

### บทที่ 3

#### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกัน ผู้วิจัยจึงได้ใช้สัญลักษณ์แทนความหมาย ดังนี้

- n หมายถึง จำนวนกลุ่มตัวอย่างในกลุ่มย่อย
- min หมายถึง คะแนนต่ำที่สุด
- max หมายถึง คะแนนสูงที่สุด
- M หมายถึง ค่ามัธยเทศคณิตของคะแนน
- SD หมายถึง ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนน
- t หมายถึง ค่าสถิติทดสอบความแตกต่างของค่ามัธยเทศคณิต

ผู้วิจัยขอเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการทดลองในรูปความเรียง และตาราง ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล แสดงค่ามัธยเทศคณิต และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนการกำกับการแสดงออกของตนของกลุ่มตัวอย่างในแต่ละเงื่อนไข และแสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่างในแต่ละเงื่อนไข จำแนกตามเพศ

การทดลองเรื่องนี้ใช้เงื่อนไขการทดลองอยู่ 8 เงื่อนไข มีจำนวนกลุ่มตัวอย่างในแต่ละเงื่อนไข เงื่อนไขละ 16 คน รวมทั้งสิ้น 128 คน เป็นชาย 57 คน และเป็นหญิง 71 คน เงื่อนไขการทดลองทั้ง 8 เงื่อนไข มีดังนี้

- เงื่อนไขที่ 1 กลุ่มตัวอย่างที่มีการกำกับการแสดงออกของตนสูง (HSM) รูปภาพโฆษณาที่มีนางแบบที่มีลักษณะดึงดูด (AM) และข้อโต้แย้งที่มีน้ำหนัก (SA)
- เงื่อนไขที่ 2 กลุ่มตัวอย่างที่มีการกำกับการแสดงออกของตนสูง (HSM) รูปภาพโฆษณาที่มีนางแบบที่มีลักษณะดึงดูด (AM) และข้อโต้แย้งที่ไม่มีน้ำหนัก (WA)
- เงื่อนไขที่ 3 กลุ่มตัวอย่างที่มีการกำกับการแสดงออกของตนสูง (HSM) รูปภาพโฆษณาที่มีนางแบบที่มีลักษณะเป็นผู้เชี่ยวชาญ (EM) และข้อโต้แย้งที่มีน้ำหนัก (SA)



- เงื่อนไขที่ 4 กลุ่มตัวอย่างที่มีการกำกับการแสดงออกของตนสูง (HSM) รูปภาพ  
โฆษณาที่มีนางแบบที่มีลักษณะเป็นผู้เชี่ยวชาญ (EM) และข้อโต้แย้ง  
ที่ไม่มีน้ำหนัก (WA)
- เงื่อนไขที่ 5 กลุ่มตัวอย่างที่มีการกำกับการแสดงออกของตนต่ำ (LSM) รูปภาพ  
โฆษณาที่มีนางแบบที่มีลักษณะเป็นผู้เชี่ยวชาญ (EM) และข้อโต้แย้ง  
ที่มีน้ำหนัก (SA)
- เงื่อนไขที่ 6 กลุ่มตัวอย่างที่มีการกำกับการแสดงออกของตนต่ำ (LSM) รูปภาพ  
โฆษณาที่มีนางแบบที่มีลักษณะเป็นผู้เชี่ยวชาญ (EM) และข้อโต้แย้ง  
ที่ไม่มีน้ำหนัก (WA)
- เงื่อนไขที่ 7 กลุ่มตัวอย่างที่มีการกำกับการแสดงออกของตนต่ำ (LSM) รูปภาพ  
โฆษณาที่มีนางแบบที่มีลักษณะดึงดูด (AM) และข้อโต้แย้งที่มี  
น้ำหนัก (SA)
- เงื่อนไขที่ 8 กลุ่มตัวอย่างที่มีการกำกับการแสดงออกของตนต่ำ (LSM) รูปภาพ  
โฆษณาที่มีนางแบบที่มีลักษณะดึงดูด (AM) และข้อโต้แย้งที่ไม่มี  
น้ำหนัก (WA)

ผู้วิจัยได้นำคะแนนการกำกับการแสดงออกของตนของกลุ่มตัวอย่างในการทดลอง  
มาวิเคราะห์หาค่ามัชฌิมเลขคณิต และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนการกำกับการแสดงออก  
ของตนของกลุ่มตัวอย่างในแต่ละเงื่อนไข ซึ่งสามารถดูรายละเอียดผลการวิเคราะห์นี้ รวมทั้ง  
จำนวนกลุ่มตัวอย่างในแต่ละเงื่อนไขการทดลอง จำแนกตามเพศได้ในตารางที่ 10

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 10 จำนวนกลุ่มตัวอย่างในแต่ละเงื่อนไขการทดลอง จำแนกตามเพศ ค่ามัชฌิมเลขคณิต และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนการกำกับการแสดงออกของตนของกลุ่มตัวอย่างในแต่ละเงื่อนไข

เงื่อนไขการทดลองที่	เพศ		n	M	SD
	ชาย	หญิง			
1 (HSM, AM, SA)	4	12	16	26.50	8.94
2 (HSM, AM, WA)	6	10	16	28.19	9.10
3 (HSM, EM, SA)	5	11	16	26.63	8.72
4 (HSM, EM, WA)	7	9	16	27.75	8.92
5 (LSM, EM, SA)	6	10	16	-12.44	11.62
6 (LSM, EM, WA)	9	7	16	-7.88	6.86
7 (LSM, AM, SA)	10	6	16	-6.81	6.03
8 (LSM, AM, WA)	10	6	16	-10.06	10.06
รวม	57	71	128		

หมายเหตุ ค่า M และ SD ในที่นี้คือ ค่า M และ SD ของคะแนนการกำกับการแสดงออกของตน

- HSM หมายถึง กลุ่มตัวอย่างที่มีการกำกับการแสดงออกของตนสูง  
 LSM หมายถึง กลุ่มตัวอย่างที่มีการกำกับการแสดงออกของตนต่ำ  
 AM หมายถึง ภาพโฆษณาที่มีนางแบบที่มีลักษณะดึงดูด  
 EM หมายถึง ภาพโฆษณาที่มีนางแบบที่มีลักษณะเป็นผู้เชี่ยวชาญ  
 SA หมายถึง ภาพโฆษณาที่มีข้อโต้แย้งที่มีน้ำหนัก  
 WA หมายถึง ภาพโฆษณาที่มีข้อโต้แย้งที่ไม่มีน้ำหนัก

2. ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของค่ามัชฌิมเลขคณิตของคะแนนจากมาตรวัดความดึงดูดของกลุ่มตัวอย่างที่ได้ดูภาพโฆษณาของนางแบบที่มีลักษณะดึงดูด คนที่ 1 และของกลุ่มตัวอย่างที่ได้ดูภาพโฆษณาของนางแบบที่มีลักษณะดึงดูด คนที่ 2 ด้วยการทดสอบค่าที (t-test)

ผลการวิเคราะห์พบว่า คะแนนความดึงดูดของนางแบบ คนที่ 1 และคะแนนความดึงดูดของนางแบบ คนที่ 2 ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยค่ามัชฌิมเลขคณิตของคะแนนความดึงดูดของนางแบบ คนที่ 1 ( $M = 16.72$ ,  $SD = 8.09$ ) สูงกว่าค่ามัชฌิมเลขคณิตของคะแนนความดึงดูดของนางแบบ คนที่ 2 ( $M = 14.28$ ,  $SD = 6.82$ ) เพียงเล็กน้อย ซึ่งสอดคล้องกับการจัดอันดับความดึงดูดของนางแบบในชั้นสร้างเครื่องมือ นั่นคือ

นางแบบที่มีลักษณะดึงดูด คนที่ 1 ก็คือ นางแบบที่ได้รับการจัดอันดับเป็นนางแบบที่มีลักษณะดึงดูดเป็นอันดับที่ 1 และนางแบบที่มีลักษณะดึงดูด คนที่ 2 ก็คือ นางแบบที่ได้รับการจัดอันดับเป็นนางแบบที่มีลักษณะดึงดูดเป็นอันดับที่ 2 ผลการวิเคราะห์ในส่วนนี้เป็นการตรวจสอบความดึงดูดของนางแบบทั้ง 2 คน จากการที่นางแบบคนที่ 1 และคนที่ 2 มีคะแนนความดึงดูดแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิตินั้นก็แสดงว่า นางแบบทั้ง 2 คน ล้วนแต่เป็นนางแบบที่มีลักษณะดึงดูดเหมือนกัน ดังนั้น ในการวิเคราะห์ข้อมูลความแตกต่างของค่ามัชฌิมเลขคณิตของคะแนนเจตคติในการประเมินสินค้า จึงได้วิเคราะห์ข้อมูลคะแนนเจตคติในการประเมินสินค้าจากการที่กลุ่มตัวอย่างได้ดูภาพโฆษณาของนางแบบทั้ง 2 คนนี้ไปด้วยกัน รายละเอียดผลการวิเคราะห์ค่ามัชฌิมเลขคณิต ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าทดสอบที (t-test) ของคะแนนความดึงดูด แสดงไว้ในตารางที่ 11

ตารางที่ 11 ค่ามัชฌิมเลขคณิต ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าที (t-test) ของนางแบบที่มีลักษณะดึงดูดคนที่ 1 และคนที่ 2

นางแบบที่มีลักษณะดึงดูด	n	M	SD	t
คนที่ 1	32	16.72	8.09	1.30
คนที่ 2	32	14.28	6.82	

3. ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของค่ามัชฌิมเลขคณิตของคะแนนจากมาตรวัดความเป็นผู้เชี่ยวชาญของกลุ่มตัวอย่างที่ได้ดูภาพโฆษณาของนางแบบที่มีลักษณะเป็นผู้เชี่ยวชาญ คนที่ 1 และของกลุ่มตัวอย่างที่ได้ดูภาพโฆษณาของนางแบบที่มีลักษณะเป็นผู้เชี่ยวชาญ คนที่ 2 ด้วยการทดสอบค่าที (t-test)

ผลการวิเคราะห์พบว่า คะแนนความเป็นผู้เชี่ยวชาญของนางแบบ คนที่ 1 และคะแนนความเป็นผู้เชี่ยวชาญของนางแบบ คนที่ 2 ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยค่ามัชฌิมเลขคณิตของคะแนนความเป็นผู้เชี่ยวชาญของนางแบบ คนที่ 1 ( $M = 9.23$ ,  $SD = 8.18$ ) สูงกว่าค่ามัชฌิมเลขคณิตของคะแนนความเป็นผู้เชี่ยวชาญของนางแบบ คนที่ 2 ( $M = 7.64$ ,  $SD = 8.54$ ) เพียงเล็กน้อย ซึ่งสอดคล้องกับการจัดอันดับความเป็นผู้เชี่ยวชาญของนางแบบในชั้นสร้างเครื่องมือ นั่นคือ นางแบบที่มีลักษณะเป็นผู้เชี่ยวชาญ คนที่ 1 ก็คือ นางแบบที่ได้รับการจัดอันดับเป็นนางแบบที่มีลักษณะเป็นผู้เชี่ยวชาญเป็นอันดับที่ 1 และนางแบบที่มีลักษณะเป็นผู้เชี่ยวชาญ คนที่ 2 ก็คือ นางแบบที่ได้รับการจัดอันดับเป็นนางแบบที่มีลักษณะเป็นผู้เชี่ยวชาญเป็นอันดับที่ 2 ผลการวิเคราะห์ในส่วนนี้เป็นการตรวจสอบความเป็นผู้เชี่ยวชาญของนางแบบทั้ง 2 คน จากการที่นางแบบคนที่ 1 และคนที่ 2 มีคะแนนความเป็นผู้เชี่ยวชาญแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิตินั้นก็แสดงว่า นางแบบทั้ง 2 คน ต่างก็เป็นนางแบบที่มีลักษณะเป็นผู้เชี่ยวชาญเหมือนกัน ดังนั้น ในการวิเคราะห์ข้อมูลความแตกต่างของค่ามัชฌิมเลขคณิตของคะแนนเจตคติในการประเมินสินค้าจึงได้วิเคราะห์ข้อมูลคะแนนเจตคติในการประเมิน

สินค้าจากการที่กลุ่มตัวอย่างได้ดูภาพโฆษณาของนางแบบทั้ง 2 คนนี้ไปด้วยกัน รายละเอียดผลการวิเคราะห์ค่ามัชฌิมเลขคณิต ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าทดสอบที่ (t-test) ของคะแนนความเป็นผู้เชี่ยวชาญ แสดงไว้ในตารางที่ 12

ตารางที่ 12 ค่ามัชฌิมเลขคณิต ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าที่ (t-test) ของนางแบบที่มีลักษณะเป็นผู้เชี่ยวชาญคนที่ 1 และคนที่ 2

นางแบบที่มีลักษณะเป็นผู้เชี่ยวชาญ	n	M	SD	t
คนที่ 1	31	9.23	8.18	0.45
คนที่ 2	33	7.64	8.54	

4. ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของค่ามัชฌิมเลขคณิตของคะแนนเจตคติในการประเมินสินค้าระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีการกำกับการแสดงออกของตบสูงที่ได้ดูภาพโฆษณาที่มีนางแบบที่มีลักษณะดึงดูดและข้อโต้แย้งที่มีน้ำหนัก (เงื่อนไขที่ 1) และกลุ่มตัวอย่างที่มีการกำกับการแสดงออกของตบสูงที่ได้ดูภาพโฆษณาที่มีนางแบบที่มีลักษณะดึงดูดและข้อโต้แย้งที่ไม่มีน้ำหนัก (เงื่อนไขที่ 2) ด้วยการทดสอบค่าที่ (t-test)

ผลการวิเคราะห์พบว่า คะแนนเจตคติในการประเมินสินค้าของกลุ่มตัวอย่างในเงื่อนไขที่ 1 และในเงื่อนไขที่ 2 มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยกลุ่มตัวอย่างในเงื่อนไขที่ 1 มีค่ามัชฌิมเลขคณิตของคะแนนการประเมินสินค้าไปในทางบวก ( $M = 47.69$ ,  $SD = 18.71$ ) สูงกว่ากลุ่มตัวอย่างในเงื่อนไขที่ 2 ( $M = 28.0$ ,  $SD = 16.37$ ) รายละเอียดคะแนนสูงสุดและต่ำที่สุด ค่ามัชฌิมเลขคณิต ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าทดสอบที่ (t-test) ของคะแนนเจตคติในการประเมินสินค้าระหว่างกลุ่มตัวอย่างในเงื่อนไขที่ 1 และเงื่อนไขที่ 2 แสดงไว้ในตารางที่ 13

ศูนย์ยาไทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 13 คะแนนสูงสุดและต่ำที่สุด ค่ามัชฌิมเลขคณิต ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าที (t-test) ของคะแนนเจตคติในการประเมินสินค้าระหว่างกลุ่มตัวอย่างในเงื่อนไขที่ 1 และเงื่อนไขที่ 2

กลุ่มตัวอย่างในเงื่อนไขที่	n	min	max	M	SD	t
1 (HSM, AM, SA)	16	19	77	47.69	18.71	3.17**
2 (HSM, AM, WA)	16	-12	54	28.00	16.37	

\*\*  $p < .01$

หมายเหตุ HSM หมายถึง กลุ่มตัวอย่างที่มีการกำกับการแสดงออกของตนสูง  
 AM หมายถึง ภาพโฆษณาที่มีนางแบบที่มีลักษณะดึงดูด  
 SA หมายถึง ภาพโฆษณาที่มีข้อโต้แย้งที่มีน้ำหนัก  
 WA หมายถึง ภาพโฆษณาที่มีข้อโต้แย้งที่ไม่มีน้ำหนัก

5. ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของค่ามัชฌิมเลขคณิตของคะแนนเจตคติในการประเมินสินค้าระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีการกำกับการแสดงออกของตนสูงที่ได้ดูภาพโฆษณาที่มีนางแบบที่มีลักษณะเป็นผู้เชี่ยวชาญและข้อโต้แย้งที่มีน้ำหนัก (เงื่อนไขที่ 3) และกลุ่มตัวอย่างที่มีการกำกับการแสดงออกของตนสูงที่ได้ดูภาพโฆษณาที่มีนางแบบที่มีลักษณะเป็นผู้เชี่ยวชาญและข้อโต้แย้งที่ไม่มีน้ำหนัก (เงื่อนไขที่ 4) ด้วยการทดสอบค่าที (t-test)

ผลการวิเคราะห์พบว่า คะแนนเจตคติในการประเมินสินค้าของกลุ่มตัวอย่างในเงื่อนไขที่ 3 และในเงื่อนไขที่ 4 ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยกลุ่มตัวอย่างในเงื่อนไขที่ 3 มีค่ามัชฌิมเลขคณิตของคะแนนการประเมินสินค้า ( $M = 41.44$ ,  $SD = 16.48$ ) สูงกว่ากลุ่มตัวอย่างในเงื่อนไขที่ 4 ( $M = 39.0$ ,  $SD = 21.0$ ) เพียงเล็กน้อย รายละเอียดคะแนนสูงสุดและต่ำที่สุด ค่ามัชฌิมเลขคณิต ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าทดสอบที (t-test) ของคะแนนเจตคติในการประเมินสินค้าระหว่างกลุ่มตัวอย่างในเงื่อนไขที่ 3 และเงื่อนไขที่ 4 แสดงไว้ในตารางที่ 14

ตารางที่ 14 คะแนนสูงสุดและต่ำที่สุด ค่ามัชฌิมเลขคณิต ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าที่ (t-test) ของคะแนนเจตคติในการประเมินสินค้าระหว่างกลุ่มตัวอย่างในเงื่อนไขที่ 3 และเงื่อนไขที่ 4

กลุ่มตัวอย่างในเงื่อนไขที่	n	min	max	M	SD	t
3 (HSM, EM, SA)	16	11	62	41.44	16.48	0.37
4 (HSM, EM, WA)	16	5	75	39.00	21.00	

หมายเหตุ HSM หมายถึง กลุ่มตัวอย่างที่มีการกำกับการแสดงออกของตนสูง  
 EM หมายถึง ภาพโฆษณาที่มีนางแบบที่มีลักษณะเป็นผู้เชี่ยวชาญ  
 SA หมายถึง ภาพโฆษณาที่มีข้อโต้แย้งที่มีน้ำหนัก  
 WA หมายถึง ภาพโฆษณาที่มีข้อโต้แย้งที่ไม่มีน้ำหนัก

6. ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของค่ามัชฌิมเลขคณิตของคะแนนเจตคติในการประเมินสินค้าระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีการกำกับการแสดงออกของตนต่ำที่ได้ดูภาพโฆษณาที่มีนางแบบที่มีลักษณะเป็นผู้เชี่ยวชาญและข้อโต้แย้งที่มีน้ำหนัก (เงื่อนไขที่ 5) และกลุ่มตัวอย่างที่มีการกำกับการแสดงออกของตนต่ำที่ได้ดูภาพโฆษณาที่มีนางแบบที่มีลักษณะเป็นผู้เชี่ยวชาญและข้อโต้แย้งที่ไม่มีน้ำหนัก (เงื่อนไขที่ 6) ด้วยการทดสอบค่าที่ (t-test)

ผลการวิเคราะห์พบว่า คะแนนเจตคติในการประเมินสินค้าของกลุ่มตัวอย่างในเงื่อนไขที่ 5 และในเงื่อนไขที่ 6 มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยกลุ่มตัวอย่างในเงื่อนไขที่ 5 มีค่ามัชฌิมเลขคณิตของคะแนนการประเมินสินค้าไปในทางบวก (M = 42.06, SD = 17.64) สูงกว่ากลุ่มตัวอย่างในเงื่อนไขที่ 6 (M = 22.63, SD = 19.23) รายละเอียดคะแนนสูงสุดและต่ำที่สุด ค่ามัชฌิมเลขคณิต ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าทดสอบที่ (t-test) ของคะแนนเจตคติในการประเมินสินค้าระหว่างกลุ่มตัวอย่างในเงื่อนไขที่ 5 และเงื่อนไขที่ 6 แสดงไว้ในตารางที่ 15

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 15 คะแนนสูงที่สุดและต่ำที่สุด ค่ามัชฌิมเลขคณิต ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าที (t-test) ของคะแนนเจตคติในการประเมินสินค้าระหว่างกลุ่มตัวอย่างในเงื่อนไขที่ 5 และเงื่อนไขที่ 6

กลุ่มตัวอย่างในเงื่อนไขที่	n	min	max	M	SD	t
5 (LSM, EM, SA)	16	23	72	42.06	17.64	2.98**
6 (LSM, EM, WA)	16	-4	74	22.63	19.23	

\*\*  $p < .01$

หมายเหตุ LSM หมายถึง กลุ่มตัวอย่างที่มีการกำกับการแสดงออกของตนต่ำ  
 EM หมายถึง ภาพโฆษณาที่มีนางแบบที่มีลักษณะเป็นผู้เชี่ยวชาญ  
 SA หมายถึง ภาพโฆษณาที่มีข้อโต้แย้งที่มีน้ำหนัก  
 WA หมายถึง ภาพโฆษณาที่มีข้อโต้แย้งที่ไม่มีน้ำหนัก

7. ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของค่ามัชฌิมเลขคณิตของคะแนนเจตคติในการประเมินสินค้าระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีการกำกับการแสดงออกของตนต่ำที่ได้ดูภาพโฆษณาที่มีนางแบบที่มีลักษณะดึงดูดและข้อโต้แย้งที่มีน้ำหนัก (เงื่อนไขที่ 7) และกลุ่มตัวอย่างที่มีการกำกับการแสดงออกของตนต่ำที่ได้ดูภาพโฆษณาที่มีนางแบบที่มีลักษณะดึงดูดและข้อโต้แย้งที่ไม่มีน้ำหนัก (เงื่อนไขที่ 8) ด้วยการทดสอบค่าที (t-test)

ผลการวิเคราะห์พบว่า คะแนนเจตคติในการประเมินสินค้าของกลุ่มตัวอย่างในเงื่อนไขที่ 7 และในเงื่อนไขที่ 8 ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยกลุ่มตัวอย่างในเงื่อนไขที่ 7 มีค่ามัชฌิมเลขคณิตของคะแนนการประเมินสินค้า ( $M = 33.06$ ,  $SD = 28.83$ ) สูงกว่ากลุ่มตัวอย่างในเงื่อนไขที่ 8 ( $M = 25.94$ ,  $SD = 23.45$ ) เพียงเล็กน้อย รายละเอียดคะแนนสูงที่สุด และต่ำที่สุด ค่ามัชฌิมเลขคณิต ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าทดสอบที (t-test) ของคะแนนเจตคติในการประเมินสินค้าระหว่างกลุ่มตัวอย่างในเงื่อนไขที่ 7 และเงื่อนไขที่ 8 แสดงไว้ในตารางที่ 16



ตารางที่ 16 คะแนนสูงที่สุดและต่ำที่สุด ค่ามัชฌิมเลขคณิต ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าที (t-test) ของคะแนนเจตคติในการประเมินสินค้าระหว่างกลุ่มตัวอย่างในเงื่อนไขที่ 7 และเงื่อนไขที่ 8

กลุ่มตัวอย่างในเงื่อนไขที่	n	min	max	M	SD	t
7 (LSM, AM, SA)	16	-30	74	33.06	28.83	0.77
8 (LSM, AM, WA)	16	-15	63	25.94	23.45	

หมายเหตุ LSM หมายถึง กลุ่มตัวอย่างที่มีการกำกับการแสดงออกของตนต่ำ  
 AM หมายถึง ภาพโฆษณาที่มีนางแบบที่มีลักษณะดึงดูด  
 SA หมายถึง ภาพโฆษณาที่มีข้อโต้แย้งที่มีน้ำหนัก  
 WA หมายถึง ภาพโฆษณาที่มีข้อโต้แย้งที่ไม่มีน้ำหนัก

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย