

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง การรับรู้รูปลักษณ์ตนเองและการตัดสินใจทำศัลยกรรมเสริมความงามบนใบหน้าของนักศึกษาหญิงในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาการรับรู้รูปลักษณ์ตนเองและการตัดสินใจทำศัลยกรรมเสริมความงามบนใบหน้าของนักศึกษาหญิงในเขตกรุงเทพมหานคร 2) เพื่อเปรียบเทียบการรับรู้รูปลักษณ์ตนเองของนักศึกษาหญิงในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล 3) เพื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจทำศัลยกรรมเสริมความงามบนใบหน้าของนักศึกษาหญิงในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล และ 4) เพื่อศึกษาการรับรู้รูปลักษณ์ตนเองที่มีผลต่อการตัดสินใจทำศัลยกรรมเสริมความงามบนใบหน้าของนักศึกษาหญิงในเขตกรุงเทพมหานคร โดยศึกษาวิจัยเชิงปริมาณและวิจัยเชิงคุณภาพ สำหรับกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยเชิงปริมาณครั้งนี้ ได้แก่ นักศึกษาหญิงที่ศึกษาระดับปริญญาตรีในมหาวิทยาลัยของรัฐ และมหาวิทยาลัยเอกชน ที่มีวิทยาเขตหลักในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า t-test F- test การเปรียบเทียบรายคู่ โดยวิธีของเชฟเฟ (Scheff') และใช้สถิติทดสอบความสัมพันธ์เพื่อพยากรณ์ตัวแปรตามจากตัวแปรอิสระมากกว่า 1 ตัวโดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ สำหรับวิจัยเชิงคุณภาพใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกนักศึกษาหญิงจำนวน 10 คน ที่ศึกษาระดับปริญญาตรีในมหาวิทยาลัยที่ออกนอกระบบก่อนปี 2557 ในเขตกรุงเทพมหานคร ใช้การบรรยายเชิงพรรณนาเพื่อประกอบการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยเชิงปริมาณ

1. ปัจจัยส่วนบุคคลของนักศึกษาหญิงในเขตกรุงเทพมหานคร

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาหญิงอายุ 21 ปี ศึกษาในสาขาวิชา เศรษฐศาสตร์ (บริหารธุรกิจ) มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000-10,000 บาท ประสบการณ์ในการทำศัลยกรรมเสริมความงามบนใบหน้าจำนวน 1 ครั้ง และส่วนใหญ่ศัลยกรรมเสริมใบหน้าที่ทำคือทำจมูก

2. การรับรู้รูปลักษณ์ตนเอง

นักศึกษาหญิงในเขตกรุงเทพมหานครมีการรับรู้รูปลักษณ์ของตนเองในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความต้องการให้บุคคลรอบข้างมองตนเอง เป็นอันดับที่หนึ่ง รองลงมา คือ ด้านมุมมองของบุคคลรอบข้างที่มองตนเอง และด้านมุมมองของตนเองที่มองตนเอง ตามลำดับ

2.1 นักศึกษาหญิงในเขตกรุงเทพมหานครมีการรับรู้รูปลักษณ์ของตนเองด้านมุมมองของตนเองที่มองตนเอง อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็น พบว่า ฉันมีใบหน้าที่สวยงาม เป็นอันดับที่หนึ่ง รองลงมา คือ ฉันมีส่วนประกอบแต่ละส่วนบนใบหน้าได้รูปความสวยงาม ฉันมีเค้าโครงรูปหน้าที่เหมาะสม สวยงาม และฉันมีผิวหน้าที่สดใส เรียบเนียน ตามลำดับ

2.2 นักศึกษาหญิงในเขตกรุงเทพมหานครมีการรับรู้ลักษณะของตนเองด้านมุมมองคนรอบข้างที่มองตนเอง อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็น พบว่า บุคคลรอบข้างมองว่าฉันมีส่วนประกอบแต่ละส่วนที่อยู่บนใบหน้าได้รูปความสวยงาม เป็นอันดับที่หนึ่ง รองลงมา คือ บุคคลรอบข้างมองว่าฉันมีใบหน้าที่สวยงาม บุคคลรอบข้างมองว่าฉันมีเค้าโครงรูปหน้าที่เหมาะสมสวยงาม และ บุคคลรอบข้างมองว่าฉันมีผิวหน้าที่สดใส เรียบเนียน ตามลำดับ

2.3 นักศึกษาหญิงในเขตกรุงเทพมหานครมีการรับรู้ลักษณะของตนเองด้านความต้องการให้บุคคลรอบข้างมองตนเอง อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็น พบว่า ฉันต้องการให้บุคคลรอบข้างมองว่าฉันมีผิวหน้าที่สดใสเรียบเนียน เป็นอันดับที่หนึ่ง รองลงมา คือ ฉันต้องการให้บุคคลรอบข้างมองว่าฉันมีเค้าโครงรูปหน้าที่เหมาะสมสวยงาม ฉันต้องการให้บุคคลรอบข้างมองว่าฉันมีใบหน้าที่สวยงาม และฉันต้องการให้บุคคลรอบข้างมองว่าฉันมีส่วนประกอบแต่ละส่วนที่อยู่บนใบหน้าได้รูปความสวยงาม ตามลำดับ

3. การตัดสินใจทำศัลยกรรมเสริมความงามบนใบหน้า

นักศึกษาหญิงในเขตกรุงเทพมหานครมีการตัดสินใจทำศัลยกรรมเสริมความงามบนใบหน้า ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

3.1 นักศึกษาหญิงในเขตกรุงเทพมหานครมีการตัดสินใจทำศัลยกรรมเสริมความงามบนใบหน้า ด้านเหตุผลที่ทำให้ศัลยกรรมเสริมความงาม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็น ด้านเหตุผลที่ทำให้ศัลยกรรมเสริมความงามอยู่ในระดับมากที่สุดในเรื่อง ต้องการเสริมบุคลิกภาพเพิ่มความมั่นใจให้กับตนเอง เป็นอันดับที่หนึ่ง รองลงมานักศึกษาหญิงมีการตัดสินใจทำศัลยกรรมเสริมความงามบนใบหน้า ด้านเหตุผลที่ทำให้ศัลยกรรมเสริมความงามอยู่ในระดับมากในเรื่อง ต้องการพัฒนาให้หน้าตาสวยงามยิ่งขึ้น ต้องการแก้ไขข้อบกพร่องบนใบหน้าของตนเอง ต้องการปรับเปลี่ยนหน้าตาให้ตรงกับโหงวเฮ้ง และต้องการให้หน้าตาสวยงามเหมือนดาราที่ตนชื่นชอบ ตามลำดับ

3.2 นักศึกษาหญิงในเขตกรุงเทพมหานครมีการตัดสินใจทำศัลยกรรมเสริมความงามบนใบหน้า ด้านช่องทางที่ใช้หาข้อมูลเกี่ยวกับศัลยกรรมเสริมความงาม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็น พบว่า นักศึกษาหญิงมีการตัดสินใจทำศัลยกรรมเสริมความงามบนใบหน้า ด้านช่องทางที่ใช้หาข้อมูลเกี่ยวกับศัลยกรรมเสริมความงามอยู่ในระดับมากในเรื่อง หาข้อมูลจากคนรู้จักที่เคยทำศัลยกรรมมาแล้ว เช่น เพื่อน คนในครอบครัว เป็นอันดับที่หนึ่ง รองลงมา คือ สื่อทางอินเทอร์เน็ต แพทย์ผู้เชี่ยวชาญด้านศัลยกรรม สื่อของสถาบันศัลยกรรมเสริมความงาม เช่น แผ่นพับ แผ่นปลิว โปสเตอร์ เป็นต้น สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น นิตยสาร หนังสือพิมพ์ เป็นต้น และสื่อโฆษณาทางโทรทัศน์ ตามลำดับ

3.3 นักศึกษาหญิงในเขตกรุงเทพมหานครมีการตัดสินใจทำศัลยกรรมเสริมความงามบนใบหน้า ด้านประเมินผลทางเลือกในการตัดสินใจทำศัลยกรรมเสริมความงาม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็น พบว่า นักศึกษาหญิงมีการตัดสินใจทำศัลยกรรมเสริมความงามบนใบหน้า ด้านประเมินผลทางเลือกในการตัดสินใจทำศัลยกรรมเสริมความงามอยู่ในระดับมากในเรื่อง นำข้อมูลที่ได้จากแพทย์ผู้เชี่ยวชาญมาใช้ในการตัดสินใจ เป็นอันดับที่หนึ่ง รองลงมา คือ นำข้อมูลที่ได้จากคนรู้จักที่เคยทำศัลยกรรมมาใช้ในการตัดสินใจ นำข้อมูลจากสื่ออินเทอร์เน็ตมาใช้ในการตัดสินใจ นำ

ข้อมูลที่ได้จากสื่อของสถาบันส่งเสริมความงามมาใช้ในการตัดสินใจ นำข้อมูลจากสื่อโฆษณาทางโทรทัศน์มาใช้ในการตัดสินใจ และนำข้อมูลจากสื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ มาใช้ในการตัดสินใจ ตามลำดับ

3.4 นักศึกษาหญิงในเขตกรุงเทพมหานครมีการตัดสินใจทำศัลยกรรมเสริมความงามบนใบหน้า ด้านเกณฑ์ที่ทำให้เกิดการตัดสินใจทำศัลยกรรมเสริมความงาม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็น พบว่า นักศึกษาหญิงมีการตัดสินใจทำศัลยกรรมเสริมความงามบนใบหน้า ด้านเกณฑ์ที่ทำให้เกิดการตัดสินใจทำศัลยกรรมเสริมความงามอยู่ในระดับมากที่สุดในเรื่อง แพทย์มีความชำนาญเฉพาะทาง เป็นอันดับที่หนึ่ง รองลงมา คือ ชื่อเสียงโรงพยาบาล/ คลินิก สำหรับนักศึกษาหญิงที่มีการตัดสินใจทำศัลยกรรมเสริมความงามบนใบหน้า ด้านเกณฑ์ที่ทำให้เกิดการตัดสินใจทำศัลยกรรมเสริมความงามอยู่ในระดับมากในเรื่อง อัตราค่าบริการ คำแนะนำจากคนรู้จัก ความสะดวกในการเดินทาง และการมีบริการผ่อนชำระ ตามลำดับ

3.5 นักศึกษาหญิงในเขตกรุงเทพมหานครมีการตัดสินใจทำศัลยกรรมเสริมความงามบนใบหน้า ด้านพฤติกรรมภายหลังการทำศัลยกรรมเสริมความงามบนใบหน้า อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็น พบว่า นักศึกษาหญิงมีการตัดสินใจทำศัลยกรรมเสริมความงามบนใบหน้า ด้านพฤติกรรมภายหลังการทำศัลยกรรมเสริมความงามบนใบหน้าอยู่ในระดับมากในเรื่อง รู้สึกพึงพอใจในผลที่ได้รับจากการทำศัลยกรรมเสริมความงาม เป็นอันดับที่หนึ่ง รองลงมา คือ รู้สึกพึงพอใจในการให้บริการของสถานประกอบการที่ให้บริการ มีความต้องการที่จะทำศัลยกรรมเสริมความงามในส่วนอื่นบนใบหน้าอีกในอนาคต และมีความต้องการให้คำแนะนำกับคนที่รู้จักที่ต้องการทำศัลยกรรมเสริมความงาม ตามลำดับ

4. การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีผลต่อการรับรู้รูปลักษณ์ตนเองของนักศึกษาหญิงในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน พบว่า

- 1.1 นักศึกษาหญิงที่มีอายุแตกต่างกันมีผลต่อการรับรู้รูปลักษณ์ตนเองไม่แตกต่างกัน
- 1.2 นักศึกษาหญิงที่มีสาขาวิชาแตกต่างกันมีผลต่อการรับรู้รูปลักษณ์ตนเองไม่แตกต่างกัน
- 1.3 นักศึกษาหญิงที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีผลต่อการรับรู้รูปลักษณ์ตนเองในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01
- 1.4 นักศึกษาหญิงที่มีประสบการณ์ในการทำศัลยกรรมเสริมความงามบนใบหน้าแตกต่างกันมีผลต่อการรับรู้รูปลักษณ์ตนเองในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจในการทำศัลยกรรมเสริมความงามบนใบหน้าของนักศึกษาหญิงในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน พบว่า

- 2.1 นักศึกษาหญิงที่มีอายุที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจในการทำศัลยกรรมเสริมความงามบนใบหน้าไม่แตกต่างกัน
- 2.2 นักศึกษาหญิงที่มีสาขาวิชาแตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจในการทำศัลยกรรมเสริมความงามบนใบหน้าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

2.3 นักศึกษาหญิงที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจในการทำศัลยกรรมเสริมความงามบนใบหน้าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

2.4 นักศึกษาหญิงที่มีประสบการณ์ในการทำศัลยกรรมเสริมความงามบนใบหน้าแตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจในการทำศัลยกรรมเสริมความงามบนใบหน้าไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3 การรับรู้รูปลักษณ์ตนเองมีผลต่อการตัดสินใจทำศัลยกรรมเสริมความงามบนใบหน้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยสามารถเขียนเป็นสมการทำนายผลได้

$$\text{การตัดสินใจทำศัลยกรรมเสริมความงาม} = 1.942 + 0.213 (\text{มุมมองของบุคคลรอบข้างที่มองตนเอง}) + 0.401 (\text{ความต้องการให้บุคคลรอบข้างมองตนเอง})$$

ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ

ปัจจัยส่วนบุคคล

ผู้ให้สัมภาษณ์เป็นนักศึกษาหญิง จำนวน 10 คน ที่ศึกษาในระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานครที่ออกนอกระบบก่อนปี 2557 อายุระหว่าง 19 - 22 ปี โดยศึกษาในสาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ (บริหารธุรกิจ) จำนวน 3 คน สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศและนิเทศศาสตร์ (วิทยาการคอมพิวเตอร์) จำนวน 2 คน สาขาวิชาปรัชญา (อักษรศาสตร์และสถาปัตยกรรม) จำนวน 2 คน วิศวกรรมศาสตร์และอุตสาหกรรมวิจัย (วิศวกรรมศาสตร์ดนตรีและสื่อประสม) จำนวน 1 คน สาขาวิทยาศาสตร์เคมีและเภสัช (เภสัชศาสตร์) จำนวน 1 คน และสาขาวิทยาศาสตร์การแพทย์ (พยาบาลศาสตร์) จำนวน 1 คน โดยส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนประมาณ 9,000 - 10,000 บาท จำนวน 8 คน มีประสบการณ์ในการทำศัลยกรรมบนใบหน้า 1 ครั้ง จำนวน 7 คน โดยทำจมูก ทำศัลยกรรมบนใบหน้า 2 ครั้ง จำนวน 2 คน โดยทำจมูกกับทำตา 2 ชั้น และทำจมูกกับทำปาก และมีนักศึกษาทำศัลยกรรมบนใบหน้า 2 ครั้งขึ้นไป โดยทำจมูกกับฉีดโบทอกหลายครั้ง

การรับรู้รูปลักษณ์ตนเอง

จากการสัมภาษณ์นักศึกษาหญิงในเขตกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่มองว่าตนเองหน้าตาค่อนข้างดี แต่มีจุดที่บกพร่อง ซึ่งเมื่อสัมภาษณ์ถึงคนรอบข้างก็มองนักศึกษาว่าหน้าตาเป็นอย่างไร พบว่า ส่วนใหญ่คนรอบข้างมองว่าเป็นคนหน้าตาดีอยู่แล้ว และเมื่อสัมภาษณ์ถึงนักศึกษาอยากให้คนรอบข้างมองว่าตนเป็นอย่างไร พบว่า ทุกคนให้สัมภาษณ์ว่าอยากให้คนรอบข้างมองว่าหน้าตาดีในทุกส่วน หรือทุกมุมที่มอง

การตัดสินใจทำศัลยกรรมเสริมความงามบนใบหน้า

จากการสัมภาษณ์นักศึกษาหญิงในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า เหตุผลที่ทำศัลยกรรมเสริมความงามบนใบหน้าเพราะต้องการให้สวยยิ่งขึ้น เพื่อเพิ่มความมั่นใจในตนเอง ส่วนใหญ่จะหาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต โดยอ่านรีวิวจากผู้ที่เคยทำมาแล้ว และจะสอบถามจากคนรู้จักที่เคยทำ หลังจากนั้นมีการหาข้อมูลจากแพทย์ผู้เชี่ยวชาญ เมื่อสัมภาษณ์ถึงการประเมินทางเลือกในการตัดสินใจ พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับแพทย์ผู้เชี่ยวชาญ และจากผู้ที่เคยทำมาแล้ว โดยเกณฑ์ที่ใช้ใน

การตัดสินใจส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับแพทย์ผู้เชี่ยวชาญ ชื่อเสียงของสถาบัน และค่าบริการ สำหรับพฤติกรรมภายหลังการทำศัลยกรรมเสริมความงามบนใบหน้า พบว่า มีความพึงพอใจจำนวน 9 คน มีเพียง 1 คนที่ไม่พึงพอใจผลที่ออกมาจะไปแก้ไขโดยการทำศัลยกรรมอีกครั้ง และเมื่อสอบถามว่าในอนาคตจะ ทำศัลยกรรมหรือไม่ พบว่า มีจำนวน 6 คนที่จะทำศัลยกรรมใบหน้าหรือส่วนอื่น ๆ ของร่างกายเพิ่ม มีจำนวน 3 คน ที่จะไม่ทำอีกแล้วเนื่องจากพึงพอใจในใบหน้าแล้ว และมีจำนวน 1 คนไม่แน่ใจว่าในอนาคตจะทำศัลยกรรม เมื่อสัมภาษณ์ประเด็นในการให้คำแนะนำกับผู้ที่สนใจทำศัลยกรรม ทุกคนตอบว่าพร้อมที่จะให้คำแนะนำในการทำศัลยกรรมเสริมความงามบนใบหน้า

จากการวิเคราะห์ผลข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้จากการสัมภาษณ์เป็นไปในทิศทางเดียวกับการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณที่ได้จากการตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการรับรู้รูปลักษณ์ตนเองและการตัดสินใจทำศัลยกรรมเสริมความงามบนใบหน้าของนักศึกษาหญิง

อภิปรายผล

จากการวิจัยเรื่อง การรับรู้รูปลักษณ์ตนเองและการตัดสินใจทำศัลยกรรมเสริมความงามบนใบหน้าของนักศึกษาหญิงในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถนำข้อมูลที่ได้มาอภิปรายผลได้ ดังนี้

1. ปัจจัยส่วนบุคคลของนักศึกษาหญิงในเขตกรุงเทพมหานคร

นักศึกษาหญิงในเขตกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาหญิงอายุ 21 ปี ศึกษาในสาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ (บริหารธุรกิจ) มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000-10,000 บาท ประสบการณ์ในการทำศัลยกรรมเสริมความงามบนใบหน้าจำนวน 1 ครั้ง และส่วนใหญ่ศัลยกรรมเสริมใบหน้าที่ทำคือทำจมูก เป็นไปในทิศทางเดียวกับผลงานวิจัยของกิ่งกาญจน์ ผิวเผือก (2555) ที่วิจัยเรื่องพฤติกรรมในการทำศัลยกรรมของนักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อยู่ในระดับชั้นปีที่ 4 สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป รายได้เฉลี่ยต่อเดือนประมาณ 5,000 บาท ส่วนประสบการณ์ในการทำศัลยกรรมส่วนใหญ่แล้ว เคยทำ 1-2 ครั้ง โดยประเภทของการศัลยกรรมที่ไปใช้บริการส่วนใหญ่คือ การเสริมจมูก และสอดคล้องกับผลงานวิจัยของจิตติยา ศรีฤทธิ์ประดิษฐ์ และคณะ (2554) ที่วิจัยเรื่องพฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจทำศัลยกรรมของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร พบว่า ผู้ทำศัลยกรรมส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คณะวิทยาการจัดการ รายได้ต่อเดือน 7,001 - 8,000 บาท ส่วนมากทำศัลยกรรมเสริมจมูก/ตัดปีกจมูก และสอดคล้องกับผลงานวิจัยของณัฐกรณ์ กานคาน (2552) ที่วิจัยเรื่องทัศนคติในการทำศัลยกรรมความงามบนใบหน้าของนักศึกษาในจังหวัดปทุมธานี พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามมีรายได้ระหว่าง 5,001 - 10,000 บาทต่อเดือน ส่วนใหญ่ทำศัลยกรรมเสริมจมูกมากที่สุด

2. การรับรู้รูปลักษณ์ตนเอง

นักศึกษาหญิงในเขตกรุงเทพมหานครมีการรับรู้รูปลักษณ์ของตนเองในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญกับด้านความต้องการให้บุคคลรอบข้างมองเห็นตนเองมากที่สุด จากผลการวิจัยจะเห็นได้ว่าการรับรู้รูปลักษณ์ของนักศึกษาหญิงจะให้ความสำคัญกับบุคคลรอบข้างหรือสังคมโดยต้องการให้บุคคลรอบข้างมองเห็นตนเองว่าสวย สอดคล้องกับแนวคิดของ Cooley (1964, pp. 36 – 37 อ้างถึงใน ลิวอิส เอ. โคเซอร์, 2547, น. 444) ที่ให้ตระหนักว่า บุคคลมองเห็นตนจากการตัดสินของตนมากเท่าไร ย่อมเป็นผลกระทบจากการให้ความสำคัญกับสายตาของบุคคลอื่นที่มองเห็นตนมากเท่านั้น เป็นไปในทิศทางเดียวกับผลงานวิจัยของ Von Soest, et al (2006) ได้ทำการศึกษาเรื่องผู้หญิงที่ทำการสัลยกรรมเสริมความงามกับการกำกับตนเองในสังคม ผลการศึกษา พบว่า ผู้หญิงที่เคยผ่านการทำการสัลยกรรมเสริมความงามมีแนวโน้มที่จะทำตามความคิดเห็นของคนรอบข้างในสังคม และถ้าในสังคมนั้นมีการยอมรับการทำการสัลยกรรมเสริมความงามที่ถือว่าเป็นเรื่องปกติย่อมส่งผลให้เกิดแรงจูงใจในการเกิดพฤติกรรมอยากทำการสัลยกรรมมากขึ้น ซึ่งผลวิจัยสอดคล้องกับความเป็นจริงในปัจจุบันที่ผู้หญิงจะให้ความสำคัญกับความสวยงามมากขึ้นตามค่านิยมของสังคมที่มองความสวยงามจากภายนอกซึ่งมีผลงานวิจัยที่สนับสนุนข้อความดังกล่าวของ Henderson King & Brook (2009) ที่ศึกษาเรื่องลักษณะของวัตถุนิยมและการรับสารการรับรู้รูปลักษณ์ภายนอกจากวัฒนธรรมสังคมกับการยอมรับทัศนคติในการทำการสัลยกรรมเสริมความงามของนักศึกษาหญิง พบว่า นักศึกษาหญิงที่มีลักษณะของวัตถุนิยมและการรับสาร การรับรู้รูปลักษณ์ภายนอกสูงจะมีการยอมรับเกี่ยวกับการทำการสัลยกรรมเสริมความงามมากกว่านักศึกษาที่มีลักษณะของวัตถุนิยมและการรับสาร การรับรู้เรื่องรูปลักษณ์ภายนอกต่ำ

3. การตัดสินใจทำการสัลยกรรมเสริมความงามบนใบหน้า

3.1 นักศึกษาหญิงในเขตกรุงเทพมหานครมีการตัดสินใจทำการสัลยกรรมเสริมความงามบนใบหน้า ด้านเหตุผลที่ทำการสัลยกรรมเสริมความงาม อยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญกับความต้องการเสริมบุคลิกภาพเพิ่มความมั่นใจให้กับตนเอง สอดคล้องกับผลงานวิจัยของขวัญพร พันธุ์อุโมงค์ (2555) ที่วิจัยเรื่องปัจจัยทางการสื่อสารที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาหญิงในการทำการสัลยกรรมเสริมความงาม พบว่า เหตุผลที่นักศึกษาหญิงตัดสินใจทำการสัลยกรรมเสริมความงามคือ ปัจจัยจากความต้องการส่วนตัว ได้แก่ อยากสวยและอยากดูดีขึ้น การเพิ่มความมั่นใจ และเสริมบุคลิกภาพ เช่นเดียวกับผลงานวิจัยของจิตติยา ศรีฤทธิประดิษฐ์และคณะ (2554) ที่วิจัยเรื่องพฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจทำการสัลยกรรมของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร พบว่า กลุ่มนักศึกษาที่ทำการสัลยกรรมเสริมความงามเพื่อเสริมสร้างความมั่นใจให้กับตนเอง ดังจะเห็นได้ว่าผลวิจัยเป็นไปในทิศทางเดียวกับทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์ (Maslow, 1970) ที่กล่าวถึงแรงจูงใจของมนุษย์ขั้นที่ 4 ความต้องการได้รับการยกย่องนับถือ ซึ่งแบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ ความต้องการนับถือตนเอง (self-respect) มั่นใจตนเอง และความต้องการได้รับการยกย่องนับถือจากผู้อื่น (esteem from others) คือ ความต้องการได้รับยกย่อง ได้รับการยอมรับ ได้รับความคิดเห็น การที่ผู้หญิงอยากที่จะสวย เพื่อให้เกิดความมั่นใจในตนเอง และได้รับการยอมรับจากผู้อื่น ทั้งนี้เนื่องจากสภาพสังคมปัจจุบันเป็นสังคมแห่งวัตถุนิยม ที่มองรูปลักษณ์ของผู้หญิงจากภายนอกที่เห็น จึงทำให้ผู้หญิงมุ่งสร้างรูปลักษณ์ให้มีลักษณะเป็นไปตามกระแสที่นิยมในปัจจุบัน

3.2 นักศึกษาหญิงในเขตกรุงเทพมหานครมีการตัดสินใจทำศัลยกรรมเสริมความงามบนใบหน้า ด้านช่องทางที่ใช้หาข้อมูลเกี่ยวกับศัลยกรรมเสริมความงาม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็น พบว่า หาข้อมูลจากคนรู้จักที่เคยทำศัลยกรรมมาแล้ว เช่น เพื่อน คนในครอบครัว และสื่อทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งสอดคล้องกับคำกล่าวของน้ำผึ้ง ไขว้พันธุ์ (2556, น. 10) ที่กล่าวเกี่ยวกับทฤษฎีกระบวนการตัดสินใจ ในเรื่องการแสวงหาข้อมูลว่าเมื่อผู้บริโภคตระหนักถึงความต้องการแล้ว จะเริ่มแสวงหาข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ โดยจะเริ่มจากการแสวงหาข้อมูลจากแหล่งข้อมูลภายในตัวก่อน ซึ่งถ้าผู้บริโภคไม่เคยมีประสบการณ์เดิม จะแสวงหาข้อมูลจากแหล่งภายนอกเพิ่มเติม โดยอาจแสวงหาข้อมูลจากแหล่งข้อมูลบุคคล หรือสื่อสาธารณะ สำหรับการหาข้อมูลเกี่ยวกับศัลยกรรมเสริมความงามของนักศึกษา ซึ่งเป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่จะหาข้อมูลจากคนรู้จักที่เคยทำศัลยกรรมและจากสื่ออินเทอร์เน็ต และยังสอดคล้องกับผลงานวิจัยของขวัญพร พันธุ์อุโมงค์ (2555) ที่วิจัยเรื่องปัจจัยทางการสื่อสารที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาหญิงในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม พบว่า นักศึกษาหญิงมีการใช้สื่อบุคคลในการหาข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการทำศัลยกรรมเสริมความงามมากที่สุด รองลงมาคือ สื่ออินเทอร์เน็ต

3.3 นักศึกษาหญิงในเขตกรุงเทพมหานครมีการตัดสินใจทำศัลยกรรมเสริมความงามบนใบหน้า ด้านประเมินผลทางเลือกในการตัดสินใจทำศัลยกรรมเสริมความงาม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็น พบว่า นำข้อมูลที่ได้จากแพทย์ผู้เชี่ยวชาญมาใช้ในการตัดสินใจ และนำข้อมูลที่ได้จากคนรู้จักที่เคยทำศัลยกรรมมาใช้ในการตัดสินใจ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Wheeler et al (2011) ที่ศึกษาถึงการใช้อยู่อาศัยแพทย์ความงามเป็นสื่อเพื่อโฆษณาเชิญชวนในการทำศัลยกรรมความงาม พบว่า ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มตัวอย่างจะค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับกลุ่มอ้างอิงที่เคยรับการศัลยกรรมความงามจากสื่อแพทย์ที่โฆษณาผ่านทางสื่อต่างๆ เพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจทำศัลยกรรมความงาม

3.4 นักศึกษาหญิงในเขตกรุงเทพมหานครมีการตัดสินใจทำศัลยกรรมเสริมความงามบนใบหน้า ด้านเกณฑ์ที่ทำให้เกิดการตัดสินใจทำศัลยกรรมเสริมความงาม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็น พบว่า ให้ความสำคัญกับแพทย์ที่มีความชำนาญเฉพาะทาง ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Marsidi et al (2014) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับการใช้กลยุทธ์การตลาดในกลุ่มผู้ที่ชื่นชอบทำศัลยกรรมพลาสติกเสริมความงาม โดยใช้เทคนิคการวิจัย Conjoint Analysis พบว่า ประสิทธิภาพของศัลยแพทย์และคำแนะนำจากศัลยแพทย์ คือปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุด ทั้งนี้เนื่องจากการทำศัลยกรรมเสริมความงามบนใบหน้าเป็นการผ่าตัดเพื่อเปลี่ยนแปลงองค์ประกอบของใบหน้าให้มีดูดี และสวยงามมากขึ้น ดังนั้นการพิจารณาเกี่ยวกับแพทย์ที่มีประสิทธิภาพและความชำนาญเฉพาะทางจึงเป็นสิ่งสำคัญเป็นอย่างยิ่ง

3.5 นักศึกษาหญิงในเขตกรุงเทพมหานครมีการตัดสินใจทำศัลยกรรมเสริมความงามบนใบหน้า ด้านพฤติกรรมภายหลังการทำศัลยกรรมเสริมความงามบนใบหน้า อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็น พบว่า รู้สึกพึงพอใจในผลที่ได้รับจากการทำศัลยกรรมเสริมความงาม สอดคล้องกับผลงานวิจัยของสิริธารณ์ พูลพิพัฒน์ (2555) ที่วิจัยเรื่องการรับรู้และการตัดสินใจในการทำศัลยกรรมเสริมความงามของนักศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า หลังทำศัลยกรรมเสริมความงาม

กลุ่มตัวอย่างพึงพอใจในการเปลี่ยนแปลงของหน้าตา มีการรับรู้ในร่างกายตนเองและความพึงพอใจในร่างกายตนเองมากขึ้น และได้มีการรับรู้จากสังคมในเชิงบวก

4. การทดสอบสมมติฐาน

4.1 ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า นักศึกษาหญิงที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีผลต่อการรับรู้รูปลักษณ์ของตนเองแตกต่างกัน โดยนักศึกษาหญิงที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท มีการรับรู้รูปลักษณ์ของตนเองต่ำกว่านักศึกษาหญิงที่มีรายได้สูงกว่าทั้งนี้อาจเนื่องมาจากการที่นักศึกษาหญิงที่มีรายได้ต่ำจะให้ความสำคัญกับการใช้จ่ายในปัจจัยพื้นฐานในการดำเนินชีวิตในบทบาทของนักศึกษา จึงไม่ค่อยให้ความสำคัญกับเรื่องของการรับรู้รูปลักษณ์ ในขณะที่นักศึกษาที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนสูงมีอำนาจในการใช้จ่ายมาก จึงให้ความสนใจเกี่ยวกับการรับรู้รูปลักษณ์มากกว่านักศึกษาที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า

4.2 ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า นักศึกษาหญิงที่มีประสบการณ์ในการทำศัลยกรรมเสริมความงามบนใบหน้าที่แตกต่างกัน มีผลต่อการรับรู้รูปลักษณ์ของตนเองแตกต่างกัน โดยนักศึกษาที่มีประสบการณ์ในการทำศัลยกรรมเสริมความงามบนใบหน้า 1 ครั้ง มีการรับรู้เกี่ยวกับรูปลักษณ์ต่ำกว่านักศึกษาหญิงที่มีประสบการณ์ มากกว่า 2 ครั้ง ทั้งนี้เนื่องมาจากการที่นักศึกษาหญิงที่ทำศัลยกรรมมากกว่า 2 ครั้ง ให้ความสำคัญกับความงามบนใบหน้ามากจึงได้ทำศัลยกรรมหลายครั้งเพื่อให้มีใบหน้าที่สวยงาม เป็นไปในทิศทางเดียวกับงานวิจัยของ Von Soest et al (2006) ได้ทำการศึกษาเรื่องผู้หญิงที่ทำศัลยกรรมเสริมความงามกับการกำกับตนเองในสังคม พบว่า ผู้หญิงที่ทำศัลยกรรมเสริมความงามมีคะแนนการกำกับตัวเองในการแสดงออกมากกว่า ผู้หญิงที่ไม่เคยทำศัลยกรรมเสริมความงาม เพราะผู้หญิงที่เคยผ่านการทำศัลยกรรมเสริมความงามมีแนวโน้มที่จะทำตามความคิดเห็นของคนรอบข้างในสังคม และถ้าในสังคมนั้นมีการยอมรับการทำศัลยกรรมเสริมความงามที่ถือว่าเป็นเรื่องปกติย่อมส่งผลให้เกิดแรงจูงใจในการเกิดพฤติกรรมอยากทำศัลยกรรมมากขึ้น

4.3 ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า นักศึกษาหญิงที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจในการทำศัลยกรรมเสริมความงามบนใบหน้าแตกต่างกัน โดยนักศึกษาหญิงที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท มีการตัดสินใจในการทำศัลยกรรมเสริมความงามบนใบหน้าต่ำกว่านักศึกษาหญิงที่มีรายได้สูงกว่า สอดคล้องกับผลงานวิจัยของทิพวัลย์ หวังพลายเจริญสุข (2553) ทำการศึกษาเรื่องการเปิดรับสื่อและแนวโน้มการตัดสินใจทำศัลยกรรมสไตล์เกาหลีของกลุ่มวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า วัยรุ่นไทยที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีการตัดสินใจทำศัลยกรรมสไตล์เกาหลีต่างกัน โดยวัยรุ่นไทยที่มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท มีการตัดสินใจทำศัลยกรรมสไตล์เกาหลีต่ำกว่ากลุ่มวัยรุ่นไทยที่มีรายได้ต่อเดือนสูง ทั้งนี้นักศึกษาที่มีรายได้น้อยต้องใช้จ่ายเกี่ยวกับค่าอาหาร และค่าการศึกษา ซึ่งเป็นสิ่งที่มีความต้องการจำเป็นในการดำรงชีวิตในฐานะนักศึกษา

4.4 ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า นักศึกษาหญิงที่มีสาขาวิชาต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจในการทำศัลยกรรมเสริมความงามบนใบหน้าแตกต่างกัน ทั้งนี้เนื่องมาจากการศึกษาในแต่ละสาขาวิชาจะส่งผลไปถึงการมีอาชีพและหน้าที่การงานในอนาคต โดยอาชีพที่ต้องมีปฏิสัมพันธ์กับคนในสังคม

มากก็จะให้ความสำคัญกับหน้าตา เพื่อให้เกิดการได้รับการยอมรับในสังคม จึงส่งผลถึงการตัดสินใจในการทำศัลยกรรมเสริมความงามบนใบหน้า ซึ่งมีผลงานวิจัยของชวัญพร พันธุ์อุโมงค์ (2555) ทำการศึกษาปัจจัยทางการสื่อสารที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาหญิงในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม พบว่า ปัจจัยด้านการสมัครงาน เป็นเหตุผลหนึ่งที่นักศึกษาหญิงตัดสินใจทำศัลยกรรมเสริมความงาม

4.5 ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า การรับรู้รูปลักษณ์ตนเองมีผลต่อการตัดสินใจทำศัลยกรรมเสริมความงามบนใบหน้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ความต้องการให้บุคคลรอบข้างมองตนเองมีผลต่อการตัดสินใจทำศัลยกรรมเสริมความงามบนใบหน้ามากที่สุด รองลงมามุมมองของบุคคลรอบข้างที่มองตนเอง มีผลต่อการตัดสินใจทำศัลยกรรมเสริมความงามบนใบหน้า สำหรับมุมมองของตนเองที่มองตนเองไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจทำศัลยกรรมเสริมความงามบนใบหน้า สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Roger Scruton (2009) ทำการศึกษาเรื่องเกี่ยวกับความงาม พบว่า แรงจูงใจที่ทำให้ผู้หญิงทำศัลยกรรมความงาม คือ ความไม่พอใจในภาพลักษณ์ของตนเอง เพราะว่าผู้หญิงไม่ได้ตัดสินใจจากลักษณะของตัวเองผ่านกระจกที่ตัวเองมอง แต่ผู้หญิงตัดสินใจจากภาพลักษณ์ตัวเองจากสายตาคนอื่นและสื่อมวลชน นอกจากนี้ยังมีผลงานวิจัยของกมลกานต์ จินช้าง (2553) ทำการศึกษาเรื่องอิทธิพลของความนิยมความสมบูรณ์แบบต่อเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม พบว่าความนิยมความสมบูรณ์สามารถทำนายเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงามได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .01 โดยมีการนำเสนอตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบ และการซึมซับค่านิยมความงามจากวัฒนธรรมสังคมเป็นตัวแปรส่งผ่าน จะเห็นได้ว่าในปัจจุบันผู้หญิงให้ความสำคัญกับความงาม โดยความงามนั้นเกิดจากรูปลักษณ์ที่ค่านิยมของสังคมในขณะนั้นมองว่าความงามนั้นมีลักษณะเช่นไร จึงพยายามสร้างสรรค์ความงามตามแบบค่านิยมในสังคมผ่านกระบวนการศัลยกรรมเสริมความงาม

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

หน่วยงาน องค์กรภาครัฐและภาคเอกชน สถาบันที่เกี่ยวข้องกับศัลยกรรมเสริมความงาม สามารถผลการวิจัยนี้ไปใช้ได้ ดังนี้

1. จากผลการวิจัยกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับรูปลักษณ์ที่สวยงาม เพื่อต้องการเสริมบุคลิกภาพเพิ่มความมั่นใจให้กับตนเอง โดยมีการหาข้อมูลจากผู้ที่เคยทำศัลยกรรมเสริมความงามและอินเทอร์เน็ต ดังนั้นผู้ประกอบการควรที่จะมีการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย โดยมีการรีวิวประสบการณ์จากลูกค้าที่ใช้บริการของสถานประกอบการที่ให้บริการ

2. จากผลการวิจัย กลุ่มตัวอย่างมีการนำข้อมูลที่ได้จากแพทย์ผู้เชี่ยวชาญ และผู้ที่เคยทำศัลยกรรมเสริมความงามมาใช้ประกอบในการตัดสินใจทำศัลยกรรม ดังนั้นผู้ประกอบการควรที่จะมีช่องทางให้แพทย์ผู้เชี่ยวชาญได้ให้คำแนะนำกับผู้สนใจทำศัลยกรรมเสริมความงาม เช่น ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ หรืออีเมลเพื่อตอบข้อซักถาม โดยต้องมีการเข้าไปให้ข้อมูลอย่างต่อเนื่อง และควรมีการให้บริการที่ดีกับผู้ที่เข้ามาใช้บริการ เพราะเป็นสื่อบุคคลที่สามารถสร้างความน่าเชื่อถือและกระตุ้นให้ผู้สนใจทำศัลยกรรมเข้ามาใช้บริการต่อไป

3. จากผลการวิจัย กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับแพทย์ผู้เชี่ยวชาญเมื่อจะตัดสินใจทำศัลยกรรม ดังนั้นสถานประกอบการควรมีการหาแพทย์ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านมาประจำสถานที่ให้บริการ ซึ่งถ้ามีการให้บริการที่ดีจะสร้างชื่อเสียงให้สถานประกอบการ และจะส่งผลให้มีการเข้ามาใช้บริการของผู้ที่ต้องการทำศัลยกรรมเสริมความงาม

4. จากผลการวิจัย กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับการมุมมองหรือสายตาของคนรอบข้างด้านความสวยงาม ดังนั้นครอบครัวหรือผู้ปกครองควรใส่ใจติดตามบุตรหลานอย่างใกล้ชิด เพื่อชี้แนะและให้คำปรึกษาเมื่อบุตรหลานมีความต้องการทำศัลยกรรมเสริมความงาม โดยให้ตัดสินใจพัฒนารูปลักษณ์บนความสวยงามที่ตนเองต้องการอย่างแท้จริง มิใช่เป็นการทำศัลยกรรมตามกระแสสังคม

5. หน่วยงานภาครัฐ ควรมีมาตรการกำกับ ควบคุม ดูแลการโฆษณาผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของธุรกิจศัลยกรรมเสริมความงาม ไม่ให้มีการโฆษณาที่เป็นเท็จหรือเกินจริง และมีการกำหนดบทลงโทษที่รุนแรงสำหรับผู้ที่กระทำความผิด

6. หน่วยงานภาครัฐ ควรมีการกำกับดูแลธุรกิจศัลยกรรมเสริมความงามและบุคลากรที่ให้บริการว่ามีใบประกอบธุรกิจ/ใบอนุญาตประกอบวิชาชีพอย่างถูกต้องตามกฎหมาย และมีการกำหนดบทลงโทษที่รุนแรงสำหรับผู้ที่กระทำความผิด

7. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับวัยรุ่นควรให้ความสำคัญในด้านการให้ความรู้และความเข้าใจแก่วัยรุ่นในเรื่องการทำศัลยกรรม โดยชี้ให้เห็นถึงประโยชน์และโทษของการศัลยกรรมควบคู่กันไป เพื่อให้วัยรุ่นแสวงหาความรู้จนเข้าใจและมั่นใจในการทำศัลยกรรมเสริมความงามแต่ละครั้งก่อนที่จะตัดสินใจทำศัลยกรรม

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. เนื่องจากการศึกษาครั้งนี้ศึกษาเฉพาะกลุ่มนักศึกษาหญิง ในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาทั้งเพศชาย เพศหญิง และเพศทางเลือก รวมถึงขยายช่วงอายุในการทำวิจัยให้กว้างขึ้น เพื่อทราบถึงการตัดสินใจทำศัลยกรรมเสริมความงามของกลุ่มดังกล่าว

2. ในการศึกษาครั้งต่อไปควรทำการวิจัยศึกษาตัวแปรอิสระที่เป็นแรงจูงใจภายใน และแรงจูงใจภายนอก เช่น เศรษฐกิจ สังคมวัฒนธรรม เทคโนโลยี ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจทำศัลยกรรมเสริมความงาม