างเท่ากับ 0.36

เนื้อหาในนิตยสาร มีโฆษณาสินค้าที่ทันสมัย ($\bar{X} = 3.32$) มากกว่า ให้ข้อมูลเกี่ยว
แพชั่นทั่วไป ($\bar{X} = 3.02$) มีค่าเฉลี่ยต่างเท่ากับ 0.30

เนื้อหาในนิตยสาร มีโฆษณาสินค้าที่ทันสมัย ($\bar{X} = 3.32$) มากกว่า แนะนำ
สถานที่ ที่มีสินค้าวัยรุ่นจำหน่ายหลากหลาย ($\bar{X} = 2.95$) มีค่าเฉลี่ยต่างเท่ากับ 0.37

ตาราง 45

ผลวิเคราะห์ความแตกต่าง ระดับการอ่านนิตยสารวัยรุ่นมีผลต่อการเลียนแบบของวัยรุ่น
จำแนกตาม เนื้อหานิตยสารที่ควรปรับปรุง

เนื้อหานิตยสารที่ควรปรับปรุง	\bar{X}	<i>SD</i>	<i>F</i>	Sig.
ด้านแฟชั่นกายแต่งกาย	3.23	0.94	0.53	0.716
ด้านการแนะนำการแต่งกาย	3.12	0.78		
ด้านความเคลื่อนไหวเกี่ยวกับกระแส				
แพชั่นในประเทศ/ต่างประเทศ	3.10	0.76		
ภาพโฆษณาแฟชั่น	3.19	0.76		
อื่น ๆ.....	3.05	1.08		

จากตาราง 45 พบว่า ระดับการอ่านนิตยสารวัยรุ่นมีผลต่อการเลียนแบบของ
วัยรุ่น ไม่ขึ้นอยู่กับ เนื้อหานิตยสารที่ต้องปรับปรุงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
หมายความว่าปฏิเสธสมมุติฐานการวิจัย นั่นคือ เนื้อหานิตยสารที่ต้องปรับปรุงไม่มีผล
ต่อระดับการอ่านนิตยสารวัยรุ่นมีผลต่อการเลียนแบบของวัยรุ่น

ตาราง 46

ผลวิเคราะห์ความแตกต่าง ระดับการอ่านนิตยสารวัยรุ่นมีผลต่อการเลียนแบบของวัยรุ่น
จำแนกตามการตัดสินใจแต่งกายจากนิตยสาร

การตัดสินใจแต่งกายจากนิตยสาร	\bar{X}	SD	F	Sig.
ภาพโฆษณา	3.07	0.89	6.11	0.000*
ภาพแฟชั่นที่สวมใส่โดย นายแบบ/นางแบบที่มี ชื่อเสียง	3.42	0.75		
ภาพแฟชั่นที่เป็นกระแสนิยม	3.23	0.69		
ด้านโฆษณาแฟชั่น	2.78	0.94		
อื่น ๆ.....	2.93	1.09		

*ระดับนัยสำคัญที่ .05

จากตาราง 46 พบว่า ระดับการอ่านนิตยสารวัยรุ่นมีผลต่อการเลียนแบบของวัยรุ่น ขึ้นอยู่กับการตัดสินใจแต่งกายจากนิตยสารอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่าไม่ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย นั่นคือการตัดสินใจแต่งกายจากนิตยสารที่แตกต่างกันย่อมมีผลต่อการเลือกแหล่งการอ่านนิตยสารวัยรุ่นต่างกัน จึงได้ทำการทดสอบรายคู่ด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD) ดังข้อมูลในตาราง 46

ตาราง 47

ผลวิเคราะห์ความแตกต่าง ระดับการอ่านนิตยสารวัยรุ่นมีผลต่อการเลียนแบบของวัยรุ่น
จำแนกตามการตัดสินใจแต่งกายจากนิตยสาร

การตัดสินใจแต่งกายจากนิตยสาร	\bar{X}	A	B	C	D	E
		3.07	3.42	3.23	2.78	2.93
ภาพโฆษณา (A)	3.07					
ภาพแฟชั่นที่สวมใส่โดย นายแบบ/ นางแบบที่มีชื่อเสียง (B)	3.42	0.35			0.64	0.49
ภาพแฟชั่นที่เป็นกระแสนิยม (C)	3.23				0.44	0.30
ด้านโฆษณาแฟชั่น (D)	2.78					
อื่น ๆ.....(E)	2.93					

จากตาราง 47 ผลทดสอบรายคู่ด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD) พบว่ามีความแตกต่างกันตามลักษณะของตัวแปร 5 คู่ ได้แก่

การตัดสินใจแต่งกายจากนิตยสารจาก ภาพแฟชั่นที่สวมใส่โดย นายแบบ/นางแบบที่มีชื่อเสียง ($\bar{X} = 3.42$) มากกว่า ภาพโฆษณา ($\bar{X} = 3.07$) มีค่าเฉลี่ยต่างเท่ากับ 0.35

การตัดสินใจแต่งกายจากนิตยสารจาก ภาพแฟชั่นที่สวมใส่โดย นายแบบ/นางแบบที่มีชื่อเสียง ($\bar{X} = 3.42$) มากกว่าด้านโฆษณาแฟชั่น ($\bar{X} = 2.78$) มีค่าเฉลี่ยต่างเท่ากับ 0.64

การตัดสินใจแต่งกายจากนิตยสารจาก ภาพแฟชั่นที่สวมใส่โดย นายแบบ/นางแบบที่มีชื่อเสียง ($\bar{X} = 3.42$) มากกว่า อื่น ๆ ($\bar{X} = 2.93$) มีค่าเฉลี่ยต่างเท่ากับ 0.49

การตัดสินใจแต่งกายจากนิตยสารจาก ภาพแฟชั่นที่เป็นกระแสนิยม ($\bar{X} = -3.23$) มากกว่า ด้านโฆษณาแฟชั่น ($\bar{X} = 2.78$) ค่าเฉลี่ยต่างเท่ากับ 0.44

การตัดสินใจแต่งกายจากนิตยสารจาก ภาพแฟชั่นที่เป็นกระแสนิยม ($\bar{X} = -3.23$) มากกว่า อื่น ๆ ($\bar{X} = 2.93$) มีค่าเฉลี่ยต่างเท่ากับ 0.30

ตาราง 48

ผลวิเคราะห์ความแตกต่าง ระดับการอ่านนิตยสารวัยรุ่นมีผลต่อการเลียนแบบของวัยรุ่น จำแนกตามแฟชั่นที่ควรแนะนำ

แฟชั่นที่ควรแนะนำ	\bar{X}	SD	F	Sig.
ควรแนะนำการแต่งกายที่เหมาะสมกับวัย	3.10	0.89	1.84	0.120
แนะนำสไตล์แฟชั่นที่หลากหลายมากขึ้น	3.32	0.74		
แนะนำการผสมผสานแฟชั่นที่ลงตัว	3.14	0.69		
แนะนำการแต่งหน้า ทรงผม				
หลากหลายรูปแบบ	2.97	1.01		
อื่น ๆ.....	3.05	1.12		

จากตาราง 48 พบว่า ระดับการอ่านนิตยสารวัยรุ่นมีผลต่อการเลียนแบบ ไม่ขึ้นอยู่กับแฟชันที่ควรแนะนำอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่าปฏิเสธสมมุติฐานการวิจัย นั่นคือ แฟชันที่ควรแนะนำไม่มีผลต่อการเลียนแบบของวัยรุ่น

ตาราง 49

ผลวิเคราะห์ความแตกต่าง ระดับการอ่านนิตยสารวัยรุ่นมีผลต่อการเลียนแบบของวัยรุ่น จำแนกตามการนำเสนอภาพแฟชันที่ดึงดูดใจ

การนำเสนอภาพแฟชันที่ดึงดูดใจ	\bar{X}	SD	F	Sig.
ใช้ศิลปิน/ดารา แสดงแบบ	3.01	0.88	2.05	0.087
กระแสดของแฟชันที่กำลังเป็นที่นิยม	3.30	0.79		
ภาพของสินค้าที่สื่อให้เห็นถึงการ ออกแบบอย่างมีระดับ	3.25	0.74		
อารมณ์ของภาพสื่อให้เห็นถึงความ ดึงดูดใจต่อเพศตรงข้าม	3.21	0.92		
การจัดหน้าภายในเล่มดูสบายตา ใช้ สีตัดกันสดใสสะดุดตา	3.11	0.93		

จากตาราง 49 พบว่า ระดับการอ่านนิตยสารวัยรุ่นมีผลต่อการเลียนแบบ ไม่ขึ้นอยู่กับการนำเสนอภาพแฟชันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่าปฏิเสธสมมุติฐานการวิจัย นั่นคือการนำเสนอภาพแฟชันไม่มีผลต่อการเลียนแบบของวัยรุ่น

ตาราง 50

ผลวิเคราะห์ความแตกต่าง ระดับการอ่านนิตยสารวัยรุ่นมีผลต่อการเลียนแบบของวัยรุ่น
จำแนกตามการนำเสนอภาพแฟชั่นในนิตยสารที่มีผลต่อการเลียนแบบ

การนำเสนอภาพแฟชั่นในนิตยสารที่มีผลต่อ				
การเลียนแบบ	\bar{X}	<i>SD</i>	<i>F</i>	Sig.
แต่งกายตามแฟชั่นเลือกซื้อเสื้อผ้าที่นิตยสาร				
นำเสนอ	3.22	0.97	0.82	0.481
แต่งกายตามความเหมาะสม และเทศกาล	3.15	0.82		
แต่งกายตามความต้องการของตนเอง	3.08	0.81		
แต่งกายตามผู้ปกครอง	3.33	0.83		

จากตาราง 50 พบว่า ระดับการอ่านนิตยสารวัยรุ่นมีผลต่อการเลียนแบบ ไม่ขึ้นอยู่กับแต่งกายตามแฟชั่นเลือกซื้อเสื้อผ้าที่นิตยสารนำเสนอ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่าปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ แต่งกายตามแฟชั่นเลือกซื้อเสื้อผ้าที่นิตยสารนำเสนอไม่มีผลต่อ การเลียนแบบของวัยรุ่น

ตาราง 51

ผลวิเคราะห์ความแตกต่าง ระดับการอ่านนิตยสารวัยรุ่นมีผลต่อการเลียนแบบของวัยรุ่น
จำแนกตาม รูปภาพที่นำเสนอในนิตยสาร

รูปภาพที่นำเสนอในนิตยสาร	\bar{X}	<i>SD</i>	<i>F</i>	Sig.
รูปภาพการ์ตูน	2.95	0.99	2.85	0.037*
รูปภาพจริง	3.20	0.78		
รูปวาด	3.29	0.86		
รูปที่แสดงเฉพาะตัวสินค้า	3.15	0.81		

*ระดับนัยสำคัญที่ .05

จากตาราง 51 พบว่า ระดับการอ่านนิตยสารวัยรุ่นมีผลต่อการเลียนแบบของวัยรุ่น ขึ้นอยู่กับรูปภาพที่นำเสนอในนิตยสาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่าไม่ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย นั้นรูปภาพที่นำเสนอในนิตยสารที่แตกต่างกันย่อมมีผลต่อการเลือกแหล่งการอ่านนิตยสารวัยรุ่นต่างกัน จึงได้ทำการทดสอบรายคู่ด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD) ดังข้อมูลในตาราง 51

ตาราง 52

ผลวิเคราะห์ความแตกต่าง ระดับการอ่านนิตยสารวัยรุ่นมีผลต่อการเลียนแบบของวัยรุ่น จำแนกตาม รูปภาพที่นำเสนอในนิตยสาร

รูปภาพที่นำเสนอในนิตยสาร	\bar{X}	รูปภาพ			รูปที่แสดง
		การ์ตูน	รูปภาพจริง	รูปวาด	เฉพาะตัว สินค้า
		2.95	3.20	3.29	3.15
รูปภาพการ์ตูน	2.95				
รูปภาพจริง	3.20	0.25			
รูปวาด	3.29	0.33			
รูปที่แสดงเฉพาะตัวสินค้า	3.15				

รูปภาพที่นำเสนอในนิตยสารตาราง 52 ผลทดสอบรายคู่ด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD) พบว่า มีความแตกต่างกันตามลักษณะของตัวแปร 2 คู่ ได้แก่

รูปภาพภาพจริงที่นำเสนอในนิตยสาร ($\bar{X} = 3.20$) มากกว่ารูปภาพการ์ตูน ($\bar{X} = 2.95$) มีค่าเฉลี่ยต่างเท่ากับ 0.25

รูปภาพวาดที่นำเสนอในนิตยสาร ($\bar{X} = 3.29$) มากกว่ารูปภาพการ์ตูน ($\bar{X} = 2.95$) มีค่าเฉลี่ยต่างเท่ากับ 0.33

ตาราง 53

ผลวิเคราะห์ความแตกต่าง ระดับการอ่านนิตยสารวัยรุ่นมีผลต่อการเลียนแบบของวัยรุ่น
จำแนกตามรูปภาพแฟชั่นที่สะดุดตาในการนำเสนอในนิตยสาร

รูปภาพแฟชั่นที่สะดุดตาในการนำเสนอ ในนิตยสาร	\bar{X}	SD	F	Sig.
รูปภาพที่สวมใส่โดยนายแบบ/นางแบบ รูปภาพที่สวมใส่โดยตัวการ์ตูนที่ทานชื่นชอบ	3.13	0.87	0.97	0.406
ชอบ	3.14	0.93		
รูปภาพที่สวมใส่โดยวัยรุ่นทั่วไปที่ นิตยสารนำภาพมา	3.24	0.78		
แสดงเฉพาะสินค้านั้น ๆ	3.01	0.90		

จากตาราง 53 พบว่า ระดับการอ่านนิตยสารวัยรุ่นมีผลต่อการเลียนแบบ ไม่ขึ้นอยู่กับ
กับ รูปภาพแฟชั่นที่สะดุดตาในการนำเสนอในนิตยสารอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ
0.05 หมายความว่าปฏิเสธสมมุติฐานการวิจัย นั่นคือ รูปภาพแฟชั่นที่สะดุดตาในการ
นำเสนอในนิตยสารไม่มีผลต่อ การเลียนแบบของวัยรุ่น

ตาราง 54

ผลวิเคราะห์ความแตกต่าง ระดับการอ่านนิตยสารวัยรุ่นมีผลต่อการเลียนแบบของวัยรุ่น
จำแนกตามรูปภาพที่นำเสนอเพื่อดึงดูดใจ

รูปภาพที่นำเสนอเพื่อดึงดูดใจ	\bar{X}	SD	F	Sig.
รูปภาพสินค้าที่ทันสมัย ทันสมัย	3.21	0.86	3.73	0.011*
รูปภาพย้อนยุค	3.15	0.91		
รูปภาพสินค้าแนวเกาหลี	3.33	0.82		
รูปภาพสินค้าแหวกแนว ไม่เหมือน ใคร	2.93	0.79		

*ระดับนัยสำคัญที่ .05

จากตาราง 54 พบว่า ระดับการอ่านนิตยสารวัยรุ่นมีผลต่อการเลียนแบบของวัยรุ่น ขึ้นอยู่กับ รูปภาพที่นำเสนอเพื่อดึงดูดใจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่าไม่ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย นั้นรูปภาพที่นำเสนอเพื่อดึงดูดใจ ที่แตกต่างกันย่อมมีผลต่อการเลือกแหล่งการอ่านนิตยสารวัยรุ่นต่างกัน จึงได้ทำการทดสอบรายคู่ด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD) ดังข้อมูลในตาราง 54

ตาราง 55

ผลวิเคราะห์ความแตกต่าง ระดับการอ่านนิตยสารวัยรุ่นมีผลต่อการเลียนแบบของวัยรุ่น จำแนกตามรูปภาพที่นำเสนอเพื่อดึงดูดใจ

รูปภาพที่นำเสนอเพื่อดึงดูดใจ	\bar{X}	A	B	C	D
		3.21	3.15	3.33	2.93
รูปภาพสินค้าที่ทันสมัย ทันสมัย (A)	3.21				0.27
รูปภาพย้อนยุค (B)	3.15				
รูปภาพสินค้าแนวเกาหลี (C)	3.33				0.40
รูปภาพสินค้าแหวกแนว ไม่เหมือนใคร (D)	2.93				

จากตาราง 55 ผลทดสอบรายคู่ด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD) พบว่ามีความแตกต่างกันตามลักษณะของตัวแปร 2 คู่ ได้แก่

รูปภาพสินค้าที่ทันสมัย ทันสมัย ดึงดูดใจ ($\bar{X} = 3.21$) มากกว่ารูปภาพสินค้าแหวกแนว ไม่เหมือนใคร ($\bar{X} = 2.93$) ค่าเฉลี่ยต่างเท่ากับ 0.27

รูปภาพสินค้าแนวเกาหลี มีการดึงดูดใจ ($\bar{X} = 3.33$) มากกว่า รูปภาพสินค้าแหวกแนว ไม่เหมือนใคร ($\bar{X} = 2.93$) ค่าเฉลี่ยต่างเท่ากับ 0.40

ตาราง 56

ผลวิเคราะห์ความแตกต่าง ระดับการอ่านนิตยสารวัยรุ่นมีผลต่อการเลียนแบบของวัยรุ่น
จำแนกตามรูปภาพที่ตัดสนใจซื้อหรืออ่านนิตยสาร

รูปภาพที่ตัดสนใจซื้อหรืออ่านนิตยสาร	\bar{X}	SD	F	Sig.
รูปภาพแนวอาร์ต	3.05	0.94	1.77	0.117
รูปภาพแนวกราฟฟิก	3.12	0.82		
รูปภาพ ดีไซน์หรูหรา	3.36	0.79		
รูปภาพ สีสันสดใส	3.17	0.71		
รูปภาพเรียบ ๆ มีความสวยงาม	3.18	1.00		
อื่น ๆ.....	2.91	0.76		

จากตาราง 56 พบว่า ระดับการอ่านนิตยสารวัยรุ่นมีผลต่อการเลียนแบบ ไม่ขึ้นอยู่กับรูปภาพที่ตัดสนใจซื้อหรืออ่านนิตยสาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่าปฏิเสธสมมุติฐานการวิจัย นั่นคือ รูปภาพที่ตัดสนใจซื้อหรืออ่านนิตยสาร ไม่มีผลต่อ การเลียนแบบของวัยรุ่น