

## บทที่ 7

### สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาค่านิยมในเรื่องความงามของผู้่านิตยสารหัวนอก และวิเคราะห์เนื้อสื่อที่เกี่ยวข้องกับความงามในนิตยสารหัวนอก รวมทั้งศึกษาอิทธิพลของเนื้อหาของสื่อ นิตยสารหัวนอกที่เกี่ยวข้องกับความงามต่อค่านิยมความงามของผู้่านิตยสาร โดยใช้นแนวคิดเกี่ยวกับความงาม แนวคิดเกี่ยวกับวัฒนธรรมการบริโภค และแนวคิดเกี่ยวกับความงาม มาประยุกต์ใช้ในการสร้างกรอบแนวคิดของการศึกษา

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้านี้มาจากการสำรวจที่เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม สัมภาษณ์นิตินักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัยในกรุงเทพมหานคร มีตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 500 คน และใช้การสัมภาษณ์เพิ่มเติมอย่างไม่เป็นทางการสำหรับการศึกษาเชิงคุณภาพกับ นิตินักศึกษา และบรรณาธิการความงามในนิตยสารทั้ง 3 ฉบับ อันได้แก่ นิตยสารคลีโอ นิตยสารแอล และนิตยสารคอสโมโพลิแทน การประมวลผลข้อมูลเชิงปริมาณใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS และนำเสนอข้อมูลใช้การกระจายร้อยละแสดงลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง การเปิดรับสื่อในเรื่องความงาม พฤติกรรมการอ่านนิตยสารหัวนอกฉบับภาษาไทย ความสนใจในการแสวงหาข่าวสารด้านความงามจากสื่อต่างๆ และค่านิยมเรื่องความงามที่มีผลต่อผู้่านิตยสาร ส่วนการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างค่านิยมความงาม และการรับนิตยสารหัวนอกโดยมีลักษณะทั่วไปเป็นตัวแปรคุม ใช้ตารางไขว้ (Cross-tabulations) และทดสอบความสัมพันธ์ด้วยค่าสถิติไคสแควร์ ( $\chi^2$ -test) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้านี้มีอายุระหว่าง 17-24 ปี โดยส่วนใหญ่มีอายุเฉลี่ย 19 ปี ถือเป็นช่วงวัยรุ่นตอนกลางและตอนปลาย ที่เป็นช่วงอายุที่มีการเปลี่ยนแปลงจากวัยรุ่นตอนต้น มาเป็นสาวเต็มตัว โดยจะเริ่มมีพฤติกรรมที่เริ่มจะให้ความสนใจเกี่ยวกับความสวยความงามมากขึ้น โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ศึกษาอยู่ในกลุ่มสาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ในชั้นปีที่ 1 และมีภูมิลำเนาอาศัยอยู่ในกรุงเทพฯ โดยมีรายได้โดยเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 3,001 – 6,000 บาทต่อเดือน

ในบทนี้เป็นการสรุปสาระสำคัญของการศึกษา พร้อมทั้งอภิปรายผลการศึกษาและเสนอ ข้อเสนอแนะให้กับผู้ที่เกี่ยวข้องนำไปวางแผนหรือกำหนดนโยบาย และข้อเสนอแนะสำหรับผู้สนใจนำไปศึกษาต่อไป โดยมีรายละเอียดดังนี้

## 7.1 สรุปผลการศึกษา

### 7.1.1 การเปิดรับสื่อ

#### 1) การเปิดรับสื่อในเรื่องความงาม

ในเรื่องของการเปิดรับสื่อ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับสื่อจากสื่อโทรทัศน์มากที่สุดเพราะการรับสื่อโทรทัศน์เป็นสื่อที่เข้าถึงกลุ่มตัวอย่างได้ง่ายโดยกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าเป็นสื่อที่มีประโยชน์ โดยให้ข้อมูลต่างๆ ที่เราสนใจ รวมทั้งให้ความบันเทิงด้วย การเปิดรับสื่อรองลงมาก็คือเพื่อนและอินเทอร์เน็ต โดยเฉพาะอินเทอร์เน็ตที่สามารถเข้าถึงข้อมูลที่ง่าย สะดวก และมีความหลากหลายในเรื่องที่เราสนใจมากขึ้น ทั้งนี้ในเรื่องความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อมูลที่มาจากสื่อแหล่งอื่นๆ นั้นส่วนใหญ่ก็จะใช้วิจารณญาณของตัวเอง แล้วจะดูถึงความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อมูลประกอบกันด้วย และถ้าพิจารณาในสื่อนิตยสารห้วนอกฉบับภาษาไทยที่กลุ่มตัวอย่างได้อ่านบ่อยมากหรือเป็นประจำ คือ นิตยสารคลีโอ รองลงมาคือนิตยสารคอสโมโพลิแทน และนิตยสารแอล เนื่องจากเป็นนิตยสารที่มีเนื้อหาหลากหลาย และน่าสนใจ

#### 2) พฤติกรรมการอ่านนิตยสารห้วนอกฉบับภาษาไทย

สำหรับพฤติกรรมการอ่านนิตยสารห้วนอกฉบับภาษาไทย กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความสนใจที่จะอ่านเอง ซึ่งนิตยสารเหล่านี้สามารถที่จะหาอ่านได้โดยไม่ต้องเสียเงินซื้อตามสถานบริการต่างๆ ได้อีกด้วย อาทิเช่น ร้านเสริมสวยมากที่สุด รองลงมาคือตามแผงหนังสือที่มีอยู่ทั่วทุกหนทุกแห่ง การยืมอ่านจากญาติพี่น้องและเพื่อนๆ ตามร้านอาหาร ร้านกาแฟ คลินิกลดน้ำหนัก คลินิกรักษาสิวฝ้า หรือแม้แต่ตามร้านเช่าหนังสือการ์ตูนที่มีหนังสือพวกนี้ให้เช่ารวมอยู่ด้วย เป็นต้น โดยวิธีการหานิตยสารมาอ่านส่วนใหญ่จะขอยืมของผู้อื่นมากกว่าการซื้อเองเป็นครั้งคราว และจะใช้ระยะเวลาในการอ่านนิตยสารต่อฉบับ 1 – 10 วัน โดยเฉลี่ยต่อครั้งจะใช้เวลาในการอ่าน 1 ชั่วโมง ถ้าเทียบในการอ่านเป็นเปอร์เซ็นต์ตลอดเล่มนิตยสารศึกษาส่วนใหญ่จะอ่านนิตยสารประมาณร้อยละ 70 – 80 และจะกลับมาอ่านนิตยสารซ้ำอีก 1 ครั้ง ในเรื่องที่น่าสนใจหรือหาความรู้ที่เป็นเกล็ดเล็กเกล็ดน้อย ทั้งนี้เมื่อรวมระยะเวลาที่เคยอ่านมาจนถึงปัจจุบันกลุ่มตัวอย่างเคยอ่านนิตยสารมาแล้วน้อยกว่า 6 เดือน ส่วนลักษณะการอ่านนิตยสารกลุ่มตัวอย่างจะอ่านละเอียดเป็นบางคอลัมน์ ซึ่งอาจเป็นเพราะความชอบส่วนตัวและรายละเอียดของเนื้อหาของบทความที่เหมือนกัน ทั้งนี้กล่าวโดยสรุปแล้วเหตุผลในการอ่านที่กลุ่มตัวอย่างติดตามอ่านนิตยสารมากที่สุดคือเพื่อหาความรู้ทั่วไปและติดตามข่าวสารแฟชั่น นอกจากนั้นก็เพื่อเปิดมุมมองใหม่ๆ ความรู้ใหม่ๆ อ่านฆ่าเวลา อ่านเวลาว่างๆ เพื่อความเพลิดเพลิน ความทันสมัยสามารถนำไปคุยกับคนอื่นได้ เพื่อนำไปใช้ใน

ชีวิตประจำวัน โดยมีเหตุผลที่ตัดสินใจในแต่ละเล่มก็ได้แก่ คอลัมน์ ประเด็นที่น่าสนใจ หน้าปก โพล แบบทดสอบ และก็เรื่องดวง

### 3) ความสนใจในการแสวงหาข่าวสารด้านความงามจากสื่อต่างๆ

เมื่อพิจารณาความสนใจข่าวสารหรือเนื้อหาด้านความงามจากสื่อต่างๆ กลุ่มตัวอย่างจะสนใจในเรื่องการดูแลผิวพรรณมากที่สุด ซึ่งสะท้อนให้เห็นค่านิยมความงามเรื่องผิวพรรณที่ค่อนข้างเด่นชัดกว่าเรื่องอื่นๆ รองลงมา ก็คือการดูแลสุขภาพรูปร่างหน้าตา และตามด้วยแฟชั่น เครื่องแต่งกาย ทั้งนี้ระดับความสนใจของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะอยู่ที่ระดับความสนใจมากและความสนใจปานกลาง

### 4) ความคิดเห็นในเรื่องค่านิยมความงาม

ในเรื่องค่านิยมเรื่องความงามในที่นี้ ประกอบด้วยความคิดเห็นในเรื่องค่านิยมความงาม 6 เรื่อง อันได้แก่ ค่านิยมความงามในเรื่องการแต่งกาย ค่านิยมความงามเรื่องการแต่งหน้า ค่านิยมความงามเรื่องผิวพรรณ ค่านิยมความงามเรื่องริ้วรอย และค่านิยมความงามในเรื่องบุคลิกภาพ กลุ่มตัวอย่างมีคะแนนรวมในค่านิยมความงามทั้ง 6 เรื่อง อยู่ในระดับปานกลางค่อนข้างสูง โดยค่านิยมความงามเรื่องรูปร่าง กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยมากที่สุดในเรื่องของการมีรูปร่างดี สมส่วน ไม่มีไขมันส่วนเกิน ค่านิยมความงามเรื่องการแต่งกาย กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยมากที่สุดในเรื่องการแต่งกายตามแฟชั่นทำให้ดูเป็นคนทันสมัย ค่านิยมความงามเรื่องการแต่งหน้า กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยมากที่สุดในเรื่องการแต่งหน้าเป็นการสร้างเสน่ห์อย่างหนึ่งของผู้หญิง ค่านิยมความงามในเรื่องผิวพรรณ กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยมากที่สุดในเรื่องผิวขาวเป็นความงามในอุดมคติ ค่านิยมความงามเรื่องริ้วรอย กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยมากที่สุดในเรื่องการไม่มีริ้วรอยเกิดจากการมีสุขภาพกายและใจที่ดี และค่านิยมความงามในเรื่องบุคลิกภาพ กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยมากที่สุดในเรื่องการมีบุคลิกภาพที่ดีคือการดูแลรักษาร่างกาย และความคิดในด้านบวก

#### 7.1.2 วิเคราะห์เนื้อสื่อที่เกี่ยวข้อง

##### 1) รายละเอียดของนิตยสารห้วนอกที่นำมาศึกษา

นิตยสารคลีโอจะเน้นในเรื่องของการใช้ชีวิตของผู้หญิงรุ่นใหม่ โดยจะเน้นให้ผู้หญิงมีความรู้ ความเข้าใจต่อเรื่องราวต่างๆ มากขึ้น สามารถนำเนื้อหาจากนิตยสารไปปรับใช้ในการดำเนินชีวิตได้เป็นอย่างดี ทำให้ผู้อ่านดูเป็นผู้หญิงที่ทันสมัย

นิตยสารคอสมโพลิแทน จะเน้นในเรื่องของการใช้ชีวิตเป็นหลัก ซึ่งภายในเนื้อหา ก็จะเป็นเรื่องของความคิดการใช้ชีวิตที่สอดคล้องกับสังคมไทย สำหรับความงามก็จะเป็นเรื่องของการ

นำมาใช้ให้เกิดความพอดีและความสมดุล และไม่ควรที่จะตามเทรนด์มากเกินไป ซึ่งในปัจจุบันเองก็ได้มีการนำเสนอหรือปรับรูปแบบของนิตยสารให้สามารถอ่านได้ง่ายและไม่เน้นเรื่องเพศตามแบบการนำเสนอจากต่างประเทศมากเกินไป

นิตยสารแอลจะเน้นในเรื่องสุขภาพความงาม และแฟชั่นเป็นหลัก โดยจะเน้นให้ผู้หญิงก้าวทันกระแสของเทรนด์และรับรู้ถึงความนิยมในปัจจุบัน แต่ไม่ให้ทำตามทั้งหมด เน้นการมีวิจารณญาณในการคัดเลือกสิ่งของหรือเลือกที่นำมาปรับให้เข้ากับตัวเรา ให้เหมาะสมกับสโลแกนที่ว่าผู้หญิงแอลเป็นผู้หญิงที่มีความมั่นใจมีความฉลาด มีความคิดเป็นของตัวเอง

## 2) การนำเสนอโฆษณาสินค้าความงามในนิตยสารหัวนอก

ภายในสองปีที่ผ่านมาคือปี 2548 และปี 2549 ประเภทสินค้าที่มีการนำเสนอมากที่สุดได้แก่ สินค้าเกี่ยวกับบุคลิกภาพ โดยนิตยสารที่มีจำนวนโฆษณามากที่สุด ก็คือ นิตยสารแอล ซึ่งอาจเป็นเพราะว่าสินค้าเกี่ยวกับบุคลิกภาพเป็นสินค้าทั่วไปที่ใช้ในชีวิตประจำวัน สินค้าต่างๆ เหล่านี้จะเป็นตัวช่วยเสริมสร้างความงามให้แก่ร่างกาย โดยที่ในนิตยสารแอลถือว่าเป็นนิตยสารที่มีเน้นในเรื่องความงามอยู่แล้ว ปริมาณสินค้าต่างๆ จึงมีการสอดคล้องกับเป้าหมายของนิตยสารแอลด้วย

## 3) วิธีการนำเสนอความงามผ่านนิตยสารหัวนอก

จากผลการศึกษาพบว่าในปัจจุบันการนำเสนอภาพความงามมีการสอดแทรกเกี่ยวกับการแนะนำสินค้าผ่านตามคอลัมน์ต่างๆ หรือโฆษณาที่มุ่งใจต่อการบริโภคสินค้าและความต้องการสินค้าตัวนั้นค่อนข้างมาก จึงทำให้เกิดความรู้สึกอยากจะทำบริโภคสิ่งของเหล่านั้นเพิ่มขึ้นตาม ซึ่งอาจส่งผลต่อความคิดเห็นต่อค่านิยมในการบริโภคความงามตามแบบนิตยสารเหล่านั้น โดยผ่านการถ่ายทอดของกลวิธีการเขียนอันได้แก่ การใช้โวหารในภาษาเขียน การใช้ภาษาในทางการแพทย์ และการใช้ภาษาภาพ ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้แบ่งประเด็นการนำเสนอในเรื่องความงามออกเป็น 6 ประเด็นด้วยกันคือ ค่านิยมความงามในเรื่องการแต่งกาย ค่านิยมความงามเรื่องการแต่งหน้า ค่านิยมความงามเรื่องผิวพรรณ ค่านิยมความงามเรื่องริ้วรอย และค่านิยมความงามในเรื่องบุคลิกภาพ

### 7.1.3 อิทธิพลของสื่อนิตยสารที่มีต่อค่านิยมความงาม

#### 1) ความสัมพันธ์ระหว่างค่านิยมความงามและการรับสื่อนิตยสารหัวนอก

จากผลการศึกษา พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างค่านิยมความงามและการรับสื่อนิตยสารหัวนอก มีความสัมพันธ์เฉพาะค่านิยมความงามเรื่องการแต่งกาย และค่านิยมความงามเรื่องการ

แต่งหน้า เนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงรูปลักษณ์ความงามโดยอาศัยการแต่งหน้าและการแต่งกายสามารถปรับปรุงให้ดูดี และทำได้ง่ายกว่าความงามในเรื่องอื่นๆ โดยผลการศึกษาดังกล่าวมีความสอดคล้องกับจำนวนการนำเสนอโฆษณาสินค้าของทั้งสองเรื่องค่อนข้างสูงอีกด้วย

ส่วนค่านิยมความงามเรื่องรูปร่าง ค่านิยมความงามเรื่องผิวพรรณ ค่านิยมความงามเรื่องริ้วรอย และค่านิยมความงามเรื่องบุคลิกภาพยังคงต้องอาศัยปัจจัยอื่นๆ ที่อยู่นอกเหนือการควบคุม เช่น การเปลี่ยนแปลงไปของสรีระร่างกายและธรรมชาติของรูปร่าง หน้าตา ผิวพรรณที่มาจากกรรมพันธุ์ เป็นต้น จึงทำให้ไม่มีความสัมพันธ์ระหว่างค่านิยมความงามและการรับสื่อวิทยุสื่อสารห้วงนอก

กล่าวโดยสรุป นิตยสารห้วงนอกมีอิทธิพลต่อค่านิยมในเรื่องการแต่งกายและการแต่งหน้าของนิสิตนักศึกษาค่อนข้างมาก จึงเห็นว่าค่านิยมดังกล่าวได้ส่งผลต่อการนำมาใช้ของกลุ่มตัวอย่างด้วยเช่นกัน

## 2) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคค่านิยมความงาม

ปัจจัยจากสื่อ สื่อเป็นตัวกำหนดค่านิยมความงามในระดับหนึ่ง ซึ่งจากผลการศึกษารูปได้ว่า การบริโภคค่านิยมความงามจากสื่อต่างๆ ก่อให้เกิดผลทั้งสองอย่างคือ ในข้อดี สื่อช่วยทำให้เราเปิดโลกทัศน์ได้รับข้อมูล ข่าวสาร ความรู้และวิทยาการใหม่ๆ และมีส่วนช่วยในการส่งเสริมดูแลตนเองในเบื้องต้น ทั้งการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงตัวเองให้ดูดีขึ้นด้วย ส่วนในข้อเสียทำให้เกิดกระแสการลอกเลียนแบบโดยไร้เหตุผลและขาดวิจารณญาณ ซึ่งการลอกเลียนแบบสิ่งเหล่านั้นมักอยู่ในรูปแบบของความหุนหรา ฟุ้งเฟ้อ และกิจกรรมอันขัดประเพณีที่ต้งาม เช่น เรื่องเพศสัมพันธ์

ปัจจัยจากครอบครัว จากผลการศึกษา พบว่า ครอบครัวเป็นตัวทำให้เกิดการบริโภคหรือความต้องการของกลุ่มตัวอย่าง โดยความคิดเหล่านั้นจะเข้ามาโดยผ่านการแนะนำจากคนอื่น ๆ หรือสื่อต่างๆ ที่เข้ามายังครอบครัวของกลุ่มตัวอย่างนั้นๆ ดังนั้นครอบครัวจึงเข้ามามีอิทธิพลในความคิดของกลุ่มนิสิตนักศึกษา

ปัจจัยจากเพื่อน เป็นกลุ่มบุคคลที่เข้าถึงกันได้เร็วและง่ายที่สุด จากผลการศึกษาพบว่าเพื่อนเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลอย่างหนึ่งต่อการตัดสินใจในเรื่องความงาม อันได้แก่ การถ่ายทอดค่านิยมความงามในเรื่องรูปลักษณ์ภายนอก ซึ่งสามารถสร้างแรงกดดันให้เกิดกับกลุ่มตัวอย่างได้ ยิ่งถ้าได้อยู่ในกลุ่มเพื่อนที่มีการแต่งตัวรักสวยรักงามมากเพียงใดนั้น กลุ่มตัวอย่างเองก็ต้องพยายามทำให้เข้ากับเพื่อนมากที่สุด ทั้งนี้แนวโน้มในการเลียนแบบหรือกำหนดค่านิยมความงามดังกล่าวจะมีผลมากถ้ามาจากเพื่อนเฉพาะกลุ่ม

## 7.2 อภิปรายผลการศึกษา

จากกรอบแนวคิดที่ได้จากการศึกษา พบว่าค่านิยมความงามทั้ง 6 เรื่อง อันได้แก่ ค่านิยมความงามเรื่องรูปร่าง การแต่งกาย การแต่งหน้า ผิวพรรณ ริ้วรอย และบุคลิกภาพ จะเห็นได้ว่าสื่อ นิตยสารเข้ามามีบทบาทต่อผู้อ่านในเรื่องความงามค่อนข้างมาก ซึ่งจากการบริโภควัฒนธรรมที่เผยแพร่ภาพลักษณ์ความงามผ่านนิตยสารหัวนอกที่ส่งผลต่อผู้อ่าน โดยเมื่อพิจารณาเฉพาะสื่อ นิตยสารและนำมาเปรียบเทียบระหว่างผู้ที่อ่านนิตยสารหัวนอกและผู้ที่ไม่อ่านนิตยสารหัวนอก พบว่า ผู้ที่อ่านนิตยสารหัวนอกจะมีค่านิยมความงามในเรื่องการแต่งกายและการแต่งหน้ามากที่สุด เนื่องจากการโฆษณาสินค้าที่มีการนำเสนอจำนวนมากและกระบวนการสร้างค่านิยมต่างๆ ที่แฝงเข้ามาในรูปของโฆษณา และรูปภาพจากนิตยสาร จนก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงค่านิยมความงามของผู้อ่านและทำให้เกิดภาพลักษณ์ความงามตามแบบนิตยสารหัวนอกอีกด้วย นอกจากนี้ปัจจัยทางประชากร รวมทั้งปัจจัยทางสังคมอันได้แก่ สื่อ เพื่อน และครอบครัว ซึ่งทั้งสองปัจจัยดังกล่าวเป็นตัวแปรในการสร้างค่านิยมความงามของผู้อ่านด้วยเช่นกัน

ในการวิจัยนี้ ผู้วิจัยสนใจศึกษากลุ่มวัยรุ่นหญิงนิสิตนักศึกษาหญิงที่กำลังศึกษาอยู่ในเขต กรุงเทพมหานคร และกำลังเป็นวัยที่เป็นกำลังสำคัญต่อไปในการพัฒนาประเทศ กลุ่มนิสิต นักศึกษาดังกล่าวถือว่าได้รับกระแสวัฒนธรรมการบริโภคจากการพัฒนาทางเศรษฐกิจผ่านทางอุตสาหกรรมสินค้าความงามโดยตรง และมีผลต่อการกำหนดความสุข อันหมายถึง การมีรูปร่าง ผอมเพรียว การมีผิวขาว การไม่มีริ้วรอย การแต่งตัวตามแฟชั่น หรือแม้แต่การมีบุคลิกภาพที่ดี ค่อนข้างมาก ซึ่งสิ่งต่างๆ เหล่านี้ล้วนแต่ถูกกำหนดมาจากภาพลักษณ์ความงามที่มาจากสื่อต่างๆ ความสนใจต่อความงามดังกล่าวจึงทำให้หลายคนให้ความสำคัญต่อการใช้ชีวิตเพื่อความงามมากขึ้น เช่น การออกกำลังกาย การแสวงหาอาหารเสริม การใช้ผลิตภัณฑ์บำรุงผิว หรือการแต่งตัว ทันสมัย เพื่อให้ตัวเองดูใกล้เคียงกับภาพลักษณ์ความงามที่ถ่ายทอดมากับสื่อมากที่สุด

ทุกวันนี้ รูปร่างหน้าตาของผู้หญิงได้กลายมาเป็นปัจจัยในการดำเนินชีวิตประจำแล้ว คนหน้าตาดีมีบุคลิกภาพที่ดีมักมีโอกาสทางสังคมมากกว่าคนไม่สวย ดังนั้นกลุ่มคนที่คิดว่าตัวเองไม่สวยไม่เป็นไปตามค่านิยมของคนในสังคมจึงพยายามทำตัวให้ดูดีขึ้นทุกวิถีทาง ไม่ว่าจะเป็นการ แต่งตัว การแต่งหน้า การเลียนแบบตามนิตยสารทุกอย่างเพื่อทำให้ตัวเองดูสวยขึ้น จากการกระทำดังกล่าวก่อให้เกิดความต้องการบริโภคความงามอย่างไม่มีที่สิ้นสุด และถ้ามองในมุมมองของ เศรษฐกิจแล้วความงามจะถูกนิยามไปเรื่อยๆ ตามยุคสมัยและกาลเวลาที่เปลี่ยนแปลงไป และผู้บริโภคเองก็ยังคงวิ่งตามนิยามความงามเหล่านั้นอย่างไม่มีที่สิ้นสุด

แนวโน้มการบริโภคสินค้าความงามต่างๆ จึงมีทิศทางที่สอดคล้องกับอุตสาหกรรมความงาม เนื่องด้วยความสนใจในเรื่องความงามของวัยรุ่นที่พยายามปรุงแต่งให้ตัวเองมีภาพลักษณ์ความงามเข้ากับค่านิยมของคนในสังคม โดยอาศัยโฆษณาและการแนะนำของบทความต่างๆ เป็นตัวกระตุ้นให้เกิดการบริโภคสินค้าความงามมากขึ้น การบริโภคสินค้าความงามดังกล่าว ได้ทำให้เกิดการใช้จ่ายเงินที่ฟุ้งเฟ้อ ทำให้เกิดความฟุ่มเฟือยโดยไม่จำเป็น และยังส่งผลให้นักศึกษานักศึกษาให้ความสำคัญต่อวัตถุนิยมมากขึ้น นอกจากนั้นยังเป็นการปลูกฝังค่านิยมฉาบฉวย มองคนที่รูปลักษณ์ภายนอก ต้องเสริมเติมสวยตลอดเวลา เด็กบางคนลงทุนอดอาหารเพื่อเก็บเงินไปซื้อเครื่องสำอางค์หรือเสื้อผ้า เพื่อเพียงแต่ต้องการแต่งตัวให้สวยดูดีและให้มีคนมาสนใจ ดังนั้นความงามจึงเป็นการบริโภคนิยมเพื่อความต้องการของตนเอง มากกว่าการใช้ประโยชน์เพื่อการดำรงชีพ สิ่งเหล่านี้จึงได้ขยายกลายเป็นปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อระดับเล็กจนถึงระดับสังคม

ทั้งนี้ผู้วิจัยแสดงให้เห็นว่าสื่อต่างๆ อันได้แก่ โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต หรือนิตยสาร ได้เข้ามามีอิทธิพลต่อการกำหนดความคิดและมุมมองของคนด้วย ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจึงควรให้ความสำคัญของบทบาทสื่อมวลชนที่จะมีการพัฒนาต่อไปอีกด้วย

### 7.3 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

#### 7.3.1 ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ

1. ในการศึกษาอิทธิพลของสื่อ นิตยสาร ห้วนอกต่อค่านิยมความงามของผู้อ่าน โดยมุ่งเน้นที่กลุ่มนิสิตนักศึกษาหญิงอาจจะยังไม่ครอบคลุม ควรจะมีการศึกษากลุ่มอื่นๆ ไปด้วย เพราะกลุ่มผู้อ่านที่ได้รับสื่อแขนงนี้มีจำนวนค่อนข้างมาก ตัวอย่างที่แสดงให้เห็นได้อย่างชัดเจน ก็คือ กลุ่มผู้หญิงวัยทำงาน หรือกลุ่มผู้ชายรักสวยรักงาม (metro sexual) ที่มีความสนใจในเรื่องภาพลักษณ์ความงามมากเช่นกัน

2. จากการศึกษาพบว่า ในบางครั้งค่านิยมความงามอาจไม่จำเป็นต้องประกอบสร้างโดยสื่อเสมอไป เนื่องจากค่านิยมความงามของแต่ละคนมีลักษณะความเป็นตัวตนและไม่ได้ถูกชี้นำโดยสื่อแม้ว่าจะได้รับสื่อนั้นก็ตาม เพราะแม้ไม่ได้รับอิทธิพลใดๆ จากสื่อ คนเราก็ต้องการที่จะสวยเช่นกัน นอกจากนี้ยังมีงานวิจัยบางชิ้นที่ชี้ให้เห็นว่ามาตรฐานความงามสากล เป็นสิ่งที่คนทั่วไปปฏิเสธไม่ได้

3. หากมีการศึกษาในบริบทที่สอดคล้องกับงานวิจัยชิ้นนี้ เช่น ในเชิงสตรีศึกษา หรือเชิงอุตสาหกรรมเพื่อความงามต่างๆ จะทำให้งานวิจัยมีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

### 7.3.2 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. สถาบันครอบครัว และสถาบันการศึกษาเป็นหน่วยงานที่อยู่ใกล้ชิดกับนิสิตนักศึกษา มากที่สุด ดังนั้นในการคำแนะนำจากผู้ปกครองและอาจารย์ ซึ่งอาจรวมไปถึงภาครัฐจึงควรร่วมกัน ส่งเสริมให้ความรู้ความเข้าใจกับเยาวชนในการเลือกรับสื่อด้วย

2. การรับสื่อเป็นอิทธิพลอย่างหนึ่งต่อการนำไปปฏิบัติใช้ ทั้งนี้เมื่อพิจารณาให้ดีแล้ว การ นำเสนอสื่อต่างๆ จะมีทั้งในแง่ดีและแง่ลบ ซึ่งอาจเป็นประโยชน์และส่งผลเสียได้ในเวลาเดียวกัน ดังนั้นหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องจึงควรให้ความรู้ อบรมเกี่ยวกับการเผยแพร่และการเลือกใช้สื่อที่ เหมาะสมทั้งกับผู้ผลิตและผู้รับสื่อ เพื่อเป็นการป้องกันปัญหาที่จะเกิดจากสื่อในภายภาคหน้า