

การเปลี่ยนแปลงรายได้จาก การทำศัลยกรรมเสริมความงาม

กิตติวัฒน์ สุวรรณลี* และ อรรถกฤตย์ เทพมงคล**

รับวันที่ 19 กันยายน 2567
แก้ไขวันที่ 10 พฤษภาคม 2568
ตอบรับตีพิมพ์ 13 พฤษภาคม 2568

บทคัดย่อ

ในปัจจุบันความงามและความดีเยี่ยมโอกาสของผู้ที่ครอบครองความงาม ความสวย ความหล่อและความดีเอาไว้ บางคนเกิดมาพร้อมความงาม แต่ก็ยังมีผู้คนจำนวนหนึ่งที่เกิดมาด้วยความธรรมดา ไม่ได้โดดเด่นด้านความงาม ย่อมส่งผลให้คนที่หน้าตาธรรมดาเทียบกับคนที่หน้าตาดีงามมีรายได้ที่ต่างกัน หากผู้คนที่ต้องการประกอบอาชีพที่จำเป็นต้องใช้หน้าตา ผู้คนเหล่านั้นจะต้องทำศัลยกรรมเสริมความงามส่วนใดบ้างจึงจะทำให้รายได้เพิ่มขึ้นและศึกษาการเปลี่ยนแปลงรายได้ของกลุ่มอาชีพต่าง ๆ ที่ทำศัลยกรรม จากการศึกษาพบว่าแต่ละอาชีพที่ทำศัลยกรรมมีการเปลี่ยนแปลงรายได้ที่ต่างกัน สามารถเรียงการเปลี่ยนแปลงรายได้จากมากไปน้อยได้ดังต่อไปนี้ ผู้ประกอบอาชีพพนักงานขายที่มีการทำศัลยกรรมเสริมจมูก ผู้ประกอบอาชีพที่ต้องใช้ความงามที่มีการทำศัลยกรรมเสริมหน้าอก ผู้ประกอบอาชีพขายสินค้าออนไลน์ที่มีการทำศัลยกรรมเสริมหน้าอก ผู้ประกอบอาชีพในกลุ่มเอนเตอร์เทนที่มีการทำศัลยกรรมเสริมหน้าอก ผู้ประกอบอาชีพพนักงานขายที่มีการทำศัลยกรรมเสริมหน้าอก นักเรียนหรือนักศึกษาที่มีการทำศัลยกรรมเสริมหน้าอก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นอกจากนี้การศึกษาจะลึกลงไปในแต่ละส่วนของการทำศัลยกรรมเสริมความงาม แบ่งตามภูมิภาคของประเทศไทย แยกการศึกษาเป็นระดับจังหวัด นอกจากนั้นการศึกษาในครั้งต่อไปใช้เทคนิคการวิจัยแบบผสม (Mixed method) อาจจะส่งผลให้ข้อมูลเชิงปริมาณมีการอธิบายได้ดีขึ้นจากข้อมูลเชิงคุณภาพ

คำสำคัญ: ศัลยกรรมเสริมความงาม, ทุนความงาม

* นักศึกษาระดับปริญญาโท เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ) สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ Email:kittiwatsuwanee@gmail.com

** ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะพัฒนาการเศรษฐกิจ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ ถนนเสรีไทย แขวงคลองจั่น เขตบางกะปิ กทม. 10240 Email:tong_econ@hotmail.com

Changes in Income from cosmetic surgery

Kittiwat Suwanlee* and Athakrit Thepmongkol**

Received September 19th, 2024

Revised May 10th, 2025

Accepted May 13th, 2025

Abstract

In the present, beauty and physical attractiveness often serve as gateways to increased opportunities. Individuals who possess traits deemed beautiful or attractive tend to benefit from various social and economic advantages. While some are naturally endowed with physical beauty, many others are born with ordinary features that do not stand out in terms of aesthetic appeal. This disparity in appearance frequently results in income differences between those with conventionally attractive features and those without. For individuals seeking employment in professions that emphasize appearance, cosmetic surgery has emerged as a strategic means to enhance one's physical appeal to increase earning potential. This study investigates which specific cosmetic procedures contribute to income enhancement and examines the resulting income changes across various occupational groups that have undergone such procedures. Findings reveal that income changes vary significantly by profession and type of surgery. Ranked from the most to least significant income increase, the groups are as follows: sales personnel who have undergone rhinoplasty; professionals in appearance-based occupations who have received breast augmentation; online sellers who have undergone breast augmentation; individuals in the entertainment sector who have received breast augmentation; sales personnel who have undergone breast augmentation; and students who have received breast augmentation. These differences are statistically significant. Moreover, the study delves into cosmetic surgery practices across different regions of Thailand, with a detailed breakdown by province. Future research is recommended to adopt a mixed-methods approach, which may enhance the interpretive value of quantitative data through the integration of qualitative insights.

Keywords: Cosmetic Surgery, Beauty Capital

* Master's degree student, Master of Economics (Business Economics), National Institute of Development Administration
Email:kittiwatsuwanlee@gmail.com

** Assistant Professor, Faculty of Economic Development, National Institute of Development Administration, Seri Thai Road, Khlong Chan Subdistrict, Bang Kapi District, Bangkok 10240 Email:tong_econ@hotmail.com

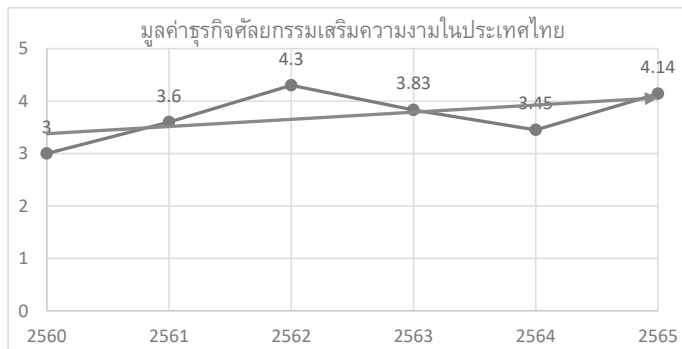
1. บทนำ (Introduction)

ในปัจจุบันเทคโนโลยีได้พัฒนาดีขึ้นต่อเนื่อง ทำให้ผู้คนมากมายสามารถเดินทางและติดต่อสื่อสารกัน ได้สะดวกสบายขึ้น จึงหลีกเลี่ยงการพบปะกันได้ยาก ซึ่งการพบเจอกันอาจเป็นเรื่องของการงาน การเรียน หรือความรัก สถานการณ์ดังกล่าวย่อมทำให้ผู้คนได้เจอกัน ยกตัวอย่างเช่น ถ้ามีบริษัทเปิดรับสมัครงาน สิ่งที่บริษัทเหล่านั้นต้องการใบสมัครงานและรูปถ่าย โดยรูปถ่ายนั้นต้องเป็นรูปถ่ายที่สุภาพเรียบร้อย เพื่อพิจารณาก่อนนัดสัมภาษณ์งาน ถ้าเอกสารเหล่านั้นผ่านการคัดเลือก ย่อมต้องมีการสัมภาษณ์งานตามมา โดยการสัมภาษณ์งานนั้นอาจจะอยู่ในรูปแบบที่ต้องไปสัมภาษณ์ที่บริษัทหรือสัมภาษณ์ออนไลน์ อย่างไรก็ตามการเผชิญหน้ากับผู้สัมภาษณ์ บุคลิกภาพที่ดีและความหล่อหรือสวยงาม ที่เรียกว่า ความประทับใจแรกพบ (First Impression) มนุษย์จะตัดสินผู้อื่นจากภาพลักษณ์ที่พบเห็น 30 วินาทีแรก (Amy Cuddy, 2012) ย่อมเป็นจุดดึงดูดผู้สัมภาษณ์ให้สนใจผู้ถูกสัมภาษณ์ โดยเฉพาะในบางตำแหน่งที่ต้องใช้หน้าตาและรูปร่างเป็นองค์ประกอบในการทำงาน เช่น พนักงานขาย พนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน และนักแสดง เป็นต้น ล้วนแต่ต้องดูดีและโดดเด่นอยู่เสมอ ซึ่งนำไปสู่การทำศัลยกรรมเพื่อให้ดูดีขึ้น ดังนั้นถ้าผู้ที่ทำศัลยกรรมมีแนวโน้มที่จะสร้างความประทับใจแรกพบได้มากกว่าคนปกติและถ้าหากผู้ที่ทำศัลยกรรมและคนปกติมีความรู้ความสามารถ ทักษะที่เท่าเทียมกัน ย่อมทำให้ผู้ที่ทำศัลยกรรมมีแนวโน้มที่ได้รับเข้าทำงานมากกว่าคนปกติ รวมไปถึงการได้รับเงินเดือนที่สูงกว่า การเลื่อนตำแหน่ง และการเข้าถึงทรัพยากรในองค์กร (HREX.asia, 2566) นอกจากนี้ (Bennett, 2010) เก็บแบบสอบถามออนไลน์และการโทรศัพท์สัมภาษณ์ พบว่า ร้อยละ 68 ของผู้สมัครงานที่ได้รับการจ้างงาน หน้าตาและรูปร่างยังคงส่งผลต่อการประเมินผลงาน ซึ่งนำมาสู่การศึกษาการทำศัลยกรรมเสริมความงามแต่ละส่วนกับการเปลี่ยนแปลงรายได้และศึกษาการเปลี่ยนแปลงรายได้ของกลุ่มผู้ประกอบการอาชีพต่าง ๆ ที่ทำศัลยกรรมเสริมความงามและกลุ่มที่ไม่ได้ประกอบอาชีพครั้งแรกที่ทำศัลยกรรมเสริมความงาม

ประเทศไทยเป็นประเทศที่เปิดรับสื่อจากต่างประเทศมากมาย และเป็นเวลานาน ในช่วงปี ค.ศ. 1970-1990 เป็นยุคเฟื่องฟูของอุตสาหกรรมภาพยนตร์จีนฮ่องกง ที่เน้นไปที่เรื่องราวที่เข้มข้น รวมถึงนักแสดงสวยหล่อที่มีอิทธิพลต่อการแต่งกายของคนไทยในเวลานั้น ย่อมแสดงให้เห็นว่าคนไทยที่เข้าถึงสื่อ ก็จะคล้อยตามบุคลิกของภาพยนตร์ที่ตนชื่นชอบได้ เมื่อมีเกิดขึ้นมากก็ย่อมมีดับไป เช่นเดียวกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์จีนฮ่องกงที่ความนิยมลดลง กอปรในช่วงเวลาเปลี่ยนผ่านยุคประเทศไทยได้รับอิทธิพลจากกระแสเกาหลี (Korea Wave) ในสื่อตั้งแต่ราวปี พ.ศ. 2543 ภาพยนตร์ชุดเกาหลีเรื่องลิขิตแห่งดวงดาวได้ออกอากาศที่เข้ามาในประเทศไทย ช่วงชิงส่วนแบ่งตลาดจากภาพยนตร์ชุดของประเทศจีนและญี่ปุ่น นอกจากนี้ ในปี พ.ศ. 2544 ภาพยนตร์เรื่องยัยตัวร้ายกับนายเจ๋มเจ๋ม (My Sassy Girl) ได้รับความนิยมในประเทศไทยเป็นอย่างมาก โดยมีตัวละครดำเนินเรื่องสวย หล่อ ผิวพรรณดี รูปร่างดี เป็นการสร้างความเปลี่ยนแปลงทางด้านความงาม นอกจากนี้สถานีโทรทัศน์ช่อง 3 ได้นำละครโทรทัศน์เรื่อง แดจังกึม จอมนางแห่งวังหลวง (Jewel in the Palace) ที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในปี พ.ศ. 2548 นักแสดงมีหน้าตาที่สวยงาม ผิวพรรณที่ดี ชาวเล่งปลั่งเป็นที่สะดุดตา อิทธิพล

จากภาพยนตร์และละครโทรทัศน์ส่งผลต่อประชาชนในประเทศไทย จึงเริ่มมีการทำศัลยกรรมเสริมความงามมากขึ้น ตั้งแต่วัฒนธรรมเกาหลีได้รับความนิยมในประเทศไทย ทำให้การทำศัลยกรรมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง กอปรกับการเข้าถึงสถานประกอบการศัลยกรรมเข้าถึงง่าย โดยมีการแนะนำกันผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ทำให้เกิดการแพร่หลายของข้อมูลการทำศัลยกรรม ในปี พ.ศ.2561 สมาคมศัลยแพทย์ตกแต่งเสริมสวยนานาชาติ (International Society of Aesthetic Plastic Surgery : ISAPS) รายงานว่า ประเทศไทยที่ได้ทำศัลยกรรมมากที่สุดในโลกได้แก่สหรัฐอเมริกา โดยมีการผ่าตัดเสริมความงามไปแล้ว 4,360,000 ครั้ง ทั่วประเทศ การทำศัลยกรรมเสริมความงามประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ 10 ของโลกโดยมีการผ่าตัดศัลยกรรมแล้วประมาณ 140,000 ครั้งทั่วประเทศ ทำให้มูลค่าธุรกิจศัลยกรรมมีแนวโน้มที่เพิ่มสูงขึ้น มูลค่าธุรกิจศัลยกรรมเสริมความงามในประเทศไทยปี พ.ศ. 2560 ถึงปี พ.ศ. 2565 จะพบว่าในปี พ.ศ. 2560 ถึง พ.ศ. 2562 มูลค่าของธุรกิจศัลยกรรมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จนถึงปี พ.ศ. 2563 ถึง พ.ศ. 2564 ซึ่งเป็นช่วงการแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 รัฐบาลประกาศใช้มาตรการปิดสถานประกอบการชั่วคราว ที่ทำให้มูลค่าธุรกิจศัลยกรรมลดลง แต่หลังจากยกเลิกมาตรการดังกล่าวแล้ว ทำให้สถานประกอบการกลับมาเปิดให้บริการอีกครั้ง ส่งผลให้มูลค่าธุรกิจศัลยกรรมในประเทศไทยฟื้นตัวจนมีมูลค่าสูงขึ้น ดังภาพที่ 1

(หน่วย : หมื่นล้านบาท)



ภาพที่ 1 มูลค่าธุรกิจศัลยกรรมในประเทศไทย

ที่มา : ฐานเศรษฐกิจ, 2565

ภาพลักษณ์ภายนอกกลายเป็นสิ่งที่สำคัญมากขึ้น จนทำให้บริษัทวิจัยตลาดอย่าง Global Web Index ได้ทำการสำรวจความสนใจเกี่ยวกับการศัลยกรรมความงามในกลุ่มเพศชายและหญิง ตั้งแต่ 25 ถึง 64 ปี ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อสูงและให้ความสำคัญกับภาพลักษณ์ของตนเอง พบว่า การศัลยกรรมเสริมความงามที่ทำให้ตนเองดูดีนั้น ผู้ทำศัลยกรรมยินดีที่จะจ่ายโดยไม่สนใจราคา เพราะกลุ่มผู้บริโภคนี้มองว่าเป็นการซื้อบริการที่ดีที่สุดสำหรับตนเอง แต่ต้องทำการปรึกษากับแพทย์ที่เป็นผู้ผ่าตัดก่อนที่จะทำการนัดวันศัลยกรรมและชำระเงิน และการทำศัลยกรรมออกมาเพื่อให้ภาพลักษณ์ใหม่ไม่เหมือนผู้อื่น ในขณะที่เดียวกันราคาสารสำหรับศัลยกรรมเสริมความงามแต่ละจุด มีแนวโน้มที่จะสูงขึ้นอย่าง

ต่อเนื่อง เมื่อพิจารณาข้อมูลการทำสัลยกรรมเสริมความงามแต่ละจุดที่มีแนวโน้มที่เติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับพฤติกรรมการบริโภคของผู้บริโภคที่ยินดีจ่ายค่าทำสัลยกรรมเสริมความงามเพิ่มขึ้น เพื่อให้ลูกค้าดีขึ้นและไม่เหมือนผู้อื่น อาจส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงรายได้ของผู้ที่ทำสัลยกรรมเสริมความงาม ดังนั้นจึงเป็นประเด็นสนใจในการทำการศึกษาค้างนี้

การศึกษาค้างนี้ต้องการศึกษาผู้ที่ทำสัลยกรรมเสริมความงามในแต่ละส่วนที่เป็นกลุ่มที่ประกอบอาชีพครั้งแรก (first jobber) และกลุ่มผู้ที่ไม่ได้ประกอบอาชีพครั้งแรกมีการเปลี่ยนแปลงรายได้เท่าใด และมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการทำสัลยกรรมเสริมความงามแต่ละส่วนกับการเปลี่ยนแปลงรายได้และเพื่อศึกษาการเปลี่ยนแปลงรายได้ของกลุ่มผู้ประกอบอาชีพต่าง ๆ ที่ทำสัลยกรรมเสริมความงาม

2. ทบทวนวรรณกรรม (Literature Review)

การศึกษาเรื่องทุนมนุษย์ของ Itami (1987) ให้นิยามว่าความรู้ ทักษะ และความสามารถเป็นสินทรัพย์ที่มองไม่เห็น ซึ่งเป็นเครื่องมือที่สร้างความยั่งยืนให้กับองค์กร เมื่อมนุษย์เพิ่มการศึกษา ซึ่งวัดด้วยจำนวนปีที่ศึกษา และการฝึกอบรมอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้แรงงานตามการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีได้ทัน การเพิ่มความรู้และทักษะทำให้แรงงานถูกยกระดับขึ้น สะท้อนให้เห็นว่ามาตรฐานการครองชีพสูงขึ้น McConnell et al (2009) นอกจากนั้นงานของ ฌักทรี วุฒะพันธ์ (2560) ได้อธิบายเรื่องทุนมนุษย์ว่า ทุนมนุษย์แบ่งเป็น 5 องค์ประกอบ ได้แก่ 1.ความรู้ ที่วัดได้ด้วยการวัดไอคิว เซวาร์ปัญญา ความรู้เฉพาะและความรู้ทั่วไปในการทำงาน 2.ทักษะ คือ ความชำนาญที่ใช้ในการทำงาน รวมไปถึงรูปร่างหรือร่างกาย 3.ความสามารถพิเศษหรือพรสวรรค์ คือ ลักษณะเฉพาะส่วนบุคคลที่มีมาแต่กำเนิดและสามารถปรับปรุงได้ด้วยการพัฒนา 4.พฤติกรรม คือ การแสดงออกและการกระทำที่สังเกตได้ 5.ความพยายาม จากองค์ประกอบทั้งหมดย่อมทำให้คุณภาพชีวิตของแรงงานดีขึ้น นั้นทำให้รายได้ของแรงงานเพิ่มสูงขึ้น จากองค์ประกอบเรื่องทักษะที่เข้าไปทางรูปร่างหรือร่างกายเป็นตัวชี้ให้เห็นว่าแรงงานที่ร่างกายที่ดีย่อมมีทุนมนุษย์ที่สูงกว่าคนที่รูปร่างไม่ดี และพรสวรรค์เป็นสิ่งที่ติดตัวมาตั้งแต่กำเนิด สามารถตีความได้ว่าหน้าตาถือว่าเป็นพรสวรรค์ได้ เมื่อแรงงานเกิดมาด้วยหน้าตาที่ดี นั้นชี้ให้เห็นว่าแรงงานมีทุนมนุษย์มากกว่าคนหน้าตาปกติ

การศึกษาของ Hamermesh and Biddle (1994) เรื่อง Beauty and the Labor Market รูปลักษณ์และความงามมีผลต่อรายได้ ซึ่งมนุษย์ที่มีความงามอยู่สูงกว่าค่าเฉลี่ยความสวยย่อมทำให้รายได้สูง ดังนั้นการทำสัลยกรรมเสริมความงามเป็นการปรับปรุงความงามให้สูงเกินมาตรฐาน ผู้วิจัยได้โดยเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์และแบบสอบถามเกี่ยวกับรูปลักษณ์ภายนอกของผู้ตอบแบบสอบถาม คนที่หน้าตาธรรมดาจะมีรายได้น้อยกว่าคนหน้าตาดีอยู่ร้อยละ 5 - 10 เมื่อเทียบความน่าดึงดูดระหว่างเพศชายและหญิงมีผลต่อรายได้ไม่แตกต่างกัน เพศหญิงที่ไม่น่าดึงดูดคืออัตราส่วนการทำงานต่ำ และส่วนใหญ่แต่งงานกับผู้ชายที่มีทุนมนุษย์น้อยกว่าคู่สมรส ในบางอาชีพต้องการแรงงานที่ใช้หน้าตา แต่คนที่หน้าตาดีมีผลต่อการเลือกปฏิบัติของนายจ้าง ความน่าดึงดูดยังส่งผลต่ออาชีพที่สอดคล้องกับ Biddle and

Hamermesh (1998) เรื่อง Beauty, Productivity and Discrimination : Lawyers' Looks and Lucre ศึกษาลักษณะภายนอกและความรู้ของทนายความ ทนายความที่หน้าตาดีและจบการศึกษาในปี ค.ศ.1970 ที่มีประสบการณ์ทำงานหลังจากเรียนจบ 5 ปี จะมีรายได้สูงกว่าทนายหน้าตาธรรมดาที่จบในปีเดียวกันและมีประสบการณ์เท่ากัน เมื่อเปรียบเทียบกับระหว่างทนายความที่หน้าตาดีที่ทำงานภาคเอกชนและทนายความของรัฐบาล และได้รับจำนวนคดีที่ดูแลแตกต่างกัน โดยทนายความหน้าตาดีภาคเอกชนจะได้รับคดีที่ดูแลมากกว่าทนายความของรัฐบาล และทนายความเพศชายมีความน่าจะเป็นหุ้นส่วนกับสำนักงานทนายความเอกชนไม่นานหลังจากเริ่มทำงานที่สำนักงานทนายความ นอกจากนั้น ลูกค้ายังอ้างว่าความจะเลือกปฏิบัติกับทนายความ โดยเลือกให้ความสำคัญกับทนายความหน้าตาดี Mocan and Tekin (2006) ได้ทำการศึกษาเรื่อง Ugly Criminals คนที่มีเสน่ห์และหน้าตาดีลดการเกิดอาชญากรรมทางสังคมได้หลายอย่าง เนื่องจากในช่วงการศึกษาระดับมัธยมปลายจะถูกเลือกปฏิบัติจากครูในโรงเรียน สามารถเรียนรู้ได้มากขึ้นนำไปสู่การสะสมทุนมนุษย์ในระหว่างเรียน ทำให้เกรดเฉลี่ยสูงกว่านักเรียนหน้าตาธรรมดา เมื่อเข้าสู่วัยทำงาน ทุนมนุษย์ หน้าตาที่ดี และความมีเสน่ห์ที่มี ทำให้รายได้สูงกว่าคนหน้าตาธรรมดา ซึ่งคนที่หน้าตาดีและมีเสน่ห์มีโอกาสก่ออาชญากรรมน้อยกว่าคนหน้าตาธรรมดา ทั้งนี้สอดคล้องกับ Fletcher (2009) จากการศึกษา Beauty vs. brains: Early labor market outcomes of high school graduates ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างค่าจ้าง ความสวย ความน่าดึงดูด และความรู้ความสามารถ พบว่าคนหน้าตาธรรมดาที่มีการศึกษามีค่าจ้างสูงขึ้นร้อยละ 3 - 6 เมื่อเปรียบเทียบกับบุคคลที่สวย มีเสน่ห์ และหน้าดึงดูดจะมีค่าจ้างสูงขึ้นร้อยละ 5 - 10 Hamermesh (2010) ได้ศึกษาเรื่อง Beauty Pays พบว่า ความสวยและความหล่อของผู้คนมีผลกระทบต่อรายได้ในทิศทางเดียวกัน นอกจากปัจจัยด้านความงาม ยังมีปัจจัยอื่น ๆ ที่เสริมรายได้ของคนกลุ่มได้ ได้แก่ เมื่อคนกลุ่มนี้มีการศึกษารายได้จะสูงขึ้น รายได้ของคนกลุ่มนี้จะเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจนถึงอายุ 50 ปี รายได้จะลดลง คนกลุ่มนี้ที่มีสุขภาพดีรายได้จะมากขึ้น ความฉลาด (IQ) ที่สูงขึ้นของคนกลุ่มนี้จะส่งผลต่อการเพิ่มขึ้นของรายได้ คนกลุ่มนี้ที่เป็นเพศชายที่แต่งงานแล้วมีรายได้สูงกว่าเพศหญิงที่แต่งงาน เชื้อชาติ ภูมิภาคของตระกูล ขนาดของเมือง ขนาดของบริษัท ล้วนแล้วแต่เป็นปัจจัยที่ทำให้รายได้เพิ่มขึ้น รายได้ของผู้หญิงที่มีความสวยต่ำกว่าค่าเฉลี่ยรายได้จะลดลงประมาณร้อยละ 4.1 และรายได้ของเพศชายที่มีความหล่อต่ำกว่าค่าเฉลี่ยรายได้จะลดลงประมาณร้อยละ 12.9 ในขณะที่เพศหญิงที่มีความสวยสูงกว่าค่าเฉลี่ยรายได้จะเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 7.8 และรายได้ของเพศชายที่มีความหล่อสูงกว่าค่าเฉลี่ยรายได้จะเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 3.7 เห็นได้ว่าเพศชายมีความดึงดูดทางกายภาพน้อยกว่าเฉลี่ยจะมีรายได้ต่ำกว่าเพศหญิงที่มีความสวยต่ำกว่าค่าเฉลี่ย ในทางกลับกันเพศหญิงที่มีความสวยสูงกว่าค่าเฉลี่ยมีแนวโน้มที่จะมีรายได้สูงกว่าเพศชายที่มีความหล่อกว่าค่าเฉลี่ย จากการศึกษาของ Kraft (2012) เรื่อง the Role of Beauty in the Labor Market แบ่งการศึกษาเป็น 3 ส่วน โดยส่วนแรกศึกษาผู้ที่สมัครงานในตำแหน่งเดียวกัน โดยมีความรู้ (IQ) และระดับการศึกษาใกล้เคียงกัน แต่หน้าตาต่างกัน มีคนหน้าตาธรรมดาและคนที่หน้าตาดี มีเสน่ห์น่าดึงดูด พบว่าบริษัทรับสมัครงานเลือกปฏิบัติทั้งสองกลุ่มต่างกัน คนที่หน้าตาดีได้เข้าทำงานในบริษัทที่สมัครสูงกว่าคนหน้าตาธรรมดาร้อยละ 14 ในการศึกษาส่วนที่สอง พบว่าแรงงานที่มีรูปร่างดี มีหน้าตาที่ดีและมีเสน่ห์ ถูกมองว่าเป็นคนฉลาด และ

ได้รับค่าจ้างที่สูงขึ้น ในส่วนที่สุดท้ายเป็นการศึกษาผลตอบแทนของผู้บริหาร 450 บริษัทในเยอรมนี พบว่าผู้บริหารที่มีหน้าตาดี มีแรงดึงดูดทางร่างกายและมีเสน่ห์ ได้รับผลตอบแทนพิเศษ เมื่อนำไปรวมกับรายได้ส่งผลให้รายได้รวมสูงขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 9 และทำให้การดำรงตำแหน่งผู้บริหารยาวนานขึ้น จากการศึกษาของ Sierminska and Liu (2015) เรื่อง Beauty and the Labor Market การแบ่งแยกค่าจ้างและช่องว่างค่าจ้างระหว่างเพศ เกิดจากความน่าดึงดูดทางร่างกายและหน้าตาของแต่ละบุคคล สอดคล้องกับงานวิจัยของ Doorley and Sierminska (2015) เรื่อง Myth or fact? The beauty premium across the wage distribution in Germany ที่พบว่า ค่าจ้างของเพศหญิงที่สวยงามสูงขึ้นโดยเฉลี่ยร้อยละ 2 - 4 และเพศชายที่มีลักษณะทางกายภาพที่เป็นที่นิยมในสังคมมีค่าจ้างสูงขึ้นโดยเฉลี่ยร้อยละ 5 - 7 ซึ่งจะแตกต่างกันตามระดับการศึกษา นอกจากนี้งานวิจัยของ Ma and Hu (2015) เรื่อง Beauty Matters: Social Preferences in a Three-Person Ultimatum Game พบว่า คนที่สวยงาม หล่อ มีบุคลิกภาพน่าดึงดูด และมีรูปร่างที่ดี สมส่วน มีโอกาสได้รับเงินเดือนที่สูงกว่าคนธรรมดาที่เข้ามาสมัครงานพร้อมกัน และยังส่งผลให้เลื่อนตำแหน่งง่ายกว่าคนธรรมดา จากงานของ Xie, Wei and Liu (2023) เรื่อง Is beauty always good? Effects of visual presentation of Influencer's aesthetic labor on brand purchase intention พบว่า แรงงานที่มีความงาม (Aesthetic labor) มีอิทธิพลกับผู้บริโภค โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้บริโภคที่นิยมการส่งเสริมการขายที่เต็มใจซื้อสินค้าจากแรงงานที่มีความงาม ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อธุรกิจที่มีแรงงานกลุ่มนี้อยู่ในองค์กร และแรงงานกลุ่มนี้จะได้รับค่าจ้างที่สูงกว่าแรงงานกลุ่มอื่น

3. ระเบียบวิธีวิจัย (Research Methodology)

การศึกษานี้ศึกษากลุ่มผู้ที่ทำการศัลยกรรมเสริมความงามแต่ละส่วนจำนวน 1,040 คน กลุ่มที่ทำศัลยกรรมเสริมความงาม ที่พักอาศัย หรือทำงานในประเทศไทย และเคยทำศัลยกรรมเสริมความงามภายในระยะเวลา 5 ปี ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2560 ถึง พ.ศ. 2564 โดยใช้แบบสอบถาม แบ่งเป็น 2 ส่วนได้แก่ คำถามสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม และคำถามเกี่ยวกับเนื้อหาการศัลยกรรม เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการส่งแบบสอบถามออนไลน์ไปยังกลุ่มเฟซบุ๊ก ได้แก่ กลุ่มศัลยกรรมความงาม และกลุ่มศัลยกรรมความงาม เคสหลุดเคสปัง รวมถึงการนำคิวอาร์โค้ดแบบสอบถามไปให้สถาบันเสริมความงาม เมื่อได้ข้อมูลจากแบบสอบถามจึงนำมาวิเคราะห์ด้วยสมการถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression) ซึ่งในการศึกษามีตัวแปรอิสระบางตัวที่สามารถทำงานร่วมกัน (Interaction Effect) โดยมีสมการงานวิจัยดังต่อไปนี้

สมการที่ 1

$$\begin{aligned}
\text{Change_income} = & \beta_0 + \beta_1 \text{Male} + \beta_2 \text{Age} + \beta_3 \text{BMI} + \beta_4 \text{Single} + \beta_5 \text{Experience1} - 3\text{year} + \\
& \beta_6 \text{Experience3} - 5\text{year} + \beta_7 \text{Experience more 5 year} + \beta_8 \text{Bachelor} + \beta_9 \text{Master} + \\
& \beta_{10} \text{Online_seller} + \beta_{11} \text{Entertainer} + \beta_{12} \text{Flight_attendant} + \beta_{13} \text{Financial_officer} + \\
& \beta_{14} \text{Sales_representative} + \beta_{15} \text{Student} + \beta_{16} \text{Teacher} + \beta_{17} \text{Online_seller_part_time} + \\
& \beta_{18} \text{Entertainer_part_time} + \beta_{19} \text{First_Jobber} + \beta_{20} \text{Alarplsty} + \beta_{21} \text{Breast_AC} + \beta_{22} \text{Breast_AD} + \\
& \beta_{23} \text{Breast_BD} + \beta_{24} \text{Chin} + \beta_{25} \text{Eyelid} + \beta_{26} \text{Forehead} + \beta_{27} \text{Lifting} + \beta_{28} \text{Nose} + \beta_{29} \text{Nose} * \\
& \text{Online_seller} + \beta_{30} \text{Nose} * \text{Entertainer} + \beta_{31} \text{Nose} * \text{Model} + \beta_{32} \text{Nose} * \text{Sales} + \beta_{33} \text{Nose} * \\
& \text{Student} + \beta_{34} \text{Nose} * \text{Teacher} + \beta_{35} \text{Nose} * \text{Trainer} + \beta_{36} \text{Breast_AC} * \text{Online_seller} + \\
& \beta_{37} \text{Breast_AC} * \text{Entertainer} + \beta_{38} \text{Breast_AC} * \text{Model} + \beta_{39} \text{Breast_AC} * \text{Sales} + \beta_{40} \text{Breast_AC} * \\
& \text{Student} + \beta_{41} \text{Breast_AC} * \text{Trainer} + \beta_{42} \text{Breast_AD} * \text{Online_seller} + \beta_{43} \text{Breast_AD} * \\
& \text{Entertainer} + \beta_{44} \text{Breast_AD} * \text{Model} + \beta_{45} \text{Breast_AD} * \text{Sales} + \beta_{46} \text{Breast_AD} * \text{Student} + \\
& \beta_{47} \text{Breast_AD} * \text{Trainer} + \beta_{48} \text{Breast_BD} * \text{Online_seller} + \beta_{49} \text{Breast_BD} * \text{sales} + \beta_{50} \text{Breast_BD} * \\
& \text{Student}
\end{aligned}$$

สมการที่ 2

$$\begin{aligned}
\text{Change_income} = & \beta_0 + \beta_1 \text{Male} + \beta_2 \text{Age} + \beta_3 \text{BMI} + \beta_4 \text{Single} + \beta_5 \text{Experience1} - 3\text{year} + \\
& \beta_6 \text{Experience3} - 5\text{year} + \beta_7 \text{Experience more 5 year} + \beta_8 \text{Bachelor} + \beta_9 \text{Master} + \\
& \beta_{10} \text{Online_seller} + \beta_{11} \text{Entertainer} + \beta_{12} \text{Flight_attendant} + \beta_{13} \text{Financial_officer} + \\
& \beta_{14} \text{Sales_representative} + \beta_{15} \text{Student} + \beta_{16} \text{Teacher} + \beta_{17} \text{Online_seller_part_time} + \\
& \beta_{18} \text{Entertainer_part_time} + \beta_{19} \text{First_Jobber} + \beta_{20} \text{Alarplsty} + \beta_{21} \text{Breast} + \beta_{23} \text{Chin} + \\
& \beta_{24} \text{Eyelid} + \beta_{25} \text{Forehead} + \beta_{26} \text{Lifting} + \beta_{27} \text{Nose} + \beta_{28} \text{Nose} * \text{Online_seller} + \beta_{29} \text{Nose} * \\
& \text{Entertainer} + \beta_{30} \text{Nose} * \text{Model} + \beta_{31} \text{Nose} * \text{Sales} + \beta_{32} \text{Nose} * \text{Student} + \beta_{33} \text{Nose} * \\
& \text{Teacher} + \beta_{34} \text{Nose} * \text{Trainer} + \beta_{35} \text{Breast} * \text{Online_seller} + \beta_{36} \text{Breast} * \text{Entertainer} + \\
& \beta_{37} \text{Breast} * \text{Model} + \beta_{38} \text{Breast} * \text{Sales} + \beta_{39} \text{Breast} * \text{Student} + \beta_{40} \text{Breast} * \text{Trainer}
\end{aligned}$$

สมการที่ 3

$$\begin{aligned}
\text{Change_income} = & \beta_0 + \beta_1 \text{Male} + \beta_2 \text{Age} + \beta_3 \text{BMI} + \beta_4 \text{Single} + \beta_5 \text{Experience1} - \\
& 3\text{year} + \beta_6 \text{Experience3} - 5\text{year} + \beta_7 \text{Experience more 5 year} + \beta_8 \text{Bachelor} + \\
& \beta_9 \text{Master} + \beta_{10} \text{Jobs_use_beauty} + \beta_{11} \text{Financial_officer} + \beta_{12} \text{Student} + \\
& \beta_{13} \text{Teacher} + \beta_{14} \text{Online_seller_part_time} + \beta_{15} \text{Entertainer_part_time} + \\
& \beta_{16} \text{First_jobber} + \beta_{17} \text{Alarplsty} + \beta_{18} \text{Breast} + \beta_{19} \text{Chin} + \beta_{20} \text{Eyelid} + \\
& \beta_{21} \text{Forehead} + \beta_{22} \text{Lifting} + \beta_{23} \text{Nose} + \beta_{24} \text{Nose} * \text{Jobs_use_beauty} + \\
& \beta_{25} \text{Nose} * \text{Student} + \beta_{26} \text{Nose} * \text{Teacher} + \beta_{27} \text{Breast} * \text{Jobs_use_beauty} + \beta_{28} \text{Breast} * \text{Student}
\end{aligned}$$

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงปี พ.ศ. 2560 ถึง พ.ศ. 2564 จึงสามารถสร้างสมการได้ 3 สมการ โดยสมการแรกเป็นการแสดงตัวแปรอิสระทั้งหมดที่ทำการศึกษา เมื่อได้สมการแรกแล้วจึงทำการตัดตัวแปรอิสระบางตัวที่ไม่มีความสำคัญต่อสมการจึงสามารถสรุปตัวแปรอิสระได้ตั้งสมการที่สอง ในสมการแรกและสมการที่สองเป็นการศึกษาผู้ที่ไม่ได้ประกอบอาชีพเป็นครั้งแรก เมื่อศึกษาข้อมูลที่ได้เก็บมาจากรูปแบบสอบถามพบว่าข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามบางคนเป็นผู้ประกอบอาชีพเป็นครั้งแรกจึงข้อมูลนำมาสร้างเป็นแบบจำลองที่สาม ทั้ง 3 สมการอธิบายตัวแปรอิสระที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงรายได้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 1: คำนิยามตัวแปรตามและตัวแปรอิสระ

ตัวแปร	คำนิยาม
Change_income	การเปลี่ยนแปลงรายได้จากการทำศัลยกรรมเสริมความงาม
Male	เพศชาย
Age	อายุ
BMI	ค่าดัชนีมวลกาย
ตัวแปร	คำนิยาม
Single	สถานภาพโสด
Experience1-3year	ประสบการณ์ทำงาน 1 – 3 ปี
Experience3-5year	ประสบการณ์ทำงาน 3 – 5 ปี
Experience more 5 year	ประสบการณ์ทำงาน 5 ปีขึ้นไป
Bachelor	ระดับการศึกษาปริญญาตรี
Master	ระดับการศึกษาปริญญาโท
Jobs_use_beauty	ผู้ประกอบการอาชีพที่ต้องใช้ความงาม
Online_seller	ผู้ประกอบการอาชีพขายสินค้าออนไลน์
Entertainer	ผู้ประกอบการอาชีพในกลุ่มเอนเตอร์เทน
Flight_attendant	ผู้ประกอบการอาชีพพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน
Financial_officer	ผู้ประกอบการอาชีพเจ้าหน้าที่การเงินและหลักทรัพย์
Sales_representative	ผู้ประกอบการอาชีพพนักงานขาย
Student	นักเรียนหรือนักศึกษา
Teacher	ผู้ประกอบการอาชีพครู

Online_seller_part_time	ผู้ประกอบการอาชีพเสริมขายสินค้าออนไลน์
Entertainer_part_time	ผู้ประกอบการอาชีพเสริมในกลุ่มเอนเตอร์เทน
First_Jobber	ผู้ประกอบการอาชีพครั้งแรก
Alarplsty	การทำศัลยกรรมตัดปีกจมูก
ตัวแปร	คำนิยาม
Breast	การทำศัลยกรรมเสริมหน้าอก
Breast_AC	การทำศัลยกรรมเสริมหน้าอกจากคัพเอไปคัพซี
Breast_AD	การทำศัลยกรรมเสริมหน้าอกจากคัพเอไปคัพดี
Breast_BD	การทำศัลยกรรมเสริมหน้าอกจากคัพบีไปคัพดี
Chin	การทำศัลยกรรมเสริมคาง
Eyelid	การทำศัลยกรรมตกแต่งหนังตาสองชั้น
Forehead	การทำศัลยกรรมเสริมหน้าผาก
Lifting	การทำศัลยกรรมยกกระชับใบหน้า
Nose	การทำศัลยกรรมเสริมจมูก
Nose*Jobs_use_beauty	ผู้ประกอบการอาชีพที่ต้องใช้ความงามที่มีการทำศัลยกรรมเสริมจมูก
Nose* Online_seller	ผู้ประกอบการอาชีพขายสินค้าออนไลน์ที่มีการทำศัลยกรรมเสริมจมูก
Nose*Entertainer	ผู้ประกอบการอาชีพในกลุ่มเอนเตอร์เทนที่มีการทำศัลยกรรมเสริมจมูก
Nose*Model	นายแบบหรือนางแบบที่มีการทำศัลยกรรมเสริมจมูก
Nose*Sales	ผู้ประกอบการอาชีพพนักงานขายที่มีการทำศัลยกรรมเสริมจมูก
Nose*Student	นักเรียนหรือนักศึกษาที่มีการทำศัลยกรรมเสริมจมูก
Nose*Teacher	ผู้ประกอบการอาชีพครูที่มีการทำศัลยกรรมเสริมจมูก

Nose*Trainer	ผู้ประกอบอาชีพสอนออกกำลังกายที่มีการทำสัลยกรรมเสริมจมูก
Breast*Jobs_use_beauty	ผู้ประกอบอาชีพที่ต้องใช้ความงามที่มีการทำสัลยกรรมเสริมหน้าอก
ตัวแปร	คำนิยาม
Breast*Online_seller	ผู้ประกอบอาชีพขายสินค้าออนไลน์ที่มีการทำสัลยกรรมเสริมหน้าอก
Breast*Entertainer	ผู้ประกอบอาชีพในกลุ่มเอนเตอร์เทนที่มีการทำสัลยกรรมเสริมหน้าอก
Breast*Model	นางแบบที่มีการทำสัลยกรรมเสริมหน้าอก
Breast*Sales	ผู้ประกอบอาชีพพนักงานขายที่มีการทำสัลยกรรมเสริมหน้าอก
Breast*Student	นักเรียนหรือนักศึกษาที่มีการทำสัลยกรรมเสริมหน้าอก
Breast*Trainer	ผู้ประกอบอาชีพสอนออกกำลังกายที่มีการทำสัลยกรรมเสริมหน้าอก
Breast_AC*Online_seller	ผู้ประกอบอาชีพขายสินค้าออนไลน์ที่มีการทำสัลยกรรมเสริมหน้าอกจากคัพเอไปคัพซี
Breast_AC*Entertainer	ผู้ประกอบอาชีพในกลุ่มเอนเตอร์เทนที่มีการทำสัลยกรรมเสริมหน้าอกจากคัพเอไปคัพซี
Breast_AC*Model	นางแบบที่มีการทำสัลยกรรมเสริมหน้าอกจากคัพเอไปคัพซี
Breast_AC*Sales	ผู้ประกอบอาชีพพนักงานขายที่มีการทำสัลยกรรมเสริมหน้าอกจากคัพเอไปคัพซี
Breast_AC*Student	นักเรียนหรือนักศึกษาที่มีการทำสัลยกรรมเสริมหน้าอกจากคัพเอไปคัพซี
Breast_AC*Trainer	ผู้ประกอบอาชีพสอนออกกำลังกายที่มีการทำสัลยกรรมเสริมหน้าอกจากคัพเอไปคัพซี
Breast_AD*Online_seller	ผู้ประกอบอาชีพขายสินค้าออนไลน์ที่มีการทำสัลยกรรมเสริมหน้าอกจากคัพเอไปคัพดี

ตัวแปร	คำนิยาม
Breast_AD*Entertainer	ผู้ประกอบการอาชีพในกลุ่มเอนเตอร์เทนที่มีการทำศัลยกรรมเสริมหน้าอกจากคัพเอไปคัพดี
Breast_AD*Model	นางแบบที่มีการทำศัลยกรรมเสริมหน้าอกจากคัพเอไปคัพดี
Breast_AD*Sales	ผู้ประกอบการอาชีพพนักงานขายที่มีการทำศัลยกรรมเสริมหน้าอกจากคัพเอไปคัพดี
Breast_AD*Student	นักเรียนหรือนักศึกษาที่มีการทำศัลยกรรมเสริมหน้าอกจากคัพเอไปคัพดี
Breast_AD*Trainer	ผู้ประกอบการอาชีพสอนออกกำลังกายที่มีการทำศัลยกรรมเสริมหน้าอกจากคัพเอไปคัพดี
Breast_BD*Online_seller	ผู้ประกอบการอาชีพขายสินค้าออนไลน์ที่มีการทำศัลยกรรมเสริมหน้าอกจากคัพเอไปคัพดี
Breast_BD*sales	ผู้ประกอบการอาชีพพนักงานขายที่มีการทำศัลยกรรมเสริมหน้าอกจากคัพเอไปคัพดี
Breast_BD*Student	นักเรียนหรือนักศึกษาที่มีการทำศัลยกรรมเสริมหน้าอกจากคัพเอไปคัพดี

4. ผลการวิจัย (Results)

ในแบบจำลองที่ 1 ตัวแปรเพศชาย ตัวแปรผู้ประกอบการอาชีพเสริมขายสินค้าออนไลน์ ตัวแปรผู้ประกอบการอาชีพครั้งแรก ตัวแปรผู้ประกอบการอาชีพพนักงานขายที่ทำศัลยกรรมเสริมจมูก ตัวแปรผู้ประกอบการอาชีพในกลุ่มเอนเตอร์เทนที่ทำศัลยกรรมเสริมหน้าอกจากคัพเอไปคัพดี ตัวแปรผู้ประกอบการอาชีพพนักงานขายที่ทำศัลยกรรมเสริมหน้าอกจากคัพเอไปคัพดี และตัวแปรผู้ประกอบการอาชีพสอนออกกำลังกายที่ทำศัลยกรรมเสริมหน้าอกจากคัพเอไปคัพดีส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงรายได้ในทิศทางเดียวกัน แต่ตัวแปรผู้ประกอบการอาชีพพนักงานขาย ตัวแปรนักเรียนหรือนักศึกษา ตัวแปรผู้ประกอบการอาชีพครู ตัวแปรการทำศัลยกรรมเสริมคาง และตัวแปรนายแบบหรือนางแบบที่ทำศัลยกรรมเสริมจมูกส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงรายได้ในทิศทางตรงกันข้าม มีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 ตัวแปรการทำศัลยกรรมเสริมหน้าอกส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงรายได้ในทิศทางตรงกันข้าม มีนัยสำคัญที่ระดับความ

เชื่อมั่นร้อยละ 95 ตัวแปรสถานภาพโสด ตัวแปรระดับการศึกษาปริญญาโท ตัวแปรการทำศัลยกรรมเสริมจมูก และตัวแปรผู้ประกอบการอาชีพสอนออกกำลังกายที่ทำศัลยกรรมเสริมจมูกส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงรายได้ในทิศทางเดียวกัน มีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90 โดยรวมแล้วในแบบจำลองที่ 1 นี้มีนัยสำคัญทางสถิติ ($F\text{-statistic}=22.03605$, $p<0.001$) แสดงว่าตัวแปรอิสระสามารถอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรตามได้ร้อยละ 50.3062 ค่าคงเหลือมีการแจกแจงแบบปกติตามการทดสอบ Jarque-Bera ($p=0.092$) และ residual plots แสดงความเป็น Homoscedasticity อย่างชัดเจน ค่า Durbin-Watson เท่ากับ 1.824962 แสดงว่าไม่มี Autocorrelation นอกจากนี้ค่า VIF ของตัวแปรอิสระทั้งหมดอยู่ในช่วง 1.20 - 2.43 และค่า Tolerance อยู่ระหว่าง 0.12 - 0.78 จึงสรุปได้ว่าไม่มีปัญหา multicollinearity ในแบบจำลองที่ 2 ตัวแปรเพศชาย ตัวแปรผู้ประกอบการอาชีพเสริมขายสินค้าออนไลน์ ตัวแปรผู้ประกอบการอาชีพครั้งแรก ตัวแปรผู้ประกอบการอาชีพขายสินค้าออนไลน์ที่ทำศัลยกรรมเสริมหน้าอก ตัวแปรผู้ประกอบการอาชีพในกลุ่มเอนเตอร์เทนที่ทำศัลยกรรมเสริมหน้าอก ตัวแปรผู้ประกอบการอาชีพพนักงานขายที่ทำศัลยกรรมเสริมหน้าอก และตัวแปรนักเรียนหรือนักศึกษาที่ทำศัลยกรรมเสริมหน้าอก ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงรายได้ในทิศทางเดียวกัน แต่ตัวแปรผู้ประกอบการอาชีพพนักงานขาย ตัวแปรนักเรียนหรือนักศึกษา ตัวแปรการทำศัลยกรรมเสริมคาง และตัวแปรนายแบบหรือนางแบบที่ทำศัลยกรรมเสริมจมูกส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงรายได้ในทิศทางตรงกันข้าม มีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 ตัวแปรสถานภาพโสดส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงรายได้ในทิศทางเดียวกัน แต่ตัวแปรผู้ประกอบการอาชีพครู มีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ตัวแปรการทำศัลยกรรมเสริมจมูก ตัวแปรผู้ประกอบการอาชีพสอนออกกำลังกายที่ทำศัลยกรรมเสริมจมูกส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงรายได้ในทิศทางเดียวกัน ตัวแปรการทำศัลยกรรมตกแต่งหน้าตาสองชั้นส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงรายได้ในทิศทางตรงกันข้าม มีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90 โดยรวมแล้วในแบบจำลองที่ 2 นี้มีนัยสำคัญทางสถิติ ($F\text{-statistic}=25.06057$, $p<0.001$) แสดงว่าตัวแปรอิสระสามารถอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรตามได้ร้อยละ 49.4276 ค่าคงเหลือมีการแจกแจงแบบปกติตามการทดสอบ Jarque-Bera ($p=0.102$) และ residual plots แสดงความเป็น Homoscedasticity อย่างชัดเจน ค่า Durbin-Watson เท่ากับ 1.965874 แสดงว่าไม่มี Autocorrelation นอกจากนี้ค่า VIF ของตัวแปรอิสระทั้งหมดอยู่ในช่วง 1.13 - 2.05 และค่า Tolerance อยู่ระหว่าง 0.25 - 0.89 จึงสรุปได้ว่าไม่มีปัญหา multicollinearity ในแบบจำลองนี้ ในแบบจำลองที่ 3 ตัวแปรค่าดัชนีมวลกาย ตัวแปรเพศชาย ตัวแปรผู้ประกอบการอาชีพเสริมขายสินค้าออนไลน์ ตัวแปรผู้ประกอบการอาชีพครั้งแรก ตัวแปรการทำศัลยกรรมยกกระชับใบหน้า ตัวแปรการทำศัลยกรรมเสริมจมูก และตัวแปรนักเรียนหรือนักศึกษาที่ทำศัลยกรรมเสริมหน้าอกส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงรายได้ในทิศทางเดียวกัน แต่ตัวแปรนักเรียนหรือนักศึกษาส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงรายได้ในทิศทางตรงกันข้าม มีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 ตัวแปรสถานภาพโสดส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงรายได้ในทิศทางเดียวกัน แต่ตัวแปรการทำศัลยกรรมตกแต่งหน้าตาสองชั้นส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงรายได้ในทิศทางตรงกันข้าม มีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ตัวแปรการทำศัลยกรรมตัดปีกจมูก และตัวแปรผู้ประกอบการอาชีพที่ต้องใช้ความงามที่ทำศัลยกรรมเสริมหน้าอกส่งผล

ต่อการเปลี่ยนแปลงรายได้ในทิศทางเดียวกัน แต่ตัวแปรผู้ประกอบการอาชีพที่ต้องใช้ความงามที่ทำให้
 ศัลยกรรมเสริมจมูก มีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90 โดยรวมแล้วในแบบจำลองที่ 3 นี้มี
 นัยสำคัญทางสถิติ ($F\text{-statistic}=23.040463$, $p<0.001$) แสดงว่าตัวแปรอิสระสามารถอธิบายความ
 แปรปรวนของตัวแปรตามได้ร้อยละ 37.6621 ค่าคงเหลือมีการแจกแจงแบบปกติตามการทดสอบ
 Jarque-Bera ($p=0.103$) และ residual plots แสดงความเป็น Homoscedasticity อย่างชัดเจน
 ค่า Durbin-Watson เท่ากับ 1.853491 แสดงว่าไม่มี Autocorrelation นอกจากนี้ค่า VIF ของตัวแปร
 อิสระทั้งหมดอยู่ในช่วง 1.09 - 2.11 และค่า Tolerance อยู่ระหว่าง 0.18 - 0.75 จึงสรุปได้ว่าไม่มีปัญหา
 multicollinearity ในแบบจำลองนี้ ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการประมาณค่าแบบจำลองการเปลี่ยนแปลงรายได้จากการทำศัลยกรรม

ตัวแปรอิสระ	การเปลี่ยนแปลงรายได้จากการทำศัลยกรรมเสริมความงาม		
	แบบที่ 1	แบบที่ 2	แบบที่ 3
C	-2,393.88	-5,143.482	-18,999.99***
Age	19.5175	6.004	-20.47671
BMI	-14.3015	-14.13678	522.9109***
Male	4,876.015***	4,810.134***	5,664.56***
Single	4,119.783*	5,166.928**	4,821.106**
Bachelor	595.935	504.5179	3,663.963
Master	3,349.813*	3,939.091*	2,392.742
Experience1-3year	-2,437.752	-1,878.136	41.68202
Experience3-5year	-2,611.922	-537.3701	-940.8217

ตัวแปรอิสระ	การเปลี่ยนแปลงรายได้จากการทำศัลยกรรมเสริมความงาม		
	แบบที่ 1	แบบที่ 2	แบบที่ 3
Experience more 5 year	-4,528.084	-2,439.703	-2,944.517
Job_use_beauty			-637.9427
Online_seller	868.7185	1,385.001	
Entertainer	-3,676.251	-3,362.76	
Flight_attendant	-3,052.923	-3,136.544	
Sales_representative	-25,400.76***	-14,774.37***	
Financial_officer	-2,714.009	-2,701.542	-1,924.021
Student	-15,470.54***	-17,055.91***	-13,323.21***
Teacher	-8,755.971***	-8,232.502**	-1,624.65
Online_seller_part_time	12,587.48***	12,631.45***	7,203.674***
Entertainer_part_time	-531.0432	-388.4048	3,559.798
First_Jobber	13,084.82***	14,467.62***	12,799.01***
Alarplsty	420.4173	300.7234	1,945.016*
Breast		4,445.276	3,952.615
Breast_AC	7,150.677		
Breast_AD	-2,234.724		
Breast_BD	15,699.72		
Chin	-11,068.23***	-12,111.57***	-3,618.18
Eyelid	-1,816.115	-2,024.983*	-2,245.632**
Forehead	-3,123.899**	-1,533.44	-1,097.658
Lifting	-679.1217	-432.7496	2,935.052***
Nose	2,741.59*	2,840.932*	5,007***
Nose*Jobs_use_beauty			-3,927.069*
Nose* Online_seller	985.7668	397.2097	
Nose*Entertainer	-644.25	-1,107.766	
Nose*Model	-13,762.29***	-13,702.64***	
Nose*Sales	11,486.06***	863.2249	
Nose*Trainer	3,740.537*	3,653.683*	

ตัวแปรอิสระ	การเปลี่ยนแปลงรายได้จากการทำศัลยกรรมเสริมความงาม		
	แบบที่ 1	แบบที่ 2	แบบที่ 3
Nose*Student	-1,315.261	806.329	-1,523.372
Nose*Teacher	6,108.522	5,718.333	2,527.605
Breast*Jobs_use_beauty			8,245.53*
Breast*Online_seller		10,112.95***	
Breast*Entertainer		18,035.15***	
Breast*Model		-2,408.677	
Breast*Sales		17,435.03***	
Breast*Trainer		11,643.49	
Breast*Student		12,334.75***	13,054.06***
Breast_AC*Online_seller	7,488.531		
Breast_AC*Entertainer	13,025.84		
Breast_AC*Model	-3,867.544		
Breast_AC*Sales	1,403.871		
Breast_AC*Student	7,789.214		
Breast_AC*Trainer	-2,327.767		
Breast_AD* Online_seller	15,942.99**		
Breast_AD*Entertainer	25,997.68***		
Breast_AD*Model	3,785.458		
Breast_AD*Sales	23,960.94***		
Breast_AD*Student	16,016.57***		
Breast_AD*Trainer	24,058.57***		
Breast_BD*Online_seller	-770.3416		
Breast_BD*sales	16,061.01		
Breast_BD*Student	4,862.583		
R squared	0.526976	0.494276	0.376621
Adjusted R squared	0.503062	0.474553	0.358722
F-statistic	22.03605	25.06057	23.040463
Prob(F-statistic)	0.000000	0.000000	0.000000

ภายใต้ขอบเขตระยะเวลาที่ทำการศึกษา 5 ปี ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2560 ถึง พ.ศ. 2564 แบบจำลองการเปลี่ยนแปลงรายได้จากการทำศัลยกรรมเสริมความงามทั้ง 3 แบบจำลอง (ตารางที่ 4.3) พบว่า ในแบบจำลองที่ 1 ซึ่งมีความละเอียดที่สุด เมื่อกำหนดปัจจัยอื่นคงที่ เพศชายจะมีการเปลี่ยนแปลงรายได้สูงกว่าเพศหญิง 4,876.015 บาท ผู้ที่มีสถานภาพโสดจะมีการเปลี่ยนแปลงรายได้มากกว่าผู้ที่มีสถานภาพ

สมรส 4,119.783 บาท ผู้ที่มีระดับการศึกษาปริญญาโทจะมีการเปลี่ยนแปลงรายได้ 3,349.813 บาท ผู้ประกอบอาชีพพนักงานขายจะมีการเปลี่ยนแปลงรายได้ลดลง 25,400.76 บาท นักเรียนหรือนักศึกษามีการเปลี่ยนแปลงรายได้ลดลง 15,470.54 บาท และผู้ประกอบอาชีพครูมีการเปลี่ยนแปลงรายได้ลดลง 8,755.971 บาท ซึ่งสอดคล้องกับความเป็นจริงที่ว่าในปีพ.ศ. 2564 ผู้ที่ประกอบอาชีพส่วนใหญ่ได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 อย่างไรก็ตามยังมีบางอาชีพที่มีรายได้โดดเด่นขึ้นมา เช่น ผู้ประกอบอาชีพเสริมขายสินค้าออนไลน์มีการเปลี่ยนแปลงรายได้ 12,587.48 บาท ซึ่งในช่วงการแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 เป็นแรงผลักดันให้ผู้คนเข้าสู่โลกออนไลน์มากยิ่งขึ้น พ่อค้าแม่ค้าที่สามารถปรับตัวทันแล้วเข้าสู่ตลาดออนไลน์ได้เร็วย่อมนำมาสู่การเปลี่ยนแปลงรายได้ที่มากขึ้น ในขณะที่ผู้ประกอบอาชีพครั้งแรกมีการเปลี่ยนแปลงรายได้ 13,084.82 บาท เกิดจากก่อนหน้านี้คนในกลุ่มนี้อาจจะเป็นนักเรียนหรือนักศึกษาที่ยังไม่มีรายได้จากการทำงาน เมื่อเข้าสู่การทำงานทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงรายได้ที่สูงขึ้น การทำศัลยกรรมเสริมคางมีการเปลี่ยนแปลงรายได้ลดลง 11,068.23 บาท เช่นเดียวกับการทำศัลยกรรมเสริมหน้าผากมีการเปลี่ยนแปลงรายได้ลดลง 3,123.899 บาท การทำศัลยกรรมทั้ง 2 ชนิดมีผู้ที่เลือกทำศัลยกรรมน้อยจึงเป็นข้อจำกัดทางข้อมูลที่ทำให้การเปลี่ยนแปลงรายได้ลดลง การทำศัลยกรรมเสริมจมูกมีการเปลี่ยนแปลงรายได้ 2,741.59 บาท ซึ่งสอดคล้องกับความเป็นจริงที่ว่าจมูกเป็นจุดดึงดูดทางสายตาของผู้พบเจอและทำให้เสมอความดูดี เมื่อทำศัลยกรรมเสริมจมูกแล้วความงามของผู้ที่ทำศัลยกรรมก็จะสูงกว่าค่าเฉลี่ย จึงนำมาสู่การเปลี่ยนแปลงรายได้ที่เพิ่มขึ้น นายแบบหรือนางแบบที่มีการทำศัลยกรรมเสริมจมูกมีการเปลี่ยนแปลงรายได้ลดลง 13,762.29 บาท ในการสำรวจมีผู้ที่เป็นายแบบหรือนางแบบน้อยจึงเป็นข้อจำกัดของข้อมูลที่จะอธิบายการเปลี่ยนแปลงรายได้ได้ ผู้ประกอบอาชีพพนักงานขายที่มีการทำศัลยกรรมเสริมจมูกมีการเปลี่ยนแปลงรายได้ 11,486.06 บาท พ่อค้าแม่ค้าที่ดี สวย หล่อ และโดดเด่นย่อมสามารถเพิ่มยอดขายได้ นำมาสู่รายรับและการเปลี่ยนแปลงรายได้ที่เพิ่มสูงขึ้น ผู้ประกอบอาชีพสอนออกกำลังกายที่มีการทำศัลยกรรมเสริมจมูกมีการเปลี่ยนแปลงรายได้ 3,740.537 บาท ถึงแม้ว่าผู้ที่ประกอบอาชีพสอนออกกำลังกายจะเผชิญปัญหาการแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 แต่ก็มีผู้ที่ประกอบอาชีพสอนออกกำลังกายที่ทำศัลยกรรมบางท่านยังคงมีลูกค้าใช้บริการอยู่โดยเปลี่ยนไปสอนตัวต่อตัวในพื้นที่บ้านลูกค้าหรือการสอนออนไลน์ ผู้ประกอบอาชีพขายสินค้าออนไลน์ที่มีการทำศัลยกรรมเสริมหน้าอกจากคัพเอไปคัพดีมีการเปลี่ยนแปลงรายได้ 15,942.99 บาท คนในกลุ่มนี้มีการขายสินค้าบนโลกออนไลน์ซึ่งการมีรูปร่างที่สวยงาม รวมไปถึงขนาดหน้าอกที่เหมาะสมกับรูปร่างหรืออาจจะมิขนาดใหญ่ออมเป็นจุดดึงดูดสายตาผู้ที่เข้ามาดูการไลฟ์ขายสินค้าและนำมาสู่รายได้ที่เพิ่มสูงขึ้น ผู้ประกอบอาชีพในกลุ่มเอนเตอร์เทนที่มีการทำศัลยกรรมเสริมหน้าอกจากคัพเอไปคัพดีมีการเปลี่ยนแปลงรายได้ 25,997.68 บาท ซึ่งผู้ที่อยู่ในกลุ่มนี้มีทั้งดารานักแสดง ผู้มีชื่อเสียง รวมไปถึงผู้ที่ผลิตสื่อผู้ใหญ่ ซึ่งการมีขนาดหน้าอกที่ใหญ่ย่อมดึงดูดให้ผู้ติดตามผลงานมากขึ้น ทำให้มีการเปลี่ยนแปลงรายได้มากขึ้น นักเรียนหรือนักศึกษาที่มีการทำศัลยกรรมเสริมหน้าอกจากคัพเอไปคัพดีมีการเปลี่ยนแปลงรายได้ 16,016.57 บาท โดยปกติแล้วในกลุ่มนักศึกษาทั่วไปที่ไม่ได้ประกอบอาชีพเสริมระหว่างเรียนย่อมไม่มีรายได้ประจำ เมื่อเผชิญหน้ากับการแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ย่อมทำให้รายได้ลดลงไปด้วย แต่ในกลุ่มนักศึกษาที่ทำศัลยกรรมเสริมหน้าอกคัพเอ

ไปคัพดีนั้นย่อมมีผู้สนับสนุนค่าใช้จ่ายนักเรียนหรือนักศึกษากลุ่มนี้อยู่ ผู้ประกอบอาชีพสอนนอกกำลังกายที่มีการทำศัลยกรรมเสริมหน้าอกจากคัพเอไปคัพดีมีการเปลี่ยนแปลงรายได้ 24,058.57 บาท ผู้ที่สอนนอกกำลังกายที่มีรูปร่างที่ดีย่อมมีผู้ที่ต้องการเรียนนอกกำลังกายมากขึ้น และเมื่อมีการแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ทำให้ผู้สอนหันไปสอนที่บ้านมากขึ้นหรือปรับเป็นการสอนออนไลน์นั้นทำให้รายได้ของคนกลุ่มนี้มากขึ้นส่งผลให้การเปลี่ยนแปลงรายได้มากขึ้นเช่นกัน จึงสามารถสรุปอาชีพที่มีการเปลี่ยนแปลงรายได้จากมากไปน้อย ดังต่อไปนี้ ผู้ประกอบอาชีพในกลุ่มเอนเตอร์เทนที่มีการทำศัลยกรรมเสริมหน้าอกจากคัพเอไปคัพดี ผู้ประกอบอาชีพสอนนอกกำลังกายที่มีการทำศัลยกรรมเสริมหน้าอกจากคัพเอไปคัพดี ผู้ประกอบอาชีพพนักงานขายที่มีการทำศัลยกรรมเสริมหน้าอกจากคัพเอไปคัพดี นักเรียนหรือนักศึกษาที่มีการทำศัลยกรรมเสริมหน้าอกจากคัพเอไปคัพดี ผู้ประกอบอาชีพขายสินค้าออนไลน์ที่มีการทำศัลยกรรมเสริมหน้าอกจากคัพเอไปคัพดี ผู้ประกอบอาชีพพนักงานขายที่มีการทำศัลยกรรมเสริมจมูก ผู้ประกอบอาชีพสอนนอกกำลังกายที่มีการทำศัลยกรรมเสริมจมูก

5. บทสรุปและข้อเสนอแนะ (Conclusion an Recommendations)

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการทำศัลยกรรมเสริมความงามแต่ละประเภทกับการเปลี่ยนแปลงรายได้ของกลุ่มผู้ประกอบอาชีพต่าง ๆ โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 1,040 คน ซึ่งล้วนเป็นผู้ที่เคยทำศัลยกรรมเสริมความงามภายในระยะเวลา 5 ปี ระหว่าง พ.ศ. 2560 ถึง 2564 ในประเทศไทย ผ่านแบบสอบถามออนไลน์และคิวอาร์โค้ดตามสถาบันเสริมความงาม โดยใช้แบบสอบถามที่แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบ และข้อมูลเกี่ยวกับการทำศัลยกรรม จากนั้นจึงวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) พร้อมพิจารณาผลของปฏิสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร (Interaction Effect) ผลการวิจัยพบว่า ตัวแปรเพศชาย ผู้ที่มีสถานภาพโสด ผู้ที่มีระดับการศึกษาปริญญาโท ผู้ประกอบอาชีพขายสินค้าออนไลน์ ผู้ประกอบอาชีพครั้งแรก กลุ่มเอนเตอร์เทน ผู้ที่ทำศัลยกรรมเสริมจมูก และผู้ที่ทำศัลยกรรมเสริมหน้าอกจากคัพเอไปคัพดี มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงรายได้ในทิศทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยเฉพาะในกลุ่มพนักงานขาย นักเรียนหรือนักศึกษา และครูบางกลุ่มที่มีผลในทิศทางลบ นอกจากนี้ยังพบว่าการทำศัลยกรรมเฉพาะบางประเภท เช่น เสริมจมูก เสริมคาง เสริมหน้าผาก และทำตาสองชั้น มีผลแตกต่างกันไปต่อการเปลี่ยนแปลงรายได้ ขึ้นอยู่กับลักษณะอาชีพและสถานภาพของผู้ทำศัลยกรรม ได้แก่ ผู้ประกอบอาชีพพนักงานขายที่มีการทำศัลยกรรมเสริมจมูก ผู้ประกอบอาชีพสอนนอกกำลังกายที่มีการทำศัลยกรรมเสริมจมูก ผู้ประกอบอาชีพขายสินค้าออนไลน์ที่มีการทำศัลยกรรมเสริมหน้าอกจากคัพเอไปคัพดี ผู้ประกอบอาชีพในกลุ่มเอนเตอร์เทนที่มีการทำศัลยกรรมเสริมหน้าอกจากคัพเอไปคัพดี นักเรียนหรือนักศึกษาที่มีการทำศัลยกรรมเสริมหน้าอกจากคัพเอไปคัพดี ผู้ประกอบอาชีพสอนนอกกำลังกายที่มีการทำศัลยกรรมเสริมหน้าอกจากคัพเอไปคัพดี มีการเปลี่ยนแปลงรายได้ในทิศทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งนี้ ผลการวิเคราะห์เชิงสถิติในทั้ง 3 แบบจำลองแสดงให้เห็นว่าตัวแปรอิสระสามารถอธิบายความแปรปรวนของรายได้ได้ในระดับที่น่าพอใจ โดยไม่มีปัญหาเรื่องความเป็นอิสระของค่าคงเหลือ ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ ข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์และ

พูดคุยอย่างไม่เป็นทางการยังช่วยเสริมความสมบูรณ์ของข้อมูล ป้องกันปัญหา Endogeneity และเปิดโอกาสให้ผู้ให้ข้อมูลแสดงประสบการณ์ส่วนตัวอย่างเป็นธรรมชาติ การทำัลยกรรมเสริมความงามบางประเภทสามารถส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงรายได้ในบางกลุ่มอาชีพ โดยเฉพาะกลุ่มอาชีพที่ต้องอาศัยภาพลักษณ์ในการประกอบอาชีพ ดังนั้นจึงควรมีการให้ข้อมูลและคำปรึกษาก่อนการตัดสินใจทำัลยกรรมเพื่อประเมินประโยชน์และผลกระทบในบริบทส่วนบุคคลและอาชีพอย่างรอบด้าน การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาในกรุงเทพมหานครเท่านั้น หากขยายขอบเขตและพื้นที่ของการศึกษาไปสู่ต่างจังหวัดอาจจะพบข้อมูลใหม่ที่ต่อยอดงานวิจัยในครั้งนี้ได้

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

- กนกพร กระจำแสง, ประสพชัย พสุนนท์, และธีระวัฒน์ จันทิก. (2561). การวิเคราะห์องค์ประกอบพฤติกรรม การเลือกทำศัลยกรรมเสริมความงามของผู้หญิงวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยธนบุรี, 12(28). 64-75.
- กันยพัชร วิชาญชัยสิทธิ์. (2561). กระบวนการตัดสินใจทำศัลยกรรมเสริมความงามของผู้บริโภค. (การค้นคว้าอิสระ ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ)
<http://dspace.bu.ac.th/jspui/handle/123456789/3136>.
- จุฑารัตน์ วรประทีป. (2552). หลักสถิติ. สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ชนัชชา ศรีชุมพล, และบุญญรัตน์ สัมพันธ์วัฒนชัย. (2561). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจทำศัลยกรรมเสริมความงามของผู้ใช้บริการชาวไทยที่อยู่ในเจนเอเรชั่น X และเจนเอเรชั่น Y ในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารมหาวิทยาลัยพายัพ, 28(2), 107-116.
- นฤพนธ์ โจนพิทยากร. (2561). เสริมหน้าอก รู้ให้จริง เลือกให้เป็น สวยได้สบายใจ. <https://www.bangkokhospital.com/content/breast-augmentation>.
- บงกช เพชรกล้า. (2565). ความคุ้มค่าในการลงทุนทำศัลยกรรมในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล. <https://rsuir-library.rsu.ac.th/handle/123456789/2069>.
- ปริดา รูปแก้ว, และวริยา ล้ำเลิศ. (2562). มาตรการทางกฎหมายในการควบคุมสถานพยาบาลในการทำศัลยกรรมความงาม. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์, 6(1), 26-40.
- พูนพิศมัย สุวะโจ. (2565). Sex Affirmation Surgery ผ่าตัดเปลี่ยนเพศยืนยันความเป็นตัวคุณ. <https://www.bangkokhospital.com/content/sex-affirmation-surgery>.
- รังสิมา วณิชภักดีเดชา. (2555). การร้อยไหมเพื่อยกกระชับ (Thread Lifting). <https://www.si.mahidol.ac.th/Th/healthdetail.asp?aid=1006>.
- รสพร บุบผะศิริ, และบุรณี กาญจนถวัลย์. (2560). แนวโน้มการทำศัลยกรรมเสริมความงาม และปัจจัยที่เกี่ยวข้องของนักเรียนหญิงระดับชั้นมัธยมปลายในโรงเรียนเขตกรุงเทพมหานคร. Chulalongkorn Medical Journal, 61(5). 677-688.
- เล็ก กาญจนโกมุต. (2561). ดูดไขมันเฉพาะส่วน กำจัดส่วนเกิน พร้อมอวดหุ่นเป๊ะ. <https://www.bangkokhospital.com/content/liposuction>.
- วีรวัฒน์ ตีรนนท์มงคล. (2565). การผ่าตัดแปลงเพศ จากชายเป็นหญิง (Gender Affirmation Surgery - Male to Female). <https://www.samitivejhospitals.com/th/article/detail/gender-affirmation-surgery>.
- สหัชฐา เมฆสุธีพิทักษ์, Yong Yoon, Piti Srisangnam. (2564). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการทำศัลยกรรมความงามสไตล์เกาหลีของผู้หญิงข้ามเพศในประเทศไทย. การประชุมวิชาการและนำเสนอ

ผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 12 “Global Goals, Local Actions: Looking Back and Moving Forward 2021”.

เอชอาร์อีเอ็กซ์ เอเชีย. (2566). คนเก่งแต่ไม่หล่อ vs คนหล่อแต่ไม่เก่ง บุคลิกภาพ ความหล่อ ความสวย สำคัญกับการทำงานอย่างไร. <https://th.hrnote.asia/recruit/050323-handsome-vs-ugly/>.

ภาษาอังกฤษ

Agrawal, K. S., Pabari, M., & Shrotriya, R. (2016). A Refined Technique for Management of Nasal Flaring: The Quest for the Holy Grail of Alar Base Modification. *Archives of Plastic Surgery*, 43(6), 604-607.

Balaz, P., & O'Neill, S. (2019). Liposuction Is Not Just an Aesthetic Surgery Procedure. *European Journal of Vascular and Endovascular Surgery*, 58(5), 761.

Barro, R. J. (1991). Economic Growth in a Cross Section of Countries. *The Quarterly Journal of Economics*, 106(2), 407-443.

Bender, R. G. (2017). *Pretty people have a harder time getting certain jobs, says science*. <https://www.yahoo.com/lifestyle/pretty-people-hard-time-getting-jobs-says-science-132216466.html?guccounter=1>.

Bennett, J. (2010). *Poll: How Much Is Beauty Worth at Work?* <https://www.newsweek.com/poll-how-much-beauty-worth-work-74305>.

Bensoussan, J. C., Bolton, M. A., Pi, S., Powell-Hicks, A. L., Postolova, A., Razani, B., Reyes, K., & IsHak, W. W. (2014). Quality of life before and after cosmetic surgery. *CNS Spectrums*, 19(4), 282-292.

Brown, J. (2015). *Attractive Men Less Likely To Be Promoted*. https://www.askmen.com/news/power_money/attractive-men-less-likely-to-be-promoted.html.

Biddle, E. J., & Hamermesh, D. S. (1995). beauty productivity and discrimination lawyers' looks and lucre. *Journal of Labor Economics*, 16(1), 172-201.

Cagli, B., Cogliandro, A., Barone, M., & Persichetti, P. (2014). Quality-of-life outcomes between mastectomy alone and breast reconstruction: comparison of patient-reported BREAST-Q and other health-related quality-of-life measures. *PLASTIC AND RECONSTRUCTIVE SURGERY*, 133(4), 594e-595e.

Cieplinski, A., D'Alessandro, S., Dwarkasing, C., & Guarnieri, P. (2023). Narrowing women's time and income gaps: An assessment of the synergies between working time reduction and universal income schemes. *World Development*, 167, 106233.

Cuddy, A. (2012). *First Impressions: The Science of Meeting People*. <https://www.wired.com/2012/11/amy-cuddy-first-impressions/>.

- Doorley, K., & Sierminska, E. (2015). Myth or fact? The beauty premium across the wage distribution in Germany. *Economics Letters*, 129, 29-34.
- Fletcher, J. M. (2009). Beauty vs. brains: Early labor market outcomes of high school graduates. *Economics Letters*, 105(3), 321-325.
- Gardener, C., Pandis, L., Grigatti, M., Vindigni, V., Bassetto, F., & Brambullo, T. (2020). Bowel perforation after liposuction in abdominal contouring surgery: Case report. *International Journal of Surgery Case Reports*, 72, 5-9.
- Gimlin, D. (2000). Cosmetic Surgery: Beauty as Commodity. *Qualitative Sociology*, 23(1), 77-98.
- Glynou, S. P., Petmeza, C. A., Georgiannakis, A., Sousi, S., Zargaran, A., Zargaran, D., & Mosahebi, A. (2024). Perceptions, Awareness and Influences of Medical Students Towards Plastic Surgery: A Systematic Review. *JPRAS Open*, 40, 320-335.
- Goble, M., Cereceda-Monteoliva, N., & Cavale, N. (2024). Persistent lactation in bilateral breast implant augmentation: A case report and review of the literature. *JPRAS Open*, 40, 124-129.
- Guo, J-S., Ng, K. L. B., Lee, S-S., Lai, Y-W., & Wu, Y-C. (2024). Custom-Made Implant Fabrication for Chin Augmentation Using Piled-Up Expanded Polytetrafluoroethylene Sheets: An Innovative Surgical Technique and Literature Review. *Aesthetic Plastic Surgery*, 48(11), 2018-2024.
- Gupta, R., John, J., Ranganathan, N., Stepanian, R., Gupta, M., Hart, J., Nossoni, F., Shaheen, K., Folbe, A., & Chaiyasate, K. (2022). Outcomes of Closed versus Open Rhinoplasty: A Systematic Review. *Archives of Plastic Surgery*, 49(5), 569-579.
- Hamermesh, D. S. (2010). *Beauty Pays: Why Attractive People Are More Successful*. Princeton University Press.
- Hollander, M. H. J., Contini, M., Pott, J. W., Vissink, A., Schepers, R. H., & Jansma, J. (2019). Functional outcomes of upper eyelid blepharoplasty: A systematic review. *Journal of Plastic, Reconstructive & Aesthetic Surgery*, 72(2), 294-309.
- Hou, J., Wu, S., & Pan, B. (2023). Exploration of surgical approach to reconstruct smile-like lip shape in East-Asian women. *Journal of Plastic, Reconstructive & Aesthetic Surgery*, 82, 121-126.
- Huang, Y-L., & Liang, B. C-P. (2024). Evolving Forehead Augmentation: A Five-step Approach with High G Prime Hyaluronic Acid. *Plastic and Reconstructive Surgery – Global Open*, 12(1). Retrieved from DOI: 10.1097/GOX.0000000000005549.

- Itami, H. (1987). *Mobilizing Invisible Asset*. Harvard University Press.
- Kesmodel, U. S. (2018). Cross-sectional studies – what are they good for?. *Acta Obstetricia et Gynecologica Scandinavica*, 97(4), 388-393.
- Kraft, P. (2012). *THE ROLE OF BEAUTY IN THE LABOR MARKET*. [Dissertation]. Charles University Retrieved from <https://www.cerge-ei.cz/pdf/dissertations/2012-kraft.pdf>.
- Lloyd M. K., & Shaw, W. W. (1999). The Effect of Increased Plastic Surgeon Supply on Fees for Aesthetic Surgery : An Economic Analysis. *Plastic and Reconstructive Surgery*, 104(2), 564-565
- Ma, Q., & Hu, Y. (2015). Beauty Matters: Social Preferences in a Three-Person Ultimatum Game. *Plos one*, 10(5). Retrieved from <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0125806>.
- Marra, C., Cuomo, R., Ceccaroni, A., Pentangelo, P., & Alfano, C. (2024). Acellular dermal matrix in breast augmentation surgery: A systematic review. *JPRAS Open*, 40(6), 111-117.
- McConnell, C., Brue, S., & Macpherson, D. (2009). *Contemporary labor economics* (9th ed.). McGraw-Hill.
- Mess, S. A., & Amalfi, A. N. (2021). Expanding Indications for Fat Transfer to the Breast Beyond Reconstruction: Natural Augmentation, Tuberosus Breast Correction, Implant Exchange. *Advances in Cosmetic Surgery*, 4(1), 123-136.
- Mocan, N., Tekin, E. (2010). Ugly Criminals. *The Review of Economics and Statistics*, 92(1), 15-30.
- Park, J. (2006). Dispersion of human capital and economic growth. *Journal of Macroeconomics*, 28(3), 520-539.
- Pinilla-Roncancio, M., Cedeño-Ocampo, G., Medina Ch, A. M., Cortés-García, C. M., & Muñoz-Veira, B. (2024). Changing levels of income and multidimensional poverty among persons with disabilities in Colombia: A pseudo panel analysis. *SSM - Population Health*, 25, 101571.
- Póvoa, A. C. S., Pech, W., Viacava, J. J. C., & Schwartz, M. T. (2020). Is the beauty premium accessible to all? An experimental analysis. *Journal of Economic Psychology*, 78, 102252.
- Prohmchum, C. (2014). *Attitudes and perceptions of urban women in Thailand toward facial cosmetic surgery*. [Master Independent Study]. Thammasat University. Retrieved from https://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2014/TU_2014_5602040114_1509_519.pdf.
- Alsarraf, R. M., Larrabee, W. F., & Johnson, C. M. (2001). Cost Outcomes of Facial Plastic Surgery Regional and Temporal Trends. *Archives of Facial Plastic Surgery*, 3(1), 44-47.

- Alsarraf, R., Alsarraf, N. W., Larrabee, W. F., & Johnson, C. M. (2002). Cosmetic Surgery Procedures as Luxury Goods Measuring Price and Demand in Facial Plastic Surgery. *Archives of Facial Plastic Surgery*, 4(2), 105-110.
- Rezaei, S. J., Boskey, E. R., & Ganor, O. (2023). Body mass index and benign breast surgeries: A survey of plastic surgeons' knowledge and attitudes. *JPRAS Open*, 36, 46-54.
- Saito, T., Tu, J. C-Y., Chou, P-Y., & Lo, L-J. (2024). Primary rhinoplasty in patients with bilateral cleft lip: Longitudinal results and comparison between closed and semi-open approaches. *Journal of Plastic, Reconstructive & Aesthetic Surgery*, 89, 117-124.
- Schultz, T. W. (1961). Investment in Human Capital. *The American Economic Review*, 51(1), 1-17.
- Sierminska, E., & Liu, X. (2015). Beauty and the Labor Market. In *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences*, 2nd edition. (pp. 383-391). Elsevier.
- Statista. (2022). *Most common cosmetic surgical procedures in Thailand in 2020*. <https://www.statista.com/statistics/1012552/thailand-most-common-cosmetic-surgical-procedures/>.
- Kurkjian, T. J., Kenkel, J. M., Sykes, J. M., & Duffy, S. C. (2011). Impact of the Current Economy on Facial Aesthetic Surgery. *Aesthetic Surgery Journal*, 31(7), 770-774.
- Votto, S. S., Read-Fuller, A., & Reddy, L. (2021). Lip Augmentation. *Oral and Maxillofacial Surgery Clinics of North America*, 33(2), 185-195.
- Widdows, H., & MacCallum, F. (2018). The Demands of Beauty: Editors' Introduction. *Health Care Analysis*, 26(3), 207-219.
- Wu, Y., Mulkens, S., & Alleva, J. M. (2022). Body image and acceptance of cosmetic surgery in China and the Netherlands: A qualitative study on cultural differences and similarities. *Body Image*, 40, 30-49.
- Wuttaphan, N. (2560). Human Capital Theory: The Theory of Human Resource Development, Implication, and Future. *Life Sciences and Environment Journal*, 18(2), 240-253.
- Zavala-Arciniega, L., Hirschtick, J. L., Meza, R., & Fleischer, N. L. (2024). Dual and polytobacco use disparities at the intersection of age, sex, race and ethnicity, and income among US adults. Results from the 2018–2019 TUS-CPS. *Preventive Medicine Reports*, 39, 102631.