

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการศัลยกรรมใบหน้า:
กรณีศึกษานักศึกษาหญิง มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Factors Affecting Decision Making of Female
Chiang Mai University Students to Use Facial Plastic Surgery Services

จิตพลอย จิตจักรวาลทอง
Jitploy Jitjakkawantong

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมและทัศนคติต่อการศัลยกรรมใบหน้าของนักศึกษาหญิง 2) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการศัลยกรรมบนใบหน้า และ 3) ศึกษานโยบายภาครัฐและปัญหาอุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการศัลยกรรมบนใบหน้า การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพโดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มตัวอย่างนักศึกษาหญิงมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำนวน 20 คน ซึ่งคัดเลือกแบบสุ่มเจาะจง และใช้วิธีการวิเคราะห์เอกสาร การสัมภาษณ์ และการสังเกต วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหาเชิงพรรณนา

ผลการศึกษาพบว่า การศัลยกรรมบนใบหน้าได้กลายเป็นทางเลือกที่พบได้ทั่วไปในสังคม โดยกลุ่มตัวอย่าง มีทัศนคติเชิงบวกต่อการศัลยกรรมในฐานะเครื่องมือเสริมสร้างความมั่นใจและพัฒนาตนเอง ปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ได้แก่ ความไม่พึงพอใจในรูปลักษณ์ ความต้องการเพิ่มความมั่นใจ อิทธิพลจากสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อน และค่านิยมความงาม ขณะที่ปัจจัยด้านเศรษฐกิจและการเข้าถึงบริการเป็นเงื่อนไขสนับสนุน ในด้านนโยบาย พบว่าประเทศไทยมีกรอบกฎหมายรองรับ แต่ยังมีข้อจำกัดในการบังคับใช้ โดยเฉพาะการควบคุมข้อมูลในสื่อออนไลน์และการเข้าถึงข้อมูลของผู้บริโภค นอกจากนี้ ผู้ใช้บริการยังเผชิญปัญหาหลายมิติ เช่น ความเสี่ยงด้านสุขภาพ ค่าใช้จ่าย และผลกระทบทางจิตใจ โดยสรุป การตัดสินใจเลือกใช้บริการศัลยกรรมบนใบหน้าของนักศึกษาหญิงเป็นกระบวนการที่มีความซับซ้อนและมีความเป็นเหตุเป็นผลมากขึ้น โดยเป็นผลจากการผสมผสานระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลและบริบททางสังคมร่วมสมัย

คำสำคัญ : ศัลยกรรมบนใบหน้า, การตัดสินใจ, ความงาม, นักศึกษาหญิง, สื่อสังคมออนไลน์

ABSTRACT

This article aims to 1) examine behaviors and attitudes toward facial cosmetic surgery among female students, 2) investigate factors influencing their decision to use facial cosmetic surgery services, and 3) explore public policies and challenges related to the provision of such services. This study employed a qualitative research approach using in-depth interviews with 20 female students at Chiang Mai University selected through voluntary sampling. Data were collected through document analysis, interviews, and observation, and were analyzed using descriptive content analysis.

The findings indicate that facial cosmetic surgery has become an increasingly accepted option in contemporary society. Most participants expressed positive attitudes toward cosmetic surgery, viewing it as a means of enhancing self-confidence and improving self-image. Key factors influencing decision-making included dissatisfaction with physical appearance, the desire for greater self-confidence, the influence of social media, peer groups, and prevailing beauty standards. Economic conditions and service accessibility were also identified as important facilitating factors.

In terms of policy, the study found that although Thailand has legal and regulatory frameworks governing cosmetic surgery services, practical limitations remain, particularly in regulating online information and advertisements, as well as in improving public access to reliable information. In addition, service users face multidimensional challenges, including health risks, financial burdens, and psychological consequences. In conclusion, the decision to use facial cosmetic surgery services among female students is a complex process shaped by the interaction between individual factors and contemporary social contexts.

Key words : Facial cosmetic surgery, Decision-making, Beauty standards, Female students, Social media

ที่มาและความสำคัญ

ในปัจจุบัน ศัลยกรรมมิได้จำกัดอยู่เพียงการผ่าตัดเพื่อแก้ไขความผิดปกติของอวัยวะหรือโครงสร้างร่างกายเท่านั้น หากแต่ครอบคลุมถึงการผ่าตัดและหัตถการเพื่อความงามซึ่งได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในสังคมไทย โดยเฉพาะศัลยกรรมบริเวณใบหน้า ซึ่งได้รับความสนใจอย่างกว้างขวางไม่เพียงในกลุ่มบุคคลในวงการบันเทิงหรือวัยทำงานที่มีกำลังซื้อ แต่ยังขยายตัวไปสู่กลุ่มเยาวชนและวัยรุ่นด้วย (ชุตินันท์ อุไรชื่น, 2564) ได้รับความนิยมดังกล่าวอาจอธิบายได้จากหลายปัจจัยร่วมกัน ได้แก่ อิทธิพลของกระแสสังคม บุคคลต้นแบบที่ได้รับการชื่นชม ความต้องการสร้างความประทับใจแก่บุคคลรอบข้าง การเข้าถึงบริการที่สะดวกมากขึ้น ตลอดจนค่าใช้จ่ายที่อยู่ในระดับเอื้อต่อการตัดสินใจเมื่อเปรียบเทียบกับในอดีต อีกทั้งสถานพยาบาลที่ให้บริการด้านศัลยกรรมมีกรอบกฎหมายรองรับอย่างเป็นทางการ (ถนอมขวัญ ดอนสนธิ, 2563) ปัจจัยเหล่านี้เกิดขึ้นควบคู่ไปกับความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและนวัตกรรมทางการแพทย์ ซึ่งเปิดโอกาสให้บุคคลสามารถปรับเปลี่ยนรูปลักษณ์เพื่อเสริมสร้างบุคลิกภาพและภาพลักษณ์ตามความต้องการของตนเองได้มากขึ้น เมื่อพิจารณาในเชิงสังคม จะเห็นได้ว่าทัศนคติต่อการศัลยกรรมความงามในประเทศไทยได้เปลี่ยนแปลงไปอย่างมีนัยสำคัญ จากเดิมที่การทำศัลยกรรมอาจถูกมองว่าเป็นเรื่องที่ต้องปกปิดหรือไม่เป็นที่ยอมรับในวงกว้างสู่การเป็นทางเลือกที่สามารถเปิดเผยและพูดถึงได้มากขึ้นในสังคมร่วมสมัย ผู้ที่เคยเข้ารับบริการจำนวนหนึ่งสามารถแบ่งปันประสบการณ์และผลลัพธ์ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ ส่งผลให้เกิดการรับรู้ การเลียนแบบ และการชักชวนในลักษณะต่าง ๆ อันเป็นส่วนหนึ่งของการขยายตัวของวัฒนธรรมความงามในสังคมไทย ทั้งนี้ ความก้าวหน้าของวงการศัลยกรรมไทยยังได้รับอิทธิพลจากนวัตกรรมและเทคโนโลยีทางการแพทย์จากต่างประเทศ โดยเฉพาะประเทศเกาหลีใต้ ซึ่งมีบทบาทสำคัญต่อการกำหนดมาตรฐานความงามร่วมสมัย (สมาคมศัลยแพทย์ตกแต่งแห่งประเทศไทย, 2555)

นอกจากนี้ ประเทศไทยยังได้กำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศสู่การเป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (Medical Hub) พ.ศ. 2568–2577 โดยมีเป้าหมายให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางด้านสุขภาพใน 4 มิติ ได้แก่ ศูนย์กลางบริการเพื่อส่งเสริมสุขภาพ (Wellness Hub) ศูนย์กลางการรักษาพยาบาล (Service Hub) ศูนย์กลางบริการวิชาการและงานวิจัย (Academic Hub) และศูนย์กลางยาและผลิตภัณฑ์สุขภาพ (Product Hub) เพื่อส่งเสริมศักยภาพของประเทศในฐานะจุดหมายปลายทางด้านสุขภาพระดับโลก (สำนักส่งเสริมอุตสาหกรรมกรมการแพทย์ครบวงจร กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข, 2567) ภายใต้บริบทดังกล่าว บริการด้านศัลยกรรมและเสริมความงามจึงนับเป็นหนึ่งในภาคส่วนที่มีความสำคัญทั้งในเชิงเศรษฐกิจและเชิงนโยบายสาธารณะ ข้อมูลจากศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2568) ระบุว่า มูลค่าตลาดธุรกิจศัลยกรรมและเสริมความงามของไทยในปี 2568 คาดว่าจะอยู่ที่ 75,200 ล้านบาท และยังคงมีแนวโน้มเติบโตแม้ต้องเผชิญข้อจำกัดด้านกำลังซื้อและการแข่งขันที่รุนแรง ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาตามประเภทบริการ พบว่าศัลยกรรมและบริการเสริมความงามบริเวณใบหน้ายังคงเป็นกลุ่มที่ได้รับความนิยมสูงสุด สะท้อนให้เห็นถึงบทบาทสำคัญของรูปลักษณ์ใบหน้าในฐานะองค์ประกอบหนึ่งของการสร้างตัวตน การยอมรับทางสังคม และโอกาสทางสังคมในชีวิตประจำวัน งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในต่างประเทศและในประเทศไทยชี้ให้เห็นว่า การตัดสินใจทำศัลยกรรมความงามมีความสัมพันธ์กับหลายปัจจัย เช่น ความไม่พึงพอใจในรูปลักษณ์ อคติพลจากครอบครัว เพื่อน สื่อ และเงื่อนไขด้านการจ้างงาน Park et al. (2019) พบว่า คนหนุ่มสาวชาวเกาหลีใต้จำนวนหนึ่งมีแนวโน้มสนใจศัลยกรรมความงามจากความไม่พึงพอใจต่อรูปลักษณ์ของตนเอง รวมถึงการรับรู้ว่าการศัลยกรรมอาจช่วยเพิ่มโอกาสในชีวิตด้านต่าง ๆ ขณะที่ ชูตินันท์ อุไรชื่น (2564) พบว่า การตัดสินใจทำศัลยกรรมความงามของคนไทยได้รับอิทธิพลจากการเปิดรับสื่อ การเลียนแบบเพื่อน ดารา นักร้อง และบุคคลที่ติดตามในสื่อออนไลน์ ส่วน ถนอมขวัญ ดอนสนธิ์ (2563) ชี้ให้เห็นว่า ความเชี่ยวชาญของแพทย์และการสื่อสารผ่านภาพรีวิวของสถานพยาบาลเป็นปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการ ด้าน ธัญชนก สุขแสง (2558) พบว่า ค่านิยมทางสังคมและค่านิยมทางจิตใจ เช่น ความต้องการเสริมบุคลิกภาพ การเข้าสังคมได้ง่ายขึ้น และความมั่นใจในรูปลักษณ์ ล้วนเป็นองค์ประกอบสำคัญต่อการตัดสินใจของผู้หญิงวัยทำงาน

จากบริบทและช่องว่างทางความรู้ดังกล่าว ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการศัลยกรรมใบหน้าของนักศึกษาหญิงมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ซึ่งเป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่อยู่ในช่วงวัยแห่งการสร้างอัตลักษณ์ การเข้าสังคม และการรับอิทธิพลจากสื่อดิจิทัลอย่างเข้มข้น การศึกษานี้มุ่งทำความเข้าใจพฤติกรรม ทศนคติ และปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจดังกล่าว ตลอดจนสำรวจประเด็นด้านนโยบายและข้อจำกัดที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เกิดองค์ความรู้ที่เป็นประโยชน์ต่อทั้งผู้สนใจทั่วไป ผู้ประกอบการ และหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

- 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมและทัศนคติต่อการศัลยกรรมใบหน้าของนักศึกษาหญิงมหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการศัลยกรรมใบหน้าของนักศึกษาหญิงมหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- 3) เพื่อศึกษานโยบายภาครัฐ กฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนปัญหาและอุปสรรคที่สัมพันธ์กับการให้บริการศัลยกรรมใบหน้า

วิธีการศึกษา

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมุ่งทำความเข้าใจประสบการณ์ มุมมอง และความหมายที่กลุ่มตัวอย่างให้ต่อการศัลยกรรมใบหน้าอย่างลึกซึ้ง ผ่านการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้มีประสบการณ์ตรงเป็นสำคัญ กลุ่มผู้ให้ข้อมูลคือ นักศึกษาหญิงระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ชั้นปีที่ 1-4 ซึ่งเคยผ่านการทำศัลยกรรมใบหน้า และสามารถสะท้อนข้อมูลที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการศึกษาได้อย่างเหมาะสม

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างในการศึกษา จำนวน 20 คน ได้มาจากการเลือกแบบสมัครใจ (Voluntary Sampling) ภายใต้เกณฑ์การคัดเลือกที่กำหนดไว้ ได้แก่ มีอายุ 18 ปีขึ้นไป เป็นนักศึกษาหญิงระดับปริญญาตรี และเคยทำศัลยกรรมบนใบหน้าอย่างน้อย 1 รายการ รวมถึงยินยอมเข้าร่วมการวิจัย ทั้งนี้ ผู้ให้ข้อมูลสามารถถอนตัวจากการวิจัยได้ทุกเมื่อหากไม่สะดวกในการให้ข้อมูล โดยผู้วิจัยคำนึงถึงความเหมาะสมและสิทธิของผู้เข้าร่วมเป็นสำคัญ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ซึ่งมีลักษณะกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) ผสมผสานกับคำถามปลายเปิด เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ให้ข้อมูลสามารถถ่ายทอดความคิดเห็น ประสบการณ์ และทัศนคติได้อย่างอิสระ โดยผู้วิจัยทำหน้าที่เป็นเครื่องมือสำคัญในการเก็บข้อมูล พร้อมทั้งมีการบันทึกเสียงและจดบันทึกประกอบ เพื่อให้ข้อมูลมีความครบถ้วนและถูกต้อง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลดำเนินการใน 3 รูปแบบ ได้แก่ (1) การวิเคราะห์เอกสาร ทั้งข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิ เพื่อใช้ประกอบและตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลจากการสัมภาษณ์ (2) การสัมภาษณ์เชิงลึก โดยเริ่มจากคำถามทั่วไปเพื่อสร้างความคุ้นเคยก่อนเข้าสู่ประเด็นสำคัญ และ (3) การสังเกต ทั้งแบบมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วม เพื่อช่วยให้ผู้วิจัยเข้าใจบริบท พฤติกรรม และสถานการณ์ของกลุ่มตัวอย่างได้อย่างรอบด้าน สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาถอดความและวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) โดยการจัดหมวดหมู่ เปรียบเทียบ และสังเคราะห์ข้อมูลจากผู้ให้สัมภาษณ์แต่ละราย เพื่อค้นหารูปแบบความสัมพันธ์ และประเด็นสำคัญ ก่อนนำเสนอผลในลักษณะการพรรณนาเชิงวิเคราะห์

ทั้งนี้ การดำเนินการวิจัยได้คำนึงถึงหลักจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ โดยผู้ให้ข้อมูลสามารถปกปิดตัวตนใช้นามสมมติ และข้อมูลทั้งหมดถูกเก็บรักษาอย่างเป็นความลับในระบบที่มีการป้องกันด้วยรหัสผ่าน อีกทั้งผู้วิจัยจะไม่เผยแพร่ข้อมูลส่วนบุคคล และจะดำเนินการทำลายข้อมูลภายหลังเสร็จสิ้นการวิจัย เพื่อคุ้มครองสิทธิและความปลอดภัยของผู้เข้าร่วมการวิจัยอย่างเคร่งครัด

ผลการศึกษา

ผลการศึกษาครั้งนี้เป็นการสังเคราะห์ข้อมูลจากการวิเคราะห์เอกสาร การสัมภาษณ์เชิงลึก และการสังเกต ซึ่งสะท้อนให้เห็นภาพรวมของพฤติกรรม ทัศนคติ และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการศัลยกรรมบนใบหน้าของนักศึกษาหญิงได้ในหลายมิติ ดังนี้

ประการแรก ในด้านพฤติกรรมและทัศนคติ พบว่า “การศัลยกรรมบนใบหน้า” ได้กลายเป็นทางเลือกที่พบได้ทั่วไปในสังคมปัจจุบัน โดยเฉพาะในกลุ่มวัยรุ่นและผู้ใหญ่ตอนต้น ซึ่งให้ความสำคัญกับภาพลักษณ์

ความมั่นใจ และการยอมรับทางสังคมมากขึ้น รูปแบบการเสริมความงามมีทั้งแบบผ่าตัดและไม่ผ่าตัด โดยหัตถการที่ไม่ต้องผ่าตัดได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นจากความสะดวกและความเสี่ยงต่ำ ในด้านทัศนคติ ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่มีมุมมองเชิงบวกหรือกึ่งบวก โดยมองว่าการศัลยกรรมเป็นสิทธิส่วนบุคคลและเป็นการลงทุนเพื่อพัฒนาตนเอง อย่างไรก็ตาม ยังมีความกังวลเกี่ยวกับความปลอดภัย ผลข้างเคียง และการถูกวิพากษ์วิจารณ์จากสังคมควบคู่กันไป นอกจากนี้ สื่อสังคมออนไลน์มีบทบาทสำคัญในการกำหนดมาตรฐานความงามและส่งอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจผ่านการเผยแพร่ภาพรีวิวก่อนและหลังทำศัลยกรรม ตลอดจนประสบการณ์ของผู้ใช้บริการรายอื่น ปัจจัยดังกล่าวมีส่วนทำให้ศัลยกรรมใบหน้าถูกทำให้เป็นเรื่องที่ใกล้ตัวและได้รับการยอมรับมากขึ้นในหมู่นักรุ่นใหม่

ประการที่สอง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการศัลยกรรมใบหน้า พบว่า การตัดสินใจเลือกใช้บริการศัลยกรรมใบหน้าเป็นกระบวนการที่มีความซับซ้อน และเกี่ยวข้องกับทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก โดยปัจจัยภายในที่สำคัญที่สุด คือ ความไม่พึงพอใจในรูปลักษณ์ของตนเองและความต้องการเพิ่มความมั่นใจ ซึ่งส่งผลต่อการใช้ชีวิตประจำวันและการเข้าสังคม ขณะที่ปัจจัยภายนอก เช่น ค่านิยมความงาม สื่อสังคมออนไลน์ และอิทธิพลจากเพื่อน มีบทบาทเป็นแรงสนับสนุนที่ช่วยให้การตัดสินใจเกิดขึ้นได้ง่ายขึ้น โดยเฉพาะการได้รับข้อมูลจากเพื่อนที่มีประสบการณ์จริงซึ่งช่วยลดความกังวลและเพิ่มความเชื่อมั่น นอกจากนี้ การยอมรับจากสังคมและครอบครัวมีผลในระดับหนึ่ง โดยครอบครัวอาจมีทั้งบทบาทสนับสนุนหรือยับยั้ง ขึ้นอยู่กับความเข้าใจและความเชื่อเกี่ยวกับความปลอดภัยและความจำเป็นของการศัลยกรรม ขณะเดียวกัน ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ เช่น ความพร้อมทางการเงิน และการเข้าถึงบริการ ก็เป็นเงื่อนไขสำคัญที่เอื้อให้เกิดการตัดสินใจ

ประการที่สาม ในด้านนโยบายภาครัฐและการกำกับดูแล พบว่า แม้ประเทศไทยจะมีกฎหมาย ทั้งนี้ อาจกล่าวได้ว่า แม้แรงจูงใจหลักจะมาจากปัจจัยส่วนบุคคล แต่การตัดสินใจจะเกิดขึ้นได้อย่างเป็นรูปธรรม จำเป็นต้องอาศัยเงื่อนไขเชิงโครงสร้างและทรัพยากรสนับสนุนควบคู่กันไป และมาตรการควบคุมที่ค่อนข้างชัดเจนในเชิงโครงสร้าง เช่น การออกใบอนุญาตสถานพยาบาลและการกำหนดมาตรฐานวิชาชีพ แต่ในทางปฏิบัติยังมีข้อจำกัดด้านการบังคับใช้ โดยเฉพาะการควบคุมการโฆษณาในสื่อออนไลน์และการตรวจสอบมาตรฐานอย่างทั่วถึง ส่งผลให้ผู้ให้บริการยังคงต้องพึ่งพาการตรวจสอบข้อมูลด้วยตนเองเป็นหลัก ผู้ให้ข้อมูลเสนอว่าภาครัฐควรพัฒนาระบบฐานข้อมูลที่โปร่งใส เข้าถึงง่าย และสามารถตรวจสอบได้จริง รวมถึงควรมีการให้ความรู้แก่ประชาชนเกี่ยวกับสิทธิและความปลอดภัยในการใช้บริการศัลยกรรม เพื่อเสริมสร้างความเชื่อมั่นและลดความเสี่ยงในการตัดสินใจ

ประการสุดท้าย ในด้านปัญหาและอุปสรรค พบว่า ผู้ใช้บริการต้องเผชิญกับความท้าทายในหลายมิติ ทั้งด้านความเสี่ยงทางสุขภาพและผลลัพธ์ที่ไม่แน่นอน ข้อมูลข่าวสารที่อาจเกินจริงในสื่อออนไลน์ ภาระค่าใช้จ่ายที่ค่อนข้างสูง รวมถึงแรงกดดันทางสังคมและความขัดแย้งกับค่านิยมของครอบครัว นอกจากนี้ ยังมีผลกระทบทางจิตใจ เช่น ความวิตกกังวลต่อผลลัพธ์หลังการทำ และความคาดหวังที่สูงเกินไปจากการเปรียบเทียบกับภาพต้นแบบในสื่อหรือบุคคลอื่น ตลอดจนความขัดแย้งกับค่านิยมของครอบครัวหรือแรงกดดันจากสังคมรอบข้าง ปัจจัยเหล่านี้สะท้อนให้เห็นว่าการศัลยกรรมใบหน้าไม่ได้เป็นเพียงเรื่องของความงาม หากแต่เกี่ยวข้องกับมิติด้านสุขภาพ จิตใจ สังคม และเศรษฐกิจอย่างซับซ้อน การศัลยกรรมบนใบหน้าไม่ได้เป็นเพียงเรื่องของความงาม แต่เกี่ยวข้องกับมิติด้านสุขภาพ จิตใจ สังคม และเศรษฐกิจอย่างซับซ้อน

โดยสรุป ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่า การตัดสินใจเลือกใช้บริการศัลยกรรมบนใบหน้าของนักศึกษาหญิงเป็นกระบวนการที่มี “ความเป็นเหตุเป็นผลและรอบคอบมากขึ้น” โดยมีความต้องการเสริมสร้างความมั่นใจเป็นแกนหลัก ขณะที่ปัจจัยทางสังคมและสิ่งแวดล้อมทำหน้าที่เป็นแรงสนับสนุน การตัดสินใจดังกล่าวจึงเป็นผลลัพธ์ของการผสมผสานระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลและบริบททางสังคมร่วมสมัยอย่างชัดเจน

อภิปรายผล

จากผลการศึกษาสามารถนำมาอภิปรายเชื่อมโยงกับแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องได้อย่างเป็นระบบ โดยสะท้อนให้เห็นถึงพลวัตของพฤติกรรม ทักษะ และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสัลยกรรมบนใบหน้าของนักศึกษาหญิงในบริบทสังคมร่วมสมัย

ประการแรก ในด้านพฤติกรรมและทัศนคติ ผลการศึกษาพบว่า สัลยกรรมใบหน้าได้เปลี่ยนสถานะจากสิ่งที่อาจเคยถูกมองว่าเป็นเรื่องเฉพาะกลุ่ม ไปสู่การเป็นทางเลือกที่ได้รับความนิยมมากขึ้นในหมู่นักเรียนใหม่ โดยเฉพาะในกลุ่มนักศึกษาหญิง ข้อค้นพบดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดของ Giddens (1991) ซึ่งอธิบายว่าปัจเจกบุคคลในสังคมสมัยใหม่มีบทบาทสำคัญในการสร้างและบริหารอัตลักษณ์ของตนเองผ่านการตัดสินใจเกี่ยวกับร่างกายและภาพลักษณ์ของตน นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับแนวคิดของ Featherstone (2007) ที่มองว่าร่างกายในสังคมบริโภคนิยมกลายเป็นพื้นที่แห่งการลงทุนและการพัฒนา หรือ body as a project เพื่อเพิ่มคุณค่าและคุณค่าได้เปรียบทางสังคม

ในมิติของพฤติกรรมที่พบว่าผู้ให้ข้อมูลมีการศึกษาข้อมูล เปรียบเทียบ และตรวจสอบความน่าเชื่อถือก่อนตัดสินใจ สะท้อนให้เห็นถึงพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีเหตุผลมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการบริโภคอย่างมีเหตุผล (rational consumer behavior) (Schiffman & Wisenblit, 2019) กล่าวคือ แม้แรงจูงใจเบื้องต้นอาจเริ่มต้นจากความไม่มั่นใจในรูปลักษณ์ แต่กระบวนการตัดสินใจไม่ได้เกิดขึ้นอย่างฉับพลัน หากแต่ผ่านการประเมินข้อมูลและความเสี่ยงในระดับหนึ่ง

ในด้านทัศนคติ ผลการศึกษาพบว่าผู้หญิงส่วนใหญ่มีมุมมองเชิงบวกหรือกึ่งบวกต่อการสัลยกรรม โดยมองว่าเป็นสิทธิส่วนบุคคลและเป็นการลงทุนเพื่อพัฒนาตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเรื่องสิทธิในร่างกาย (bodily autonomy) (Bordo, 2003) อย่างไรก็ตาม การคงอยู่ของทัศนคติแบบสองด้านที่ยังมีความกังวลเกี่ยวกับความเสี่ยงและการถูกวิพากษ์วิจารณ์ สะท้อนว่าการเปลี่ยนแปลงของค่านิยมยังไม่สมบูรณ์ และยังคงมีอิทธิพลของค่านิยมดั้งเดิมควบคู่กันไป

ประการที่สอง ในด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ผลการศึกษาพบว่า ความต้องการเพิ่มความมั่นใจและความพึงพอใจในตนเองเป็นแรงจูงใจหลัก ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเรื่องภาพลักษณ์ตนเอง (self-image) และความภาคภูมิใจในตนเอง (self-esteem) ของ Rosenberg (1965) โดยเฉพาะในบริบทมหาวิทยาลัยซึ่งเป็นพื้นที่ของการปฏิสัมพันธ์ทางสังคมอย่างต่อเนื่อง การให้ความสำคัญกับรูปลักษณ์จึงสัมพันธ์กับการรับรู้คุณค่าในตนเองและการยอมรับจากผู้อื่น ขณะเดียวกัน ผลการศึกษายังชี้ให้เห็นว่า ปัจจัยภายนอก เช่น ค่านิยมความงามและสื่อสังคมออนไลน์ มีบทบาทสำคัญต่อการกำหนดกรอบการรับรู้เกี่ยวกับรูปลักษณ์ที่พึงประสงค์ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีการเปรียบเทียบทางสังคม (Social Comparison Theory) ของ Festinger (1954) ที่เสนอว่าบุคคลมีแนวโน้มเปรียบเทียบตนเองกับผู้อื่นเพื่อประเมินคุณค่าในตนเอง โดยเฉพาะในสภาพแวดล้อมที่ภาพลักษณ์ถูกนำเสนออย่างต่อเนื่องผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัล

นอกจากนี้ บทบาทของสื่อสังคมออนไลน์ยังสอดคล้องกับงานศึกษาของ Tiggemann และ Zaccardo (2015) ซึ่งพบว่า การรับชมภาพรูปลักษณ์ในอุดมคติผ่านสื่อสามารถส่งผลต่อความไม่พึงพอใจในรูปลักษณ์ของตนเอง และนำไปสู่พฤติกรรมที่มุ่งปรับเปลี่ยนร่างกายหรือรูปลักษณ์ อย่างไรก็ตาม ผลการศึกษานี้ยังสะท้อนว่า ผู้ให้ข้อมูลมิได้เป็นเพียงผู้รับอิทธิพลจากสังคมอย่างไม่มีเงื่อนไข แต่ยังคงมีความสามารถในการตัดสินใจของตนเอง หรือ agency อยู่ในระดับหนึ่ง โดยพยายามอาศัยข้อมูล เหตุผล และประสบการณ์ของผู้อื่นประกอบการตัดสินใจ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Bandura (2001)

ในประเด็นของกลุ่มเพื่อน ผลการศึกษาพบว่า เพื่อนมีบทบาทในฐานะแหล่งข้อมูลและประสบการณ์มากกว่าเป็นแรงกดดันโดยตรง ข้อค้นพบนี้สอดคล้องกับแนวคิดเรื่อง peer influence ของ Brown และ Larson (2009) ที่ชี้ว่าอิทธิพลของเพื่อนอาจส่งผลได้ทั้งในเชิงบวกและเชิงลบ ในกรณีนี้ เพื่อนทำหน้าที่เป็นกลไกในการลดความกลัวและเพิ่มความเชื่อมั่น ขณะที่แรงกดดันจากการล้อเลียนหรือการเปรียบเทียบกับผู้อื่น แม้จะมีอยู่ แต่ไม่ใช่ปัจจัยหลักที่สุดในการตัดสินใจ

ประการที่สาม ในด้านนโยบายภาครัฐและการกำกับดูแล ผลการศึกษาพบช่องว่างระหว่างนโยบายหรือกฎระเบียบที่มีอยู่กับการบังคับใช้ในทางปฏิบัติ โดยเฉพาะในบริบทของสื่อออนไลน์ที่มีพลวัตสูงและควบคุมได้ยาก ข้อค้นพบดังกล่าวสามารถอธิบายได้ผ่านแนวคิดของ Lipsky (1980) เรื่อง street-level bureaucracy ซึ่งชี้ให้เห็นว่าการนำนโยบายไปปฏิบัติจริงมักเผชิญข้อจำกัดในระดับการบริหารจัดการและการกำกับดูแล ส่งผลให้มาตรการที่มีอยู่ไม่สามารถตอบสนองต่อปัญหาที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วได้อย่างเต็มที่

ประการสุดท้าย ในด้านปัญหาและอุปสรรค พบว่าการศัลยกรรมเกี่ยวข้องกับความเสี่ยงหลายมิติ ทั้งด้านสุขภาพ ข้อมูลข่าวสาร เศรษฐกิจ และจิตใจ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเรื่องสังคมแห่งความเสี่ยง (risk society) ของ Beck (1992) ที่ชี้ให้เห็นว่าความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีมาพร้อมกับความไม่แน่นอนและความเสี่ยงรูปแบบใหม่ อีกทั้งประเด็นเรื่องความคาดหวังที่สูงเกินไปและผลกระทบทางจิตใจหลังการทำศัลยกรรมยังสอดคล้องกับงานของ Sarwer et al. (2005) ซึ่งระบุว่าผลลัพธ์ทางจิตวิทยาภายหลังการทำศัลยกรรมขึ้นอยู่กับความคาดหวังและการรับรู้ของผู้รับบริการอย่างมีนัยสำคัญ

โดยสรุป การอภิปรายผลครั้งนี้สะท้อนให้เห็นว่า การศัลยกรรมใบหน้าในกลุ่มนักศึกษาหญิงมิได้เป็นเพียงพฤติกรรมด้านความงาม หากแต่เป็นปรากฏการณ์ทางสังคมที่เชื่อมโยงกับการสร้างอัตลักษณ์ การแสวงหาการยอมรับ และการจัดการความรู้สึกภายในตนเอง ภายใต้บริบทของสื่อดิจิทัลและวัฒนธรรมบริโภคนิยม ดังนั้น การพัฒนาระบบบริการที่มีคุณภาพ โปร่งใส และมีจริยธรรม ควบคู่กับการส่งเสริมการตัดสินใจอย่างมีวิจารณญาณ จึงเป็นแนวทางสำคัญในการลดความเสี่ยงและส่งเสริมคุณภาพชีวิตของผู้ใช้บริการในระยะยาว

สรุปและข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาพบว่า การตัดสินใจเลือกใช้บริการศัลยกรรมใบหน้าของนักศึกษาหญิงเป็นกระบวนการที่มีความซับซ้อนและเชื่อมโยงกับหลายมิติ ทั้งด้านจิตใจ สังคม เศรษฐกิจ และบริบทแวดล้อมร่วมสมัย โดยมีความต้องการเพิ่มความมั่นใจและความพึงพอใจในรูปลักษณะเป็นแรงจูงใจหลัก ขณะที่ปัจจัยภายนอก เช่น ค่านิยมความงาม สื่อสังคมออนไลน์ และอิทธิพลจากกลุ่มเพื่อน ทำหน้าที่เป็นแรงสนับสนุนที่เอื้อต่อการตัดสินใจดังกล่าว นอกจากนี้ แม้การศัลยกรรมจะได้รับการยอมรับมากขึ้นในสังคม แต่ผู้รับบริการยังคงให้ความสำคัญกับความปลอดภัย ความน่าเชื่อถือของสถานพยาบาล และความถูกต้องของข้อมูลก่อนการตัดสินใจ ทั้งนี้ ในเชิงปฏิบัติ สถานพยาบาลและคลินิกศัลยกรรมควรให้ความสำคัญกับกระบวนการให้คำปรึกษาที่มีคุณภาพและมีจริยธรรม โดยให้ข้อมูลอย่างครบถ้วน โปร่งใส และไม่สร้างความคาดหวังเกินจริง ควบคู่กับการประเมินความพร้อมของผู้รับบริการทั้งด้านร่างกายและจิตใจ โดยเฉพาะในกลุ่มวัยรุ่นนักศึกษา นอกจากนี้ ควรมีการเปิดเผยค่าใช้จ่ายอย่างชัดเจน และพัฒนาระบบติดตามผลหลังการทำการอย่างเป็นระบบ เพื่อเสริมสร้างความเชื่อมั่นและลดความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น สำหรับบทบาทของสถาบันการศึกษา ควรมีบทบาทในการส่งเสริมความรู้ด้านการรู้เท่าทันสื่อ และการตัดสินใจอย่างมีวิจารณญาณ เพื่อให้นักศึกษาสามารถประเมินข้อมูลเกี่ยวกับความงามและบริการศัลยกรรมได้อย่างรอบด้านและเหมาะสม

อย่างไรก็ดีหากพิจารณาในเชิงนโยบาย ภาครัฐควรพัฒนาระบบกำกับดูแลให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะการจัดทำฐานข้อมูลกลางที่ประชาชนสามารถตรวจสอบใบอนุญาต มาตรฐานสถานพยาบาล และข้อมูลผู้ประกอบการวิชาชีพได้อย่างสะดวก ควบคู่กับการกำกับการโฆษณาทางการแพทย์ในสื่อออนไลน์ให้มีความถูกต้อง ไม่เกินจริง และไม่ก่อให้เกิดความเข้าใจผิดแก่ผู้บริโภค ตลอดจนควรพัฒนาระบบรับเรื่องร้องเรียนที่โปร่งใสและเข้าถึงได้ง่าย เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ประชาชน

สำหรับข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป ควรขยายขอบเขตการศึกษาไปยังกลุ่มประชากรที่หลากหลายมากขึ้น เช่น นักศึกษาชาย กลุ่มวัยทำงาน หรือกลุ่มผู้ใช้บริการในภูมิภาคอื่น เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างด้านพฤติกรรมและทัศนคติ นอกจากนี้ ควรศึกษาบทบาทของสื่อสังคมออนไลน์และผู้มีอิทธิพลทางความคิดที่มีต่อการกำหนดมาตรฐานความงามและการตัดสินใจใช้บริการศัลยกรรม รวมถึงศึกษาผลกระทบภายหลังการทำศัลยกรรมในมิติด้านจิตวิทยา สังคม และเศรษฐศาสตร์ผู้บริโภค เพื่อพัฒนาองค์ความรู้ที่ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

โดยสรุป ศัลยกรรมใบหน้าในกลุ่มนักศึกษาหญิงมิได้เป็นเพียงพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับความงามเท่านั้น หากแต่เป็นปรากฏการณ์ทางสังคมที่สะท้อนการเปลี่ยนแปลงของค่านิยม ความคาดหวัง และวิถีชีวิตในยุคปัจจุบัน ดังนั้น การพัฒนาระบบบริการและการกำกับดูแลจึงควรมุ่งเน้นทั้งด้านคุณภาพ ความปลอดภัย ความโปร่งใส และการเสริมสร้างศักยภาพในการตัดสินใจของผู้บริโภคควบคู่กันไป เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดทั้งต่อผู้ใช้บริการและสังคมโดยรวม

เอกสารอ้างอิง

- ชุตินันท์ อรุณชัย. (2564). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจทำศัลยกรรมความงามของประชาชนในประเทศไทย*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ) สาขาวิชาการสื่อสาร, คณะนิเทศศาสตร์, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ถนอมขวัญ ดอนสนธิ. (2563). *พฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการศัลยกรรมความงามของคนวัยทำงานในประเทศไทย*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ) สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ธัญชนก สุขแสง. (2558). *ค่านิยมทางสังคมที่มีผลต่อการตัดสินใจทำศัลยกรรมความงามของผู้หญิงวัยทำงาน*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ) สาขาวิชาสังคมวิทยา, คณะสังคมศาสตร์, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2568). *แนวโน้มธุรกิจศัลยกรรมและเสริมความงามของไทย ปี 2568–2569*. กรุงเทพมหานคร: ธนาคารกสิกรไทย.
- สมาคมศัลยแพทย์ตกแต่งแห่งประเทศไทย. (2555). *ความก้าวหน้าและแนวโน้มด้านศัลยกรรมตกแต่งในประเทศไทย*. กรุงเทพมหานคร: สมาคมศัลยแพทย์ตกแต่งแห่งประเทศไทย.
- สำนักส่งเสริมอุตสาหกรรมทางการแพทย์ครบวงจร กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข. (2567). *ยุทธศาสตร์ประเทศไทยสู่ศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (Medical Hub) พ.ศ. 2568–2577*. กรุงเทพมหานคร: กระทรวงสาธารณสุข.
- Bandura, A. (2001). Social cognitive theory: An agentic perspective. *Annual Review of Psychology*, 52(1), 1–26. <https://doi.org/10.1146/annurev.psych.52.1.1>
- Beck, U. (1992). *Risk society: Towards a new modernity*. Sage Publications.
- Bordo, S. (2003). *Unbearable weight: Feminism, Western culture, and the body* (2nd ed.). University of California Press.

- Brown, B. B., & Larson, J. (2009). Peer relationships in adolescence. In R. M. Lerner & L. Steinberg (Eds.), *Handbook of adolescent psychology* (3rd ed., pp. 74–103). Wiley.
<https://doi.org/10.1002/9780470479193.adlpsy002004>
- Featherstone, M. (2007). *Consumer culture and postmodernism* (2nd ed.). Sage Publications.
- Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations*, 7(2), 117–140. <https://doi.org/10.1177/001872675400700202>
- Giddens, A. (1991). *Modernity and self-identity: Self and society in the late modern age*. Stanford University Press.
- Lipsky, M. (1980). *Street-level bureaucracy: Dilemmas of the individual in public services*. Russell Sage Foundation.
- Park, R. H., Myung, Y., Kim, J., & Lee, S. (2019). Factors influencing cosmetic surgery intentions among young adults in South Korea. *Archives of Plastic Surgery*, 46(5), 432–439.
<https://doi.org/10.5999/aps.2019.00612>
- Rosenberg, M. (1965). *Society and the adolescent self-image*. Princeton University Press.
- Sarwer, D. B., Cash, T. F., Magee, L., Williams, E. F., Thompson, J. K., Roehrig, M., ... & Anderson, D. A. (2005). Female college students and cosmetic surgery: An investigation of experiences, attitudes, and body image. *Plastic and Reconstructive Surgery*, 115(3), 931–938. <https://doi.org/10.1097/01.PRS.0000153204.37065.D3>
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2019). *Consumer behavior* (12th ed.). Pearson.
- Tiggemann, M., & Zaccardo, M. (2015). “Exercise to be fit, not skinny”: The effect of fitspiration imagery on women’s body image. *Body Image*, 15, 61–67.
<https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2015.06.003>