

ความงามด้วยศัลยกรรมแบบพลาสติกของกลุ่มนักศึกษาหญิง

มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี

ปิยธิดา หาญประเสริฐ¹, สุธัญญา ชื่นทวี², ระชานนท์ ทวีผล³

^{1,2} สาขาการจัดการธุรกิจและภาษาอังกฤษ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

³ สาขาการจัดการโรงแรม คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร,

Email: bambamspytd@gmail.com¹, saiizabfer@gmail.com², rachanon@ms.su.ac.th³

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) การให้ความหมายของความงามด้วยศัลยกรรมแบบพลาสติก และ 2) กระบวนการตัดสินใจทำศัลยกรรมแบบพลาสติกของกลุ่มนักศึกษาหญิง มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพโดยใช้วิธีวิทยาการศึกษาปรากฏการณ์ ซึ่งเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ให้ข้อมูลหลักที่เป็นกลุ่มนักศึกษาหญิง มหาวิทยาลัยศิลปากร จำนวน 26 คน ผลการวิจัยพบว่า ความหมายของความงามด้วยศัลยกรรมแบบพลาสติก คือ องค์กรประกอบทุกส่วนของใบหน้าที่สมดุลกัน รวมถึงมีบุคลิกภาพที่ดี ส่วนหนึ่งได้รับอิทธิพลมาจากดารา นางแบบ และนักแสดงที่มีชื่อเสียง มีส่วนเสริมสร้างความมั่นใจ และความน่าเชื่อถือในการประกอบอาชีพ รวมถึงการยอมรับจากบุคคลในสังคม ส่วนด้านกระบวนการตัดสินใจ พบว่า 1) นักศึกษาหญิงมีความไม่พึงพอใจในใบหน้าของตนเอง รวมถึงความต้องการที่จะลดปมด้อย ที่เกิดจากการตีตราทางสังคม 2) การค้นหาข้อมูลจากระบบอินเทอร์เน็ต เนื่องจากมีความรวดเร็วและมีข้อมูลที่มีความชัดเจนเป็นแหล่งอ้างอิงที่เชื่อถือได้ 3) การให้ความสำคัญกับฝีมือศัลแพทย์ ร่วมกับการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการสถานบริการที่มีชื่อเสียง 4) พิจารณาจากการตัดสินใจทำศัลยกรรมด้วยมาตรฐานความปลอดภัยในทุกกระบวนการผ่าตัด 5) มีการกลับมาใช้บริการอีกครั้งในสถานพยาบาลเดิม รวมถึงการปรับเปลี่ยนศัลยแพทย์เพื่อประสบการณ์ที่แปลกใหม่

คำสำคัญ: ความงาม, ศัลยกรรมแบบพลาสติก, กระบวนการตัดสินใจซื้อ

Plastic Surgery in Female Students: A Case Study of Silpakorn University, Phetchaburi IT Campus

Piyathida Hanprasert¹, Suthunya Chuentawee², Rachanon Taweephol³

^{1,2}Business and English Management under the Faculty of Management science, Silpakorn University

³Hotel Management Department under the Faculty of Management science, Silpakorn University,

Email: bambamspytd@gmail.com¹, saizabfer@gmail.com², rachanon@ms.su.ac.th³

Abstract

This study aimed to investigate: 1) the definition of successful plastic surgery; and 2) commitment and consumer decision process in female students from Silpakorn University, Phetchaburi IT campus towards plastic surgery. The study was a qualitative research. It used phenomenology methodology and in-depth interview with 26 key informants for data collection. The results disclosed that: 1) a definition successful plastic surgery included a balance of face components inspired by super stars, famous models and actresses; 2) in terms of consumer decision process, it was found that decision-making primarily derived from students' dissatisfaction of their own face and the needs to eliminate their weak appearance which sometimes criticized by others, additionally, the commitment were provoked by clear and trustworthy sources on the Internet; the high emphasis on the surgeons' skills with the reputation of the clinics; the standard and safety of surgical operation; the royal customers of the clinics and the renewal of the surgeons for exotic experiences.

Keywords: Beauty, Plastic Surgery, Consumer Decision Process

บทนำ

หลักฐานทางประวัติศาสตร์ที่ผ่านมาอธิบายว่ามนุษย์ได้มีการพัฒนาด้านร่างกายให้ดูสวยงามด้วยการแต่งเติมสีสันลงบนเรือนร่าง โดยใช้ศิลปะของรอยสักที่เชื่อมโยงกับความเชื่อทางพิธีกรรมต่าง ๆ รวมถึงการนำเอาท่วงโลหะเจาะตามใบหูและจมูก และการใส่แผ่นโลหะทรงกลมคล้ายกับงานที่บริเวณริมฝีปากให้มีขนาดกว้างปกบอถึงสิ่งสวยงามที่คงทนและเป็นการซ่อนความหมายของความเจ็บปวด ทรมานเช่นเดียวกับลักษณะเดียวกันการทำศัลยกรรม ความงาม ในขณะที่ความสวยงามเป็นสิ่งที่เคียงคู่กันกับผู้หญิง แต่แนวคิดที่เกี่ยวกับความสวยงามยังมีลักษณะที่แตกต่างกันออกไปตามสภาพโครงสร้างทางสังคมและวัฒนธรรม จึงทำให้มาตรฐานความงาม ในแต่ละกลุ่มคนมีความแตกต่างกันที่ยากจะอธิบาย นอกจากนี้ ยังไม่สามารถกำหนดนิยามได้แน่นอนว่าความสวยงามที่สมบูรณ์แบบมีลักษณะเป็นอย่างไร (Shilling, 1993) การผสมผสานความงามกับสตรีเพศ เป็นความจำเป็นต่อ การดำเนินชีวิต เป็นส่วนหนึ่งของรูปแบบพฤติกรรมรักสวยรักงามตามวิถีเพศธรรมชาติ ที่ให้ความสำคัญกับรูปร่างหน้าตา จะต้องสามารถสร้างความประทับใจให้แก่ผู้พบเห็น พร้อมกับ ช่วยส่งเสริมความมั่นใจไปด้วย ตามหลัก จิตวิทยาพื้นฐาน ซึ่งความประทับใจครั้งแรกย่อม ทำให้ผู้พบเห็นเกิดเป็นทัศนคติในเชิงบวกกับผู้ที่มีใบหน้าและรูปลักษณ์ที่ดึงดูดใจ (จิราพร พงษ์ขาว, 2560)

ความสวยงามได้กลายเป็นโอกาสของผู้หญิงจำนวนมาก หากไม่ได้เกิดมามีรูปร่างที่สวยงามตามแบบพิมพ์นิยมของสังคมกำหนด การศัลยกรรมพลาสติกอาจเป็นตัวเลือกที่ดีที่สุดในการแก้ไขกับปัญหา (ชริตา ประมะธวันต์, 2559) การศัลยกรรมความงามเริ่มได้รับการยอมรับจากผู้คนทั่วไปมากขึ้นเรื่อย ๆ โดยเฉพาะในกลุ่มนักศึกษา ที่มีการให้ค่านิยมในเรื่องบุคลิกภาพ รูปร่าง หน้าตา และมี

แนวโน้มที่จะตัดสินใจทำศัลยกรรมความงามเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ในแต่ละปี เช่น เสริมจมูก ทำตาสองชั้น การเพิ่มขนาดหน้าอก เป็นต้น อีกทั้งนักศึกษาจำนวนที่เคยทำศัลยกรรมมาแล้วมีความต้องการที่จะทำศัลยกรรมเพิ่มอีก ในขณะที่ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีและเทคนิคการแพทย์ที่ดีขึ้น ช่วยให้คนไข้มีผลจากการทำศัลยกรรมขนาดเล็กลง รวมถึงอาการหลังผ่าตัดที่สามารถหายได้เร็วยิ่งขึ้น ตลอดจนผลลัพธ์ของความงามที่ได้รับหลังผ่าตัดยังคงดูเป็นธรรมชาติมากขึ้น จากความต้องการ ทำศัลยกรรมที่เพิ่มมากขึ้นส่งผลให้สถานประกอบการ ที่เกี่ยวกับการทำศัลยกรรมความงามของประเทศไทย เพิ่มจำนวน เพื่อรองรับกลุ่มผู้ต้องการใช้บริการ ทั่วโลก (แอดมินไอทีจีเนียส, 2558)

อย่างไรก็ตาม ศัลยกรรมพลาสติกสามารถมอบความงามที่มีราคาเหมาะสมให้กับกลุ่มนักศึกษาได้ แต่ในอีกมุมมองที่แตกต่างการทำศัลยกรรมจะถูก ตีตราว่าเป็นความสวยงามที่ไม่ยั่งยืนและยังสิ้นเปลืองค่าใช้จ่ายโดยไม่จำเป็น การทำศัลยกรรมความงามอาจไม่ใช่เรื่องผิดธรรมชาตินิยมของคนทั่วไป หากผู้ที่มีความสนใจได้รับการดูแลจากศัลยแพทย์ที่มีฝีมือและเป็นที่ยอมรับกันอย่างแพร่หลาย โดยจะต้องศึกษาข้อมูลให้ครบถ้วนพร้อมกับเข้ารับคำปรึกษาหรือข้อคำแนะนำจากทีมศัลยแพทย์ผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งเป็นขั้นตอนแรก ๆ ที่ไม่ควรมองข้ามก่อนการตัดสินใจเข้ารับการทำศัลยกรรมความงาม รวมถึงการศึกษาผลงานของศัลยแพทย์จากรูปภาพของคนไข้ทั้งก่อนและหลังทำศัลยกรรม ตลอดจนการคาดคะเนผลกระทบที่อาจจะเกิดขึ้นหาก การทำศัลยกรรมไม่เป็นไปตามที่คาดหวัง นอกจากนี้ ยังพบว่าสาเหตุมาจากการเลือกทำศัลยกรรมความงามกับศัลยแพทย์ที่ไม่มีความชำนาญเฉพาะด้าน เป็นความเสี่ยงที่ควรหลีกเลี่ยง (ชลธิศ สินรัชตานันท์, 2561) จากการสำรวจในปี 2560 ประเทศไทยมี

คลินิกศัลยกรรมความงามที่มีศัลยแพทย์ที่จดทะเบียนถูกต้องประมาณ 320 คน จึงเป็นโอกาสสำคัญสำหรับการพัฒนาประเทศเป็นศูนย์กลางของการทำศัลยกรรมความงามที่สามารถนำไปสู่การสนับสนุนภาคอุตสาหกรรมบริการให้มูลค่าที่สูงขึ้น (กรุงเทพฯธุรกิจ, 2560)

จากข้อมูลที่ได้กล่าวมาข้างต้นพบว่าสภาพสตรีชาวไทยให้ความสำคัญกับการทำศัลยกรรมความงามอย่างต่อเนื่องมากขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มของนักศึกษาจากสถาบันต่าง ๆ ทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษากระบวนการตัดสินใจทำศัลยกรรมแบบพลาสติกของกลุ่มนักศึกษาหญิงมหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี ซึ่งผลจากการศึกษาที่ได้รับจะเกิดประโยชน์สำหรับบุคคลที่ต้องการทำศัลยกรรมความงาม รวมถึงเกิดการเรียนรู้ถึงทัศนคติที่แตกต่างกันในแต่ละบุคคลโดยเฉพาะการให้ความหมายที่เป็นตัวสะท้อนค่านิยมในการตัดสินใจที่จะทำศัลยกรรมพลาสติก เพื่อเสริมสร้างความมั่นใจ หรือเพื่อเตรียมพร้อมสำหรับโอกาสทางอาชีพในอนาคต ตลอดจนเป็นการประเมินคุณภาพการบริการและมีมือของศัลยแพทย์ผ่านมุมมอง ของนักศึกษาหญิงในฐานะผู้รับบริการ

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาการให้ความหมายของความงามด้วยศัลยกรรมแบบพลาสติกของกลุ่มนักศึกษาหญิงมหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี
2. เพื่อศึกษากระบวนการตัดสินใจทำศัลยกรรมแบบพลาสติกของกลุ่มนักศึกษาหญิง มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี

ทบทวนวรรณกรรม

1. ศัลยกรรมพลาสติก (Plastic Surgery) ความก้าวหน้าของการผ่าตัดที่เกี่ยวข้องกับการแก้ไขทางการแพทย์ในรูปแบบของบุคคล ซึ่งการ

ทำศัลยกรรมพลาสติกไม่ได้จำกัดอยู่แค่ความสวยงาม แต่ยังเป็นการทำศัลยกรรมเพื่อช่วยเหลือผู้ป่วยที่ประสบอุบัติเหตุร้ายแรงจนไม่สามารถดำเนินชีวิตประจำวันได้ สำหรับคนทั่วไป มักรู้จักแค่ ว่าศัลยกรรมพลาสติกมีความสัมพันธ์ กับความสวยความงามเท่านั้น (สุรศักดิ์ เมืองสมบัติ, 2557) เพื่อความครอบคลุมเนื้อหาการทำศัลยกรรม พลาสติก จึงสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่

1.1 การทำศัลยกรรมตกแต่ง (Reconstructive Plastic Surgery) เพื่อเป้าหมายในการรักษาปรับปรุงในบริเวณที่ผิดปกติของร่างกายตั้งแต่กำเนิด รวมถึงความผิดปกติที่เกิดขึ้นภายหลังจากอุบัติเหตุ ศัลยกรรมประเภทนี้ เป็นกระบวนการฟื้นฟูอวัยวะของร่างกายมนุษย์ให้กลับมาเป็นปกติดังเดิม

1.2 การทำศัลยกรรมเสริมสวย (Cosmetic Plastic Surgery) มีเป้าหมายหลักในการเสริมความงาม โดยเฉพาะ ซึ่งกำลังเป็นที่กระแสนิยมในหมู่คนรุ่นใหม่ ซึ่งก็ได้อิทธิพลจากดาราและนักแสดงชาวเกาหลีใต้ การลงทุนเพื่อปรับเปลี่ยนรูปลักษณ์ใหม่ใบหน้าที่สวยงาม ขวนมอม บางรายมีความมุ่งมั่นที่จะไปยังเมืองศัลยกรรมต้นฉบับที่มีศัลยแพทย์มากประสบการณ์ ซึ่งอวัยวะที่ได้รับ ความนิยม ได้แก่ จมูก เต้านม และใบหน้า ในขณะเดียวกัน ศัลยแพทย์ชาวไทยได้อธิบายว่า การทำศัลยกรรมตกแต่ง หมายถึง การผ่าตัด แก้ม หรือ การทำศัลยกรรมโดยใช้แสงเลเซอร์ รวมถึงการฉีดสารเคมีบำบัดในบางกรณี เช่น การใช้สารโบท็อกซ์ เพื่อคลายการหดตัวของกล้ามเนื้อของใบหน้า ด้านบน ทดแทนการผ่าตัด ดึงหน้า เป็นรูปแบบการทำศัลยกรรมยุคใหม่ที่ไม่ต้อง อาศัยการพักฟื้นที่ยาวนาน ซึ่งในขณะเดียวกันผู้รับบริการควรปรึกษาแพทย์ที่มีความเชี่ยวชาญก่อนตัดสินใจ อย่างรอบคอบถึงวิธีการดูแลรักษาอย่างเคร่งครัด (สมาคมศัลยแพทย์ตกแต่งแห่งประเทศไทย, 2557)

2. ค่านิยมความงามของกลุ่มนักศึกษา กลุ่มผู้ที่อยู่ในวัยเรียนมหาวิทยาลัยให้ความสำคัญมากที่สุด จะเป็นเรื่องรูปลักษณ์ภายนอก อาทิ ร่างกายที่ฟอมสูงและการมีผิวสีขาวยาวล รวมถึงค่านิยมในการทำศัลยกรรมพลาสติก เพื่อสร้างความมั่นใจในการดำรงชีวิต กลายมาเป็นส่วนหนึ่งของระบบความคิด ก่อให้เกิดค่านิยมใหม่ของประชากรชาวไทย โดยให้คุณค่ากับผู้คนที่มีใบหน้าที่สวยงาม สะทอนให้เห็นว่าบุคลิกภาพและรูปร่างหน้าตาต้องมาก่อน พร้อมทั้งโอกาสทางสังคมที่ให้คุณค่ากับแนวคิดค่านิยมเหล่านี้ การตัดสินใจบุคคลด้วยภาพลักษณ์ภายนอกมีอยู่ในทุกองค์กรบุคคลที่มีใบหน้าที่สวยงามกับรูปร่างที่สมส่วนจะทำให้เกิดความน่าเชื่อถือในทันที แต่สำหรับบุคคลที่มีต้นทุนภายนอกดีน้อยกว่า มักจะสูญเสียโอกาสหรือไม่ถูกรับคัดเลือกจากองค์กร ตลอดจนจนการขาดความภูมิใจในตนเองเมื่อต้องอยู่ในสภาพแวดล้อมทางสังคมที่กำลังลดความสำคัญของสติปัญญาและความสามารถในการปฏิบัติงาน (พรณธิดา เพชรรักษ์, 2556)

อย่างไรก็ตาม ศัลยกรรมพลาสติกยังคงเป็นค่านิยมจากวงการบันเทิงที่แพร่กระจายไปสู่สาขาอาชีพอื่นในทุกระดับ โดยเฉพาะภายในกลุ่มนักศึกษาที่มองว่า ความงามสามารถช่วยลบบมด้วย ด้านบุคลิกภาพ ส่งผลให้วิถีชีวิตเมื่อเข้าสู่วัยรุ่นในรั้วมหาวิทยาลัยจะต้องทำศัลยกรรมเช่นเดียวกัน ค่านิยมของประเทศเกาหลีได้มีส่วนผลักดันและสร้างค่านิยมจนกลายเป็นค่านิยมที่มองว่า ศัลยกรรมไม่แตกต่างจากแฟชั่นที่วัยรุ่นทุกคนต้องติดตาม นอกจากการจะเป็นวิธีการเสริมสร้างความมั่นใจแล้ว อาจมีผลต่อหน้าที่การงานในตำแหน่งที่ตีขึ้นในอนาคต ประกอบกับความก้าวหน้าทางการแพทย์ ทำให้ผู้คนมองว่าเรื่องการทำศัลยกรรมเหล่านี้ เป็นเรื่องง่ายตายมากกว่าสมัยก่อน (ดาว มยุรี, 2548)

3. กระบวนการตัดสินใจซื้อ (Consumer Buying Process) ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2552) ได้อธิบายเกี่ยวกับ กระบวนการตัดสินใจซื้อเป็นการแสดงลำดับขั้นตอนโดยใช้เหตุผลอย่างรอบครอบของผู้บริโภค ซึ่งในกระบวนการซื้อของผู้บริโภค มีรายละเอียดทั้งหมด 5 ลำดับขั้นตอน ดังนี้ 1) การรับรู้ถึงปัญหา หรือความต้องการ (Problem or Need Recognition) เกิดขึ้นเมื่อบุคคลรับรู้ความต้องการภายในตนเอง อาจมีสาเหตุมาจากสิ่งกระตุ้น ความต้องการ เช่น ความอยากสวยอยากงาม ความต้องการทางเพศ เป็นต้น 2) การค้นหาข้อมูล (Search for Information) การตอบสนองความต้องการ ด้วยการค้นหา ตามสัญญาตญาณจากแหล่งข้อมูลที่เกี่ยวข้อง 3) การประเมินทางเลือก (Evaluation of Alternative) จะนำข้อมูลที่ได้รับมาพิจารณาก่อนการตัดสินใจซื้อ ทุกครั้ง โดยจะต้องไตร่ตรองอย่างรอบครอบ จึงไม่ใช่สิ่งที่ย่างและไม่ใช่กระบวนการเดียวที่ใช้กับผู้บริโภคทุกคน 4) การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) จากการประเมินผลทางเลือกจะช่วยสนับสนุนให้ผู้บริโภคกำหนดความพึงพอใจระหว่างสินค้าและบริการที่ถูกคัดเลือก ซึ่งผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการต่าง ๆ ที่พึงพอใจมากที่สุด และ 5) พฤติกรรมภายหลังการซื้อ (Post Purchase Behavior) จะเกิดหลังจากที่ ผู้บริโภคซื้อหรือทดลองใช้ สินค้าและบริการ เป็นการแสดงออกให้ทราบถึงความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ ซึ่งนักการตลาดจะต้องพยายามศึกษาพฤติกรรมภายหลังการซื้อ

ในขณะที่กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคมีความแตกต่างกัน อาจได้รับอิทธิพลมาจากทัศนคติในเชิงบวกและเชิงลบ รวมถึงคุณลักษณะของสินค้าหรือบริการ แหล่งข้อมูล และระดับความเชื่อมั่นของผู้บริโภคที่มีต่อตราสินค้า ซึ่งผู้บริโภคจะเลือกสินค้าและบริการ ที่มี

คุณภาพดีและมีความปลอดภัยเท่านั้น
(ปณิศา มีจินดา และคณะ, 2554)

ระเบียบวิธีวิจัย

1. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยเรื่อง ความงามด้วยศัลยกรรมแบบ
พลาสติก ของกลุ่มนักศึกษาหญิง มหาวิทยาลัย
ศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี เป็นการวิจัย
เชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยวิธี
วิทยาการศึกษาปรากฏการณ์ (Phenomenology)
มีองค์ประกอบที่สำคัญ คือ การให้ความหมายจาก
ประสบการณ์ตรงของบุคคลผู้ให้ข้อมูลในการวิจัย
(ระชานนท์ ทวีผล และธีรวัฒน์ จันทิก, 2560)
เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธี การสัมภาษณ์เชิงลึก
รายบุคคล (In-depth Interview) จากกลุ่มผู้ให้
ข้อมูลหลัก (Key Informant) เป็นกลุ่มนักศึกษา
หญิงจากมหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขต
สารสนเทศเพชรบุรี จำนวน 32 คน โดยการใช้
โทรศัพท์เคลื่อนที่บันทึกเสียง ประกอบการ
สัมภาษณ์ และถอดข้อมูลเสียงที่ได้ อยู่ในรูปแบบ
ของข้อความที่เชื่อมโยงกับวัตถุประสงค์ของ
การวิจัย ทั้งนี้ตัวผู้วิจัยนับว่าเป็นเครื่องมือสำคัญ
ในการเก็บข้อมูลภาคสนาม เนื่องจากเป็นผู้ใช้
วิจักษ์การตัดสินใจ รวมทั้งทำหน้าที่เป็น
ผู้บันทึกและวิเคราะห์ผลการศึกษาที่ได้จากผู้ให้
ข้อมูลหลัก

2. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการตรวจสอบความน่าเชื่อถือ
ของข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) แบ่งออก
เป็น 3 ด้าน ประกอบด้วย 1) ด้านตรวจสอบข้อมูล
จาก 3 แหล่งที่มา ได้แก่ ระยะเวลาในการดำเนินงาน
วิจัย สถานที่ในการเก็บข้อมูล และบุคคลหรือ
กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก 2) ด้านผู้วิจัยแต่ละคน ที่มี
ข้อมูลแตกต่างกัน โดยใช้นักวิจัยที่มากกว่า 2
คน เพื่อการยืนยันข้อมูลที่ถูกค้นพบจาก
ปรากฏการณ์ และ 3) ด้านการตรวจสอบแนวคิด

ทฤษฎี ซึ่งผู้วิจัยต้องใช้แนวคิดและทฤษฎีที่
แตกต่างกันไปจากเดิม เพื่อพิจารณาความแตกต่าง
กันของข้อมูล (ชาย โพธิสิตา, 2556)

สำหรับการสร้างข้อมูลจากวิธีวิทยา
การศึกษาปรากฏการณ์ สามารถนำข้อค้นพบมา
ตีความ โดยการค้นหาความหมายอธิบายตาม
วัตถุประสงค์ของการวิจัย จากนั้นจะเชื่อมโยง
ข้อมูล ด้วยวิธีการจับคู่ของประเด็นที่น่าสนใจ
เทียบกันทีละคู่ (นิศา ชูโต, 2551)

3. ขอบเขตการวิจัย

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยตามวัตถุประสงค์ของ
การศึกษา โดยมีการกำหนดขอบเขตของการวิจัย
ให้เกิดความครอบคลุมดังนี้

3.1 ขอบเขตด้านพื้นที่ การศึกษาครั้งนี้
ผู้วิจัยเลือกพื้นที่ในการศึกษาในสถาบันภายใต้
การกำกับของรัฐบาล ณ มหาวิทยาลัยศิลปากร
วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี เลขที่ 1 หมู่ 3 ตำบล
สามพระยา อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี เป็น
สถานที่ที่มีนักศึกษาหญิงที่นิยมทำศัลยกรรม
พลาสติก และยินดีที่จะเปิดเผยข้อมูล

3.2 ขอบเขตด้านผู้ให้ข้อมูลหลัก คัดเลือก
จากกลุ่มนักศึกษาหญิงจากมหาวิทยาลัยศิลปากร
วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี ประกอบด้วย คณะ
วิทยาการจัดการ จำนวน 19 คน คณะเทคโนโลยี
สารสนเทศและการสื่อสาร จำนวน 5 คน และ
คณะสัตวศาสตร์และเทคโนโลยีการเกษตร
จำนวน 2 คน ซึ่งทั้งหมดมีประสบการณ์ในการ
ผ่าตัดทำศัลยกรรมพลาสติก อย่างน้อยคนละ 1
รายการ ในระหว่างการใช้ชีวิตเป็นนักศึกษา และ
เป็นกลุ่มที่มีความยินดีที่จะนำเสนอประสบการณ์
ส่วนบุคคลด้วยความเต็มใจ

3.3 ขอบเขตด้านเวลา ตามกระบวนการวิจัย
เริ่มต้นในช่วงวันที่ 26 มกราคม จนถึง 16 มิถุนายน
2561

3.4 ขอบเขตด้านเนื้อหา จากการทบทวน
วรรณกรรมและการวิเคราะห์เอกสารที่มีเนื้อหา

เกี่ยวกับคัลยกรรมแบบพลาสติก ค่านิยมความงามของกลุ่มนักศึกษาและกระบวนการตัดสินใจซื้อ ตลอดจนบทความวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความต้องกรอยากสวย

ผลการวิจัย

1. การให้ความหมายของความงามด้วยคัลยกรรมพลาสติกของกลุ่มนักศึกษาหญิงมหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี ผลการศึกษาพบว่า การนิยามความงามด้วยคัลยกรรมพลาสติกที่แตกต่างกันออกไปสามารถแบ่งเป็น 2 กลุ่มความหมาย ดังนี้ กลุ่มที่ 1 นิยามความงามเกิดจากการรับรู้ด้วยประสบการณ์ของตนเองที่ผู้หญิงจะต้องมีองค์ประกอบทุกสัดส่วนบนใบหน้าที่สวยงาม คือ ดวงตาที่กลมโต พร้อมกับ ปลายหางตาเซิดเป็นประกาย จมูกเรียวยาวเป็นทรงหยดน้ำ ริมฝีปากที่เรียวบาง และคางจะต้องมีความยาวเท่ากับจมูกและหน้าผาก โดยมีต้นแบบหรือแรงบันดาลใจมาจากดารา นักแสดง นักร้องที่ชื่นชอบ เพื่อนำมาให้อ้างอิงในการพัฒนารูปร่างภายนอกให้ใกล้เคียงมากที่สุดดังบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“การที่มองเห็นใครสักคนแล้วรู้สึกว่าสวย มีองค์ประกอบทุกส่วนบนใบหน้าที่เข้ากันและกลมกลืนอย่างพอดี รวมถึงบุคลิกภาพที่ดีอีกด้วย ซึ่งมีแรงบันดาลใจมาจากดาราที่ชื่นชอบ ทำให้เกิดความพึงพอใจของแต่ละคน บุคคลอื่น ไม่สามารถกำหนดได้ แต่การประกอบอาชีพต้องมีใบหน้าที่ดีโดดเด่นสวยงามด้วย จึงทำให้ต้องการทำเพื่อสร้างความมั่นใจและช่วยเสริมบุคลิกภาพที่ดีในการประกอบอาชีพอีกด้วย”

ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 22

2. กระบวนการตัดสินใจทำคัลยกรรมแบบพลาสติกของกลุ่มนักศึกษาหญิงมหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี โดยอ้างอิงจากแนวคิดและทฤษฎีของ อุดลย์ จาตุรงค์กุล และ ดลยา จาตุรงค์กุล

(2550) ดังนี้

2.1 ขั้นตอนการรับรู้ปัญหาหรือความจำเป็นในการตัดสินใจทำคัลยกรรมแบบพลาสติกของนักศึกษาหญิงมหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี พบว่า ผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวนมาก รู้สึกไม่ชื่นชอบในใบหน้าของตนเองที่มีมากแต่กำเนิด โดยมีส่วนมาจากการขาดความมั่นใจตนเอง การทำคัลยกรรมพลาสติกจะช่วยแก้ไขข้อบกพร่อง บมด้อยในวัยเด็กที่ถูกตำหนิและล้อเลียนจากกลุ่มคนในสังคมเป็นประจำจนเกิดความอับอาย โดยอวัยวะที่ได้รับค่านิยมและทำคัลยกรรมมากที่สุด คือ จมูก เนื่องจากชาวไทยส่วนใหญ่รูปจมูกใหญ่ จมูกไม่โด่ง จึงต้องการปรับรูปจมูกให้สวยงาม ซึ่งมีส่วนช่วยให้ใบหน้าดูมีมิติมากยิ่งขึ้น ประกอบกับกระแสค่านิยมของนักศึกษาหญิง อธิบายว่าการมีจมูกใหม่ จะ เป็นการเริ่มต้นสู่การเปลี่ยนแปลงชีวิต

2.2 ขั้นตอนการค้นหาข้อมูลในการตัดสินใจทำคัลยกรรมแบบพลาสติกของนักศึกษาหญิงมหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี พบว่า วิธีการสืบค้นข้อมูลจากทางระบบอินเทอร์เน็ต ของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ กลุ่มผู้ที่สนใจหรือต้องการทำคัลยกรรมแบบพลาสติกในกลุ่มเฟซบุ๊ก (Facebook Group) และแฟนเพจเฟซบุ๊กของสถานประกอบการที่สนใจ (Facebook Fanpage) เนื่องจากเฟซบุ๊กเป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่ผู้คนนิยมใช้ อย่างแพร่หลาย มีวิธีการใช้งานที่ง่ายในการค้นหาข้อมูลต่าง ๆ ผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตสามารถพิจารณาข้อคิดเห็นและมุมมอง (Review) จากผู้ที่ผ่านการทำคัลยกรรมมาก่อนจำนวนมาก ผู้ให้ข้อมูลหลักจะทราบถึงข้อดีข้อเสียก่อนเพื่อนำกลับไปตัดสินใจ อีกทั้งในระบบอินเทอร์เน็ต ยังสามารถให้ข้อมูลที่เป็นภาพภายในสภาพจริง (VR: Viral Reality) เพื่อเป็นความสะดวกสบายในการส่งข้อมูลประกอบการตัดสินใจเลือกทำ คัลยกรรม พลาสติก

นอกจากนี้กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักยังใช้วิธีการสอบถามข้อมูลด้วยวิธีการสนทนาจากบุคคลที่เคยผ่านการทำศัลยกรรมพลาสติกจากหลายกลุ่มได้แก่ เพื่อน ญาติพี่น้อง และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องอื่น ๆ ในสถานประกอบการหรือคลินิก เนื่องจากสามารถสอบถามข้อมูลได้โดยตรงและมีความน่าเชื่อถือเหมาะสำหรับผู้ที่ต้องการข้อมูลที่เจาะลึกชัดเจน เพื่อให้ผู้รับบริการเกิดความมั่นใจในกระบวนการผ่าตัดโดยสามารถพิจารณาผลการรักษาที่ปรากฏให้เห็นบนใบหน้าของคู่สนทนาได้อย่างชัดเจน

2.3 ขั้นตอนการประเมินทางเลือกในการตัดสินใจทำศัลยกรรมแบบพลาสติกของนักศึกษาหญิงมหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี พบว่า ผู้ให้ข้อมูลหลักให้ความสำคัญกับฝีมือศัลยแพทย์เป็นอันดับแรกเนื่องจากการตัดสินใจทำศัลยกรรมแบบพลาสติกต้องอยู่ในความดูแลของศัลยแพทย์ แพทย์ผู้เชี่ยวชาญ โดยการให้ความรู้ถึงขั้นตอนการดูแลรักษาควบคู่กับคำแนะนำอย่างละเอียดที่เกี่ยวข้องกับการรับรองมาตรฐานในความปลอดภัย นอกจากนี้การประเมินทางเลือกที่รองลงมา คือ ความมีชื่อเสียงของสถานประกอบการ ซึ่งกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักยังคงเชื่อมั่นในด้านชื่อเสียงของสถานประกอบการที่ได้รับการยอมรับ และจัดลำดับในระบบอินเทอร์เน็ต และสื่อดิจิทัลทีวี ที่นำเสนอผลงานการผ่าตัดก่อนและหลังการทำ ศัลยกรรม และการประเมินทางเลือกลำดับสุดท้ายเป็นการพิจารณาจากกิจกรรมส่งเสริมการขาย (Promotion) อาทิ การส่งเสริมการขายของนักศึกษาเสริมจมูกในราคาเริ่มต้นที่ 8,900 บาท การเสริมจมูกในราคา 9,000 บาท สำหรับกลุ่มนักศึกษาหญิง การเสริมจมูกราคาพิเศษสำหรับนักศึกษาจำนวน 2 คนขึ้นไป ซึ่งเป็นกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ ที่เจาะกลุ่มตลาดเป้าหมายที่ชัดเจน โดยการนำเสนอด้านราคาที่ถูกกว่า ส่งผลให้นักศึกษาที่มีความสนใจทำศัลยกรรมได้ง่ายยิ่งขึ้น

2.4 ขั้นตอนการตัดสินใจทำศัลยกรรมแบบพลาสติกของนักศึกษาหญิงมหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี พบว่าการทบทวนอย่างรอบคอบในด้านความปลอดภัยของการทำศัลยกรรม และการประเมินข้อดีข้อเสียของการทำศัลยกรรมจากปริมาณข้อมูลต่าง ๆ ที่รวบรวมมา โดยผู้ให้ข้อมูลหลักจะต้องกำหนดผลลัพธ์หรือความคาดหวังที่จะต้องมีความคุ้มค่ากับการใช้เวลาในการดูแลรักษาหลังผ่าตัด รวมถึงความเจ็บปวดที่จะต้องแลกรมาในระหว่างผ่าตัด การประเมินค่าใช้จ่ายในการผ่าตัดแต่ละครั้ง ซึ่งผู้ให้ข้อมูลบางรายจะเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายด้วยตนเอง กรณีที่ศัลยแพทย์มีชื่อเสียงจะมีอัตราค่าบริการที่สูงขึ้นหากผู้ให้ข้อมูลหลักมีงบประมาณค่ารักษาไม่เพียงพอ จะเลือกศัลยแพทย์ที่มีชื่อเสียง รองลงมาทันที ทั้งนี้ความคาดหวังอาจมุ่งผลลัพธ์ ที่ไปซึ่งความก้าวหน้าในอนาคต โดยการได้รับคัดเลือกเข้าทำงาน และการได้รับการยอมรับหรือค่าชื่นชมจากกลุ่มของผู้พบเห็นในชีวิตประจำวัน เช่น เพื่อน รุ่นน้อง รุ่นพี่ อาจารย์ คนรัก เป็นต้น นอกจากนี้ ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจในการทำศัลยกรรมอาจเกิดจากบุคคลในครอบครัวที่สามารถสนับสนุนค่าใช้จ่ายในการผ่าตัดทั้งหมดให้ รวมถึงการไม่แสดงท่าทีต่อต้านหรือขัดข้องการตัดสินใจ

2.5 ขั้นตอนการแสดงพฤติกรรมหลังการเข้ารับบริการของนักศึกษาหญิงมหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี พบว่า ผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวนมาก ตัดสินใจจะกลับมาใช้บริการ อีกครั้ง หากสถานประกอบการมีการบริการที่ดีและเหมาะสม ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครัน และมีกระบวนการติดตามผลการรักษาอย่างใกล้ชิด ในสถานพยาบาลจะมีการนัดหมายเพื่อตรวจสอบความเรียบร้อยของบาดแผล ตลอดจนการนัดหมาย เพื่อการผ่าตัดซ้ำหากพบข้อผิดพลาด หรือผลการรักษายังไม่เป็นที่น่าพึง

พอใจ อย่างไรก็ตาม ยังมีผู้ให้ข้อมูลหลักส่วนหนึ่งให้ความเห็นว่า การเลือกสถานประกอบการในการทำศิลปะกรรมพลาสติก ต้องมีการปรับเปลี่ยนอยู่เสมอ เพื่อการสร้างเสริมประสบการณ์ที่แปลกใหม่ ให้ผลลัพธ์ที่ดีกว่าเดิม นอกจากนี้ผู้ให้ข้อมูลหลักบางรายยังมีความนิยมจะแผ่เรื่องราวและประสบการณ์ ได้แก่ 1) การบอกแบบปากต่อปาก กลุ่มเพื่อน หรือ คนสนิท 2) การนำเสนอประสบการณ์เป็นการเผยแพร่ ข้อความตัวอักษรพร้อมภาพถ่ายบนสื่อออนไลน์ให้กลุ่มคนที่สนใจที่จะเลือกทำศิลปะกรรมพลาสติกได้เห็นถึงข้อดี-ข้อเสียของสถานประกอบการ แต่ละแห่ง รวมถึงผลงานการผ่าตัดของศัลยแพทย์

อภิปรายผล

1. การให้ความหมายของความงามด้วยศิลปะกรรม พลาสติกของนักศึกษาหญิงมหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี พบว่า มุมมองของผู้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับความงามด้วยศิลปะกรรมพลาสติก หมายถึงองค์ประกอบทุกส่วนของใบหน้าที่สมดุลกัน อย่างลงตัวด้วยสัดส่วน ที่ปรากฏแสดงออกถึงการมีบุคลิกภาพที่ดี ส่วนหนึ่งได้รับอิทธิพลมาจากดารานางแบบ และนักแสดงที่มีชื่อเสียงของวงการบันเทิง ซึ่งการมีใบหน้าทั้งงดงามจะช่วยเสริมสร้างความมั่นใจในการดำเนินชีวิตประจำวันและความน่าเชื่อถือในการประกอบอาชีพในอนาคต รวมถึงการยอมรับจากบุคคลทั่วไปในสังคมที่พบเห็น สอดคล้องกับความหมายของสมาคมศัลยแพทย์ตกแต่งแห่งประเทศไทย (2557) อธิบายความหมายของการทำศิลปะกรรม หมายถึง การทำให้รูปร่างกลับเข้าสู่ในสภาวะปกติหรือการตกแต่งความสวยงามของรูปร่างหน้าตา ซึ่งบุคคลที่สนใจจะต้องเข้าสู่ขั้นตอนการผ่าตัดที่จะช่วยเนรมิตความงามจนเกิดความพึงพอใจในรูปร่างหน้าตา แม้แต่การปรับเปลี่ยนสภาพ

ร่างกาย ให้เหมือนบุคคลในอุดมคติที่ต้องการ ซึ่งความหมายดังกล่าว สามารถนำไปใช้เป็นเหตุผลประกอบการทำศิลปะกรรมเพื่อเสริมสร้างความมั่นใจในการดำเนินชีวิต และสอดคล้องกับงานวิจัยของรศพร บุบผะศิริ (2558) พบว่า ข้อดีของการศิลปะกรรมพลาสติกจะช่วยให้ผู้รับการรักษา มีรูปร่างหน้าตาที่สวยงามตามแบบที่ต้องการและก่อให้เกิดความภูมิใจ ในการดำรงอยู่ในทุกวินาทีของชีวิต การทำศิลปะกรรมพลาสติกก็ยังคงมาจากสื่อที่ให้ความสำคัญกับรูปลักษณ์ภายนอกของดาราวงการบันเทิง การทำศิลปะกรรมพลาสติกจะก่อให้เกิดความพึงพอใจในรูปลักษณ์ของตนเองและเพิ่มความเชื่อมั่นเมื่อต้องอยู่กับสภาพสังคมใหม่

2. กระบวนการตัดสินใจทำศิลปะกรรมพลาสติกของนักศึกษาหญิงมหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี มีทั้งหมด 5 ขั้นตอน ได้แก่ 1) การรับรู้ถึงปัญหาและความจำเป็นของนักศึกษาหญิง มีผลมาจากขาดความมั่นใจในตนเอง อันเกิดมาจากการกระทำของคนในสังคมสู่การพัฒนา เป็นปมปัญหาในจิตใจที่รอคอยการเยียวยาด้วยการผ่าตัด ซึ่งสอดคล้องกับ นิชชา ชัยปฏิวัติ และพันธ์ศักดิ์ ศุกระฤกษ์ (2556) ที่พบว่า ผู้ที่เคยเข้ารับบริการศิลปะกรรมแบบพลาสติก ส่วนใหญ่เพื่อต้องการเสริมสร้างความมั่นใจ และบางกลุ่มต้องการที่จะแก้ไขข้อบกพร่องบนใบหน้าเป็นปมด้อยของตนเองให้สามารถก้าวผ่านเรื่องราวเลวร้ายในอดีตจากการกระทำโดยผู้อื่น 2) การค้นหาข้อมูล การตัดสินใจเลือกทำศิลปะกรรมแบบพลาสติกจากระบบอินเทอร์เน็ต เนื่องจากมีความสะดวก รวดเร็ว สามารถเข้าถึงข้อมูลที่ครบถ้วน ตามที่ต้องการ โดยข้อมูลที่ปรากฏจะต้องมีความชัดเจนและยังมีแหล่งอ้างอิงที่เชื่อถือได้สอดคล้องกับงานวิจัยของ กิ่งกาญจน์ ผิวเผือก และ ธนวรรณ มาลัยเลิศ (2555) พบว่า นักศึกษาที่กำลังตัดสินใจทำ ศิลปะกรรมจะค้นหาข้อมูลข่าวสารผ่านทางอินเทอร์เน็ต เนื่องจาก

เข้าถึงข้อมูลได้ง่ายทุกที่ ทุกเวลา อีกทั้งยังสามารถสืบค้นข้อมูลย้อนหลังเพื่อเปรียบเทียบข้อมูลเชิงลึกในระดับบุคคลได้ 3) การประเมินทางเลือกของนักศึกษาหญิง พิจารณาจากข้อคิดเห็นหรือมุมมอง (Review) ที่แสดงถึงผลงานของทีม ศัลยแพทย์เป็นอันดับแรก ซึ่งแสดงให้เห็นด้วยประสบการณ์ที่ผ่านมาในการประกอบอาชีพ สอดคล้องกับงานวิจัยของ อนิษฐา ผลประเสริฐ (2558) พบว่า การประเมินทางเลือกของกลุ่มตัวอย่างจะพิจารณาจากฝีมือศัลยแพทย์และชื่อเสียงของศัลยแพทย์มากที่สุด เนื่องจากการทำศัลยกรรมหากศัลยแพทย์ได้รับการยอมรับ จะมีผู้รับบริการยินดีเข้าคิวรอการผ่าตัดจำนวนมาก เนื่องจากความมั่นใจว่าเมื่อทำกับศัลยแพทย์รายใดจะได้รับผลลัพธ์ด้านความงามตรงตามความต้องการ 4) การตัดสินใจเลือกทำศัลยกรรมพลาสติก โดยสิ่งที่ส่งผลมากที่สุดในการตัดสินใจทำศัลยกรรม คือ การพิจารณามาตรฐานความปลอดภัยในทุกกระบวนการผ่าตัด ผู้เข้ารับการรักษาจะต้อง ไม่มีอาการแทรกซ้อน ติดเชื้อ และมีผลข้างเคียง สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธัญชนก สุขแสง (2558) พบว่า การตัดสินใจเลือกทำศัลยกรรมความงามของกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับเรื่องของความปลอดภัยส่งผลให้ตัดสินใจเลือกทำศัลยกรรมความงามที่จะต้องเป็นไปตาม ความคาดหวัง ตลอดจนด้านการดูแลรักษา ความสะอาดของเครื่องมือ จะช่วยให้ผู้รับบริการไม่ได้รับอันตรายในระหว่างการผ่าตัดและการพักรักษาตัว 5) พฤติกรรมหลังการทำศัลยกรรมพลาสติก มักจะกลับมาใช้บริการสถานประกอบการอีกในครั้งถัดไป หากเกิดความประทับใจในผลงานของศัลยแพทย์และการบริการครั้งก่อน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ดนุชา ฐานะ อินทิตรา เจริญชัยชนะวงศ์ และระชานนท์ ทวีผล (2559) พบว่า ผู้รับบริการจำนวนมากจะตัดสินใจกลับมาใช้บริการอีกครั้ง หากสถานประกอบการสามารถสร้างความประทับใจ

รวมถึงแสดงออกถึงมาตรฐานของคุณภาพบริการและความเอาใจใส่ของพนักงานที่สามารถให้ความช่วยเหลือพร้อมด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกตลอดจนระบบรักษาความปลอดภัยแก่ผู้รับบริการให้เกิดความไว้วางใจได้

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการ

1.1 ความก้าวหน้าของเทคนิคการแพทย์ เป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการของสถานพยาบาลและคลินิกศัลยกรรมไทยจะต้องเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง เพื่อองค์ความรู้และวิทยาการที่ทันสมัยเข้ามาพัฒนาขั้นตอนการผ่าตัดรักษา รวมถึงการนำเอาอุปกรณ์ที่ทันสมัย เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้รับบริการ

1.2 ด้านการบริการ สถานประกอบการควรให้ความสำคัญกับบุคคลและการบริการข้อมูลที่เป็นจริง เนื่องจากประเด็นปัญหาดังกล่าว จะส่งผลต่อการตัดสินใจเข้ารับบริการในครั้งต่อไป โดยศัลยแพทย์ควรให้ข้อมูลที่ถูกต้องตรงไปตรงมา และจะต้องอธิบายผลลัพธ์ที่เป็นความจริงแก่ผู้รับบริการ รวมถึงสร้างมาตรฐานการบริการแก่พนักงานให้เกิดความเป็นมืออาชีพ เช่น ความสุภาพ อธิษาศัยดี การเอาใจใส่ เป็นต้น ตลอดจนควรมีการทำข้อตกลงกันให้เห็นก่อนการเข้ารับการผ่าตัด โดยอาจชี้แจงข้อมูลเป็นลายลักษณ์อักษร และบอกถึงข้อจำกัดซึ่งเป็นไปได้อย่างแท้จริง เพื่อผลลัพธ์ที่ได้หลังจากการทำศัลยกรรมจะเป็นที่พึงพอใจแก่ ผู้เข้ารับบริการและเพื่อสร้างข้อตกลงร่วมกันระหว่างสถานประกอบการกับผู้รับบริการ

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจเลือกทำศัลยกรรมแบบพลาสติก ของกลุ่มนักศึกษาหญิง มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี แต่ยังมี

ประเด็นอื่นที่น่าสนใจในกลุ่มของผู้ให้ข้อมูลหลักอื่น เช่น กลุ่มสาวประเภทสอง กลุ่มชายรักชาย กลุ่มนักศึกษาที่กำลังเข้าสู่การบันเทิง เป็นต้น เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีศักยภาพ การตัดสินใจในมูลค่าสูง รวมถึงยังมีรสนิยมและพฤติกรรมที่ชื่นชอบความสวยงาม

2.2 การวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบพฤติกรรมการทำศัลยกรรมของกลุ่มนักศึกษาหญิง โดยใช้แนวคิดทฤษฎีการตลาดต่าง ๆ เช่น ส่วนผสมทางการตลาดบริการ การกำหนดตำแหน่งทางการตลาดเฉพาะกลุ่ม เป็นต้น เพื่อสามารถนำไปเป็นแนวทางให้แก่ผู้ประกอบการสถานพยาบาลและคลินิกได้นำปรับปรุงพัฒนาให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ นอกจากนี้ยังสามารถศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกทำศัลยกรรมแบบพลาสติกของกลุ่มนักศึกษาหญิง โดยใช้ระเบียบวิธีเชิงปริมาณ เพื่อให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายได้อย่างชัดเจนยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

กรุงเทพธุรกิจ. (2560). *ช็อคคนไทยทำศัลยกรรมกันมั่วซั่ว*. สืบค้นเมื่อ 17 กุมภาพันธ์ 2561, จาก <http://www.bangkokbiznews.com/news/detail/744171>

กึ่งกาญจน์ ผิวเผือก และ ธนวรรณ มาลัยเลิศ. (2555). *พฤติกรรมการทำศัลยกรรมของนักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร*. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจ สาขาการจัดการธุรกิจทั่วไป มหาวิทยาลัยศิลปากร. เพชรบุรี.

จิราพร ฟองขาว. (2560). *พฤติกรรมทางเลือกใช้บริการเสริมความงามภายใต้การดูแลแพทย์*. *วารสารบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์*, 1(2), 128.

ชริตา ปรมะธนวัฒน์. (2559). *อิทธิพลสื่อกับค่านิยมสวยด้วยแพทย์: ความงามธรรมชาติ*

ที่บิดเบือนความจริง. *วารสารการสื่อสารและการจัดการ นิต้า*, 2(1), 154.

ชลธิศ สิริขัตตานันท์. (2561). *จริงหรือไม่? ที่การทำศัลยกรรมความงามเป็นทางเลือกที่สิ้นเปลือง*. สืบค้นเมื่อ 17 กุมภาพันธ์ 2561, จาก <http://teerapomclinic.com/category/บทความ/จริงหรือไม่-ที่การทำ-ศัลยกรรม-ความงามเป็นทางเลือกที่สิ้นเปลือง/>.

ชาย โพธิธิตา. (2556). *ศาสตร์และศิลป์แห่งการวิจัยเชิงคุณภาพ*. กรุงเทพฯ: อัมรินทร์ ปริ้นท์ติ้ง แอนด์พับลิชชิ่งจำกัด (มหาชน).

ณิชา ชัยปฎิวัติ และ พันธุ์ศักดิ์ ศุภระฤกษ์. (2556). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการศัลยกรรมบนใบหน้าของผู้หญิงวัยผู้ใหญ่ตอนต้น ในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิทยาการชะลอวัยและฟื้นฟูสุขภาพ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต. กรุงเทพฯ.

دنخا ฐานะ, อินทรา เจริญชัยชนะวงศ์ และ ระชานนท์ ทวีผล (2559) *กระบวนการตัดสินใจเลือกที่พักแรมระดับ 5 ดาว ของนักท่องเที่ยวสุขภาพสตรีวัยทำงานชาวไทย ในเขตภาคกลาง* กรณีศึกษาเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์. *วารสารการจัดการธุรกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา คณะการจัดการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยบูรพา*, 5(2), 99-113.

ดาว มยุรี. (2548). *สวยกล้าท้าคมมีดกรีดเกล็ดดาว*. กรุงเทพฯ: บ้านฟ้า.

ัญชนก สุขแสง. (2558). *ค่านิยมและอิทธิพลจากบุคคลที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจศัลยกรรมความงาม*. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. ปทุมธานี.

นิตา ชูโต. (2551). *การวิจัยเชิงคุณภาพ*. กรุงเทพฯ: พรินโป.

- ปณิศา มีจินดา. (2554). *กลยุทธ์การตลาดและการวางแผน*. กรุงเทพฯ: Diamond in Business World.
- พรรณธิดา เพชรรักรักษ์. (2556). *ความงามแห่งมายา*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาจิตรกรรม มหาวิทยาลัยศิลปากร. กรุงเทพฯ.
- ระชานนท์ ทวีผล และธีระวัฒน์ จันทิก. (2560). การให้บริการแบบมืออาชีพของโรงแรมประเภทบูติก ในเขตอำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี และเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์. *วารสารวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์*, 12(1), 5.
- รสพร บุบผะศิริ. (2558). *แนวโน้มการทำศัลยกรรมเสริมความงาม และปัจจัยที่เกี่ยวข้องของนักเรียนหญิง ระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนในเขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต คณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. กรุงเทพฯ.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2552). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ: เพชรจรัสแสงธุรกิจ.
- สมาคมศัลยแพทย์ตกแต่งแห่งประเทศไทย. (2557). *ความรู้เรื่องศัลยกรรม*. สืบค้นเมื่อ 18 เมษายน 2561, จาก <http://www.surgery.or.th/knowledge.php>.
- สมาคมศัลยแพทย์ตกแต่งแห่งประเทศไทย. (2557). *ศัลยกรรมพลาสติกในประเทศไทย*. สืบค้นเมื่อ 16 กุมภาพันธ์ 2561, จาก <http://www.surgery.or.th/surgery.php>.
- สุรศักดิ์ เมืองสมบัติ. (2557). *ศัลยกรรมกับความงาม*. สืบค้นเมื่อ 16 กุมภาพันธ์ 2561, จาก http://www.si.mahidol.ac.th/sidoctor/epl/admin/article_files/305_1.pdf.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล และตลยา จาตุรงค์กุล. (2550). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อนิษฐา ผลประเสริฐ. (2558). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเสริมความงามด้านผิวพรรณของผู้บริโภค*. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. กรุงเทพฯ.
- แอดมินไอทีจีเนียส. (2558). *นวัตกรรมไอทีสู่การศัลยกรรม*. สืบค้นเมื่อ 16 กุมภาพันธ์ 2561, จาก <https://www.itgenius.co.th/article/นวัตกรรมไอทีสู่การศัลยกรรม.html>.
- Shilling, Chris. (1993). *The Body in Social Theory*. London: sage.
- สัมภาษณ์**
ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 22. นักศึกษา มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี. 20 กุมภาพันธ์ 2561