

การลดทอนความมั่นใจเรื่อง มาตรฐานความงาม ของนักศึกษาชั้นปีที่1 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี
ราชวมงคลธัญบุรี

Decreasing Confidence in Beauty Standards of freshman at Rajamangala University
of Technology Thanyaburi

กระถิน เกสร, สุนิสา จันทร์เมือง, จุฑามาศ เย็นจัตุรัส, กัลยา กล้าเชย, ชนัญญา นวกุล, วรณนิตา นาค
กฤษณ, ชนิตา สายเพชร, ณัฐชยา อ่อนโพธิ์เอน, ธัญนิชา กับรมย์

Kathin Kasorn, Sunisa Janmuang, Juthamas Yenjaturas, Kanlaya Klamchey, Chananya
Navakul, Wannisa Nakkunchorn, Natchaya Aonphoaen, Chanida Saipech, and Thannicha
Kabram

สาขาการศึกษาปฐมวัย คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชวมงคลธัญบุรี

Early childhood education major, faculty of home economics, Rajamangala University of
Technology Thanyaburi

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจค่านิยมเรื่องมาตรฐานความงามและสิ่งที่ลดทอนความ
มั่นใจของของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชวมงคลธัญบุรี จำนวนประชากร 150 คน
ในปีการศึกษา 2564 เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เครื่องมือวิจัยได้แก่แบบสอบถาม ใช้การวิเคราะห์ข้อมูล
ด้วยค่าสถิติเชิงพรรณนา ผลการวิจัยพบว่า นักศึกษามีความเข้าใจมาตรฐานความงามเกือบทุกคน เคยมี
ประสบการณ์โดนบูลี่เรื่องสีผิว เคยโดนเปรียบเทียบรูปร่างจากคำพูดของผู้อื่น เพื่อนหรือคนรอบเคยพูดให้
คุณรู้สึกถูกลดทอนความมั่นใจในตนเอง เคยโดนวิจารณ์เรื่องหน้าตา สิ่งที่ลดทอนความมั่นใจ ได้แก่ สีบน
ใบหน้าและ รูปร่างอ้วน และ ค่านิยมเรื่องมาตรฐานความงาม ประเด็น ความงามในอุดมคติคือ บุคคล
ที่มีหน้าตาที่ดี หน้าเรียว จมูกโด่ง ไม่มีสิว ริ้วรอย แผลเป็น มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา คือ ความงาม
สไตล์ยุโรป คือ มาตรฐานความงาม และ ความงามในอุดมคติคือ บุคคลที่มีผิวพรรณที่ดี ชาว

คำสำคัญ ค่านิยม มาตรฐานความงาม นักศึกษา

ABSTRACT

The purpose of this research was to explore the values of beauty standards and
things that reduce confidence. The sample group was among 150 first-year students of
Rajamangala University of Technology Thanyaburi in the academic year 2021. It was a
quantitative research via questionnaire. Data were analyzed using descriptive statistics.

The results showed that almost all students have an understanding of beauty standards, have experienced bullying on skin color, they have ever been compared to the shape of other people's words, friends or people around you have said that you feel reduced in your self-confidence, and been criticized for looks Things that reduce confidence include acne on the face, fat body. Moreover, the value of beauty standards comprised individuals with good looks, slender face, prominent nose, without acne, wrinkles, and scars had the highest average, followed by European beauty, which was the beauty standard, and the ideal beauty was person with white skin.

Keywords: value, beauty standard, university student

หลักการและเหตุผล

ปัจจุบันมาตรฐานความสวยถูกกำหนดขึ้นผ่านบริบทมากมายในสังคม ดังจะเห็นได้จากสื่อโฆษณาที่ชักนำให้ผู้คนมองว่า จะต้องมียุคนั้นๆ หุ่นแบบนี้ เพื่อนำไปสู่การบริโภคสินค้าของแบรนด์ตนเองหรือเวทีประกวดต่าง ๆ ที่ใช้รูปร่างหน้าตาเป็นเกณฑ์ เมื่อการตัดสินผู้ชนะเป็นการสื่อสารถึงหน้าตาที่สวยงาม หล่อควรถูกเป็นแบบไหน และมาตรฐานนี้ก็จะถูกสนับสนุนมากขึ้นเรื่อย ๆ หากพบเห็นแง่มุมเหล่านี้บ่อยๆ เป็นประจำ ผู้หญิงที่มีรูปร่างอ้วน หุ่นอวบ ผิวคล้ำ อาจถูกลดทอนคุณค่าลงในทันที และหลายครั้งที่พบว่า การโดนดูถูก และถูกนำเสนอของภาพลักษณ์ที่ตลกขบขัน ซึ่งอาจเป็นสร้างปมในใจให้คนคนนั้นโดยไม่รู้ตัว โดยการกระทำที่เราจะตั้งใจหรือไม่ตั้งใจก็ตาม

ผลกระทบของมาตรฐานความงาม (Beauty Standard) ที่ใหญ่ที่สุดคือการทำลายความมั่นใจของใครสักคน กังวลและไม่เชื่อมั่นในตนเอง เกิดการเปรียบเทียบและกดดันตัวเองว่าตัวเองสวยไม่พอ ผลกระทบตามมาจากการเปรียบเทียบผ่านการบูลี่ การสร้างมาตรฐานความงามทำให้เกิดการเปรียบเทียบและการเหยียด ส่งผลให้เกิดความทุกข์ขึ้น ผู้หญิงมีแนวโน้มขาดความมั่นใจมากกว่าผู้ชาย เพราะค่านิยมของสังคมกำหนดคุณค่าของผู้หญิงที่ความสวยตรงข้ามกับผู้ชายที่ถูกกำหนดคุณค่าที่ความสามารถ เมื่อบวกกับการที่ผู้หญิงเป็นเพศที่มีความคาดหวังต่อตัวเองสูง ทำให้ผู้หญิงมักจะประเมินคุณค่าความงามของตัวเองต่ำกว่าเมื่อผู้อื่นประเมินให้ “สิ่งที่เห็นได้ชัดคือ เมื่อผู้หญิงส่องกระจกแล้วจะรู้สึกว่ายสวยไม่พอ สวยแล้วต้องสวยกว่านี้อีก ในที่สุดชักนำผู้หญิงไปสู่ภาวะวิตกกังวลและขาดความเชื่อมั่นในตัวเอง นำไปสู่ปัญหาในการดำเนินชีวิต เสียทรัพย์สิน เสียสุขภาพ บางรายอาจมีอาการเสพติดคลั่งคลุ้ม หรือเกิดปัญหาทางจิตใจต่าง ๆ เช่น โรคกลัวอ้วน” สหัชฐา เมฆสุธิพิทักษ์ (2564) ในสังคมตะวันตก ได้ถูกโยงเอาค่านิยม

ความสวย ไว้กับความผอมยิ่งกว่าความผอม และได้กลายเป็นปัญหาของผู้หญิงที่พยายามทำตามค่านิยม นั้น (อุ๋นใจ เจียมบุระกุล, 2562) หรือมาตรฐานความงามที่ถูกกำหนดโดยสื่อมวลชน การนำเสนอความ งามผ่านสื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นรายการโทรทัศน์ประเภทส่งเสริมให้คนทำศัลยกรรม หรือ งานโฆษณาที่มักนำเสนอว่าความสวยคือจุดเด่นของผู้หญิงที่ทำให้เป็นที่ต้องตาต้องใจของเพศตรงข้าม ในขณะที่คนไม่สวยหรือคนหน้าตาไม่ดีตามค่านิยมของสังคมจะกลายเป็นคนที่ไม่มียืนในสังคม (สหภาพ พ่อค้าทอง, 2563) ซึ่งกลุ่มเจนเนอร์เรชันใหม่ที่มีมุมมองต่อมาตรฐานความงาม เป็นกลุ่มที่มีแนวโน้มจะ ได้รับผลกระทบจากสิ่งดังกล่าวเป็นอย่างมาก

ดังนั้นจากปัญหาที่กล่าวมาข้างต้น การสำรวจค่านิยมมาตรฐานความงาม และสำรวจสิ่งที่จะ ลดทอนความมั่นใจ ของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 ที่กำลังศึกษาในมหาวิทยาลัยของรัฐแห่งหนึ่งจึงเป็นการศึกษา ที่จะประโยชน์ต่อสถาบันการศึกษาที่ได้รับรู้ระดับความรู้ความเข้าใจ ความวิตกกังวลของนักศึกษาที่ อาจจะไปสู่การกระทบต่อการศึกษา

คำถามวิจัย

1. ค่านิยมเรื่องมาตรฐานความงามของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ธัญบุรีเป็นอย่างไร
2. สิ่งใดที่ลดทอนความมั่นใจของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญ บุรี

วัตถุประสงค์วิจัย

1. เพื่อสำรวจค่านิยมเรื่องมาตรฐานความงามของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี ราชมงคลธัญบุรี
2. เพื่อสำรวจการลดทอนความมั่นใจของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

สุเทพ พานิชพันธุ์ (2541) กล่าวว่า สิ่งจูงใจที่ใช้เป็นเครื่องมือกระตุ้นให้บุคคลเกิดความพึงพอใจ คือ 1) สิ่งจูงใจที่เป็นวัตถุ (Material Inducement) ได้แก่ เงิน สิ่งของ หรือสถานะ ทางกายที่ให้แก่ผู้ ประกอบกิจกรรมต่าง ๆ 2) สภาพทางกายที่พึงปรารถนา (Desirable Physical Condition) คือ

สิ่งแวดล้อมในการประกอบกิจกรรมต่าง ๆ อันก่อให้เกิดความสุขทางกาย 3) ผลประโยชน์ทางอุดมคติ (Ideal Benefaction) หมายถึง สิ่งต่าง ๆ ที่สนอง ความต้องการของบุคคล และ 4) ผลประโยชน์ทางสังคม (Association Attractiveness) หมายถึง ความสัมพันธ์ ฉันทมิตรกับผู้ร่วมกิจกรรม อันจะทำให้เกิดความผูกพัน ความพึงพอใจและสภาพการร่วมกัน อันเป็นความพึงพอใจของบุคคลในด้านสังคมหรือความมั่นคงในสังคม ซึ่งจะทำให้รู้สึกมีหลักประกันและมีความมั่นคงในการประกอบกิจกรรม

Kotler and Armstrong (2004) อธิบายว่า พฤติกรรมของมนุษย์เกิดขึ้นต้องมี สิ่งจูงใจ (Motive) หรือแรงขับเคลื่อน (Drive) เป็นความต้องการที่กดดันจนมากพอที่จะจูงใจให้บุคคลเกิดพฤติกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง ซึ่งความต้องการของแต่ละคนไม่เหมือนกัน (Maslow, 1943) ความต้องการบางอย่างเป็นความต้องการทางชีววิทยา (Biological) เกิดขึ้นจากสภาวะตึงเครียด เช่น ความหิว กระหายหรือความลำบากบางอย่าง เป็นความต้องการทางจิตวิทยา (Psychological) เกิดจากความต้องการการยอมรับ (Recognition) การยกย่อง (Esteem) หรือการเป็นเจ้าของทรัพย์สิน (Belonging) ความต้องการส่วนใหญ่อาจไม่มากพอที่จะจูงใจให้บุคคลกระทำในช่วงเวลานั้น ในขณะที่เดียวกันที่ Freud (1920) พบว่า บุคคลจะเพิ่มและควบคุมสิ่งเร้าหลายอย่าง สิ่งเร้าเหล่านี้อยู่นอกเหนือการควบคุมอย่างสิ้นเชิง บุคคลจึงมีความฝัน พุดคำที่ไม่ตั้งใจพูด มีอารมณ์อยู่เหนือเหตุผลและมีพฤติกรรมหลอกหลอนหรือเกิดอาการวิตกกังวลอย่างมาก

ดังนั้นค่านิยมเกี่ยวกับมาตรฐานความงามจะเป็นแรงผลักดันทำให้เกิดกระบวนการเปลี่ยนแปลง ในขณะที่ทฤษฎีความพึงพอใจจะเป็นหลักในการสนับสนุนแนวความคิดของคนเกี่ยวกับเรื่องความงาม

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มเป้าหมายคือ นักศึกษาชั้นปีที่ 1 คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ปีการศึกษา 2563 จำนวน 150 คน เครื่องมือวิจัยเป็นแบบสอบถามมีลักษณะเป็นคำถามแบบเลือกคำตอบที่ผ่านการตรวจสอบเชิงเนื้อหา และปรากฏค่าความเชื่อมั่น (reliability value) ทั้งฉบับ เท่ากับ 0.904 เนื้อหาในแบบสอบถามมี 3 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป ประกอบไปด้วย เพศ ศาสนา สถานภาพครอบครัว และภูมิลำเนา

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นค่านิยมเรื่อง มาตรฐานความงาม จำนวน 8 ข้อ

ตอนที่ 3 สิ่งทีลดทอนความมั่นใจ

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นค่านิยมเรื่อง มาตรฐานความงาม จำนวน 7 ข้อ แบ่งระดับความคิดเห็น เป็น 5 ระดับ ดังนี้ คือ 5=ระดับมากที่สุด 4=ระดับมาก 3=ระดับปานกลาง 2=ระดับน้อย 1=ระดับน้อย ที่สุด

ใช้เกณฑ์การประเมินผลดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2545) มีความคิดเห็นด้วยระดับมากที่สุด มี ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.51 – 5.00 ระดับมาก มีค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.51 – 4.50 ระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย ระหว่าง 2.51 – 3.50 ระดับน้อย มีค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.51 – 2.50 และระดับน้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00 – 1.50

การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้ ค่าสถิติความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษา

จากตารางที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามโดยแยกตาม เพศ ศาสนา สถานภาพ ครอบครัวและภูมิลำเนา พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 82 นับถือศาสนาพุทธ ร้อยละ 88 อาศัย อยู่กับบิดา มารดา ร้อยละ 66 มีภูมิลำเนาภาคกลาง คิดเป็นร้อยละ 80

ตารางที่ 1 แสดงร้อยละข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	27	18
หญิง	123	82
รวม	150	100
ศาสนา		
ศาสนาพุทธ	132	88
ศาสนาคริสต์	10	6.7
ศาสนาอิสลาม	6	4
ศาสนาฮินดู	1	0.7
ไม่มีศาสนา	1	0.7
รวม	150	100
สถานภาพครอบครัว		

อยู่กับบิดา มารดา	99	66
อยู่กับบิดา	7	4.7
อยู่กับมารดา	24	16
อยู่กับญาติ	15	10
อยู่คนเดียว	5	3.3
รวม	150	100
ภูมิภาค		
ภาคกลาง	120	80
ภาคใต้	4	2.7
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	16	10.7
ภาคเหนือ	6	4
ภาคตะวันออก	2	1.3
รวม	150	100.0

ผลจากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเข้าใจ มาตรฐานความงาม ร้อยละ 92 เคยมีประสบการณ์โดนบูลลี่เรื่องสีผิว ร้อยละ 67.3 เคยโดนเปรียบเทียบรูปร่างจากคำพูดของผู้อื่นร้อยละ 84.7 ครอบครัวเคยพูดให้คุณรู้สึกถูกลดทอนความมั่นใจในตนเอง ร้อยละ 58.7 เพื่อนหรือคนรอบเคยพูดให้คุณรู้สึกถูกลดทอนความมั่นใจในตนเอง ร้อยละ 82.0 น้ำหนักและส่วนสูงเป็นปัญหาให้ขาดความมั่นใจ ร้อยละ 60 เคยโดนวิจารณ์เรื่องหน้าตา ร้อยละ 71.3 และ การดูโฆษณาหรือสื่อทำให้ถูกตั้งมาตรฐานว่า ขาว หุ่นดี คือสวย ร้อยละ 68

ตารางที่ 2 ผลการสำรวจเกี่ยวกับมาตรฐานความงาม

รายการ	(ความถี่, ร้อยละ)	
1.คุณเข้าใจคำว่า Beauty Standard หรือไม่	ไม่เข้าใจ (12, 8%)	เข้าใจ (138, 92%)
2.คุณเคยมีประสบการณ์การโดนบูลลี่เรื่องสีผิวของตนเองหรือไม่	ไม่เคย (49, 32.7%)	เคย (101, 67.3%)
3.คุณเคยโดนเปรียบเทียบรูปร่างจากคำพูดของผู้อื่นหรือไม่	ไม่เคย (23, 15.3%)	เคย (127, 84.7%)
4.ครอบครัวของคุณเคยพูดให้คุณรู้สึกถูกลดทอนความมั่นใจในตนเองหรือไม่	ไม่เคย (62, 41.3%)	เคย (88, 58.7%)
5.เพื่อนหรือคนรอบข้างของคุณเคยพูดให้คุณรู้สึกถูกลดทอนความมั่นใจในตนเองหรือไม่	ไม่เคย (27, 18.0%)	เคย (123, 82.0%)
6. น้ำหนักและส่วนสูงของตัวเองเป็นปัญหาให้ขาดความมั่นใจหรือไม่	ไม่เป็น (60, 40.0%)	เป็น (90, 60.0%)
7. คุณเคยโดนวิจารณ์เรื่องหน้าตาหรือไม่	ไม่เคย (43, 28.7%)	เคย (107, 71.3%)
8.จากการดูโฆษณาหรือสื่อทำให้คุณมีการตั้งมาตรฐานว่า ชาวหุ่นดี คือสวย ใช่หรือไม่	ไม่ใช่ (48, 32.0%)	ใช่ (102, 68.0%)

สิ่งที่ลดทอนความมั่นใจของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด คือ สีผิวหน้าคิดเป็นร้อยละ 53.3 รองลงมาคือ รูปร่างอ้วน คิดเป็นร้อยละ 45.3 ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 สิ่งที่ลดทอนความมั่นใจ

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
รูปร่างอ้วน	68	45.3
รูปร่างผอม นิ้วมือ	23	15.3
สิวนบนใบหน้า	80	53.3
ปาน/กระ บนใบหน้า	19	12.7
หน้าตา	59	39.3
ความสูง	11	7.3
ความเตี้ย	46	30.7
ตาชั้นเดียว เพศ	9	6.0
สีผิว	62	41.3
ฟัน	58	38.7
ขา	51	34
สะโพก	27	18
แผลเป็น	36	24
ข้อศอก/หัวเข่าดำ ดำน	49	32.7
บุคลิกภาพ	34	22.7
รักแร้	52	34.7
ทรงผม	26	17.3
ผิวแตกลาย	43	28.7
ใบหู	8	5.3
จมูก คอสั้น/คอยาว เหนียง หน้าอก	32	21.3

ความคิดเห็นเรื่องค่านิยมเรื่องมาตรฐานความงามมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ประเด็น ความงามในอุดมคติของคุณคือ บุคคลที่มีหน้าตาที่ดี หน้าเรียว จมูกโด่ง ไม่มีสิว ริ้วรอย แผลเป็น มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด รองลงมา คือ ความงามสไตล์ยุโรป คือ มาตรฐานความงาม และ ความงามในอุดมคติ

คือ บุคคลที่มีผิวพรรณที่ดี ขาว หน้าที่ประเด็น มาตรฐานความงาม ในอุดมคติของคุณต้องเป็นเพศชาย หรือเพศหญิงเท่านั้น มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด

ตารางที่ 4 ความคิดเห็นค่านิยมเรื่อง มาตรฐานความงาม

รายการ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลความ
ความงามในอุดมคติของคุณคือ บุคคลที่มีผิวพรรณที่ดี ขาว	2.83	1.20	ระดับปานกลาง
ความงามในอุดมคติของคุณคือ บุคคลที่มีรูปร่างดี ต้อง มีหุ่นนาฬิกาทราย ผอม มีหน้าอกและสะโพกที่สมบูรณ์ แบบ	2.79	1.4	ระดับปานกลาง
ความงามในอุดมคติของคุณคือ บุคคลที่มีหน้าตาที่ดี หน้าเรียว จมูกโด่ง ไม่มีสิว ริ้วรอย แผลเป็น	2.94	1.29	ระดับปานกลาง
มาตรฐานความงาม ในอุดมคติของคุณต้องเป็นเพศชาย หรือเพศหญิงเท่านั้น	2.08	1.34	ระดับน้อย
ความงามสไตล์เกาหลี คือ มาตรฐานความงามในอุดมคติของคุณ	2.79	1.27	ระดับปานกลาง
ความงามสไตล์ญี่ปุ่น คือ มาตรฐานความงาม ในอุดมคติของคุณ	2.74	1.24	ระดับปานกลาง
ความงามสไตล์ยุโรป คือ มาตรฐานความงาม ในอุดมคติของคุณ	2.85	1.22	ระดับปานกลาง
เฉลี่ย	2.71	1.00	ระดับปานกลาง

การอภิปรายผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

การสำรวจค่านิยมความรู้ความเข้าใจในมาตรฐานความงามและการลดทอนความมั่นใจ ของ นักศึกษาชั้นปีที่ 1 พบว่า นักศึกษามีความเข้าใจมาตรฐานความงามเกือบทุกคน เคยมีประสบการณ์โดนบูลี่เรื่องสีผิว เคยโดนเปรียบเทียบรูปร่างจากคำพูดของผู้อื่น เพื่อนหรือคนรอบเคพูดให้เครู้สึกถูกลดทอนความมั่นใจในตนเอง เคยโดนวิจารณ์เรื่องหน้าตา ประเด็นเหล่านี้มีระดับสูงเกิน ร้อยละ 80 จึงแสดงให้ว่า

สังคมรอบข้างเป็นตัวกดดันหรือแสดงถึงเกณฑ์มาตรฐานที่สังคมได้กำหนดว่าใครสวย ไม่สวย แก่นักศึกษาซึ่งไปสอดคล้องกับ สหภาพ พ่อค้าทอง (2563) ที่พบว่าความสวยตามค่านิยมของสังคมเป็นปัจจัยเด่นที่ทำให้เพศตรงข้ามสนใจ อาจกล่าวได้ว่าเป็นเรื่องที่น่ากลัวในทางอ้อมที่ส่งผลกระทบต่อจิตใจความวิตกกังวลแก่กลุ่มคนที่ต้องวิ่งตามกระแสค่านิยมนี้ และถ้ามองให้ลึกลงไปในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม เช่น ขาดความมั่นใจจนอาจหันตัวเองออกไปจากสังคม หรือหาทางออกด้วยการทำบางอย่างที่อาจไม่ถูกต้องเพื่อนำมาซึ่งรายได้ที่จะไปทำศัลยกรรม หรือกดดันครอบครัวให้ช่วยเหลือตนเอง เป็นต้น อีกทั้งเมื่อพิจารณาสิ่งที่ลดทอนความมั่นใจ แล้วพบว่า สิวบนใบหน้าคิดและ รูปร่างอ้วน มีคะแนนร้อยละสูงที่สุด ยิ่งไปสนับสนุน ความเข้าใจในค่านิยมของมาตรฐานความงาม ที่สอดคล้องกับข้อค้นพบของ อุ๋นใจ เจริญบุรณะกุล (2562) ที่ว่ายิ่งผอม ยิ่งสวย ซึ่งถ้าเยาวชนรุ่นใหม่คลั่งผอมตามค่านิยมแบบนี้ ปัญหาระยะยาวคือด้านสุขภาพ และอาจส่งผลกระทบการศึกษาในปัจจุบัน

ในขณะที่ผลการสำรวจความคิดเห็นเรื่องค่านิยมเรื่องมาตรฐานความงาม ประเด็น ความงามในอุดมคติคือ บุคคลที่มีหน้าตาที่ดี หน้าเรียว จมูกโด่ง ไม่มีสิ่ว ริวรอย แผลเป็น มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด รองลงมาคือ ความงามสไตล์ยุโรป คือ มาตรฐานความงาม และ ความงามในอุดมคติคือ บุคคลที่มีผิวพรรณที่ดี ชาวประเด็นเหล่านี้ Kotler and Armstrong (2004) อธิบายว่า สิ่งจูงใจ หรือแรงขับเคลื่อนเป็นความต้องการที่กดดันจนมากพอที่จะจูงใจให้บุคคลเกิดพฤติกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง ผวนกับ สหัชฐา เมฆสุธิพิทักษ์ (2564) ที่ค้นพบว่าการคลั่งตามค่านิยมกลายเป็นความเสพติดศัลยกรรม แต่อย่างไรก็ตามโดยภาพรวมของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 อาจไม่มีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมอย่างรุนแรง เนื่องจากระดับค่านิยมมาตรฐานความงามแสดงแค่ระดับปานกลางเท่านั้น

จากผลการวิจัยสะท้อนให้เห็นว่าแนวโน้มของนักศึกษาที่จะแสวงหาหนทางในการปรับเปลี่ยนความงามในอุดมคติของตนเองยังไม่ชัดเจนมากนัก ดังนั้นการสำรวจและวิเคราะห์เชิงลึกควรมุ่งไปที่กลุ่มคนที่มีประสบการณ์การทำศัลยกรรมหรือวางแผนว่าจะทำในโอกาสต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กิตติวินท์ เดชขวนากร และรังสิมา วิวัฒน์วงศ์วนา . (2560). เพศวิถีกับการสร้างอัตลักษณ์ในพื้นที่โรงเรียน. การประชุมวิชาการสนอผลงานวิจัยบัณฑิตศึกษา ระดับชาติและนานาชาติ มหาวิทยาลัยขอนแก่น วันที่ 10 มีนาคม 2560 หน้า 63-73.
- ชุนิภา เป็ดโลกนิมิต. (2562). ความหลากหลายทางเพศในองค์กรสาธารณะ. วารสารวิชาการรัฐศาสตร์ และรัฐประศาสนศาสตร์. ปีที่ 1 ฉบับที่ 2 พฤษภาคม-สิงหาคม หน้า 42-51.
- ประภัสสร วิเศษประภา. (2563). การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจของบรรยากาศภายในองค์กรของกลุ่มพนักงานออฟฟิศที่มีอัตลักษณ์หลากหลายทางเพศ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี ปีที่ 2 ฉบับที่ 3 หน้า 1-15.
- สหัชฐา เมฆสุธิพิทักษ์. (2564). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการทำศัลยกรรมความงามสไตล์เกาหลียของผู้หญิงข้ามเพศในประเทศไทย. การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 12 หน้า 634 – 648
- สหภาพ พ่อค้าทอง. (2563). “สื่อสร้างสวย” มายาคติจากการอบรมปั๊มเพาะจากสื่อ. วารสารสหศาสตร์ ศรีปทุม ชลบุรี, 6(1), 12-21.
- สุเทพ พานิชพันธุ์. (2541) ความพึงพอใจของเกษตรกรในการเข้าร่วมโครงการปรับโครงสร้างและระบบการผลิตการเกษตร จังหวัดอุบลราชธานี (รายงานผลงานวิจัย). มหาวิทยาลัยแม่โจ้:เชียงใหม่.
- อุ๋นใจ เจียมบุญณะกุล. (2562). วาทกรรม “ความสวย” และการต่อรองอัตลักษณ์วัฒนธรรมบริโภค. Journal of Social Sciences, Faculty of Social Sciences, Chiang Mai University, 18(1), 133-167.
- Freud, S. (1920). Beyond the Pleasure Principle (Standard Edition, Vol. 18, pp. 7-64). London: Hogarth.
- Kotler, P. and Armstrong, G. (2004) Principles of Marketing. 10th Edition, Pearson-Prentice Hall, New Jersey.
- Maslow, A. H. (1943). A theory of human motivation. *Psychological Review*, 50(4), 370–396.