ชื่อ : นันทนา ร่าหมาน

ชื่อโครงงาน : ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเสริมความงาม ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

สาขาวิชา : จิตวิทยา

อาจารย์ที่ปรึกษาโครงงาน : รองศาสตราจารย์ประณต เค้าฉิม

ปีการศึกษา : 2558

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์คือ (1) เพื่อศึกษาระดับพฤติกรรมการเสริมความงาม ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต (2) เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการเสริมความงาม ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต จำแนกตาม เพศและภูมิลำเนา (3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อการเสริมความงาม และการเห็นคุณค่าในตนเอง กับพฤติกรรมการเสริมความงาม ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ นักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต ที่กำลังศึกษาในภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2559 จำนวน จำนวน 385 คน ซึ่งกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจากการเปิดตารางสำเร็จรูปของ เครจซี่ และมอร์แกน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นแบบสอบถามจำนวน 4 ตอน ได้แก่ แบบสอบถามข้อมูลส่วนตัว ได้เพศและภูมิลำเนา แบบสอบถามพฤติกรรมการเสริมความงาม แบบสอบถามทัศนคติต่อการเสริมความงามและแบบสอบถามการเห็นคุณค่าในตนเอง สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ สถิติ t-test แบบเป็นอิสระต่อกัน (t-test for Independent Sample) ใช้ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) ของกลุ่ม 2 กลุ่มที่เป็นอิสระจากกัน ใช้ในการทดสอบสมมติฐานของกลุ่มค้นคว้าข้อที่ 1 สถิติวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way Anova or F-test) ใช้ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) ของกลุ่มมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป ใช้ในการทดสอบสมมติฐานของการศึกษาค้นคว้าข้อที่ 2 สถิติวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Peason Product Moment Correlation) โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์สัมพันธ์ของเพียสัน ใช้ในการทดสอบสมมติฐานค้นคว้าข้อที่ 3 และข้อที่ 4 คำนวนโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป

ผลการศึกษาค้นคว้าพบว่า

1. นักศึกษาเพศหญิงมีพฤติกรรมการเสริมความงามมากกว่าเพศชาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ .001
2. นักศึกษาที่มีภูมิลำเนาต่างกันมีพฤติกรรมการเสริมความงามแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ .001 โดยนักศึกษาที่มาจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือและภาคกลางมีพฤติกรรมการเสริมความงามมากกว่านักศึกษาที่มาจากภาคใต้และภาคเหนือ
3. ทัศนคติต่อการเสริมความงามมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการเสริมความงาม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ .01
4. การเห็นคุณค่าในตนเองไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเสริมความ