

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ	ปัจจัยทางการสื่อสารที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาหญิงในการทำกิจกรรมเสริมความงาม
ผู้เขียน	นางสาวขวัญพร พันธุ์โมงค์
ปริญญา	ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (การสื่อสารศึกษา)
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ	รองศาสตราจารย์ ธีรภัทร วรรณถนอม

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยทางการสื่อสารประกอบด้วย ช่องทางและเนื้อหาสาร ที่มีผลต่อการตัดสินใจทำกิจกรรมเสริมความงามของนักศึกษาหญิงในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ และ 2) เพื่อศึกษากระบวนการตัดสินใจทำกิจกรรมเสริมความงามของนักศึกษาหญิงในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่

การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกโดยทำการสัมภาษณ์เป็นรายบุคคล โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษาหญิงอายุระหว่าง 18-23 ปีที่กำลังศึกษาอยู่มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำนวน 15 คน และนักศึกษาหญิงอายุระหว่าง 18-23 ปีที่กำลังศึกษาอยู่มหาวิทยาลัยพายัพ จำนวน 15 คน แบ่งเป็นมหาวิทยาลัยของรัฐบาลในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ 1 แห่ง และมหาวิทยาลัยของเอกชนในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ 1 แห่ง รวมกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจำนวน 30 คน โดยผู้วิจัยทำการศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับกิจกรรมเสริมความงามที่ได้รับการรับรองจากสมาคมศัลยกรรมตกแต่งแห่งประเทศไทย หรือสมาคมศัลยกรรมเสริมสวยแห่งประเทศไทย หรือราชวิทยาลัยศัลยกรรมแห่งประเทศไทย จำนวน 3 แห่งจากทั้งหมด 6 แห่งในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ คือ เชียงใหม่ศัลยกรรมความงามคลินิก คลินิกหมอวิมล และราชพฤษ์คลินิก

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยทางการสื่อสารอันประกอบด้วยช่องทางนั้น นักศึกษาหญิงในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่มีการใช้สื่อบุคคลในการหาข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการทำกิจกรรมเสริมความงามมากที่สุด รองลงมาคือ สื่ออินเทอร์เน็ต ซึ่งมีนักศึกษาหญิงในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ น้อยรายเท่านั้นที่ใช้สื่อโทรทัศน์และสื่อหนังสือพิมพ์ในการหาข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการทำกิจกรรมเสริมความงาม

ข้อมูลที่นักศึกษาหญิงต้องการที่จะศึกษาหาข้อมูลมี 2 ประเด็นหลักคือ 1) ข้อมูลเกี่ยวกับคลินิกศัลยกรรมเสริมความงาม ได้แก่ ข้อมูลแพทย์ ความปลอดภัย วัสดุที่ใช้ในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม ด้านราคา และด้านสถานที่ 2) ข้อมูลเกี่ยวกับการศัลยกรรมเสริมความงาม ได้แก่ รูปภาพแสดงการเปรียบเทียบก่อนและหลังทำ กระตุ้นแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการทำศัลยกรรมเสริมความงาม ปัญหาและผลข้างเคียงที่อาจเกิดขึ้นหลังการทำศัลยกรรมเสริมความงาม การดูแลรักษาหลังการทำศัลยกรรมเสริมความงาม และผลเสียของการทำศัลยกรรมเสริมความงาม

โดยมีกระบวนการตัดสินใจทำศัลยกรรมเสริมความงามคือ 1) ขั้นตอนการรับรู้ความต้องการหรือปัญหาของกลุ่มตัวอย่าง 2) ขั้นตอนการค้นหาข้อมูล 3) ขั้นตอนการประเมินผลทางเลือก และ 4) ขั้นตอนการตัดสินใจซื้อ โดยเหตุผลที่นักศึกษาหญิงตัดสินใจทำศัลยกรรมเสริมความงามคือ 1) บังคับจากความต้องการส่วนตัว ได้แก่ อยากสวยและอยากดูดีขึ้น การเพิ่มความมั่นใจ และเสริมบุคลิกภาพ 2) บังคับจากบุคคลอื่น ได้แก่ การที่ได้เห็นคนรู้จักทำศัลยกรรมเสริมความงามแล้วออกมาสวย และคนรัก 3) บังคับด้านหน้าที่ ได้แก่ ช่วงใกล้จบการศึกษา ด้านการสมัครงาน และเพื่อการประกวดและแสดงละคร เหตุผลเหล่านี้เป็นส่วนสนับสนุนในแง่ของกระบวนการตัดสินใจของนักศึกษาหญิง ซึ่งนักศึกษาหญิงมีการตัดสินใจทำศัลยกรรมจมูก คือ การเสริมจมูก และการตัดปีกจมูกมากที่สุด และนักศึกษาหญิงส่วนน้อยเลือกที่จะตัดสินใจทำศัลยกรรมตา คือ การทำตาสองชั้น

Independent Study Title	Communication Factors Affecting Female Students' Decision Towards Having Cosmetic Surgery
Author	Ms. Kwanporn Panumong
Degree	Master of Arts (Communication Studies)
Independent Study Advisor	Assoc.Prof. Terapatt Vannaruemol

ABSTRACT

The purposes of this research were to 1) to study on communicational factors comprising of channels and message contents which affects on the decision to do cosmetic surgery of female students in Chiang Mai Municipality area and to 2) to study about decisional process to do cosmetic surgery of female students in Chiang Mai Municipality area.

This study was the qualitative research done by using the in-depth interview approach with individual interviewing. Sample group included 15 female students aged between 18 – 23 years who were studying in Chiang Mai University and 15 female students aged between 18 – 23 years who were studying in Payap University. There were 30 students altogether in the sample group which were divided into one government university in Chiang Mai Municipality area and one private university in Chiang Mai Municipality area. The researcher studied three out of six cosmetic surgery clinics in Chiang Mai Municipality area which had been certified by the Society of Plastic and Reconstructive Surgeons of Thailand or the Society of Aesthetic Plastic Surgeons of Thailand or the Royal College of Surgeons of Thailand, namely Chiang Mai Cosmetic Surgery Clinic , Doctor Wimon Clinic and Ratchapruerk Clinic.

The research results were found that, concerning the communicational factors which included communication channel, female students in Chiang Mai municipality area were found to use person media for seeking information about doing cosmetic surgery the most, with less than that was the use of the Internet media. A few female students in Chiang Mai municipality area

were found to have used TV. and newspaper media for seeking information on doing cosmetic surgery.

Concerning the information for which the female students would like to seek included two main points, namely 1) information on cosmetic surgery clinic i.e. physician's information , safety, materials used in surgery, prices and venues 2) information on doing cosmetic surgery i.e. photos illustrating before and after doing the surgery, the webboard's thread expressing opinions on doing cosmetic surgery, problems and side effects which might occur after doing the cosmetic surgery , maintenance and care after doing the cosmetic surgery and detriments of doing the cosmetic surgery.

In addition, the female students' process of decision to do the cosmetic surgery could be classified into the following steps 1) the step of need or problem recognition of the sample group 2) the step of information search 3) the step of evaluation alternative and 4) the step of purchase decision. The reasons for which the female students decided to do the cosmetic surgery could be divided into three main factors, namely 1) factor of personal need i.e. the need to be beautiful and look better, the enhancement of self-confidence and personality 2) factor of other person i.e. seeing the known person looking better after doing the cosmetic surgery and the lover's need, and 3) factor of future career i.e. the need to apply for a job before the graduation nearly came and for the beauty contest or the performance on stage. Such reasons were supporting factors in terms of the decision process of female students. Finally, it was found that female students decided to do the nose surgery i.e. the augmentation rhinoplasty and the alaplasy the most, with a few female students who decided to do the eye surgery i.e. double eyelid surgery.