



248760

บทบาทการใช้การแต่งหน้าเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กร

จักรพันธ์ มิสูธา

ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาสื่อศิลปะและการออกแบบสื่อ

บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
มีนาคม 2555

600255403

ห้องสมุดงานวิจัย สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ



248760



บทบาทการใช้การแต่งหน้าเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กร

จักรพันธ์ มิสุธา

**การค้นคว้าแบบอิสระนี้เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัยเพื่อเป็นส่วนหนึ่ง
ของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาสื่อศิลปะและการออกแบบสื่อ**

**บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
มีนาคม 2555**

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้สำเร็จลงได้ด้วยความช่วยเหลือจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อัจฉรา สโรบล อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระที่สละเวลาให้คำแนะนำ คำปรึกษา ข้อคิดเห็นต่างๆ และแก้ไขข้อบกพร่องทั้งหลายด้วยความเอาใจใส่อย่างดียิ่งมาโดยตลอด ตลอดจนให้กำลังใจและสนับสนุนจนการค้นคว้าแบบอิสระนี้เสร็จสมบูรณ์ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ จารุพันธ์ เขาวนดี ที่กรุณาให้คำแนะนำ คำปรึกษา ตลอดจนแนะนำอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระเล่มนี้ และกรุณาให้เกิดริเป็นประธานสอบการค้นคว้าแบบอิสระในครั้งนี้ รวมทั้งขอขอบพระคุณ คุณอัครเดช สุระจินดา ที่กรุณารับเป็นกรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระในครั้งนี้ และได้ให้คำแนะนำเป็นอย่างดี

ขอขอบพระคุณผู้ให้สัมภาษณ์ทุกท่านที่สละเวลาอันมีค่าในการให้สัมภาษณ์ และให้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์ยิ่งในการค้นคว้าแบบอิสระนี้ รวมถึงขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่เสียสละเวลาในการตอบแบบสอบถามที่เป็นประโยชน์ต่อการศึกษาครั้งนี้

ขอขอบคุณเพื่อนๆทุกคนที่คอยถามไถ่ ให้กำลังใจ สนับสนุน และช่วยเหลือในการค้นคว้าแบบอิสระครั้งนี้จนสำเร็จลุล่วงด้วยดี

สุดท้ายนี้ ขอกราบขอบพระคุณทุกคนในครอบครัว คุณพ่อ คุณแม่ คุณปู่ คุณย่า ที่อบรมเลี้ยงดูเป็นอย่างดี และสอนให้รู้จักความสำคัญของการศึกษา รวมถึงให้กำลังใจและสนับสนุน จนนำมาซึ่งความสำเร็จในครั้งนี้ (แม้คุณปู่และคุณพ่อจะไม่ได้เห็นความสำเร็จในครั้งนี้ แต่ท่านทั้งสองคงรับรู้ได้...จากที่ใดที่หนึ่ง)

จักรพันธ์ มิสุธา

บทบาทการใช้การแต่งหน้าเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กร

จักรพันธ์ มิสุธา

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ได้รับการพิจารณาอนุมัติให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาสื่อศิลปะและการออกแบบสื่อ

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระ

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

.....ประธานกรรมการ

.....

รองศาสตราจารย์ จารุพันธ์ เขาวนัฒ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อัจฉรา สโรบล

.....กรรมการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อัจฉรา สโรบล

.....กรรมการ

นายอัครเดช สุระจินดา

19 มีนาคม 2555

©ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ	บทบาทการใช้การแต่งหน้าเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กร
ผู้เขียน	นายจักรพันธ์ มิสุธา
ปริญญา	ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (สื่อศิลปะและการออกแบบสื่อ)
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัจฉรา สโรบล

บทคัดย่อ

248760

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาลักษณะการแต่งหน้าเพื่อส่งเสริมบุคลิกภาพ และ 2) ศึกษาบทบาทการแต่งหน้าที่มีผลต่อการส่งเสริมภาพลักษณ์ขององค์กร เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ และเชิงคุณภาพ เก็บรวบรวมข้อมูล โดยการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการแต่งหน้าในจังหวัด เชียงใหม่จำนวน 5 ท่าน การสัมภาษณ์ผู้บริหาร จากองค์กรรัฐ องค์กรรัฐวิสาหกิจ และองค์กรเอกชน จำนวน 3 ท่าน และใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงที่ปฏิบัติงานในด้านการ ปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าหรือผู้ที่ติดต่อกับองค์กรซึ่งเป็นองค์กรที่ให้ความสำคัญกับภาพลักษณ์ 3 องค์กรในจังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ องค์กรภาครัฐ องค์กรรัฐวิสาหกิจ และองค์กรเอกชน

ผลการศึกษาจากแบบสอบถามพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นบุคลากรในองค์กรส่วนใหญ่เห็นด้วยในระดับมากกับการสื่อความหมายของบุคลิกภาพ โดยนำองค์ประกอบด้านศิลปะมา ตกแต่งให้เหมาะสมกับลักษณะของใบหน้า และส่วนใหญ่เลือกใช้รูปแบบการแต่งหน้าที่สื่อถึงความอ่อนหวาน และความเป็นธรรมชาติในการแต่งหน้า นอกจากนี้ยังเห็นว่า การแต่งหน้ามี บทบาทและอิทธิพลต่อการส่งเสริมภาพลักษณ์ขององค์กรในระดับมากเช่นกัน โดยใช้การแต่งหน้า เป็นองค์ประกอบหนึ่งของการส่งเสริมภาพลักษณ์ขององค์กร

ซึ่งมีความสอดคล้องกับผลการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญทั้ง 5 ท่านที่มีความคิดเห็นตรงกันว่า การแต่งหน้าเป็นการนำองค์ประกอบทางด้านศิลปะมาประยุกต์ใช้ ซึ่งสามารถสื่อสารถึงบุคลิกภาพ และอารมณ์ของผู้แต่งต่อผู้พบเห็น อีกทั้งการแต่งหน้ายังมีบทบาทและอิทธิพลต่อการส่งเสริม ภาพลักษณ์ขององค์กรในระดับมาก โดยรูปแบบการแต่งหน้าควรขึ้นอยู่กับบุคลิกภาพส่วนตัวและ บทบาทหน้าที่ของผู้แต่ง รวมถึงต้องเหมาะสมกับลักษณะเฉพาะของแต่ละองค์กรเป็นสำคัญ และ

248760

จากการสัมภาษณ์ผู้บริหารองค์กร จำนวน 3 ท่าน มีความคิดเห็นตรงกันว่าการแต่งตั้งมีบทบาท
และอิทธิพลต่อการส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กร โดยองค์กรสามารถให้การแต่งตั้งเป็นองค์ประกอบ
หนึ่งเพื่อเสริมให้การสื่อสารภาพลักษณ์สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

Independent Study Title	The Role of Make up Usage to Encourage Corporate Image
Author	Mr. Jakraphan Misutha
Degree	Master of Arts (Media Arts and Design)
Independent Study Advisor	Assistant Professor Dr. Atchara Salobol

ABSTRACT

248760

The purpose of this research was to 1) study makeup features that could promote personality and 2) investigate roles of makeup that affected corporate image promotion. This research was both qualitative and quantitative. Data collection was done by the interviews of 5 expert makeup artists and 3 executives in public sector and state enterprise sector. Questionnaires were also used to collect data from a female representative sample whose job involved interaction with customers or visitors of 3 corporations focusing on image making in Chiang Mai: public, state enterprise and private corporations.

The result from the questionnaires showed that the respondents, most of the corporations' personnel, agreed at high level with the interpretation of personality by using artistic components when making up to suit the facial features. Most respondents chose to use a makeup pattern that conveys sweetness and naturalness. Besides, they thought that makeup played a crucial role in and had influence on promoting corporate image at high level as well, so they used makeup as a component to promote corporate image.

This was consistent with the interview results from 5 makeup experts who all agreed that makeup was the applied use of artistic components that conveyed makeup artists' personality and emotion to viewers. More than that, they agreed that makeup played a vital role in and had influence on promoting corporate image at high level. Makeup patterns had to depend on personality, role and responsibility of the person who wore makeup and suit the particulars of

248760

each corporation. From the interview of 3 executives, they thought that makeup played an important role in and had influence on promoting corporate image, so corporations could use makeup as a component to supplement the more complete corporate image communication.

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	๗
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 ปัญหานำการวิจัย	3
1.3 วัตถุประสงค์	3
1.4 สมมติฐานการวิจัย	3
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	5
2.1 แนวคิดด้านการแต่งหน้า	5
2.2 แนวคิดด้านภาพลักษณ์องค์กร	31
2.3 แนวคิดด้านบุคลิกภาพ	36
2.4 แนวคิดด้านการสื่อสาร	40
2.5 แนวคิดด้านสัตววิทยา	50
2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	52
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการวิจัย	54
3.1 ขอบเขตการศึกษา	54
3.2 วิธีการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูล	56
บทที่ 4 ผลการศึกษา	58
4.1 วิเคราะห์บทสัมภาษณ์	58
4.2 วิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถาม	67

บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา	102
5.1 สรุปและอภิปรายผลการศึกษา	102
5.2 ข้อจำกัดในการศึกษา	104
5.3 ข้อเสนอแนะจากการศึกษา	105
5.4 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป	105
บรรณานุกรม	106
ภาคผนวก	108
ภาคผนวก ก แบบสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการแต่งหน้า	109
แบบสัมภาษณ์ผู้บริหารองค์กร	110
ภาคผนวก ข แบบสอบถาม	111
ภาคผนวก ค ตารางแสดงจำนวนและร้อยละ ของความคิดเห็น	
ของผู้ตอบแบบสอบถาม	120
ภาคผนวก ง ผู้เชี่ยวชาญในการแต่งหน้าผู้ให้สัมภาษณ์	129
ผู้บริหารองค์กรผู้ให้สัมภาษณ์	130
ภาคผนวก จ ขั้นตอนการแต่งหน้าพื้นฐาน	132
ภาคผนวก ฉ ตัวอย่าง โทนสีและการแต่งหน้าตามแต่ละองค์กร	134
ประวัติผู้เขียน	137

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	69
2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	70
3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	70
4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้	71
5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามพฤติกรรมการแต่งหน้า	71
6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการแต่งหน้า	72
7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะรูปร่างใบหน้า	72
8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรูปร่างหน้าของผู้ตอบแบบ สอบถามที่มีการใช้รองพื้นสีเข้มและแป้งสีเข้มการแก้ไขลักษณะรูปร่าง (พรางจุดค้อย)	73
9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรูปร่างหน้าของผู้ตอบแบบ สอบถามที่มีการใช้รองพื้นสีเข้มและแป้งสีเข้มการแก้ไขลักษณะรูปร่าง (พรางจุดค้อย) และอาชีพ	74
10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเลือกใช้สีของรองพื้น และแป้งทาหน้า	75
11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเลือกใช้สีของรองพื้น และแป้งทาหน้า และอาชีพ	76
12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเลือกใช้สีสำหรับเขียนคิ้ว	77
13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเลือกใช้สีสำหรับเขียนคิ้วและอาชีพ	77
14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะการเขียนรูปร่างของคิ้ว	78
15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะ การเขียนรูปร่างของคิ้ว และอาชีพ	78

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะ รูปทรงการแตงควงตา (ด้วยอายุแซโคว์)	79
17 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะ รูปทรงการแตงควงตา (ด้วยอายุแซโคว์) และอาชีพ	79
18 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะ การใช้น้ำหนักสีในการแตงควงตา (ด้วยอายุแซโคว์)	80
19 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะ การใช้น้ำหนักสีในการแตงควงตา (ด้วยอายุแซโคว์) และอาชีพ	80
20 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม โทนสี ในการแตงแต้มควงตา (ด้วยอายุแซโคว์)	81
21 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม โทนสี ในการแตงแต้มควงตา (ด้วยอายุแซโคว์) และอาชีพ	81
22 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการวาดเส้นขอบตา (ด้วยอายุไลน์เนอร์)	82
23 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการวาดเส้นขอบตา (ด้วยอายุไลน์เนอร์) และอาชีพ	82
24 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม โทนสีในการปิดแก้ม	83
25 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม โทนสีในการปิดแก้ม และอาชีพ	83
26 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรูปทรงในการปิดแก้ม	84
27 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรูปทรง ในการปิดแก้ม และอาชีพ	84
28 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวัตถุประสงค์ ของการวาดเส้นขอบปาก (ด้วยดินสอเขียนขอบปาก)	85
29 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวัตถุประสงค์ ของการวาดเส้นขอบปาก (ด้วยดินสอเขียนขอบปาก) และอาชีพ	86

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
30 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม โทนสีของลิปสติก	86
31 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม โทนสีของลิปสติก และอาชีพ	87
32 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเนื้อสัมผัสของลิปสติก	88
33 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเนื้อสัมผัสของลิปสติก และอาชีพ	88
34 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม โทนสีที่ใช้ในการแต่งหน้า (ดวงตา แก้ม ปาก)	89
35 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม โทนสีที่ใช้ในการแต่งหน้า (ดวงตา แก้ม ปาก) และอาชีพ	89
36 แสดงผลของระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับวิธีแก้ไขลักษณะ รูปใบหน้า (พรางจุดค้อย) ด้วยรองพื้นสีเข้ม, แป้งสีเข้ม	90
37 แสดงผลของระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการเลือกใช้สีของรองพื้น, แป้งทาหน้า เพื่อให้ใบหน้าเรียบเนียน ไร้ริ้วรอย และเหมาะกับใบหน้า	91
38 แสดงผลของระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะการเลือกใช้สี สำหรับเขียนคิ้ว	91
39 แสดงผลของระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะ การเขียนรูปทรงของคิ้วที่สามารถสื่อต่อความรู้สึกของผู้พบเห็น	92
40 แสดงผลของระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะ รูปทรงการแต่งดวงตา (ด้วยอายแชโดว์)	93
41 แสดงผลของระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะ การแต่งดวงตาโดยใช้หน้าหนักสีในการแต่ง (ด้วยอายแชโดว์)	93
42 แสดงผลของระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับ โทนสี ในการแต่งแต้มดวงตา (ด้วยอายแชโดว์)	94
43 แสดงผลของระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการวาดเส้นขอบตา (ด้วยอายไลเนอร์)	95

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
44 แสดงผลของระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับโทนสีในการปิดแก้ม	95
45 แสดงผลของระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับรูปทรงในการปิดแก้ม	96
46 แสดงผลของระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการวาดเส้นขอบปาก (ด้วยคินสอเขียนขอบปาก)	96
47 แสดงผลของระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับโทนสีของลิปสติก	97
48 แสดงผลของระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับเนื้อสัมผัสของลิปสติก	97
49 แสดงผลของระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับโทนสีที่ใช้ในการแต่งหน้า (ดวงตา แก้ม ปาก)	98
50 แสดงผลของระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการใช้การแต่งหน้าเพื่อ ส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กร	100

สารบัญภาพ

รูป	หน้า
2.1 ภาพ Transactional Model of Communication	44