

อิทธิพลของความนิยมความสมบูรณ์แบบต่อเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม
โดยมีการนำเสนอตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบและ
การซึมซับจากวัฒนธรรมสังคมเป็นตัวแปรส่งผ่าน



นางสาวกมลกานต์ จินข้าง

ศูนย์วิทยทรัพยากร จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต


สาขาวิชาจิตวิทยาสังคม

คณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2553

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

EFFECTS OF PERFECTIONISM ON ATTITUDES TOWARDS COSMETIC SURGERY:
THE MEDIATING ROLES OF PERFECTIONISTIC SELF-PRESENTATION AND
SOCIOCULTURAL INTERNALIZATION



Miss Kamonkan Jinchang

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Arts Program in Social Psychology

Faculty of Psychology

Chulalongkorn University

Academic Year 2010

Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อวิทยานิพนธ์

อิทธิพลของความนิยมความสมบูรณ์แบบต่อเจตคติในการ
ทำคัลยกรรมเสริมความงาม โดยมีการนำเสนอตนเองด้วย
ความสมบูรณ์แบบและการซึมซับจากวัฒนธรรมสังคมเป็น
ตัวแปรส่งผ่าน

โดย

นางสาวกมลกานต์ จีนช้าง

สาขาวิชา

จิตวิทยาสังคม


อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

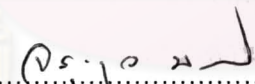
อาจารย์จรุงกุล นูรพวงค์


คณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้รับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการ
การศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจ

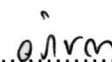

..... คณบดีคณะจิตวิทยา
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. คันนางค์ มณีศรี)

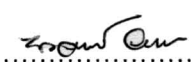
คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์


..... ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.ธีระพร อุวรรณโณ)


..... อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก
(อาจารย์จรุงกุล นูรพวงค์)


..... กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. คันนางค์ มณีศรี)


..... กรรมการ
(อาจารย์ ดร.อภิขญา ไชยวุฒิกวรรณ์วานิช)


..... กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย
(ศาสตราจารย์กิตติคุณ ดร.นงลักษณ์ วิรัชชัย)

กมลกานต์ จินข้าง: อิทธิพลของความนิยมความสมบูรณ์แบบต่อเจตคติในการ
 ทำศัลยกรรมเสริมความงาม โดยมีการนำเสนอตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบและการ
 ซึมซับจากวัฒนธรรมสังคมเป็นตัวแปรส่งผ่าน (EFFECTS OF PERFECTIONISM
 ON ATTITUDES TOWARDS COSMETIC SURGERY: THE MEDIATING ROLES
 OF PERFECTIONISTIC SELF-PRESENTATION AND SOCIOCULTURAL
 INTERNALIZATION) อ. ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก: อาจารย์จรุงกุล บุรพวงค์,
 131 หน้า

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลส่งผ่านของการนำเสนอตนเองด้วย
 ความสมบูรณ์แบบและการซึมซับจากวัฒนธรรมสังคมต่อความสัมพันธ์ระหว่างความนิยม
 ความสมบูรณ์แบบกับเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงามของนิสิต และนักศึกษาระดับ
 ตรี ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 635 คน ผู้ร่วมการวิจัยทำมาตรการวัดความ
 นิยมความสมบูรณ์แบบ มาตรการวัดการนำเสนอตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบ มาตรการวัดการ
 ซึมซับค่านิยมความงามจากวัฒนธรรมสังคม และมาตรการวัดเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริม
 ความงาม โดยสลับลำดับการทำมาตรด้วยวิธีการสุ่ม

ผลการวิเคราะห์สมการเชิงโครงสร้าง พบว่า ความนิยมความสมบูรณ์แบบสามารถ
 ทำนายเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงามได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นอกจากนี้
 ความนิยมความสมบูรณ์แบบยังสามารถทำนายเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงามได้
 อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .001 โดยมีการนำเสนอตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบ และการ
 ซึมซับค่านิยมความงามจากวัฒนธรรมสังคมเป็นตัวแปรส่งผ่าน

สาขาวิชา.....จิตวิทยาสังคม..... ลายมือชื่อนิสิต.....กมลกานต์ จินข้าง.....
 ปีการศึกษา.....2553..... ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก.....จรุงกุล บุรพวงค์.....

5178142938 : MAJOR SOCIAL PSYCHOLOGY

KEYWORDS: PERFECTIONISM / PERFECTIONISTIC SELF-PRESENTATION /
SOCIOCULTURAL INTERNALIZATION / COSMETIC SERGERY / PLASTIC
SURGERY

KAMONKAN JINCHANG: EFFECTS OF PERFECTIONISM ON ATTITUDES
TOWARDS COSMETIC SURGERY: THE MEDIATING ROLES OF
PERFECTIONISTIC SELF-PRESENTATION AND SOCIOCULTURAL
INTERNALIZATION. THESIS ADVISOR: JARUNGKUL BURAPAVONG, 131 pp.

The purpose of this research was to examine the mediating effect of perfectionistic self-presentation and sociocultural internalization on the association between perfectionism and attitudes towards cosmetic surgery. Six hundred and thirty-five female undergraduate students in Bangkok completed the measures of perfectionism, perfectionistic self-presentation, sociocultural internalization, and attitudes towards cosmetic surgery in random orders.

Structural Equation Model (SEM) reveals that perfectionism can predict attitudes towards cosmetic surgery. Moreover, perfectionistic self-presentation and sociocultural internalization both have mediating effects on the association between perfectionism and attitudes towards cosmetic surgery ($p < .001$).

Field of Study : Social Psychology.....

Student's Signature Kamonkan Jirchang

Academic Year : 2010.....

Advisor's Signature Paul Ng

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เล่มนี้สำเร็จสมบูรณ์ได้ด้วยความสามารถของอาจารย์จรุงกุล บุรพวงค์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ผู้ซึ่งถ่ายทอดความรู้ทางวิชาการ รวมทั้งให้คำแนะนำ คำปรึกษา และช่วยตรวจสอบแก้ไขวิทยานิพนธ์เล่มนี้เป็นอย่างดีมาโดยตลอด ทั้งยังให้ความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูลจากนิสิตในวิชา 3803301 จิตวิทยาสังคมชั้นนำ เพื่อทำการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงขอกราบขอพระคุณอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

กราบขอพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร. ธีระพร อุวรรณโณ ศาสตราจารย์กิตติคุณ ดร.นงลักษณ์ วิรัชชัย อาจารย์ ดร. อภิษฎา ไชยวุฒิภรณ์วานิช และรองศาสตราจารย์ ดร. วรณีย์ แกมเกตุ ที่ช่วยประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ และให้คำแนะนำอันเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อผู้วิจัย

กราบขอพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ศักนงศ์ มณีศรี ที่กรุณาถ่ายทอดความรู้ และให้คำแนะนำอันเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อวิทยานิพนธ์เล่มนี้ และยังให้ความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูลจากนิสิตวิชา 3800101 จิตวิทยาทั่วไป ด้วย

ขอขอบคุณเพื่อน ๆ จิตวิทยาสังคมทุกคนที่คอยให้ความช่วยเหลือ และให้กำลังใจซึ่งกันและกันมาโดยตลอด โดยเฉพาะอย่างยิ่ง คุณสุชาดา ชูสาเหาะ ที่สละเวลาอันมีค่ามาช่วยเก็บข้อมูลทุกครั้งและผู้วิจัยขอความช่วยเหลือ และคุณกณิกนันต์ ศรีวัลลภ ที่คอยช่วยเหลือและให้คำแนะนำเกี่ยวกับกรวิเคราะห์ผลด้วยโปรแกรมลิสเรลเป็นอย่างดี

ขอกราบขอพระคุณบิดาและมารดา ที่สนับสนุนผู้วิจัยในทุกด้านมาโดยตลอด ตั้งแต่เด็กจนโต ทั้งยังให้ความรัก ความห่วงใย กำลังใจ และกำลังทรัพย์ในการศึกษาตลอดมา

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ญ
สารบัญภาพ.....	ฎ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	7
ศีลยกรรมเสริมความงาม.....	7
เจตคติต่อการทำศีลยกรรมเสริมความงาม.....	10
ความนิยมความสมบูรณ์แบบ.....	12
การนำเสนอตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบ.....	19
ความนิยมความสมบูรณ์แบบ การนำเสนอตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบ กับศีลยกรรมเสริมความงาม.....	22
การซึมซับจากวัฒนธรรมสังคม.....	23
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	26
วัตถุประสงค์ในการวิจัย.....	27
ขอบเขตของการวิจัย.....	27
ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย.....	28
การพัฒนาระบบสมมติฐาน.....	29
สมมติฐานการวิจัยของโมเดลหลัก.....	32
สมมติฐานการวิจัยของโมเดลทางเลือก.....	33
โมเดลการวิจัยหลัก.....	34
โมเดลการวิจัยทางเลือก.....	35
คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย.....	36
ประโยชน์ที่ได้รับ.....	38

	หน้า
บทที่ 2 วิธีการดำเนินการวิจัย.....	39
กลุ่มตัวอย่าง.....	39
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	39
ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ.....	39
วิธีการเก็บข้อมูล.....	56
วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล.....	57
บทที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	58
การทดสอบสถิติเบื้องต้น.....	58
การทดสอบสมมติฐานของโมเดลหลัก.....	66
การทดสอบสมมติฐานของโมเดลทางเลือก.....	70
สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน.....	75
ผลการวิเคราะห์เพิ่มเติม.....	76
บทที่ 4 อภิปรายผลการวิจัย.....	85
อิทธิพลทางตรงของความนิยมความสมบูรณ์แบบ และความนิยมความสมบูรณ์ แบบตามความคาดหวังของสังคม.....	85
อิทธิพลส่งผ่านของการนำเสนอตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบ การส่งเสริมตนเอง ด้วยความสมบูรณ์แบบ และการไม่แสดงความไม่สมบูรณ์แบบของตนเอง.....	87
อิทธิพลส่งผ่านของการซึมซับค่านิยมจากวัฒนธรรมสังคม.....	89
ความไม่แปรเปลี่ยนของโมเดล.....	91
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ.....	92
ข้อเสนอแนะ.....	96
รายการอ้างอิง.....	98

	หน้า
ภาคผนวก.....	105
ภาคผนวก ก.....	106
ภาคผนวก ข.....	109
ภาคผนวก ค.....	116
ภาคผนวก ง.....	121
ภาคผนวก จ.....	127
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์.....	131



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1	18
2	40
3	42
4	44
5	45
6	47
7	49
8	51
9	53
10	54
11	55
12	59
13	64
14	65

ตารางที่		หน้า
15	ค่าสถิติการวิเคราะห์อิทธิพลทางตรงและทางอ้อมของโมเดลหลัก.....	69
16	ค่าสถิติการวิเคราะห์อิทธิพลทางตรงและทางอ้อมของโมเดลทางเลือก.....	74
17	คะแนนต่ำสุด คะแนนสูงสุด ค่ามัชฌิมเลขคณิต และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปรสังเกต แบ่งตามสังกัดของมหาวิทยาลัย.....	79
18	ค่าสหสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตของกลุ่มตัวอย่างจากมหาวิทยาลัยในสังกัด รัฐบาล.....	80
19	ค่าสหสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตของกลุ่มตัวอย่างจากมหาวิทยาลัยในสังกัด เอกชน.....	81
20	ดัชนีวัดความกลมกลืนของโมเดลอิทธิพลความนิยมความสมบูรณ์แบบต่อเจตคติ ในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม.....	84

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1 โมเดลอิทธิพลกำกับของการเห็นคุณค่าแห่งตน และอิทธิพลส่งผ่านของการซึมซับ ค่านิยมรูปร่างผอมบางตามอุดมคติระหว่างความนิยมความสมบูรณ์แบบ ความไม่ พึงพอใจในรูปร่าง และอาการของโรคบูลิเมีย.....	25
2 อิทธิพลส่งผ่านของการนำเสนอตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบ	30
3 อิทธิพลส่งผ่านของการส่งเสริมตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบและการไม่แสดง ความไม่สมบูรณ์แบบของตนเอง.....	31
4 อิทธิพลส่งผ่านของการซึมซับจากวัฒนธรรมสังคมระหว่างความนิยมความสมบูรณ์ แบบกับเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม	32
5 อิทธิพลส่งผ่านของการซึมซับจากวัฒนธรรมสังคมระหว่างความนิยมความสมบูรณ์ แบบตามความคาดหวังของสังคมกับเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม	32
6 โมเดลการวิจัยอิทธิพลความนิยมความสมบูรณ์แบบต่อเจตคติในการทำศัลยกรรม เสริมความงาม.....	34
7 โมเดลการวิจัยอิทธิพลความนิยมความสมบูรณ์แบบตามความคาดหวังของสังคม ต่อเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม	35
8 วิธีการเก็บข้อมูล.....	56
9 โมเดลอิทธิพลความนิยมความสมบูรณ์แบบต่อเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริม ความงามโดยมีการนำเสนอตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบ และการซึมซับจาก วัฒนธรรมสังคมเป็นตัวแปรส่งผ่าน.....	67
10 โมเดลอิทธิพลความนิยมความสมบูรณ์แบบตามความคาดหวังของสังคมต่อเจตคติ ในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม โดยมีการส่งเสริมตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบ การไม่แสดงความไม่สมบูรณ์แบบของตนเอง และการซึมซับจากวัฒนธรรมสังคม เป็นตัวแปรส่งผ่าน.....	73

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การทำศัลยกรรมเสริมความงามกำลังเป็นที่นิยมอย่างมากไปทั่วโลก ทั้งในกลุ่มชาวตะวันตกและชาวตะวันออก ไม่เว้นแม้แต่ในกลุ่มชาวตะวันออกกลาง ในช่วงปี ค.ศ. 1997 ถึง ค.ศ. 2008 จำนวนผู้เข้ารับการทำศัลยกรรมเสริมความงามในอเมริกาเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 162 (American Society for Aesthetic Plastic Surgery, 2008) แนวโน้มการทำศัลยกรรมเสริมความงามที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างก้าวกระโดดนี้ยังปรากฏให้เห็นในประเทศอื่น ๆ ด้วยเช่นกัน ตั้งแต่ปี ค.ศ. 2003 ถึง ค.ศ. 2008 ชาวอังกฤษทำศัลยกรรมเสริมความงามเพิ่มขึ้นมากกว่า 3 เท่า (The British Association of Aesthetic Plastic Surgeons, 2009) ส่วนในออสเตรเลียพบว่าประมาณร้อยละ 7 ของผู้หญิงออสเตรเลียช่วงอายุ 45 ถึง 50 ปีเคยผ่านการทำศัลยกรรมเสริมความงามมาแล้ว (Schofield, Hussain, Loxton, & Miller, 2002) ในขณะที่ชาวเกาหลี 1 ใน 10 คนต่างก็เคยผ่านการทำศัลยกรรมเสริมความงามมาแล้วทั้งสิ้น (Cullen, 2002)

ทุกวันนี้กระแสศัลยกรรมเสริมความงามในประเทศไทยก็เป็นที่นิยมและเพิ่มสูงขึ้นเรื่อย ๆ ไม่ต่างจากในประเทศอื่น ๆ แม้ว่าจะไม่มีการรวบรวมสถิติในประเทศไทยอย่างเป็นทางการ แต่ข่าวคราวเกี่ยวกับศัลยกรรมเสริมความงามตามสื่อต่าง ๆ ตั้งแต่ผู้ที่เข้ารับการทำศัลยกรรมเสริมความงามแล้วเกิดความผิดพลาดหรือเกิดความเสียหายจึงฟ้องร้องแพทย์ผู้ทำการรักษา (“จับตากับศัลยกรรม,” 2550; “ภัยร้ายซิลิโคน,” 2551; “ปัญหาผิดพลาด,” 2551) ข่าวการบุกจับคลินิกศัลยกรรมเถื่อน ข่าวของนักแสดงหรือนักร้องที่ทยอยออกมายอมรับว่าเคยผ่านการทำศัลยกรรมมาแล้ว ข่าวการจัดทัวร์ไปทำศัลยกรรมที่ประเทศเกาหลี ข่าวการท่องเที่ยวพยายามสนับสนุนให้ประเทศไทยเป็นแหล่งศัลยกรรมเสริมความงามสำหรับนักท่องเที่ยว (“เหนือกว่ากิมจิ,” 2552) หรือข่าวการเจริญเติบโตของธุรกิจศัลยกรรมเสริมความงามที่เติบโตขึ้นเรื่อย ๆ ขยายกลุ่มลูกค้าจากผู้ใหญ่วัยกลางคนและผู้มีฐานะดี ไปยังกลุ่มลูกค้าวัยรุ่นและลูกค้าที่มีฐานะปานกลาง (“อยากสวย,” 2551; “เผยวัยรุ่น,” 2550) ข่าวต่าง ๆ เหล่านี้ล้วนเป็นหลักฐานอย่างดีที่แสดงให้เห็น

ว่าศัลยกรรมเสริมความงามในประเทศไทยกำลังเป็นกระแสที่อยู่ในความนิยมและมีอัตราเพิ่มสูงขึ้นจากในอดีตอย่างชัดเจน

ด้วยเหตุผลข้างต้นที่กล่าวมานี้ ศัลยกรรมเสริมความงามจึงเป็นปรากฏการณ์ที่ได้รับความสนใจอย่างสูงทั้งในวงการแพทย์ จิตวิทยา สังคมวิทยา และในหมู่ประชาชนทั่วไปว่าเพราะเหตุใด ศัลยกรรมเสริมความงามจึงเป็นวิธีปรับปรุงรูปลักษณ์ที่กลายมาเป็นกระแสนิยมที่มีอัตราสูงขึ้นอย่างน่าตกใจในช่วง 2-3 ทศวรรษที่ผ่านมา

ในงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยสนใจศึกษาสาเหตุการเลือกใช้ศัลยกรรมเสริมความงามเป็นวิธีการปรับปรุงรูปลักษณ์ของผู้หญิงไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งไม่เพียงแต่ผู้หญิงวัยกลางคน หรือผู้มีฐานะดีเท่านั้นที่ทำศัลยกรรมเสริมความงาม แต่เป็นที่น่าสังเกตว่ากลุ่มผู้หญิงที่หันมาทำศัลยกรรมนี้ครอบคลุมไปถึงผู้หญิงวัยรุ่น นิสิต นักศึกษาด้วย ดังนั้นผู้วิจัยจึงเลือกศึกษาเหตุผลในการทำศัลยกรรมเสริมความงามกับกลุ่มนิสิต นักศึกษาหญิงระดับปริญญาตรีที่กำลังศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัย

จากการวิเคราะห์ห่อภิมานของ Sarwer, Wadden, Pertschuk, และ Whitaker (1998) ได้แบ่งประเภทของวิธีการศึกษาเกี่ยวกับศัลยกรรมเสริมความงามด้านจิตวิทยาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันเป็น 2 วิธี คือ การศึกษาด้วยการสัมภาษณ์ทางคลินิก (interview-based investigations) และการศึกษาโดยการประเมินผ่านแบบวัดทางจิตวิทยา (psychometric assessments) ซึ่งให้ผลการค้นพบที่แตกต่างกัน

วิธีการศึกษาโดยการสัมภาษณ์ผู้ที่เข้ารับการทำศัลยกรรมเสริมความงามเป็นวิธีที่นิยมในหมู่นักจิตวิทยาคลินิกและจิตแพทย์ ผลการศึกษาด้วยวิธีนี้มักจะพบความผิดปกติทางจิต (psychopathology) ในผู้ที่ทำศัลยกรรมเสริมความงาม เช่น อาการหมกมุ่นกับความคิดว่าบางส่วนของร่างกายตนเองดูน่าเกลียด (body dysmorphic disorder) โรควิตกกังวล โรคซึมเศร้า ในขณะที่การศึกษาด้วยวิธีการวัดทางจิตวิทยากลับไม่พบว่าผู้ที่ทำศัลยกรรมเสริมความงามมีลักษณะที่บ่งถึงความผิดปกติทางจิต

การวิเคราะห์ห่อภิมานเกี่ยวกับการศึกษาการทำศัลยกรรมเสริมความงามทางจิตวิทยาของ Sarwer และคณะ (1998) สรุปได้ว่า วิธีการศึกษาโดยใช้แบบวัดทางจิตวิทยาน่าจะน่าเชื่อถือ

และมีความถูกต้องมากกว่าการศึกษาด้วยวิธีการสัมภาษณ์ทางคลินิก เนื่องจากยังไม่มีการวิจัยใดที่พบความสัมพันธ์อย่างชัดเจนระหว่างการทำศัลยกรรมเสริมความงามกับโรคหรือความผิดปกติ อย่างไรก็ตามโดยเฉพะ ยิ่งกว่านั้นการศึกษาด้วยวิธีการสัมภาษณ์ทางคลินิกนั้นนิยมใช้ศึกษากันในช่วงปี ค.ศ. 1960 – ค.ศ. 1970 ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่การทำศัลยกรรมเสริมความงามยังมีจำนวนไม่มากและไม่เป็นที่นิยมอย่างแพร่หลาย อาจเป็นเหตุผลหนึ่งที่ทำให้ได้ผลการศึกษาว่ามีความผิดปกติทางจิตในผู้ป่วยที่เข้ารับการทำศัลยกรรมเสริมความงาม ต่างจากในปัจจุบันที่ผู้รับการทำศัลยกรรมเสริมความงามเป็นบุคคลจากหลายกลุ่มอายุ และหลากหลายสถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ ซึ่งคนกลุ่มนี้มีจำนวนเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ในช่วง 20 ปีที่ผ่านมา และคนเหล่านี้ส่วนใหญ่ก็เป็นผู้ที่ไม่มีความผิดปกติทางจิตแต่อย่างใด

นักวิจัยที่สนใจศึกษาปัจจัยทำนายการทำศัลยกรรมเสริมความงามได้ศึกษาปัจจัยจำนวนมากที่ทำนายการทำศัลยกรรมเสริมความงามของบุคคล เมื่อพิจารณาแล้วสามารถแบ่งประเภทปัจจัยที่ทำนายการทำศัลยกรรมเสริมความงามได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ ปัจจัยภายในตัวบุคคล (intrapersonal factors) และปัจจัยระหว่างบุคคลหรือปัจจัยทางสังคม (interpersonal or social factors)

ปัจจัยภายในตัวบุคคลที่ส่งผลต่อการทำศัลยกรรมเสริมความงาม ได้แก่ ความไม่พอใจในรูปลักษณ์ (body dissatisfaction) ผลการวิจัยจำนวนมากล้วนยืนยันว่าผู้ที่รู้สึกไม่พอใจกับรูปร่างหน้าตาของตนเองย่อมต้องการเปลี่ยนแปลงรูปลักษณ์โดยใช้ศัลยกรรมเสริมความงาม เป็นเครื่องมือในการบรรลุเป้าหมายตามที่ต้องการ (Didie & Sarwer, 2003; Henderson-King & Henderson-King, 2005; Sarwer & Crerand; 2004; Sarwer et al., 1998)

Delinsky (2005) และ Sarwer และคณะ (2005) พบว่าผู้ที่ให้ความสำคัญแก่รูปร่างหน้าตาจะสนใจและยอมรับการทำศัลยกรรมเสริมความงามมากกว่าผู้ที่ไม่เห็นความสำคัญของรูปลักษณ์อย่างมีนัยสำคัญ

Devis และ Vernon (2002) ศึกษาแบบความผูกพันของวัยผู้ใหญ่ (adult attachment style) กับการทำศัลยกรรมเสริมความงาม พบว่า แบบความผูกพันแบบวิตกกังวล (attachment anxiety) สัมพันธ์ทางบวกกับการทำศัลยกรรมเสริมความงาม เนื่องจากบุคคลที่มีรูปแบบความ

ผู้พันลักษณะนี้ต้องการการยอมรับอย่างมาก มักวิตกกังวลเกี่ยวกับการเป็นที่รักของบุคคลที่มีความหมายกับตน (เช่น คู่รัก คู่สมรส) และพยายามรักษาสัมพันธภาพไว้ตลอดเวลา

Park, Calogero, Harwin, และ DiRaddo (2009) ศึกษาลักษณะนิสัยอ่อนไหวต่อการถูกปฏิเสธด้วยเหตุผลเรื่องรูปลักษณ์ (appearance-based rejection sensitivity) พบว่าผู้ที่มีลักษณะอ่อนไหวต่อการถูกปฏิเสธด้วยเหตุผลเรื่องรูปลักษณ์สูงจะรู้สึกถูกปฏิเสธมากกว่าและแสดงความสนใจการทำศัลยกรรมเสริมความงามมากกว่า หลังจากให้เขียนเรียงความเพื่อระลึกถึงประสบการณ์ที่เคยถูกวิพากษ์วิจารณ์ เมื่อเปรียบเทียบกับผู้ที่มีลักษณะอ่อนไหวต่อการถูกปฏิเสธด้วยเหตุผลเรื่องรูปลักษณ์ต่ำ

Henderson-King และ Brooks (2009) ศึกษาลักษณะวัตถุนิยม (materialism) และการรับสารเรื่องรูปลักษณ์จากวัฒนธรรมสังคม (sociocultural appearance messages) กับการยอมรับเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงามของนักศึกษาหญิง พบว่า ผู้หญิงที่มีลักษณะวัตถุนิยมและการรับสารเรื่องรูปลักษณ์สูงจะยอมรับการทำศัลยกรรมเสริมความงามมากกว่าผู้หญิงที่มีลักษณะวัตถุนิยมและการรับสารเรื่องรูปลักษณ์ต่ำ

การศึกษานบุคลิกภาพแบบห้าองค์ประกอบ (Big Five Personality) กับการทำศัลยกรรมเสริมความงาม พบว่า ความมั่นคงทางอารมณ์ (emotional stability) สัมพันธ์ทางบวกกับการทำศัลยกรรมเสริมความงาม เนื่องจากผู้ที่มีความมั่นคงทางอารมณ์ต่ำหรือมีความวิตกกังวลสูงน่าจะกังวลเกี่ยวกับผลกระทบทางลบของการทำศัลยกรรมเสริมความงามมากกว่า ในขณะที่การเปิดรับประสบการณ์ (openness to experience) กลับสัมพันธ์ทางลบกับการทำศัลยกรรมเสริมความงาม ซึ่งอาจเป็นเพราะผู้ที่ไม่เปิดรับประสบการณ์ใหม่ มักเป็นผู้ที่ประเมินรูปร่างของตนในทางลบ ประกอบกับผู้ที่ไม่เปิดรับประสบการณ์เองก็มักไม่ยอมรับความงามที่ไม่เป็นไปตามความนิยมของสังคมด้วย นอกจากนี้ยังพบว่าการคล้อยตาม (conformity) มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการทำศัลยกรรมเสริมความงาม โดยเฉพาะแรงจูงใจในการทำศัลยกรรมเสริมความงามเพื่อเหตุผลทางสังคม (Swami, Chamorro-Premuzic, Bridges, & Furnham, 2009)

ผลการศึกษาของ von Soest, Kvaalem, Skolleborg, และ Roald (2006) พบว่า กลุ่มผู้หญิงที่เคยทำศัลยกรรมเสริมความงามมีคะแนนการกำกับแสดงออกของตน

(self-monitoring) มากกว่ากลุ่มผู้หญิงที่ไม่ต้องการทำศัลยกรรมเสริมความงาม เนื่องจากผู้หญิงกลุ่มหลังนี้มีแนวโน้มที่จะทำตามความคิดเห็น ความเชื่อส่วนตัวมากกว่าที่จะใส่ใจความคิดเห็นของคนรอบข้าง งานวิจัยนี้ยังได้ศึกษาตัวแปรการยอมรับการทำศัลยกรรมของสังคม (social acceptance of surgery) ที่แวดล้อมบุคคลคนนั้น ตัวอย่างเช่น ผู้หญิงที่อยู่ในสภาพแวดล้อมหรือกลุ่มที่ยอมรับการทำศัลยกรรมเป็นเรื่องปกติ ย่อมมีแรงจูงใจที่จะทำศัลยกรรมมากกว่า ในทางกลับกันผู้หญิงที่อยู่ในสภาพแวดล้อมหรือกลุ่มที่มองศัลยกรรมเสริมความงามในแง่ลบย่อมเลือกใช้วิธีอื่น ๆ ในการเปลี่ยนแปลงรูปร่างของตนเองมากกว่า ผลการวิจัยพบว่า การยอมรับการทำศัลยกรรมของสังคม มีอิทธิพลส่งผ่านระหว่างการกำกับการแสดงออกของตนและการทำศัลยกรรมเสริมความงาม อธิบายได้ว่าผู้ที่มีการกำกับการแสดงออกของตนสูงจะใส่ใจกับการยอมรับของคนรอบข้าง และมีพฤติกรรมตามความนิยมของสังคมที่เป็นสมาชิก ดังนั้นคนกลุ่มนี้จะอิงอยู่กับความคิดเห็นของสังคมมากกว่าผู้ที่มีการกำกับการแสดงออกของตนต่ำ

การศึกษาความนิยมความสมบูรณ์แบบ (perfectionism) กับการทำศัลยกรรมเสริมความงาม พบว่า มีเพียงความนิยมความสมบูรณ์แบบตามความคาดหวังของสังคม (socially prescribed perfectionism) เท่านั้นที่ทำนายความคิดที่จะทำศัลยกรรมได้อย่างมีนัยสำคัญ ส่วนความนิยมความสมบูรณ์แบบในตนเอง (self-oriented perfectionism) นั้นไม่สามารถทำนายความคิดในการทำศัลยกรรมเสริมความงามได้อย่างมีนัยสำคัญ ในขณะที่ความนิยมความสมบูรณ์แบบจากผู้อื่น (other-oriented perfectionism) ไม่สามารถทำนายการทำศัลยกรรมเสริมความงามได้เช่นกัน นอกจากนี้การนำเสนอตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบ (perfectionistic self presentation) ในองค์ประกอบด้านการส่งเสริมตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบของตนเอง (perfectionistic self-promotion) และองค์ประกอบที่ไม่แสดงความไม่สมบูรณ์แบบ (nondisplay of imperfection) ทำนายการทำศัลยกรรมเสริมความงามได้อย่างมีนัยสำคัญ และองค์ประกอบทั้งสองด้านนี้ยังเป็นตัวแปรส่งผ่านระหว่างความนิยมความสมบูรณ์แบบในตนเองกับการทำศัลยกรรมเสริมความงามด้วย (Sherry, Hewitt, Flett, & Lee-Bagglely, 2007; Sherry, Hewitt, Lee-Bagglely, Flett, & Besser, 2004)

ส่วนปัจจัยระหว่างบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการทำศัลยกรรมเสริมความงาม ได้แก่ การถูกล้อเลียน (teasing) ด้วยเรื่องรูปร่างหน้าตา งานวิจัยทางจิตวิทยาเกี่ยวกับการทำศัลยกรรมเสริม

ความงามจำนวนมาก พบว่า การถูกล้อเลียนด้วยเรื่องรูปร่างหน้าตาสัมพันธ์ทางบวกกับความสนใจทำศัลยกรรมเสริมความงามเพื่อลบปมด้อยของตนเอง (Park et al., 2009; Sarwer et al., 2003; von Soest et al., 2006)

ในงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ทำให้บุคคลเลือกทำศัลยกรรมเสริมความงามหลายเรื่อง พบว่า ประสบการณ์การทำศัลยกรรมเสริมความงามของเพื่อนหรือบุคคลในครอบครัว เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้บุคคลสนใจและยอมรับการทำศัลยกรรมเสริมความงาม เนื่องจากการได้รับข้อมูลและอิทธิพลทางตรงจากบุคคลใกล้ชิดที่เคยผ่านการทำศัลยกรรมเสริมความงามมาก่อน เช่น แม่ พี่สาว เพื่อน ญาติ (Brown, Furnham, Glanville, & Swami, 2007; Delinsky, 2005; Sarwer et al., 2005; Swami et al., 2008)

การรับอิทธิพลจากสื่อ การซึมซับจากวัฒนธรรมสังคมนิยม (sociocultural internalization) หรือการศึกษาการซึมซับค่านิยมความงามจากวัฒนธรรมสังคมนิยมเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่นักวิจัยนิยมศึกษากันมาก และผลการวิจัยที่พบก็สอดคล้องกันว่า การรับอิทธิพลเรื่องความงามจากสื่อหรือการซึมซับค่านิยมความงามจากวัฒนธรรมสังคมนิยมมีความสัมพันธ์ทางบวกและทำนายการทำศัลยกรรมเสริมความงามได้อย่างมีนัยสำคัญ (Delinsky, 2005; Henderson-King, & Brooks, 2009; Sarwer et al., 2005; Sperry, Thompson, Sarwer, & Cash, 2009; Swami et al., 2008)

ส่วนอิทธิพลจากบุคคลใกล้ชิด หรือบุคคลในครอบครัวที่ส่งผลเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงามนั้น Henderson-King และ Brooks (2009) ได้ศึกษาเจตคติของพ่อแม่ที่ส่งอิทธิพลต่อเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงามของนักศึกษาหญิง พบว่า เจตคติทางบวกของพ่อต่อการทำศัลยกรรมทำนายความปรารถนาในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม และการยอมรับการทำศัลยกรรมเสริมความงามเพื่อเหตุผลทางสังคม เช่น เพื่อความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน เพื่อดึงดูดใจคู่รักหรือเพศตรงกันข้ามได้ ในขณะที่เจตคติในการทำศัลยกรรมของแม่ไม่สามารถทำนายการทำศัลยกรรมเสริมความงามได้

เนื่องจากปัจจัยที่ส่งอิทธิพลต่อเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงามนั้นมีเป็นจำนวนมาก ไม่สามารถนำมาใช้ศึกษาพร้อมกันได้หมดในคราวเดียวกัน ในงานวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยจึงเลือกศึกษาปัจจัยทางจิตวิทยาที่อาจเป็นสาเหตุให้บุคคลเลือกทำศัลยกรรมเสริมความงามเพียง

3 ปัจจัย คือ ความนิยมความสมบูรณ์แบบ การนำเสนอตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบ และการซึ่มี
 ด้บจากวัฒนธรรมสังคม เนื่องจากเป็นตัวแปรที่เกี่ยวข้องสัมพันธ์กัน และยังไม่เคยมีผู้ที่ศึกษาตัว
 แปรความนิยมความสมบูรณ์แบบ การนำเสนอตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบ ร่วมกับตัวแปรการ
 ซึ่มีด้บจากวัฒนธรรมสังคมในการทำนายเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงามมาก่อน อีกทั้ง
 ยังต้องการทดสอบว่าระหว่างปัจจัยภายในตัวบุคคล คือ ความนิยมความสมบูรณ์แบบและการ
 นำเสนอตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบกับปัจจัยระหว่างบุคคล คือ การซึ่มีด้บจาก วัฒนธรรมสังคม
 ปัจจัยใดส่งผลต่อเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงามของบุคคลได้มากกว่ากัน และมี
 อิทธิพลส่งผ่านระหว่างกันหรือไม่ อย่างไร

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ศัลยกรรมเสริมความงาม (Cosmetic Surgery)

ศัลยกรรมเสริมความงาม คือ วิธีการรักษา เสริมสร้าง เพิ่มเติม หรือปรับปรุงส่วนของ
 ใบหน้าและร่างกายของคนปกติด้วยวิธีการผ่าตัดหรือเทคนิคทางการแพทย์ ให้มีลักษณะสวยงาม
 ตามความนิยมในปัจจุบัน ศัลยกรรมเสริมความงามเป็นศัลยกรรมสาขาหนึ่งของศัลยกรรมตกแต่ง
 และเสริมสร้าง (plastic and reconstructive surgery) (ถาวร จรูญสมิทธิ, 2528)

ปัจจุบันศัลยกรรมเสริมความงามเป็นที่นิยมแพร่หลายมากขึ้นกว่าในอดีตมาก เนื่องจาก
 สถานภาพทางสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้น ความรู้และฐานะทางเศรษฐกิจของบุคคลที่ดี
 ขึ้น ทำให้มีการแสวงหาแนวทางปรับปรุงตนเองให้เหมาะสมมากยิ่งขึ้น เป้าหมายของผู้ที่เข้ารับการ
 ทำศัลยกรรมเสริมความงามมีความแตกต่างกันหลายระดับ เช่น เพื่อความพึงพอใจของตนเอง เพื่อ
 ลดล้างปมด้อย หรือเพื่อเหตุผลในการประกอบอาชีพซึ่งเป็นเหตุผลหลักของผู้ที่มีอาชีพต้องพบปะ
 ผู้คนหรือเข้าสังคมอยู่เสมอ

การทำศัลยกรรมเสริมความงามในประเทศไทยนั้นมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างไปจาก
 ประเทศตะวันตก เนื่องจากความแตกต่างในลักษณะของใบหน้า และสัดส่วนของร่างกาย ตลอดจน
 เจตคติ และความนิยมที่แตกต่างกัน ตัวอย่างเช่น การผ่าตัดเปลือกตาสองชั้น หรือการเสริมจมูก
 ซึ่งเป็นที่นิยมทำกันแพร่หลายในประเทศไทยและภูมิภาคเอเชียเท่านั้น (ถาวร จรูญสมิทธิ, 2528)

ประเภทของศัลยกรรมเสริมความงามที่เป็นที่นิยมอันดับต้น ๆ ในกลุ่มหญิงไทย (สกุลนา สัจจวิสิริวุฒิ, 2009) ได้แก่

- การผ่าตัดตาสองชั้น (double eyelids) เป็นศัลยกรรมเสริมความงามที่เป็นที่นิยมอันดับแรก ๆ ในหมู่ชาวเอเชีย เพราะมีขนาดชั้นตาน้อย หรือไม่มียอดพับชั้นตาตั้งแต่กำเนิด เป็นการผ่าตัดเพื่อให้มีขนาดชั้นตามากขึ้น ทำให้ดูเหมือนมีเนื้อที่รูปตาบนหน้ามากขึ้น
- การผ่าตัดเสริมหรือแก้ไขรูจมูก (rhinoplasty) ในกลุ่มคนเอเชียส่วนใหญ่ที่มีรูปกะโหลกศีรษะและโครงสร้างใบหน้าที่ถูกวาง สันจมูกไม่สูง จึงนิยมผ่าตัดปรับแต่งรูปทรงจมูกให้ดูโด่งมากขึ้น ในอดีตนิยมฉีดซิลิโคนเหลวเพื่อเสริมจมูก แต่พบปัญหาหระระยาวค่อนข้างมาก ปัจจุบันแพทย์จึงนิยมใช้เทคนิคการเสริมจมูกด้วยซิลิโคนแท่งแทน
- การฉีดโบท็อกซ์ (Botox injection) เป็นการฉีดสาร Botulinum toxin หรือ Botox ซึ่งได้จากเชื้อแบคทีเรีย Clostridium Botulinum สารชนิดนี้เป็นสารพิษที่มีผลต่อเส้นประสาท ทำให้กล้ามเนื้อเป็นอัมพาต สารชนิดนี้พบได้ในอาหารกระป๋อง การแพทย์นำมาใช้ประโยชน์ในผู้ป่วยที่มีกล้ามเนื้อใบหน้ากระตุกตลอดเวลา ใช้รักษารอยย่นบนใบหน้า รอยย่นที่หน้าผาก รอยขมวดคิ้ว รอยตีนกา รอยย่นรอบปาก และรอยย่นที่มุมปาก
- การฉีดคอลลาเจน (collagen injection) คอลลาเจนเป็นโปรตีนชนิดหนึ่งที่เป็นองค์ประกอบสำคัญของเนื้อเยื่อในร่างกายและผิวหนัง สารคอลลาเจนที่นำมาใช้ฉีดนั้นสกัดมาจากหนังหรือเนื้อเยื่อของวัว ใช้ฉีดเพื่อเสริมหรือทดแทนส่วนที่ยุบ หรือเพิ่มส่วนที่ต้องการให้สูงขึ้น นิยมใช้ฉีดกับรอยย่น ร่องรอยเล็ก ๆ หรือนำมาเติมให้นูนอิมขึ้นในส่วนที่ไม่ต้องการให้ใหญ่ขึ้นมาก และมีรูปทรงไม่ซับซ้อน เช่น เพิ่มความอิมของริมฝีปาก
- การฉีดไขมัน (fat injection) เซลล์ไขมันเป็นเนื้อเยื่อของร่างกายตนเอง การแพทย์สามารถนำประโยชน์โดยนำมาใช้เพื่อเติมเต็มส่วนต่าง ๆ ของร่างกายได้ดี เพราะมีปริมาณมากเพียงพอ และเมื่อปลูกเซลล์ไขมันติดแล้ว จะมีการเปลี่ยนแปลงในลักษณะที่ใกล้เคียงกับเซลล์ธรรมชาติ
- การดูดไขมัน (liposuction) เป็นวิธีที่คนส่วนใหญ่คิดว่าเป็นทางลัดในการลดความอ้วน แต่ในความเป็นจริง ผู้ต้องการดูดไขมันต้องควบคุมน้ำหนักให้ได้ตามเกณฑ์หรือแผนที่วางไว้ก่อน

จากนั้นแพทย์จะพิจารณาว่ามีไขมันบริเวณอวัยวะส่วนใดเกินบ้าง จึงจะทำการดูดไขมันบริเวณนั้น ๆ ออก โดยเปรียบเทียบกับสัดส่วนที่อยู่โดยรอบ

- การผ่าตัดเสริมหน้าอก (breast augmentation) เป็นการเพิ่มขนาดหน้าอกโดยใช้วิธีผ่าตัดเพื่อสอดถุงซิลิโคนหรือถุงน้ำเกลือเข้าไปใต้กล้ามเนื้อผิวหนังบริเวณเต้านมตามขนาดที่ต้องการ เป็นวิธีที่เหมาะสมกับผู้ที่ต้องการเสริมหน้าอกขนาดใหญ่ ส่วนวิธีเสริมหน้าอกด้วยการใช้ไขมัน ซึ่งจะนำเนื้อเยื่อจากภายในตัวผู้ป่วย เช่น กล้ามเนื้อและไขมันจากหน้าท้อง หรือไขมันบริเวณอื่น ไขมันที่นำมาใช้จะถูกดูดออกมาพร้อมเลาะหลอดเลือดมาด้วย เพื่อให้มีหลอดเลือดมาเลี้ยงตัวเนื้อเยื่อนั้นได้ด้วย จากนั้นจึงจะฉีดลงไปที่เต้านม วิธีนี้เหมาะกับผู้ที่ต้องการเพิ่มขนาดหน้าอกเพียงเล็กน้อย หรือผู้ที่เป็นมะเร็งเต้านมและต้องตัดเต้านมทิ้ง

นอกจากที่กล่าวมาข้างต้นแล้ว ศัลยกรรมเสริมความงามยังมีอีกหลายประเภท (Gilman, 1999) เช่น

- การผ่าตัดเพิ่มโหนกแก้ม (cheek implants)
- การผ่าตัดเพิ่มคาง (chin augmentation หรือ mentoplasty)
- การผ่าตัดหู (ear pinback หรือ otoplasty) เพื่อแก้ไขลักษณะหูทาง หรือลักษณะใบหูที่ผิดปกติ
- การผ่าตัดตึงตา (eyelid tightening หรือ blepharoplasty)
- การยกกระชับใบหน้าหรือการดึงหน้า (face-lift หรือ rhytidectomy)
- การยกกระชับหน้าผาก (forehead lift)
- การปลูกผม (hair transplantation)
- การรักษาแผลเป็นหรือตำหนิที่มีแต่กำเนิด (scar revision หรือ removal of common birthmarks)
- การปรับผิวหน้า (skin resurfacing) เช่น เลเซอร์ การลอกหน้าด้วยสารเคมี การขัดผิว ซึ่งเป็นวิธีการช่วยให้ผิวเรียบเนียน ลบริ้วรอยบนใบหน้า รอยสิ่ว และตำหนิเล็ก ๆ น้อย ๆ
- การยกกระชับต้นแขน (arm lift หรือ brachioplasty)
- การผ่าตัดลดขนาดหน้าอก (breast reduction หรือ mammoplasty)
- การกระชับหน้าอก (breast tightening หรือ mastopexy)

- การกระชับต้นขาและสะโพก (buttock-lift หรือ thigh-lift)
- การผ่าตัดหน้าท้อง (tummy tuck หรือ abdominoplasty) เพื่อลดขนาดร่างกายเนื่องจากความอ้วน กระชับผิวหนัง และกำจัดไขมันออกไป

เจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม (Attitudes towards Cosmetic Surgery)

Cash (2002; Cash & Fleming, 2002) ระบุว่าสาเหตุ 2 ประการที่ส่งผลต่อความรู้สึกนึกคิดของบุคคลในเรื่องรูปร่างหน้าตา คือ ประสบการณ์ส่วนบุคคล (subjective experience) หรือความรู้สึกส่วนตัวของบุคคลต่อรูปร่างหน้าตาของตน และทัศนคติในการมองมนุษย์ในแง่วัตถุทางสังคม (social objects) เนื่องจากมนุษย์ต้องการจะเป็นที่ยอมรับของสังคม อิทธิพลจากสังคมที่มีต่อความรู้สึกนึกคิดของเราต่ออุปนิสัยของบุคคลจึงเป็นสิ่งที่ไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ ดังนั้นบุคคลจึงใช้เครื่องสำอางและการแต่งกายเป็นวิธีการจัดการกับอุปนิสัยของตน (self-image) และเป็นวิธีสร้างความประทับใจทางสังคม (social impression) ไปพร้อมกัน (Cash, 1988) ในทำนองเดียวกัน สาเหตุทั้ง 2 ประการที่กล่าวมาก็เป็นแรงจูงใจในการทำศัลยกรรมเสริมความงามของมนุษย์เช่นเดียวกัน

ในแง่ปัจจัยทางสังคม (social factors) บุคคลย่อมได้รับอิทธิพลจากบรรทัดฐานทางสังคม และความคาดหวังจากสังคมที่เป็นสมาชิกอยู่ในช่วงเวลานั้นในการสร้างอัตมโนทัศน์ (self-conceptions) ของตน สังคมที่ให้ความสำคัญกับความสวยงามดึงดูดใจ ย่อมทำให้บุคคลในสังคมเอาใจใส่ และเป็นกังวลกับรูปร่างหน้าตามากกว่า ยอมรับและเลือกใช้วิธีการต่าง ๆ ที่จะทำให้ตนเองสวยงามดึงดูดใจได้ตามมาตรฐานสังคมที่อาศัยอยู่มากกว่า (Fredrickson & Roberts, 1997) ตัวอย่างเช่น งานวิจัยจำนวนหนึ่งที่แสดงว่าจำนวนโฆษณาการควบคุมอาหารและการออกกำลังกายในนิตยสารผู้หญิงเพิ่มขึ้น พร้อม ๆ กับปัญหาความผิดปกติในการรับประทานอาหาร (eating disorder) ในกลุ่มหญิงสาวที่เพิ่มขึ้นเช่นกัน (Wiseman, Gray, Mosimann, & Ahrens, 1992) ด้านศัลยกรรมเสริมความงาม Sarwer และคณะ (2003) พบว่าผู้หญิงที่ตัดสินใจผ่าตัดเสริมหน้าอกรายงานว่ามียุทธการถูกล้อเลียนเรื่องรูปร่างหน้าตา (appearance related teasing) มากกว่าผู้หญิงที่ไม่ได้ทำศัลยกรรม ผลการวิจัยเชิงสำรวจและเชิงทดลองต่างก็พบว่ารายการ

เรียลลิตีหรือรายการถ่ายถอดสดสภาพชีวิตจริงในสถานการณ์จริงของผู้เข้าแข่งขันตลอด 24 ชั่วโมงที่นำเสนอการแปลงโฉมผู้ร่วมรายการด้วยการทำศัลยกรรมเสริมความงามมีความสัมพันธ์ทางบวกและทำนายเจตคติทางบวกในการทำศัลยกรรมเสริมความงามได้อย่างมีนัยสำคัญ (Markey & Markey, in press; Sperry et al., 2009)

นอกเหนือไปจากปัจจัยทางสังคมแล้ว เจตคติในการทำศัลยกรรมยังได้รับอิทธิพลจากปัจจัยภายในตัวบุคคล (intrapersonal factors) ด้วย ศัลยกรรมเสริมความงามถูกมองว่าเป็นเครื่องมือช่วยซ่อมแซมอัตมโนทัศน์ที่เสียหายหรือถูกทำลาย และเป็นเครื่องมือในการพยายามรักษาและเพิ่มการเห็นคุณค่าในตนเอง (self-esteem) งานวิจัยจำนวนมากพบว่าผู้หญิงต้องการทำศัลยกรรมเสริมความงามเพื่อตอบสนองของความต้องการภายในตนเอง ตัวอย่างเช่น Didie และ Sarwer (2003) พบว่าผู้หญิงที่ตัดสินใจผ่าตัดเสริมหน้าอกให้เหตุผลจากปัจจัยภายในตัวบุคคล เช่น เพื่อให้รู้สึกว่าคุณค่าของตัวเองน่าดึงดูดใจมากขึ้น หรือมีร่างกายสมส่วนยิ่งขึ้น มากกว่าเหตุผลทางสังคม เช่น เพื่อปรับปรุงความสัมพันธ์กับคูรัักหรือคู่สมรส

Henderson-King และ Henderson-King (2005) ศึกษาและพัฒนามาตรวัดการยอมรับศัลยกรรมเสริมความงาม (Acceptance to Cosmetic Surgery Scale) โดยสร้างข้อกระทงตามแนวคิดของ Cash (2002) เกี่ยวกับสาเหตุที่ส่งผลต่อความรู้สึกนึกคิดของบุคคลในเรื่องรูปลักษณะทั้ง 2 สาเหตุ คือ ประสบการณ์หรือความรู้สึกนึกคิดส่วนบุคคล นำมาสร้างเป็นข้อกระทงในองค์ประกอบปัจจัยภายในตัวบุคคล ส่วนอิทธิพลทางสังคมนำมาสร้างเป็นข้อกระทงในองค์ประกอบปัจจัยทางสังคม และเพิ่มการพิจารณาตัดสินใจทำศัลยกรรมเสริมความงาม (consideration) เข้าไว้ในมาตรเพื่อวัดความเป็นไปได้ที่บุคคลจะทำศัลยกรรม องค์ประกอบของมาตรวัดเจตคติในการยอมรับการทำศัลยกรรมเสริมความงามแบ่งเป็น 3 องค์ประกอบ ดังนี้

1. ปัจจัยภายในตัวบุคคล

เนื่องจากการทำศัลยกรรมเสริมความงามอาจเป็นทางเลือกในการซ่อมแซมอัตมโนทัศน์ (self-concept) และเป็นเครื่องมือที่ช่วยรักษาหรือเพิ่มเติมการเห็นคุณค่าของตนเองของบุคคล เหตุผลเหล่านี้เป็นแรงจูงใจภายในตัวของบุคคลที่ส่งผลต่อเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม งานวิจัยหลายเรื่องจึงได้ข้อค้นพบว่า ผู้หญิงรายงานว่าการทำศัลยกรรมเสริมความงามเพื่อ

เดิมเต็มความต้องการภายในของตนเอง (Davis, 1995; Didie & Sarwer, 2003) เช่น เพื่อให้รู้สึก
ว่าตนเองน่าพึงปรารถนามากขึ้น มีรูปร่างหน้าตาที่สวยงามหรือสมส่วนมากกว่าเดิม

2. ปัจจัยทางสังคม

ปัจจัยอีกประการหนึ่งที่ทำให้บุคคลสนใจทำศัลยกรรมเสริมความงาม คือ ปัจจัยทางสังคม
เพราะมโนทัศน์เกี่ยวกับตนเองของบุคคลนั้นย่อมถูกหล่อหลอมมาจากบรรทัดฐานของสังคมและ
ความคาดหวังตามยุคสมัยและสถานที่ที่บุคคลอาศัยอยู่ ตัวอย่างแรงจูงใจทางสังคมให้บุคคลมี
แนวโน้มในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม เช่น ความต้องการดูอ่อนเยาว์กว่าวัยเพื่อเหตุผลทาง
สังคมหรือโอกาสในหน้าที่การงาน ความไม่ต้องการเป็นที่สังเกตของผู้อื่นเนื่องจากความไม่
สวยงามของรูปร่างหน้าตาตนเอง

3. การพิจารณาตัดสินใจ

นอกเหนือจากสองปัจจัยที่เป็นแรงจูงใจต่อเจตคติในการยอมรับการทำศัลยกรรมแล้ว
Henderson-King และ Henderson-King (2005) ได้เพิ่มเติมประเด็นการพิจารณาตัดสินใจที่จะ
ทำศัลยกรรมเสริมความงามเข้าไปในมาตรวัดซึ่งทั้งคู่ได้พัฒนาขึ้นด้วย เพื่อวัดโอกาสหรือความ
เป็นไปได้ที่บุคคลจะตัดสินใจรับบริการทำศัลยกรรมเสริมความงาม

ความนิยมความสมบูรณ์แบบ (Perfectionism)

เนื่องจากความนิยมความสมบูรณ์แบบเป็นลักษณะที่นักวิจัยจำนวนมากนิยมนำมาศึกษา
กับเรื่องรูปร่างหน้าตาทั้งเรื่องความผิดปกติในการรับประทานอาหาร ความไม่พอใจในรูปร่าง
เพราะผู้ที่นิยมความสมบูรณ์แบบมักจะมีมาตรฐานของเรื่องต่าง ๆ ในชีวิตที่สูงเกินจริง รวมถึงเรื่อง
รูปลักษณ์ด้วย ดังนั้นในงานวิจัยหลายเรื่องจึงพบว่าความนิยมความสมบูรณ์แบบเป็นตัวแปรที่
ทำนายความผิดปกติในการรับประทานอาหาร เช่น โรค Bulimia Nervosa หรือโรค Anorexia
Nervosa การควบคุมการรับประทานอาหาร ความไม่พึงพอใจในรูปลักษณ์ จนไปถึงการ
ทำศัลยกรรมเสริมความงามได้เป็นอย่างดี (Bardone, Vohs, Abramson, Heatherton, & Joiner,
2000; Sherry et al., 2004; Sherry et al., 2007; Sherry et al., 2009; Sherry & Hall, 2009)

ความนิยมความสมบูรณ์แบบเป็นลักษณะนิสัยที่ต้องการหรือปรารถนาความสมบูรณ์แบบเพียบพร้อมจากตนเองหรือผู้อื่น พยายามไม่ให้เกิดข้อผิดพลาดหรือความบกพร่องใด ๆ มีแนวโน้มที่จะประเมินพฤติกรรมหรือผลการงานที่ได้ต่ำกว่าที่ควรจะเป็น และวิพากษ์วิจารณ์มากเกินไป ความจริง (Hewitt & Flett, 1991; Frost, Marten, Lahart, & Rosenblate, 1990) ความนิยมความสมบูรณ์แบบมีผู้สนใจศึกษากันเป็นจำนวนมาก และได้กำหนดขอบเขตและมิติในการศึกษาไว้แตกต่างกันไป ดังนี้

Burn (1980) วัดความนิยมความสมบูรณ์แบบเพียงหนึ่งมิติ (unidimension) โดยเน้นการตั้งมาตรฐานให้แก่ตนเองของบุคคลเพียงอย่างเดียว ความนิยมความสมบูรณ์แบบของ Burn หมายถึง บุคคลที่ตั้งมาตรฐานของตนเองไว้สูงเกินกว่าที่จะทำได้จริง รู้สึกตึงเครียดกับการไปให้ถึงเป้าหมายที่เป็นไปไม่ได้ตลอดเวลา ตัดสินคุณค่าของตนเองจากปริมาณผลงานหรือความสำเร็จที่ตนเองทำได้ Burn เห็นว่าความพยายามที่จะทำทุกอย่างให้ยอดเยี่ยม ทำให้ดีกว่า หรือทำให้สมบูรณ์แบบของผู้ที่มีความนิยมความสมบูรณ์แบบกลับจะเป็นสิ่งขัดขวางความสำเร็จของพวกเขาเอง เพราะความนิยมความสมบูรณ์แบบไม่เพียงแต่ลดผลผลิตจากการทำงานที่จะทำได้เท่านั้น แต่ยังทำให้สุขภาพอ่อนแอลง ระดับการควบคุมตนเองต่ำลง มีสัมพันธภาพที่ไม่ราบรื่น และทำให้เห็นคุณค่าในตนเองต่ำ ยิ่งกว่านั้นความนิยมความสมบูรณ์แบบยังทำให้บุคคลมีแนวโน้มเกิดความผิดปกติทางอารมณ์ (mood disorder) เช่น ซึมเศร้า วิตกกังวล และย้ำคิดย้ำทำ (obsessive-compulsive disorder) โดยรวมแล้ว Burn มีมุมมองกับความนิยมความสมบูรณ์แบบไปในทางลบ เนื่องจากเป็นลักษณะนิสัยที่นำมาซึ่งผลเสียจำนวนมาก และเป็นลักษณะนิสัยที่ควรปรับปรุงแก้ไข

ต่อมา Frost และคณะ (1990) ได้นิยามความนิยมความสมบูรณ์แบบไว้ในงานวิจัยของพวกเขาว่าเป็นลักษณะนิสัยของบุคคลที่ตั้งมาตรฐานกับการกระทำและผลงานของตนเองไว้สูงเกินควร วิพากษ์วิจารณ์ และประเมินตนเองจากมาตรฐานที่เป็นไปได้ยาก ตามมุมมองของ Frost และคณะ ความนิยมความสมบูรณ์แบบเป็นลักษณะที่ประกอบด้วยมิติ 6 มิติ ได้แก่

1. ความกังวลเกี่ยวกับความผิดพลาด (concern over mistakes หรือ CM)

เป็นลักษณะการรับรู้ของบุคคลต่อความผิดพลาด ความล้มเหลว และความกังวลเกี่ยวกับการได้รับการยอมรับนับถือจากบุคคลอื่น Frost และคณะ (1990) อธิบายว่ามีลักษณะสำคัญที่แยกผู้ที่นิยมความสมบูรณ์แบบออกจากผู้ที่ตั้งมาตรฐานกับตนเองสูง เนื่องจากผู้ที่นิยมความสมบูรณ์แบบมักจะตั้งเป้าหมายไว้เกินกว่าที่ตนเองจะสามารถทำได้จริง จึงมีโอกาที่จะไม่ประสบความสำเร็จได้มาก คนกลุ่มนี้จึงมักวิตกกังวลว่าตนเองจะล้มเหลว หรือผิดพลาด และไม่ได้รับการยอมรับจากคนรอบข้าง ในขณะที่ผู้ที่ตั้งมาตรฐานกับตนเองสูงแม้จะตั้งเป้าหมายที่ท้าทาย แต่ก็อยู่ในขอบเขตที่สามารถกระทำได้ เพราะไม่เกินความสามารถของตน อีกทั้งคนกลุ่มหลังนี้ก็ไม่รู้สึกกดดันว่าจะต้องประสบความสำเร็จเสมอเพื่อให้ได้รับการยอมรับจากผู้อื่นเหมือนผู้ที่นิยมความสมบูรณ์แบบ

2. มาตรฐานส่วนบุคคล (personal standards หรือ PS)

ลักษณะการรับรู้ของบุคคลในการสร้างมาตรฐานชีวิตและการวิพากษ์วิจารณ์ ตำนานิตีเยินตนเองถึงผลที่ได้รับจากการกระทำสิ่งต่าง ๆ ตั้งมาตรฐานส่วนบุคคลไว้สูงเกินที่จะทำได้จริง จนไม่สามารถประสบความสำเร็จได้

3. ความคาดหวังของพ่อแม่ (parental expectations หรือ PE)

การรับรู้ของบุคคลเกี่ยวกับความคาดหวังต่อความสำเร็จ และความสมบูรณ์แบบพร้อมในชีวิตที่พ่อแม่หรือผู้ปกครองมีต่อตนเอง ทั้งจากการการแสดงออกทางการกระทำและคำพูดของพ่อแม่ต่อลูก

4. การวิพากษ์วิจารณ์จากพ่อแม่ (parental criticism หรือ PC)

การรับรู้ของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการวิพากษ์วิจารณ์ หรือการตำหนิตีเยินจากพ่อแม่ผู้ปกครองต่อการการประพฤติปฏิบัติตนและการกระทำสิ่งต่าง ๆ ในชีวิตของลูก

5. ความลังเลสงสัยในการกระทำของตน (doubting of action หรือ D)

ความไม่มั่นใจและสงสัยในการกระทำของตนเอง การทำงาน หรือพฤติกรรมของตนว่ายังบกพร่อง ขาดความเรียบร้อย และไม่สมบูรณ์แบบ

6. การจัดการ (organization หรือ O)

การรับรู้ของบุคคลที่มีต่อพฤติกรรม การทำงาน หรือการกระทำของตนว่าสามารถจัดการและควบคุมสิ่งต่าง ๆ ให้เรียบร้อยสมบูรณ์แบบตามที่ตนเองตั้งมาตรฐานไว้มากเพียงใด มิติดีนี้ค่อนข้างจะไม่สัมพันธ์กับมิติอื่น ๆ แต่เป็นลักษณะประการหนึ่งของผู้ที่มีความนิยมความสมบูรณ์แบบที่มีแนวโน้มนิยมความเป็นระเบียบเรียบร้อย

นอกจาก Frost และคณะ (1990) แล้ว Hewitt และ Flett (1991) ก็เป็นนักจิตวิทยาอีกกลุ่มหนึ่งที่อธิบายความนิยมความสมบูรณ์แบบว่าเป็นลักษณะที่ประกอบด้วยมิติหลายมิติ (multidimension) และแต่ละมิติก็เป็นอิสระจากกัน โดยแบ่งมิติของความนิยมความสมบูรณ์แบบออกเป็น 3 มิติ คือ

1. ความนิยมความสมบูรณ์แบบในตนเอง (self-oriented perfectionism หรือ SOP)

เป็นลักษณะที่ชอบตั้งมาตรฐานกับตนเอง มักจะประเมินตนเองอย่างเข้มงวด ต่ำหนิตนเองอย่างรุนแรงเมื่อไม่สามารถทำตามมาตรฐานที่ตนเองตั้งไว้ได้ จากการวิจัยพบว่า ความนิยมความสมบูรณ์แบบในตนเองสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมชอบบังคับตนเอง (self-directed behavior) และสัมพันธ์ทางบวกกับการโทษตนเอง (self-blame) นอกจากนี้ยังพบว่าความนิยมความสมบูรณ์แบบในตนเองยังสัมพันธ์กับการปรับตัวที่ผิดปกติหลายประเภท อย่างเช่น ความวิตกกังวล ความซีมิเศร้า โรค Anorexia Nervosa (Hewitt, & Flett, 1991)

2. ความนิยมความสมบูรณ์แบบตามความคาดหวังของสังคม (socially prescribed perfectionism หรือ SPP)

เป็นลักษณะการรับรู้ว่ามีผู้อื่นหรือสังคมคาดหวังให้ตนเองกระทำได้ตามมาตรฐานที่สังคมวางไว้ โดยเชื่อและรับรู้ว่ามีผู้อื่นคาดหวังมาตรฐานจากตนเองโดยผิดจากความเป็นจริง คิดว่าผู้อื่นประเมินตนอย่างเข้มงวด และสังคมพยายามกดดันให้ตนเองต้องสมบูรณ์แบบ (Hewitt & Flett,

1991) เนื่องจากรับรู้มาตรฐานหรือความคาดหวังของผู้อื่นมีต่อตนมากเกินไป ทำให้ประสบกับความรู้สึกล้มเหลวบ่อยครั้ง ความนิยมความสมบูรณ์แบบตามความคาดหวังของสังคม ก่อให้เกิดอารมณ์ทางลบหลายอย่าง เช่น ความโกรธ ความวิตกกังวล และความหดหู่

3. ความนิยมความสมบูรณ์แบบแบบจากผู้อื่น (other-oriented perfectionism หรือ OOP)

เป็นลักษณะที่เชื่อว่าผู้อื่นควรปฏิบัติตามมาตรฐานที่สูงกว่าความเป็นจริง ให้ความสำคัญแก่ความสมบูรณ์แบบของคนรอบข้าง ประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้อื่นอย่างเข้มงวด (Hewitt & Flett, 1991) โดยหลักการแล้ว ความนิยมความสมบูรณ์แบบแบบจากผู้อื่นคล้ายกับความนิยมความสมบูรณ์แบบในตนเอง แต่พฤติกรรมของความนิยมความสมบูรณ์แบบแบบจากตัวผู้อื่นเป็นลักษณะที่มุ่งคนรอบข้าง (outward) ในขณะที่ความนิยมความสมบูรณ์แบบในตนเองเป็นลักษณะที่มุ่งตนเอง (inward)

Slaney, Rice, Mobley, Trippi, และ Ashby (2001) ก็แบ่งความนิยมความสมบูรณ์แบบเป็นลักษณะนิสัยที่ประกอบด้วยมิติหลายมิติซึ่งเป็นอิสระจากกัน เช่นเดียวกับ Frost และคณะ (1990) และ Hewitt และ Flett (1991) อย่างไรก็ตาม Slaney และคณะ แบ่งมิติของความนิยมความสมบูรณ์แบบซึ่งเป็นลักษณะทางบวกและทางลบออกเป็น 3 มิติ คือ

1. มาตรฐานสูง (high standards)

การตั้งมาตรฐานกับตนเองสูง คาดหวังให้ตนเองมีผลงานและการกระทำที่สมบูรณ์แบบพร้อมแม้ว่ามีการตั้งมาตรฐานสูงนี้จะคล้ายคลึงกับลักษณะหลัก ๆ ของความนิยมความสมบูรณ์แบบของนักวิจัยอื่น ๆ แต่ที่แตกต่างคือ Slaney และคณะ (2001) ได้ระบุไว้ว่ามิตินี้สามารถเป็นได้ทั้งลักษณะทางบวกและทางลบ เนื่องจากในทางบวกมิตินี้เป็นลักษณะที่ทำให้บุคคลกระตือรือร้นพยายามทำงานให้ดีขึ้นตลอดเวลา และพยายามที่จะทำให้ได้ตามเป้าหมายที่ตนตั้งไว้ ในขณะที่ในทางลบหากบุคคลตั้งมาตรฐานสูงเกินความสามารถที่จะทำได้ ก็มักจะล้มเหลว ไม่ประสบความสำเร็จ และจะนำไปสู่การปรับตัวที่ผิดปกติ (maladaptive adjustment) หลายประการ เช่น ความวิตกกังวล ความเครียด โรคย้ำคิดย้ำทำ ฯลฯ

2. ความเป็นระเบียบเรียบร้อย (order)

การจัดสิ่งต่าง ๆ รอบตัวให้เป็นระเบียบเรียบร้อย มีความประณีต และความเป็นระเบียบวินัย เป็นอีกมิติหนึ่งที่ Slaney และคณะ (2001) ระบุว่า เป็นลักษณะทางบวกของความนิยมความสมบูรณ์แบบ

3. ความไม่สอดคล้องระหว่างมาตรฐานที่ตั้งไว้กับความเป็นจริง (discrepancy)

เป็นการรับรู้ความไม่สอดคล้องระหว่างมาตรฐานที่ตนเองตั้งไว้ กับผลงานหรือการกระทำที่ตนเองทำได้จริงของบุคคล มิตินี้เป็นมิติเดียวที่ Slaney และคณะ (2001) ระบุว่า เป็นลักษณะด้านลบของลักษณะนิสัยนิยมความสมบูรณ์แบบ เนื่องจากบุคคลตั้งมาตรฐานให้ตนเองไว้สูงกว่าความเป็นจริงที่สามารถจะทำได้ ทำให้รู้สึกกดดันและเมื่อได้ผลงานไม่ตรงตามที่คาดหวังไว้ หรือประสบความล้มเหลว ก็ทำให้เกิดความเครียด หดหู่ โกรธ และอารมณ์ทางลบอื่น ๆ ตามมา

จากแนวคิดและมาตรวัดความนิยมความสมบูรณ์แบบที่มีผู้พัฒนาตั้งแต่ปี 1980 จนถึงปัจจุบัน สรุปได้ดังตารางที่ 1

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 1

สรุปแนวคิดและมาตรวัดความนิยมความสมบูรณ์แบบ

แนวคิด	จำนวนมิติ	องค์ประกอบ
Burn (1980)	1 มิติ	การตั้งมาตรฐานสูงให้แก่ตนเอง
Frost และคณะ (1990)	6 มิติ	<ol style="list-style-type: none"> 1. ความกังวลเกี่ยวกับความผิดพลาด (concern over mistakes) 2. มาตรฐานส่วนบุคคล (personal standards) 3. ความคาดหวังของพ่อแม่ (parental expectations) 4. การวิพากษ์วิจารณ์จากพ่อแม่ (parental criticism) 5. ความลังเลสงสัยในการกระทำของตน (doubting of action) 6. การจัดการ (organization)
Hewitt และ Flett (1991)	3 มิติ	<ol style="list-style-type: none"> 1. ความนิยมความสมบูรณ์แบบในตนเอง (self-oriented perfectionism) 2. ความนิยมความสมบูรณ์แบบตามความคาดหวังของสังคม (socially prescribed perfectionism) 3. ความนิยมความสมบูรณ์แบบจากผู้อื่น (other-oriented perfectionism)
Slaney และคณะ (2001)	3 มิติ	<ol style="list-style-type: none"> 1. การตั้งมาตรฐานสูง (high standards) 2. ความเป็นระเบียบเรียบร้อย (order) 3. ความไม่สอดคล้องระหว่างมาตรฐานที่ตั้งไว้กับความเป็นจริง (discrepancy)

จากแนวคิดความนิยมความสมบูรณ์แบบที่ได้กล่าวมาทั้งหมดนี้ แนวคิดความนิยมความสมบูรณ์แบบของ Frost และคณะ (1990) มีองค์ประกอบด้านความกังวลเกี่ยวกับความผิดพลาด เป็นองค์ประกอบหลัก (Frost, Heimberg, Holt, & Mattia, 1993) อีกทั้งยังมีองค์ประกอบด้านความคาดหวังจากพ่อแม่ และด้านการวิพากษ์วิจารณ์จากพ่อแม่ นักวิจัยจำนวนมากจึงนิยมนำแนวคิดความนิยมความสมบูรณ์แบบของ Frost มาศึกษาเกี่ยวกับผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาของนักเรียน การแข่งขันทางการศึกษา และความวิตกกังวลกับความผิดพลาดของตนเอง ส่วนแนวคิดความ

นิยมความสมบูรณ์แบบของ Slaney และคณะ (2001) แตกต่างจากแนวคิดความนิยมความสมบูรณ์แบบอื่น ๆ ที่มีองค์ประกอบด้านไม่สอดคล้องระหว่างมาตรฐานที่ตั้งไว้กับความเป็นจริง ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่สัมพันธ์กับความเครียด ความไม่สบายใจของผู้นิยมความสมบูรณ์แบบมากเกินไปอย่างชัดเจน นักวิจัยจึงนิยมนำแนวคิดความนิยมความสมบูรณ์แบบของ Slaney และคณะ (2001) มาศึกษาพร้อมกับความเครียด อาการซึมเศร้า ความพึงพอใจในชีวิต การเห็นคุณค่าในตนเอง และสุขภาพจิตของบุคคลเป็นส่วนใหญ่ ในขณะที่แนวคิดของ Hewitt และ Flett (1991) เป็นแนวคิดที่วัดความนิยมความสมบูรณ์แบบโดยทั่วไป ครอบคลุมทั้งความนิยมความสมบูรณ์แบบในตนเอง ความนิยมความสมบูรณ์แบบจากผู้อื่น และความนิยมความสมบูรณ์แบบตามความคาดหวังของสังคม ซึ่งเหมาะสมและสอดคล้องกับงานวิจัยนี้มากที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับแนวคิดอื่น ๆ ที่เน้นไปที่ความนิยมความสมบูรณ์แบบภายในตัวบุคคลเพียงด้านเดียว นอกจากนี้แนวคิดของ Hewitt และ Flett (1991) ยังเป็นแนวคิดที่มีผู้นำมาใช้ศึกษาเกี่ยวกับเรื่องรูปลักษณ์ ความผิดปกติในการรับประทานอาหาร และการทำศัลยกรรมเสริมความงาม เป็นจำนวนมากในงานวิจัยก่อนหน้านี้ (Bardone et al., 2000; Sherry et al., 2004; Sherry et al., 2007; Sherry & Hall, 2009) ดังนั้นผู้วิจัยจึงเลือกศึกษาความนิยมความสมบูรณ์แบบตามแนวคิดของ Hewitt และ Flett (1991)

การนำเสนอตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบ (Perfectionistic Self-Presentation)

การนำเสนอตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบเป็นลักษณะการนำเสนอตนเองที่ Hewitt และคณะ (2003) นำมาใช้ศึกษาร่วมกับความนิยมความสมบูรณ์แบบ เพราะเป็นลักษณะสำคัญที่สามารถใช้แยกผู้นิยมความสมบูรณ์แบบที่ต้องการแสดงออกถึงความสมบูรณ์แบบของตนเองออกจากผู้นิยมความสมบูรณ์แบบที่ไม่แสดงออกถึงความสมบูรณ์แบบของตน ซึ่งเป็นประเด็นที่สำคัญที่ส่งผลต่อการศึกษาเกี่ยวกับรูปลักษณ์ของบุคคล เช่น ความไม่พอใจในรูปลักษณ์ ความผิดปกติในการรับประทานอาหาร โรค bulimia nervosa หรือการทำศัลยกรรมเสริมความงาม (Bardone et al., 2000; Sherry et al., 2004; Sherry et al., 2007; Sherry et al., 2009; Sherry & Hall, 2009) เนื่องจากผู้นิยมความสมบูรณ์แบบแบบที่มีการนำเสนอตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบร่วมด้วยจึงจะเป็นผู้ที่ใส่ใจและให้ความสำคัญแก่การปรากฏกายและรูปลักษณ์ของตน ดังผลการวิจัยจำนวนหนึ่งที่พบว่า การนำเสนอตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบเป็นตัวแปรส่งผ่าน

ระหว่างความนิยมความสมบูรณ์แบบกับตัวแปรตามที่ศึกษา เช่น การทำศัลยกรรมเสริมความงาม การรับประทานอาหารมากเกินไป (Sherry et al., 2004; Sherry et al., 2007; Sherry & Hall)

การนำเสนอตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบเป็นลักษณะที่สัมพันธ์กับความนิยมความสมบูรณ์แบบทั้งในมิติความนิยมความสมบูรณ์แบบในตนเอง และความนิยมความสมบูรณ์แบบตามความคาดหวังของสังคม อย่างไรก็ตาม การนำเสนอตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบเป็นมโนทัศน์ที่แยกจากความนิยมความสมบูรณ์แบบอย่างชัดเจน เพราะความนิยมความสมบูรณ์แบบนั้นเป็นลักษณะที่สะท้อนถึงความต้องการความสมบูรณ์แบบจากตนเองและผู้อื่น ในขณะที่การนำเสนอตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบสะท้อนความต้องการที่ปรากฏกายอย่างสมบูรณ์แบบต่อสายตาและการรับรู้ของผู้อื่น

ผู้ที่มีความนิยมความสมบูรณ์แบบมีแนวโน้มที่จะนำเสนอตนเองด้วยภาพลักษณ์ที่ดี เพื่อให้เป็นที่ยอมรับ ชื่นชม และปกป้องตนเองจากการถูกปฏิเสธ หลักฐานจากงานวิจัยแสดงให้เห็นว่าผู้นิยมความสมบูรณ์แบบ โดยเฉพาะผู้นิยมความสมบูรณ์แบบตามความคาดหวังของสังคม มักจะใช้กลวิธีในการนำเสนอตนเองเพื่อปกป้องตนเอง อย่างเช่น ใช้การทำตนให้ด้อย (self-handicapping) และการรักษาหน้า (face saving) เป็นวิธีการสร้างความประทับใจในสังคม (Hobden & Pliner, 1995) เนื่องจากทำให้พวกเขาดูมีความสามารถ แข็งแรง และหลีกเลี่ยงสถานการณ์ที่ทำให้ผู้อื่นเห็นว่าตนเองล้มเหลว งานวิจัยของ Frost และคณะ (1995) ก็แสดงให้เห็นว่าผู้นิยมความสมบูรณ์แบบส่วนใหญ่จะวิตกกังวลกับการสร้างความประทับใจต่อผู้อื่น และมุ่งปกปิดความผิดพลาดบกพร่องของตนเอง นอกจากนี้ผลการวิจัยยังพบว่าผู้ที่กังวลกับความผิดพลาดของตนเองเต็มใจที่จะเปิดเผยความบกพร่องของตนน้อยกว่าผู้ที่ไม่กังวลกับความผิดพลาด (Frost et al., 1997)

Hewitt และคณะ (2003) อธิบายไว้ว่าความนิยมความสมบูรณ์แบบในแต่ละบุคคลนั้นมีความแตกต่างกันทั้งในแง่ของระดับของมิติแต่ละมิติใน 3 มิติ คือ ความนิยมความสมบูรณ์แบบในตนเอง ความนิยมความสมบูรณ์แบบตามความคาดหวังของสังคม และลักษณะการนิยมความสมบูรณ์แบบจากผู้อื่น และในแง่ความต้องการแสดงความสมบูรณ์แบบของตนและปกปิดความบกพร่องของตนต่อสาธารณชนด้วย ผู้นิยมความสมบูรณ์แบบที่มุ่งเน้นจะสร้างความประทับใจกับผู้อื่นจะพยายามนำเสนอภาพลักษณ์ที่สมบูรณ์แบบไว้ที่ดีของตนเองในที่สาธารณะ พยายามนำเสนอ

ตนเองในภาพลักษณ์ตามอุดมคติที่สังคมคาดหวัง จากแนวคิดนี้มีโน้ตการณ์การนำเสนอตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบจึงเป็นมโนทัศน์ที่แยกออกจากความนิยมความสมบูรณ์แบบ แต่มีประโยชน์ในการช่วยแยกความแตกต่างผู้ที่นิยมความสมบูรณ์แบบในแต่ละมิติระดับใกล้เคียงกัน ตัวอย่างเช่น ผู้ที่นิยมความสมบูรณ์แบบตามความคาดหวังของสังคม (SPP) ในระดับสูงพอ ๆ กัน คนหนึ่งอาจตอบโต้ต่อความกดดันจากความคาดหวังของสังคมด้วยการต่อต้าน ความรู้สึกไม่พอใจ และแสดงให้คนอื่น ๆ รู้ว่าตนไม่สนใจที่จะสมบูรณ์แบบอย่างที่ตั้งใจคาดหวัง ในขณะที่อีกคนหนึ่งตอบสนองความกดดันจากความคาดหวังของสังคมด้วยการพยายามทำให้ผู้อื่นเชื่อว่าเขาหรือเธอเป็นผู้ที่สมบูรณ์แบบ พยายามให้ตนเองผิดพลาดน้อยที่สุดเมื่ออยู่กับผู้อื่น พยายามรักษารูปร่างหน้าตา และการใช้ชีวิตตามความคาดหวังของตน ผู้อื่น หรือสังคมโดยรวมซึ่งไม่สามารถเป็นจริงได้ นอกจากนี้บุคคลในแบบหลังยังเป็นผู้ที่มีความปรารถนาการยอมรับนับ ถูกรับชมในระดับสูง และมีสติสัมปชัญญะแห่งตนเมื่ออยู่ต่อหน้าผู้อื่น (public self-consciousness) ในระดับสูง ซึ่งเป็นลักษณะของผู้ที่มักวิตกกังวลว่าผู้อื่นจะตัดสินตนเองอย่างไร ใส่ใจการปรากฏกายของตน คล้อยตามบรรทัดฐานของกลุ่ม และมีแนวโน้มที่จะทำตามมาตรฐานจากสังคม ทำให้คนกลุ่มนี้พยายามปรับตัวอย่างมากเมื่ออยู่ในสถานการณ์ที่มีผู้อื่นอยู่ด้วยหรือในที่สาธารณะ

Hewitt และคณะ (2003) แบ่งลักษณะการนำเสนอตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบออกเป็น 3 องค์ประกอบซึ่งเป็นอิสระจากกัน ได้แก่ การส่งเสริมตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบ (perfectionistic self-promotion) การไม่แสดงความไม่สมบูรณ์แบบของตนเอง (nondisclosure of imperfection) และการไม่ยอมรับความไม่สมบูรณ์แบบของตนเอง (nondisplay of imperfection)

1. การส่งเสริมตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบ (perfectionistic self-promotion)

เป็นความพยายามที่จะแสดงความสมบูรณ์แบบของตนเองต่อผู้อื่น ในขณะเดียวกันก็พยายามแสดงความผิดพลาดหรือข้อบกพร่องของตนเองให้น้อยที่สุด บุคคลที่มีลักษณะส่งเสริมตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบจะไวต่อการแสดงอารมณ์ของคนรอบข้าง พยายามทำให้ตนเองดูดีอยู่เสมอ มักแสดงพฤติกรรมที่แสดงถึงความสมบูรณ์แบบพร้อมพร้อมของตนเองต่อผู้อื่น เพราะลักษณะเหล่านี้จะช่วยให้ได้รับชื่อเสียง ความเคารพนับถือ และความชื่นชมจากผู้อื่น

2. การไม่แสดงความไม่สมบูรณ์แบบของตนเอง (nondisplay of imperfection)

เป็นพฤติกรรมที่หลีกเลี่ยงหรือปกปิดความไม่สมบูรณ์แบบของตนเองไม่ให้ผู้อื่นรับรู้ ลักษณะนี้เป็นการแสดงออกด้านการกระทำ (action) บุคคลที่มีลักษณะไม่แสดงความไม่สมบูรณ์แบบจะหลีกเลี่ยงสถานการณ์ที่พฤติกรรมของตนจะต้องถูกจับตามอง สถานการณ์ที่ต้องตกเป็นเป้าความสนใจของผู้อื่น หรือสถานการณ์ที่ตนเองไม่สามารถแสดงความสามารถออกมาได้

3. การไม่ยอมรับความไม่สมบูรณ์แบบของตนเอง (nondisclosure of imperfection)

แม้จะเป็นพฤติกรรมที่หลีกเลี่ยงความไม่สมบูรณ์แบบเช่นเดียวกับลักษณะการไม่แสดงความไม่สมบูรณ์แบบ แต่เป็นลักษณะที่เกี่ยวข้องกับการแสดงออกทางด้านวาจา (verbal) เช่น พฤติกรรมหลีกเลี่ยงการกล่าวถึงความผิดพลาดของตนเอง การยอมรับว่าตนเองมีข้อบกพร่อง หรือการยอมรับว่าตนเองไม่เพียงพอสมบูรณ์แบบ บุคคลที่มีลักษณะไม่ยอมรับความไม่สมบูรณ์แบบมักจะหลีกเลี่ยงสถานการณ์ที่ต้องยอมรับ หรือต้องพูดถึงความบกพร่องผิดพลาดของตนเอง

ความนิยมความสมบูรณ์แบบ การนำเสนอตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบ กับศีลธรรม เสริมความงาม

ความนิยมความสมบูรณ์แบบ การนำเสนอตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบ และการทำศีลธรรมเสริมความงามนั้นเป็นตัวแปรที่สัมพันธ์กัน เนื่องจากผู้ที่นิยมความสมบูรณ์แบบเป็นบุคคลที่มีลักษณะแข่งขันสูง และชอบตรวจสอบความนิยมในสังคมของตนเองเสมอ (Hewitt et al., 2003) การทำศีลธรรมเสริมความงามจึงเป็นวิธีที่ช่วยให้เขาหรือเธอรักษาหรือเพิ่มความน่าพึงปรารถนาในสายตาเพศตรงข้าม และเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันกับคู่แข่งเพศเดียวกัน ทั้งนี้ ศีลธรรมเสริมความงามยังช่วยลดหรือบรรเทาความทุกข์ ความรู้สึก ไม่ยินดีกับรูปร่างหน้าตาที่รู้สึกว่ายังไม่น่าพอใจ เพราะผู้ที่นิยมความสมบูรณ์แบบส่วนใหญ่มักจะมี ความขัดแย้งกันระหว่าง ความปรารถนารูปร่างหน้าตาที่สมบูรณ์แบบกับการรับรู้รูปร่างหน้าตาของตนเองว่าไม่ดีพอ

ผู้นิยมความสมบูรณ์แบบมีแนวโน้มที่จะต้องการการยอมรับจากผู้อื่น และกลัวการถูกปฏิเสธจากสังคม เนื่องด้วยการมีรูปร่างหน้าตาที่ดึงดูดใจเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้บุคคลเป็นที่ยอมรับของสังคม ดังนั้นผู้นิยมความสมบูรณ์แบบจึงอาจเลือกทำศีลธรรมเสริมความงามเพื่อให้

ได้การยอมรับ และความชื่นชมจากสังคมรอบข้าง คนกลุ่มนี้อาจมองว่าศัลยกรรมเสริมความงามเป็นวิธีที่ดีจะช่วยเปลี่ยนแปลงหรือทำให้ร่างกายของตนสวยสมบูรณ์แบบตามความปรารถนาได้ในกรณีที่การออกกำลังกายหรือการจำกัดอาหารไม่สามารถแก้ปัญหาได้

ผู้นิยมความสมบูรณ์แบบแบบต่างมิติกันย่อมมีผลต่อเหตุผลในการทำศัลยกรรมเสริมความงามแตกต่างกันด้วย ตัวอย่างเช่น ผู้นิยมความสมบูรณ์แบบในตนเองซึ่งตั้งมาตรฐานกับตนเองไว้สูง ไม่ค่อยพอใจพอใจสิ่งที่มีหรือเป็น และวิพากษ์วิจารณ์ตนเองอย่างรุนแรง ทำให้รู้สึกไม่พึงพอใจกับรูปร่างหน้าตาของตน จึงนำไปสู่ความสนใจที่จะทำศัลยกรรมเสริมความงาม ในขณะที่ผู้นิยมความสมบูรณ์แบบตามความคาดหวังของสังคมจะอ่อนไหวต่อความกดดันที่จะสวยงามตามมาตรฐานสังคม หรือพยายามทำให้บุคคลที่มีความสำคัญกับตนเอง (เช่น คู่รัก) รู้สึกพอใจบุคคลแบบหลังนี้อาจสนใจทำศัลยกรรมเสริมความงามเช่นกัน

ส่วนผู้ที่ชอบส่งเสริมตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบนั้นมักจะมีพฤติกรรมที่แสดงถึงความทะนง ภูมิใจในตนเอง และชื่นชอบแพชั่น การทำศัลยกรรมเสริมความงามจึงเป็นสิ่งที่สะท้อนความปรารถนาที่จะใช้ลักษณะทางกายภาพของตนเพื่อให้ได้รับความชื่นชมจากคนรอบข้าง เนื่องจากรูปร่างหน้าตาที่ดึงดูดใจเป็นสิ่งสำคัญสำหรับบุคคลที่ต้องการให้ตนเองโดดเด่น และเป็นทีประทับใจของผู้อื่น

ในขณะที่ผู้ที่ไม่แสดงความไม่สมบูรณ์แบบของตนเองอาจมองศัลยกรรมเสริมความงามว่าเป็นวิถีทางในการกำจัดความบกพร่อง หรือตำหนิของตนออกไป เช่น การทำศัลยกรรมเพื่อให้ดูอ่อนเยาว์กว่าอายุจริง การกำจัดตำหนิหรือรอยแผลเป็นบนใบหน้า

การซึมซับจากวัฒนธรรมสังคม (Sociocultural Internalization)

การซึมซับจากวัฒนธรรมสังคมในการวิจัยนี้ หมายถึง การซึมซับค่านิยม และเจตคติเกี่ยวกับความงามจากวัฒนธรรมสังคมที่บุคคลอาศัยอยู่ และรับเอามาตรฐานด้านความงามและความดึงดูดใจจากสังคมและวัฒนธรรมมาเป็นมาตรฐานความงามของตน Thompson, van den Berg, Roehring, Guarda, และ Heinberg (2004) อธิบายการซึมซับค่านิยมความงามจากวัฒนธรรมสังคมว่า เป็นการรวบรวมค่านิยมเฉพาะบางประการมาเป็นแนวทางหรือหลักการสำหรับความงามหรือความดึงดูดใจของตน โดยรับเอาบรรทัดฐานเกี่ยวกับขนาดของร่างกายและ

รูปร่างหน้าตาที่สังคมมองว่าดึงดูดใจมาเป็นบรรทัดฐานส่วนบุคคล และพยายามปรับพฤติกรรมของตนให้เข้าใกล้มาตรฐานเหล่านั้น

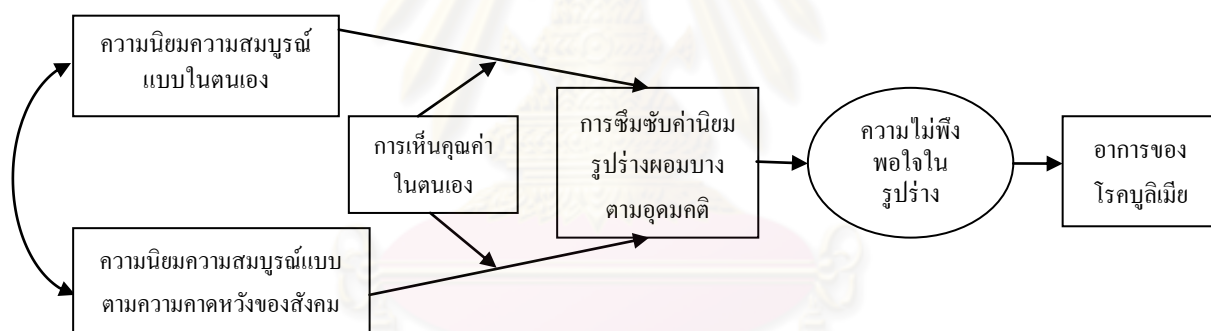
บุคคลที่ได้รับสารเกี่ยวกับความสำคัญของความดึงดูดใจ และลักษณะที่เหมาะสมของรูปร่างหน้าตาผ่านทางสื่อต่าง ๆ ย่อมจะใส่ใจและวิตกกังวลกับรูปลักษณ์ของตนเองเพิ่มขึ้น และอาจพยายามใช้วิธีการต่าง ๆ เข้ามาช่วยให้ตนเองประสบความสำเร็จตามมาตรฐานความดึงดูดใจที่สังคมวางไว้ (Frederickson & Roberts, 1997) ดังมีหลักฐานว่าโฆษณาเกี่ยวกับการออกกำลังกาย และการควบคุมอาหารที่เพิ่มขึ้นในนิตยสารของผู้หญิง สัมพันธ์กับความผิดปกติในการรับประทานอาหารที่มีเพิ่มสูงขึ้น (Wiseman, Gray, Mosimann, & Ahren, 1992)

งานวิจัยจำนวนหนึ่งพบว่า การซึมซับค่านิยมความงามจากวัฒนธรรมสังคมอาจเป็นปัจจัยหนึ่งที่เป็นสาเหตุเริ่มต้นของความกังวลเรื่องการรับประทานอาหาร และความกังวลเกี่ยวกับรูปร่าง (Thompson & Stice, 2001) นอกจากนี้การซึมซับค่านิยมความงามจากวัฒนธรรมสังคมยังสัมพันธ์ทางบวกกับความไม่พึงพอใจในรูปร่างของตนเอง (Stice & Hoffman, 2004) และเป็นตัวแปรทำนายโรคที่เกิดจากผิดปกติในการรับประทานอาหารด้วย (Stice, 1994; Stice 2002)

สำหรับงานวิจัยเกี่ยวกับการทำศัลยกรรมเสริมความงามและการซึมซับค่านิยมความงามจากวัฒนธรรมสังคมพบว่า การซึมซับค่านิยมความงามจากวัฒนธรรมสังคมนั้นมีความสัมพันธ์ และสามารถทำนายเจตคติหรือความสนใจต่อการทำศัลยกรรมเสริมความงามของผู้หญิงได้ (Delinsky, 2005; Henderson-King, & Brooks, 2009; Sarwer et al., 2005; Sperry et al., 2009; Swami et al., 2008) การนำเสนอข้อมูลการทำศัลยกรรมเสริมความงามที่เพิ่มขึ้นอย่างมากในสื่อต่าง ๆ ทั้งการโฆษณา รายการแนะนำเทคนิคทางการแพทย์ใหม่ ๆ ในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม และรายการเรียลลิตีที่นำเสนอการแปลงโฉมผู้ร่วมรายการด้วยการทำศัลยกรรมเสริมความงาม (Sperry et al., 2009) เหล่านี้ทำให้ศัลยกรรมเสริมความงามกลายเป็นเรื่องปกติธรรมดาในสังคมปัจจุบัน และทำให้บุคคลซึมซับค่านิยมเกี่ยวกับการทำศัลยกรรมเสริมความงามเป็นมาตรฐานความงามของตนเองในที่สุด

ในงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยเห็นว่าผู้ที่นิยมความสมบูรณ์แบบตามความคาดหวังของสังคม เป็นบุคคลที่เชื่อว่าสังคมหรือคนรอบข้างคาดหวังมาตรฐาน และความเพียบพร้อมสมบูรณ์แบบ

จากตน คนกลุ่มนี้จึงน่าจะซึมซับค่านิยมจากวัฒนธรรมสังคมน่าจะค่อนข้างมาก เพื่อนำมาปฏิบัติตาม หรือเพื่อบรรลุเป้าหมายที่สังคมให้คุณค่าว่าเป็นสิ่งที่ดีงาม ถูกต้อง เหมาะสม จนทำให้ตนเองได้ เป็นที่ยอมรับและชื่นชมของสังคมในที่สุด Sherry และคณะ (2007) อธิบายว่าผู้ที่นิยมความ สมบูรณ์แบบตามความคาดหวังของสังคมน่าจะอ่อนไหวและไวต่อการรับภาพลักษณ์ด้านความ งามจากสื่อ ความกดดันจากวัฒนธรรมสังคม และความคาดหวังของผู้อื่นต่อรูปร่างของตน ดังนั้น พวกเขาจึงมีแนวโน้มที่จะยอมรับการทำศัลยกรรมเสริมความงามเพื่อเหตุผลทางสังคมและ วัฒนธรรมมากกว่า นอกจากนี้ในงานวิจัยของ Tissot และ Crowther (2008) ที่ศึกษาโมเดลบูรณา การของปัจจัยที่ส่งอิทธิพลต่อกลุ่มอาการของโรค Bulimia Nervosa ก็พบว่า การซึมซับค่านิยมใน เรื่องรูปร่างผอมบาง (thin ideal internalization) เป็นตัวแปรส่งผ่านระหว่างความนิยมความ สมบูรณ์แบบในตนเอง และความนิยมความสมบูรณ์แบบตามความคาดหวังของสังคมกับความไม่ พึงพอใจในรูปร่างกายของตน ซึ่งส่งอิทธิพลต่อไปที่กลุ่มอาการของโรค Bulimia Nervosa ในที่สุด



ภาพที่ 1 โมเดลอิทธิพลกำกับของการเห็นคุณค่าแห่งตน และอิทธิพลส่งผ่านของการซึมซับค่านิยม รูปร่างผอมบางตามอุดมคติระหว่างความนิยมความสมบูรณ์แบบ ความไม่พึงพอใจใน รูปร่าง และอาการของโรคบูลิเมีย ดัดแปลงจาก Tissot และ Crowther (2008)

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เนื่องจากการศึกษาวิจัยเรื่องรูปลักษณะโดยเฉพาะในกลุ่มผู้หญิง ส่วนใหญ่จะเป็น การศึกษาที่เกี่ยวข้องกับรูปร่าง และน้ำหนัก เช่น การจำกัดอาหาร (dietary restraint) ความ ผิดปกติในการรับประทานอาหาร โรคที่เกี่ยวข้องจากความผิดปกติในการรับประทานอาหาร และการ รับประทานอาหารของตนเอง ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้ทบทวนวรรณกรรมจากงานวิจัยเหล่านี้ร่วมด้วย เพราะมีตัว แปรที่สอดคล้องกับตัวแปรที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้

Hewitt, Flett, และ Ediger (1995) ศึกษาความนิยมความสมบูรณ์แบบและการนำเสนอ ตนเองอย่างสมบูรณ์แบบพบว่า ความนิยมความสมบูรณ์แบบในตนเอง ความนิยมความสมบูรณ์แบบ ตามความคาดหวังของสังคม และการส่งเสริมตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบ มีความสัมพันธ์ ความผิดปกติในการรับประทานอาหาร (eating disorder)

ต่อมา Sherry และ Hall (2009) ก็ศึกษาพบว่าความนิยมความสมบูรณ์แบบตามความ คาดหวังของสังคมเป็นปัจจัยเสี่ยงของการรับประทานอาหารจำนวนมากโดยไม่สามารถควบคุมได้ (binge eating) ซึ่งเป็นอาการอย่างหนึ่งของความผิดปกติในการรับประทานอาหาร ผลการวิจัยนี้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Hewitt และคณะ (1995)

Sherry และคณะ (2004) ศึกษาความนิยมความสมบูรณ์แบบและการนำเสนอตนเอง อย่างสมบูรณ์แบบ (perfectionistic self-presentation) ที่ส่งผลต่อความคิดจะทำศัลยกรรมเสริม ความงาม จากการวิจัยนี้ พบว่า ความนิยมความสมบูรณ์แบบตามความคาดหวังของสังคม (socially prescribed perfectionism) การส่งเสริมตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบ (perfectionistic self-promotion) และการไม่แสดงความไม่สมบูรณ์แบบของตนเอง (nondisplay of imperfection) สัมพันธ์กับความคิดจะทำศัลยกรรมเสริมความงามอย่างมีนัยสำคัญ และ ความนิยมความสมบูรณ์แบบ ตามความคาดหวังของสังคมทำนายความคิดจะทำศัลยกรรมเสริมความงาม โดยมีการ ส่งเสริมตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบ และการไม่แสดงความไม่สมบูรณ์แบบของตนเองเป็นตัว แปรส่งผ่าน

Sherry และคณะ (2007) พบว่าผู้ที่ผ่านการทำศัลยกรรมเสริมความงามมีความนิยมความสมบูรณ์แบบตามความคาดหวังของสังคม และการส่งเสริมตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบมากกว่ากลุ่มควบคุมซึ่งไม่เคยทำศัลยกรรมเสริมความงาม

Bardone และคณะ (2000) และ Sherry และคณะ (2009) ต่างก็ศึกษาพบว่าความนิยมความสมบูรณ์แบบในตนเอง ความนิยมความสมบูรณ์แบบตามความคาดหวังของสังคม รวมถึงการส่งเสริมตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบ และการไม่แสดงความไม่สมบูรณ์แบบของตนเองสัมพันธ์ทางบวกกับความไม่พึงพอใจในรูปลักษณ์ของตนเอง (body image dissatisfaction or body image disturbance) อย่างมีนัยสำคัญ

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อศึกษาอิทธิพลของความนิยมความสมบูรณ์แบบต่อเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของความนิยมความสมบูรณ์แบบต่อเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม โดยมีการนำเสนอตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบเป็นตัวแปรส่งผ่าน
3. เพื่อศึกษาอิทธิพลของความนิยมความสมบูรณ์แบบต่อเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม โดยมีการซึมซับจากวัฒนธรรมสังคมเป็นตัวแปรส่งผ่าน

ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (survey research) โดยผู้วิจัยจำกัดขอบเขตการศึกษาเพียงกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงเท่านั้น เนื่องจากหลายงานวิจัยที่ผ่านมาพบว่า เพศหญิงมีแนวโน้มที่เลือกทำหรือสนใจจะทำศัลยกรรมมากกว่าผู้ชายอย่างมีนัยสำคัญ (Swami et al., 2008; Swami et al., 2009)

สำหรับตัวแปรลักษณะความสมบูรณ์แบบที่ใช้ในการศึกษานี้ ผู้วิจัยเลือกใช้การวัดความนิยมความสมบูรณ์แบบตามแนวคิดของ Hewitt และ Flett (1991) เนื่องจากเป็นแนวคิดที่เหมาะสมและสอดคล้องกับการศึกษาเกี่ยวกับรูปร่างหน้าตา การปรับปรุงภาพลักษณ์ และการทำศัลยกรรมเสริมความงาม และเป็นมาตรที่มีนักวิจัยเคยนำไปใช้ศึกษาประเด็นนี้แล้ว (Sherry et

al., 2004; Sherry et al., 2007) โดยศึกษาเกี่ยวกับการนำเสนอตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบ ซึ่งเป็นมาตรวัดที่พัฒนาขึ้นโดย Hewitt และคณะ (2003)

ด้านการซึมซับจากวัฒนธรรมสังคมผู้วิจัยเลือกใช้มาตรวัดที่ Thompson, van den Berg, Roehing, Guarda, และ Heinberg (2004) พัฒนาขึ้น เพราะเป็นมาตรที่นักวิจัยนิยมใช้ศึกษากันอย่างแพร่หลาย และมีการปรับปรุงมาถึงครั้งที่ 3 แล้ว ส่วนเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงามนั้นใช้มาตรที่พัฒนาโดย Henderson-King และ Henderson-King (2005) เพราะเป็นมาตรที่วัดเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงามได้ค่อนข้างครบถ้วน และลึกซึ้งกว่ามาตรอื่น ๆ ที่เคยมีมาก่อนหน้านี้ที่ยังไม่มีการแยกองค์ประกอบย่อยของมาตรวัด และไม่มีการวัดประเด็นการพิจารณาตัดสินใจทำศัลยกรรมเสริมความงาม

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

1. ตัวแปรแฝงภายนอก คือ ความนิยมความสมบูรณ์แบบ ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ 3 ตัวแปร ได้แก่
 - 1.1 ความนิยมความสมบูรณ์แบบในตนเอง
 - 1.2 ความนิยมความสมบูรณ์แบบตามความคาดหวังของสังคม
 - 1.3 ความนิยมความสมบูรณ์แบบจากผู้อื่น
2. ตัวแปรแฝงภายใน ได้แก่
 - 2.1 การนำเสนอตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบ ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ 3 ตัวแปร ได้แก่
 - 2.1.1 การส่งเสริมตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบ
 - 2.1.2 การไม่แสดงความไม่สมบูรณ์แบบของตนเอง
 - 2.1.3 การไม่ยอมรับความไม่สมบูรณ์แบบของตนเอง
 - 2.2 การซึมซับจากวัฒนธรรมสังคม ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ 4 ตัวแปร ได้แก่
 - 2.2.1 การซึมซับค่านิยมความงามทั่วไป
 - 2.2.2 การรับข้อมูลข่าวสารจากวัฒนธรรมสังคม
 - 2.2.3 ความกดดันจากวัฒนธรรมสังคม
 - 2.2.4 การซึมซับค่านิยมความงามแบบนักกีฬา

- 2.3 เจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ 3 ตัวแปร ได้แก่
- 2.3.1 ปัจจัยภายในตัวบุคคล
- 2.3.2 ปัจจัยทางสังคม
- 2.3.3 การพิจารณาตัดสินใจ

การพัฒนาสมมติฐาน

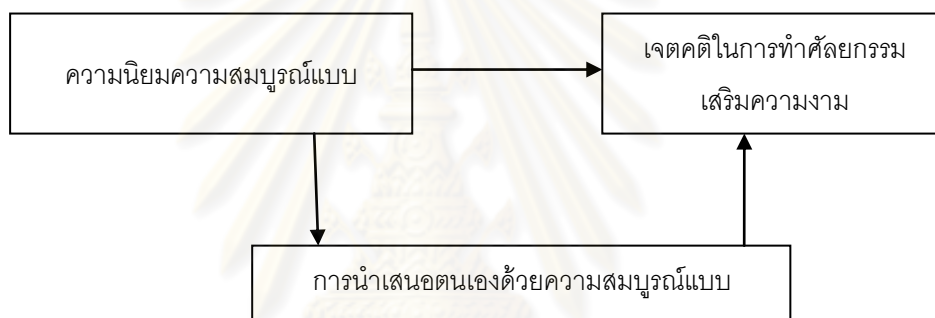
เนื่องจากผู้วิจัยต้องการเปรียบเทียบระหว่างโมเดลหลักของการวิจัยครั้งนี้ คือ โมเดล อิทธิพลความนิยมความสมบูรณ์แบบต่อเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม โดยมีการ นำเสนอตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบ และการซึมซับจากวัฒนธรรมสังคมเป็นตัวแปรส่งผ่าน ซึ่งเป็นโมเดลที่ทดสอบองค์ประกอบครบทุกด้านในแต่ละตัวแปร กับโมเดลทางเลือก คือ โมเดล อิทธิพลความนิยมความสมบูรณ์แบบตามความคาดหวังของสังคมต่อเจตคติในการทำศัลยกรรม เสริมความงาม โดยมีการส่งเสริมตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบ การไม่แสดงความไม่สมบูรณ์แบบ ของตนเอง และการซึมซับจากวัฒนธรรมสังคมเป็นตัวแปรส่งผ่าน ซึ่งเป็นโมเดลที่เลือกเพียงบาง องค์ประกอบของตัวแปรความนิยมความสมบูรณ์แบบ และตัวแปรการนำเสนอตนเองด้วยความ สมบูรณ์แบบมาศึกษา ตามผลการวิจัยที่พบจากการทบทวนวรรณกรรมที่ผ่านมา โดยต้องการ ทดสอบว่าโมเดลใดสามารถอธิบายอิทธิพลที่มีต่อเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงามได้ ดีกว่ากัน

จากการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับความนิยมความสมบูรณ์แบบ (perfectionism) กับ การทำศัลยกรรมเสริมความงาม พบว่า มีเพียงความนิยมความสมบูรณ์แบบตามความคาดหวัง ของสังคม (socially prescribed perfectionism) เท่านั้นที่ทำนายความคิดที่จะทำศัลยกรรมได้ อย่างมีนัยสำคัญ ส่วนความนิยมความสมบูรณ์แบบในตนเอง (self-oriented perfectionism) นั้น ไม่สามารถทำนายความคิดในการทำศัลยกรรมเสริมความงามได้อย่างมีนัยสำคัญ ในขณะที่ความ นิยมความสมบูรณ์แบบจากผู้อื่น (other-oriented perfectionism) ไม่สามารถทำนายการ ทำศัลยกรรมเสริมความงามได้เช่นกัน นอกจากนี้การนำเสนอตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบ (perfectionistic self presentation) ในองค์ประกอบด้านการส่งเสริมตนเองด้วยความสมบูรณ์ แบบ (perfectionistic self-promotion) และองค์ประกอบการไม่แสดงความไม่สมบูรณ์แบบของ ตนเอง (nondisplay of imperfection) ทำนายการทำศัลยกรรมเสริมความงามได้อย่างมีนัยสำคัญ

และองค์ประกอบทั้งสองด้านนี้ยังเป็นตัวแปรส่งผ่านระหว่างความนิยมความสมบูรณ์แบบในตนเองกับการทำศัลยกรรมเสริมความงามด้วย (Sherry et al., 2007; Sherry et al., 2004) ดังนั้นผู้วิจัยจึงตั้งสมมติฐานการวิจัยของโมเดลหลักข้อที่ 1-2 และข้อที่ 4 และสมมติฐานของโมเดลทางเลือกข้อที่ 1-3 และข้อที่ 6-7 ดังต่อไปนี้

สมมติฐานของโมเดลหลัก

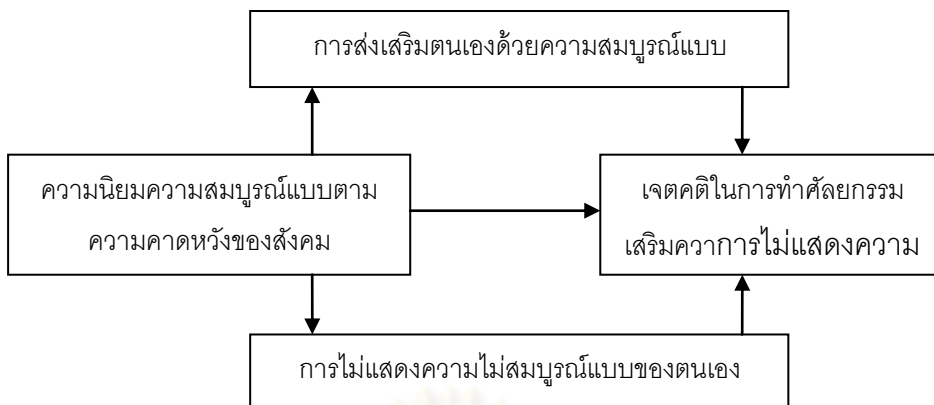
1. ความนิยมความสมบูรณ์แบบทำนายเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงามได้
2. การนำเสนอตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบทำนายเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงามได้
4. ความนิยมความสมบูรณ์แบบทำนายเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงามได้ โดยมีการนำเสนอตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบเป็นตัวแปรส่งผ่าน



ภาพที่ 2 อิทธิพลส่งผ่านของการนำเสนอตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบ

สมมติฐานของโมเดลทางเลือก

1. ความนิยมความสมบูรณ์แบบตามความคาดหวังของสังคมทำนายเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงามได้
2. การส่งเสริมตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบทำนายเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงามได้
3. การไม่แสดงความไม่สมบูรณ์แบบของตนเองทำนายเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงามได้
6. ความนิยมความสมบูรณ์แบบตามความคาดหวังของสังคมทำนายเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม โดยมีการส่งเสริมตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบเป็นตัวแปรส่งผ่าน
7. ความนิยมความสมบูรณ์แบบตามความคาดหวังของสังคมทำนายเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม โดยมีการไม่แสดงความไม่สมบูรณ์แบบของตนเองเป็นตัวแปรส่งผ่าน



ภาพที่ 3 อิทธิพลส่งผ่านของการส่งเสริมตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบและการไม่แสดงความไม่สมบูรณ์แบบของตนเองเป็นตัวแปรส่งผ่าน

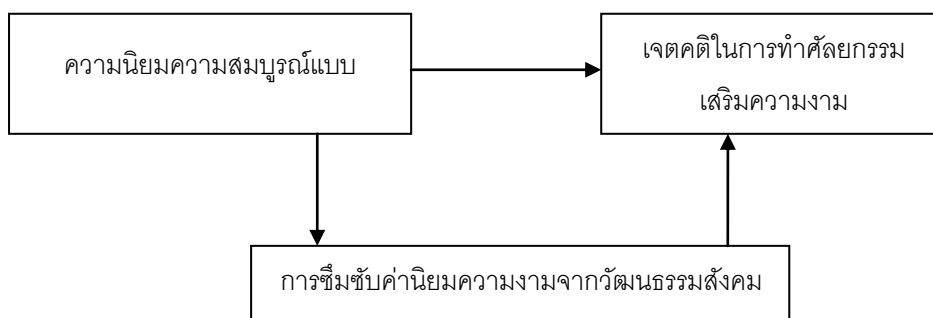
งานวิจัยจำนวนมากต่างก็พบว่า การซื้อซ้ำ ค่านิยมความงาม จากวัฒนธรรมสังคมนั้นมีความสัมพันธ์และสามารถทำนายเจตคติหรือความสนใจต่อการทำศัลยกรรมเสริมความงามของผู้หญิงได้อย่างมีนัยสำคัญ เนื่องจากคนกลุ่มนี้ย่อมรับเอามาตรฐานความงามของสังคมมาเป็นมาตรฐานส่วนบุคคล และพยายามปรับปรุงตนเองให้เข้าใกล้มาตรฐานนั้นให้มากที่สุดโดยใช้วิธีต่าง ๆ รวมไปถึงการเลือกทำศัลยกรรมเสริมความงามด้วย (Delinsky, 2005; Henderson-King, & Brooks, 2009; Sarwer et al., 2005; Sperry et al., 2009; Swami et al., 2008) ผู้วิจัยจึงตั้งสมมติฐานการวิจัยของโมเดลหลักข้อที่ 3 และสมมติฐานการวิจัยของโมเดลทางเลือกข้อที่ 4 ซึ่งเหมือนกัน ดังต่อไปนี้

“การซื้อซ้ำจากวัฒนธรรมสังคมทำนายเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงามได้”

เนื่องจากบุคคลที่มีความนิยมความสมบูรณ์แบบตามความคาดหวังของสังคมรายงานว่า รู้สึกกังวลและหมกมุ่นกับความรูสึกกดดันที่จะมีความงามตามอุดมคติของสังคม (Sherry et al., 2004) ดังนั้นการซื้อซ้ำจากวัฒนธรรมสังคมน่าจะเป็นอีกตัวแปรหนึ่งที่ร่วมอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างความนิยมความสมบูรณ์แบบตามความคาดหวังของสังคมกับการทำศัลยกรรมเสริมความงาม ผู้วิจัยจึงตั้งสมมติฐานของโมเดลหลักข้อที่ 5 และสมมติฐานของโมเดลทางเลือกข้อที่ 7 ดังต่อไปนี้

สมมติฐานของโมเดลหลัก

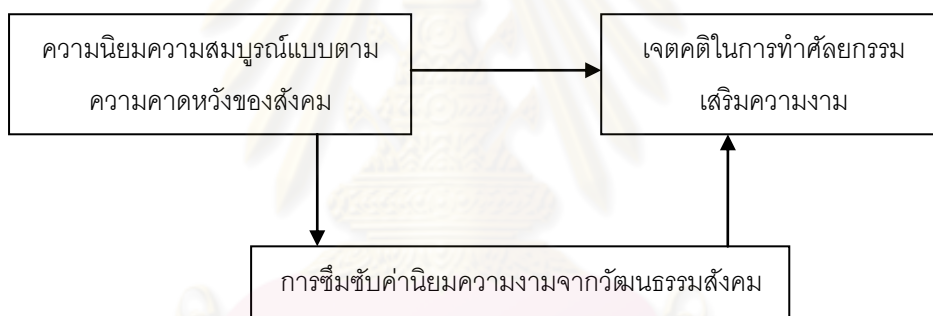
- ความนิยมความสมบูรณ์แบบทำนายเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม โดยมีตัวแปรการซื้อซ้ำจากวัฒนธรรมสังคมเป็นตัวแปรส่งผ่าน



ภาพที่ 4 อิทธิพลส่งผ่านของการซึ่มซึบจากวัฒนธรรมสังคัมระหว่างความนิยมความสมบูรณ์แบบกับเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม

สมมติฐานของโมเดลทางเลือก

7. ความนิยมความสมบูรณ์แบบตามความคาดหวังของสังคัมทำนายเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม โดยมีการซึ่มซึบจากวัฒนธรรมสังคัมเป็นตัวแปรส่งผ่าน



ภาพที่ 5 อิทธิพลส่งผ่านของการซึ่มซึบจากวัฒนธรรมสังคัมระหว่างความนิยมความสมบูรณ์แบบตามความคาดหวังของสังคัมกับเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม

สมมติฐานการวิจัยของโมเดลหลัก

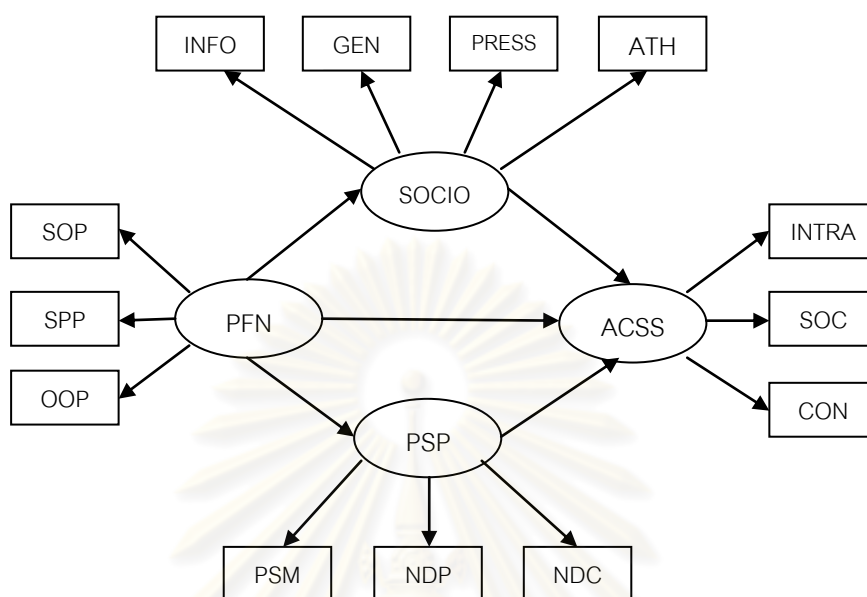
1. ความนิยมความสมบูรณ์แบบทำนายเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงามได้
2. การนำเสนอตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบทำนายเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงามได้
3. การซึ่มซึบจากวัฒนธรรมสังคัมการทำนายเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงามได้
4. ความนิยมความสมบูรณ์แบบทำนายเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงามได้ โดยมีการนำเสนอตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบเป็นตัวแปรส่งผ่าน
5. ความนิยมความสมบูรณ์แบบทำนายเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม โดยมีการซึ่มซึบจากวัฒนธรรมสังคัมเป็นตัวแปรส่งผ่าน

สมมติฐานการวิจัยของโมเดลทางเลือก

1. ความนิยมความสมบูรณ์แบบตามความคาดหวังของสังคมทำนายเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงามได้
2. การส่งเสริมตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบทำนายเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงามได้
3. การไม่แสดงความไม่สมบูรณ์แบบของตนเองทำนายเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงามได้
4. การซึมซับจากวัฒนธรรมสังคมการทำนายเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงามได้
5. ความนิยมความสมบูรณ์แบบตามความคาดหวังของสังคมทำนายเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม โดยมีการส่งเสริมตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบเป็นตัวแปรส่งผ่าน
6. ความนิยมความสมบูรณ์แบบตามความคาดหวังของสังคมทำนายเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม โดยมีการไม่แสดงความไม่สมบูรณ์แบบของตนเองเป็นตัวแปรส่งผ่าน
7. ความนิยมความสมบูรณ์แบบตามความคาดหวังของสังคมทำนายเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม โดยมีการซึมซับจากวัฒนธรรมสังคมเป็นตัวแปรส่งผ่าน

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

โมเดลการวิจัยหลัก



ภาพที่ 6 โมเดลการวิจัยอิทธิพลความนิยมความสมบูรณ์แบบต่อเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม

หมายเหตุ PFN (perfectionism) หมายถึง ความนิยมความสมบูรณ์แบบ

SOP (self-oriented perfectionism) หมายถึง ความนิยมความสมบูรณ์แบบในตนเอง

SPP (socially prescribed perfectionism) หมายถึง ความนิยมความสมบูรณ์แบบตามความคาดหวังของสังคม

OOP (other-oriented perfectionism) หมายถึง ความนิยมความสมบูรณ์แบบจากผู้อื่น

PSP (perfectionistic self-presentation) หมายถึง การนำเสนอตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบ

PSM (perfectionistic self-promotion) หมายถึง การส่งเสริมตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบ

NDP (nondisplay of imperfection) หมายถึง การไม่แสดงความไม่สมบูรณ์แบบของตนเอง

NDC (nondisclosure of imperfection) หมายถึง การไม่ยอมรับความไม่สมบูรณ์แบบของตนเอง

SOCIO (sociocultural internalization) หมายถึง การซึมซับจากสังคมวัฒนธรรม

INFO (information) หมายถึง การรับข้อมูลข่าวสารจากวัฒนธรรมสังคม

GEN (general) หมายถึง การซึมซับค่านิยมความงามทั่วไป

PRESS (pressure) หมายถึง ความกดดันจากวัฒนธรรมสังคม

ATH (athlete) หมายถึง การซึมซับค่านิยมความงามแบบนักกีฬา

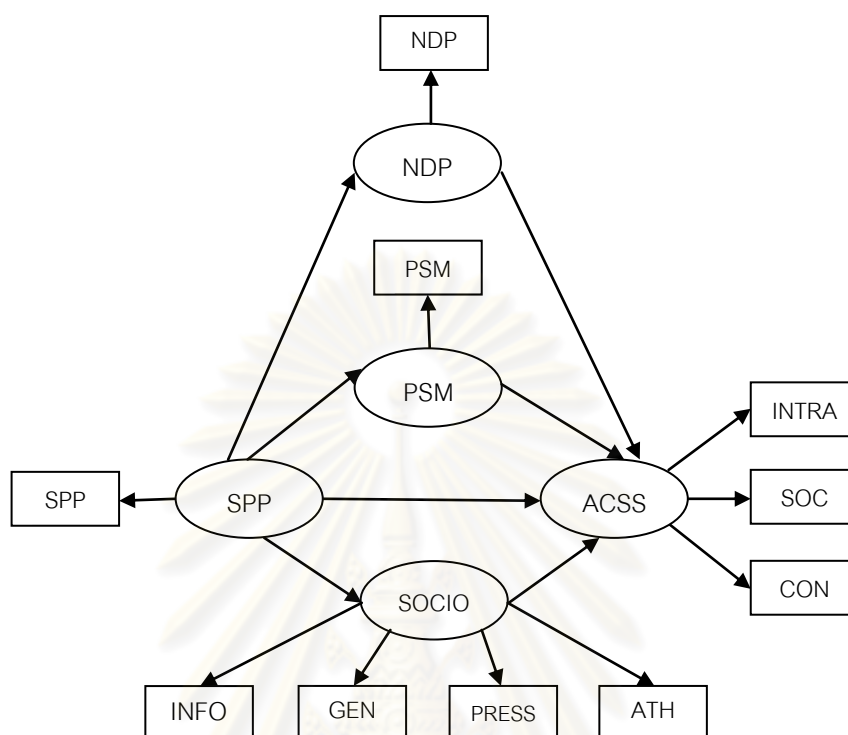
ACSS (acceptance to cosmetic surgery) หมายถึง เจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม

INTRA (intrapersonal factors) หมายถึง ปัจจัยภายในตัวบุคคล

SOC (social factors) หมายถึง ปัจจัยทางสังคม

CON (consideration) หมายถึง การพิจารณาตัดสินใจ

โมเดลการวิจัยทางเลือก



ภาพที่ 7 โมเดลการวิจัยอิทธิพลความนิยมความสมบูรณ์แบบตามความคาดหวังของสังคมต่อเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม

หมายเหตุ SPP (socially prescribed perfectionism) หมายถึง ความนิยมความสมบูรณ์แบบตามความคาดหวังของสังคม

PSM (perfectionistic self-promotion) หมายถึง การส่งเสริมตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบ

NDP (nondisplay of imperfection) หมายถึง การไม่แสดงความไม่สมบูรณ์แบบของตนเอง

SOCIO (sociocultural internalization) หมายถึง การซึมซับจากสังคมวัฒนธรรม

INFO (information) หมายถึง การรับข้อมูลข่าวสารจากวัฒนธรรมสังคม

GEN (general) หมายถึง การซึมซับค่านิยมความงามทั่วไป

PRESS (pressure) หมายถึง ความกดดันจากวัฒนธรรมสังคม

ATH (athlete) หมายถึง การซึมซับค่านิยมความงามแบบนักกีฬา

ACSS (acceptance to cosmetic surgery) หมายถึง เจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม

INTRA (intrapersonal factors) หมายถึง ปัจจัยภายในตัวบุคคล

SOC (social factors) หมายถึง ปัจจัยทางสังคม

CON (consideration) หมายถึง การพิจารณาตัดสินใจ

คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย

ความนิยมความสมบูรณ์แบบ หมายถึง ลักษณะนิสัยที่ต้องการหรือปรารถนาความสมบูรณ์เพียบพร้อมจากตนเองหรือผู้อื่น พยายามไม่ให้เกิดข้อผิดพลาดหรือความบกพร่องใด ๆ มีแนวโน้มที่จะประเมินพฤติกรรมหรือผลการงานที่ได้ต่ำกว่าที่ควรจะเป็น และวิพากษ์วิจารณ์มากเกินไปจนเกินความจริง

การวิจัยครั้งนี้ศึกษาความนิยมความสมบูรณ์แบบตามแนวคิดของ Hewitt และ Flett (1991) ซึ่งประกอบด้วยมิติ 3 มิติ ได้แก่ ความนิยมความสมบูรณ์แบบในตนเอง ความนิยมความสมบูรณ์แบบจากสังคม และความนิยมความสมบูรณ์แบบจากผู้อื่น โดยให้ผู้ร่วมการวิจัยตอบมาตรวัดความนิยมความสมบูรณ์แบบจำนวน 33 ข้อ ประกอบด้วยองค์ประกอบ 3 องค์ประกอบ ด้านละ 11 ข้อ เป็นมาตรลิเคิร์ต 7 ช่วง ได้แก่ 1 คือ ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 2 คือ ไม่เห็นด้วย 3 คือ ค่อนข้างไม่เห็นด้วย 4 คือ ทั้งเห็นด้วยและไม่เห็นด้วยพอ ๆ กัน 5 คือ ค่อนข้างเห็นด้วย 6 คือ เห็นด้วย และ 7 คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ความนิยมความสมบูรณ์แบบตามความคาดหวังของสังคม หมายถึง ลักษณะนิสัยที่รับรู้ว่าคุณอื่นหรือสังคมคาดหวังให้ตนเองกระทำได้ตามมาตรฐานที่สังคมวางไว้ โดยเชื่อและรับรู้ว่าคุณอื่นคาดหวังมาตรฐานจากตนเองโดยผิดจากความเป็นจริง คิดว่าคุณอื่นประเมินตนอย่างเข้มงวด และสังคมพยายามกดดันให้ตนเองต้องสมบูรณ์แบบ

การวิจัยครั้งนี้ศึกษาความนิยมความสมบูรณ์แบบตามความคาดหวังของสังคม หมายถึง คะแนนที่ได้จากองค์ประกอบด้านความนิยมความสมบูรณ์แบบตามความคาดหวังของสังคม ตามแนวคิดของ Hewitt และ Flett (1991) จำนวน 11 ข้อ เป็นมาตรลิเคิร์ต 7 ช่วง ได้แก่ 1 คือ ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 2 คือ ไม่เห็นด้วย 3 คือ ค่อนข้างไม่เห็นด้วย 4 คือ ทั้งเห็นด้วยและไม่เห็นด้วยพอ ๆ กัน 5 คือ ค่อนข้างเห็นด้วย 6 คือ เห็นด้วย และ 7 คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง

การนำเสนอตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบ หมายถึง ลักษณะการแสดงออกของบุคคลที่ต้องการให้ตนเองดูสมบูรณ์เพียบพร้อม ไร้ข้อบกพร่องในสายตาผู้อื่น การนำเสนอตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบประกอบด้วยองค์ประกอบ 3 องค์ประกอบ คือ การส่งเสริมตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบ การไม่แสดงความไม่สมบูรณ์แบบของตน และการไม่ยอมรับความไม่สมบูรณ์แบบของตน

ในการวิจัยครั้งนี้การนำเสนอตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบ หมายถึง คะแนนที่ได้จาก มาตรการนำเสนอตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบจำนวน 21 ข้อ แบ่งตามองค์ประกอบได้ด้านละ 7, 9, และ 5 ข้อ ตามลำดับ โดยให้ผู้ตอบประเมินมาตรลิเคิร์ต 7 ช่วง ได้แก่ 1 คือ ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 2 คือ ไม่เห็นด้วย 3 คือ ค่อนข้างไม่เห็นด้วย 4 คือ ทั้งเห็นด้วยและไม่เห็นด้วยพอ ๆ กัน 5 คือ ค่อนข้างเห็นด้วย 6 คือ เห็นด้วย และ 7 คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง

การส่งเสริมตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบ หมายถึง ลักษณะของความพยายามแสดง ความสมบูรณ์แบบของตนเองต่อผู้อื่น ในขณะที่เดียวกันก็พยายามแสดงความผิดพลาดหรือ ข้อบกพร่องของตนเองให้น้อยที่สุด

ในการวิจัยครั้งนี้การส่งเสริมตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบ หมายถึง คะแนนที่ได้จาก องค์ประกอบด้านการส่งเสริมตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบ จำนวน 7 ข้อ ของมาตรการนำเสนอ ตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบ โดยให้ผู้ตอบประเมินมาตรลิเคิร์ต 7 ช่วง ได้แก่ 1 คือ ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง 2 คือ ไม่เห็นด้วย 3 คือ ค่อนข้างไม่เห็นด้วย 4 คือ ทั้งเห็นด้วยและไม่เห็นด้วยพอ ๆ กัน 5 คือ ค่อนข้างเห็นด้วย 6 คือ เห็นด้วย และ 7 คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง

การไม่แสดงความไม่สมบูรณ์แบบของตนเอง หมายถึง ลักษณะของพฤติกรรม การหลีกเลี่ยงหรือปกปิดความไม่สมบูรณ์แบบของตนเองไม่ให้ผู้อื่นรับรู้

ในการวิจัยครั้งนี้การไม่แสดงความไม่สมบูรณ์แบบของตนเอง หมายถึง คะแนนที่ได้จาก องค์ประกอบด้านการไม่แสดงความไม่สมบูรณ์แบบของตนเอง จำนวน 9 ข้อ ของมาตรการ นำเสนอตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบ โดยให้ผู้ตอบประเมินมาตรลิเคิร์ต 7 ช่วง ได้แก่ 1 คือ ไม่ เห็นด้วยอย่างยิ่ง 2 คือ ไม่เห็นด้วย 3 คือ ค่อนข้างไม่เห็นด้วย 4 คือ ทั้งเห็นด้วยและไม่เห็นด้วยพอ ๆ กัน 5 คือ ค่อนข้างเห็นด้วย 6 คือ เห็นด้วย และ 7 คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง

การซึมซับจากวัฒนธรรมสังคม หมายถึง การซึมซับค่านิยม เจตคติด้านความงามจาก สังคมและวัฒนธรรมที่บุคคลเป็นสมาชิก รับเอามาตรฐานด้านความงามและความดึงดูดใจ ทั้ง ด้านขนาดของร่างกายและรูปร่างหน้าตาที่สังคมมองว่าดึงดูดใจมาเป็นมาตรฐานความงามของตน และพยายามปรับพฤติกรรมของตนให้เข้าใกล้มาตรฐานเหล่านั้น

ในการวิจัยครั้งนี้การซึมซับจากวัฒนธรรมสังคม หมายถึง คะแนนที่ได้จากมาตรวัดการซึมซับค่านิยมความงามจากวัฒนธรรมสังคมจำนวน 27 ข้อ ประกอบด้วยประกอบ 4 องค์ประกอบ คือ ด้านการซึมซับค่านิยมความงามทั่วไปจำนวน 9 ข้อ ด้านการซึมซับค่านิยมความงามแบบนักกีฬาจำนวน 3 ข้อ ด้านการรับข้อมูลข่าวสารจากวัฒนธรรมสังคม จำนวน 9 ข้อ และด้านความกตัญญูจากวัฒนธรรมสังคมจำนวน 6 ข้อ โดยให้ผู้ตอบประเมินมาตรลิเคิร์ต 7 ช่วง ได้แก่ 1 คือ ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 2 คือ ไม่เห็นด้วย 3 คือ ค่อนข้างไม่เห็นด้วย 4 คือ ทั้งเห็นด้วยและไม่เห็นด้วยพอ ๆ กัน 5 คือ ค่อนข้างเห็นด้วย 6 คือ เห็นด้วย และ 7 คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง

เจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม หมายถึง ความคิดเห็นที่มีต่อการทำศัลยกรรมเสริมความงาม รวมไปถึงการยอมรับหรือปฏิเสธการทำศัลยกรรมเสริมความงาม

การวิจัยครั้งนี้ เจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม หมายถึง คะแนนที่ได้จากมาตรวัดการยอมรับการทำศัลยกรรมเสริมความงามจำนวน 18 ข้อ ประกอบด้วยองค์ประกอบ 3 องค์ประกอบ ได้แก่ ด้านแรงจูงใจภายในตัวบุคคล 6 ข้อ ด้านแรงจูงใจทางสังคม 6 ข้อ และด้านการพิจารณาตัดสินใจ 6 ข้อ โดยให้ผู้ตอบประเมินมาตรลิเคิร์ต 7 ช่วง ได้แก่ 1 คือ ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 2 คือ ไม่เห็นด้วย 3 คือ ค่อนข้างไม่เห็นด้วย 4 คือ ทั้งเห็นด้วยและไม่เห็นด้วยพอ ๆ กัน 5 คือ ค่อนข้างเห็นด้วย 6 คือ เห็นด้วย และ 7 คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงอิทธิพลค่านิยมความสมบูรณ์แบบต่อเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม โดยมีการนำเสนอตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบเป็นตัวแปรส่งผ่าน
2. ทำให้ทราบถึงอิทธิพลส่งผ่านของการซึมซับจากวัฒนธรรมสังคมระหว่างค่านิยมความสมบูรณ์แบบกับเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม
3. ได้เครื่องมือวัดค่านิยมความสมบูรณ์แบบ การนำเสนอตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบ การซึมซับจากวัฒนธรรมสังคม และเจตคติในการทำศัลยกรรมสำหรับสังคมไทย ซึ่งน่าจะเป็นประโยชน์สำหรับผู้สนใจศึกษาต่อไป

บทที่ 2

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “อิทธิพลของความนิยมความสมบูรณ์แบบต่อเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม โดยมีการนำเสนอตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบและการซึมซับจากวัฒนธรรมสังคมเป็นตัวแปรส่งผ่าน” มีวิธีการดำเนินการวิจัยดังต่อไปนี้

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้เป็นนิสิตนักศึกษาหญิงจากมหาวิทยาลัยรัฐและเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครจำนวน 635 คน ซึ่งคำนวณโดยคิดประมาณ 20 เท่าของจำนวนพารามิเตอร์ 31 พารามิเตอร์ในโมเดลการวิจัย (Hair, Black, Babin, Anderson, & Tatham, 2006)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย มาตรฐานความนิยมความสมบูรณ์แบบ มาตรฐานการนำเสนอตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบ มาตรฐานการซึมซับจากวัฒนธรรมสังคม และ มาตรฐานเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ

1. มาตรฐานความนิยมความสมบูรณ์แบบ

ผู้วิจัยได้พัฒนามาตรตามขั้นตอนดังนี้

1.1 แปลข้อกระทงจากมาตรฐานความนิยมความสมบูรณ์แบบ (Multidimensional Perfectionism Scale ของ Hewit และ Flett (1991) จำนวน 45 ข้อจากภาษาอังกฤษเป็นภาษาไทย ประกอบด้วยองค์ประกอบทั้งหมด 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความนิยมความสมบูรณ์แบบในตนเอง (self-oriented perfectionism หรือ SOP) ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้องภายในเท่ากับ .89 และ .88 จากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนิสิต นักศึกษาและผู้ป่วยทางจิตเวชตามลำดับ ด้านความนิยมความสมบูรณ์แบบตามความคาดหวังของสังคม (socially prescribed perfectionism หรือ SPP) มีค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้องภายในเท่ากับ .86 และ .81 จากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักเรียนและผู้ป่วยทางจิตเวชตามลำดับ และด้านความนิยมความสมบูรณ์แบบจากผู้อื่น (other-

oriented perfectionism หรือ OOP) มีค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้องภายในเท่ากับ .79 และ .74 จากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักเรียนและผู้ป่วยทางจิตเวชตามลำดับ มาตรฐานนี้ประกอบด้วยข้อกระทงทางบวก 28 ข้อ และข้อกระทงทางลบ 17 ข้อ

ตารางที่ 2

จำนวนข้อกระทงในชั้นพัฒนามาตรความนิยมความสมบูรณ์แบบ จำแนกตามองค์ประกอบ

องค์ประกอบ	ข้อกระทง ทางบวก	ข้อกระทง ทางลบ	รวม
ความนิยมความสมบูรณ์แบบในตนเอง	11	4	15
ความนิยมความสมบูรณ์แบบตามความคาดหวังของสังคม	10	5	15
ความนิยมความสมบูรณ์แบบจากผู้อื่น	7	8	15

1.2 นำข้อกระทงที่แปลแล้วจำนวน 45 ข้อมาให้อาจารย์จรุงกุล บุรพวงศ์ อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความถูกต้องในการแปลและความเหมาะสมทางภาษา

1.3 นำข้อกระทงทั้ง 45 ข้อ มาสร้างมาตราประมาณค่าแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) ให้กลุ่มตัวอย่างตอบว่าแต่ละข้อกระทงตรงกับความรู้สึกหรือความคิดเห็นของตนมากน้อยเพียงใด โดยแบ่งระดับการตอบไว้ 7 ระดับ ได้แก่

ระดับ 1 ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	คิดเป็น 1 คะแนน
ระดับ 2 ไม่เห็นด้วย	คิดเป็น 2 คะแนน
ระดับ 3 ค่อนข้างไม่เห็นด้วย	คิดเป็น 3 คะแนน
ระดับ 4 เห็นด้วยและไม่เห็นด้วยพอ ๆ กัน	คิดเป็น 4 คะแนน
ระดับ 5 ค่อนข้างเห็นด้วย	คิดเป็น 5 คะแนน
ระดับ 6 เห็นด้วย	คิดเป็น 6 คะแนน
ระดับ 7 เห็นด้วยอย่างยิ่ง	คิดเป็น 7 คะแนน

ส่วนข้อกระทงทางลบคิดคะแนน ดังนี้

ระดับ 1 ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	คิดเป็น 7 คะแนน
ระดับ 2 ไม่เห็นด้วย	คิดเป็น 6 คะแนน
ระดับ 3 ค่อนข้างไม่เห็นด้วย	คิดเป็น 5 คะแนน
ระดับ 4 เห็นด้วยและไม่เห็นด้วยพอ ๆ กัน	คิดเป็น 4 คะแนน
ระดับ 5 ค่อนข้างเห็นด้วย	คิดเป็น 3 คะแนน
ระดับ 6 เห็นด้วย	คิดเป็น 2 คะแนน
ระดับ 7 เห็นด้วยอย่างยิ่ง	คิดเป็น 1 คะแนน

1.4 นำมาตรวัดความนิยมความสมบูรณ์แบบจำนวน 45 ข้อ ไปเก็บข้อมูลจากนิสิต นักศึกษาหญิงระดับปริญญาตรีที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาจริง จากจุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ และมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย จำนวน 238 คน ลักษณะของกลุ่มตัวอย่างในขั้นพัฒนามาตร ดังแสดงในตารางที่ 3

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 3

จำนวนและร้อยละของตัวอย่างที่ใช้ในชั้นพัฒนามาตร จำแนกตามชั้นปี คณะ สถาบัน และค่าดัชนีมวลกาย

รายการ		จำนวน	ร้อยละ
ชั้นปี	ปีที่ 1	104	43.7
	ปีที่ 2	83	34.9
	ปีที่ 3	44	18.5
	ปีที่ 4	7	2.9
คณะ	นิเทศศาสตร์ และวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน	85	35.7
	จิตวิทยา	60	25.2
	อักษรศาสตร์ ศิลปศาสตร์ และมนุษยศาสตร์	50	21.0
	พาณิชยศาสตร์และการบัญชี และบริหารธุรกิจ	27	11.3
	นิติศาสตร์	14	5.9
	ศิลปกรรมศาสตร์	2	0.8
มหาวิทยาลัย	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	124	52.1
	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์	44	18.5
	มหาวิทยาลัยกรุงเทพ	37	15.5
	มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย	33	13.9
ค่าดัชนีมวลกาย (Body Mass Index) (WHO expert consultation, 2004)	น้อยกว่า 18.5	84	35.9
	18.5 – 22.99 (เกณฑ์ปกติ)	127	54.3
	23.0 – 24.99	13	5.6
	25.0 – 27.99	7	3.0
	28.0– 29.99	1	0.4
	มากกว่า 30 (โรคอ้วน)	2	0.9

1.5 นำข้อมูลที่ได้มาประมวลผลด้วยโปรแกรม SPSS for Windows คัดข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างที่มีค่าดัชนีมวลกายในเกณฑ์โรคอ้วนจำนวน 2 คน ตามเกณฑ์ค่ามาตรฐานดัชนีมวลกาย

ของชาวเอเชีย (WHO expert consultation, 2004) นอกจากการวิเคราะห์ เนื่องจากผู้ที่มีน้ำหนักเกินมากอาจรับรู้เกี่ยวกับความงามเบี่ยงเบนไปจากปกติ จึงเหลือกลุ่มตัวอย่างสำหรับวิเคราะห์จำนวน 236 คน จากนั้นวิเคราะห์ด้วยสถิติทดสอบที (t -test) โดยแบ่งกลุ่มสูงที่เปอร์เซ็นต์ไทล์ที่ 73 หรือสูงกว่า และกลุ่มต่ำที่เปอร์เซ็นต์ไทล์ที่ 27 หรือต่ำกว่า

กลุ่มสูงได้คะแนนช่วง 187 คะแนน ถึง 258 คะแนน มีจำนวน 56 คน และกลุ่มต่ำได้คะแนนช่วง 122 คะแนน ถึง 166 คะแนน มีจำนวน 55 คน ในการวิเคราะห์ขั้นนี้มีข้อกระทงที่ผ่านการทดสอบจำนวน 41 ข้อ ไม่ผ่านจำนวน 4 ข้อ จากนั้นวิเคราะห์สหสัมพันธ์ระหว่างข้อกระทงแต่ละข้อกับคะแนนรวมของข้ออื่น ๆ ในมาตร (Corrected Item-Total Correlation หรือ CITC) โดยพิจารณาคัดเลือกเฉพาะข้อที่มีค่ามากกว่า .107 ตามเกณฑ์การพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์วิกฤติ (critical r) ที่ระดับนัยสำคัญ .05 สำหรับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 236 คน (Howell, 2008) ทำให้เหลือข้อกระทงที่ผ่านเกณฑ์การคัดเลือกจำนวน 38 ข้อ (ไม่ผ่าน 3 ข้อ) และได้ค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้องภายใน (alpha coefficient) เท่ากับ .85 (ภาคผนวก ข ตารางที่ ข 1)

1.6 นำข้อกระทงที่ผ่านการทดสอบ 38 ข้อ มาวิเคราะห์หาสหสัมพันธ์ระหว่างข้อกระทงแต่ละข้อกับคะแนนรวมของข้ออื่น ๆ ในองค์ประกอบเดียวกันอีกครั้ง โดยคัดเลือกเฉพาะข้อกระทงที่มีค่าสหสัมพันธ์ระหว่างข้อกระทงแต่ละข้อกับคะแนนรวมของข้ออื่น ๆ ในองค์ประกอบเดียวกันสูงไว้ เพื่อให้ได้ข้อกระทงที่มีคุณภาพ และลดจำนวนข้อกระทงในแบบสอบถามไม่ให้มีมากเกินไป ทำให้ลดจำนวนข้อกระทงลงจากเดิมเหลือ 33 ข้อ มีค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้องภายในเท่ากับ .84 แบ่งตามองค์ประกอบได้ดังนี้ (ภาคผนวก ข ตารางที่ ข 2 – ข 4)

- 1) ด้านความนิยมความสมบูรณ์แบบในตนเอง มีค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้องภายในเท่ากับ .84
- 2) ด้านความนิยมความสมบูรณ์แบบตามความคาดหวังของสังคม มีค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้องภายในเท่ากับ .80
- 3) ด้านความนิยมความสมบูรณ์แบบจากผู้อื่น มีค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้องภายในเท่ากับ .68

ตารางที่ 4

จำนวนข้อกระทงของมาตรวัดความนิยมความสมบูรณ์แบบที่ผ่านการคัดเลือก จำแนกตาม
องค์ประกอบย่อย 3 ด้าน

องค์ประกอบของความนิยมความสมบูรณ์แบบ	ข้อกระทง ทางบวก	ข้อกระทง ทางลบ	จำนวนข้อ
ความนิยมความสมบูรณ์แบบในตนเอง	9	2	11
ความนิยมความสมบูรณ์แบบตามความคาดหวังของสังคม	9	2	11
ความนิยมความสมบูรณ์แบบจากผู้อื่น	7	4	11
รวม	25	8	33

1.7 นำข้อกระทงทั้ง 33 ข้อ มาวิเคราะห์หาความตรงเชิงภาวะสันนิษฐาน (construct validity) ด้วยวิธีวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (confirmatory factor analysis หรือ CFA) โดยใช้โปรแกรม LISREL กำหนดองค์ประกอบเป็น 3 องค์ประกอบ ผลปรากฏว่าโมเดลมีความเหมาะสมและสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพิจารณาจากค่าไค-สแควร์ (chi-square) เท่ากับ 0.00 ซึ่งมีค่าความน่าจะเป็นเท่ากับ 1.000 ($p = 1.000$) ที่องศาอิสระเท่ากับ 1 ($df = 1$) แสดงว่าค่าไค-สแควร์แตกต่างจากศูนย์อย่างไม่มีนัยสำคัญ จึงยอมรับสมมติฐานหลักที่ว่าโมเดลการวัดมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีค่ารากที่สองของความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่า (RMSEA) เท่ากับ .00 (ภาคผนวก ข ภาพที่ ข 1)

2. มาตรวัดการนำเสนอตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบ

2.1 แปลข้อกระทงจากมาตรวัดการนำเสนอตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบ (Perfectionistic Self-Presentation Scale) ของ Hewit และคณะ (2003) ฉบับย่อ จำนวน 27 ข้อ จากภาษาอังกฤษเป็นภาษาไทย มาตรนี้ประกอบด้วยองค์ประกอบทั้งหมด 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการส่งเสริมตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบ (perfectionistic self-promotion หรือ PSP) ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้องภายในเท่ากับ .86, .88 และ .88 จากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนิสิต นักศึกษา บุคคลทั่วไป และผู้ป่วยทางจิตเวชตามลำดับ ด้านการไม่แสดงความไม่สมบูรณ์แบบของตนเอง (nondisplay of imperfection หรือ NDP) มีค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้องภายในเท่ากับ .78, .78 และ .81 จากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนิสิตนักศึกษา บุคคลทั่วไป และผู้ป่วยทางจิตเวช

ตามลำดับ และด้านการไม่ยอมรับความไม่สมบูรณ์แบบของตนเอง (nondisclosure of imperfection หรือ NDC) มีค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้องภายในเท่ากับ .83, .87 และ .88 จากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนิสิตนักศึกษา บุคคลทั่วไป และผู้ป่วยทางจิตเวชตามลำดับ โดยมาตรนี้ประกอบด้วยข้อกระทงทางบวก 23 ข้อ และข้อกระทงทางลบ 4 ข้อ

2.2 นำข้อกระทงที่แปลแล้วจำนวน 27 ข้อมาให้อาจารย์จรัสกุล บุรพวงศ์ อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความถูกต้องในการแปลและความเหมาะสมทางภาษา

ตารางที่ 5

จำนวนข้อกระทงในขั้นพัฒนามาตรการนำเสนอตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบ จำแนกตามองค์ประกอบ

องค์ประกอบ	ข้อกระทง ทางบวก	ข้อกระทง ทางลบ	รวม
การส่งเสริมตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบ	8	2	10
การไม่แสดงความไม่สมบูรณ์แบบของตนเอง	9	1	10
การไม่ยอมรับความไม่สมบูรณ์แบบของตนเอง	6	1	7

2.3 นำข้อกระทงทั้ง 27 ข้อ มาสร้างมาตรประมาณค่าแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) ให้กลุ่มตัวอย่าง ตอบว่าแต่ละข้อกระทงตรงกับความรู้สึกหรือความคิดเห็นของตนมากน้อยเพียงใด โดยแบ่งระดับการตอบไว้ 7 ระดับ ตั้งแต่ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งจนถึงเห็นด้วยอย่างยิ่ง และมีวิธีการคิดคะแนนเหมือนกับมาตรวัดความนิยมความสมบูรณ์แบบในข้อ 1.3

2.4 นำมาตรวัดการนำเสนอตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบจำนวน 27 ข้อ ไปเก็บข้อมูลจากนิสิต นักศึกษาหญิงระดับปริญญาตรีที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาจริง จากจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ และมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย จำนวน 236 คน ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างเดียวกับที่ใช้ในการพัฒนามาตรความนิยมความสมบูรณ์แบบ

2.5 นำข้อมูลที่ได้มาประมวลด้วยโปรแกรม SPSS for Windows คัดข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างที่มีค่าดัชนีมวลภายในในเกณฑ์โรคอ่อนจำนวน 2 คนออกจากการวิเคราะห์ เนื่องจากผู้ที่ไม่น่าหนักเกินมากอาจรับรู้เกี่ยวกับความงามเบี่ยงเบนไปจากปกติ จึงเหลือกลุ่มตัวอย่างสำหรับ

วิเคราะห์จำนวน 236 คน วิเคราะห์ด้วยสถิติทดสอบที (t -test) โดยแบ่งกลุ่มสูงที่เปอร์เซ็นต์ไทล์ที่ 73 หรือสูงกว่า และกลุ่มต่ำที่เปอร์เซ็นต์ไทล์ที่ 27 หรือต่ำกว่า

กลุ่มสูงได้คะแนนช่วง 119 คะแนน ถึง 168 คะแนน มีจำนวน 62 คน และกลุ่มต่ำได้คะแนนช่วง 66 คะแนน ถึง 98 คะแนน มีจำนวน 61 คน ในการวิเคราะห์ขั้นนี้มีข้อกระทงที่ผ่านการทดสอบจำนวน 24 ข้อ ไม่ผ่านจำนวน 3 ข้อ จากนั้นวิเคราะห์สหสัมพันธ์ระหว่างข้อกระทงแต่ละข้อกับคะแนนรวมของข้ออื่น ๆ ในมาตร (Corrected Item-Total Correlation หรือ CITC) โดยพิจารณาคัดเลือกเฉพาะข้อที่มีค่ามากกว่า .107 ตามเกณฑ์การพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์วิกฤติ (critical r) ที่ระดับนัยสำคัญ .05 สำหรับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 236 คน (Howell, 2008) ปรากฏว่าข้อกระทงผ่านเกณฑ์ทุกข้อ และได้ค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้องภายใน (alpha coefficient) เท่ากับ .88 (ภาคผนวก ค ตารางที่ ค 1)

2.6 นำข้อกระทงทั้ง 24 ข้อมาวิเคราะห์หาสหสัมพันธ์ระหว่างข้อกระทงแต่ละข้อกับคะแนนรวมของข้ออื่น ๆ ในองค์ประกอบเดียวกันอีกครั้ง โดยคัดเลือกเฉพาะข้อกระทงที่มีค่าสหสัมพันธ์ระหว่างข้อกระทงแต่ละข้อกับคะแนนรวมของข้ออื่น ๆ ในองค์ประกอบเดียวกันสูงไว้ เพื่อให้ได้ข้อกระทงที่มีคุณภาพ และลดจำนวนข้อกระทงในแบบสอบถามไม่ให้มีมากเกินไป ทำให้ลดจำนวนข้อกระทงลงจากเดิมเหลือ 21 ข้อ มีค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้องภายในเท่ากับ .88 แบ่งตามองค์ประกอบได้ดังนี้ (ภาคผนวก ค ตารางที่ ค 2 – ค 4)

- 1) ด้านการส่งเสริมตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบ มีค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้องภายในเท่ากับ .81
- 2) ด้านการไม่แสดงความไม่สมบูรณ์แบบของตนเอง มีค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้องภายในเท่ากับ .81
- 3) ด้านการไม่ยอมรับความไม่สมบูรณ์แบบของตนเอง มีค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้องภายในเท่ากับ .67

ตารางที่ 6

จำนวนข้อกระทงของมาตรการนำเสนอตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบที่ผ่านการคัดเลือก
จำแนกตามองค์ประกอบย่อย 3 ด้าน

องค์ประกอบของการนำเสนอตนเอง ด้วยความสมบูรณ์แบบ	ข้อกระทง ทางบวก	ข้อกระทง ทางลบ	จำนวนข้อ
การส่งเสริมตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบ	7	-	7
การไม่แสดงความไม่สมบูรณ์แบบของตนเอง	8	1	9
การไม่ยอมรับความไม่สมบูรณ์แบบของตนเอง	4	1	5
รวม	20	2	21

2.7 นำข้อกระทงทั้ง 21 ข้อ มาวิเคราะห์หาความตรงเชิงภาวะสันนิษฐาน (construct validity) ด้วยวิธีวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (confirmatory factor analysis หรือ CFA) โดยใช้โปรแกรม LISREL กำหนดองค์ประกอบเป็น 3 องค์ประกอบ ผลปรากฏว่าโมเดลมีความเหมาะสมและสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพิจารณาจากค่าไค-สแควร์ (chi-square) เท่ากับ 0.00 ซึ่งมีค่าความน่าจะเป็นเท่ากับ 1.000 ($p = 1.000$) ที่องศาอิสระเท่ากับ 1 ($df = 1$) แสดงว่าค่าไค-สแควร์แตกต่างจากศูนย์อย่างไม่มีนัยสำคัญ จึงยอมรับสมมติฐานหลักที่ว่าโมเดลการวัดมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีค่ารากที่สองของความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่า (RMSEA) เท่ากับ .00

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

3. มาตรการจัดการซึมซับจากวัฒนธรรมสังคม

3.1 แปลข้อกระทงจากมาตรวัดเจตคติทางวัฒนธรรมสังคมต่อรูปร่างหน้าตาฉบับปรับปรุงครั้งที่ 3 (The Sociocultural Attitudes toward Appearance Questionnaire 3 หรือ SATAQ-3) ของ Thompson และคณะ (2004) จำนวน 30 ข้อ ประกอบด้วยองค์ประกอบทั้งหมด 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการซึมซับค่านิยมความงามทั่วไป (internalization-general) ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้องภายในเท่ากับ .96 และ .92 จากการศึกษาเพื่อพัฒนามาตรจำนวน 2 ครั้ง ด้านการซึมซับค่านิยมความงามแบบนักกีฬา (internalization-athletic) มีค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้องภายในเท่ากับ .95 และ .89 ด้านการรับข้อมูลข่าวสารจากวัฒนธรรมสังคม (information) มีค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้องภายในเท่ากับ .96 และ .94 และด้านความกดดันจากวัฒนธรรมสังคม (pressure) มีค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้องภายในเท่ากับ .92 และ .94 มาตรการทั้งหมดประกอบด้วยข้อกระทงทางบวก 22 ข้อ และข้อกระทงทางลบ 8 ข้อ

3.2 แปลข้อกระทงเพิ่มเติมจากมาตรวัดเจตคติทางวัฒนธรรมสังคมต่อรูปร่างหน้าตา (The Sociocultural Attitudes toward Appearance Questionnaire หรือ SATAQ) ของ Heinberg, Thompson, และ Stormer (1995) ทั้งหมดจำนวน 14 ข้อ ซึ่งประกอบด้วยองค์ประกอบ 2 ด้าน ได้แก่ องค์ประกอบด้านการตระหนักรู้ (awareness) และองค์ประกอบด้านการซึมซับค่านิยม (internalization)

3.3 นำข้อกระทงที่แปลแล้วจำนวน 44 ข้อ จากมาตรวัดทั้งสองมาตรมาให้อาจารย์จุฑาภรณ์ บวรพงศ์ อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความถูกต้องในการแปลและความเหมาะสมทางภาษา โดยใช้ข้อกระทงทั้งหมดของมาตรวัดเจตคติทางวัฒนธรรมสังคมต่อรูปร่างหน้าตาฉบับปรับปรุงครั้งที่ 3 (SATAQ-3) และเลือกข้อกระทงจากมาตรวัดเจตคติทางวัฒนธรรมสังคมต่อรูปร่างหน้าตา (SATAQ) ที่มีเนื้อหาไม่ซ้ำซ้อนกับมาตร SATAQ-3 และเหมาะสมกับบริบทการวิจัยมาใช้เพียง 6 ข้อตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา เป็นข้อกระทงทางบวกจากองค์ประกอบด้านการตระหนักรู้ 1 ข้อ และข้อกระทงจากองค์ประกอบด้านการซึมซับค่านิยม 5 ข้อ แบ่งเป็นข้อกระทงทางบวก 3 ข้อ และข้อกระทงทางลบ 2 ข้อ

ตารางที่ 7

จำนวนข้อกระทงในชั้นพัฒนามาตรการที่เพิ่มขึ้นจากวัฒนธรรมสังคม จำแนกตามองค์ประกอบ

องค์ประกอบ	ข้อกระทง ทางบวก	ข้อกระทง ทางลบ	รวม
มาตรวัดเจตคติทางวัฒนธรรมสังคมต่ออุปράงหน้าตาฉบับปรับปรุงครั้งที่ 3 (SATAQ-3)			
การซึ่มซึบค่านิยมความงามทั่วไป	6	3	9
การซึ่มซึบค่านิยมความงามแบบนักกีฬา	4	1	5
การรับข้อมูลข่าวสารจากวัฒนธรรมสังคม	6	3	9
ความกดดันจากวัฒนธรรมสังคม	6	1	7
มาตรวัดเจตคติทางวัฒนธรรมสังคมต่ออุปράงหน้าตา (SATAQ)			
การตระหนักรู้	3	2	5
การซึ่มซึบค่านิยม	1	-	1

3.4 นำข้อกระทงทั้ง 36 ข้อ มาสร้างมาตรประมาณค่าแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) ให้กลุ่มตัวอย่าง ตอบว่าแต่ละข้อกระทงตรงกับความรู้สึกหรือความคิดเห็นของตนมากน้อยเพียงใด โดยแบ่งระดับการตอบไว้ 7 ระดับ ตั้งแต่ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งจนถึงเห็นด้วยอย่างยิ่ง และมีวิธีการคิดคะแนนเหมือนกับมาตรวัดความนิยมความสมบูร์นแบบในข้อ 1.3

3.5 นำมาตรวัดการซึ่มซึบจากวัฒนธรรมสังคมจำนวน 36 ข้อ ไปเก็บข้อมูลจากนิสิต นักศึกษาหญิงระดับปริญญาตรีที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาจริง จากจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ และมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย จำนวน 238 คน ในการวิเคราะห์ห้มูลใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 236 คน เนื่องจากได้คัดข้อมูลของผู้ร่วมการวิจัยที่มีค่าดัชนีมวลกายมากกว่า 30 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่วินิจฉัยว่าเป็นโรคอ้วนออกจำนวน 2 คน เพราะผู้ที่เป็นมีน้ำหนักมากอาจรับรู้ค่านิยมเกี่ยวกับความงามที่เบี่ยงเบนไปจากกลุ่มตัวอย่างทั่วไป ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างเดียวกับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการพัฒนามาตรความนิยมความสมบูร์นแบบ และมาตรการนำเสนอตนเองด้วยความสมบูร์นแบบ

3.6 นำข้อมูลที่ได้มาประมวลด้วยโปรแกรม SPSS for Windows วิเคราะห์ด้วยสถิติทดสอบที (t -test) โดยแบ่งกลุ่มสูงที่เปอร์เซ็นต์ไทล์ที่ 73 หรือสูงกว่า และกลุ่มต่ำที่เปอร์เซ็นต์ไทล์ที่ 27 หรือต่ำกว่า

กลุ่มสูงได้คะแนนช่วง 165 คะแนน ถึง 223 คะแนน จำนวน 63 คน และกลุ่มต่ำได้คะแนนช่วง 69 คะแนน ถึง 135 คะแนน จำนวน 62 คน ในการวิเคราะห์ขั้นนี้มีข้อกระทงที่ผ่านการทดสอบจำนวน 35 ข้อ ไม่ผ่านจำนวน 1 ข้อ จากนั้นวิเคราะห์สหสัมพันธ์ระหว่างข้อกระทงแต่ละข้อกับคะแนนรวมของข้ออื่น ๆ ในมาตร (Corrected Item-Total Correlation หรือ CITC) โดยพิจารณาคัดเลือกเฉพาะข้อที่มีค่ามากกว่า .107 ตามเกณฑ์การพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์วิกฤติ (critical r) ที่ระดับนัยสำคัญ .05 สำหรับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 236 คน (Howell, 2008) ปรากฏว่าข้อกระทงผ่านเกณฑ์ทุกข้อ และได้ค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้องภายใน (alpha coefficient) เท่ากับ .93 (ภาคผนวก ง ตารางที่ ง 1)

3.7 นำข้อกระทงที่ผ่านการทดสอบ 35 ข้อมาวิเคราะห์หาสหสัมพันธ์ระหว่างข้อกระทงแต่ละข้อกับคะแนนรวมของข้ออื่น ๆ ในองค์ประกอบเดียวกันอีกครั้ง โดยคัดเลือกเฉพาะข้อกระทงที่มีค่าสหสัมพันธ์ระหว่างข้อกระทงแต่ละข้อกับคะแนนรวมของข้ออื่น ๆ ในองค์ประกอบเดียวกันสูงไว้เพื่อให้ได้ข้อกระทงที่มีคุณภาพ และลดจำนวนข้อกระทงในแบบสอบถามไม่ให้มีมากเกินไป ทำให้ลดจำนวนข้อกระทงลงจากเดิมเหลือ 27 ข้อ มีค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้องภายในเท่ากับ .92 แบ่งตามองค์ประกอบได้ดังนี้ (ภาคผนวก ง ตารางที่ ง 2 – ง 5)

- 1) ด้านการซึ่มซั้บค่านิยมความงามทั่วไป มีค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้องภายในเท่ากับ .89
- 2) ด้านการซึ่มซั้บค่านิยมความงามแบบนักกีฬา มีค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้องภายในเท่ากับ .79
- 3) ด้านการรับข้อมูลข่าวสารจากวัฒนธรรมสังคม มีค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้องภายในเท่ากับ .84
- 4) ด้านความกตดั้นจากวัฒนธรรมสังคม มีค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้องภายในเท่ากับ .91

ตารางที่ 8

จำนวนข้อกระทงของมาตรการเข้มงวดจากวัฒนธรรมสังคมที่ผ่านการคัดเลือก จำแนกตาม
องค์ประกอบย่อย 3 ด้าน

องค์ประกอบของมาตรการเด็ดขาดทางวัฒนธรรมสังคม ต่อรูปร่างหน้าตา	ข้อกระทง ทางบวก	ข้อกระทง ทางลบ	จำนวนข้อ
การเข้มงวดค่านิยมความงามทั่วไป	7	2	9
การเข้มงวดค่านิยมความงามแบบนักกีฬา	3	-	3
การรับข้อมูลข่าวสารจากวัฒนธรรมสังคม	6	3	9
ความกดดันจากวัฒนธรรมสังคม	5	1	6
รวม	21	6	27

3.8 นำข้อกระทงทั้ง 27 ข้อ มาวิเคราะห์หาความตรงเชิงภาวะสันนิษฐาน (construct validity) ด้วยวิธีวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (confirmatory factor analysis หรือ CFA) โดยใช้โปรแกรม LISREL กำหนดองค์ประกอบเป็น 4 องค์ประกอบ ผลปรากฏว่าโมเดลมีความเหมาะสม และสอดคล้องกับมูลเชิงประจักษ์ โดยพิจารณาจากค่าไค-สแควร์ (chi-square) เท่ากับ 1.60 ซึ่งมีค่าความน่าจะเป็นเท่ากับ .206 ($p = .206$) ที่องศาอิสระเท่ากับ 1 ($df = 1$) แสดงว่าค่าไค-สแควร์แตกต่างจากศูนย์อย่างไม่มีนัยสำคัญ จึงยอมรับสมมติฐานหลักที่ว่าโมเดลการวัดมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (GFI) เท่ากับ 1.00 และค่ารากที่สองของความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่า (RMSEA) เท่ากับ .05 (ภาคผนวก ง ภาพที่ 1)

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

4. มาตรการวัดเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม

4.1 แปลข้อกระทงจากมาตรวัดการยอมรับการทำศัลยกรรมเสริมความงาม (Acceptance to Cosmetic Surgery Scale หรือ ACSS) ของ Henderson-King และ Henderson-King (2005) ซึ่งเป็นมาตรประมาณค่าแบบลิเคิร์ต 7 ระดับ จำนวน 15 ข้อ ประกอบด้วยข้อกระทงทั้งหมด 3 ด้าน ได้แก่ ด้านแรงจูงใจภายในตัวบุคคล (intrapersonal) ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้องภายในเท่ากับ .88, .88, .91 และ .88 ในการศึกษาเพื่อพัฒนามาตรนี้จำนวน 4 ครั้ง ด้านแรงจูงใจทางสังคม (social) มีค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้องภายในเท่ากับ .88, .86, .84 และ .85 และด้านการพิจารณาตัดสินใจทำศัลยกรรมเสริมความงาม (consider) มีค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้องภายในเท่ากับ .88, .89, .86 และ .92 โดยประกอบด้วยข้อกระทงทางบวก 14 ข้อ และข้อกระทงทางลบ 1 ข้อ

4.2 แปลข้อกระทงเพิ่มเติมจากแบบสอบถามเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม (Cosmetic Surgery Attitudes Questionnaire หรือ CSAQ) ของ Sarwer และคณะ (2005) ทั้งหมดจำนวน 10 ข้อ ซึ่งมีเพียงองค์ประกอบเดียว เป็นมาตรประมาณค่าแบบลิเคิร์ต 5 ระดับ

4.3 นำข้อกระทงที่แปลแล้วจำนวน 25 ข้อ จากทั้งสองมาตรมาให้อาจารย์จุฑามาศ บุรพวงศ์ อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความถูกต้องในการแปลและความเหมาะสมทางภาษา โดยใช้ข้อกระทงทั้งหมดของมาตรวัดการยอมรับการทำศัลยกรรมเสริมความงาม (ACSS) และเลือกใช้ข้อกระทงจากแบบสอบถามเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม (CSAQ) ที่มีเนื้อหาไม่ซ้ำซ้อนกับมาตรวัดการยอมรับการทำศัลยกรรมเสริมความงาม และเหมาะสมกับบริบทการวิจัยมาใช้เพียง 6 ข้อตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา

ตารางที่ 9

จำนวนข้อกระทงในชั้นพัฒนามาตรเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม จำแนกตาม
องค์ประกอบ

องค์ประกอบ	ข้อกระทง ทางบวก	ข้อกระทง ทางลบ	รวม
มาตรวัดการยอมรับการทำศัลยกรรมเสริมความงาม (ACSS)			
ปัจจัยภายในตัวบุคคล	5	-	5
ปัจจัยทางสังคม	5	-	5
การตัดสินใจทำศัลยกรรมเสริมความงาม	4	1	5
แบบสอบถามเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม (CSAQ)	3	3	6

4.4 นำข้อกระทงทั้ง 21 ข้อ มาสร้างมาตรฐานค่าแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) ให้กลุ่มตัวอย่าง ตอบว่าแต่ละข้อกระทงตรงกับความรู้สึกหรือความคิดเห็นของตนมากน้อยเพียงใด โดยแบ่งระดับการตอบไว้ 7 ระดับทุกข้อกระทง ตั้งแต่ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งจนถึงเห็นด้วยอย่างยิ่ง และมีวิธีการคิดคะแนนเหมือนกับมาตรวัดความนิยมความสมบูรณ์แบบในข้อ 1.3

4.5 นำมาตรวัดเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงามจำนวน 36 ข้อ ไปเก็บข้อมูลจากนิสิต นักศึกษาหญิงระดับปริญญาตรีที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาจริง จากจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ และมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย จำนวน 238 คน ในการวิเคราะห์ข้อมูลใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 236 คน เนื่องจากได้คัดข้อมูลของผู้ร่วมการวิจัยที่มีค่าดัชนีมวลกายมากกว่า 30 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์วินิจฉัยว่าเป็นโรคอ้วนออกจำนวน 2 คน เพราะผู้ที่มีน้ำหนักมากอาจมีเจตคติที่เบี่ยงเบนไปจากกลุ่มตัวอย่างทั่วไป ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างเดียวกันกับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการพัฒนามาตรความนิยมความสมบูรณ์แบบ มาตรการนำเสนอตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบ และมาตรการซึมซับจากวัฒนธรรมสังคม กลุ่มตัวอย่างในชั้นพัฒนามาตรมีลักษณะประสบการณ์การทำศัลยกรรมเสริมความงามดังแสดงในตารางที่ 10

ตารางที่ 10

จำนวนและร้อยละของตัวอย่างที่ใช้ในขั้นพัฒนามาตร จำแนกตามประสบการณ์การทำศัลยกรรม เสริมความงาม และประเภทของศัลยกรรมเสริมความงามที่เคยทำ

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เคยผ่านการทำศัลยกรรมมาก่อน	200	85.8
เคยผ่านการทำศัลยกรรมมาก่อน	33	14.2
ประเภทของศัลยกรรมที่เคยทำ		
เลเซอร์ลบริ้วรอยหรือตำหนิ	16	48.48
เสริมจมูก/แก้ไขรูปจมูก	15	45.45
เพิ่มขนาดหน้าอก	4	12.12
ยกกระชับต้นแขน	4	12.12
ยกกระชับต้นขาและสะโพก	4	12.12
โบทีอกซ์	4	12.12
ผ่าตัดแก้ไขรูปใบหน้า	3	9.09
ตาสองชั้น	2	6.06
ฉีดคอลลาเจนเสริมคาง/ผ่าตัดเสริมคาง	2	6.06
ดูดไขมัน	2	6.06
ผ่าตัดแก้ไขรูปปาก	1	3.03

หมายเหตุ ร้อยละของประเภทศัลยกรรมที่เคยทำคำนวณจากจำนวนผู้ที่เคยผ่านการทำศัลยกรรมมาก่อน ($n = 33$)

4.6 นำข้อมูลที่ได้มาประมวลด้วยโปรแกรม SPSS for Windows วิเคราะห์ด้วยสถิติทดสอบที (t -test) โดยแบ่งกลุ่มสูงที่เปอร์เซ็นต์ไทล์ที่ 73 หรือสูงกว่า และกลุ่มต่ำที่เปอร์เซ็นต์ไทล์ที่ 27 หรือต่ำกว่า

กลุ่มสูงได้คะแนนช่วง 97 คะแนน ถึง 147 คะแนน มีจำนวน 63 คน และกลุ่มต่ำได้คะแนนช่วง 23 คะแนน ถึง 72 คะแนน มีจำนวน 63 คน ในการวิเคราะห์ขั้นตอนนี้มีข้อกระทงที่ผ่านการทดสอบจำนวน 20 ข้อ ไม่ผ่านจำนวน 1 ข้อ จากนั้นวิเคราะห์สหสัมพันธ์ระหว่างข้อกระทงแต่ละข้อกับคะแนนรวมของข้ออื่น ๆ ในมาตร (Corrected Item-Total Correlation หรือ CITC) โดยพิจารณาคัดเลือกเฉพาะข้อที่มีค่ามากกว่า .107 ตามเกณฑ์ที่พิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์วิกฤติ (critical r) ที่ระดับนัยสำคัญ .05 สำหรับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 236 คน (Howell, 2008) ปรากฏว่าข้อกระทงผ่านเกณฑ์ทุกข้อ และได้ค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้องภายใน (alpha coefficient) เท่ากับ .95 (ภาคผนวก จ ตารางที่ จ1)

4.7 นำข้อกระทงที่ผ่านการทดสอบ 20 ข้อมาวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างข้อกระทงแต่ละข้อกับคะแนนรวมของข้ออื่น ๆ ในองค์ประกอบเดียวกันอีกครั้ง โดยคัดเลือกเฉพาะข้อกระทงที่มีค่าสหสัมพันธ์ระหว่างข้อกระทงแต่ละข้อกับคะแนนรวมของข้ออื่น ๆ ในองค์ประกอบเดียวกัน สูงไว้ เพื่อให้ได้ข้อกระทงที่มีคุณภาพ และลดจำนวนข้อกระทงในแบบสอบถามไม่ให้มีมากเกินไป ทำให้ลดจำนวนข้อกระทงลงจากเดิมเหลือ 18 ข้อ มีค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้องภายในเท่ากับ .95 แบ่งตามองค์ประกอบได้ดังนี้ (ภาคผนวก จ ตารางที่ จ 2 – จ 4)

- 1) ด้านแรงจูงใจภายในตัวบุคคล มีค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้องภายในเท่ากับ .85
- 2) ด้านแรงจูงใจทางสังคม มีค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้องภายในเท่ากับ .89
- 3) ด้านการตัดสินใจทำศัลยกรรมเสริมความงาม มีค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้องภายในเท่ากับ .92

ตารางที่ 11

จำนวนข้อกระทงของมาตรเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงามที่ผ่านการคัดเลือก จำแนกตามองค์ประกอบย่อย 3 ด้าน

องค์ประกอบของมาตรเจตคติทางวัฒนธรรมสังคม ต่อรูปร่างหน้าตา	ข้อกระทง ทางบวก	ข้อกระทง ทางลบ	จำนวนข้อ
ปัจจัยภายในตัวบุคคล	6	-	6
ปัจจัยทางสังคม	6	-	6
การตัดสินใจทำศัลยกรรมเสริมความงาม	5	1	6
รวม	17	1	18

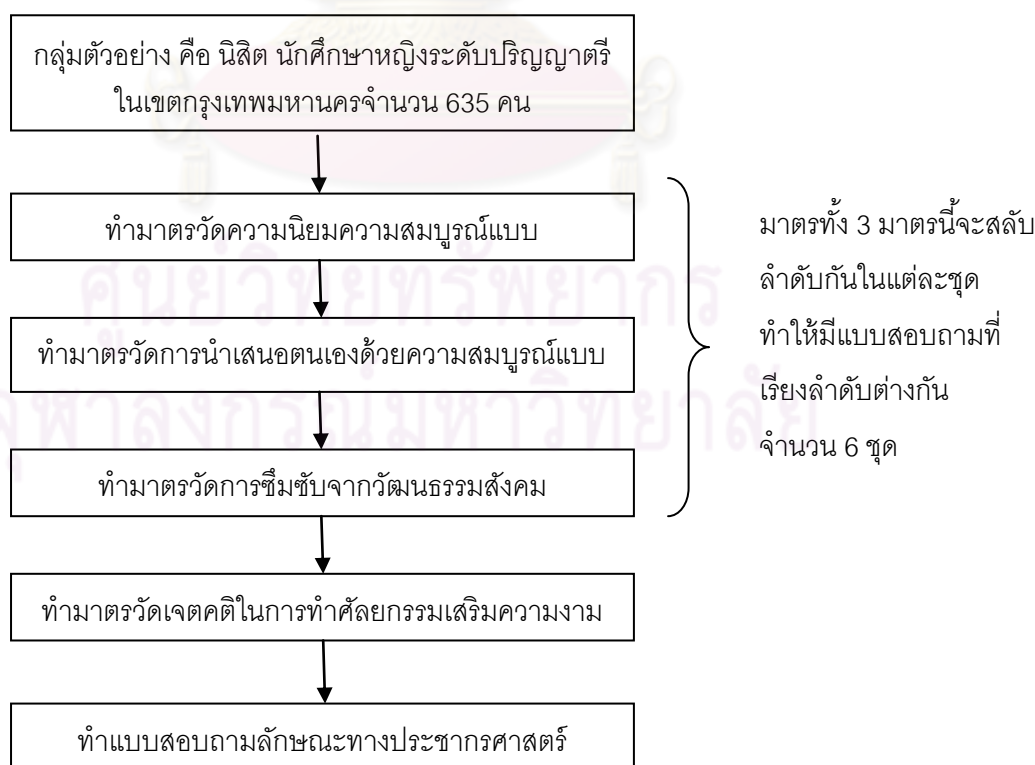
4.8 นำข้อกระทงจำนวน 18 ข้อมาวิเคราะห์หาความตรงเชิงภาวะสันนิษฐาน (construct validity) ด้วยวิธีวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (confirmatory factor analysis หรือ CFA) โดยใช้โปรแกรม LISREL กำหนดองค์ประกอบเป็น 3 องค์ประกอบ ผลปรากฏว่าโมเดลมีความเหมาะสม และสอดคล้องกับมูลเชิงประจักษ์ โดยพิจารณาจากค่าไค-สแควร์ (chi-square) เท่ากับ 0.00 ซึ่งมีค่าความน่าจะเป็นเท่ากับ 1.000 ($p = 1.000$) ที่องศาอิสระเท่ากับ 1 ($df = 1$) แสดงว่าค่าไค-สแควร์แตกต่างจากศูนย์อย่างไม่มีนัยสำคัญ จึงยอมรับสมมติฐานหลักที่ว่าโมเดลการวัดมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีค่ารากที่สองของความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่า (RMSEA) เท่ากับ .00

วิธีการเก็บข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยนำมาตรวัดที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพแล้วไปเก็บข้อมูลกับนิสิต นักศึกษาหญิงระดับปริญญาตรี ทั้งมหาวิทยาลัยของรัฐและเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 635 คน ให้ผู้ร่วมการวิจัยตอบแบบสอบถาม โดยมีได้ระบุถึงวัตถุประสงค์การวิจัยว่าเพื่อ ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความนิยมความสมบูรณ์แบบ การนำเสนอตนเองแบบสมบูรณ์แบบ การซึมซับจากวัฒนธรรมสังคม และเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม ผู้วิจัยระบุเพียงว่าเป็นแบบสอบถามเพื่อสำรวจความคิดเห็นทั่วไป และเน้นว่าการวิจัยครั้งนี้จะไม่ส่งผลกระทบต่อผู้ร่วมการวิจัย ทั้งนี้ผลการวิจัยทั้งหมดจะถูกเก็บเป็นความลับ

แบบสอบถามในการวิจัยครั้งนี้เรียงลำดับของมาตรวัดเป็น 6 ชุด โดยจัดเรียงมาตรความนิยมความสมบูรณ์แบบ การนำเสนอตนเองแบบสมบูรณ์แบบ และการซึมซับจากวัฒนธรรมสังคม สลับตำแหน่งกัน เพื่อให้แน่ใจว่าลำดับของมาตรมิได้ส่งผลต่อคำตอบของผู้ร่วมการวิจัย ส่วนมาตรเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงามและแบบสอบถามข้อมูลทางประชากรศาสตร์นั้น จำเป็นต้องจัดให้อยู่เป็นสองมาตรสุดท้ายทุกชุด เพื่อไม่ให้ผู้ตอบรับรู้ถึงวัตถุประสงค์การวิจัย

ขั้นตอนของมาตรวัดในการวิจัยที่ผู้เข้าร่วมการวิจัยต้องทำในการเก็บข้อมูลมีลำดับดังต่อไปนี้



ภาพที่ 8 ลำดับของแบบสอบถามที่ใช้เก็บข้อมูล

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษานี้ต้องการวิเคราะห์อิทธิพลของความนิยมความสมบูรณ์แบบ การนำเสนอตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบ และการซึมซับจากวัฒนธรรมสังคมต่อเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม โดยมุ่งศึกษาอิทธิพลส่งผ่านของการนำเสนอตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบ และการซึมซับจากวัฒนธรรมสังคม โดยใช้โมเดลสมการเชิงโครงสร้าง (Structural Equation Modeling หรือ SEM) วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมลิสเรล (LISREL) เพื่อทดสอบสมมติฐาน



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 3

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในงานวิจัยนี้แบ่งออกเป็น 3 ตอน ได้แก่ การทดสอบสถิติเบื้องต้น การทดสอบสมมติฐาน และการวิเคราะห์เพิ่มเติม

1. การทดสอบสถิติเบื้องต้น

1.1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์

การเก็บข้อมูลขั้นต้นในงานวิจัยครั้งนี้มีผู้ร่วมการวิจัยทั้งหมดจำนวน 639 คน แต่ในการวิเคราะห์ข้อมูลใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 635 คน เนื่องจากได้คัดข้อมูลของผู้ร่วมการวิจัยที่มีค่าดัชนีมวลกายมากกว่า 30 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์วินิจฉัยว่าเป็นโรคอ้วนออกจำนวน 4 คน เพราะผู้ที่มีน้ำหนักมากเกินเกณฑ์การวินิจฉัยในช่วงน้ำหนักปกติอาจมีเจตคติที่เบี่ยงเบนไปจากกลุ่มตัวอย่างหญิงทั่วไป โดยกลุ่มตัวอย่างจำนวน 635 คน แบ่งเป็นนิสิตและนักศึกษาหญิงระดับปริญญาตรีจากมหาวิทยาลัยในสังกัดของรัฐและเอกชน จำนวน 8 แห่ง มีอายุเฉลี่ยเท่ากับ 19.48 ปี และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของอายุเฉลี่ยเท่ากับ 1.44 ปี ผู้ร่วมการวิจัยส่วนใหญ่เป็นนิสิตหญิงจากจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จำนวน 279 คน คิดเป็นร้อยละ 43.9 รองลงมา ได้แก่ นักศึกษาหญิงจากมหาวิทยาลัยกรุงเทพจำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 11 มหาวิทยาลัยหอการค้าไทยจำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 10.7 มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตจำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 10.4 มหาวิทยาลัยศรีปทุมจำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 8.8 มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิตจำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 8.3 มหาวิทยาลัยรามคำแหงจำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5 และมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทาจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 2.4 ดังตารางที่ 12

ตารางที่ 12

จำนวนและร้อยละของตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย จำแนกตามชั้นปี คณะ สถาบัน และค่าดัชนีมวลกาย
(N = 635)

	รายการ	จำนวน	ร้อยละ
ชั้นปี	ปีที่ 1	238	37.5
	ปีที่ 2	241	37.9
	ปีที่ 3	77	12.1
	ปีที่ 4	76	12.0
	ปีที่ 5	3	0.5
อายุ	17-20 ปี	506	79.7
	21-24 ปี	126	19.8
	25-28 ปี	3	0.5
คณะ	นิเทศศาสตร์ และวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน	149	23.5
	พาณิชยศาสตร์และการบัญชี และบริหารธุรกิจ	109	17.2
	อักษรศาสตร์ ศิลปศาสตร์ และมนุษยศาสตร์	102	16.1
	เภสัชศาสตร์	71	11.2
	จิตวิทยา	61	9.6
	สหเวชศาสตร์	55	8.7
	วิทยาการจัดการ	28	4.4
	เทคโนโลยีสารสนเทศ และสารสนเทศศาสตร์	11	1.7
	เศรษฐศาสตร์	8	1.2
	วิทยาศาสตร์	7	1.1
	รัฐศาสตร์	7	1.1
	นิติศาสตร์	7	1.1
	ศิลปกรรมศาสตร์	7	1.1
	การท่องเที่ยวและการโรงแรม	6	0.9
	ครุศาสตร์ และศึกษาศาสตร์	5	0.8
	สถาปัตยกรรมศาสตร์	2	0.3

ตารางที่ 12 (ต่อ)

จำนวนและร้อยละของตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย จำแนกตามชั้นปี คณะ สถาบัน และค่าดัชนีมวลกาย ($N = 635$)

รายการ		จำนวน	ร้อยละ
มหาวิทยาลัย	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	279	43.9
	มหาวิทยาลัยกรุงเทพ	70	11.0
	มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย	68	10.7
	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต	66	10.4
	มหาวิทยาลัยศรีปทุม	56	8.8
	มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต	53	8.3
	มหาวิทยาลัยรามคำแหง	28	4.5
	มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา	15	2.4
ค่าดัชนีมวลกาย (Body Mass Index) (WHO expert consultation, 2004)	น้อยกว่า 18.5 (ต่ำกว่าเกณฑ์)	235	37.0
	18.5 – 22.99 (เกณฑ์ปกติ)	351	55.3
	23.0 – 24.99	21	3.3
	25.0 – 27.99	19	3.0
	28.0– 29.99	6	0.9
ไม่เคยผ่านการทำศัลยกรรมมาก่อน		562	88.5
เคยผ่านการทำศัลยกรรมมาก่อน		73	11.5
ประเภทของศัลยกรรมที่เคยทำ	เสริมจมูก/แก้ไขรูปจมูก	42	57.5
	เลเซอร์ลดริ้วรอยหรือดำหิ	35	47.9
	ทำตาสองชั้น	10	13.7
	เพิ่มขนาดหน้าอก	9	12.3
	ผ่าตัดแก้ไขรูปใบหน้า	6	8.2
	ดูดไขมัน	5	6.8
	โบท์อกซ์	4	5.5
	ยกกระชับต้นขาและสะโพก	3	4.1
	ฉีดคอลลาเจนเสริมคาง / ผ่าตัดเสริมคาง	2	2.7
	ยกกระชับใบหน้า	2	2.7
	ยกกระชับต้นแขน	2	2.7
	ยกกระชับหน้าผาก	1	1.4
ผ่าตัดตึงตา	1	1.4	

หมายเหตุ ร้อยละของประเภทศัลยกรรมที่เคยทำคำนวณจากจำนวนผู้เคยผ่านการทำศัลยกรรมมาก่อน ($n = 73$)

1.2 ค่าสถิติพื้นฐานของตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ค่าสถิติพื้นฐานของตัวแปรที่ศึกษาในงานวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย คะแนนต่ำสุด คะแนนสูงสุด ค่ามัชฌิมเลขคณิต และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปรสังเกต ดังตารางที่ 13 และค่าสหสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกต ดังตารางที่ 14

สัญลักษณ์ที่ใช้แทนตัวแปรในการวิจัย

PFN	หมายถึง	ความนิยมความสมบูรณ์แบบ
SOP	หมายถึง	ความนิยมความสมบูรณ์แบบในตนเอง
SPP	หมายถึง	ความนิยมความสมบูรณ์แบบตามความคาดหวังของสังคม
OOP	หมายถึง	ความนิยมความสมบูรณ์แบบจากผู้อื่น
PSP	หมายถึง	การนำเสนอตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบ
PSM	หมายถึง	การส่งเสริมตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบ
NDP	หมายถึง	การไม่แสดงความไม่สมบูรณ์แบบของตนเอง
NDC	หมายถึง	การไม่ยอมรับความไม่สมบูรณ์แบบของตนเอง
SOCIO	หมายถึง	การซึมซับจากวัฒนธรรมสังคม
INFO	หมายถึง	การรับข้อมูลข่าวสารจากวัฒนธรรมสังคม
GEN	หมายถึง	การซึมซับค่านิยมความงามทั่วไป
PRESS	หมายถึง	ความกดดันจากวัฒนธรรมสังคม
ATH	หมายถึง	การซึมซับค่านิยมความงามแบบนักกีฬา
ACSS	หมายถึง	เจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม
INTRA	หมายถึง	ปัจจัยภายในตัวบุคคล
SOC	หมายถึง	ปัจจัยทางสังคม
CON	หมายถึง	การพิจารณาตัดสินใจ

สัญลักษณ์ที่ใช้แทนค่าสถิติในการวิจัย

<i>M</i>	หมายถึง	ค่ามัธยิมเลขคณิต
<i>Max</i>	หมายถึง	คะแนนสูงสุด
<i>Min</i>	หมายถึง	คะแนนต่ำสุด
<i>SD</i>	หมายถึง	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
<i>TE</i>	หมายถึง	ผลรวมของอิทธิพล
<i>DE</i>	หมายถึง	อิทธิพลทางตรง
<i>IE</i>	หมายถึง	อิทธิพลทางอ้อม
<i>LX</i>	หมายถึง	เมทริกซ์สัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรแฝงภายนอกบนตัวแปรสังเกต
<i>LY</i>	หมายถึง	เมทริกซ์สัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรแฝงภายในบนตัวแปรสังเกต
<i>GA</i>	หมายถึง	เมทริกซ์อิทธิพลเชิงสาเหตุของตัวแปรแฝงภายนอกไปยังตัวแปรแฝงภายใน
<i>BE</i>	หมายถึง	เมทริกซ์อิทธิพลเชิงสาเหตุระหว่างตัวแปรแฝงภายใน
<i>TD</i>	หมายถึง	เมทริกซ์ความแปรปรวน-ความแปรปรวนร่วมระหว่างความคลาดเคลื่อนในการวัดของตัวแปรสังเกตภายนอก
<i>TE</i>	หมายถึง	เมทริกซ์ความแปรปรวน-ความแปรปรวนร่วมระหว่างความคลาดเคลื่อนในการวัดของตัวแปรสังเกตภายใน
χ^2	หมายถึง	ค่าสถิติไค-สแควร์
$\Delta\chi^2$	หมายถึง	ผลต่างของค่าไค-สแควร์
Δdf	หมายถึง	ผลต่างของค่าองศาอิสระ
<i>GFI</i>	หมายถึง	ดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (Goodness-of-fit Index)
<i>AGFI</i>	หมายถึง	ดัชนีวัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (Adjusted Goodness-of-fit Index)
<i>RMR</i>	หมายถึง	ค่าดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนที่เหลือ (Root Mean Square Residual)
<i>RMSEA</i>	หมายถึง	ค่ารากที่สองของความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่า (Root Mean Square Error of Approximation)

เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยขององค์ประกอบทั้งสามด้านของความนิยมความสมบูรณ์แบบ พบว่า ความนิยมความสมบูรณ์แบบในตนเอง (SOP) มีค่าเฉลี่ยคะแนนสูงสุด ($M = 4.57$, $SD = 0.86$) รองลงมา ได้แก่ ความนิยมความสมบูรณ์แบบตามความคาดหวังของสังคม (SPP) ($M = 3.85$, $SD = 0.78$) และความนิยมความสมบูรณ์แบบจากผู้อื่น (OOP) ($M = 3.64$, $SD = 0.69$) ตามลำดับ ส่วนค่าเฉลี่ยของการส่งเสริมตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบ (PSP) นั้น พบว่า องค์ประกอบด้านการส่งเสริมตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบ (PSM) มีค่าเฉลี่ยคะแนนสูงสุด ($M = 4.24$, $SD = 0.96$) รองลงมา คือ การไม่แสดงความไม่สมบูรณ์แบบของตนเอง (NDP) ($M = 4.21$, $SD = 0.84$) และการไม่ยอมรับความไม่สมบูรณ์แบบของตนเอง (NDC) ($M = 3.52$, $SD = 0.94$) ตามลำดับ ส่วนค่าเฉลี่ยของการซึมซับจากวัฒนธรรมสังคม (SOCIO) พบว่า ด้านการรับข้อมูลข่าวสารจากวัฒนธรรมสังคม (INFO) มีคะแนนเฉลี่ยสูงสุด ($M = 4.68$, $SD = 0.88$) รองลงมา ได้แก่ ความกดดันจากวัฒนธรรมสังคม (PRESS) ($M = 4.04$, $SD = 1.16$) การซึมซับค่านิยมความงามทั่วไป (GEN) ($M = 3.90$, $SD = 1.09$) และด้านการซึมซับค่านิยมความงามแบบนักกีฬา (ATH) ($M = 3.47$, $SD = 1.38$) ส่วนเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม พบว่า ปัจจัยภายในตัวบุคคล (INTRA) มีค่าเฉลี่ยคะแนนสูงสุด ($M = 4.33$, $SD = 1.18$) รองลงมา คือ การพิจารณาตัดสินใจ (CON) ($M = 4.03$, $SD = 1.42$) และปัจจัยทางสังคม (SOC) ($M = 3.94$, $SD = 1.36$) ดังตารางที่ 13

ผลการวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตที่ใช้ในการวิจัย พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรมีค่าตั้งแต่ $-.05$ ถึง $.86$ เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม พบว่า ตัวแปรที่มีสหสัมพันธ์กับเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงามสูงสุด คือ เจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงามด้านปัจจัยทางสังคม (SOC) กับการซึมซับค่านิยมความงามทั่วไป (GEN) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ $.43$ รองลงมา คือ เจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงามด้านปัจจัยทางสังคม (SOC) กับความกดดันจากวัฒนธรรมสังคม (PRESS) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ $.41$ และเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงามด้านการพิจารณาตัดสินใจ (CON) กับการซึมซับค่านิยมความงามทั่วไป (GEN) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ $.39$ ส่วนตัวแปรที่มีสหสัมพันธ์กับเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงามต่ำที่สุด คือ เจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงามด้านปัจจัยภายในตัวบุคคล (INTRA) กับการไม่ยอมรับความไม่สมบูรณ์แบบของตนเอง (NDC) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ $.17$ ดังตารางที่ 14

ตารางที่ 13

คะแนนต่ำสุด คะแนนสูงสุด ค่ามัชฌิมเลขคณิต และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปรสังเกต
($N = 635$)

ตัวแปรสังเกต	<i>Min</i>	<i>Max</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>
SOP	1.82	7.00	4.57	0.86
SPP	1.73	6.27	3.85	0.78
OOP	1.09	5.45	3.64	0.69
PSM	1.14	6.71	4.24	0.96
NDP	1.56	6.56	4.21	0.84
NDC	1.00	6.20	3.52	0.94
INFO	2.00	7.00	4.68	0.88
GEN	1.00	7.00	3.90	1.09
PRESS	1.00	6.83	4.04	1.16
ATH	1.00	7.00	3.47	1.38
INTRA	1.00	7.00	4.33	1.18
SOC	1.00	7.00	3.94	1.36
CON	1.00	7.00	4.03	1.42

ศูนย์วิจัยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 14

ค่าสหสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกต ($N = 635$)

	SOP	SPP	OOP	PSM	NDP	NDC	INFO	GEN	PRESS	ATH	INTRA	SOC	CON
SOP	(.83)												
SPP	.44**	(.78)											
OOP	.40**	.50**	(.68)										
PSM	.63**	.46**	.46**	(.83)									
NDP	.37**	.32**	.32**	.59**	(.77)								
NDC	.36**	.47**	.44**	.54**	.55**	(.64)							
INFO	.20**	.06	-.05	.13**	.14**	.75**	(.79)						
GEN	.27**	.19**	.23**	.31**	.25**	.19**	.37**	(.86)					
PRESS	.23**	.25**	.27**	.31**	.24**	.21**	.37**	.68**	(.81)				
ATH	.23**	.29**	.31**	.29**	.21**	.28**	.12**	.34**	.45**	(.84)			
INTRA	.20**	.19**	.19**	.29**	.26**	.17**	.21**	.36**	.33**	.21**	(.86)		
SOC	.24**	.31**	.33**	.37**	.29**	.30**	.20**	.43**	.41**	.30**	.79**	(.90)	
CON	.22**	.25**	.25**	.31**	.24**	.21**	.18**	.39**	.37**	.22**	.76**	.86**	(.89)
<i>M</i>	4.57	3.85	3.64	4.24	4.21	3.52	4.68	3.90	4.04	3.47	4.33	3.94	4.03
<i>SD</i>	0.86	0.78	0.69	0.96	0.84	0.94	0.88	1.09	1.16	1.38	1.18	1.36	1.42

หมายเหตุ ตัวเลขในวงเล็บแนวทแยง คือ ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา

** $p < .01$, สองหาง.

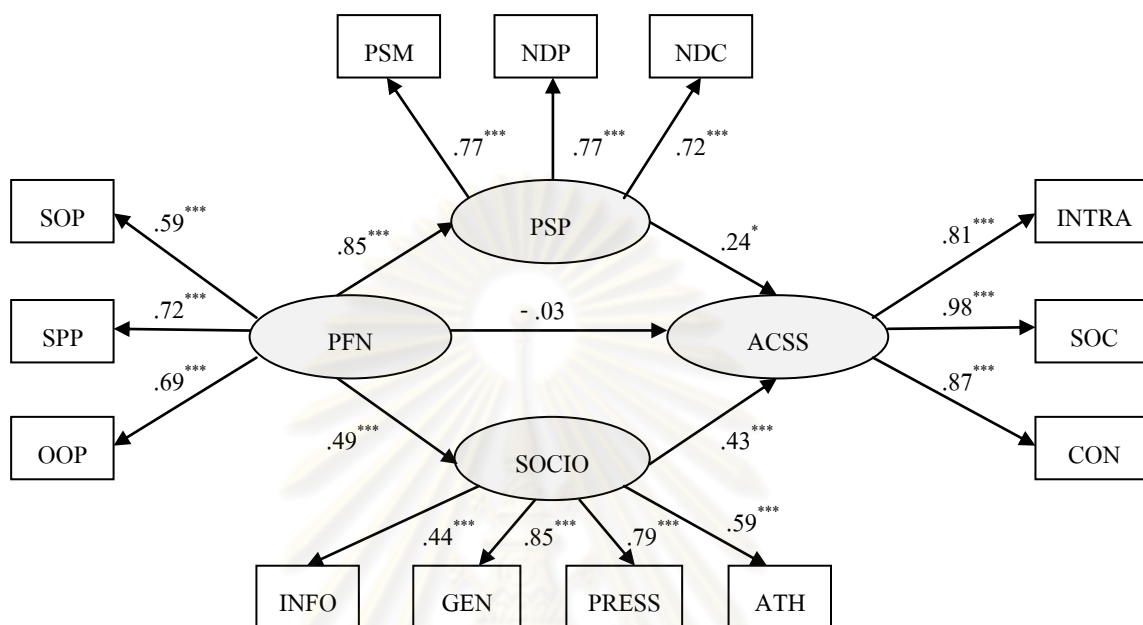
2. การทดสอบสมมติฐานของโมเดลหลัก

สมมติฐานข้อที่ 1	ความนิยมความสมบูรณ์แบบทำนายเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงามได้
สมมติฐานข้อที่ 2	การนำเสนอตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบทำนายเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงามได้
สมมติฐานข้อที่ 3	การซึมซับจากวัฒนธรรมสังคมทำนายเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงามได้
สมมติฐานข้อที่ 4	ความนิยมความสมบูรณ์แบบทำนายเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม โดยมีการนำเสนอตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบเป็นตัวแปรส่งผ่าน
สมมติฐานข้อที่ 5	ความนิยมความสมบูรณ์แบบทำนายเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม โดยมีการซึมซับจากวัฒนธรรมสังคมเป็นตัวแปรส่งผ่าน

เนื่องจากมาตรที่นำมาใช้ในการวิจัยครั้งนี้บางมาตรเป็นมาตรที่มีจำนวนข้อกระทงในแต่ละองค์ประกอบไม่เท่ากัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงใช้วิธีการหาค่าเฉลี่ยในการคำนวณคะแนนที่ได้จากองค์ประกอบแต่ละด้านของทุกมาตร แทนการใช้ผลรวมของคะแนน เพื่อให้ได้คะแนนที่เหมาะสมและตรงตามความเป็นจริง ก่อนนำคะแนนมาวิเคราะห์หือทธิพลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

การวิเคราะห์หือทธิพลเพื่อทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1-5 ด้วยโมเดลเชิงสาเหตุในการทำนายเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม (ACSS) ประกอบด้วย ตัวแปรความนิยมความสมบูรณ์แบบ (PFN) ตัวแปรการนำเสนอตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบ (PSP) และตัวแปรการซึมซับค่านิยมจากวัฒนธรรมสังคม (SOCIO) ผลการวิเคราะห์ พบว่า โมเดลสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ พิจารณาจากค่าไค-สแควร์เท่ากับ 54.04 ซึ่งมีค่าความน่าจะเป็นเท่ากับ .08 ($p = .08$) ที่องศาอิสระเท่ากับ 41 ($df = 41$) แสดงว่าค่าไค-สแควร์แตกต่างจากศูนย์อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงยอมรับสมมติฐานหลักที่ว่าโมเดลการวัดมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีค่าดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนที่เหลือ (RMR) เท่ากับ .03 ซึ่งมีค่าเข้าใกล้ 0 มีค่ารากที่สองของความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่า (RMSEA) เท่ากับ .02 และมี

ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (GFI) เท่ากับ .99 ซึ่งมีค่าเข้าใกล้ 1 แสดงว่าโมเดลสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ดังภาพที่ 8



$$\chi^2 = 54.04, df = 41, p = .08, RMSEA = .02, GFI = .99$$

ภาพที่ 9 โมเดลอิทธิพลความนิยมความสมบูรณ์แบบต่อเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม โดยมีการนำเสนอตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบ และการซึมซับจากวัฒนธรรมสังคมเป็นตัวแปรส่งผ่าน

ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ระหว่างความนิยมความสมบูรณ์แบบต่อเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม พบว่า ตัวแปรส่งเกิดของความนิยมความสมบูรณ์แบบ (PFN) กับตัวแปรส่งเกิดของเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม (ACSS) ทุกตัวมีความสัมพันธ์กันตั้งแต่ .19 ถึง .33 ที่ระดับนัยสำคัญ .01 ดังตารางที่ 14 และเมื่อพิจารณาสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงของความนิยมความสมบูรณ์แบบ (PFN) กับตัวแปรแฝงของเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม (ACSS) ก็พบว่าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .38 หมายความว่าความนิยมความสมบูรณ์แบบ (PFN) สามารถอธิบายความแปรปรวนในเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม (ACSS) ได้ร้อยละ 14.44 เมื่อพิจารณาค่าอิทธิพลทางตรงของความนิยมความสมบูรณ์แบบ (PFN) ต่อ

เจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม (ACSS) พบว่า ไม่มีอิทธิพลทางตรงระหว่างกัน ($\beta = -0.03, ns$) อย่างไรก็ตาม ความนิยมความสมบูรณ์แบบ (PFN) มีอิทธิพลทางอ้อมต่อเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม (ACSS) โดยผ่านตัวแปรการนำเสนอตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบ (PSP) และการซึมซับจากวัฒนธรรมสังคม (SOCIO) โดยมีค่าอิทธิพลทางอ้อมเท่ากับ .42 ที่ระดับนัยสำคัญเท่ากับ .001

แม้ว่าความนิยมความสมบูรณ์แบบ (PFN) ไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม (ACSS) แต่ก็มีอิทธิพลทางอ้อมโดยผ่านตัวแปรการนำเสนอตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบ (PSP) และการซึมซับจากวัฒนธรรมสังคม (SOCIO) และโมเดลก็สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ อีกทั้งตัวแปรสังเกตและตัวแปรแฝงของทั้งสองตัวแปรยังสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผู้วิจัยจึงสรุปว่าความนิยมความสมบูรณ์แบบ (PFN) สามารถทำนายเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม (ACSS) ได้ ซึ่งสนับสนุนสมมติฐานข้อที่ 1

เมื่อพิจารณาอิทธิพลทางอ้อมของความนิยมความสมบูรณ์แบบ (PFN) พบว่า ความนิยมความสมบูรณ์แบบ (PFN) ส่งอิทธิพลทางบวกต่อการนำเสนอตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบ (PSP) โดยมีค่าอิทธิพลเท่ากับ .85 ที่ระดับนัยสำคัญเท่ากับ .001 ซึ่งการนำเสนอตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบ (PSP) ก็ส่งอิทธิพลทางบวกต่อไปยังเจตคติต่อการทำศัลยกรรมเสริมความงาม (ACSS) โดยมีค่าอิทธิพลเท่ากับ .24 ที่ระดับนัยสำคัญเท่ากับ .05 ซึ่งสนับสนุนสมมติฐานข้อที่ 2 และข้อที่ 4

ส่วนความนิยมความสมบูรณ์แบบ (PFN) ส่งอิทธิพลทางบวกต่อการซึมซับจากวัฒนธรรมสังคม (SOCIO) โดยมีค่าอิทธิพลเท่ากับ .49 ที่ระดับนัยสำคัญเท่ากับ .001 และการซึมซับจากวัฒนธรรมสังคม (SOCIO) ส่งอิทธิพลทางบวกไปยังเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม (ACSS) โดยมีค่าอิทธิพลเท่ากับ .43 ที่ระดับนัยสำคัญเท่ากับ .001 ซึ่งสนับสนุนสมมติฐานข้อที่ 3 และข้อที่ 5

เมื่อพิจารณาค่าอิทธิพลทางอ้อมทั้งโมเดลมีค่าเท่ากับ .42 ที่ระดับนัยสำคัญเท่ากับ .001 และมีค่าผลรวมอิทธิพลทั้งหมดในโมเดลเท่ากับ .38 ที่ระดับนัยสำคัญเท่ากับ .001 ดังตารางที่ 15

ตารางที่ 15

ค่าสถิติการวิเคราะห์อิทธิพลทางตรงและทางอ้อมของโมเดลหลัก

ตัวแปรสาเหตุ	ค่าสถิติ	ตัวแปรผล								
		การนำเสนอตนเอง ด้วยความ สมบูรณ์แบบ			การซึมซับจาก วัฒนธรรมสังคม			เจตคติในการ ทำศัลยกรรมเสริม ความงาม		
		DE	IE	TE	DE	IE	TE	DE	IE	TE
ความนิยมความ สมบูรณ์แบบ	<i>b</i>	.85***		.85***	.49***		.49***	-.03	.42***	.38***
	SE	(0.05)	-	(0.05)	(0.06)	-	(0.06)	(0.13)	(0.11)	(0.05)
	<i>t</i>	16.87		16.87	8.13		8.13	-0.26	3.73	8.06
การนำเสนอตนเอง ด้วยความ สมบูรณ์แบบ	<i>b</i>							.24*		.24*
	SE							(0.12)		(0.12)
	<i>t</i>							2.02		2.02
การซึมซับจาก วัฒนธรรมสังคม	<i>b</i>							.43***		.43***
	SE							(0.06)		(0.06)
	<i>t</i>							6.92		6.92
R Square x 100		72.08			24.48			30.62		
ไค-สแควร์		54.04, <i>df</i> = 41 (<i>p</i> = .08)								
RMR		.03								
RMSEA		.02								
GFI		.99								
เมทริกซ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝง										
		PSP	SOCIO	ACSS	PFN					
PSP		1.00								
SOCIO		.42	1.00							
ACSS		.39	.52	1.00						
PFN		.85	.45	.38	1.00					

หมายเหตุ DE = อิทธิพลทางตรง, IE = อิทธิพลทางอ้อม, TE = ผลรวมของอิทธิพล

* $p < .05$, สองหาง. *** $p < .001$, สองหาง.

3. การทดสอบสมมติฐานของโมเดลทางเลือก

สมมติฐานข้อที่ 1	ความนิยมความสมบูรณ์แบบตามความคาดหวังของสังคมทำนาย เจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงามได้
สมมติฐานข้อที่ 2	การส่งเสริมตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบทำนายเจตคติในการทำ ศัลยกรรมเสริมความงามได้
สมมติฐานข้อที่ 3	การไม่แสดงความไม่สมบูรณ์แบบของตนเองทำนายเจตคติในการทำ ศัลยกรรมเสริมความงามได้
สมมติฐานข้อที่ 4	การซึมซับจากวัฒนธรรมสังคมการทำนายเจตคติในการทำศัลยกรรม เสริมความงามได้
สมมติฐานข้อที่ 5	ความนิยมความสมบูรณ์แบบตามความคาดหวังของสังคมทำนายเจต คติในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม โดยมีการส่งเสริมตนเองด้วย ความสมบูรณ์แบบเป็นตัวแปรส่งผ่าน
สมมติฐานข้อที่ 6	ความนิยมความสมบูรณ์แบบตามความคาดหวังของสังคมทำนาย เจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม โดยมีการไม่แสดงความไม่ สมบูรณ์แบบของตนเองเป็นตัวแปรส่งผ่าน
สมมติฐานข้อที่ 7	ความนิยมความสมบูรณ์แบบตามความคาดหวังของสังคมทำนาย เจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม โดยมีการซึมซับจาก วัฒนธรรมสังคมเป็นตัวแปรส่งผ่าน

เนื่องจากผู้วิจัยต้องการเปรียบเทียบระหว่างโมเดลอิทธิพลความนิยมความสมบูรณ์แบบ
ต่อเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม โดยมีการนำเสนอตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบ
และการซึมซับจากวัฒนธรรมสังคมเป็นตัวแปรส่งผ่าน ซึ่งเป็นโมเดลหลักในการวิจัยครั้งนี้ กับ
โมเดลอิทธิพลความนิยมความสมบูรณ์แบบตามความคาดหวังของสังคมต่อเจตคติในการทำ
ศัลยกรรมเสริมความงาม โดยมีการส่งเสริมตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบ การไม่แสดงความไม่
สมบูรณ์แบบของตนเอง และการซึมซับจากวัฒนธรรมสังคมเป็นตัวแปรส่งผ่าน ซึ่งเป็นโมเดลที่
เลือกเฉพาะองค์ประกอบที่เคยมีผลวิจัยสนับสนุนว่าสามารถทำนายเจตคติในการทำศัลยกรรม
เสริมความงามได้อย่างมีนัยสำคัญมาศึกษา ผู้วิจัยจึงวิเคราะห์โมเดลทางเลือกเพิ่มขึ้นอีกหนึ่ง
โมเดล

ผลการวิเคราะห์ พบว่า โมเดลสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ พิจารณาจากค่าไค-สแควร์เท่ากับ 27.48 ซึ่งมีค่าความน่าจะเป็นเท่ากับ .19 ($p = .19$) ที่องศาอิสระเท่ากับ 22 ($df = 22$) แสดงว่าค่าไค-สแควร์แตกต่างจากศูนย์อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงยอมรับสมมติฐานหลักที่ว่าโมเดลการวัดมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีค่าดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนที่เหลือ (RMR) เท่ากับ .03 ซึ่งมีค่าเข้าใกล้ 0 มีค่ารากที่สองของความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่า (RMSEA) เท่ากับ .02 และมีค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (GFI) เท่ากับ .99 ซึ่งมีค่าเข้าใกล้ 1 แสดงว่าโมเดลสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ดังภาพที่ 9

ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ระหว่างความนิยมความสมบูรณ์แบบตามความคาดหวังของสังคม (SPP) ต่อเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม พบว่า ตัวแปรสังเกตของความนิยมความสมบูรณ์แบบตามความคาดหวังของสังคม (SPP) กับตัวแปรสังเกตของเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม (ACSS) ทุกตัวมีความสัมพันธ์กันตั้งแต่ .19 ถึง .31 ที่ระดับนัยสำคัญ .01 ดังตารางที่ 14 และเมื่อพิจารณาสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงของความนิยมความสมบูรณ์แบบตามความคาดหวังของสังคม (SPP) กับตัวแปรแฝงของเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม (ACSS) ก็พบว่าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .35 หมายความว่าความนิยมความสมบูรณ์แบบตามความคาดหวังของสังคม (SPP) สามารถอธิบายความแปรปรวนในเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม (ACSS) ได้ร้อยละ 12.25 เมื่อพิจารณาค่าอิทธิพลทางตรงของความนิยมความสมบูรณ์แบบตามความคาดหวังของสังคม (SPP) ต่อเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม (ACSS) พบว่า ไม่มีอิทธิพลทางตรงระหว่างกัน ($\beta = -0.19, ns$) อย่างไรก็ตาม ความนิยมความสมบูรณ์แบบตามความคาดหวังของสังคม (SPP) มีอิทธิพลทางอ้อมต่อเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม (ACSS) โดยผ่านตัวแปรการส่งเสริมตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบ (PSM) การไม่แสดงความไม่สมบูรณ์แบบของตนเอง (NDP) และการซึมซับจากวัฒนธรรมสังคม (SOCIO) โดยมีค่าอิทธิพลทางอ้อมเท่ากับ .54 ที่ระดับนัยสำคัญเท่ากับ .001

แม้ว่าความนิยมความสมบูรณ์แบบตามความคาดหวังของสังคม (SPP) ไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม (ACSS) แต่ก็มีอิทธิพลทางอ้อมโดยผ่านตัวแปรการส่งเสริมตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบ (PSM) การไม่แสดงความไม่สมบูรณ์แบบของตนเอง (NDP) และการซึมซับจากวัฒนธรรมสังคม (SOCIO) และโมเดลก็สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ อีกทั้งตัวแปรสังเกตและตัวแปรแฝงของทั้งสองตัวแปรยังสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทาง

สถิติ ผู้วิจัยจึงสรุปว่าความนิยมความสมบูรณ์แบบตามความคาดหวังของสังคม (SPP) สามารถทำนายเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม (ACSS) ได้ ซึ่งสนับสนุนสมมติฐานข้อที่ 1

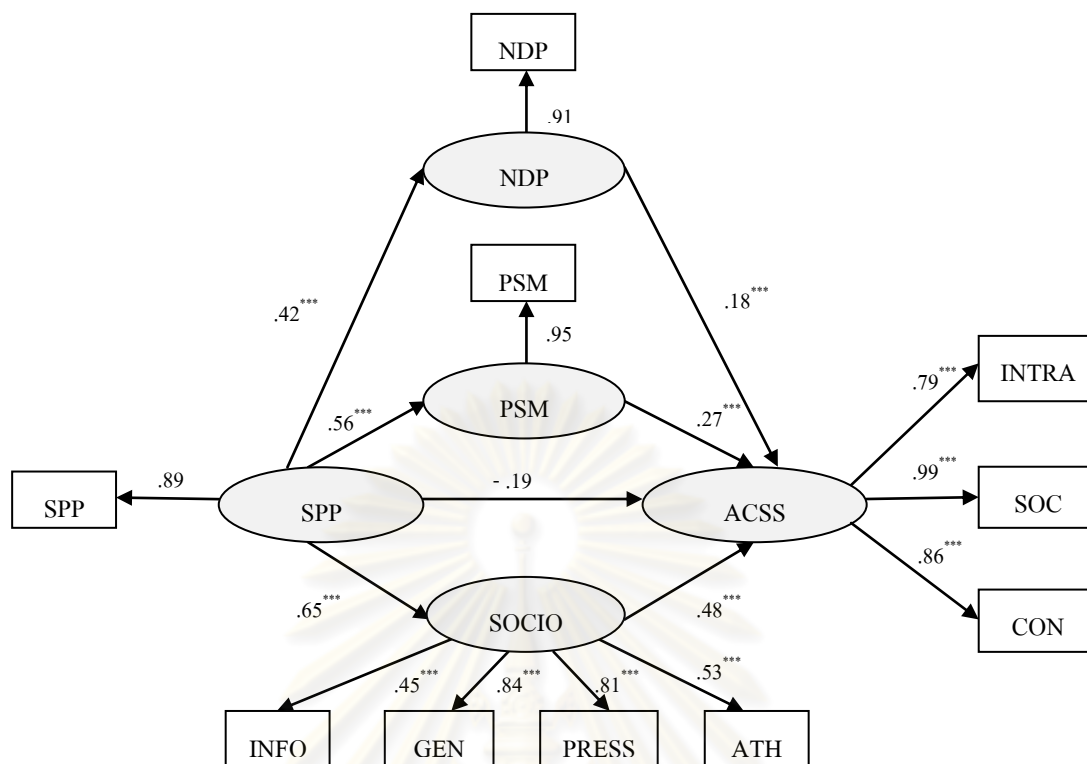
ความนิยมความสมบูรณ์แบบตามความคาดหวังของสังคม (SPP) ส่งอิทธิพลทางบวกต่อการส่งเสริมตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบ (PSM) โดยมีค่าอิทธิพลเท่ากับ .56 ที่ระดับนัยสำคัญเท่ากับ .001 ซึ่งการส่งเสริมตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบ (PSM) ก็ส่งอิทธิพลทางบวกต่อไปยังเจตคติต่อการทำศัลยกรรมเสริมความงาม (ACSS) โดยมีค่าอิทธิพลเท่ากับ .27 ที่ระดับนัยสำคัญเท่ากับ .001 ซึ่งสนับสนุนสมมติฐานข้อที่ 2 และสมมติฐานข้อที่ 5

ความนิยมความสมบูรณ์แบบตามความคาดหวังของสังคม (SPP) ส่งอิทธิพลทางบวกต่อการไม่แสดงความไม่สมบูรณ์แบบของตนเอง (NDP) โดยมีค่าอิทธิพลเท่ากับ .42 ที่ระดับนัยสำคัญเท่ากับ .001 ซึ่งการไม่แสดงความไม่ความสมบูรณ์แบบของตนเอง (NDP) ส่งอิทธิพลทางบวกต่อไปยังเจตคติต่อการทำศัลยกรรมเสริมความงาม (ACSS) โดยมีค่าอิทธิพลเท่ากับ .18 ที่ระดับนัยสำคัญเท่ากับ .001 ซึ่งสนับสนุนสมมติฐานข้อที่ 3 และสมมติฐานข้อที่ 6

ส่วนความนิยมความสมบูรณ์แบบตามความคาดหวังของสังคม (SPP) ส่งอิทธิพลทางบวกต่อการซึมซับจากวัฒนธรรมสังคม (SOCIO) โดยมีค่าอิทธิพลเท่ากับ .65 ที่ระดับนัยสำคัญเท่ากับ .001 และการซึมซับจากวัฒนธรรมสังคม (SOCIO) ส่งอิทธิพลทางบวกไปยังเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม (ACSS) โดยมีค่าอิทธิพลเท่ากับ .48 ที่ระดับนัยสำคัญเท่ากับ .001 ซึ่งสนับสนุนสมมติฐานข้อที่ 4 และสมมติฐานข้อที่ 7

เมื่อพิจารณาค่าอิทธิพลทางอ้อมทั้งโมเดลมีค่าเท่ากับ .54 ที่ระดับนัยสำคัญเท่ากับ .001 และมีค่าผลรวมอิทธิพลทั้งหมดในโมเดลเท่ากับ .35 ที่ระดับนัยสำคัญเท่ากับ .001 ดังตารางที่ 16

ผลการเปรียบเทียบค่าไค-สแควร์สัมพัทธ์ระหว่างโมเดลอิทธิพลหลักและโมเดลอิทธิพลทางเลือก พบว่า โมเดลอิทธิพลหลักมีค่าไค-สแควร์สัมพัทธ์เท่ากับ 1.32 ส่วนโมเดลทางเลือกมีค่าไค-สแควร์สัมพัทธ์เท่ากับ 1.25 หลักการพิจารณาโมเดลที่สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ได้ดีต้องมีค่าไค-สแควร์ต่ำกว่า 2 และยิ่งค่าไค-สแควร์สัมพัทธ์ต่ำ โมเดลก็ยิ่งสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์มากขึ้น ดังนั้น โมเดลทางเลือกจึงเป็นโมเดลที่สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ดีกว่าโมเดลหลัก



$$\chi^2 = 27.48, df = 22, p = .19, RMSEA = .02, GFI = .99$$

ภาพที่ 10 โมเดลอิทธิพลความนิยมความสมบูรณ์แบบตามความคาดหวังของสังคมต่อเจตคติในการทำสัลยกรรมเสริมความงาม โดยมีการส่งเสริมตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบการไม่แสดงความไม่สมบูรณ์แบบของตนเอง และการซึมซับจากวัฒนธรรมสังคมเป็นตัวแปรส่งผ่าน

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 16

ค่าสถิติการวิเคราะห์อิทธิพลทางตรงและทางอ้อมของโมเดลทางเลือก (Alternative Model)

ตัวแปร สาเหตุ	ค่าสถิติ	ตัวแปรผล											
		PSM			NDP			SOCIO			ACSS		
		DE	IE	TE	DE	IE	TE	DE	IE	TE	DE	IE	TE
SPP	<i>b</i>	.56 ^{***}	.56 ^{***}	.42 ^{***}	.42 ^{***}	.65 ^{***}	.65 ^{***}	-.19	.54 ^{***}	.35 ^{***}			
	<i>SE</i>	(0.05)	-	(0.05)	(0.05)	-	(0.05)	(0.11)	-	(0.11)	(0.13)	(0.12)	(0.06)
	<i>t</i>	13.78	13.78	9.64	9.64	7.51	7.51	-1.84	5.84	7.93			
PSM	<i>b</i>										.27 ^{***}	.27 ^{***}	
	<i>SE</i>	-	-	-	-	-	-	-	-	-	(0.05)	-	(0.05)
	<i>t</i>										5.38	5.38	
NDP	<i>b</i>										.18 ^{***}	.18 ^{***}	
	<i>SE</i>	-	-	-	-	-	-	-	-	-	(0.05)	-	(0.05)
	<i>t</i>										4.10	4.10	
SOCIO	<i>b</i>										.48 ^{***}	.48 ^{***}	
	<i>SE</i>	-	-	-	-	-	-	-	-	-	(0.09)	-	(0.09)
	<i>t</i>										5.47	5.47	
R Square x 100		31.25		17.41		42.27					33.72		
ไค-สแควร์													27.48, <i>df</i> = 22 (<i>p</i> = .19)
RMR													.03
RMSEA													.02
GFI													.99
เมทริกซ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝง													
		PSM	NDP	SOCIO	ACSS	SPP							
PSM		1.00											
NDP		0.23	1.00										
SOCIO		0.36	0.27	1.00									
ACSS		0.38	0.30	0.51	1.00								
SPP		0.56	0.42	0.65	0.35	1.00							

หมายเหตุ DE = อิทธิพลทางตรง, IE = อิทธิพลทางอ้อม, TE = ผลรวมของอิทธิพล

^{***}*p* < .001, สองหาง.

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ข้อที่	สมมติฐาน	ผลการทดสอบ	
		สนับสนุน	ปฏิเสธ
โมเดลหลัก			
1.	ความนิยมความสมบูรณ์แบบทำนายเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงามได้	✓	
2.	การนำเสนอตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบทำนายเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงามได้	✓	
3.	การซึมซับจากวัฒนธรรมสังคมการทำนายเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงามได้	✓	
4.	ความนิยมความสมบูรณ์แบบทำนายเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม โดยมีการนำเสนอตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบเป็นตัวแปรส่งผ่าน	✓	
5.	ความนิยมความสมบูรณ์แบบตามความคาดหวังของสังคมการทำนายเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม โดยมีการซึมซับจากวัฒนธรรมสังคมเป็นตัวแปรส่งผ่าน	✓	
โมเดลทางเลือก			
1.	ความนิยมความสมบูรณ์แบบตามความคาดหวังของสังคมการทำนายเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงามได้	✓	
2.	การส่งเสริมตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบทำนายเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงามได้	✓	
3.	การไม่แสดงความไม่สมบูรณ์แบบของตนเองทำนายเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงามได้	✓	
4.	การซึมซับจากวัฒนธรรมสังคมการทำนายเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงามได้	✓	
5.	ความนิยมความสมบูรณ์แบบตามความคาดหวังของสังคมการทำนายเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม โดยมีการส่งเสริมตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบเป็นตัวแปรส่งผ่าน	✓	
6.	ความนิยมความสมบูรณ์แบบตามความคาดหวังของสังคมการทำนายเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม โดยมีการไม่แสดงความไม่สมบูรณ์แบบของตนเองเป็นตัวแปรส่งผ่าน	✓	
7.	ความนิยมความสมบูรณ์แบบตามความคาดหวังของสังคมการทำนายเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม โดยมีการซึมซับจากวัฒนธรรมสังคมเป็นตัวแปรส่งผ่าน	✓	

4. ผลการวิเคราะห์เพิ่มเติม

ผลการวิเคราะห์ความไม่แปรเปลี่ยนของโมเดล ระหว่างกลุ่มตัวอย่างจากมหาวิทยาลัยในสังกัดรัฐบาลและสังกัดเอกชน

นอกจากการทดสอบโมเดลทางเลือกแล้ว ผู้วิจัยยังต้องการทดสอบว่าโมเดลอิทธิพลของความนิยมความสมบูรณ์แบบต่อเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงามนั้นไม่มีความแปรเปลี่ยนระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักศึกษาหญิงจากมหาวิทยาลัยในสังกัดรัฐบาล ได้แก่ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต และ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา กับกลุ่มตัวอย่างนักศึกษาหญิงจากมหาวิทยาลัยในสังกัดเอกชน ได้แก่ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ และ มหาวิทยาลัยศรีปทุม ผู้วิจัยจึงใช้การวิเคราะห์กลุ่มพหุ (multigroup analysis) มาทดสอบว่าโมเดลอิทธิพลของความนิยมความสมบูรณ์แบบต่อเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่ม และสามารถนำโมเดลมาใช้อธิบายผลได้เหมือนกันหรือไม่ อย่างไร

เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยของตัวแปรสังเกตของกลุ่มตัวอย่างจากมหาวิทยาลัยสังกัดรัฐบาล จากองค์ประกอบทั้งสามด้านของความนิยมความสมบูรณ์แบบ พบว่า ความนิยมความสมบูรณ์แบบในตนเอง (SOP) มีค่าเฉลี่ยคะแนนสูงสุด ($M = 4.48, SD = 0.89$) รองลงมา ได้แก่ ความนิยมความสมบูรณ์แบบตามความคาดหวังของสังคม (SPP) ($M = 3.67, SD = 0.81$) และความนิยมความสมบูรณ์แบบจากผู้อื่น (OOP) ($M = 3.48, SD = 0.71$) ส่วนค่าเฉลี่ยของการส่งเสริมตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบ (PSP) นั้น พบว่า องค์ประกอบด้านการไม่แสดงความไม่สมบูรณ์แบบของตนเอง (NDP) มีค่าเฉลี่ยคะแนนสูงสุด ($M = 4.12, SD = 0.88$) รองลงมา คือ การส่งเสริมตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบ (PSM) ($M = 4.07, SD = 0.96$) และการไม่ยอมรับความไม่สมบูรณ์แบบของตนเอง (NDC) ($M = 3.29, SD = 0.91$) ส่วนค่าเฉลี่ยของการซึมซับจากวัฒนธรรมสังคม (SOCIO) พบว่า ด้านการรับข้อมูลข่าวสารจากวัฒนธรรมสังคม (INFO) มีคะแนนเฉลี่ยสูงสุด ($M = 4.72, SD = 0.94$) รองลงมา ได้แก่ ความกดดันจากวัฒนธรรมสังคม (PRESS) ($M = 3.88, SD = 1.24$) การซึมซับค่านิยมความงามทั่วไป (GEN) ($M = 3.79, SD = 1.18$) และด้านการซึมซับค่านิยมความงามแบบนักกีฬา (ATH) ($M = 3.28, SD = 1.40$) ส่วนเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม พบว่า ปัจจัยภายในตัวบุคคล (INTRA) มีค่าเฉลี่ย

คะแนนสูงที่สุด ($M = 4.14, SD = 1.16$) รองลงมา คือ การพิจารณาตัดสินใจ (CON) ($M = 3.66, SD = 1.42$) และปัจจัยทางสังคม (SOC) ($M = 3.52, SD = 1.32$) ดังตารางที่ 13

ส่วนค่าเฉลี่ยของตัวแปรสังเกตของกลุ่มตัวอย่างจากมหาวิทยาลัยสังกัดเอกชน พบว่า จากองค์ประกอบทั้งสามด้านของความนิยมความสมบูรณ์แบบ ความนิยมความสมบูรณ์แบบในตนเอง (SOP) มีค่าเฉลี่ยคะแนนสูงที่สุด ($M = 4.69, SD = 0.81$) รองลงมา ได้แก่ ความนิยมความสมบูรณ์แบบตามความคาดหวังของสังคม (SPP) ($M = 4.12, SD = 0.63$) และความนิยมความสมบูรณ์แบบจากผู้อื่น (OOP) ($M = 3.87, SD = 0.58$) ส่วนค่าเฉลี่ยของการส่งเสริมตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบ (PSP) นั้น พบว่า องค์ประกอบด้านการส่งเสริมตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบ (PSM) มีค่าเฉลี่ยคะแนนสูงที่สุด ($M = 4.49, SD = 0.91$) รองลงมา คือ การไม่แสดงความไม่สมบูรณ์แบบของตนเอง (NDP) ($M = 4.33, SD = 0.76$) และการไม่ยอมรับความไม่สมบูรณ์แบบของตนเอง (NDC) ($M = 3.86, SD = 0.86$) ส่วนค่าเฉลี่ยของการซึมซับจากวัฒนธรรมสังคม (SOCIO) พบว่า ด้านการรับข้อมูลข่าวสารจากวัฒนธรรมสังคม (INFO) มีคะแนนเฉลี่ยสูงที่สุด ($M = 4.61, SD = 0.78$) รองลงมา ได้แก่ ความกดดันจากวัฒนธรรมสังคม (PRESS) ($M = 4.27, SD = 1.00$) การซึมซับค่านิยมความงามทั่วไป (GEN) ($M = 4.05, SD = 0.91$) และด้านการซึมซับค่านิยมความงามแบบนักกีฬา (ATH) ($M = 3.73, SD = 1.31$) ส่วนเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม พบว่า ปัจจัยภายในตัวบุคคล (INTRA) มีค่าเฉลี่ยคะแนนสูงที่สุด ($M = 4.62, SD = 1.15$) รองลงมา คือ การพิจารณาตัดสินใจ (CON) ($M = 4.56, SD = 1.26$) และปัจจัยทางสังคม (SOC) ($M = 4.53, SD = 1.17$) ดังตารางที่ 13

ผลการวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตของกลุ่มตัวอย่างจากมหาวิทยาลัยในสังกัดรัฐบาล พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรมีค่าตั้งแต่ $-.03$ ถึง $.86$ เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม พบว่า ตัวแปรที่มี สหสัมพันธ์กับเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงามสูงที่สุด คือ เจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงามด้านปัจจัยทางสังคมกับการซึมซับค่านิยมความงามทั่วไป มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ $.47$ รองลงมา คือ เจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงามด้านการพิจารณาตัดสินใจกับกา รซึมซับค่านิยมความงามทั่วไป มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ $.45$ และเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงามด้านปัจจัยทางสังคมกับความกดดันจากวัฒนธรรมสังคม มีค่าสัมประสิทธิ์

สหสัมพันธ์เท่ากับ .40 ตามลำดับ ส่วนตัวแปรที่มีสหสัมพันธ์กับเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงามต่ำที่สุด คือ เจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงามด้านปัจจัยภายในตัวบุคคลกับความนิยมความสมบูรณ์แบบตามความคาดหวังของสังคม มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .09 ดังตารางที่ 18

ส่วนผลการวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตของกลุ่มตัวอย่างจากมหาวิทยาลัยในสังกัดเอกชน พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรมีค่าตั้งแต่ -.05 ถึง .82 เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม พบว่า ตัวแปรที่มีสหสัมพันธ์กับเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงามสูงที่สุด คือ เจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงามด้านปัจจัยทางสังคมกับความกดดันจากวัฒนธรรมสังคม มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .34 และเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงามด้านปัจจัยภายในตัวบุคคลกับการรับข้อมูลข่าวสารจากวัฒนธรรมสังคม มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .34 รองลงมา คือ เจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงามด้านปัจจัยทางสังคมกับการซึมซับค่านิยมความงามทั่วไป มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .33 และเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงามด้านปัจจัยภายในตัวบุคคลกับความกดดันจากวัฒนธรรมสังคม มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .32 ตามลำดับ ส่วนตัวแปรที่มีสหสัมพันธ์กับเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงามต่ำที่สุด คือ เจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงามด้านการพิจารณาตัดสินใจกับการไม่ยอมรับความไม่สมบูรณ์แบบของตนเอง มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .00 ดังตารางที่ 19

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 17

คะแนนต่ำสุด คะแนนสูงสุด ค่ามัชฌิมเลขคณิต และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปรสังเกต
แบ่งตามสังกัดของมหาวิทยาลัย

สังกัด	ตัวแปรสังเกต	Min	Max	M	SD
กลุ่มตัวอย่างจาก มหาวิทยาลัยสังกัด รัฐบาล (n = 375)	SOP	1.82	6.91	4.48	0.89
	SPP	1.73	6.27	3.67	0.81
	OOP	1.09	5.45	3.48	0.71
	PSM	1.14	6.71	4.07	0.96
	NDP	1.56	6.44	4.12	0.88
	NDC	1.40	6.00	3.29	0.91
	INFO	2.00	7.00	4.72	0.94
	GEN	1.00	7.00	3.79	1.18
	PRESS	1.00	6.83	3.88	1.24
	ATH	1.00	7.00	3.28	1.40
	INTRA	1.00	7.00	4.14	1.16
	SOC	1.00	7.00	3.52	1.32
	CON	1.00	7.00	3.66	1.42
	กลุ่มตัวอย่างจาก มหาวิทยาลัยสังกัด เอกชน (n = 260)	SOP	2.64	7.00	4.69
SPP		2.00	5.64	4.12	0.63
OOP		1.55	5.45	3.87	0.58
PSM		1.86	6.43	4.49	0.91
NDP		2.33	6.56	4.33	0.76
NDC		1.00	6.20	3.86	0.86
INFO		2.89	6.89	4.61	0.78
GEN		1.00	7.00	4.05	0.91
PRESS		1.33	6.83	4.27	1.00
ATH		1.00	7.00	3.73	1.31
INTRA		1.00	7.00	4.62	1.15
SOC		1.00	7.00	4.53	1.17
CON		1.00	7.00	4.56	1.26

ตารางที่ 18

ค่าสหสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตของกลุ่มตัวอย่างจากมหาวิทยาลัยในสังกัดรัฐบาล ($n = 375$)

	SOP	SPP	OOP	PSM	NDP	NDC	INFO	GEN	PRESS	ATH	INTRA	SOC	CON
SOP	(.83)												
SPP	.43**	(.78)											
OOP	.45**	.47**	(.68)										
PSM	.66**	.44**	.45**	(.83)									
NDP	.38**	.30**	.30**	.57**	(.77)								
NDC	.40**	.47**	.43**	.58**	.60**	(.64)							
INFO	.10	.04	-.03	.12*	.12*	.05	(.79)						
GEN	.23**	.18**	.25**	.31**	.26**	.21**	.39**	(.86)					
PRESS	.14*	.22**	.23**	.38**	.23**	.21**	.38**	.72**	(.81)				
ATH	.22**	.27**	.27**	.24**	.17**	.24**	.15**	.38**	.47**	(.84)			
INTRA	.12*	.09	.16**	.27**	.27**	.14*	.17**	.39**	.31**	.18**	(.86)		
SOC	.20**	.23**	.29**	.34**	.28**	.27**	.22**	.47**	.41**	.29**	.76**	(.90)	
CON	.20**	.20**	.26**	.33**	.29**	.20**	.20**	.45**	.40**	.22**	.76**	.86**	(.89)
<i>M</i>	4.48	3.67	3.48	4.07	4.12	3.29	4.72	3.79	3.88	3.28	4.14	3.52	3.66
<i>SD</i>	0.89	0.81	0.71	0.96	0.88	0.91	0.94	1.18	1.24	1.40	1.16	1.32	1.42

หมายเหตุ ตัวเลขในวงเล็บแนวทแยง คือ ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา

* $p < .05$, สองหาง. ** $p < .01$, สองหาง.

ตารางที่ 19

ค่าสหสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตของกลุ่มตัวอย่างจากมหาวิทยาลัยในสังกัดเอกชน ($n = 260$)

	SOP	SPP	OOP	PSM	NDP	NDC	INFO	GEN	PRESS	ATH	INTRA	SOC	CON
SOP	(.83)												
SPP	.43**	(.78)											
OOP	.28**	.42**	(.68)										
PSM	.56**	.42**	.40**	(.83)									
NDP	.32**	.30**	.30**	.59**	(.77)								
NDC	.23**	.31**	.31**	.41**	.44**	(.64)							
INFO	.43**	.17*	-.05	.20**	.21**	.01	(.79)						
GEN	.33**	.12	.13*	.27**	.18**	.07	.38**	(.86)					
PRESS	.34**	.19**	.24**	.31**	.22**	.10	.40**	.58**	(.81)				
ATH	.21**	.23**	.29**	.32**	.24**	.25**	.10	.21**	.37**	(.84)			
INTRA	.28*	.25**	.13*	.26**	.21**	.09	.34**	.27**	.32**	.19**	(.86)		
SOC	.23**	.23**	.17*	.30**	.23**	.14*	.26**	.33**	.34**	.21**	.82**	(.90)	
CON	.18**	.13*	.03	.14*	.07	.00	.22**	.21**	.21**	.10	.74**	.80**	(.89)
<i>M</i>	4.69	4.12	3.87	4.49	4.33	3.86	4.61	4.05	4.27	3.73	4.62	4.53	4.56
<i>SD</i>	0.81	0.63	0.58	0.91	0.76	0.86	0.78	0.91	1.00	1.31	1.15	1.17	1.26

หมายเหตุ ตัวเลขในวงเล็บแนวทแยง คือ ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา

* $p < .05$, สองหาง. ** $p < .01$, สองหาง.

เนื่องจากการวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจากนิสิต นักศึกษาหญิงทั้ง จากมหาวิทยาลัยในสังกัดของรัฐบาลและสังกัดเอกชน ผู้วิจัยจึงสนใจตรวจสอบว่าระหว่างกลุ่ม ตัวอย่างจากทั้งสองสังกัด โมเดลมีความแปรเปลี่ยนระหว่างกันหรือไม่ อย่างไร

หลักการวิเคราะห์ความไม่แปรเปลี่ยนของโมเดล (invariance) คือ การกำหนดเงื่อนไข บังคับให้โมเดลสมการเชิงโครงสร้างของแต่ละกลุ่มตัวอย่างมีรูปแบบเดียวกันทั้งหมด ทั้งรูปแบบ โมเดล ตัวแปรในโมเดล ขนาด และสถานะของเมทริกซ์พารามิเตอร์ทั้ง 8 พารามิเตอร์ หากผลการ ทดสอบ พบว่า เมื่อกำหนดให้รูปแบบโมเดล และเมทริกซ์พารามิเตอร์ทั้ง 8 พารามิเตอร์ให้เท่ากัน แล้ว โมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ แสดงว่าโมเดลจากทั้งสองกลุ่ม ตัวอย่างไม่ได้รับอิทธิพลจากตัวแปรกำกับ (นงลักษณ์ วิรัชชัย, 2542)

หลักการทดสอบความไม่แปรเปลี่ยนเริ่มจากการทดสอบความไม่แปรเปลี่ยนของเมทริกซ์ พารามิเตอร์ที่มีความเข้มงวดน้อยที่สุด (least restriction) ไปยังเมทริกซ์พารามิเตอร์ที่มีความ เข้มงวดมากที่สุด (most restriction) ในงานวิจัยนี้กำหนดให้ทดสอบความไม่แปรเปลี่ยนของ รูปแบบโมเดลเป็นหลัก จากนั้นจึงทดสอบความไม่แปรเปลี่ยนของเมทริกซ์สัมประสิทธิ์การถดถอย ของตัวแปรแฝงภายนอกบนตัวแปรสังเกต (LX) จนถึงเมทริกซ์ความแปรปรวน-ความแปรปรวนร่วม ของตัวแปรภายใน (PS) ดังตารางที่ 20

ผลการวิเคราะห์ความไม่แปรเปลี่ยนของรูปแบบโมเดลอิทธิพลความนิยมความสมบูรณ์ แบบต่อเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม โดยมีการนำเสนอตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบ และการซึมซับจากวัฒนธรรมสังคมเป็นตัวแปรส่งผ่านระหว่างกลุ่มตัวอย่างจากต่างสังกัด พบว่า โมเดลสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ พิจารณาจากค่าไค-สแควร์รวมเท่ากับ 114.96 ซึ่งมีค่า ความน่าจะเป็นเท่ากับ .070 ($p = .070$) ที่องศาอิสระเท่ากับ 94 ($df = 94$) แสดงว่าค่าไค-สแควร์ แตกต่างจากศูนย์อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงยอมรับสมมติฐานหลักที่ว่าโมเดล การวัดมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีค่าดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสอง ของส่วนที่เหลือ (RMR) เท่ากับ .04 ซึ่งมีค่าเข้าใกล้ 0 มีค่ารากที่สองของความคลาดเคลื่อนในการ ประมาณค่า (RMSEA) เท่ากับ .03 และมีค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (GFI) เท่ากับ .97 ซึ่งมี ค่าเข้าใกล้ 1 แสดงว่าโมเดลสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ สรุปได้ว่า โมเดลอิทธิพลความนิยม ความสมบูรณ์แบบต่อเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงามมีรูปแบบโมเดลตรงกัน หรือ รูปแบบโมเดลไม่แปรเปลี่ยนระหว่างกลุ่มตัวอย่างจากมหาวิทยาลัยต่างสังกัดกัน แสดงว่า โมเดล

ของกลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มมีลักษณะโครงสร้างความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเป็นแบบเดียวกัน มีขนาดของเมทริกซ์เท่ากัน มีรูปแบบเมทริกซ์ (matrix form) และสถานะเมทริกซ์ (matrix mode) เป็นแบบเดียวกัน

อย่างไรก็ดี เมื่อกำหนดเงื่อนไขบังคับเพื่อทดสอบความไม่แปรเปลี่ยนระหว่างโมเดล โดยกำหนดเงื่อนไขบังคับตั้งแต่ค่าพารามิเตอร์ของเมทริกซ์สัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรแฝงภายนอกบนตัวแปรสังเกต (LX) หรือค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรสังเกตภายนอก ค่าพารามิเตอร์ของเมทริกซ์สัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรแฝงภายในบนตัวแปรสังเกต (LY) หรือค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรสังเกตภายใน ค่าพารามิเตอร์ของเมทริกซ์อิทธิพลเชิงสาเหตุจากตัวแปรแฝงภายนอกไปยังตัวแปรแฝงภายใน (GA) จนถึงค่าพารามิเตอร์ของเมทริกซ์อิทธิพลเชิงสาเหตุจากตัวแปรแฝงภายในไปยังตัวแปรแฝงภายใน (BE) ผลการวิเคราะห์ พบว่า โมเดลไม่สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ แสดงว่า การกำหนดเงื่อนไขบังคับให้พารามิเตอร์ LX, LY, GA และ BE เท่ากันนั้นไม่เป็นจริง โมเดลมีความแปรเปลี่ยนระหว่างกลุ่มตัวอย่างต่างสังกัดกัน หรือค่าพารามิเตอร์ดังกล่าวต่างกันระหว่างกลุ่มตัวอย่างจากมหาวิทยาลัยสังกัดรัฐบาลกับสังกัดเอกชน ดังตารางที่ 20

สรุปได้ว่าสังกัดมหาวิทยาลัยของกลุ่มตัวอย่างมีอิทธิพลกำกับต่อค่าน้ำหนักองค์ประกอบของความนิยมความสมบูรณ์แบบ (LX) ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของการนำเสนอตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบ การซึมซับจากวัฒนธรรมสังคม และเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม (LY) อิทธิพลเชิงสาเหตุจากความนิยมความสมบูรณ์แบบต่อการนำเสนอตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบ การซึมซับจากวัฒนธรรมสังคม และเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม (GA) อิทธิพลเชิงสาเหตุจากการนำเสนอตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบต่อเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม และอิทธิพลเชิงสาเหตุจากการซึมซับจากวัฒนธรรมสังคมต่อเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม (BE) นอกจากนี้สังกัดมหาวิทยาลัยยังมีอิทธิพลกำกับต่อความแปรปรวน-แปรปรวนร่วมของความคลาดเคลื่อนของตัวแปรภายนอก (TD) และมีอิทธิพลกำกับต่อความแปรปรวน-แปรปรวนร่วมของความคลาดเคลื่อนของตัวแปรภายใน (TE)

ตารางที่ 20

ดัชนีวัดความกลมกลืนของโมเดลอิทธิพลความนิยมความสมบูรณ์แบบต่อเจตคติในการ
ทำศัลยกรรมเสริมความงาม

โมเดลตามสมมติฐาน	χ^2	df	p	GFI	$\Delta\chi^2$	Δdf
1. รูปแบบโมเดลเดียวกัน	114.96	94	.070	.97		
วิเคราะห์ผลเพิ่มเติม	χ^2	df	p	GFI	$\Delta\chi^2$	Δdf
2. LX ไม่แปรเปลี่ยน	130.31	97	.014	.97	15.35 ^{***}	3
3. LX และ LY ไม่แปรเปลี่ยน	279.06	107	.000	.93	148.75 ^{***}	10
4. LX, LY และ GA ไม่แปรเปลี่ยน	286.71	110	.000	.92	7.65	3
5. LX, LY, GA และ BE ไม่แปรเปลี่ยน	285.63	112	.000	.92	1.08	2
6. LX, LY, GA, BE และ TD ไม่แปรเปลี่ยน	304.66	115	.000	.91	19.03 ^{***}	3
7. LX, LY, GA, BE, TD และ TE ไม่แปรเปลี่ยน	331.20	129	.000	.88	26.54 [*]	14
8. LX, LY, GA, BE, TD, TE และ PH ไม่แปรเปลี่ยน						
9. LX, LY, GA, BE, TD, TE, PH และ PS ไม่แปรเปลี่ยน						

ไม่ทดสอบเนื่องจากโมเดลไม่สอดคล้อง

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 4

อภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลของความนิยมความสมบูรณ์แบบต่อเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม โดยมุ่งศึกษาอิทธิพลส่งผ่านของตัวแปรการนำเสนอตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบ และการซึมซับค่านิยมจากวัฒนธรรมสังคม ผู้วิจัยจึงขออภิปรายผลการวิเคราะห์ตามสมมติฐาน ดังนี้

อิทธิพลทางตรงของความนิยมความสมบูรณ์แบบ และความนิยมความสมบูรณ์แบบตามความคาดหวังของสังคม

จากโมเดลหลัก อิทธิพลทางตรงของความนิยมความสมบูรณ์แบบมีสมมติฐานจำนวน 1 ข้อ คือ

สมมติฐานข้อที่ 1 ความนิยมความสมบูรณ์แบบทำนายเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงามได้

ส่วนโมเดลทางเลือก อิทธิพลทางตรงของความนิยมความสมบูรณ์แบบตามความคาดหวังของสังคมมีสมมติฐานจำนวน 1 ข้อ คือ

สมมติฐานข้อที่ 1 ความนิยมความสมบูรณ์แบบตามความคาดหวังของสังคมทำนายเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงามได้

ผลการวิเคราะห์สนับสนุนสมมติฐานข้อที่ 1 ของทั้งโมเดลหลักและโมเดลทางเลือก แม้ว่าความนิยมความสมบูรณ์แบบไม่สามารถทำนายเจตคติต่อการทำศัลยกรรมเสริมความงามได้โดยตรง ($\beta = -.03, ns$) ในโมเดลหลัก แต่ความนิยมความสมบูรณ์แบบทำนายเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงามได้ โดยผ่านตัวแปรการนำเสนอตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบ และการซึมซับจากวัฒนธรรมสังคม นอกจากนี้ทั้งตัวแปรสังเกตและตัวแปรแฝงของความนิยมความสมบูรณ์แบบในโมเดลหลักมีความสัมพันธ์กับเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ อีกทั้งโมเดลก็ยังสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ด้วย ส่วนโมเดลทางเลือกซึ่งทดสอบเพียงความนิยมความสมบูรณ์แบบตามความคาดหวังของสังคมเพียงองค์ประกอบเดียวก็

พบเช่นกันว่าตัวแปรดังกล่าวไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม ($\beta = -.19, ns$) แต่ความนิยมความสมบูรณ์แบบตามความคาดหวังของสังคมทำนายเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงามได้ โดยผ่านตัวแปรการส่งเสริมตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบ การไม่แสดงความไม่สมบูรณ์แบบของตนเอง และการซึมซับจากวัฒนธรรมสังคม และโมเดลก็สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ นอกจากนี้ทั้งตัวแปรสังเกตและตัวแปรแฝงของความนิยมความสมบูรณ์แบบตามความคาดหวังของสังคมมีความสัมพันธ์กับเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้นผู้วิจัยจึงสรุปว่าความนิยมความสมบูรณ์แบบและความนิยมความสมบูรณ์แบบตามความคาดหวังของสังคมทำนายเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงามได้

ผลการวิจัยครั้งนี้คล้ายกับผลการวิจัยของ Sherry และคณะ (2004) ซึ่งวิเคราะห์ด้วยสถิติการถดถอยพหุคูณ (Multiple regression) และพบว่าความนิยมความสมบูรณ์แบบตามความคาดหวังของสังคมทำนายความคิดเกี่ยวกับการทำศัลยกรรมเสริมความงามได้อย่างมีนัยสำคัญเฉพาะเมื่อพิจารณาความนิยมความสมบูรณ์แบบตามความคาดหวังของสังคมเป็นตัวแปรอิสระเพียงตัวแปรเดียวเท่านั้น แต่เมื่อนำตัวแปรการส่งเสริมตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบ และการไม่แสดงความไม่สมบูรณ์แบบของตนเองมาพิจารณาร่วมด้วย ผลปรากฏว่าความนิยมความสมบูรณ์แบบตามความคาดหวังของสังคมไม่สามารถทำนายความคิดเกี่ยวกับการทำศัลยกรรมเสริมความงามได้อย่างมีนัยสำคัญ แต่ความนิยมความสมบูรณ์แบบตามความคาดหวังของสังคมจะสามารถทำนายความคิดเกี่ยวกับการทำศัลยกรรมเสริมความงามได้ โดยมีการส่งเสริมตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบ และการไม่แสดงความไม่สมบูรณ์แบบของตนเองเป็นตัวแปรส่งผ่าน

สาเหตุที่ความนิยมความสมบูรณ์แบบไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงามในโมเดลนี้ อาจเป็นเพราะการวัดความนิยมความสมบูรณ์แบบทั้ง 3 องค์ประกอบเป็นการวัดความนิยมความสมบูรณ์แบบในเรื่องทั่วไป ไม่เฉพาะเจาะจงด้านใดด้านหนึ่งโดยเฉพาะ แต่ผู้ที่ต้องการความสมบูรณ์แบบย่อมให้ความสำคัญกับเรื่องต่าง ๆ ในชีวิตแตกต่างกันไป ตัวอย่างเช่น บางคนอาจให้น้ำหนักความสำคัญกับเรื่องเรียนหรือการทำงาน มุ่งความสมบูรณ์แบบในการเรียนและหน้าที่การงานเป็นหลัก ในขณะที่บางคนให้น้ำหนักความสำคัญกับรูปร่างหน้าตา ต้องการความสมบูรณ์แบบในการปรากฏกายมากกว่า ดังนั้นคะแนนจากการตอบมาตราวัดความนิยมความสมบูรณ์แบบจึงไม่สามารถทำนายเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงามได้เสมอไป

อย่างไรก็ดี เมื่อนำความนิยมความสมบูรณ์แบบมาศึกษาร่วมกับการนำเสนอตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบ และการซึมซับจากวัฒนธรรมสังคมก็จะเห็นว่าความนิยมความสมบูรณ์แบบสามารถทำนายเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงามได้โดยผ่านตัวแปรดังกล่าว เพราะตัวแปรทั้งสองที่นำมาศึกษาร่วมด้วยนั้นเป็นตัวช่วยบ่งชี้ลักษณะเฉพาะของผู้นิยมความสมบูรณ์แบบ ที่ให้ความสำคัญกับเรื่องรูปลักษณ์ การนำเสนอตนเอง และการรับเอาค่านิยมด้านความงามจากสังคมมาเป็นบรรทัดฐานส่วนบุคคล ซึ่งบุคคลประเภทนี้มักไวต่อการตอบรับหรือผลป้อนกลับจากคนรอบข้าง พยายามทำให้ตนเองดูดีอยู่เสมอ มักแสดงพฤติกรรมที่แสดงถึงความสมบูรณ์เปรียบพร้อมของตนเองต่อผู้อื่น เพราะลักษณะเหล่านี้จะช่วยให้ได้รับชื่อเสียง ความเคารพนับถือ และความชื่นชมจากผู้อื่น ในขณะเดียวกันก็พยายามแสดงความผิดพลาดหรือข้อบกพร่องของตนเองให้น้อยที่สุด นอกจากนี้ผู้ที่นิยมความสมบูรณ์แบบ โดยเฉพาะอย่างยิ่งความสมบูรณ์แบบตามความคาดหวังของสังคมน่าจะเป็นผู้ที่เชื่อว่าสังคมหรือคนรอบข้างคาดหวังมาตรฐานและความเปรียบพร้อมสมบูรณ์แบบจากตน บุคคลเหล่านี้จึงซึมซับค่านิยมจากวัฒนธรรมสังคมค่อนข้างมาก เพื่อรับมาเป็นมาตรฐานส่วนตัว แล้วพยายามปฏิบัติตามเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่สังคมให้คุณค่าว่าเป็นสิ่งที่ดีงาม ถูกต้อง เหมาะสม และทำให้ตนเองได้เป็นที่ยอมรับและชื่นชมของของคนรอบข้าง ดังนั้นการศึกษาความนิยมความสมบูรณ์แบบ ร่วมกับการนำเสนอตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบและการซึมซับค่านิยมจากวัฒนธรรมสังคมจึงทำนายเจตคติทางบวกในการทำศัลยกรรมเสริมความงามได้ดีกว่าการใช้ตัวแปรความนิยมความสมบูรณ์แบบเพียงตัวเดียว

อิทธิพลส่งผ่านของการนำเสนอตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบ การส่งเสริมตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบ และการไม่แสดงความไม่สมบูรณ์แบบของตนเอง

จากโมเดลหลัก อิทธิพลของตัวแปรการนำเสนอตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบมีสมมติฐานจำนวน 2 ข้อ ได้แก่

- สมมติฐานข้อที่ 2 การนำเสนอตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบทำนายเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงามได้
- สมมติฐานข้อที่ 3 ความนิยมความสมบูรณ์แบบทำนายเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงามได้ โดยมีการนำเสนอตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบเป็นตัวแปรส่งผ่าน

จากโมเดลทางเลือก อิทธิพลของตัวแปรการส่งเสริมตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบ และการไม่แสดงความไม่สมบูรณ์แบบของตนเองมีสมมติฐานจำนวน 4 ข้อ ได้แก่

- สมมติฐานข้อที่ 2 การส่งเสริมตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบทำนายเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงามได้
- สมมติฐานข้อที่ 3 การไม่แสดงความไม่สมบูรณ์แบบของตนเองทำนายเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงามได้
- สมมติฐานข้อที่ 5 ความนิยมความสมบูรณ์แบบตามความคาดหวังของสังคมทำนายเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม โดยมีการส่งเสริมตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบเป็นตัวแปรส่งผ่าน
- สมมติฐานข้อที่ 6 ความนิยมความสมบูรณ์แบบตามความคาดหวังของสังคมทำนายเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม โดยมีการไม่แสดงความไม่สมบูรณ์แบบของตนเองเป็นตัวแปรส่งผ่าน

ผลการวิเคราะห์ พบว่า ตัวแปรการนำเสนอตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบสามารถทำนายเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงามได้อย่างมีนัยสำคัญ ($\beta = 0.24, p < .05$) และยังเป็นตัวแปรส่งผ่านระหว่างความนิยมความสมบูรณ์แบบกับเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงามด้วย ซึ่งสนับสนุนสมมติฐานข้อที่ 2 และข้อที่ 3 ของโมเดลหลัก

นอกจากนี้ ผลการวิเคราะห์โมเดลทางเลือกก็พบว่าการส่งเสริมตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบ ($\beta = 0.27, p < .001$) และการไม่แสดงความไม่สมบูรณ์แบบของตนเอง ($\beta = 0.18, p < .001$) สามารถทำนายเจตคติในการทำศัลยกรรมได้อย่างมีนัยสำคัญ และทั้งสองตัวแปรเป็นตัวแปรส่งผ่านระหว่างความนิยมความสมบูรณ์แบบตามความคาดหวังของสังคมกับเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงามด้วยเช่นกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Sherry และคณะ (2004) ตามที่อธิบายไว้ข้างต้นแล้ว

เหตุผลที่การนำเสนอตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบสามารถทำนายและเป็นตัวแปรส่งผ่านระหว่างความนิยมความสมบูรณ์แบบกับเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม น่าจะเป็นเพราะว่าผู้ที่ชอบนำเสนอตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบมีแนวโน้มที่จะแสดงออกถึงความทะนงในรูปลักษณะของตน (vanity) และความหลงตนเอง (Hewitt et al., 2003) ความสมบูรณ์แบบของรูปร่างหน้าตาจึงเป็นคุณลักษณะที่ผู้ชอบนำเสนอตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบปรารถนา ดังนั้นการทำศัลยกรรมเสริมความงามจึงอาจช่วยตอบสนองของความปรารถนาที่จะเปลี่ยนแปลงรูปร่าง

หน้าตาของคนกลุ่มนี้ให้เป็นที่น่าดึงดูดใจและเป็นที่ยอมรับของผู้อื่นได้ ส่วนสาเหตุที่การไม่แสดงความไม่สมบูรณ์แบบของตนเองสามารถทำนายเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงามได้นั้น น่าจะเป็นเพราะบุคคลที่ไม่ต้องการให้ผู้อื่นพบเห็นความไม่สมบูรณ์แบบของตนเห็นว่าการทำศัลยกรรมเสริมความงามเป็นหนทางแก้ไขปรับปรุงความบกพร่องหรือความไม่สมบูรณ์แบบของรูปร่างหน้าตาที่ตนเองต้องการปกปิดได้

ข้อสังเกตที่น่าสนใจประการหนึ่งจากผลการวิเคราะห์โมเดลทางเลือก คือ การส่งเสริมตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบมีอิทธิพลทางตรงและอิทธิพลส่งผ่านต่อเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงามมากกว่าการไม่แสดงความไม่สมบูรณ์แบบของตนเอง ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้เป็นนิสิต นักศึกษาหญิง ซึ่งอยู่ในวัยที่ต้องการการยอมรับและชื่นชม ต้องการเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มเพื่อนและสังคม อีกทั้งยังเป็นวัยกำลังสนใจเพศตรงข้าม ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างจึงมีความพยายามส่งเสริมรูปร่างหน้าตาและการปรากฏกายของตนให้ดียิ่งขึ้นเพื่อให้เป็นที่สนใจชื่นชมของผู้อื่นและเพศตรงข้ามมากกว่าความต้องการปกปิดข้อบกพร่องหรือความไม่สมบูรณ์แบบของตนเอง เพราะในกลุ่มตัวอย่างวัยนี้ยังไม่น่าจะมีความบกพร่องของรูปร่างหน้าตาเป็นปัญหามากนัก และเป็นวัยที่ถือว่ามีความสวยงามสมบูรณ์ทางด้านรูปร่างหน้าตามากที่สุด ดังนั้นการส่งเสริมตนเองด้วยความสมบูรณ์จึงมีอิทธิพลมากกว่าการไม่แสดงความไม่สมบูรณ์แบบของตนเองในโมเดลนี้

อิทธิพลส่งผ่านของการซึมซับค่านิยมจากวัฒนธรรมสังคม

อิทธิพลของตัวแปรการซึมซับค่านิยมจากวัฒนธรรมสังคมในโมเดลหลักมีสมมติฐานจำนวน 2 ข้อ ได้แก่

สมมติฐานข้อที่ 3 การซึมซับจากวัฒนธรรมสังคมการทำนายเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงามได้

สมมติฐานข้อที่ 5 ความนิยมความสมบูรณ์แบบทำนายเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม โดยมีการซึมซับจากวัฒนธรรมสังคมเป็นตัวแปรส่งผ่าน

ส่วนอิทธิพลของตัวแปรการซึมซับค่านิยมจากวัฒนธรรมสังคมในโมเดลทางเลือกมีสมมติฐานจำนวน 2 ข้อ ได้แก่

- สมมติฐานข้อที่ 4 การเพิ่มขึ้นจากวัฒนธรรมสังคมนายเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงามได้
- สมมติฐานข้อที่ 7 ความนิยมความสมบูรณ์แบบตามความคาดหวังของสังคมทำนายเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม โดยมีการเพิ่มขึ้นจากวัฒนธรรมสังคมเป็นตัวแปรส่งผ่าน

ผลการวิเคราะห์ พบว่า ตัวแปรการเพิ่มขึ้นค่านิยมจากวัฒนธรรมสังคมสามารถทำนายเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงามได้อย่างมีนัยสำคัญ ($\beta = 0.43, p < .01$) และยังเป็นตัวแปรส่งผ่านระหว่างความนิยมความสมบูรณ์แบบกับเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงามด้วย ซึ่งสนับสนุนสมมติฐานข้อที่ 3 และข้อที่ 5 ของโมเดลหลัก นอกจากนี้ผลการวิเคราะห์โมเดลทางเลือกก็พบว่าการเพิ่มขึ้นค่านิยมจากวัฒนธรรมสังคม สามารถทำนายเจตคติในการทำศัลยกรรมได้อย่างมีนัยสำคัญ ($\beta = 0.48, p < .01$) และยังเป็นตัวแปรส่งผ่านระหว่างความนิยมความสมบูรณ์แบบกับเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงามด้วยเช่นกัน ซึ่งสนับสนุนสมมติฐานข้อที่ 4 และข้อที่ 7

เหตุผลที่การเพิ่มขึ้นค่านิยมจากวัฒนธรรมสังคมเป็นตัวแปรส่งผ่านระหว่างความนิยมความสมบูรณ์แบบกับเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม น่าจะเป็นเพราะการเพิ่มขึ้นค่านิยมความงามจากสังคมวัฒนธรรมทำให้บุคคลรับเอามาตรฐานความที่สังคมเห็นว่าเป็นความงามตามอุดมคติมาเป็นมาตรฐานส่วนตัว ประปรารถนาที่จะมีรูปร่างหน้าตาตามความนิยมของสังคม ต้องการดูดีและน่าดึงดูดใจอย่างภาพลักษณ์ของดารา นางแบบ นักร้อง หรือคนดังที่สื่อประเภทต่าง ๆ นำเสนอ และพยายามเปลี่ยนแปลงตัวเองให้ได้ตามมาตรฐานที่ตนเองรับมา ผู้นิยมความสมบูรณ์แบบเป็นผู้มีความคาดหวังและตั้งมาตรฐานสูงกับตนเอง โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้นิยมความสมบูรณ์แบบตามความคาดหวังของสังคมที่เชื่อว่าสังคมหรือคนรอบข้างคาดหวังมาตรฐานและความเพียบพร้อมจากตนเอง ดังนั้นเมื่อผู้นิยมความสมบูรณ์แบบได้เพิ่มขึ้นค่านิยมจากสังคม วัฒนธรรมร่วมด้วยจึงมีแนวโน้มที่จะยอมรับและสนใจการทำศัลยกรรมเสริมความงามมากกว่าผู้นิยมความสมบูรณ์แบบที่ไม่เพิ่มขึ้นค่านิยมจากวัฒนธรรมสังคม เพราะบุคคลกลุ่มนี้ยอมพยายามปรับปรุงหรือเปลี่ยนแปลงรูปร่างหน้าตาของตนให้สมบูรณ์แบบที่สุดตามค่านิยมความงามที่ตนเองรับมาเป็นบรรทัดฐาน

อภิปรายผลการวิเคราะห์เพิ่มเติม

ความไม่แปรเปลี่ยนของโมเดล

ผลการวิเคราะห์เพิ่มเติมเพื่อทดสอบความไม่แปรเปลี่ยนของโมเดล พบว่า มีเพียง สมมติฐานรูปแบบโมเดลเท่านั้นที่พบว่าโมเดลไม่แปรเปลี่ยน ในขณะที่สมมติฐานที่กำหนดเงื่อนไข บังคับเมทริกซ์ต่าง ๆ ให้ไม่แปรเปลี่ยน พบว่า โมเดลไม่สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ทั้งหมด แสดงว่าโมเดลมีความแปรเปลี่ยนเมื่อกำหนดเงื่อนไขเมทริกซ์ในโมเดลตั้งแต่เงื่อนไขบังคับน้อย ที่สุดจนกระทั่งเงื่อนไขบังคับมากที่สุด สรุปได้ว่า สังเกตของมหาวิทยาลัยจึงน่าจะส่ง ผลต่อน้ำหนัก องค์ประกอบของตัวแปรสังเกตทั้งภายนอกและภายใน และค่าอิทธิพลเชิงสาเหตุของตัวแปรแฝง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะสภาพแวดล้อมและค่านิยมของนักศึกษาที่อยู่ต่างสังกัดกันน่าจะแตกต่างกัน จึงส่งผลให้น้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรสังเกตทั้งภายนอกและภายในของกลุ่มตัวอย่างจากทั้งสองสังกัดแตกต่างกัน และมีค่าอิทธิพลเชิงสาเหตุของตัวแปรแฝงแตกต่างกันด้วย

ศูนย์วิทยพัชกร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาอิทธิพลของความนิยมความสมบูรณ์แบบต่อเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของความนิยมความสมบูรณ์แบบต่อเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม โดยมีการนำเสนอตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบเป็นตัวแปรส่งผ่าน
3. เพื่อศึกษาอิทธิพลของความนิยมความสมบูรณ์แบบต่อเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม โดยมีการซึมซับจากวัฒนธรรมสังคมเป็นตัวแปรส่งผ่าน

สมมติฐานการวิจัยของโมเดลหลัก

1. ความนิยมความสมบูรณ์แบบทำนายเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงามได้
2. การนำเสนอตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบทำนายเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงามได้
3. การซึมซับจากวัฒนธรรมสังคมการทำนายเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงามได้
4. ความนิยมความสมบูรณ์แบบทำนายเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม โดยมีการนำเสนอตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบเป็นตัวแปรส่งผ่าน
5. ความนิยมความสมบูรณ์แบบทำนายเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม โดยมีการซึมซับจากวัฒนธรรมสังคมเป็นตัวแปรส่งผ่าน

สมมติฐานการวิจัยของโมเดลทางเลือก

1. ความนิยมความสมบูรณ์แบบตามความคาดหวังของสังคมทำนายเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงามได้
2. การส่งเสริมตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบทำนายเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงามได้
3. การไม่แสดงความไม่สมบูรณ์แบบของตนเองทำนายเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงามได้
4. การซึมซับจากวัฒนธรรมสังคมการทำนายเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงามได้

5. ความนิยมความสมบูรณ์แบบตามความคาดหวังของสังคมทำนายเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม โดยมีการส่งเสริมตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบเป็นตัวแปรส่งผ่าน
6. ความนิยมความสมบูรณ์แบบตามความคาดหวังของสังคมทำนายเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม โดยมีการไม่แสดงความไม่สมบูรณ์แบบของตนเองเป็นตัวแปรส่งผ่าน
7. ความนิยมความสมบูรณ์แบบตามความคาดหวังของสังคมทำนายเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม โดยมีการซึมซับจากวัฒนธรรมสังคมเป็นตัวแปรส่งผ่าน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้เป็นนิสิตนักศึกษาหญิงจากมหาวิทยาลัยรัฐและเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครจำนวน 635 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. มาตรวัดความนิยมความสมบูรณ์แบบ จำนวน 33 ข้อ เป็นมาตรประมาณค่าแบบลิเคิร์ต มีระดับการตอบตั้งแต่ระดับ 1 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง จนถึงระดับ 7 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง มีค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้องภายในเท่ากับ .84 พัฒนาจากมาตรวัดความนิยมความสมบูรณ์แบบแบบหลายมิติ (Multidimensional Perfectionism Scale) ของ Hewit และ Flett (1991)
2. มาตรวัดการนำเสนอตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบ จำนวน 21 ข้อ เป็นมาตรประมาณค่าแบบลิเคิร์ต 7 ระดับ ค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้องภายในเท่ากับ .88 พัฒนาจากมาตรวัดการนำเสนอตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบ (Perfectionistic Self-Presentation Scale) ของ Hewit และ Flett (2003) ฉบับย่อ
3. มาตรวัดการซึมซับจากวัฒนธรรมสังคม จำนวน 27 ข้อ เป็นมาตรประมาณค่าแบบลิเคิร์ต 7 ระดับ มีค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้องภายในเท่ากับ .92 พัฒนาจากมาตรวัดเจตคติทางวัฒนธรรมสังคมต่อรูปร่างหน้าตาฉบับปรับปรุงครั้งที่ 3 (The Sociocultural Attitudes toward Appearance Questionnaire 3 หรือ SATAQ-3) ของ Thompson, van den Berg, Roehring, Guarda และ Heinberg (2004) และมาตรวัดเจตคติทางวัฒนธรรมสังคมต่อ

รูปร่างหน้าตา (The Sociocultural Attitudes toward Appearance Questionnaire หรือ SATAQ) ของ Heinberg, Thompson และ Stormer (1995)

4. มาตรการวัดเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม จำนวน 18 ข้อ เป็นมาตรประมาณค่าแบบ ลิเคิร์ต 7 ระดับ มีค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้องภายในเท่ากับ .95 พัฒนาจากมาตรการยอมรับการทำศัลยกรรมเสริมความงาม (Acceptance to Cosmetic Surgery Scale หรือ ACSS) ของ Henderson-King และ Henderson-King (2005) และแบบสอบถามเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม (Cosmetic Surgery Attitudes Questionnaire หรือ CSAQ) ของ Sarwer และคณะ (2005)

การเก็บข้อมูล

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปขอความร่วมมือจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนิสิตนักศึกษาหญิงจาก มหาวิทยาลัยรัฐและเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครจำนวน 635 คน โดยแบ่งมาตรเป็น 6 ชุด และจัดเรียงมาตรความนิยมความสมบูรณ์แบบ การนำเสนอตนเองแบบสมบูรณ์แบบ และการซึมซับจากวัฒนธรรมสังคมสลับตำแหน่งกัน เพื่อให้แน่ใจว่าลำดับของมาตรมิได้ส่งผลต่อคำตอบของผู้ร่วมการวิจัย ส่วนมาตรเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงามและแบบสอบถามข้อมูลทางประชากรศาสตร์นั้นจำเป็นต้องจัดให้อยู่เป็นสองมาตรสุดท้ายทุกชุด เพื่อไม่ให้ผู้ตอบรับรู้ถึงวัตถุประสงค์การวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยวิเคราะห์อิทธิพลของความนิยมความสมบูรณ์แบบ การนำเสนอตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบ และการซึมซับจากวัฒนธรรมสังคมต่อเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม โดยมุ่งศึกษาอิทธิพลส่งผ่านของการนำเสนอตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบ และการซึมซับจากวัฒนธรรมสังคม โดยใช้โมเดลสมการเชิงโครงสร้าง (Structural Equation Modeling หรือ SEM) วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมลิสเรล (LISREL) เพื่อทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิจัย

โมเดลหลัก

1. โมเดลอิทธิพลความนิยมความสมบูรณ์แบบต่อเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม โดยมีการนำเสนอตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบ และการซึมซับจากวัฒนธรรมสังคมเป็นตัวแปรส่งผ่านมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ($\chi^2 = 54.04$, $df = 41$, $p = .08$, RMSEA = .02, RMR = .03, GFI = .99)
2. ความนิยมความสมบูรณ์แบบทำนายเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงามได้อย่างมีนัยสำคัญ
3. การนำเสนอตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบทำนายเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงามได้อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05
4. การซึมซับจากวัฒนธรรมสังคมการทำนายเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงามได้อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .001
5. ความนิยมความสมบูรณ์แบบทำนายเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม โดยมีการนำเสนอตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบเป็นตัวแปรส่งผ่านอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .001
6. ความนิยมความสมบูรณ์แบบทำนายเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม โดยมีการซึมซับจากวัฒนธรรมสังคมเป็นตัวแปรส่งผ่านอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .001

โมเดลทางเลือก

1. โมเดลอิทธิพลความนิยมความสมบูรณ์แบบตามความคาดหวังของสังคมต่อเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม โดยมีการส่งเสริมตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบ การไม่แสดงความไม่สมบูรณ์แบบของตนเอง และการซึมซับจากวัฒนธรรมสังคมเป็นตัวแปรส่งผ่านมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ($\chi^2 = 27.48$, $df = 22$, $p = .19$, RMSEA = .02, RMR = .03, GFI = .99)
2. ความนิยมความสมบูรณ์แบบทำนายเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงามได้อย่างมีนัยสำคัญ
3. การส่งเสริมตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบทำนายเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงามได้อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .001

4. การไม่แสดงความไม่สมบูรณ์แบบของตนเองทำนายเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงามได้อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .001
5. การซึมซับจากวัฒนธรรมสังคมการทำนายเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงามได้อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .001
6. ความนิยมความสมบูรณ์แบบตามความคาดหวังของสังคมทำนายเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม โดยมีการส่งเสริมตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบเป็นตัวแปรส่งผ่านอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .001
7. ความนิยมความสมบูรณ์แบบตามความคาดหวังของสังคมทำนายเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม โดยมีการไม่แสดงความไม่สมบูรณ์แบบของตนเองเป็นตัวแปรส่งผ่านอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .001
8. ความนิยมความสมบูรณ์แบบตามความคาดหวังของสังคมทำนายเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม โดยมีการซึมซับจากวัฒนธรรมสังคมเป็นตัวแปรส่งผ่านอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .001

ข้อเสนอแนะ

1. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาการศึกษาครั้งต่อไป ควรศึกษาเพิ่มเติมจากผู้หญิงในหลายกลุ่มอายุ เช่น วัยรุ่น วัยผู้ใหญ่ตอนต้น วัยกลางคน และกลุ่มผู้สูงอายุ รวมทั้งอาจศึกษาในกลุ่มตัวอย่างเพศชาย เพื่อเปรียบเทียบผลการวิจัยว่ามีความแตกต่างของเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงามตามวัยและเพศด้วยหรือไม่
2. ในการศึกษาครั้งต่อไปอาจศึกษาตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการเห็นคุณค่าในตนเอง (self-esteem) และความไม่พึงพอใจในรูปร่าง (body dissatisfaction) เพิ่มเติม โดยอาจเป็นไปได้ว่าการทำศัลยกรรมเสริมความงามเป็นเครื่องมือที่ช่วยเพิ่มเติมการเห็นคุณค่าในตนเองของบุคคล ผู้ที่เห็นคุณค่าของตนเองต่ำและรู้สึกไม่พึงพอใจกับรูปร่างหน้าตาของตนเองย่อมต้องการเปลี่ยนแปลงรูปลักษณ์ของตน โดยใช้ศัลยกรรมเสริมความงามในการบรรลุเป้าหมายที่ต้องการและเพิ่มการเห็นคุณค่าในตนเอง (Davis, 1995; Didie & Sarwer, 2003; Henderson-King & Henderson-King, 2005; Sawyer & Crerand; 2004; Sarwer et al., 1998)

3. เนื่องจากการทดสอบความไม่แปรเปลี่ยนของโมเดลในครั้งนี้พบว่า โมเดลมีความแปรเปลี่ยนเมื่อกำหนดเงื่อนไขเมทริกซ์ในโมเดลตั้งแต่เงื่อนไขบังคับน้อยที่สุดจนถึงเงื่อนไขบังคับมากที่สุด ดังนั้นหากในการวิจัยครั้งต่อไปศึกษากับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนิสิตนักศึกษาหญิงอาจจะศึกษาอิทธิพลกำกับของสังกัดมหาวิทยาลัยเพิ่มเติม



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

จับตามภัยคล้ายกรรมพลาสติก. (2550, 25 ตุลาคม). *ผู้จัดการรายวัน*. หน้า 39.

ถาวร จุณฐสมิทธิ. (2528). *ศัลยศาสตร์ตกแต่ง* (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพมหานคร :
เอียร์บีคัพบลิชเซอร์.

นงลักษณ์ วิรัชชัย. (2542). *โมเดลลิสเทรล : สถิติวิเคราะห์สำหรับการวิจัย* (พิมพ์ครั้งที่ 3).
กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ปัญหาผิดพลาดทางศัลยกรรม เหตุหมอชั่วโมงบินต่ำ รพ.โฆษณากเกินจริง. (2551, 14 ตุลาคม),
เดลินิวส์. หน้า 8.

เผยวัยรุ่นไทยเห่อทำศัลยกรรม. (2550, 10 พฤศจิกายน). *เดลินิวส์*. หน้า 6.

ภัยร้ายซิติโคนสวยเสี่ยงซ่อมแพง. (2551, 1 มิถุนายน), *คม ชัด ลึก*. หน้า 5.

สกฤณา สัจจอิสริยาวุฒิ. (2009, มีนาคม). *รู้ทัน...ศัลยกรรมเพื่อความงาม*. *Health Today*, 96(8),
24-30.

เหนือกว่ากิมจีพีเวอร์ 'ศัลยกรรมไทย' แซงไกลเกาหลี 30 ปี. (2552, 3 กรกฎาคม). *เดลินิวส์*.
หน้า 3.

อยากสวยนักศึกษาเฮโลฟิ่งมีดหมอ. (2551, 7 กุมภาพันธ์), *มติชนรายวัน*. หน้า 25.

ภาษาอังกฤษ

American Society for Aesthetic Plastic Surgery. (2008). *Quick facts: Highlight of ASAPS
2008 statistics on cosmetic surgery*. Retrieved January 12, 2010, from
<http://www.surgery.org/media/statistic>

Bardone, A. M., Vohs, K. D., Abramson, L. Y., Heatherton, T. F., & Joiner, T. E. (2000).
The confluence of perfectionism, body dissatisfaction, and low self-esteem
predicts bulimic symptoms: Clinical implications [Electronic version]. *Behavior
Therapy*, 31, 265-280.

- Brown, A., Furnham, A., Glanville, L., & Swami V. (2007). Factors that affect the likelihood of undergoing cosmetic surgery [Electronic version]. *Aesthetic Surgery Journal*, 27, 501-508.
- Burn, D. D. (1980, November). The Perfectionists script for self-defeat [Electronic version]. *Psychology Today*, 14, 34-52.
- Cash, T. F. (1988). The psychology of cosmetic treatments: A research bibliography [Electronic version]. *Perceptual and Motor Skills*, 66, 455-460.
- Cash, T. F. (2002). Cognitive-behavioral perspectives on body image. In T. F. Cash, & T. Pruzinsky (Eds.), *Body image: A handbook of theory, research, and clinical practice* (pp. 38-46). New York: Guildford Press.
- Cash, T. F., & Fleming, E. C. (2002). Body image and social relations . In T. F. Cash, & T. Pruzinsky (Eds.), *Body image: A handbook of theory, research, and clinical practice* (pp. 277-286). New York: Guildford Press.
- Cullen, L. T. (2002, August 5). Changing faces [Electronic version]. *Time Asia*, 160, 34-39. Retrieved January 15, 2010, from <http://www.time.com/time/asia/covers/1101020805/story.html>
- Davis, K. (1995). *Reshaping the female body: The dilemma of cosmetic surgery*. New York: Routledge.
- Davis, K., & Vernon, M. L. (2002). Sculpting the body beautiful: Attachment style, neuroticism, and use of cosmetic surgeries [Electronic version]. *Sex Roles*, 47, 129-138.
- Delinsky, S. S. (2005). Cosmetic surgery: A common and accepted form of self-improvement [Electronic version]. *Journal of Applied Social Psychology*, 35, 2012-2028.

- Didie, E. R., & Sarwer, D. B. (2003). Factor which influence the decision to undergo cosmetic breast augmentation surgery [Electronic version]. *Journal of Women's Health, 12*, 241-253.
- Frederickson, B. L., & Roberts, T. (1997). Objectification theory: Toward understanding women's lived experiences and mental health risks [Electronic version]. *Psychology of Women Quarterly, 27*, 173-206.
- Frost, R. O., Heimberg, R. G., Holt, C. S., & Mattia, J. I. (1993). A comparison of two measures of perfectionism [Electronic version]. *Personality and Individual Differences, 14*, 119-126.
- Frost, R. O., Marten, P., Lahart, C., & Rosenblate, R. (1990). The dimension of perfectionism [Electronic version]. *Cognitive Therapy and Research, 14*, 449-468.
- Frost, R. O., Trepanier, K. L., Brown, E. J., Heimberg, R. G., Juster, H. R., Markis, G. S., et al. (1997). Self-monitoring of mistakes among subjects high and low in perfectionistic concern over mistakes [Electronic version]. *Cognitive Therapy and Research, 21*, 209-222.
- Frost, R. O., Turcotte, T. A., Heimberg, R. G., Mattia, J. I., Holt, C. S., & Hope, D. A. (1995). Reactions to mistakes among subjects high and low in perfectionistic concern over mistakes [Electronic version]. *Cognitive Therapy and Research, 19*, 207-226.
- Gilman, S. L. (1999). *Making the body beautiful: A cultural history of aesthetic surgery*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2006). *Multivariate data analysis* (6th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Education.
- Heinberg, L. J., Thompson, J. K., & Stormer. (1995). Developmental and validation of sociocultural attitudes towards appearance questionnaire [Electronic version]. *International Journal of Eating Disorders, 17*, 81-89.

- Henderson-King, D., & Brooks, K. D. (2009). Materialism, sociocultural appearance messages, and parental attitudes predict college women's attitudes about cosmetic surgery [Electronic version]. *Psychology of Women Quarterly*, 33, 133-142.
- Henderson-King, D., & Henderson-King, E. (2005). Acceptance of cosmetic surgery: Scale development and validation [Electronic version]. *Body Image*, 2, 137-149.
- Hewitt, P. L., & Flett, G. L. (1991). Perfectionism in the self and social contexts: Conceptualization, assessment, and association with psychopathology [Electronic version]. *Journal of Personality and Social Psychology*, 60, 456-470.
- Hewitt, P. L., Flett, G. L., & Ediger, E. (1995). Perfectionism traits and perfectionistic self-presentation in eating disorder attitudes, characteristics, and symptoms [Electronic version]. *International Journal of Eating Disorders*, 18, 317-326.
- Hewitt, P. L., Flett, G. L., Sherry, S. B., Habke, M., Parkin, M., Lam, R. W., et al. (2003). The interpersonal expression of perfection: Perfectionistic self-presentation and psychological distress [Electronic version]. *Journal of Personality and Social Psychology*, 84, 1303-1325.
- Hobden, K., & Pliner, P. (1995). Self-handicapping and dimensions of perfectionism: Self presentation vs. self-protection [Electronic version]. *Journal of Research in Personality*, 29, 461-474.
- Howell, D. C. (2008). *Fundamental statistics for the behavioral sciences* (6th ed.). Belmont, CA: Thompson Wadsworth.
- Markey, C. N., & Markey, P. M. (in press). A correlational and experimental examination of reality television viewing and interest in cosmetic surgery [Electronic version]. *Body Image*.
- Park, L. E., Calogero, R. M., Harwin, M. J., & DiRaddo A. M. (2009). Predicting interest in cosmetic surgery: Interactive effects of appearance-based rejection sensitivity and negative appearance comments [Electronic version]. *Body Image*, 6, 186-193.

- Sarwer, D. B., Cash, T. F., Magee, L., Williams, E. F., Thompson, J. K., Roehrig, M., et al. (2005). Female college students and cosmetic surgery: An investigation of experiences, attitudes, and body image [Electronic version]. *Plastic and Reconstructive Surgery*, 115, 931-938.
- Sarwer, D. B., & Crerand, C. E. (2004). Body image and cosmetic medical treatments [Electronic version]. *Body Image*, 1, 99-111.
- Sarwer, D.B., LaRossa, D., Bartlett, S. P., Low, D. W., Bucky, L. P., & Whitaker, L. A. (2003). Body image concerns of breast augmentation patients [Electronic version]. *Plastic and Reconstructive Surgery*, 112, 83-90.
- Sarwer, D. B., Wadden, T. A., Pertschuk, M. J., & Whitaker, L. A. (1998). The psychology of cosmetic surgery: A review and reconceptualization [Electronic version]. *Clinical Psychology Review*, 18, 1-22.
- Schofield, M., Hussain, R., Loxton, D., & Miller, Z. (2002). Psychological and health behavioral covariates of cosmetic surgery: Women's Health Australia study. *Journal of Health Psychology*, 7, 445-457.
- Sherry, S. B., & Hall, P. A. (2009). The perfectionism model of binge eating: Tests of and integrative model [Electronic version]. *Journal of Personality and Social Psychology*, 96, 690-709.
- Sherry, S. B., Hewitt, P. L., Flett, G. L. & Lee-Baggley, D. L. (2007). Perfectionism and undergoing cosmetic surgery [Electronic version]. *European Journal of Plastic Surgery*, 29, 349-354.
- Sherry, S. B., Hewitt, P. L., Lee-Baggley, D. L., Flett, G. L., & Besser, A. (2004). Perfectionism and thoughts about having cosmetic surgery performed [Electronic version]. *Journal of Applied Biobehavioral Research*, 9, 244-257.
- Sherry, S. B., Lee-Baggley, D. L., & Hewitt, P. L. (2007). Perfectionism as contraindication for cosmetic surgery: A reply to Clodius (2007) [Electronic version]. *European Journal of Plastic Surgery*, 29, 357-359.

- Sherry, S. B., Vriend, J. L., Hewitt, P. L., Sherry, D. L., Flett, G. L., & Wardrop, A. A. (2009). Perfectionism dimensions, appearance schemas, and body image disturbance in community members and university students [Electronic version]. *Body Image, 6*, 83-89.
- Slaney, R. B., Rice, K. G., Mobley, M., Trippi, J., & Ashby, J. S. (2001). The Revised Almost Perfectionism Scale [Electronic version]. *Measurement and Evaluation in Counseling and Development, 34*, 130-145.
- Sperry, S., Thompson, J. K., Sarwer, D. B., & Cash, T. F. (2009). Cosmetic surgery reality TV viewership: Relations with cosmetic surgery attitudes, body image, and disordered eating [Electronic version]. *Annals of Plastic Surgery, 62*, 7-11.
- Stice, E. (1994). Review of the evidence for sociocultural model of bulimia nervosa and exploration of the mechanism of action [Electronic version]. *Clinical Psychology Review, 14*, 633-661.
- Stice, E. (2002). Risk and maintenance factors for eating pathology: A meta-analytic review [Electronic version]. *Psychological Bulletin, 128*, 825-848.
- Stice, E., & Hoffman, E. (2004). Eating disorder prevention programs. In J.K. Thompson (Ed.), *Handbook of eating disorder and obesity* (pp. 33-56). New York: Wiley.
- Swami, V., Arteche, A., Chamorro-Premuzic, T., Furnham, A., Stieger, S. Haubner, T., et al. (2008). Looking good: Factors affecting the likelihood of having cosmetic surgery [Electronic version]. *European Journal of cosmetic surgery, 30*, 211-218.
- Swami, V., Chamorro-Premuzic, T., Bridges, S., & Furnham, A. (2009). Acceptance of cosmetic surgery: Personality and individual difference predictors [Electronic version]. *Body Image, 6*, 7-13.

- The British Association of Aesthetic Plastic Surgeons. (2009). *Cosmetic rates of inflation: Male, female breast ops on the rise*. Retrieved January 18, 2010, from <http://www.baaps.org.uk/about-us/press-releases/453-cosmetic-rates-of-inflation-male-female-breast-ops-on-the-rise>
- Thompson, J. K., & Stice, E. (2001). Thin-ideal internalization: Mounting evidence for a new risk factor for body image disturbance and eating pathology [Electronic version]. *Current Directions in Psychological Science, 10*, 181-183.
- Thompson, K., van den Berg, P., Roehrig, M., Guarda, A. S., & Heinberg, L. J. (2004). The sociocultural attitudes towards appearance scale-3 (SATAQ-3): Development and validation [Electronic version]. *International Journal of Eating Disorders, 35*, 293-304.
- Tissot, A. M., & Crowther, J. H. (2008). Self-oriented and socially prescribed perfectionism: Risk factors within an integrative model for bulimic symptomatology [Electronic version]. *Journal of Social and Clinical Psychology, 27*, 734-755.
- von Soest, T., Kvalem, I. L., Skolleborg, K. C., & Roald, H. E. (2006). Psychological factors predicting the motivation to undergo cosmetic surgery [Electronic version]. *Plastic and Reconstructive Surgery, 117*, 51-62.
- WHO expert consultation. (2004). Appropriate body-mass index for Asian populations and its implications for policy and intervention strategies [Electronic version]. *Lancet, 363*, 157-163.
- Wiseman, M. A., Gray, J. J., Moismann, J. E., & Ahrens, A. H. (1992). Cultural expectations of thinness in women: An update. *International Journal of Eating Disorders, 11*, 85-89.



ภาคผนวก

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาคผนวก ก

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตัวอย่างมาตรวัดความนิยมความสมบูรณ์แบบ

คำชี้แจง

โปรดพิจารณาข้อความต่อไปนี้ และทำเครื่องหมาย ✓ ลงทับตัวเลขในช่องที่ตรงกับตัวท่านมากที่สุด เพียงช่องเดียวเท่านั้น

ความหมายของเลขกำกับคำตอบ

- | | |
|--------------------------|------------------------------------|
| 1 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง | 2 = ไม่เห็นด้วย |
| 3 = ค่อนข้างไม่เห็นด้วย | 4 = เห็นด้วยและไม่เห็นด้วยพอ ๆ กัน |
| 5 = ค่อนข้างเห็นด้วย | 6 = เห็นด้วย |
| 7 = เห็นด้วยอย่างยิ่ง | |

ข้อ	ข้อความ
1.	เป้าหมายหนึ่งของฉันคือการทำทุกสิ่งทุกอย่างให้สมบูรณ์แบบ
2.	ถ้าคนใกล้ชิดฉันไม่ได้พยายามทำงานอย่างเต็มที่ที่สุดก็ไม่เป็นไร
3.	ฉันรู้สึกว่ามีคนเรียกร้องจากฉันมากเกินไป

ตัวอย่างมาตรวัดการนำเสนอตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบ

คำชี้แจง

โปรดพิจารณาข้อความต่อไปนี้ และทำเครื่องหมาย ✓ ลงทับตัวเลขในช่องที่ตรงกับตัวท่านมากที่สุด เพียงช่องเดียวเท่านั้น

ความหมายของเลขกำกับคำตอบ

- | | |
|--------------------------|------------------------------------|
| 1 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง | 2 = ไม่เห็นด้วย |
| 3 = ค่อนข้างไม่เห็นด้วย | 4 = เห็นด้วยและไม่เห็นด้วยพอ ๆ กัน |
| 5 = ค่อนข้างเห็นด้วย | 6 = เห็นด้วย |
| 7 = เห็นด้วยอย่างยิ่ง | |

ข้อ	ข้อความ
1.	การให้ผู้อื่นรู้ว่าฉันไม่ได้ดีพร้อม ไม่ใช่เรื่องเสียหาย
2.	ฉันประเมินตนเองโดยดูจากความผิดพลาดที่ฉันกระทำต่อหน้าผู้อื่น
3.	ฉันจะทำเกือบทุกอย่างเพื่อปกปิดความผิดพลาด

ตัวอย่างมาตรวัดการชิมช้ำจากสังคมวัฒนธรรม

คำชี้แจง

โปรดพิจารณาข้อความต่อไปนี้ และทำเครื่องหมาย ✓ ลงทับตัวเลขในช่องที่ตรงกับตัวท่านมากที่สุด เพียงช่องเดียวเท่านั้น

ความหมายของเลขกำกับคำตอบ

- | | |
|--------------------------|------------------------------------|
| 1 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง | 2 = ไม่เห็นด้วย |
| 3 = ค่อนข้างไม่เห็นด้วย | 4 = เห็นด้วยและไม่เห็นด้วยพอ ๆ กัน |
| 5 = ค่อนข้างเห็นด้วย | 6 = เห็นด้วย |
| 7 = เห็นด้วยอย่างยิ่ง | |

ข้อ	ข้อความ
1.	รายการโทรทัศน์เป็นแหล่งข้อมูลสำคัญเกี่ยวกับแฟชั่นและ “ความสวยงามดึงดูดใจ”
2.	ฉันเคยรู้สึกว่าการโทรทัศน์หรือนิตยสารต่าง ๆ มีส่วนกดดันให้ฉันลดน้ำหนัก
3.	ฉันเปรียบเทียบรูปร่างของฉันกับรูปร่างของดาราในจอโทรทัศน์หรือคนในวงการบันเทิง

ตัวอย่างมาตรวัดเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม

คำชี้แจง

โปรดพิจารณาข้อความต่อไปนี้ และทำเครื่องหมาย ✓ ลงทับตัวเลขในช่องที่ตรงกับตัวท่านมากที่สุด เพียงช่องเดียวเท่านั้น

ความหมายของเลขกำกับคำตอบ

- | | |
|--------------------------|------------------------------------|
| 1 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง | 2 = ไม่เห็นด้วย |
| 3 = ค่อนข้างไม่เห็นด้วย | 4 = เห็นด้วยและไม่เห็นด้วยพอ ๆ กัน |
| 5 = ค่อนข้างเห็นด้วย | 6 = เห็นด้วย |
| 7 = เห็นด้วยอย่างยิ่ง | |

ข้อ	ข้อความ
1.	หากศัลยกรรมเสริมความงามช่วยให้บางคนมีความสุขกับรูปร่างหน้าตาของตนเองมากขึ้น ก็ควรลองทำศัลยกรรมเสริมความงาม
2.	หากการทำศัลยกรรมเสริมความงามเป็นประโยชน์หรือมีผลดีต่อหน้าที่การงาน ฉันก็คิดจะทำศัลยกรรมเสริมความงาม
3.	ฉันจะคิดทำศัลยกรรมเสริมความงาม หากจะทำให้ดึงดูดใจผู้ที่เป็นคู่รักของฉัน



ภาคผนวก ข

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ ข 1

ค่ามัชฌิมเลขคณิต ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าที ค่านัยสำคัญ และค่าสหสัมพันธ์ระหว่างข้อของ
มาตรฐานนิยมนิยมความสมบูรณ์แบบ

ข้อ ที่	ข้อ กระทง	การวิเคราะห์ข้อกระทง				ค่าที (t)	ค่านัย สำคัญ (p)	CITC ครั้งที่ 1 (N = 236)	CITC ครั้งที่ 2 (N = 236)	ข้อที่ ผ่าน
		วิธีกลุ่มสูง-กลุ่มต่ำ								
		กลุ่มสูง (n = 56)		กลุ่มต่ำ (n = 55)						
		M	SD	M	SD					
1	sop1	5.88	1.01	5.00	1.14	4.29***	.000	.25	.24	✓
2	sop2	5.57	1.06	4.11	1.31	6.46***	.000	.34	.34	✓
3	sop3	4.61	1.51	3.78	1.27	3.11**	.001	.17	.16	✓
4	sop6	5.61	0.95	4.02	1.19	7.77***	.000	.52	.52	✓
5	sop8	5.00	0.99	3.09	1.17	9.25***	.000	.53	.53	✓
6	sop11	5.34	1.08	4.89	1.05	2.22*	.014	.09	-	-
7	sop12	3.48	1.39	2.62	1.01	3.75***	.000	.20	.22	✓
8	sop14	4.98	1.15	3.56	1.26	6.20***	.000	.40	.41	✓
9	sop15	5.30	1.01	4.16	1.08	5.74***	.000	.42	.42	✓
10	sop17	5.61	0.85	4.27	1.13	7.05***	.000	.50	.49	✓
11	sop24	4.88	1.47	3.22	1.33	6.24***	.000	.35	.34	✓
12	sop29	5.63	1.07	4.47	1.18	5.38***	.000	.32	.33	✓
13	sop30	5.79	0.78	3.91	1.19	9.84***	.000	.56	.57	✓
14	sop33	5.11	1.27	3.82	1.31	5.26***	.000	.34	.33	✓
15	sop35	5.84	0.95	5.05	1.27	3.70***	.000	.29	.29	✓
16	spp4	4.07	1.31	2.89	1.15	5.05***	.000	.35	.34	✓
17	spp7	2.77	1.25	2.24	0.74	2.71**	.004	.17	.18	✓
18	spp9	4.11	1.51	3.00	1.02	4.52***	.000	.28	.29	✓
19	spp10	2.86	1.05	2.84	0.94	0.11	.456	-	-	-
20	spp16	4.68	1.44	3.62	1.45	3.87***	.000	.27	.27	✓
21	spp20	5.02	1.27	3.69	1.30	5.43***	.000	.42	.42	✓
22	spp21	2.73	1.00	2.64	1.01	0.50	.308	-	-	-
23	spp22	3.98	1.63	2.05	0.95	7.58***	.000	.41	.41	✓
24	spp23	3.32	1.15	3.04	0.98	1.41	.081	-	-	-

ข้อ ที่	ข้อ กระทง	การวิเคราะห์ข้อกระทง				ค่า ที (<i>t</i>)	ค่า นัย สำคัญ (<i>p</i>)	CITC ครั้งที่ 1 (<i>N</i> = 236)	CITC ครั้งที่ 2 (<i>N</i> = 236)	ข้อที่ ผ่าน
		วิธีกลุ่มสูง-กลุ่มต่ำ								
		กลุ่มสูง (<i>n</i> = 57)		กลุ่มต่ำ (<i>n</i> = 55)						
		<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>					
25	spp25	4.23	1.32	3.07	1.21	4.81***	.000	.31	.30	✓
26	spp26	4.95	1.49	3.38	1.55	5.42***	.000	.42	.41	✓
27	spp27	3.80	1.57	2.36	1.35	5.18***	.000	.35	.35	✓
28	spp28	4.43	1.25	2.82	1.23	6.83***	.000	.48	.48	✓
29	spp38	5.20	1.13	4.05	1.22	5.10***	.000	.36	.36	✓
30	spp39	3.54	1.37	2.42	0.94	5.00***	.000	.38	.39	✓
31	oop5	4.36	1.27	4.00	1.43	1.39	.083	-	-	-
32	oop13	3.20	1.15	2.35	0.99	4.18***	.000	.23	.22	✓
33	oop18	4.07	1.41	3.58	1.34	1.87*	.032	.11	.12	✓
34	oop19	4.05	1.46	3.47	1.26	2.24*	.013	.03	-	-
35	oop31	4.63	1.47	3.87	1.28	2.87**	.002	.20	.20	✓
36	oop32	3.55	1.25	2.65	1.25	3.79***	.000	.17	.16	✓
37	oop34	4.27	1.04	2.78	1.01	7.64***	.000	.49	.48	✓
38	oop36	5.43	1.22	4.49	1.46	3.67***	.000	.30	.31	✓
39	oop37	3.86	1.33	3.07	1.25	3.21**	.001	.15	.14	✓
40	oop40	4.68	1.27	2.89	1.23	7.55***	.000	.42	.44	✓
41	oop41	4.30	1.39	2.87	1.33	5.54***	.000	.35	.36	✓
42	oop42	3.95	1.58	1.96	1.10	7.68***	.000	.44	.45	✓
43	oop43	4.77	0.95	4.27	1.31	2.28*	.012	-.15	-	-
44	oop44	3.45	1.29	2.91	1.27	2.21*	.015	.13	.11	✓
45	oop45	3.46	1.19	2.51	1.12	4.35***	.000	.26	.25	✓
							α =	.84	.85	

หมายเหตุ ค่า *t* ที่ขีดเส้นใต้เป็นการวิเคราะห์โดยแยกความแปรปรวน; ค่า *r* วิฤต (234, .05, หนึ่งหาง) \approx .107;
 CITC ครั้งที่ 1 คือ ค่าสหสัมพันธ์ของข้อกระทงนั้น ๆ กับข้อกระทงที่เหลือทั้งหมด เมื่อวิเคราะห์ 41 ข้อกระทง;
 CITC ครั้งที่ 2 คือ ค่าสหสัมพันธ์ของข้อกระทงนั้น ๆ กับข้อกระทงที่เหลือทั้งหมดเมื่อวิเคราะห์ 38 ข้อกระทง
 p* < .05, หางเดียว. *p* < .01, หางเดียว. ****p* < .001, หางเดียว.

ตารางที่ ข 2

ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างข้อกับคะแนนรวมข้ออื่น ๆ ของมาตรฐานนิยมนิยมความสมบูรณ์แบบ
ด้านความนิยมนิยมความสมบูรณ์แบบในตนเอง

ข้อที่	ข้อกระทง	CITC ครั้งที่ (N = 236)	ข้อที่เลือกใช้	CITC ครั้งที่ 2 (N = 236)
1	sop1	.43	✓	.44
2	sop2	.26	-	-
3	sop3	.32	-	-
4	sop6	.58	✓	.59
5	sop8	.56	✓	.58
6	sop12	.33	-	-
7	sop14	.56	✓	.53
8	sop15	.50	✓	.52
9	sop17	.61	✓	.63
10	sop24	.47	✓	.46
11	sop29	.35	✓	.36
12	sop30	.68	✓	.66
13	sop33	.52	✓	.48
14	sop35	.40	✓	.40
		$\alpha = .83$		$\alpha = .84$

ศูนย์วิทยพัชการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ ข 3

ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างข้อกับคะแนนรวมข้ออื่น ๆ ของมาตรฐานนิยมนิยมความสมบูรณ์แบบ
ด้านความนิยมนิยมความสมบูรณ์แบบตามความคาดหวังของสังคม

ข้อที่	ข้อกระทบ	CITC ครั้งที่ (N = 236)	ข้อที่เลือกใช้	CITC ครั้งที่ 2 (N = 236)
1	spp4	.44	✓	.43
2	spp7	.28	✓	.27
3	spp9	.52	✓	.52
4	spp16	.32	✓	.32
5	spp20	.47	✓	.47
6	spp22	.31	-	-
7	spp25	.43	✓	.42
8	spp26	.57	✓	.58
9	spp27	.37	✓	.36
10	spp28	.59	✓	.59
11	spp38	.47	✓	.49
12	spp39	.53	✓	.52
		$\alpha = .80$		$\alpha = .80$

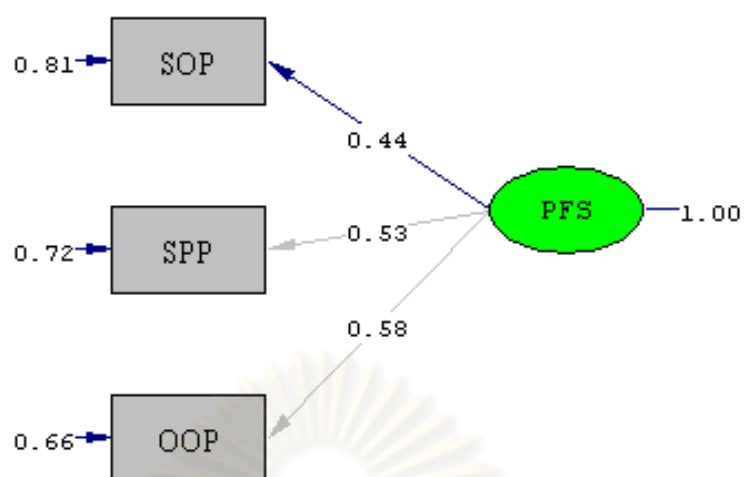
ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ ข 4

ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างข้อกับคะแนนรวมข้ออื่น ๆ ของมาตรฐานนิยมนิยมความสมบูรณ์แบบ
ด้านความนิยมนิยมความสมบูรณ์แบบจากผู้อื่น

ข้อที่	ข้อกระทง	CITC ครั้งที่ (N = 236)	ข้อที่เลือกใช้	CITC ครั้งที่ 2 (N = 236)
1	oop13	.33	✓	.33
2	oop18	.22	✓	.23
3	oop31	.27	✓	.29
4	oop32	.24	✓	.19
5	oop34	.36	✓	.35
6	oop36	.26	✓	.24
7	oop37	.14	-	-
8	oop40	.38	✓	.39
9	oop41	.48	✓	.51
10	oop42	.46	✓	.48
11	oop44	.28	✓	.30
12	oop45	.35	✓	.34
		$\alpha = .68$		$\alpha = .68$

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



Chi-Square = 0.00, $df = 1$, p -value = 1.000, RMSEA = .00

ภาพที่ ๑ ผลการวิเคราะห์ความตรงเชิงภาวะสันนิษฐานของมาตรวัดความนิยม
ความสมบูรณ์แบบ

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาคผนวก ค

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ ค 1

ค่ามัชฌิมเลขคณิต ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าที ค่านัยสำคัญ และค่าสหสัมพันธ์ระหว่างข้อของ
 มาตรการนำเสนอดตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบ

ข้อที่	ข้อกระทง	การวิเคราะห์ข้อกระทง				ค่าที (t)	ค่านัย สำคัญ (p)	CITC (N = 236)	ข้อที่ผ่าน
		วิธีกลุ่มสูง-กลุ่มต่ำ							
		กลุ่มสูง		กลุ่มต่ำ					
		(n = 62)		(n = 61)					
		M	SD	M	SD				
1	psp50	4.95	1.03	2.98	1.34	9.16***	.000	.60	✓
2	psp52	5.74	0.89	3.85	1.36	9.12***	.000	.51	✓
3	psp60	4.81	1.11	3.26	1.30	7.07***	.000	.45	✓
4	psp62	6.00	0.99	5.64	1.43	1.63	.107	-	-
5	psp68	5.18	0.98	3.97	1.21	6.09***	.000	.35	✓
6	psp70	5.15	1.11	3.52	1.12	8.05***	.000	.49	✓
7	psp71	4.45	1.17	2.74	1.22	7.95***	.000	.51	✓
8	psp72	4.95	1.02	2.97	1.08	10.50***	.000	.59	✓
9	psp56	3.53	1.58	2.59	1.24	3.68***	.000	.17	✓
10	psp63	4.68	1.84	4.18	1.68	1.56	.121	-	-
11	ndp47	4.94	1.11	3.66	1.33	5.79***	.000	.39	✓
12	ndp48	4.37	1.23	2.66	1.09	8.16***	.000	.49	✓
13	ndp49	5.71	1.16	3.38	1.50	9.66***	.000	.58	✓
14	ndp51	5.40	1.19	2.64	1.23	12.67***	.000	.64	✓
15	ndp53	5.42	1.06	4.08	1.51	5.69***	.000	.37	✓
16	ndp55	5.39	1.19	3.33	1.45	8.62***	.000	.42	✓
17	ndp57	5.39	1.01	3.62	1.23	8.70***	.000	.48	✓
18	ndp65	5.61	1.03	3.52	1.23	10.20***	.000	.54	✓
19	ndp67	4.66	1.47	3.44	1.23	4.98***	.000	.29	✓
20	ndp69	4.50	1.32	2.38	1.11	9.66***	.000	.57	✓
21	ndc46	2.84	1.47	1.92	1.00	4.04***	.000	.28	✓
22	ndc54	4.34	1.43	3.48	1.19	3.64***	.000	.23	✓

ข้อ ที่	ข้อ กระทง	การวิเคราะห์ข้อกระทง				ค่า ที (<i>t</i>)	ค่า นัย สำคัญ (<i>p</i>)	CITC (<i>N</i> = 236)	ข้อที่ ผ่าน
		วิธีกลุ่มสูง-กลุ่มต่ำ							
		กลุ่มสูง (<i>n</i> = 63)		กลุ่มต่ำ (<i>n</i> = 62)					
		<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>				
23	ndc58	4.52	1.59	3.13	1.61	4.81***	.000	.35	✓
24	ndc59	4.76	1.40	3.23	1.50	5.85***	.000	.39	✓
25	ndc61	2.35	1.01	2.13	1.32	1.06	.293	-	-
26	ndc64	4.39	1.52	2.13	0.99	9.74***	.000	.50	✓
27	ndc66	5.24	0.82	2.87	0.85	15.76***	.000	.72	✓
α =								.88	

หมายเหตุ ค่า *t* ที่ขีดเส้นใต้เป็นการวิเคราะห์โดยแยกความแปรปรวน; ค่า *r* วิฤต (234, .05, หนึ่งทาง) \approx .107;
CITC คือ ค่าสหสัมพันธ์ของข้อกระทงนั้น ๆ กับข้อกระทงที่เหลือทั้งหมด เมื่อวิเคราะห์ 24 ข้อกระทง
****p* < .001, หางเดียว.

ตารางที่ ค 2

ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างข้อกับคะแนนรวมข้ออื่น ๆ ของมาตรการนำเสนอตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบ
ด้านการส่งเสริมตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบ

ข้อที่	ข้อกระทง	CITC ครั้งที่ (<i>N</i> = 236)	ข้อที่เลือกใช้	CITC ครั้งที่ 2 (<i>N</i> = 236)
1	psp50	.58	✓	.59
2	psp52	.40	✓	.44
3	psp60	.43	✓	.45
4	psp68	.42	✓	.45
5	psp70	.55	✓	.56
6	psp71	.67	✓	.66
7	psp72	.68	✓	.68
8	psp56	.08	-	-
		α = .77		α = .81

ตารางที่ ค 3

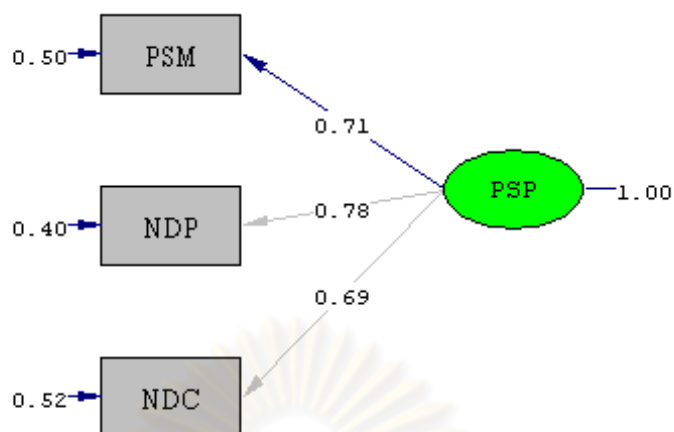
ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างข้อกับคะแนนรวมข้ออื่น ๆ ของมาตรการนำเสนอตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบ
ด้านการไม่แสดงความไม่สมบูรณ์แบบของตนเอง

ข้อที่	ข้อกระทง	CITC ครั้งที่ (N = 236)	ข้อที่เลือกใช้	CITC ครั้งที่ 2 (N = 236)
1	ndp47	.41	✓	.39
2	ndp48	.49	✓	.48
3	ndp49	.66	✓	.67
4	ndp51	.69	✓	.70
5	ndp53	.41	✓	.42
6	ndp55	.36	-	-
7	ndp57	.48	✓	.49
8	ndp65	.53	✓	.53
9	ndp67	.35	✓	.37
10	ndp69	.52	✓	.52
		$\alpha = .81$		$\alpha = .81$

ตารางที่ ค 4

ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างข้อกับคะแนนรวมข้ออื่น ๆ ของมาตรการนำเสนอตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบ
ด้านการไม่ยอมรับความไม่สมบูรณ์แบบของตนเอง

ข้อที่	ข้อกระทง	CITC ครั้งที่ (N = 236)	ข้อที่เลือกใช้	CITC ครั้งที่ 2 (N = 236)
1	ndc46	.28	✓	.29
2	ndc54	.25	-	-
3	ndc58	.46	✓	.45
4	ndc59	.53	✓	.51
5	ndc64	.43	✓	.46
6	ndc66	.41	✓	.41
		$\alpha = .67$		$\alpha = .67$



Chi-Square = 0.00, $df = 1$, p -value = 1.000, RMSEA = .00

ภาพที่ ค 1 ผลการวิเคราะห์ความตรงเชิงภาวะสันนิษฐานของมาตรการนำเสนอตนเองด้วย
ความสมบูรณ์แบบ

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาคผนวก ง

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 1

ค่ามัชฌิมเลขคณิต ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าที ค่านัยสำคัญ และค่าสหสัมพันธ์ระหว่างข้อของ
มาตรการซึมซับจากวัฒนธรรมสังคม

ข้อ ที่	ข้อ กระทง	การวิเคราะห์ข้อกระทง				ค่าที (t)	ค่านัย สำคัญ (p)	CITC (N = 236)	ข้อที่ ผ่าน
		วิธีกลุ่มสูง-กลุ่มต่ำ							
		กลุ่มสูง		กลุ่มต่ำ					
		(n = 63)		(n = 62)					
		M	SD	M	SD				
1	info73	4.89	1.47	3.52	1.51	5.14***	.000	.38	✓
2	info77	5.29	1.44	3.74	1.57	5.73***	.000	.45	✓
3	info81	4.86	1.63	3.56	1.44	4.68***	.000	.38	✓
4	info85	5.43	1.40	3.97	1.41	5.81***	.000	.42	✓
5	info89	5.62	1.04	3.69	1.46	8.50***	.000	.54	✓
6	info93	5.68	0.82	3.69	1.14	11.19***	.000	.66	✓
7	info97	5.19	1.15	3.53	1.31	7.49***	.000	.47	✓
8	info100	4.87	1.61	3.85	1.37	3.81***	.000	.26	✓
9	info101	5.43	1.16	3.95	1.51	6.13***	.000	.41	✓
10	press74	5.30	1.50	2.58	1.41	10.45***	.000	.64	✓
11	press78	5.54	1.25	3.13	1.51	9.70***	.000	.56	✓
12	press82	5.40	1.36	2.61	1.21	12.09***	.000	.67	✓
13	press86	5.52	0.98	2.63	1.22	14.62***	.000	.77	✓
14	press90	5.13	1.39	2.71	1.25	10.25***	.000	.65	✓
15	press94	5.27	1.08	2.94	1.30	10.90***	.000	.59	✓
16	press98	5.38	0.99	2.39	1.01	16.70***	.000	.79	✓
17	gen75	4.68	1.37	2.61	1.18	9.06***	.000	.53	✓
18	gen76	4.59	1.40	2.58	1.41	7.99***	.000	.53	✓
19	gen79	5.78	1.08	2.84	1.28	13.82***	.000	.73	✓
20	gen80	4.92	1.15	2.61	1.28	10.57***	.000	.62	✓
21	gen83	5.10	1.32	2.82	1.44	9.20***	.000	.60	✓
22	gen84	4.97	1.46	2.74	1.32	8.95***	.000	.56	✓
23	gen87	4.76	1.44	2.39	1.09	10.38***	.000	.57	✓

ข้อ ที่	ข้อ กระทง	การวิเคราะห์ข้อกระทง				ค่าที (<i>t</i>)	ค่านัย สำคัญ (<i>p</i>)	CITC (<i>N</i> = 236)	ข้อที่ ผ่าน
		วิธีกลุ่มสูง-กลุ่มต่ำ							
		กลุ่มสูง		กลุ่มต่ำ					
		<i>n</i> = 63		<i>n</i> = 63					
		<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>				
24	gen88	4.89	1.33	2.47	1.16	10.84***	.000	.63	✓
25	gen99	4.59	1.19	3.05	1.35	6.78***	.000	.47	✓
26	ath91	5.73	1.29	3.66	1.25	9.11***	.000	.57	✓
27	ath92	5.44	1.16	3.79	1.29	7.52***	.000	.53	✓
28	ath95	4.35	1.47	2.81	1.20	6.43***	.000	.40	✓
29	ath96	3.70	1.55	2.85	1.46	3.13**	.001	.21	✓
30	ath102	3.29	1.40	2.53	1.24	3.19**	.001	.19	✓
31	int103	4.79	1.53	2.77	1.40	7.72***	.000	.54	✓
32	awn104	5.70	1.33	4.27	1.58	5.45***	.000	.32	✓
33	awn105	4.68	1.70	4.32	1.54	1.24	.403	-	-
34	awn106	5.48	1.16	4.27	1.38	5.26***	.000	.37	✓
35	awn107	5.86	1.08	4.26	1.49	6.86***	.000	.43	✓
36	awn108	5.67	1.30	4.53	1.54	4.45***	.000	.28	✓
$\alpha =$.93	

หมายเหตุ ค่า *t* ที่ขีดเส้นใต้เป็นการวิเคราะห์โดยแยกความแปรปรวน; ค่า *r* วิฤต (234, .05, หนึ่งหาง) \approx .107;

CITC คือ ค่าสหสัมพันธ์ของข้อกระทงนั้น ๆ กับข้อกระทงที่เหลือทั้งหมด เมื่อวิเคราะห์ 35 ข้อกระทง

p* < .01, หางเดียว. *p* < .001, หางเดียว.

ศูนย์ทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 2

ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างข้อกับคะแนนรวมข้ออื่น ๆ ของมาตรการซึมซับจากวัฒนธรรมสังคม
ด้านการซึมซับค่านิยมความงามทั่วไป

ข้อที่	ข้อกระทง	CITC ครั้งที่ (N = 236)	ข้อที่เลือกใช้	CITC ครั้งที่ 2 (N = 236)
1	gen75	.41	✓	.57
2	gen76	.48	✓	.63
3	gen79	.65	✓	.68
4	gen80	.70	✓	.77
5	gen83	.52	✓	.68
6	gen84	.56	✓	.61
7	gen87	.43	✓	.64
8	gen88	.57	✓	.75
9	gen99	.41	✓	.53
10	int103	.42	-	-
11	awn104	.29	-	-
12	awn106	.40	-	-
13	awn107	.47	-	-
14	awn108	.37	-	-
		$\alpha = .87$		$\alpha = .89$

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 3

ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างข้อกับคะแนนรวมข้ออื่น ๆ ของมาตรการซึมซับจากวัฒนธรรมสังคม
ด้านการซึมซับค่านิยมความงามแบบนักกีฬา

ข้อที่	ข้อกระทง	CITC ครั้งที่ (N = 236)	ข้อที่เลือกใช้	CITC ครั้งที่ 2 (N = 236)
1	ath91	.25	-	-
2	ath92	.32	-	-
3	ath95	.56	✓	.59
4	ath96	.57	✓	.66
5	ath102	.46	✓	.63
		$\alpha = .67$		$\alpha = .79$

ตารางที่ 4

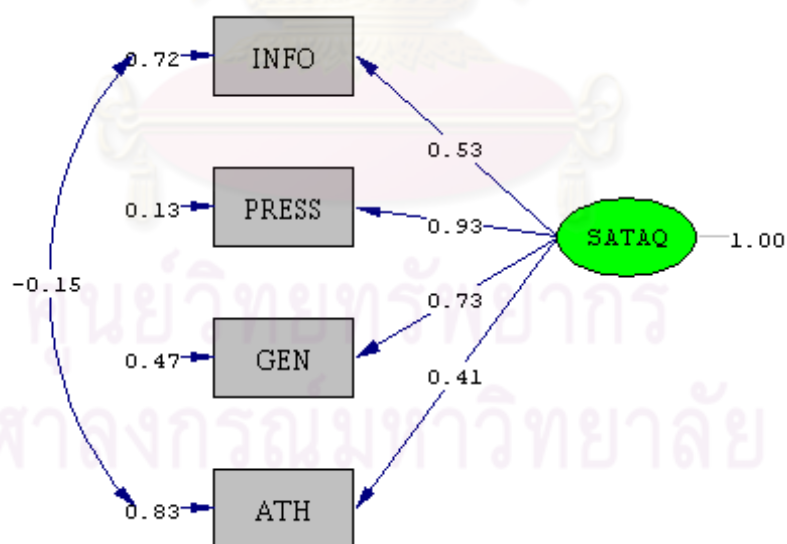
ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างข้อกับคะแนนรวมข้ออื่น ๆ ของมาตรการซึมซับจากวัฒนธรรมสังคม
ด้านการรับข้อมูลข่าวสารจากวัฒนธรรมสังคม

ข้อที่	ข้อกระทง	CITC ครั้งที่ (N = 236)	ข้อที่เลือกใช้
1	info73	.49	✓
2	info77	.56	✓
3	info81	.69	✓
4	info85	.68	✓
5	info89	.56	✓
6	info93	.56	✓
7	info97	.45	✓
8	info100	.55	✓
9	info101	.46	✓
		$\alpha = .84$	

ตารางที่ 5

ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างข้อกับคะแนนรวมข้ออื่น ๆ ของมาตรการซึมซับจากวัฒนธรรมสังคม
ด้านความกตัญญูจากวัฒนธรรมสังคม

ข้อที่	ข้อกระทง	CITC ครั้งที่ (N = 236)	ข้อที่เลือกใช้	CITC ครั้งที่ 2 (N = 236)
1	press74	.73	-	.75
2	press78	.42	✓	-
3	press82	.77	✓	.78
4	press86	.73	✓	.71
5	press90	.75	✓	.77
6	press94	.67	✓	.68
7	press98	.77	✓	.75
		$\alpha = .89$		$\alpha = .91$



Chi-Square = 1.60, $df = 1$, p -value = .206, RMSEA = .05

ภาพที่ 1 ผลการวิเคราะห์ความตรงเชิงภาวะต้นนิชฐานของมาตรการซึมซับจากวัฒนธรรมสังคม



ภาคผนวก จ

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ ๑ 1

ค่ามัชฌิมเลขคณิต ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าที คำนัยสำคัญ และค่าสหสัมพันธ์ระหว่างข้อของ
มาตรเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม

ข้อ ที่	ข้อ กระทง	การวิเคราะห์ข้อกระทง				ค่าที (t)	ค่านัย สำคัญ (p)	CITC (N = 236)	ข้อที่ ผ่าน
		วิธีกลุ่มสูง-กลุ่มต่ำ							
		กลุ่มสูง		กลุ่มต่ำ					
		(n = 63)		(n = 63)					
M	SD	M	SD						
1	intra1	5.62	1.17	2.85	1.21	12.95***	.000	.68	✓
2	intra4	5.71	0.73	3.93	1.38	8.96***	.000	.61	✓
3	intra10	5.67	0.88	3.02	1.26	13.55***	.000	.71	✓
4	intra12	5.48	1.12	3.20	1.44	9.84***	.000	.67	✓
5	intra17	5.22	1.13	3.48	1.48	7.38***	.000	.50	✓
6	soc2	6.10	0.91	2.48	1.15	19.40***	.000	.81	✓
7	soc6	5.22	1.33	2.36	1.16	12.80***	.000	.71	✓
8	soc7	4.62	1.67	2.16	1.20	9.43***	.000	.60	✓
9	soc8	6.06	0.84	2.82	1.37	15.81***	.000	.77	✓
10	soc9	5.05	1.56	1.89	1.02	13.41***	.000	.71	✓
11	con5	6.08	0.97	2.57	1.26	17.33***	.000	.79	✓
12	con11	5.27	1.23	1.62	0.86	19.15***	.000	.80	✓
13	con13	5.95	0.94	2.72	1.39	15.10***	.000	.74	✓
14	con15	5.25	1.09	2.16	1.63	12.34***	.000	.66	✓
15	con18	5.70	1.21	2.08	1.33	15.81***	.000	.74	✓
16	csaq3	4.78	1.37	2.48	1.31	9.54***	.000	.64	✓
17	csaq14	3.35	1.82	2.59	1.77	2.35*	.010	.16	✓
18	csaq16	4.84	1.25	3.10	1.42	7.25***	.000	.51	✓
19	csaq19	5.79	1.08	1.87	1.01	20.91***	.000	.83	✓
20	csaq20	4.57	1.80	4.07	1.90	1.52	.065	-	-
21	csaq21	4.30	1.41	1.82	1.06	11.06***	.000	.65	✓
$\alpha =$.95	

หมายเหตุ ค่า t ที่ขีดเส้นใต้เป็นการวิเคราะห์โดยแยกความแปรปรวน; ค่า tวิกฤต (234, .05, หนึ่งหาง) \approx .107;

CITC คือ ค่าสหสัมพันธ์ของข้อกระทงนั้น ๆ กับข้อกระทงที่เหลือทั้งหมด เมื่อวิเคราะห์ 20 ข้อกระทง

* $p < .05$, หางเดียว. *** $p < .001$, หางเดียว.

ตารางที่ จ 2

ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างข้อกับคะแนนรวมข้ออื่น ๆ ของมาตรเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม

ข้อที่	ข้อกระทบ	CITC ครั้งที่ (N = 236)	ข้อที่เลือกใช้
1	intra1	.61	✓
2	intra4	.63	✓
3	intra10	.71	✓
4	intra12	.66	✓
5	intra17	.56	✓
6	csaq16	.61	✓
		$\alpha = .85$	

ตารางที่ จ 3

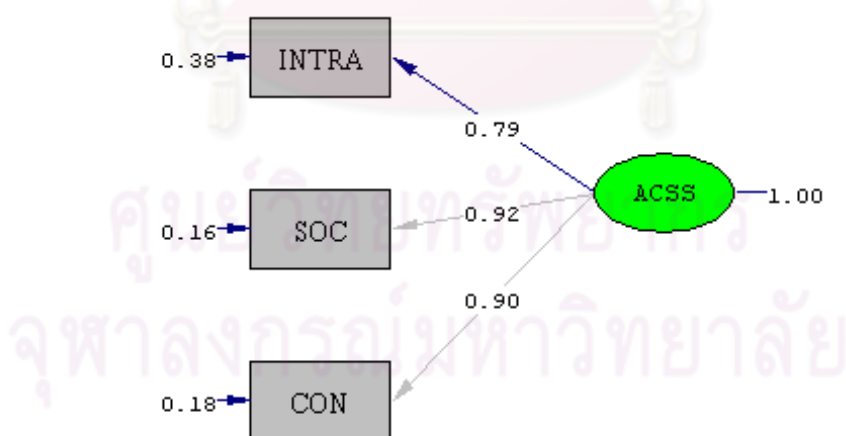
ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างข้อกับคะแนนรวมข้ออื่น ๆ ของมาตรเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม ด้านปัจจัยทางสังคม

ข้อที่	ข้อกระทบ	CITC ครั้งที่ (N = 236)	ข้อที่เลือกใช้
1	soc2	.71	✓
2	soc6	.69	✓
3	soc7	.67	✓
4	soc8	.71	✓
5	soc9	.79	✓
6	csaq21	.68	✓
		$\alpha = .89$	

ตารางที่ ๑ 4

ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างข้อกับคะแนนรวมข้ออื่น ๆ ของมาตรเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม ด้านการพิจารณาตัดสินใจ

ข้อที่	ข้อกระทง	CITC ครั้งที่ (N = 236)	ข้อที่เลือกใช้	CITC ครั้งที่ 2 (N = 236)
1	con5	0.72	✓	.90
2	con11	0.77	✓	.90
3	con13	0.69	✓	.91
4	con15	0.72	✓	.91
5	con18	0.76	✓	.90
6	csaq3	0.62	-	-
7	csaq14	0.19	-	-
8	csaq19	0.85	✓	.89
		$\alpha = .89$		$\alpha = .92$



Chi-Square = 0.00, $df = 1$, p -value = 1.000, RMSEA = .00

ภาพที่ ๑ 1 ผลการวิเคราะห์ความตรงเชิงภาวะสันนิษฐานของมาตรเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม

ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

นางสาวกมลกานต์ จิ้นช้าง เกิดเมื่อวันที่ 26 ธันวาคม พ.ศ. 2526 สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาจากโรงเรียนราชินี ในปีการศึกษา 2544 และสำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี (เกียรตินิยมอันดับสอง) สาขาสาธารณสุขศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในปีการศึกษา 2548 จากนั้นเข้าทำงานที่บริษัท โนวา นอร์ดิสค์ ฟาร์มา จำกัด แผนกทรัพยากรบุคคล แล้วจึงลาศึกษาต่อในหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาสังคม คณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในปีการศึกษา 2551



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย