

การวิเคราะห์ความคุ้มค่าในการลงทุนทำศัลยกรรม ความงามในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล Analysis of Worthiness of Investment in Cosmetic Surgery in Digital Economy Era

บงกช เพชรกล้า¹ และ เทอดศักดิ์ ชมโตะสุวรรณ²

วันรับ: 29 มีนาคม 2566 วันแก้ไข: 17 เมษายน 2566 ยอมรับ: 3 พฤษภาคม 2566

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรม ความต้องการ และทัศนคติของบุคคลเกี่ยวกับการทำศัลยกรรมความงามในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล 2) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจทำศัลยกรรมความงาม และ 3) ประเมินความคุ้มค่าในการลงทุนทำศัลยกรรมความงาม การวิจัยนี้มุ่งความสนใจไปที่ศัลยกรรมความงาม 6 ประเภท ได้แก่ 1) ศัลยกรรมเสริมจมูก 2) ศัลยกรรมตาสองชั้น 3) ศัลยกรรมเสริมคาง 4) ศัลยกรรมปาก 5) ศัลยกรรมหน้าอก และ 6) ศัลยกรรมดูดไขมัน การวิจัยนี้เก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ โดยการสัมภาษณ์ผู้ที่เคยทำศัลยกรรมความงามเพียง 1 ประเภทเท่านั้น จำนวน 420 คน โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบโดยบังเอิญ รวมไปถึงการสืบค้นข้อมูลทุติยภูมิเกี่ยวกับข้อมูลและสถิติทางศัลยกรรมความงามในอดีตจากแหล่งข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต วิธีดำเนินการวิจัยของการวิจัยนี้ ประกอบด้วย การวิเคราะห์สถิติเชิงและการวิเคราะห์ต้นทุนและผลประโยชน์

¹ นักศึกษาหลักสูตรเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, คณะเศรษฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยรังสิต

² นักศึกษาหลักสูตรเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, คณะเศรษฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยรังสิต

ผลการวิจัยนี้ชี้ให้เห็นว่า 1) คุณลักษณะส่วนใหญ่ของผู้ทำศัลยกรรมความงาม ได้แก่ เพศหญิง อายุระหว่าง 20-29 ปี สำเร็จการศึกษาสูงสุดในระดับปริญญาตรี สถานภาพโสด อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และรายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,001-20,000 บาท 2) ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อกระบวนการตัดสินใจทำศัลยกรรมความงามมากที่สุดคือความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านของแพทย์ผู้ทำศัลยกรรมความงาม ในขณะที่กระแสสังคมออนไลน์ส่งผลกระทบต่อกระบวนการตัดสินใจทำศัลยกรรมความงามน้อยที่สุด และ 3) ผลการประเมินความคุ้มค่าในการลงทุนทำศัลยกรรมความงาม พบว่า การทำศัลยกรรมจมูกได้รับผลตอบแทนสูงสุด ในขณะที่การทำศัลยกรรมหน้าอกได้รับผลตอบแทนต่ำที่สุด ผลการวิจัยสามารถสรุปได้ว่าการทำศัลยกรรมความงามทั้ง 6 ประเภท มีความคุ้มค่าในการลงทุนทั้งในแง่มูลค่าทางการเงินและแง่มูลค่าด้านจิตใจ

คำสำคัญ: ศัลยกรรมความงาม, ความคุ้มค่า, การลงทุน, เศรษฐกิจดิจิทัล

Abstract

The purposes of this research were 1) to study behaviors, needs, and attitudes of individuals regarding cosmetic surgery in digital economy era, 2) to study factors effecting on the cosmetic surgical decision-making process, and 3) to evaluate the worthiness of investment in cosmetic surgery. This research focused on 6 types of cosmetic surgery, namely 1) Rhinoplasty surgery, 2) Blepharoplasty surgery, 3) Chin augmentation surgery, 4) Lip surgery, 5) Breast surgery, and 6) Liposuction surgery. This research collected the primary data from the interview of 420 cosmetic surgery recipients who did only one type of cosmetic surgery by applying the accidental sampling technique. Moreover, the secondary data about cosmetic surgery from internet resources were utilized. The methodology of this research included the Descriptive statistical analysis and the Cost-benefit analysis.

The results of this research pointed that 1) the majority characteristics of cosmetic surgery recipient are female, ages 20-29 years old, highest level of education is bachelor's degree, single, lives in Bangkok, private company employee, and monthly income of 10001-20000 baht, 2) the factor that has the most effect on the decision-making process for cosmetic surgery is the specialization of surgeons, while the social media trend has the least effect on the decision-making process for cosmetic surgery, and 3) the evaluation of the worthiness of investment in the cosmetic surgery showed that the rhinoplasty surgery has the highest return, while the breast surgery has the lowest return. It can be concluded that all 6 types of cosmetic surgery are worth to investment both the monetary aspect and the mental aspect.

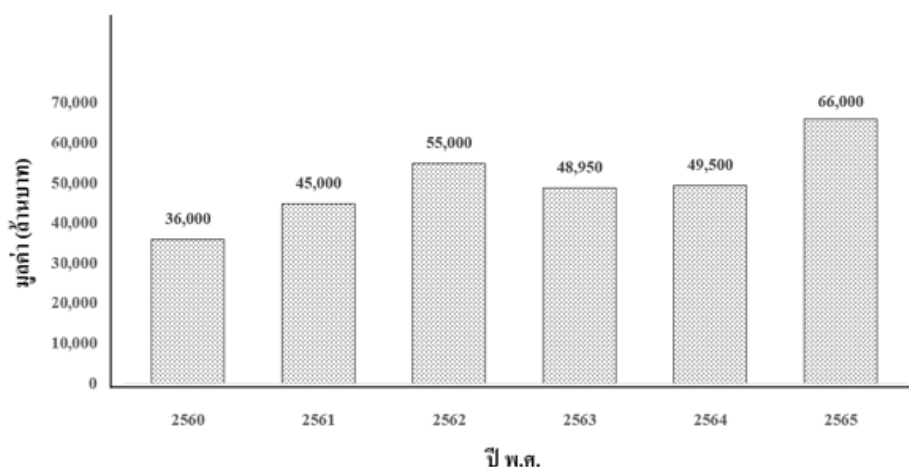
Key words: Cosmetic surgery, Worthiness, Investment, Digital economy

1. บทนำ

ประเทศไทย 4.0 เป็นนโยบายในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจที่มุ่งปรับเปลี่ยนโครงสร้างเศรษฐกิจของประเทศไทยให้ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม (Value-based economy) และได้ให้ความสำคัญในด้านเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม โดยการจัดทำแผนพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม มุ่งเน้นการพัฒนาระยะยาวอย่างยั่งยืน โดยสามารถนำนวัตกรรมมาปรับใช้กับธุรกิจให้เติบโตได้เร็วในต้นทุนที่ต่ำกว่า เป็นบริบททางเศรษฐกิจทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้วยการพัฒนาการนำความคิดสร้างสรรค์สามารถสร้างหรือใช้เทคโนโลยีหรือนวัตกรรมมาสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าหรือบริการของตน (Yolao, 2019 and Thipsila, 2019) เช่นเดียวกันกับอุตสาหกรรมทางการแพทย์ครบวงจร (Medical hub) นับว่าเป็นอุตสาหกรรมอนาคต (New s-curve) ที่อยู่ในกลุ่มเทคโนโลยีและอุตสาหกรรมเป้าหมายของการขับเคลื่อนโครงสร้างเศรษฐกิจแบบใหม่ ภายใต้โมเดลประเทศไทย 4.0 ความสำเร็จของอุตสาหกรรมทางการแพทย์ครบวงจรของประเทศไทย ได้แก่ การมีบุคลากรทางการแพทย์ที่มีความเชี่ยวชาญในการรักษาโรคต่าง ๆ มีโรงพยาบาลที่มีความพร้อมและความทันสมัยทางด้านอุปกรณ์การแพทย์

ในอนาคตจะต้องมีการเพิ่มการลงทุน เพื่อยกระดับมาตรฐานการให้บริการที่ดีขึ้น
 บวกกับทางภาครัฐยังมีนโยบายสนับสนุนให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางแพทยนานาชาติ
 โดยจัดเป็น 1 ใน 5 ของอุตสาหกรรมในอนาคต เมื่อรวมเข้ากับความเชี่ยวชาญและ
 เทคนิคการผ่าตัดของศัลยแพทย์ไทย จนได้รับการยอมรับระดับสากล และจากการ
 จัดอันดับของ The Society of Aesthetic Plastic Surgeons of Thailand (2020) พบว่า
 ประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ 3 ในกลุ่มอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ (Medical
 tourism industry) จาก 54 ประเทศใน 6 ทวีปทั่วโลก โดยพบว่า ในประเทศไทยมีจำนวน
 ของสถานพยาบาลที่มีการให้บริการศัลยกรรมความงามขยายตัวเพิ่มมากขึ้นอย่าง
 ต่อเนื่อง และมีการเปลี่ยนแปลงต่อเนื่องในทุกปี ไม่ว่าจะเป็นการขยายสาขา การเข้ามา
 เปิดสาขาในรูปแบบการร่วมทุนของโรงพยาบาลชั้นนำในประเทศเกาหลี เป็นต้น และ
 ศัลยกรรมความงามที่ได้รับความนิยมสูงสุด ได้แก่ 1) ศัลยกรรมเสริมจมูก 2) ศัลยกรรม
 ตาสองชั้น 3) ศัลยกรรมเสริมคาง 4) ศัลยกรรมปาก 5) ศัลยกรรมหน้าอก 6) ศัลยกรรม
 ดูดไขมัน

ในปี พ.ศ. 2565 ภาพรวมมูลค่าตลาดศัลยกรรมทั่วโลกมีตัวเลขสูงกว่า 21
 ล้านล้านบาท และมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นอีกในอนาคต ทางด้านตลาดศัลยกรรม
 ในประเทศไทยในช่วงเวลา 5 ปีที่ผ่านมา มีตัวเลขมูลค่ารวมเติบโตอย่างก้าวกระโดด
 โดยแบ่งเป็นศัลยกรรมจากโรงพยาบาลร้อยละ 70 และศัลยกรรมจากคลินิกเสริมความงาม
 ร้อยละ 30 โดยมีมูลค่าเพิ่มขึ้นทุกปี และมีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่องประมาณ
 ร้อยละ 20 ขณะที่การระบาดของโควิด-19 ส่งผลกระทบต่อธุรกิจศัลยกรรมทั่วโลกทำให้
 ในปี พ.ศ. 2563 และปี พ.ศ. 2564 มีการเติบโตลดลงต่อเนื่องเฉลี่ย 10% ต่อปี โดยมี
 รายละเอียดมูลค่าตลาดศัลยกรรมในประเทศ ดังต่อไปนี้



รูปที่ 1 แสดงแผนภูมิมูลค่าตลาดศัลยกรรมในประเทศไทย

จากผลจากการศึกษากระบวนการตัดสินใจทำศัลยกรรมความงามของ Suksang (2015) พบว่ากระบวนการตัดสินใจทำศัลยกรรมความงามด้านค่านิยมทางสังคมมีความสำคัญในการตัดสินใจทำศัลยกรรมความงาม เพราะช่วยเสริมบุคลิกภาพให้เข้าสังคมได้ง่าย และช่วยให้หางานได้ง่ายขึ้น ด้านค่านิยมทางจิตใจ เมื่อทำศัลยกรรมแล้วทำให้มีหน้าตาที่สวยงามขึ้น ทำให้รู้สึกมั่นใจด้านอิทธิพลจากบุคคลใกล้ชิด และอิทธิพลจากบุคคลที่มีชื่อเสียงจะมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจทำศัลยกรรมความงาม ซึ่งมีความสอดคล้องกับการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจทำศัลยกรรมเสริมความงามของผู้ใช้บริการชาวไทยที่อยู่ในเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์ (X) และเจนเนอเรชั่นวาย (Y) ในเขตกรุงเทพมหานครของ Srichumpon (2018) ที่พบว่าปัจจัยด้านความก้าวหน้าในไม่ความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการตัดสินใจทำศัลยกรรมเสริมความงามของผู้ใช้บริการชาวไทยที่อยู่ในเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์และเจนเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร นอกจากนี้ยังมีความสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Witchayachaiyasit (2018) ที่ได้ศึกษากระบวนการตัดสินใจทำศัลยกรรมเสริมความงามของผู้บริโภค โดยผลการศึกษาพบว่ากระบวนการตัดสินใจทำศัลยกรรมเสริมความงามทั้ง 5 ขั้นตอน ได้แก่ 1) การตระหนักถึงปัญหาและความต้องการ พบว่าต้องการมีภาพลักษณ์ที่ดีและต้องการแก้ไขจุดบกพร่อง 2) มีการแสวงหาข้อมูลจากเพื่อนหรือคนรอบข้างมากที่สุด 3) ประเมินทางเลือกด้วยตัวแบบการเลือกซื้อสินค้าโดยคุณค่า (Lexicographic Model) โดยใช้เกณฑ์

การประเมินจากผลลัพธ์ที่น่าพึงพอใจ และราคาที่มีความเหมาะสมมากที่สุด 4) ใช้ระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อประมาณ 1-2 เดือน ซึ่งเป็นการตัดสินใจซื้ออย่างเต็มรูปแบบ (Extended Problem Solving) และ 5) พฤติกรรมหลังการทำคัลยกรรมมีความพึงพอใจในผลลัพธ์ของการทำคัลยกรรมเสริมความงาม และมีแนวโน้มที่จะบอกต่อข้อมูลให้กับเพื่อนหรือคนรู้จัก

จากที่กล่าวมาข้างต้นพบว่า เอกสาร และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่ผ่านมาส่วนใหญ่จะเป็นประเด็นการศึกษาด้านทัศนคติ และความพึงพอใจในการตัดสินใจทำคัลยกรรมความงาม ยังไม่ปรากฏเด่นชัดว่ามีผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องด้านความคุ้มค่าในการลงทุนทำคัลยกรรมความงามแต่อย่างใด ซึ่งในการศึกษาวิจัยจึงมุ่งเน้นศึกษาความคุ้มค่าในการลงทุนทำคัลยกรรมความงามในยุคเศรษฐกิจดิจิทัลของกลุ่มบุคคลที่ประกอบอาชีพในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล และกลุ่มบุคคลที่มีเป้าหมายหลักในการเสริมความงามโดยเฉพาะ และกำลังเป็นกระแสนิยมในหมู่คนรุ่นใหม่โดยได้รับอิทธิพลจากดาราและนักแสดง และการจัดกิจกรรมทางการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรม ความต้องการ และทัศนคติของบุคคลเกี่ยวกับการทำคัลยกรรมความงามในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจทำคัลยกรรมความงามในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล
3. เพื่อประเมินความคุ้มค่าในการลงทุนทำคัลยกรรมความงามในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล

3. วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้ มีวิธีดำเนินการวิจัย ดังนี้

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร หมายถึง ผู้ที่เคยทำคัลยกรรมความงามเพียง 1 ประเภทและอาศัยอยู่ในประเทศไทยระหว่างปีที่ผ่านมา พ.ศ. 2562-2564 ซึ่งอยู่ในยุคเศรษฐกิจดิจิทัลของประเทศไทย ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน

กลุ่มตัวอย่าง หมายถึง ผู้ที่เคยทำศัลยกรรมความงามเพียง 1 ประเภท และอาศัยอยู่ในประเทศไทย เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน การวิจัยนี้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างไว้ที่จำนวน 420 คน จากขนาดกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำที่ต้องสำรวจจำนวน 384 คน ซึ่งประมาณการด้วยวิธีของ Cochran (1977) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังสมการต่อไปนี้

$$n = \frac{Z^2}{4e^2}$$

โดยที่ n คือ ขนาดกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำที่ต้องสำรวจ

Z คือ ค่ามาตรฐาน Z ซึ่งมีค่าเท่ากับ 1.96 ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

e คือ ค่าระดับความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่างที่ยอมให้เกิดขึ้นได้ ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.05 ที่ระดับความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้ 5%

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยสร้างขึ้นเพื่อศึกษาความคุ้มค่าในการลงทุนทำศัลยกรรมความงามในยุคเศรษฐกิจดิจิทัลตามแนวทางวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดในการวิจัยที่กำหนด

โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยมีลักษณะแบบสอบถามเป็นคำถามปลายปิดและคำถามปลายเปิด จำนวน 12 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านเพศสภาพ 2) ด้านอายุ 3) ด้านระดับการศึกษาสูงสุด 4) ด้านสถานภาพสมรส 5) ด้านภูมิลำเนา 6) ด้านอาชีพช่วงก่อนและหลังทำศัลยกรรมความงาม 7) ด้านรายได้ช่วงก่อนและหลังทำศัลยกรรมความงาม 8) ด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับรายได้ที่เพิ่มขึ้นเนื่องจากการทำศัลยกรรมความงาม 9) ด้านปีที่ทำศัลยกรรมความงาม 10) ด้านประเภทการทำศัลยกรรมความงาม 11) ด้านค่าใช้จ่ายในการทำศัลยกรรมความงาม และ 12) ด้านรูปแบบการชำระเงิน

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจทำศัลยกรรมความงาม ใน 5 ด้าน ประกอบด้วย 1) ด้านการรับรู้ถึงความต้องการ 2) ด้านการค้นหาข้อมูล 3) ด้านการประเมินผลทางเลือก 4) ด้านการตัดสินใจทำศัลยกรรมความงาม และ 5) ด้าน

พฤติกรรมหลังการทำความสัลดกรรมความงาม โดยแบบสอบถามจะมีลักษณะเป็นคำถามแสดงระดับความคิดเห็นใช้มาตราวัดของลิเคิร์ท (Likert Scale) (Likert, 1967) โดยแต่คำถามจะมีคำตอบให้เลือกลตามความคิดเห็น 5 ระดับ ในการวัดระบบสำคัญซึ่งมีเกณฑ์ให้คะแนน ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

ระดับคะแนน 5 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด (81%-100%)

ระดับคะแนน 4 หมายถึง เห็นด้วยมาก (61%-80%)

ระดับคะแนน 3 หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง (41%-60%)

ระดับคะแนน 2 หมายถึง เห็นด้วยน้อย (21%-40%)

ระดับคะแนน 1 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด (0%-20%)

3.3 วิธีการเก็บข้อมูล

การวิจัยนี้มีการเก็บข้อมูล 2 ประเภท ดังนี้

3.3.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) การวิจัยนี้วางแผนการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามโดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) โดยเลือกสอบถามเฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในประเทศไทยและเคยทำความสัลดกรรมความงามความงามเพียง 1 ประเภท จากทั้งหมด 6 ประเภท ได้แก่ 1) ศัลยกรรมเสริมจมูก 2) ศัลยกรรมตาสองชั้น 3) ศัลยกรรมเสริมคาง 4) ศัลยกรรมปาก 5) ศัลยกรรมหน้าอก และ 6) ศัลยกรรมดูดไขมัน เพื่อนำมาใช้ประกอบการวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัยนี้

3.3.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) การวิจัยนี้ศึกษาค้นคว้าและเก็บรวบรวมข้อมูล แนวคิด ทฤษฎี จากบทความ รายงานผลการวิจัย สื่ออิเล็กทรอนิกส์ และเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาใช้ประกอบการวิเคราะห์และอ้างอิงในการศึกษางานวิจัยนี้ให้บรรลุตามเป้าหมาย

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในวิจัยนี้ใช้ทั้งการวิเคราะห์สถิติเชิงและการวิเคราะห์ต้นทุนและผลประโยชน์ ดังต่อไปนี้

3.4.1 การวิจัยนี้กำหนดข้อสมมติที่เกี่ยวข้องในการวิเคราะห์ ดังนี้

ข้อมูลรายรับและรายจ่ายที่เกี่ยวข้องกับการทำความสัลดกรรมความงามแต่ละ

ประเภทคำนวณจากข้อมูลรายรับและค่าใช้จ่ายเฉลี่ยจากการทำศัลยกรรมความงามของผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละบุคคลในแต่ละประเภทศัลยกรรมความงาม โดยปรับมูลค่าของข้อมูลทางการเงินต่าง ๆ ที่นำมาเฉลี่ยให้เป็นมูลค่า ณ ปีฐาน พ.ศ. 2562 เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละคนมีความสามารถในการจ่าย ทรัพย์สิน และช่วงเวลาที่ทำศัลยกรรมความงามแตกต่างกัน

อัตราคิดลด (Discount Rate) เท่ากับ 2.46% ต่อปี โดยอ้างอิงจากอัตราผลตอบแทนพันธบัตรรัฐบาล ประเภทพันธบัตรออมทรัพย์ของกระทรวงการคลัง ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2562 ครั้งที่ 1 (เพิ่มเติม) ตามประกาศของ Bank of Thailand, Ministry of Finance (2019) ซึ่งเป็นการลงทุนที่มีความเสี่ยงต่ำสะท้อนต้นทุนค่าเสียโอกาสของเงินทุน ถ้าหากไม่นำเงินไปทำศัลยกรรมความงามแต่นำเงินส่วนนี้ซื้อพันธบัตรรัฐบาลจะได้รับผลประโยชน์ตามที่กล่าวมา

รายรับเพิ่มขึ้นปีละ 6% โดยอ้างอิงจากอัตราการขึ้นเงินเดือนเฉลี่ยของประเทศไทยปี พ.ศ. 2562 ระยะเวลาโครงการ เท่ากับ 10 ปี

3.4.2 การวิเคราะห์ลักษณะการกระจายของปัจจัยข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้วิธีการคำนวณหา ค่าความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage)

3.4.3 การวิเคราะห์ข้อมูลระดับของกระบวนการตัดสินใจทำศัลยกรรมความงาม ใช้วิธีการคำนวณหา ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และแปลความหมายด้วยวิธีการนำค่าเฉลี่ยในแต่ละระดับมาเปรียบเทียบกับเกณฑ์การแปลความหมายตามแนวคิดของ Best (1977) ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.50-5.00 คะแนน หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.50-4.49 คะแนน หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับมาก

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.50-3.49 คะแนน หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.50-2.49 คะแนน หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00-1.49 คะแนน หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับน้อยที่สุด

3.4.4 การวิเคราะห์ความคุ้มค่าในการลงทุนทำศัลยกรรมความงามด้วยการวิเคราะห์ต้นทุนและผลประโยชน์ (Cost-benefit analysis) และการถอดความสังเคราะห์ในเชิงพรรณนา ตามตัวชี้วัดต่าง ๆ ดังนี้

- 1) มูลค่าอนาคต (Future Value: FV) คือ ตัวชี้วัดที่แสดงมูลค่าของข้อมูลทางการเงินในอดีตที่เทียบเท่าเป็นมูลค่า ณ ปัจจุบัน ในอนาคต พ.ศ. 2562
- 2) มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value: NPV) คือ ตัวชี้วัดที่แสดงถึงผลตอบแทนสุทธิตลอดระยะเวลาโครงการ (y) โดยคิดเป็นมูลค่า ณ ช่วงเวลาเริ่มต้นโครงการ ถ้าค่า IRR เป็นลบแปลว่าขาดทุน ถ้าค่า IRR เป็นบวกแสดงว่ากำไร
- 3) อัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate of Return: IRR) คือ ตัวชี้วัดที่แสดงถึงอัตราผลตอบแทนของการลงทุนต่อปีตลอดระยะเวลาโครงการ
- 4) อัตราส่วนผลประโยชน์ต่อต้นทุน (Benefit Cost Ratio: BCR) คือ ตัวชี้วัดที่แสดงถึงความคุ้มค่าทางการเงิน โดย ถ้าค่า BCR น้อยกว่า 1 แปลว่าไม่คุ้มค่า ถ้าค่า BCR มากกว่า 1 แปลว่าคุ้มค่า
- 5) ระยะเวลาคืนทุนแบบคิดลด (Discount Payback Periods: DPB) คือ ตัวชี้วัดที่แสดงถึงระยะเวลาดำเนินโครงการตั้งแต่วันที่ทำศัลยกรรมความงามจนทั้งวันที่ได้รับผลตอบแทนทางการเงินเท่ากับมูลค่าเงินลงทุนพอดี

ซึ่งตัวชี้วัดต่าง ๆ ดังกล่าวข้างต้น คำนวณได้จากสมการดังต่อไปนี้

$$FV = PV_k(1 + \alpha)^{2562-k}$$

$$NPV = \sum_{t=0}^y \frac{TB_t - TC_t}{(1 + \alpha)^t}$$

$$0 = \sum_{t=0}^y \frac{TB_t - TC_t}{(1 + IRR)^t}$$

$$BCR = \frac{\sum_{t=0}^y \frac{TB_t}{(1 + \alpha)^t}}{\sum_{t=0}^y \frac{TC_t}{(1 + \alpha)^t}}$$

$$\sum_{t=0}^{DPB} \frac{TB_t}{(1 + \alpha)^t} = \sum_{t=0}^{DPB} \frac{TC_t}{(1 + \alpha)^t}$$

โดยที่

FV คือ มูลค่าในอนาคตหรือมูลค่า ณ ปีฐาน พ.ศ. 2562

NPV คือ มูลค่าปัจจุบันสุทธิของการลงทุนทำศัลยกรรมความงาม

IRR คือ อัตราผลตอบแทนภายใน

BCR คือ อัตราส่วนผลประโยชน์ต่อต้นทุน

DPB คือ ระยะเวลาคืนทุนแบบคิดลด

PV คือ มูลค่าในอดีต ณ ปีที่ t

TB คือ ผลตอบแทนรวมของการลงทุนทำศัลยกรรมความงามในปีที่ t

TC คือ ต้นทุนรวมของการทำศัลยกรรมความงามในปีที่ t

y คือ ระยะเวลาของโครงการ

k คือ ปี พ.ศ. ของข้อมูลในอดีต

t คือ ลำดับปีที่ดำเนินโครงการ โดยเริ่มตั้งแต่ปีที่ 0 ถึงปีที่ y

α คือ อัตราคิดลด

4. ผลการวิจัย

จากข้อมูลผลการตอบแบบสอบถามจำนวน 420 ฉบับ การวิจัยได้ผู้วิจัยได้คัดกรองแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออกจำนวน 20 ฉบับ คงเหลือ 400 ฉบับ ซึ่งยังคงสูงกว่าขนาดกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำที่ต้องสำรวจจำนวน 384 ฉบับ ซึ่งได้ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ 3 ข้อ ดังต่อไปนี้

4.1 พฤติกรรม ความต้องการ และทัศนคติของบุคคลเกี่ยวกับการทำศัลยกรรมความงามในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล

จากผลการวิจัยพบว่าผู้ที่เคยทำศัลยกรรมความงามเพียง 1 ประเภท มีคุณลักษณะดังต่อไปนี้

ด้านเพศสภาพ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงร้อยละ 72 รองลงมาเป็นเพศชาย คิดร้อยละ 20 และเพศทางเลืกร้อยละ 8 ตามลำดับ

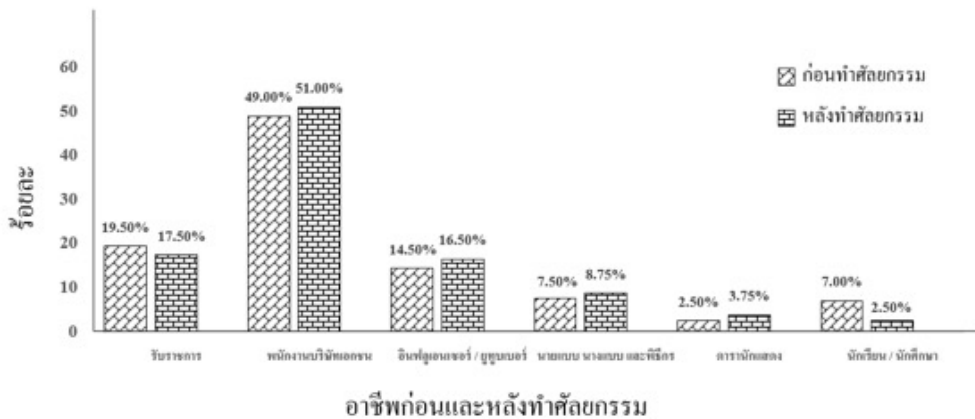
ด้านอายุ ส่วนใหญ่เป็นวัยรุ่นที่มีอายุระหว่าง 20-29 ปี ร้อยละ 49 และเป็นวัยผู้ใหญ่ที่มีอายุระหว่าง 30-39 ปี ร้อยละ 39.50 ในขณะที่วัยกลางคนที่มีอายุระหว่าง 40-49 ปี จำนวนไม่มากแค่ร้อยละ 7 เป็นเด็กที่อายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวนน้อยเพียง

ร้อยละ 3.25 และเป็นผู้สูงอายุที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป จำนวนน้อยที่สุดเพียงร้อยละ 1.25 ตามลำดับ

ด้านระดับการศึกษาสูงสุด ส่วนใหญ่เป็นผู้สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 75 รองลงมาเป็นผู้สำเร็จการศึกษต่ำกว่าปริญญาตรีร้อยละ 15.75 และน้อยที่สุดเป็นผู้สำเร็จการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีร้อยละ 9.25 ตามลำดับ

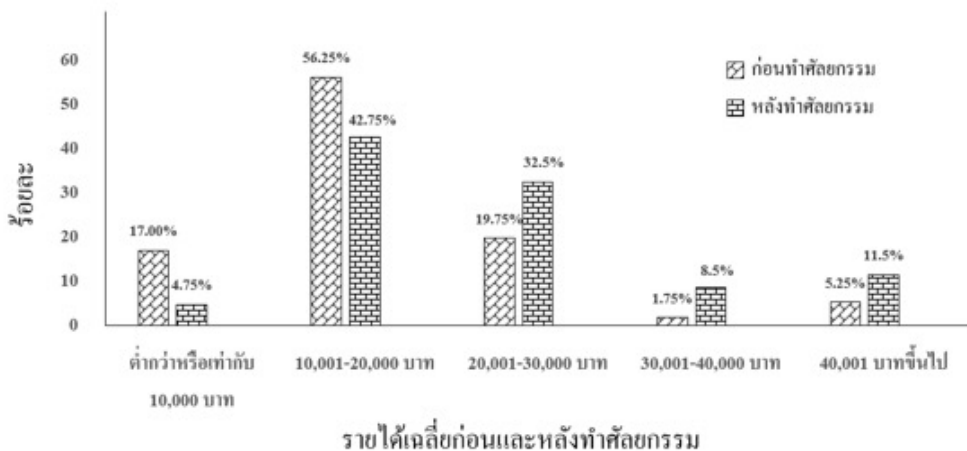
ด้านสถานภาพสมรส ส่วนใหญ่เป็นผู้มีสถานภาพโสดร้อยละ 74.75 รองลงมาเป็นผู้มีสถานภาพแต่งงานร้อยละ 24.25 และน้อยที่สุดเป็นผู้มีสถานภาพสมรสหม้ายและหย่าร้างและแยกกันอยู่ร้อยละ 1.00 ตามลำดับ

ด้านภูมิลำเนา ส่วนใหญ่เป็นผู้อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ร้อยละ 58.50 รองลงมาเป็นผู้อาศัยอยู่ในเขตภาคกลางร้อยละ 20 เป็นผู้อาศัยอยู่ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือร้อยละ 6.25 เป็นผู้อาศัยอยู่ในเขตภาคเหนือและภาคตะวันออกร้อยละ 4.50 เป็นผู้อาศัยอยู่ในเขตภาคตะวันตกร้อยละ 4.25 และน้อยที่สุดเป็นผู้อาศัยอยู่ในเขตภาคใต้เพียงร้อยละ 2 ตามลำดับ



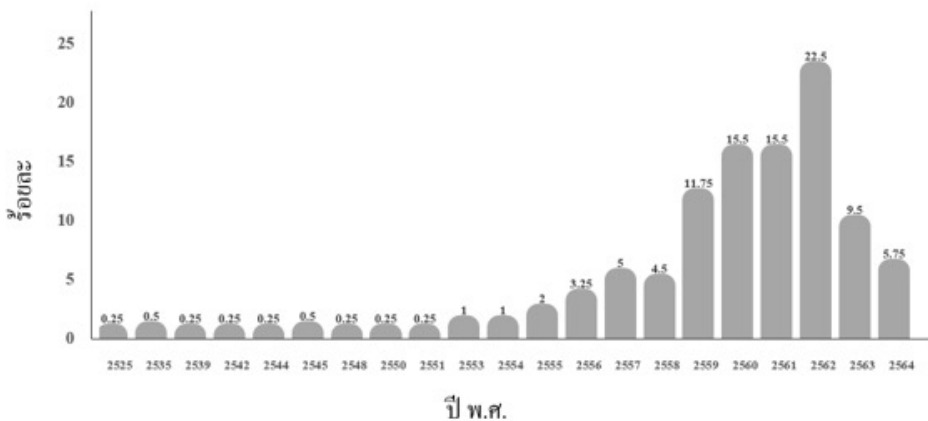
รูปที่ 2 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล ด้านอาชีพช่วงก่อนและหลังทำศัลยกรรมความงาม

ด้านอาชีพช่วงก่อนและหลังทำศัลยกรรมความงาม ในช่วงก่อนทำศัลยกรรมความงามส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนร้อยละ 49 รองลงมาเป็นผู้ประกอบอาชีพรับราชการร้อยละ 19.50 เป็นผู้ประกอบอาชีพอินฟลูเอนเซอร์และยูทูบเบอร์ร้อยละ 14.50 เป็นผู้ประกอบอาชีพนายแบบนางแบบและพิธีกรร้อยละ 7.50 เป็นนักเรียนและนักศึกษาร้อยละ 7 และน้อยที่สุดเป็นผู้ประกอบอาชีพดารานักแสดงเพียงร้อยละ 2.50 ตามลำดับ ในช่วงหลังทำศัลยกรรมความงามส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนเพิ่มขึ้นร้อยละ 2 เป็นร้อยละ 51 รองลงมาเป็นผู้ประกอบอาชีพรับราชการลดลงร้อยละ 2 เป็นร้อยละ 17.50 เป็นผู้ประกอบอาชีพอินฟลูเอนเซอร์และยูทูบเบอร์เพิ่มขึ้นร้อยละ 2 เป็นร้อยละ 16.50 เป็นผู้ประกอบอาชีพนายแบบนางแบบและพิธีกรเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.25 เป็นร้อยละ 8.75 เป็นผู้ประกอบอาชีพดารานักแสดงเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.25 เป็นร้อยละ 3.75 และน้อยที่สุดเป็นนักเรียนและนักศึกษาลดลงร้อยละ 4.50 เหลือเพียงร้อยละ 2.50 ตามลำดับ



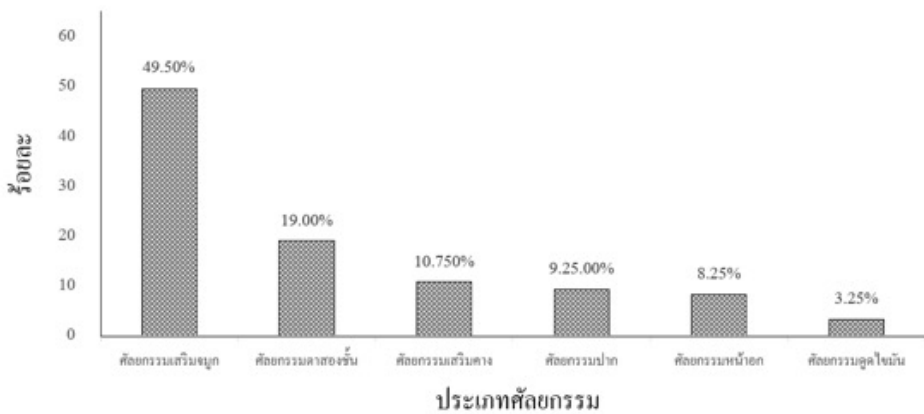
รูปที่ 3 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล
ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนช่วงก่อนและหลังทำศัลยกรรมความงาม

ด้านรายได้ช่วงก่อนและหลังทำศัลยกรรมความงาม ในช่วงก่อนทำศัลยกรรมความงาม ส่วนใหญ่เป็นผู้มีรายได้ขั้นพื้นฐานระหว่าง 10,001-20,000 บาทต่อเดือน ร้อยละ 56.25 รองลงมาเป็นผู้มีรายได้ระหว่าง 20,001-30,000 บาทต่อเดือน ร้อยละ 19.75 เป็นผู้ที่มีรายได้รายได้ที่น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาทต่อเดือน ร้อยละ 17 ผู้มีรายได้สูงเป็นเพียงส่วนน้อย กล่าวคือเป็นผู้มีรายได้ 40,001 บาทต่อเดือนขึ้นไป ร้อยละ 5.25 และน้อยที่สุดเป็นผู้มีรายได้ระหว่าง 30,001-40,000 บาทต่อเดือน เพียงร้อยละ 1.75 ในช่วงหลังทำศัลยกรรมความงาม ส่วนใหญ่ยังคงเป็นผู้มีรายได้ขั้นพื้นฐานระหว่าง 10,001-20,000 บาทต่อเดือน แต่ลดลงอย่างมากถึงร้อยละ 13.5 เหลือร้อยละ 42.75 รองลงมาเป็นผู้มีรายได้ระหว่าง 20,001-30,000 บาทต่อเดือน เพิ่มขึ้นมากถึงร้อยละ 12.75 เป็นร้อยละ 32.50 เป็นผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001 บาทต่อเดือนขึ้นไป เพิ่มขึ้น ร้อยละ 6.25 เป็นร้อยละ 11.50 เป็นผู้ที่มีรายได้ระหว่าง 30,001-40,000 บาทต่อเดือน เพิ่มขึ้นร้อยละ 6.75 เป็นร้อยละ 8.50 และน้อยที่สุดเป็นผู้มีรายได้ที่น้อยกว่า หรือเท่ากับ 10,000 บาทต่อเดือน ลดลงมากถึงร้อยละ 12.25 เหลือเพียงร้อยละ 4.75 ด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับรายได้ที่เพิ่มขึ้นเนื่องจากการทำศัลยกรรมความงาม ส่วนใหญ่ มีความไม่แน่ใจว่ารายได้ที่เพิ่มขึ้นเป็นผลสืบเนื่องมาจากการที่ตนทำศัลยกรรมความงาม หรือไม่ร้อยละ 69.75 ในส่วนที่เหลือพบว่าส่วนใหญ่ร้อยละ 19.25 มีความมั่นใจว่าการ ทำศัลยกรรมความงามมีผลต่อรายได้ที่เพิ่มขึ้น และอีกร้อยละ 11 มีความมั่นใจว่าการ ทำศัลยกรรมความงามไม่มีผลต่อรายได้ที่เพิ่มขึ้น



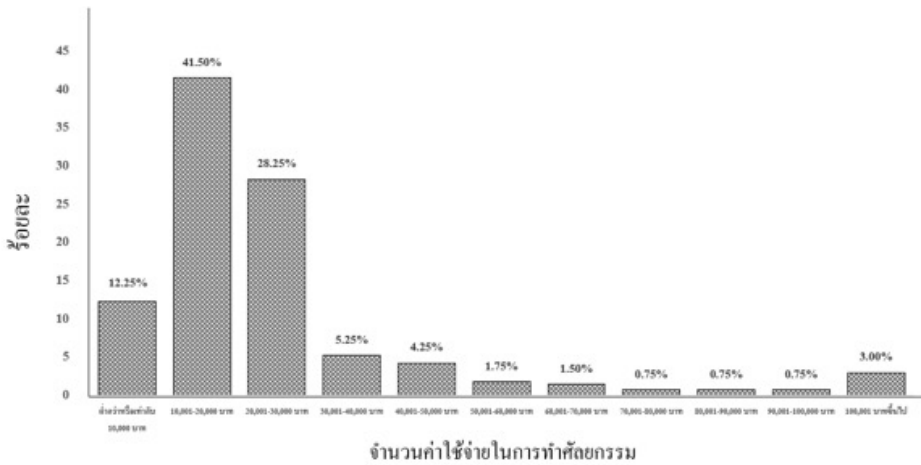
รูปที่ 4 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล
ด้านปีที่ทำศัลยกรรม

ด้านปีที่ทำศัลยกรรมความงาม สะท้อนให้เห็นว่าในยุคเศรษฐกิจดิจิทัลได้รับความนิยมและยอมรับในการทำศัลยกรรมความงามสูงขึ้นกว่าในอดีต ซึ่งมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นจากต่ำสุดร้อยละ 0.25 ในปี พ.ศ. 2525 มาเป็นร้อยละ 15.50 ในปี พ.ศ. 2561 และสูงสุดร้อยละ 22.50 ในปี พ.ศ. 2562 อย่างมีนัยยะสำคัญ อย่างไรก็ตามเป็นที่สังเกตได้ว่าแนวโน้มการทำศัลยกรรมความงามกลับลดลงอย่างมีนัยสำคัญในช่วงปี พ.ศ. 2563 และปี พ.ศ. 2564 ทั้งนี้เนื่องจากผลกระทบจากการป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (Covid-19)



รูปที่ 5 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล
ด้านประเภทการทำศัลยกรรมความงาม

ด้านประเภทการทำศัลยกรรมความงาม การทำศัลยกรรมเสริมจมูกได้รับความนิยมสูงสุดถึงร้อยละ 49.50 รองลงมาได้แก่ การทำศัลยกรรมตาสองชั้นร้อยละ 19 การทำศัลยกรรมเสริมคาง คิดเป็นร้อยละ 10.75 การทำศัลยกรรมปากร้อยละ 9.25 การทำศัลยกรรมหน้าอกร้อยละ 8.25 และน้อยที่สุดคือการทำศัลยกรรมดูดไขมันเพียงร้อยละ 3.25 ตามลำดับ



รูปที่ 6 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล ด้านจำนวนค่าใช้จ่ายในการทำศัลยกรรมความงาม

ด้านค่าใช้จ่ายในการทำศัลยกรรมความงาม ส่วนใหญ่จ่ายเงินค่าทำศัลยกรรมความงามในราคาที่ไม่แพง โดยมีผู้ที่จ่ายเงินค่าทำศัลยกรรมความงามอยู่ในช่วง 10,001-20,000 บาท ร้อยละ 41.50 รองลงมาได้แก่ผู้ที่จ่ายเงินค่าทำศัลยกรรมความงามอยู่ในช่วง 20,001-30,000 บาท ร้อยละ 28.25 ผู้ที่จ่ายเงินค่าทำศัลยกรรมความงามราคาถูกอยู่ในช่วงต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท ร้อยละ 12.25 ตามลำดับ มีส่วนน้อยที่จ่ายเงินค่าทำศัลยกรรมความงามราคาแพง โดยผู้ที่จ่ายเงินค่าทำศัลยกรรมความงามอยู่ในช่วง 30,001-40,000 บาท ร้อยละ 5.25 และมีแนวโน้มยิ่งศัลยกรรมราคาแพงจะยิ่งมีสัดส่วนของผู้ทำศัลยกรรมความงามน้อยลง โดยผู้ที่จ่ายเงินค่าทำศัลยกรรมความงามอยู่ในช่วงระหว่าง 90,001-100,000 บาท เพียงร้อยละ 0.75 และมีผู้ที่จ่ายเงินค่าทำศัลยกรรมความงามที่มีราคาตั้งแต่ 100,001 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 3.00

ด้านรูปแบบการชำระเงิน ส่วนใหญ่ชำระเงินด้วยเงินสด โดยมีผู้ที่ชำระเงินค่าทำศัลยกรรมความงามด้วยเงินสดมากถึงร้อยละ 66 ในขณะที่มีผู้ที่ชำระเงินค่าทำศัลยกรรมความงามด้วยการผ่อนชำระเพียงร้อยละ 34 ที่เป็นเช่นนี้ถึงแม้ว่าปัจจุบันซึ่งเป็นยุคเศรษฐกิจดิจิทัลที่มีการชำระเงินด้วยบัตรเครดิตอย่างแพร่หลายก็ตามเนื่องจากว่าปัจจุบันผู้ให้บริการศัลยกรรมความงามส่วนใหญ่จะไม่เข้าร่วมโปรโมชั่นบัตรเครดิต

และหลายแห่งการจ่ายด้วยบัตรเครดิตจะแพงกว่าการจ่ายด้วยเงินสดหรืออีกนัยหนึ่ง การจ่ายด้วยเงินสดจะได้รับส่วนลด ผนวกกับราคาค่าทำทำศัลยกรรมความงามส่วนใหญ่ไม่สูงมากนักดังนั้นผู้ทำศัลยกรรมส่วนใหญ่จึงนิยมจ่ายด้วยเงินสดในครั้งเดียว อย่างไรก็ตามการจ่ายด้วยเงินสดในยุคเศรษฐกิจดิจิทัลนั้นหมายรวมถึงการโอนเงินและการชำระเงินผ่านระบบออนไลน์ด้วย

4.2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจทำศัลยกรรมความงามในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล

ระดับความคิดเห็นของผู้ตัดสินใจทำศัลยกรรมความงามต่อปัจจัยกระบวนการตัดสินใจทำศัลยกรรมความงามในด้านต่างๆ ทั้ง 5 ด้าน โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ย 4.12 ซึ่งอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับจากปัจจัยด้านที่มีอิทธิพลมากที่สุดไปหาปัจจัยด้านที่มีอิทธิพลน้อยที่สุด ดังรายละเอียดต่อไปนี้

4.2.1 ด้านการประเมินทางเลือกการทำศัลยกรรมความงาม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.29$, S.D. = 0.52) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าการตัดสินใจทำศัลยกรรมความงามโดยเลือกแพทย์ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทางด้านการทำศัลยกรรมความงามอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.41$, S.D. = 0.65) รองลงมาได้แก่ การตัดสินใจทำศัลยกรรมความงามโดยพิจารณาจากเทคโนโลยีที่ใช้ในการทำศัลยกรรมความงามอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.29$, S.D. = 0.66) การตัดสินใจทำศัลยกรรมความงามโดยพิจารณาจากชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของสถานประกอบการศัลยกรรมความงามอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.23$, S.D. = 0.66) และน้อยที่สุดคือการตัดสินใจทำศัลยกรรมความงามโดยพิจารณาจากค่าใช้จ่ายที่เหมาะสมกับรายได้ของท่านอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.21$, S.D. = 0.74) ตามลำดับ

4.2.2 ด้านการค้นหาข้อมูลโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.17$, S.D. = 0.55) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับการทำศัลยกรรมความงามจากบุคคลที่เคยผ่านการทำศัลยกรรมความงามมาแล้วอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 4.31$, S.D. = 0.74) รองลงมาได้แก่ การค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับการทำศัลยกรรมความงามจากสื่อออนไลน์ ได้แก่ Website/ Facebook/YouTube/Instagram/Twitter อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.25$, S.D. = 0.75) การค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับการทำศัลยกรรมความงามจากการปรึกษาแพทย์

ผู้เชี่ยวชาญด้านศัลยกรรมความงามเพื่อสอบถามข้อมูลก่อนตัดสินใจทำศัลยกรรมความงามอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.24$, S.D. = 0.71) การค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับการทำศัลยกรรมความงามจากบุคคลใกล้ชิดตัวท่านหรือคนที่ท่านไว้ใจ ได้แก่ แฟน คนรัก บุคคลที่รู้จัก บุคคลที่ท่านสนิท อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.05$, S.D. = 0.81) และน้อยที่สุดคือการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับการทำศัลยกรรมความงามจากจากสื่อต่าง ๆ ได้แก่ ป้ายโฆษณา หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุและโทรทัศน์ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.02$, S.D. = 0.94) ตามลำดับ

4.2.3 ด้านการตัดสินใจทำศัลยกรรมความงามโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.12$, S.D. = 0.52) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าการตัดสินใจทำศัลยกรรมความงามเมื่อมีความมั่นใจในความปลอดภัยของการทำศัลยกรรมความงามอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.22$, S.D. = 0.67) การตัดสินใจทำศัลยกรรมความงามเมื่อมีความมั่นใจถึงผลลัพธ์ที่จะได้รับตรงกับความคาดหวังตามแบบที่ต้องการ ตรงตามที่ปรึกษา และการตัดสินใจทำศัลยกรรมความงามหลังจากคิดทบทวนผลลัพธ์ ข้อดี-ข้อเสีย รวมถึงความเสี่ยงของการทำศัลยกรรมความงามมาแล้วเป็นอย่างดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากันอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.19$, S.D. = 0.62 และ $\bar{x} = 4.19$, S.D. = 0.67 ตามลำดับ) การตัดสินใจทำศัลยกรรมความงามเพราะต้องการเป็นที่ยอมรับจากคนในสังคมมากยิ่งขึ้น อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.04$, S.D. = 0.97) และน้อยที่สุดคือการตัดสินใจทำศัลยกรรมความงามเมื่อนึกถึงความคุ้มค่าในการทำงานของท่านได้มากขึ้นในอนาคตอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.98$, S.D. = 0.88) ตามลำดับ

4.2.4 ด้านการประเมินผลลัพธ์หลังการทำศัลยกรรมความงาม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.12$, S.D. = 0.43) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าการได้รับการยอมรับจากสังคมมากยิ่งขึ้นหลังจากตัดสินใจทำศัลยกรรมความงามอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.23$, S.D. = 0.76) การมีความปลอดภัยไม่มีผลข้างเคียงเกิดขึ้นหลังจากตัดสินใจทำศัลยกรรมความงามอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.18$, S.D. = 0.68) การมีความพึงพอใจในรูปร่างหน้าตาหลังจากตัดสินใจทำศัลยกรรมความงามว่าได้ตรงตามความคาดหวัง ตรงตามที่ปรึกษาอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.15$, S.D. = 0.62) การได้รับผลที่เป็นไปตามข้อมูลเกี่ยวกับข้อดี-ข้อเสียของการทำศัลยกรรมความงามประเภทดังกล่าวทุกอย่างตามที่ได้ศึกษามาก่อนตัดสินใจทำศัลยกรรมความงามอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.13$, S.D. = 0.73) การจะแนะนำให้ญาติ

หรือเพื่อนให้หันมาทำศัลยกรรมความงามเหมือนกันอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.97$, S.D. = 0.83) และน้อยที่สุดคือการมีสถานภาพทางการเงินที่ดียิ่งขึ้นหลังจากตัดสินใจทำศัลยกรรมความงามอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.94$, S.D. = 0.91) ตามลำดับ

4.2.5 ด้านการรับรู้ถึงความต้องการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.91$, S.D. = 0.62) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าการต้องการทำศัลยกรรมความงามเนื่องจากความต้องการเปลี่ยนตัวเองให้มีรูปร่างหน้าตาสวยงามและมั่นใจมากขึ้นอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.38$, S.D. = 0.63) การต้องการทำศัลยกรรมความงาม เนื่องจากคนรอบข้าง/คนรู้จัก/ค่านิยมคนในสังคม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.94$, S.D. = 0.92) การต้องการทำศัลยกรรมความงามเพื่อให้มีหน้าที่การงานที่ดีขึ้น/รายได้จากการประกอบอาชีพเพิ่มขึ้นได้ในอนาคต อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.89$, S.D. = 0.97) การต้องการทำศัลยกรรมความงามเนื่องจากต้องการแก้ไขความบกพร่องของร่างกาย เช่น เคยเกิดอุบัติเหตุหรือเป็นความบกพร่องแต่กำเนิด อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.76$, S.D. = 1.07) และน้อยที่สุดคือการต้องการทำศัลยกรรมความงามเนื่องจากตามกระแสสังคมออนไลน์ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.60$, S.D. = 1.07) ตามลำดับ

4.3 ความคุ้มค่าในการลงทุนทำศัลยกรรมความงามในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล
ผลการประเมินความคุ้มค่าในการลงทุนทำศัลยกรรมความงามด้วยตัวชี้วัดมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) อัตราส่วนผลประโยชน์ต่อต้นทุน (BCR) และระยะเวลาคืนทุนคิดลด (DPB) พบว่าการลงทุนในการทำศัลยกรรมความงามทั้ง 6 ประเภท ไม่มีประเภทใดขาดทุน โดยที่การทำศัลยกรรมจมูกมีอัตราผลตอบแทนสูงที่สุดถึงร้อยละ 38.14 ต่อปี คิดผลตอบแทนจากการลงทุนในช่วง 10 ปี รวมเป็นมูลค่า 87,615 บาท ซึ่งสามารถคืนทุนได้ภายในระยะเวลาเร็วที่สุดเพียง 2 ปี 10 เดือน 18 วัน รองลงมาได้แก่ การทำศัลยกรรมปาก การทำศัลยกรรมตาสองชั้น การทำศัลยกรรมเสริมคาง และการทำศัลยกรรมดูดไขมันตามลำดับ โดยที่การทำศัลยกรรมหน้าอกมีอัตราผลตอบแทนต่ำที่สุดเพียงร้อยละ 5.20 ต่อปี คิดผลตอบแทนจากการลงทุนในช่วง 10 ปี รวมเป็นมูลค่า 20,751 บาท ซึ่งสามารถคืนทุนได้ภายในระยะเวลาช้าที่สุดถึง 8 ปี 4 เดือน 1 วัน ดังรายละเอียดในตาราง

ตารางที่ 1 ความคุ้มค่าในการลงทุนทำศัลยกรรมความงาม

ประเภทศัลยกรรม	NPV	IRR	BCR	DPB
ศัลยกรรมเสริมจมูก	87,615 บาท	38.14%	4.25	2 ปี 10 เดือน 18 วัน
ศัลยกรรมปาก	46,468 บาท	26.13%	3.00	3 ปี 10 เดือน 12 วัน
ศัลยกรรมตาสองชั้น	25,973 บาท	19.27%	2.36	4 ปี 10 เดือน 25 วัน
ศัลยกรรมเสริมคาง	20,249 บาท	13.80%	1.89	5 ปี 10 เดือน 13 วัน
ศัลยกรรมดูดไขมัน	17,142 บาท	6.61%	1.34	7 ปี 10 เดือน 3 วัน
ศัลยกรรมหน้าอก	20,751 บาท	5.20%	1.25	8 ปี 4 เดือน 1 วัน

5. สรุปและอภิปรายผล

การวิเคราะห์ความคุ้มค่าในการลงทุนทำศัลยกรรมความงามในยุคเศรษฐกิจดิจิทัลในการวิจัยนี้ค้นพบสามารถสรุปผลตามวัตถุประสงค์ทั้ง 3 ด้าน ได้โดยสังเขปดังต่อไปนี้

5.1 ด้านพฤติกรรม ความต้องการ และทัศนคติของบุคคลเกี่ยวกับการทำศัลยกรรมความงามในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล

ผู้ที่ลงทุนทำศัลยกรรมส่วนใหญ่มีคุณลักษณะเป็นเพศหญิง อยู่ในวัยรุ่นและวัยผู้ใหญ่ สำเร็จการศึกษาสูงสุดในระดับปริญญาตรี เป็นคนโสด อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ส่วนใหญ่ความมั่นใจว่าการทำศัลยกรรมความงามมีผลต่อรายได้ที่เพิ่มขึ้น แต่อย่างไรก็ตามยังคงมีผู้ที่ไม่แน่ใจว่ารายได้ที่เพิ่มขึ้นเป็นผลสืบเนื่องมาจากการที่ตนทำศัลยกรรมความงามหรือไม่จำนวนมาก ในยุคเศรษฐกิจดิจิทัลการทำศัลยกรรมความงามได้รับความนิยมและการยอมรับเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่องตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน

ช่วงก่อนทำศัลยกรรมความงามมีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนจำนวนมากที่สุด และมีอาชีพดารา นักแสดงน้อยที่สุดส่วนใหญ่มีรายได้อยู่ในช่วง 10,001-20,000 บาท ต่อเดือน

ภายหลังจากการทำศัลยกรรมความงาม มีผู้ทำผู้ประกอบการลดลง หันไปประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน อาชีพอินฟลูเอนเซอร์และยูทูบเบอร์ อาชีพนายแบบนางแบบและพิธีกร และอาชีพดารา นักแสดง เพิ่มมากขึ้นโดยที่มีผู้มีรายได้

ได้อยู่ระหว่าง 20,001-30,000 บาทต่อเดือน เพิ่มขึ้นมากที่สุดถึงร้อยละ 12.75 และมีผู้ที่มียาได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาทต่อเดือน ลดลงมากที่สุดถึงร้อยละ 12.25

การทำศัลยกรรมเสริมจมูกได้รับความนิยมสูงสุด รองลงมาได้แก่ การทำศัลยกรรมตาสองชั้น การทำศัลยกรรมเสริมคาง การทำศัลยกรรมปาก การทำศัลยกรรมหน้าอก และการทำศัลยกรรมดูดไขมันน้อยที่สุด ค่าใช้จ่ายทำศัลยกรรมความงามยิ่งราคาถูกยิ่งมีคนอยากใช้บริการเสริมความงามซึ่งส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 10,001-40,000 บาท นิยมชำระเงินค่าใช้จ่ายสำหรับการทำศัลยกรรมความงามด้วยเงินสดมากกว่าการชำระด้วยบัตรเครดิต

5.2 ด้านปัจจัยที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจทำศัลยกรรมความงามในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล

ปัจจัยที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจทำศัลยกรรมความงาม โดยเฉลี่ยภาพรวมทั้ง 5 ด้าน ส่งผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อยได้ดังนี้ ด้านการประเมินทางเลือกการทำศัลยกรรมความงาม ด้านการค้นหาข้อมูล ด้านการตัดสินใจทำศัลยกรรมความงาม ด้านการประเมินผลลัพธ์หลังการทำศัลยกรรมความงาม และด้านการรับรู้ถึงความต้องการตามลำดับ โดยปัจจัยที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจทำศัลยกรรมความงามมากที่สุดคือความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านของแพทย์ผู้ทำศัลยกรรมความงาม ในขณะที่กระแสสื่อสังคมออนไลน์ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจทำศัลยกรรมความงามน้อยที่สุด

5.3 ด้านความคุ้มค่าในการลงทุนทำศัลยกรรมความงามในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล

การทำศัลยกรรมความงามทั้ง 6 ประเภท มีความคุ้มค่าในการลงทุนทั้งในแง่มูลค่าทางการเงินและแง่มูลค่าทางจิตใจ โดยการทำศัลยกรรมจมูกได้รับผลตอบแทนสูงสุดและใช้ระยะเวลาการคืนทุนสั้นที่สุด รองลงมาได้แก่ การทำศัลยกรรมปาก การทำศัลยกรรมตาสองชั้น การทำศัลยกรรมเสริมคาง การทำศัลยกรรมดูดไขมัน และการทำศัลยกรรมหน้าอกได้ผลตอบแทนน้อยสุดและใช้ระยะเวลาการคืนทุนนานที่สุด ตามลำดับ

6. ข้อเสนอแนะ

การวิจัยนี้มีข้อเสนอแนะ 2 ด้าน ดังต่อไปนี้

6.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้

ผู้ที่สนใจทำคล้ายกรรมความงามสามารถนำผลของการวิจัยนี้ไปพิจารณาเป็นแนวทางประกอบการตัดสินใจลงทุนทำคล้ายกรรมความงามของตนเองได้เบื้องต้น แต่อย่างไรก็ตามผู้สนใจควรตระหนักว่าผลจากการวิจัยนี้เป็นเพียงค่าเฉลี่ยจากกลุ่มตัวอย่างที่สำรวจซึ่งในทางปฏิบัติแล้วผลลัพธ์จะแปรผันไปตามปัจเจกบุคคล รสนิยม และสภาพแวดล้อมที่แตกต่างกันไป นอกจากนั้นควรคำนึงถึงความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในอนาคตซึ่งไม่ได้นำมาคิดรวมอยู่ในการวิเคราะห์นี้อาทิเช่น โรคระบาด ภัยธรรมชาติ วิกฤตเศรษฐกิจ สงคราม เป็นต้น รวมไปถึงความอ่อนไหวของผลตอบแทนการลงทุนที่แปรผันไปตามสถานการณ์และปัจจัยต่างๆ ที่เปลี่ยนแปลงไป อาทิเช่น ราคา การทำคล้ายกรรมความงาม อัตราเงินเฟ้อ อัตราดอกเบี้ย เป็นต้น

6.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

เนื่องจากการวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยการใช้แบบสอบถามออนไลน์ เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพียงอย่างเดียวซึ่งบางครั้งอาจจะได้ข้อมูลเชิงลึกและครบถ้วนสมบูรณ์จากผู้ตอบแบบสอบถาม ดังนั้นจึงควรมีการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์ข้อมูลในเชิงลึกเข้าร่วมมาด้วย เพื่อที่จะได้ข้อมูลและข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ในการวิจัยเพิ่มเติมมากยิ่งขึ้น

นอกจากนั้นการวิจัยต่อยอดในอนาคตน่าจะมีการวิเคราะห์ตัวแปรอื่น ๆ ที่มีความเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมและการตัดสินใจทำคล้ายกรรมความงามในแง่มุมอื่น ๆ เพิ่มเติม อาทิเช่น ปัจจัยการสื่อสารทางการตลาดรูปแบบดิจิทัล (Digital Marketing Communication) นำผลที่ได้ไปกำหนดกลยุทธ์สำหรับการหาแนวทางการพัฒนาการสื่อสารทางการตลาดรูปแบบดิจิทัล ให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคในแต่ละกลุ่มได้ เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

- Bank of Thailand, Ministry of Finance. (2019). *Savings Bonds Prospectus Ministry of Finance in the fiscal year 2019 No. 1* (additional). Bangkok: Bank of Thailand, Ministry of Finance. [in Thai]
- Best, J. W. (1977). *Research in Education* (3rd ed.). New Jersey: Prentice Hall Inc.
- Cochran, W.G. (1977). *Sampling Techniques* (3rd ed.). New York: John Wiley & Sons. Inc.
- Likert, R. (1967). *The Method of Constructing and Attitude Scale, Reading in Attitude Theory and Measurement*. New York: Wiley & Son.
- Srichumpon, T. (2018). *Factors Affecting Decision Making towards Cosmetic Surgery of Thai Customers in Generation X and Generation Y in Bangkok*. [Master's thesis, Stamford International University (Thailand)]. [in Thai]
- Suksang, T. (2015). *The Values and Influences of Individuals Affecting Decision-Making Processes for Cosmetic Surgery*. (Master's thesis, Bangkok University). [in Thai]
- The Society of Aesthetic Plastic Surgeons of Thailand. (2020). *Plastic Surgery in Thailand*. Retrieved from <https://www.surgery.or.th/surgery.php> [in Thai]
- Thipsila, S. (2019). *Factors Affecting Intention to use the Prompt Pay Service of Consumers in Thailand*. (Master's thesis, Dhurakij Pundit University). [in Thai]
- Witchayachaiyasit, K. (2018). *Decision-Making Process for Aesthetic Plastic Surgery Amongst Consumers*. (Master's thesis, Bangkok University). [in Thai]
- Yolao, N. (2019). Innovation changes the world. *The Journal of Department of industrial Promotion*, 61(November-December), 5-7. [in Thai]