

50358332 : สาขาวิชาวิทยาการสังคมและการจัดการระบบสุขภาพ

คำสำคัญ : ความรู้ / ทักษะ / ทัศนคติ / วัยรุ่น / เล่นสตั้มพ์สแฟชัน

สุภาวดี มั่นสุข : การศึกษาความรู้และทัศนคติของวัยรุ่นต่อการใช้เลนส์สตั้มพ์สแฟชัน.

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ : ญ.รศ.ระพีพรรณ ฉลองสุข. 82 หน้า.

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความรู้และทัศนคติของวัยรุ่นต่อการใช้เลนส์สตั้มพ์สแฟชันและเพื่อเปรียบเทียบความรู้และทัศนคติต่อการใช้เลนส์สตั้มพ์สแฟชันของกลุ่มวัยรุ่นที่ใช้กับกลุ่มที่ไม่ได้ใช้ ประชากรคือวัยรุ่นในกรุงเทพมหานครช่วงอายุระหว่าง 13 - 21 ปี เก็บข้อมูลตั้งแต่วันที่ 5 กรกฎาคม 2552 - 15 กันยายน 2552 จำนวน 426 คน เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถามมี 4 ส่วน คือ ข้อมูลทั่วไป ความรู้การใช้เลนส์สตั้มพ์ส แฟชัน/ทัศนคติ/ความคิดเห็นเกี่ยวกับเลนส์สตั้มพ์สแฟชัน ข้อเสนอแนะการวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา, สถิติ Independent- Samples T Test, สถิติ Chi – Square

ผลการวิจัยพบว่าเพศชาย ร้อยละ 29.8 เพศหญิงร้อยละ 70.2 มีการดูแลรักษาสายตาโดยใส่แว่นตาร้อยละ 17.6 ใช้เลนส์สตั้มพ์สร้อยละ 16.7 ใส่แว่นตาและเลนส์สตั้มพ์สลับกันร้อยละ 10.1 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้เลนส์สตั้มพ์สแฟชันร้อยละ 8.2 ไม่เคยใช้ร้อยละ 75.1 เคยใช้นาน ๆ ครั้งร้อยละ 16.2 ระยะเวลาที่ใช้เฉลี่ย 21.47 เดือน (\pm Std. Deviation = 27.216) ระยะเวลาที่ใส่เลนส์สตั้มพ์ส 6-8 ชม. /วัน ร้อยละ 13. สถานที่ซื้อเลนส์สตั้มพ์สที่ร้านแว่นตาทั่วไป ร้อยละ 23.7 ความรู้การใช้เลนส์สตั้มพ์สร้อยละ 55.87 มีความรู้ในระดับต่ำ ร้อยละ 43.43 มีความรู้ในระดับปานกลาง เปรียบเทียบความรู้การใช้เลนส์สตั้มพ์สของกลุ่มตัวอย่างมีความรู้ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ($t = -2.52$, $df=217.21$, $P\text{-value}=0.01$, 95% C I -0.91, -0.11) ทัศนคติเกี่ยวกับเลนส์สตั้มพ์สแฟชันอยู่ในระดับเห็นด้วยมากถึงเห็นด้วยมากที่สุดคือทัศนคติด้านผลิตภัณฑ์ การเปรียบเทียบทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้และไม่ใช้เลนส์สตั้มพ์สแฟชันหาความสัมพันธ์ด้วยสถิติ Chi – Square พบว่ามีทัศนคติแตกต่างกันในเรื่องเลนส์สตั้มพ์สที่ดีลักษณะของบรรจุภัณฑ์ มีคุณภาพได้มาตรฐาน มีการป้องกันดีอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ($p = 0.02$), เรื่องเลนส์สตั้มพ์สควรมีราคาหลายระดับเพื่อสะดวกในการเลือกใช้ที่ระดับ 0.05 ($p = 0.00$), เรื่องการซื้อควรมีบริการจัดส่งถึงบ้านที่ระดับ 0.05 ($p = 0.01$), เรื่องการโฆษณาผ่านทางโทรทัศน์ทำให้มีการใช้มากขึ้นอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ($p = 0.02$), เรื่องการโฆษณาผ่านหนังสือพิมพ์ทำให้มีการใช้มากขึ้น อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ($p = 0.03$)

สาขาวิทยาการสังคมและการจัดการระบบสุขภาพ บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยศิลปากร ปีการศึกษา 2554
ลายมือชื่อนักศึกษา.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ

50358332 : MAJOR : SOCIAL AND HEALTH SYSTEM MANAGEMENT

KEY WORD : KNOWLEDGE/ATTITUDE/TEENAGER/FASHION CONTRACT LENS

SUPAWADEE MUNSUK : THE STUDY OF TEENAGER KNOWLEDGE AND ATTITUDE TOWARDS FASHION CONTRACT LENS. INDEPENDENT STUDY ADVISOR : ASSOC. PROF. RAPEEPUN CHALONGSUK. 82 pp.

The objective of the research was to study was to investigate knowledge and attitudes of young people to use the fashion contact lens and to compare the knowledge and attitudes to the use fashion contact lens among teenagers who use the fashion contact lens with those who did not use the fashion contact lens people. The teenagers in the age between 13 -21 years of data from July 5, 2552 - On September 15, 2552 were 426 people, including the engine. It is divided into 4 parts: general information about the use of contact lens Questions about attitudes / opinions on for fashion contact lens advice. Statistical analysis of data using descriptive statistics, Independent-Samples T-Test Statistics, and Statistics Chi - Square.

The research results 127 people are male and female, representing 29.8 percent of 299 people, representing 70.2 percent of the maintenance of eye glasses by 17.6 percent. Followed by 16.7 percent of the contact lens. Glasses and contact lenses and switch to 10.1 percent by 8.2 percent for the fashion contact lens. The average duration of lens 21.47 months (\pm Std. Deviation = 27.216) at the time use contact lens 6-8. Hr / day, 12.4 per cent of places to buy glasses online lens purchase at 23.7 percent. 75.1 percent have never used the fashion contact lens. The second lens is used to fashion a long time. Time, 16.2 percent. The contact lens used was 55.87 percent, with the knowledge to use the contact lens at a low level. Followed by 43.43 percent had no knowledge of the contact lens at a moderate level. Compare teenagers that of the sample. Found that the two groups are significantly different knowledge levels. 0.05 ($t = -2.52$, $df = 217.21$, $P\text{-value} = 0.01$, 95% C I -0.91, -0.11) attitudes about fashion contact lens. The majority has found that attitudes about fashion contact lens. I have to agree with most is the attitude of the product. To compare the attitudes of a sample with lens, fashion and fashion samples that do not use statistical correlation with the Chi - Square showed that the samples have different attitudes about fashion contact lens. Contact lens to determine the nature of the packaging. Quality and standards. A good contact lens to prevent a significant level of 0.05 ($p = 0.02$). The sample has a different perspective on the fashion contact lens. Should have multiple levels to facilitate the selection of a significant level of 0.05 ($p = 0.00$). The samples have different attitudes about fashion contact lens to purchase should be arranged - delivered to your home. Significant at 0.05 ($p = 0.01$). The sample has a different perspective on the fashion contact lens advertising, Through television, which has been used more and more significant level of 0.05 ($p = 0.02$). The sample has a different perspective on the fashion contact lens advertising, Newspaper that has been used more. Significant at 0.05 ($p = 0.03$).

Program of Social and Health System Management Graduate School, Silpakorn University Academic Year 2011

Student's signature.

Independent Study Advisor's signature

กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยครั้งนี้ สำเร็จลงด้วยดี โดยการได้รับการสนับสนุนและคำปรึกษาแนะนำจาก ผู้ทรงคุณวุฒิหลายท่าน รวมทั้งกำลังใจจากพี่น้อง น้อง ๆ และเจ้าหน้าที่จากตึกเฉลิมพระเกียรติ

ขอขอบคุณผู้ให้การสนับสนุนและอนุญาตให้เก็บข้อมูลในการวิจัย ผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่กรุณาช่วยตอบแบบสอบถาม

ขอขอบพระคุณเกษัชกรหญิง รองศาสตราจารย์ ระพีพรรณ ฉลองสุข อาจารย์ที่ปรึกษา การค้นคว้าอิสระ ผู้ให้คำปรึกษาตลอดจนข้อเสนอแนะในการแก้ไขปรับปรุงการทำวิจัยฉบับนี้ จนสำเร็จได้ด้วยดี

ขอกราบขอบคุณบิดา มารดา และครอบครัวที่คอยเป็นกำลังใจ ในการทำวิจัยฉบับนี้ ตลอดมา

