



การเลือกเครื่องลำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาว ของวัยรุ่นน ตรีศึกษา อำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี

โดย

นางสาวพรชนัน สุขเจริญชัยกิจ

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาเฒ่าศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการคุ้มครองผู้บริโภคด้านสาธารณสุข

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2552

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

การเลือกเครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาว ของวัยรุ่น กรณีศึกษา อำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี

โดย

นางสาวพรชนัน สุขเจริญชัยกิจ

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาเภสัชศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการคุ้มครองผู้บริโภคด้านสาธารณสุข

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2552

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

**MELASMA OR WHITENING CREAMS SELECTION IN TEENAGER : CASE STUDY OF
AMPHOE BANPONG RATCHABURI**

By

Pornchanan Sukcharoenchaikitch

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree

MASTER OF PHARMACY

Program of Consumer Protection in Public Health

Graduate School

SILPAKORN UNIVERSITY

2009

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร อนุมัติให้วิทยานิพนธ์เรื่อง “ การเลือกเครื่องสำอาง
ทาฝ้า ทำให้น้ำขาว ของวัยรุ่น กรณีศึกษา อำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี ” เสนอโดย นางสาวพรชนัน
สุขเจริญชัยกิจ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาเกศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการ
คุ้มครองผู้บริโภคด้านสาธารณสุข

.....
(รองศาสตราจารย์ ดร.ศิริชัย ชินะดังกูร)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่.....เดือน..... พ.ศ.....

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

1. เกษักร อาจารย์ ดร.สุรสิทธิ์ ล้อจิตรอำนาจ
2. เกษักรหญิง อาจารย์ ดร.เยาวลักษณ์ อ่ำรำไพ

คณะกรรมการตรวจสอบวิทยานิพนธ์

..... ประธานกรรมการ
(เกษักรหญิง รองศาสตราจารย์ ระพีพรรณ ฉลองสุข)
...../...../.....

..... กรรมการ
(เกษักร รองศาสตราจารย์ ดร. สมลักษณ์ คงเมือง)
...../...../.....

..... กรรมการ
(เกษักร อาจารย์ ดร. สุรสิทธิ์ ล้อจิตรอำนาจ)
...../...../.....

..... กรรมการ
(เกษักรหญิง อาจารย์ ดร. เยาวลักษณ์ อ่ำรำไพ)
...../...../.....

49352201 : สาขาวิชาการคุ้มครองผู้บริโภคด้านสาธารณสุข

คำสำคัญ : เครื่องสำอาง / ทาฝ้า / ทำให้หน้าขาว / วัยรุ่น / การคุ้มครองผู้บริโภค

พรชนั้น สุขเจริญชัยกิจ : การเลือกเครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาว ของวัยรุ่น กรณีศึกษา อำเภอ บ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี. อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ : ภก.อ.ดร.สุรสิทธิ์ ลือจิตรอำนวย และ ภญ.อ.ดร.เยาวลักษณ์ อ่ำราไพ. 107 หน้า.

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลิตภัณฑ์ การเลือกและปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาว (เครื่องสำอาง) ของวัยรุ่น อำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 400 คน การสำรวจและการศึกษาการเลือกเครื่องสำอางตัวอย่างแบบกึ่งทดลอง

ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 58.4 มีอายุเฉลี่ย 16.3 ปี เคยได้รับข่าวสารหรือโฆษณาเครื่องสำอางจากโทรทัศน์และจากเพื่อน ร้อยละ 22.7 และ 16.9 ตามลำดับ ส่วนใหญ่เคยได้รับความรู้เกี่ยวกับเครื่องสำอางจากโทรทัศน์ ร้อยละ 19.7 และจากเพื่อน ร้อยละ 18.4 และมีประสบการณ์การใช้เครื่องสำอาง ร้อยละ 64.5 กลุ่มตัวอย่าง ร้อยละ 44.2 ซื้อเครื่องสำอางราคาไม่เกิน 100 บาท จากร้านค้าทั่วไป ห้างสรรพสินค้า และร้านค้าสะดวกซื้อ ร้อยละ 19.4, 15.9 และ 11.4 ตามลำดับ ร้อยละ 30.2 เคยประสบปัญหาจากการใช้เครื่องสำอาง กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ร้อยละ 91.9 ให้ความสำคัญกับการเลือกเครื่องสำอางที่ภาชนะบรรจุปิดมิดชิด ไม่มีร่องรอยการฉีกขาดหรือเปิดก่อนซื้อใช้ ในระดับมากถึงมากที่สุด ปัจจัยด้านเพศและประเภทของสถานศึกษามีความสัมพันธ์กับประสบการณ์ใช้เครื่องสำอางอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.001$ และ 0.041 ตามลำดับ)

การเลือกเครื่องสำอางตัวอย่าง จำนวน 10 ผลิตภัณฑ์ ของกลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 100 คน ซึ่งเป็นเครื่องสำอางที่มีฉลากถูกต้องตามที่กฎหมายกำหนด 4 ผลิตภัณฑ์ และไม่อยู่ในรายการประกาศเครื่องสำอางอันตรายของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา 5 ผลิตภัณฑ์ พบว่า ร้อยละ 58.8 ของการเลือกเครื่องสำอางตัวอย่างเป็นการเลือกเครื่องสำอางที่ถูกต้องเมื่อพิจารณาจำแนกตามฉลาก และร้อยละ 58.6 ของการเลือกเครื่องสำอางตัวอย่างเป็นการเลือกเครื่องสำอางถูกต้องเมื่อพิจารณาจำแนกตามรายการประกาศเครื่องสำอางอันตราย กลุ่มตัวอย่าง ร้อยละ 68.9 ที่เลือกเครื่องสำอางตัวอย่างโดยพิจารณาฉลากและสามารถเลือกเครื่องสำอางตัวอย่างได้ถูกต้องมากกว่า ร้อยละ 50.0 การได้รับข้อมูลข่าวสารหรือโฆษณาจากสื่อบุคคลมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับร้อยละ ของการเลือกเครื่องสำอางตัวอย่างได้ถูกต้อง โดยการพิจารณาฉลาก ($p = 0.028$)

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้ความรู้เกี่ยวกับการเลือกเครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาว กับวัยรุ่น โดยใช้สื่อประเภทโทรทัศน์ซึ่งเป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงกลุ่มวัยรุ่นได้มากที่สุด ทั้งนี้เพื่อให้วัยรุ่นสามารถเลือกเครื่องสำอางกลุ่มนี้ได้อย่างปลอดภัย

สาขาวิชาการคุ้มครองผู้บริโภคด้านสาธารณสุข บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร ปีการศึกษา 2552
ลายมือชื่อนักศึกษา.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ 1. 2.

49352201 : MAJOR : CONSUMER PROTECTION IN PUBLIC HEALTH

KEY WORDS : COSMETIC / MELASMA / WHITENING / TEENAGER / CONSUMER PROTECTION

PORNCHANAN SUKCHAROENCHAIKITCH : MELASMA OR WHITENING CREAMS SELECTION IN TEENAGER : CASE STUDY OF AMPHOE BAN PONG RATCHABURI. THESIS ADVISORS : SURASIT LOCHID-AMNUAY,Ph.D. AND YAOWALAK AMRUMPAI ,Ph.D. 107 pp.

The objectives of this study were to survey of melasma or whitening products selection and to explore factors related to cosmetic selection of teenagers in Banpong, Ratchaburi. Self-administered questionnaire was used to collect data from 400 samples. Quasi- experimental design was performed in the phase of cosmetic products selection.

The results showed that most of samples were female (58.4%), with average age at 16.3 years. They used to get the information or advertisement of cosmetics from television and their friends (22.7 % and 16.9% respectively). Most of them used to get knowledge for selecting cosmetics products from television (19.7%) and their friends (18.4 %). 64.5 % of them had experienced to melasma or whitening cream using and 44.2 % purchased these products at the price lower than 100 Baht. Shops, department stores and convenient stores were common sources of products (19.4 %, 15.9 % and 11.4 % respectively). 30.2 % of samples were used to experience to adverse effects from cosmetics. 91.9% of samples highly concerned with the cosmetic sealing and packaging when purchasing. Gender and type of school had statistical significance correlated to cosmetics product selection ($p < 0.001$ and 0.041 respectively)

Ten cosmetic products samples, with 4 legally labeled and 5 dangerous substances announced by the Thai FDA, were selected by 100 teenagers. The results revealed that 58.8 % and 58.6% of selections were appropriate considering of legally label and dangerous cosmetic announcement respectively. 68.9% of samples concerned about the cosmetics label. Of this group, teenagers selected correct products more than 50%. The relationship between receiving product information or advertisement from people and correct selection was statistical significantly found ($p = 0.028$).

The Thai FDA and related organizations should disseminate information of melasma and whitening products selection to teenagers by using television. Because of this media can be properly accessed by this group in order to select cosmetics safely.

Program of Consumer Protection in Public Health Graduate School, Silpakorn University Academic Year 2009
Student's signature
Thesis Advisors' signature 1. 2.

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาวิจัยฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี ขอกราบขอบพระคุณ ภก. อ. ดร. สุรสิทธิ์ ล้อจิตรอำนวย ภาญ. อ. ดร. เขียวลักษณ์ อ่ำรำไพ ภาญ. รศ. ระพีพรรณ ฉลองสุข และอาจารย์ผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่าน ที่ได้ให้คำแนะนำ คำปรึกษาและข้อคิดเห็นต่าง ๆ ของการวิจัยตลอดมา และขอกราบขอบพระคุณผู้อำนวยการทั้ง 12 โรงเรียน ในการให้ความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูล และคุณครูที่สละเวลาการสอนให้ และขอขอบคุณอื่น ๆ ทุกคนที่ให้ความร่วมมือในการทำแบบสอบถามอย่างดี

การวิจัยครั้งนี้ไม่อาจสำเร็จลุล่วงไปได้หากไม่ได้รับความกำลังใจจาก บิดา มารดา นางสาว และคุณยาย ซึ่งคอยดูแลและให้กำลังใจแก่ผู้วิจัยเสมอ

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญตาราง	ฎ
บทที่	
1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์การวิจัย	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
กรอบแนวคิดการวิจัย	4
สมมติฐานการวิจัย	5
ขอบเขตของการวิจัย	5
นิยามศัพท์เฉพาะ	5
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	6
วัยรุ่น	6
พัฒนาการของวัยรุ่น	7
แนวคิดสิ่งแวดล้อมพฤติกรรมของวัยรุ่น	8
แนวคิดความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรกับ พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ.....	9
เครื่องสำอางกับวัยรุ่น	10
ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการจัดสีผิวและฝ้า	11
ความผิดปกติของผิวหนังในแง่ของการที่ผิวหนังมีสีเข้มขึ้น จาก Melanin Pigment	13
สรุปสาเหตุของสีผิวผิดปกติ	13
การรักษา	14
กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค	16
สิทธิของผู้บริโภค	17

บทที่		หน้า
	ข้อควรปฏิบัติหลังจากซื้อสินค้าหรือบริการ	18
	ข้อควรระวังหลังจากซื้อสินค้าหรือบริการ	20
	การคุ้มครองผู้บริโภคด้านฉลาก	20
	กำหนดเกณฑ์เกี่ยวกับสินค้าที่ต้องควบคุมฉลาก	21
	ลักษณะของฉลาก	22
	ผลของการควบคุมฉลาก	23
	พระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2535	23
	การเปลี่ยนแปลงประเภทของเครื่องสำอาง	26
	ข้อความบนฉลากเครื่องสำอาง	27
	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	29
3	วิธีดำเนินการวิจัย	32
	ศึกษาการใช้และผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาว	32
	การศึกษาการใช้เครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาว ของวัยรุ่น อำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี	32
	ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	32
	วิธีการสุ่มตัวอย่าง	33
	เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	33
	การเก็บรวบรวมข้อมูล	34
	การวิเคราะห์ข้อมูล	35
	การศึกษาผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาว ของ วัยรุ่น อำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี	35
	ศึกษาการเลือกเครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาวตัวอย่าง	36
	ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	36
	วิธีการสุ่มตัวอย่าง	36
	เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	37
	การเก็บรวบรวมข้อมูล	37
	การวิเคราะห์ข้อมูล	38

บทที่		หน้า
4	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	39
	การศึกษาการใช้และผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาว ในเขต อำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี	39
	คุณลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	39
	การได้รับข่าวสารหรือ โฆษณาเครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้า ขาว	42
	การได้รับความรู้เกี่ยวกับการเลือกเครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้ หน้าขาว	43
	ประสบการณ์ใช้เครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาว	44
	การให้ความสำคัญในการเลือกซื้อเครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้ หน้าขาว	49
	ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างกับ ประสบการณ์ใช้เครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาว	51
	การศึกษาการเลือกเครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาว ตัวอย่าง	52
	คุณลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	52
	การได้รับข่าวสารหรือ โฆษณาเครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้า ขาว	54
	การได้รับความรู้เกี่ยวกับการเลือกเครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้ หน้าขาว	55
	ประสบการณ์ใช้เครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาว	56
	การให้ความสำคัญในการเลือกซื้อเครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้ หน้าขาว	57
	การเลือกเครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาว ตัวอย่าง	59
	เหตุผลการเลือกและไม่เลือกเครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาว ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างกับ ร้อยละการเลือกเครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาวตัวอย่าง โดย พิจารณาผลที่ได้ถูกต้องตามที่กฎหมายกำหนด	68

บทที่	หน้า
5	สรุปอภิปรายและข้อเสนอแนะ 72
	การศึกษาการใช้และผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาว ของ วัยรุ่น อำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี..... 72
	การศึกษาการเลือกเครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาว ตัวอย่าง 74
	ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย 76
	ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป 76
บรรณานุกรม	77
ภาคผนวก	79
	ภาคผนวก ก แบบสอบถามการใช้และผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางทาฝ้าทำให้หน้าขาว 80
	ภาคผนวก ข แบบสอบถามการศึกษาการเลือกเครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาว ตัวอย่าง 84
	ภาคผนวก ค เครื่องสำอางตัวอย่าง 89
	ภาคผนวก ง ประกาศเครื่องสำอางอันตราย กลุ่ม ที่พบส่วนผสมของสารห้ามใช้ ในเครื่องสำอาง ควบคุมเครื่องสำอาง สำนักงานคณะกรรมการ อาหารและยา 100
ประวัติผู้วิจัย	107

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาว	33
2	เครื่องสำอางตัวอย่างที่แสดงผลึกไม่ถูกต้องและมีประกาศเครื่องสำอางที่พบ ส่วนผสมของสารห้ามใช้ของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา.....	36
3	กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามโรงเรียน	40
4	คุณลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ อายุ รายได้ของครอบครัวต่อ เดือน และค่าใช้จ่ายที่ได้รับจากผู้ปกครองต่อเดือน	41
5	การได้รับข่าวสารและโฆษณาเครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาว	42
6	การได้รับความรู้เกี่ยวกับการเลือกเครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาว	43
7	ประสบการณ์ใช้เครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาว	44
8	ยี่ห้อเครื่องสำอางทาฝ้าที่กลุ่มตัวอย่างระบุว่าเคยใช้	45
9	ยี่ห้อเครื่องสำอางทาฝ้าทำให้หน้าขาว 5 อันดับแรกที่กลุ่มตัวอย่างใช้	46
10	สถานที่ขายเครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาว	47
11	ช่วงราคา que เลือกซื้อเครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาว	47
12	ประสบการณ์พบปัญหาจากการใช้เครื่องสำอางทาฝ้าหรือทำให้หน้าขาว	48
13	ยี่ห้อเครื่องสำอางทาฝ้าหรือทำให้หน้าขาวที่พบปัญหาจากการใช้	49
14	การให้ความสำคัญในการเลือกซื้อเครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาว (n=258 คน)	50
15	ความสัมพันธ์ของคุณลักษณะทั่วไปกับประสบการณ์ใช้เครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้ หน้าขาว	51
16	คุณลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	53
17	การได้รับข่าวสารหรือโฆษณาเครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาว	54
18	การได้รับความรู้เกี่ยวกับการเลือกเครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาว	55
19	ช่วงราคา que เลือกซื้อเครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาว	56
20	ประสบการณ์พบปัญหาจากการใช้เครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาว	57
21	การให้ความสำคัญในการเลือกซื้อเครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาว (n = 100 คน)	58
22	การเลือกหรือไม่เลือกเครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาวตัวอย่าง (n = 100 คน)	59

ตารางที่		หน้า
23	การเลือกเครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาวตัวอย่าง จำแนกตามฉลากและ ประกาศพบสารห้ามใช้ในเครื่องสำอางของสำนักงานคณะกรรมการ อาหารและยา.....	60
24	เหตุผลด้านต่าง ๆ ในการเลือกหรือไม่เลือกเครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาว ตัวอย่าง	61
25	เหตุผลด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกหรือไม่เลือกเครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาว ตัวอย่าง	63
26	เหตุผลด้านฉลากในการเลือกหรือไม่เลือกเครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาว ตัวอย่าง	64
27	เหตุผลด้านราคาในการเลือกหรือไม่เลือกเครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาว ตัวอย่าง	66
28	เหตุผลด้านอื่น ๆ ในการเลือกหรือไม่เลือกเครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาว ตัวอย่าง	67
29	การเลือกเครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาว ตัวอย่าง โดยพิจารณาฉลากได้ถูกต้อง ตามที่กฎหมายกำหนด	68
30	ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างกับร้อยละการเลือก เครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาวตัวอย่าง โดยพิจารณาฉลากได้ถูกต้อง ตามที่กฎหมายกำหนด.....	69
31	ความสัมพันธ์ระหว่างแหล่งที่ได้รับข่าวสาร โฆษณาและความรู้ของกลุ่มตัวอย่าง กับร้อยละการเลือกเครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาวตัวอย่าง โดยพิจารณา ฉลากได้ถูกต้องตามที่กฎหมายกำหนด.....	70
32	เครื่องสำอาง ตัวอย่างที่ 1	90
33	เครื่องสำอาง ตัวอย่างที่ 2	91
34	เครื่องสำอาง ตัวอย่างที่ 3	92
35	เครื่องสำอาง ตัวอย่างที่ 4	93
36	เครื่องสำอาง ตัวอย่างที่ 5	94
37	เครื่องสำอาง ตัวอย่างที่ 6	95
38	เครื่องสำอาง ตัวอย่างที่ 7	96

ตารางที่		หน้า
39	เครื่องสำอาง ตัวอย่างที่ 8	97
40	เครื่องสำอาง ตัวอย่างที่ 9	98
41	เครื่องสำอาง ตัวอย่างที่ 10	99
42	รายชื่อเครื่องสำอางที่พบส่วนผสมของสารห้ามใช้ในเครื่องสำอาง	101

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2535 เครื่องสำอาง หมายความว่า วัตถุที่มุ่งหมายสำหรับใช้ทา ถู นวด โรย พ่น ไล่ออบ หรือ กระทำด้วยวิธีอื่นใด ต่อส่วนหนึ่งส่วนใดของร่างกาย เพื่อความสะอาด ความสวยงาม หรือส่งเสริมให้เกิดความสวยงาม และรวมตลอดทั้งเครื่องประดับผิวต่าง ๆ ด้วย แต่ไม่รวมถึงเครื่องประดับและเครื่องแต่งตัวซึ่งเป็นอุปกรณ์ภายนอกร่างกาย ในปี พ.ศ. 2551 กระทรวงสาธารณสุขได้ประกาศออกกฎหมายใหม่เกี่ยวกับเครื่องสำอาง ซึ่งขณะนี้มีผลบังคับใช้แล้วจำนวน 5 ฉบับ ได้แก่ ยกเลิกกำหนด เครื่องสำอางควบคุมพิเศษ การกำหนด เครื่องสำอางควบคุม กำหนดชื่อและปริมาณของวัตถุที่อาจใช้เป็นส่วนผสมในการผลิตเครื่องสำอาง ฉลากของเครื่องสำอาง และการแสดงคำเตือนที่ฉลากเครื่องสำอาง การที่ต้องมีการออกประกาศฉบับดังกล่าว เนื่องจากคณะกรรมการอาหารและยา ได้ติดตามเฝ้าระวังความปลอดภัยของเครื่องสำอางทั่วไป มีการพบปัญหาบ่อยครั้งซึ่งก่อให้เกิดอันตรายต่อผู้บริโภค และฉลากแจ้งแหล่งผลิตไม่เป็นความจริง ทำให้เจ้าหน้าที่ติดตามตรวจสอบแหล่งผลิตด้วยความยากลำบาก ประกอบกับในปี พ.ศ. 2546 ประเทศไทยได้ร่วมลงนามในข้อตกลง ที่จะปรับกฎระเบียบให้สอดคล้องกับในกลุ่มประเทศอาเซียน ซึ่งในกฎระเบียบของเครื่องสำอางอาเซียนได้กำหนดให้ผู้ประกอบการธุรกิจต้องแจ้งข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง (สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา 2551) ที่จะวางจำหน่ายต่อหน่วยงานรัฐก่อนผลิตหรือนำเข้า การผลิตเพื่อขายหรือการนำเข้าเพื่อขายต้องเป็นไปตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่กำหนด โดยต้องแจ้ง ชื่อ ที่ตั้งสำนักงาน และสถานที่ผลิต หรือสถานที่เก็บเครื่องสำอาง แจ้งชื่อ ประเภท หรือชนิดของเครื่องสำอางที่ตนจะผลิตหรือนำเข้า และแจ้งปริมาณของส่วนประกอบสำคัญของเครื่องสำอางนั้น ซึ่งเครื่องสำอางที่ผลิตหรือภาชนะบรรจุต้องถูกสุกลักษณะไม่เป็นอันตรายต่อผู้ใช้ และฉลากของเครื่องสำอางต้องใช้ข้อความภาษาไทยที่มองเห็นและอ่านได้ชัดเจน โดยฉลากของเครื่องสำอางต้องจัดหรือติดแสดงไว้ในที่เปิดเผย มองเห็นได้ชัดเจนที่เครื่องสำอางหรือภาชนะบรรจุหรือหีบห่อของภาชนะบรรจุ (พระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2535)

เครื่องสำอางเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อความสะอาด ความสวยงาม ที่คนปกติใช้ใน ชีวิตประจำวัน เครื่องสำอางส่วนใหญ่จะเคลือบผิวตามเพียงภายนอก แต่งแต่ผิวให้ดูดี โดยที่ไม่สามารถไปเปลี่ยนแปลงโครงสร้างหรือหน้าที่ใด ๆ ของร่างกาย การเปลี่ยนสีผิวเป็นเรื่องของการ เสริมความงาม ซึ่งการมีสีผิวเช่นใดเป็นเรื่องของกรรมพันธุ์หรือเชื้อชาติ ดังนั้นผู้ที่เกิดมามีผิวสีเข้ม จึงพยายามใช้สารสังเคราะห์ช่วยต่อต้านหรือระงับการสร้างสีผิวของร่างกาย (พิมพ์ ติลาพรพิสิฐ 2547 : 109) โดยเฉพาะสารปรอทและสารไฮโดรควิโนน จะช่วยออกฤทธิ์ขัดขวางการสร้างเม็ดสีที่ อยู่ใต้ผิว ทำให้ฝ้าจางลง ผิวขาวขึ้นได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งอาจทำให้เกิดอาการแพ้ หากใช้ในระยะเวลา นานจะเกิดการสะสม ผิวหน้าที่เคยขาวก็จะกลับคล้ำลงกว่าก่อนใช้ ซึ่งสารปรอทได้ถูกเป็นสาร ห้ามใช้ในเครื่องสำอาง ส่วนกรดวิตามินเอ กรดเซลิสิก สารเหล่านี้ช่วยทำให้หน้าขาวขึ้นบ้าง แต่ ออกฤทธิ์ช้า ซึ่งบางคนอาจแพ้ทำให้แสบหน้าได้ (จิโรจ สินธวานนท์ และคณะ 2552)

จากรายงานอาการไม่พึงประสงค์จากการใช้เครื่องสำอางในปี พ.ศ. 2541 – 2544 จำแนกตามประเภทเครื่องสำอางที่ใช้แล้วมีปัญหาพบว่า อันดับหนึ่ง ผิว ฝ้า ทำให้หน้าขาว (พร พิมพ์ ชัตินานนท์, พรพรรณ สุนทรธรรม และสุภาศิริ ศรีชาติ 2545 : 75) และจากสถิติสำนักงาน สาธารณสุขจังหวัดราชบุรี ในปีพ.ศ. 2550 สุ่มตรวจเครื่องสำอาง 21 ยี่ห้อ พบว่ามีเครื่องสำอางที่พบ สารห้ามใช้ทั้งหมด 10 ชนิด คิดเป็นร้อยละ 47.6 มีสารไฮโดรควิโนน ร้อยละ 4.8 สารปรอท แอมโมเนีย ร้อยละ 42.8 และกรดวิตามินเอ ร้อยละ 9.5 และในปีพ.ศ. 2551 สุ่มตรวจเครื่องสำอาง 15 ยี่ห้อ พบ 6 ชนิด คิดเป็นร้อยละ 40.0 มีสารไฮโดรควิโนน ร้อยละ 6.6 สารปรอทแอมโมเนีย ร้อยละ 26.6 และกรดวิตามินเอ ร้อยละ 13.3 ซึ่งส่วนใหญ่เป็นกลุ่มครีมที่ใช้สำหรับขจัดสีผิว (สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดราชบุรี 2551) และจากการสำรวจของกลุ่มงานเทศบาลอำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี ในปี พ.ศ. 2551 พบร้านค้าที่จำหน่ายเครื่องสำอางที่ผิดกฎหมายจำนวน 8 แห่ง โดยเป็นร้านขายของชำ ซุปเปอร์มาร์เก็ต และร้านขายเครื่องสำอางหลายชนิด โดยเป็นแบบดัดแปลงบรรจุ ไม่มีการแสดงฉลากดังที่กฎหมายกำหนด (พรทิพย์ สินประสงค์ 2551)

จากการศึกษาพบว่าปัญหาผิวหน้าที่พบในวัยรุ่นมากที่สุดเป็นเรื่องของสิว รองลงมาเป็น หน้ามัน รอยแผลเป็นหรือผิวหน้าหมองคล้ำ และเป็นฝ้า เรียงตามลำดับ การแก้ปัญหาผิวหน้าส่วน ใหญ่มักซื้อผลิตภัณฑ์รักษาด้วยตัวเอง รองลงมาจะปรึกษาเพื่อนหรือคนรู้จัก ไปร้านยา หรือปรึกษา พนักงานขายเครื่องสำอาง (อภิชาติ รุ่งสว่างเมฆารัตน์ 2550 : 81) และเนื่องจากเครื่องสำอางเป็น ผลิตภัณฑ์ที่โฆษณาได้โดยอิสระ ไม่ได้กำหนดให้ผู้ประกอบการขออนุญาตต่อภาครัฐก่อนทำการ โฆษณา ดังนั้น สิ่งที่ผู้บริโภคควรทราบก่อนตัดสินใจเลือกใช้เครื่องสำอาง นอกเหนือจากการอ่าน ข้อความที่เป็นฉลากภาษาไทยแล้ว การรู้เท่าทันการ โฆษณาเครื่องสำอางก็เป็นสิ่งที่จำเป็นอีกส่วน หนึ่งของผู้บริโภค (สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา 2551) ซึ่งวัยรุ่นไทยในปัจจุบันมักจะให้

ความสนใจ และใช้เวลาไปกับการเปิดรับสื่อมวลชนต่างๆ เป็นอย่างมาก ทั้งการอ่านนิตยสาร ฟังวิทยุ ดูโทรทัศน์และชมภาพยนตร์ สารที่เกี่ยวกับสังคมตะวันตกที่ถูกนำเสนอในรูปแบบความบันเทิง ผ่านทางสื่อต่าง ๆ โดยเฉพาะทางวิทยุและโทรทัศน์ ซึ่งมีผลต่อพฤติกรรมของวัยรุ่น (สิทธิรัตน์ น้อยสง่า 2544 : 117-129)

ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะทำการศึกษาโดยการสำรวจข้อมูลในพื้นที่ อำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และการเลือกใช้เครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาว ในกลุ่มวัยรุ่น ซึ่งเป็นนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายและประกาศนียบัตรวิชาชีพ เพื่อที่จะได้เป็นแนวทางในการให้ความรู้ที่ถูกต้องในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางแก่วัยรุ่น

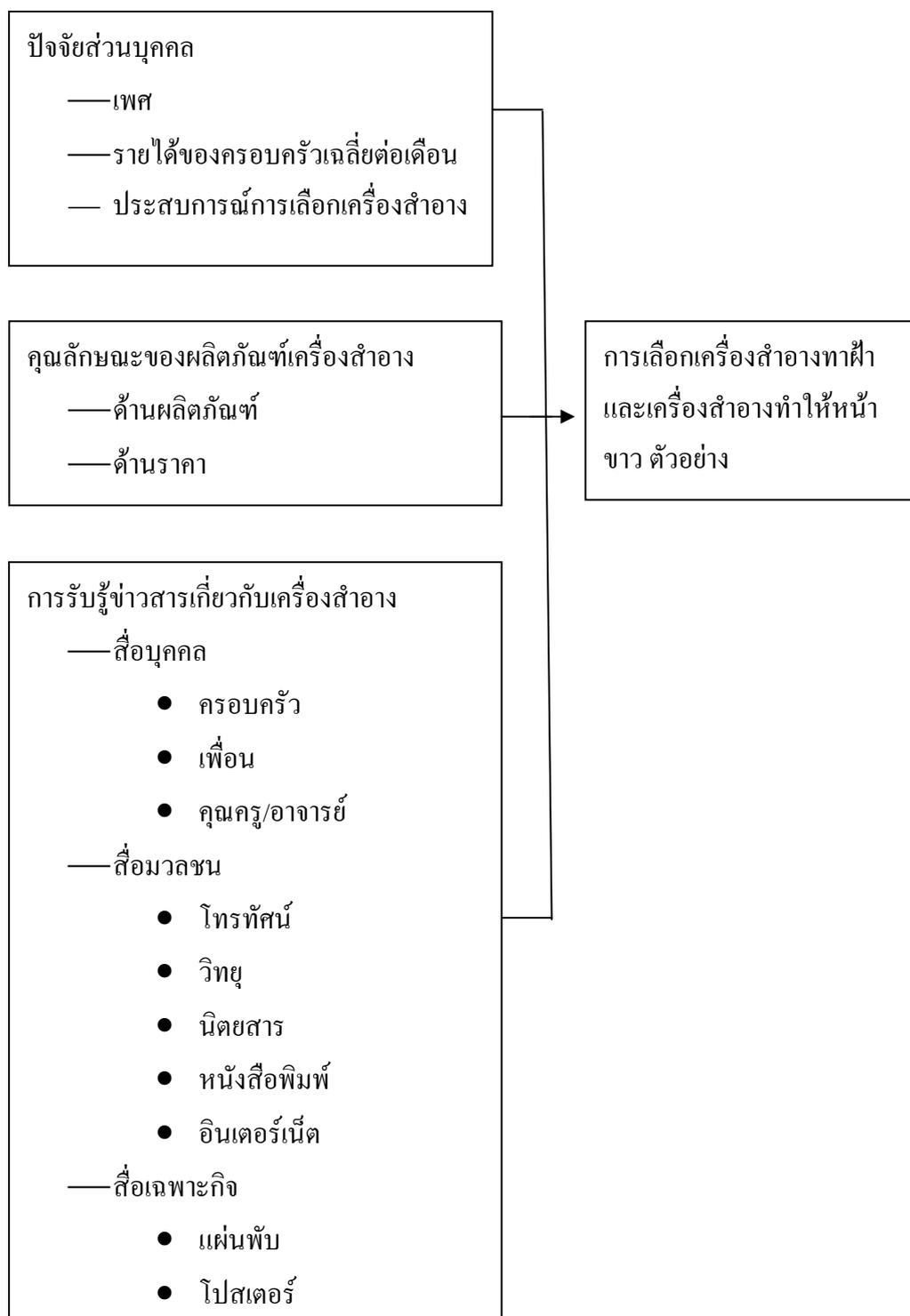
วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาการใช้และผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาว ในเขตอำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการเลือกเครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาวของวัยรุ่น ในเขตอำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

เพื่อเป็นแนวทางในการให้ความรู้ เผยแพร่วิธีการเลือกเครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาวที่ถูกต้องในกลุ่มวัยรุ่น

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

ปัจจัยส่วนบุคคล การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับเครื่องสำอาง ของวัยรุ่น และคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง ในเขตอำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี มีความสัมพันธ์กับการเลือกเครื่องสำอางทาฝ้าทำให้หน้าขาว ของวัยรุ่น

ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้เป็น การศึกษาผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาว และการเลือกเครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาว ตัวอย่าง ของวัยรุ่นในเขตอำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. วัยรุ่น หมายถึง กลุ่มบุคคลที่มีอายุ 16 – 19 ปี ที่กำลังศึกษาอยู่ในระบบการศึกษาของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาจังหวัดราชบุรีและสำนักงานอาชีวศึกษา ในเขตอำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี
2. การเลือกเครื่องสำอาง หมายถึง การเลือกหรือไม่เลือกเครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาว ตัวอย่าง ซึ่งผู้วิจัยได้จัดเตรียมไว้

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาการเลือกเครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาวของวัยรุ่น กรณีศึกษา อำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. วัยรุ่น
2. เครื่องสำอางกับวัยรุ่น
3. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการจัดสีผิวและฝ้า
4. กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค
5. พระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2535
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. วัยรุ่น

วัยรุ่น (Adolescence) คือ ช่วงวัยที่มีการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว มีการเปลี่ยนแปลงทั้งทางร่างกาย จิตใจ อารมณ์ และสติปัญญา ซึ่งมีหลายบุคคลและองค์กรได้ให้นิยามไว้ดังนี้

วัยรุ่น (Adolescence) คือ ช่วงหนึ่งของชีวิตที่อยู่ระหว่างวัยเด็กและวัยผู้ใหญ่ เป็นวัยที่เข้าสู่วัยหนุ่มสาว เริ่มต้นเมื่อเข้าสู่วัยสุกทางเพศ (Puberty) และสิ้นสุดเมื่อมีการเจริญเติบโตเป็นผู้ใหญ่เต็มที่แล้ว ความนิยมของไทยคือ อายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป (กนกกร สุนทรขจิต 2545 : 1)

วัยรุ่น คือ วัยที่อยู่ในช่วงของการเจริญเติบโตระหว่างเด็กไปสู่วัยผู้ใหญ่ ที่มีการเปลี่ยนแปลงในหลาย ๆ ด้าน ทั้งร่างกาย จิตใจ อารมณ์ สติปัญญา และสังคม ซึ่งในแต่ละด้านก็จะมีการพัฒนาการร่วมกัน (สุชีราพันธ์ ศรีสินทรัพย์ 2549 : 23)

องค์การอนามัยโลกได้ให้คำจำกัดความวัยรุ่นว่าเป็นบุคคลในช่วงอายุ 10 – 19 ปี และมีลักษณะสำคัญ 3 ประการ คือ

1. มีพัฒนาการด้านร่างกาย โดยเฉพาะการเปลี่ยนแปลงของอวัยวะเพศจนมีวุฒิภาวะทางเพศอย่างสมบูรณ์
2. มีพัฒนาการทางด้านจิตใจ โดยเป็นระยะที่เปลี่ยนแปลงจากเด็กเป็นผู้ใหญ่
3. มีการเปลี่ยนแปลงด้านเศรษฐกิจ สังคม โดยเปลี่ยนแปลงจากการพึ่งพาครอบครัวมาเป็นผู้ที่สามารถประกอบอาชีพ และมีรายได้เป็นของตนเอง หรือมีสิทธิทางกฎหมายในเรื่องต่าง ๆ เช่น ในประเทศไทยกำหนดให้บุคคลอายุ 18 ปีขึ้นไป ใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้งได้

4. และหากกระทำผิดจะต้องขึ้นศาลผู้ใหญ่ ไม่ใช่ศาลเด็กและเยาวชน เป็นต้น (สุวรรณา เรื่องกาญจนเศรษฐ์ 2551 : 3)

พัฒนาการของวัยรุ่น

พัฒนาการในวัยรุ่นมีลักษณะเด่นในด้านต่าง ๆ ทุกด้าน เช่น ทางกาย อารมณ์ สังคม และสติปัญญาโดยจะมีการเปลี่ยนแปลงได้เร็วมากและเห็นได้ชัดเจน

พัฒนาการทางกาย จะเจริญเติบโตถึงขีดสมบูรณ์เพื่อทำหน้าที่อย่างเต็มที่ ความเจริญเติบโตมีทั้งส่วนภายนอกที่มองเห็นได้ง่าย เช่น ส่วนสูง น้ำหนัก รูปร่าง ส่วนสัดของร่างกาย ฯลฯ และความเจริญส่วนภายใน เช่น การทำงานของต่อมบางชนิด โครงกระดูกแข็งแรงขึ้น การผลิตเซลล์สืบพันธุ์ในเด็กชาย การมีประจำเดือนของเด็กหญิง ความเจริญเติบโตทางกายมีช่วงหนึ่งซึ่งเป็นระยะพัก เมื่อผ่านช่วงนี้ไปแล้วจะมีการเปลี่ยนแปลงทางร่างกายอย่างรวดเร็ว การสะสมไขมันในร่างกายจะมีมากกว่าวัยเด็ก โดยเฉพาะในเด็กหญิง นอกจากนี้ระบบย่อยอาหารและการใช้ประโยชน์จากอาหารทำงานเร็วและมากกว่าเดิม

พัฒนาการทางอารมณ์ เด็กวัยนี้มีความอารมณ์เปลี่ยนแปลงง่าย สับสน อ่อนไหว มีความเข้มของอารมณ์สูง ไม่มั่นคง โดยระดับความเข้มของอารมณ์แต่ละอย่างขึ้นอยู่กับบุคลิกภาพดั้งเดิมของเด็กและสิ่งเร้าที่ทำให้เกิดอารมณ์ เด็กบางคนจะเริ่มแสดงบุคลิกอารมณ์ประจำตัวออกมาให้ผู้อื่นทราบอย่างชัดเจน เช่น อารมณ์ร้อน อารมณ์วิตกกังวล อารมณ์อ่อนไหวง่าย ขี้ใจหน่า ฯลฯ อารมณ์ที่เกิดกับเด็กวัยรุ่นนั้นมีทุกประเภท ไม่ว่าจะอารมณ์ประเภทใดก็มักมีความรุนแรง เปลี่ยนแปลงง่าย ควบคุมอารมณ์ยังไม่สู้ดี บางครั้งพลุ่งพล่าน บางครั้งเก็บกด บางครั้งก็มั่นใจสูง บางครั้งไม่แน่ใจเป็นต้น จนมีผู้รู้บางท่านเรียกอารมณ์ของเด็กวัยรุ่นว่าเป็นแบบพายุบูแคม (Strom and stress)

พัฒนาการทางสังคม เด็กวัยนี้จะให้ความสำคัญกับเพื่อนร่วมวัยมาก มีความผูกพันในกลุ่มทั้งเพศชายและหญิง ระยะนี้จึงเริ่มต้นระยะกลุ่มที่แท้จริง เพราะกลุ่มยังสนองความต้องการทางสังคมด้านต่าง ๆ ซึ่งเด็กยังต้องการมากในระยะนี้ เช่น การเป็นบุคคลสำคัญ การต่อต้านผู้มีอำนาจ การหนีสภาพน่าเบื่อของบ้าน โดยเด็กจะรู้สึกเป็นสุขและสบายใจในการเที่ยว กิน เรียน นอน ทำงานกับเพื่อนร่วมวัยมากกว่าปฏิบัติดังกล่าวกับบุคคลต่างวัย นอกจากนี้เด็กไม่เพียงรวมกลุ่มกันเท่านั้น แต่ต้องการสร้างความผูกพันระหว่างสมาชิกในกลุ่มแบบผู้ใหญ่อีกด้วย เพราะเด็กสำนึกว่าตนเป็นผู้ใหญ่แล้ว

พัฒนาการทางความคิด ในระยะวัยรุ่นเด็กมีความเจริญเติบโตทางสมองถึงขีดเต็มที่ จึงสามารถคิดได้ในทุกรูปแบบของวิธีคิด หากได้รับการศึกษาอบรมมาตามขั้นตอนด้วยดี ระยะนี้เป็นระยะที่เด็กจะแสดงความปรารถนาอย่างชัดเจน และเห็นความแตกต่างของเด็กวัยนี้กับวัยอื่น ๆ ได้อย่างชัด การเรียนรู้เรื่องยาก ๆ เรื่องที่เป็นนามธรรมซับซ้อน เด็กก็สามารถเข้าใจง่าย อยากรู้ก็ตาม

พืงนี้กเสมอว่าความคิดขึ้นกับคุณภาพของสมอง พันธุกรรม การเรียนรู้ในวัยที่ผ่านมา และบทเรียนทางวิชาการต่าง ๆ ที่เด็กมีโอกาสเรียนรู้ ตลอดจนสิ่งแวดล้อม ที่จะเอื้อต่อพัฒนาการความคิดของเด็ก (ศรีเรือน แก้วกังวาน 2545 : 329)

แนวคิดสิ่งแวดล้อมกับพฤติกรรมของวัยรุ่น

1. ครอบครัวและพฤติกรรมของวัยรุ่น

ครอบครัวถือว่าเป็นสังคมหน่วยเล็กที่สุดในสังคมจะประกอบไปด้วย พ่อ แม่ พี่ น้อง ญาติ ซึ่งอาศัยอยู่รวมกันเป็นครอบครัว และครอบครัวเป็นแหล่งถ่ายทอดทางสังคม (Socializing agent) แหล่งแรกของคนส่วนมากโดยทั่วไปแล้วสมาชิกที่มีอาวุโสกว่าจะเป็นตัวแบบให้กับสมาชิกที่มีอาวุโสน้อยกว่า แต่ในบางกรณีก็จะมีการกลับบทบาทกันได้ การเรียนรู้ทางสังคมในส่วนที่เป็นไปตามการคาดหวังของผู้ที่เกี่ยวข้อง เป็นสิ่งที่ไม่เป็นปัญหา แต่ปัญหาจะเป็นเรื่องของการที่ผู้ใหญ่ในครอบครัวสอนแล้วไม่ได้ผลตามที่หวังไว้ซึ่งมักจะพบกันว่าเด็กจะพูดเหมือนตัวแบบพูดและทำเหมือนตัวแบบทำ ซึ่งหมายความว่าระหว่างการสอนอย่างจริงจังด้วยคำพูดกับการแสดงแบบอย่างโดยไม่ตั้งใจ ด้วยการกระทำ เด็กก็จะทำตามพฤติกรรมของผู้ใหญ่ ดังนั้น การสอนของผู้ใหญ่ในครอบครัวจะได้ผลมากที่สุดจะต้องเป็นการสอนที่ผู้ใหญ่ในครอบครัวแสดงพฤติกรรมที่สอดคล้องกับสิ่งที่สอน

2. กลุ่มเพื่อนและพฤติกรรมของนักเรียนวัยรุ่น

ในช่วงวัยรุ่นจะเป็นวัยที่เพื่อนมีอิทธิพลเป็นอย่างมากกว่าวัยอื่น ๆ ของชีวิต ซึ่งอิทธิพลเหล่านี้มีบทบาทในหลายด้าน ตัวอย่างเช่น การพูด การแต่งกาย กิริยาท่าทาง ความเชื่อ และค่านิยมต่าง ๆ วัยรุ่นที่อยู่กับกลุ่มเพื่อนที่มีพฤติกรรมที่เหมาะสมก็จะมีโอกาสที่มีพฤติกรรมที่เหมาะสมคล้อยตามกัน ส่วนวัยรุ่นที่อยู่กับกลุ่มเพื่อนที่ไม่เหมาะสมก็มีโอกาสที่มีพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมคล้อยตามกัน

กลุ่มเพื่อนของวัยรุ่นทั้งในโรงเรียนและนอกโรงเรียนมักจะมีการสร้างบรรทัดฐานของกลุ่มขึ้นมาและมีแรงกดดันจากสมาชิกต่าง ๆ ให้สมาชิกอื่น ๆ คล้อยตามกลุ่มเช่นการพูด เรื่องการแต่งกาย กิริยาท่าทางต่าง ๆ ถ้าคนใดไม่คล้อยตามกลุ่มก็มักจะถูกเพื่อน ๆ ล้อเลียนไม่ยอมให้เข้ากลุ่มซึ่งทำให้วัยรุ่นประสบปัญหาความขัดแย้งในตัวเองระหว่างการเป็นตัวของตัวเองเป็นการคล้อยตามกลุ่ม

3. ชุมชนและพฤติกรรมของนักเรียนวัยรุ่น

วัยรุ่นจะมีความสัมพันธ์กับครอบครัว กลุ่มเพื่อนและชุมชนอย่างแยกไม่ออก การที่วัยรุ่นจะมีพฤติกรรมอย่างไรนั้น ชุมชนนับว่ามีอิทธิพลทั้งนี้ย่อมขึ้นอยู่กับว่า ชุมชนที่วัยรุ่นอาศัยอยู่เป็นแบบใดในชุมชน ชนบทนั้นมีลักษณะที่สำคัญคือ เป็นชุมชนขนาดเล็กการรวมตัวมักจะเป็นไป

อย่างหลวม ๆ ไม่มีระเบียบข้อบังคับใด ๆ มีระเบียบประเพณีเป็นเครื่องกำหนด เครื่องอำนวยความสะดวก สะดวกและสิ่งฟุ่มเฟือยมีน้อย สมาชิกภายในชุมชนมักจะเกี่ยวข้องและรู้จักกันไม่ทางใดก็ทางหนึ่ง คืออาจจะเป็นเพื่อน เครือญาติ ดังนั้นความสัมพันธ์กันระหว่างสมาชิกจึงเป็นไปอย่างค่อนข้างเข้าใจ และเห็นอกเห็นใจกัน

ชุมชนเป็นโลกภายนอกสำหรับวัยรุ่นที่วัยรุ่นจะได้พบเห็นการกระทำต่าง ๆ ที่ สอดคล้องและไม่สอดคล้องกับสิ่งที่ตนได้เรียนรู้มา ในกรณีที่การกระทำของคนในชุมชนไม่ สอดคล้องกับสิ่งที่ได้เรียนรู้มา ก็จะเกิดปัญหาให้วัยรุ่นต้องตัดสินใจว่าตนจะปฏิบัติอย่างไร อิทธิพล ของชุมชนต่อพฤติกรรมของวัยรุ่นสามารถเป็นต้นแบบของพฤติกรรมได้ เนื่องจากวัยรุ่นใช้เวลา ส่วนใหญ่อยู่ในชุมชน เมื่อเห็นชุมชนทำอย่างไรก็พยายามเลียนแบบเพื่อตนจะได้เป็นส่วนหนึ่งของ ชุมชนอย่างแท้จริง ซึ่งหากคนในชุมชนส่วนใหญ่เป็นคนปฏิบัติสิ่งที่สอดคล้องกับสิ่งที่วัยรุ่นได้ เรียนรู้มาในทางที่ดีก็จะเป็นต้นแบบที่ดีให้กับวัยรุ่น และถ้าหากคนในชุมชนนั้นไม่ปฏิบัติสอดคล้อง กับสิ่งที่วัยรุ่นได้เรียนรู้มาก็จะทำให้เกิดปัญหาให้วัยรุ่นต้องตัดสินใจว่าจะปฏิบัติตนอย่างไร ไม่ว่า วัยรุ่นจะปฏิบัติตามที่ตนเคยปฏิบัติมาหรือหัน ไปปฏิบัติตามคนอื่น ๆ ในชุมชนก็จะทำให้วัยรุ่นมี ความขัดแย้งเกิดขึ้นอยู่ในใจอยู่นั่นเอง ความขัดแย้งที่เกิดขึ้นนั้นจะมีมากน้อยขึ้นอยู่กับว่าวัยรุ่น ยึดถือมาตรฐานในเรื่องนี้ไว้เหนียวแน่นแค่ไหน (สิทธิรัตน์ น้อยสง่า 2544 : 6-7)

แนวคิดความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ

ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อหลายทาง เกี่ยวกับคุณสมบัติทางประชากรที่แตกต่างกัน จะส่งผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่ต่างกันด้วย ซึ่ง แยกประเด็นเกี่ยวกับเรื่องนี้ไว้ดังนี้

1. เพศกับการเปิดรับสื่อ

เพศชายกับเพศหญิงมีการเปิดรับสื่อต่างกัน เพศหญิงใช้เวลาในการดูโทรทัศน์และ ฟังวิทยุมากกว่าเพศชาย ในขณะที่เพศชายนิยมอ่านหนังสือพิมพ์มากกว่า

2. อายุกับการเปิดรับสื่อ

จากการศึกษาเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อของเด็กอเมริกัน พบว่าเด็กตั้งแต่วัยสองขวบถึง แปดขวบ ดูโทรทัศน์มากขึ้นเมื่อวัยมากขึ้น และเปิดรับสื่อทุกชนิดเมื่อวัยมากขึ้น โดยส่วนใหญ่จะใช้ สื่อเพื่อความบันเทิง ซึ่งเด็กจะดูโทรทัศน์และฟังวิทยุมากกว่าสื่ออื่น ๆ และเริ่มอ่านหนังสือเมื่ออายุ มากขึ้น ส่วนเด็กวัยรุ่นนิยมฟังเพลงมากกว่าดูโทรทัศน์ สำหรับผู้ใหญ่ มีการเปิดรับโทรทัศน์ วิทยุ และหนังสือพิมพ์มากในปริมาณที่ใกล้เคียงกัน แต่เมื่ออายุ 40 ปี ขึ้นไป ปริมาณการอ่านหนังสือจะ ลดลง และเมื่อถึงวัยเกษียณอายุ 55-60 ปี ปริมาณการดูโทรทัศน์จะเพิ่มขึ้นอีกครั้ง ขณะที่วัยรุ่นและ

หนุ่มสาวใช้เวลากับการดูโทรทัศน์มากกว่าการอ่านหนังสือพิมพ์ และเป็นวัยที่ให้ความสนใจในสื่อ นิตยสารและภาพยนตร์มากกว่าวัยอื่น ๆ

3. รายได้กับการเปิดรับสื่อ

รายได้เป็นปัจจัยที่มีบทบาทใกล้เคียงกับการศึกษา คือมีความสัมพันธ์ระหว่างกันสูง มาก โดยเฉพาะผู้ที่มีการศึกษาสูงมักมีรายได้สูงไปด้วย ส่วนผู้ที่มีการศึกษาน้อยนั้น มักมีรายได้น้อย ถึงปานกลาง ผู้ที่มีรายได้สูงมักนิยมเปิดรับสื่อสิ่งพิมพ์และนิชมข่าวสารที่มีเนื้อหาค่อนข้างหนัก ไม่ ค่อยสนใจเนื้อหาด้านบันเทิง ผู้ที่มีฐานะดีและการศึกษาสูง เป็นกลุ่มคนที่ได้รับข่าวสารที่มีเนื้อหา สารจากสื่อมวลชนมากที่สุด ผู้ที่มีรายได้สูงมักมีการศึกษาสูงจึงถูกผลักดันให้มีความจำเป็นที่ต้อง เรียนรู้ข่าวสารต่าง ๆ ให้ทันเหตุการณ์เสมอ การเปิดรับข่าวสารจึงจำเป็นสำหรับกลุ่มนี้มากกว่า ในขณะที่ผู้ที่มีการศึกษาน้อยและรายได้น้อย มีทักษะในการอ่านน้อยจึงเปิดรับสื่อโทรทัศน์มากกว่า

การเลือกเปิดรับข่าวสารจากสื่อที่แตกต่างกันเกิดจากคุณสมบัติที่แตกต่างกัน เกิดจาก คุณสมบัติที่แตกต่างกันของผู้รับสาร ได้แก่ องค์ประกอบด้านจิตใจ สิ่งแวดล้อม รูปแบบการดำเนิน ชีวิต กิจกรรมว่ามีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้สื่ออย่างไร

วัยรุ่นเป็นวัยแห่งการเปลี่ยนแปลง ครอบครัวเป็นสังคมที่ใกล้ชิดกับวัยรุ่นมากที่สุด พฤติกรรมของบุคคลในครอบครัวจึงมีความสำคัญต่อการเป็นแบบอย่างของวัยรุ่น เพื่อนจะเป็นผู้มี อิทธิพลต่อการกระทำต่าง ๆ ซึ่งหากมีความคิดหรือค่านิยมที่แตกต่างจากเพื่อนอาจจะไม่ได้รับการ ยอมรับให้เป็นสมาชิกของกลุ่ม และหากสิ่งที่วัยรุ่นได้เรียนรู้หรือปฏิบัติเกิดความขัดแย้งกับชุมชนที่ ตนอาศัย ก็จะทำให้วัยรุ่นรู้สึกเกิดความขัดแย้งขึ้นได้ โดยสื่อเป็นส่วนหนึ่งทำให้วัยรุ่นเกิดการเรียนรู้ ซึ่งวัยรุ่นจะนิยมเปิดรับสื่อประเภทวิทยุ โทรทัศน์และนิตยสาร เป็นส่วนใหญ่ ซึ่งองค์ประกอบ เหล่านี้ล้วนเกิดจากอิทธิพลทางด้านสังคมที่วัยรุ่นใกล้ชิดหรืออาศัยอยู่ (สิทธิรัตน์ น้อยสง่า 2544 : 8)

2. เครื่องสำอางกับวัยรุ่น

ในกระแสแห่งการบริโภคนิยมจะพบว่าวัยรุ่นทั้งหญิงและชายในเขตกรุงเทพมหานคร จะซื้อสินค้าประเภทเครื่องสำอางบำรุงผิวสัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง และนิสิตนักศึกษาจะสนใจกับสินค้า แบรินด์เนมทั้งในและต่างประเทศอย่างมาก โดยในรอบ 1 ปี จะซื้อเครื่องสำอางเฉลี่ยราคา 1,695 บาท โดยพบว่าวัยรุ่นเพศหญิงจะให้ความสำคัญกับเรื่องความสวยความงามมากกว่าการดูแลสุขภาพ ร่างกาย (อมรวิรัช นาคทรพรพ 2548 : 68-79) และวัยรุ่นเพศหญิงทำให้ตัวเองดูดีโดยการใช้ เครื่องสำอางมากกว่าวัยรุ่นเพศชาย (กรุงเทพโพลล์ 2552) ในปัจจุบันยังพบว่าวัยรุ่นเพศชายมีการไป พบแพทย์ผิวหนังเพื่อทำการรักษาโรคที่เกิดจากการใช้เครื่องสำอางทำให้น้ำขาวมากขึ้น ซึ่งสาเหตุ

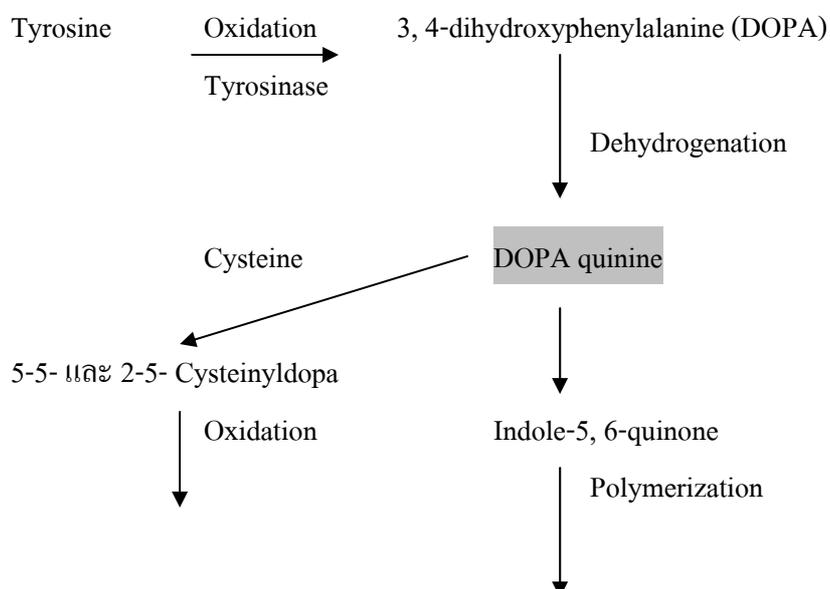
การใช้เครื่องสำอางประเภทนี้เนื่องมาจากต้องการให้ใบหน้าขาวแบบดารากาหลิหรือญี่ปุ่น ซึ่งเป็นที่นิยมของวัยรุ่นหญิงที่ชอบหน้าขาว ใส แบบหนุ่มเกาหลี เป็นต้น (คม ชัด ลึก 2550)

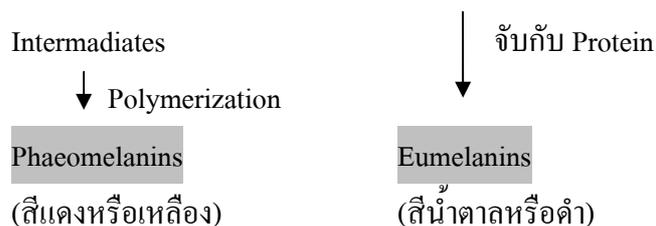
โดยที่ วัย เป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้เกิดอันตรายจากการใช้เครื่องสำอางได้ง่าย โดยเฉพาะวัยเด็กหรือวัยรุ่น จะเกิดอาการแพ้เครื่องสำอางได้ง่ายกว่าผู้ใหญ่ (วิศิษฐ์ ประวิณวงศ์วุฒิ 2540 : 124) และความจริงแล้ววัยรุ่นเป็นวัยที่ยังไม่ต้องการการบำรุงมากนัก เพราะสภาพผิวยังอยู่ในสภาพที่ดี การดูแลทำความสะอาดอย่างสม่ำเสมอ และเลือกใช้ครีมบำรุงที่ส่วนผสมของมอยเจอร์ไรเซอร์ที่มีคุณสมบัติในการเพิ่มความชุ่มชื้น และครีมกันแดดที่มีค่า SPF ตั้งแต่ 15 ขึ้นไป เพื่อป้องกันไม่ให้แสงแดดทำลายผิวและสร้างรอยหมองคล้ำให้กับผิวหนัง เท่านั้นก็ถือว่าเพียงพอแล้วสำหรับวัยรุ่น (สำนักงานพัฒนาระบบข้อมูลข่าวสารสุขภาพ 2553)

3. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการขจัดสีผิวและฝ้า

การขจัดสีผิวหรือฟอกสีผิวเป็นเรื่องของการเสริมความงาม การมีสีผิวเช่นใดเป็นเรื่องของกรรมพันธุ์ (Genetic factor) ผู้ที่เกิดมามีผิวสีเข้มและต้องการเปลี่ยนเป็นผิวสีอ่อนหรือขาวจึงใช้สารสังเคราะห์ช่วย ซึ่งส่วนใหญ่จะเปลี่ยนได้ชั่วคราวเมื่อเลิกใช้สารเหล่านี้กลไกของร่างกายก็จะดำเนินตามปกติ

กระบวนการสร้างสีผิว (Melanin pigments) ตามธรรมชาติในร่างกายนั้น เพื่อทำหน้าที่ป้องกันร่างกายจากแสงแดดมิให้เกิดการเผาไหม้หรือบวมแดง (Sunburn) โดยเมลานิน (Melanin) จะดูดซับ UV ในแสงแดดเอาไว้คนที่ผิวสีเข้มหรือคล้ำ เป็นเพราะว่ามีปริมาณเม็ดสีเป็นจำนวนมาก โอกาสเกิดอันตรายจากแดดเผาได้น้อยกว่า กระบวนการสร้างเมลานินเป็นกระบวนการที่ซับซ้อน Fitzpatrick และคณะ (1967) ได้สรุปอธิบายไว้ดังนี้





ภาพที่ 2 กระบวนการสร้างสีผิว (Melanin pigments)

ในชั้นของผิวหนังมีกลุ่มเซลล์ที่เรียกว่าเซลล์สร้างสี (Melanocytes) ทำหน้าที่สร้างและหลั่ง Melanosomes (Brown organelles) ซึ่งภายในประกอบด้วย Copper containing enzyme ชื่อ Tyrosinase สามารถเร่งปฏิกิริยาออกซิเดชันของไทโรซีน (Tyrosine) (เป็น Amine ที่มีอยู่ในผิวหนัง) เปลี่ยนเป็น Indole 5, 6 quinone และ Intermediates อีกหลายตัว จะเกิด Polymerization ไปเป็น Highly insoluble substance ซึ่งสามารถรวมตัวกับโปรตีนอย่างหนาแน่นด้วย Sulfhydryl linkage (Melanoprotein) เกิดเป็นเมลานิน (Epidermal melanin unit) ปรากฏเป็นสีผิวเกิดขึ้น (พิมพ์ร ลีลาพร พิธิฐ 2532 : 109-111)

สีผิวของคนเป็นผลรวมของสีน้ำตาลจากสาร Melanin สีแดงจาก Oxyhemoglobin สีน้ำเงินจาก Deoxygenated hemoglobin และสีเหลืองจากสาร Carotene อย่างไรก็ตาม การกำหนดสีผิวทั่วไปมักขึ้นอยู่กับสาร Melanin ซึ่งเราแบ่งเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ

1. สีผิวที่กำหนดโดยเชื้อชาติ (Constitutive skin color) ได้แก่ การที่คนมีผิวขาว ผิวเหลือง ผิวดำ พบว่า Melanocytes (เซลล์สร้างเม็ดสี) จะมีจำนวนเท่ากันในทุกเชื้อชาติ แต่การที่มีสีผิวแตกต่างกัน เนื่องจากการทำงานของเซลล์เม็ดสี และลักษณะของเม็ดสีเมลานิน (Melanin) เช่น คนผิวดำเซลล์สร้างเม็ดสีจะสร้างเม็ดสีมากกว่าคนผิวขาว และเม็ดสีนี้จะไม่เกาะกันเป็นกลุ่มต่างจากคนผิวขาว

2. สีผิวที่กำหนดโดยอิทธิพลอื่น (Facultative skin color) ได้แก่ สีผิวที่เปลี่ยนแปลงจากอิทธิพลของแสงอัลตราไวโอเล็ต หรือจากฮอร์โมน เช่น MSH (Melanocyte Stimulating Hormone) ซึ่งจะไปกระตุ้นการทำงานของเซลล์สร้างเม็ดสี

สีของผิวหนัง เป็นผลจากสารที่อยู่ในชั้นของผิวหนังกับคลื่นแสงที่สะท้อนกลับมาเข้าตา ดังนั้น โทนของสีจึงขึ้นกับชนิดของสารที่ทำให้เกิดสี ปริมาณสาร ความลึกของสารที่พบในผิวหนัง จึงพอสรุปได้ว่า สีของผิวเกิดจาก

1. ปริมาณของ Melanin ขึ้นอยู่กับ Genetic, Ultraviolet rays, Melanocyte stimulating hormone, สารเคมี เช่น Furocoumarins ฯลฯ

2. ปริมาณเลือดที่มาเลี้ยง ปริมาณ Oxyhemoglobin , Reduce hemoglobin และ Hemosiderin

3. Carotene ซึ่งพบได้ในมะละกอและหัวแครอท เป็นต้น

4. ความหนาของชั้นจี้ไคล (Horny layer)

คนเอเชียซึ่งปกติมีผิวขาวอยู่แล้วจึงมีค่านิยมที่ชื่นชอบผิวสีขาวเพราะแลดูสะอาดตา นำจับต้อง ดังนั้นเมื่อเกิดภาวะผิวสีคล้ำเช่น จากแสงแดดหรือแสง UV หรือจากการกระตุ้นฮอร์โมน ทำให้เกิดปัญหาด้านความงามและโดยเฉพาะในกรณีที่การสร้างสีผิวเป็นไปอย่างไม่สมดุลเกิดเป็นจุดคล้ำบางบริเวณหากเกิดบนใบหน้าเรียกว่า ฝ้า จะพบเม็ดสีกระจายเป็นจุดหรือปื้นอยู่บางบริเวณ เช่น โหนกแก้มหรือเกิดบริเวณลำตัวเรียกว่า กระ ทำให้แลดูไม่สวยงาม จึงมีการใช้ผลิตภัณฑ์ทำให้ผิวขาวและผลิตภัณฑ์ขจัดฝ้าเพื่อแก้ปัญหาดังกล่าว

ความผิดปกติของผิวหนังในแง่ของการที่ผิวหนังมีสีเข้มขึ้นจาก Melanin Pigment สามารถแบ่งได้เป็น 2 ชนิด คือ

1. Melanoderma หมายถึง การที่ผิวหนังมีสีเข้มขึ้นเป็นสีน้ำตาล ที่เป็นเช่นนี้ก็เนื่องมาจากการที่มีเม็ดสีเพิ่มมากขึ้นในชั้นหนังกำพร้า โดยการที่เม็ดสีเพิ่มขึ้นอาจเกิดจากเซลล์สร้างเม็ดสี สร้างสีมากขึ้น (Melanotic) หรือเกิดจากการเพิ่มจำนวนเซลล์สร้างสีในตำแหน่งนั้น (Melanocytic)

2. Ceruloderma หมายถึง การที่ผิวหนังมีสีเข้มขึ้นเป็นสีเขียว-เทา ซึ่งเกิดจากการมีเมลานินอยู่ในชั้นหนังแท้ เมลานินนี้จะอยู่ในเซลล์สร้างสี (Melanocytotic) ซึ่งมักจะอยู่ใน Macrophages เรียกเป็น Melanophages

สรุป Hyperpigmentation เป็นภาวะที่ผิวหนังมีสีเข้มขึ้น หรือสีเข้มกว่าบริเวณข้างเคียง มีทั้งที่เป็นหย่อม ๆ เช่น ฝ้า ตกกระ ฯลฯ หรือทั่วตัว เช่น Tanning จากการอาบแดด เป็นต้น

สรุปสาเหตุของสีผิวผิดปกติ ได้ดังนี้

1. เกิดจากการสร้างเม็ดสีเพิ่มขึ้นเฉพาะหย่อม ตัวกระตุ้น ได้แก่ MSH, Estrogen, Testosterone, cAMP, Glucocorticoid, Vit D3, Prostaglandins (เมื่อผิวหนังมีการอักเสบ) การขจัดดูและแสง Ultraviolet โรคหรือภาวะที่พบเช่น ฝ้า กระ รอยดำจากการอักเสบ

2. เกิดจาก Melanocytes อยู่ผิดที่

3. มีการเพิ่มจำนวนของ Melanocytes

4. ความผิดปกติของ Basal cell หรือ Keratinocytes เช่น Lentiginos, Seborrheic keratosis

5. จากสารภายนอก เช่น โลหะ เงิน ทอง เป็นต้น

การรักษา

หลักการรักษา มีดังนี้

1. พยายามหาสาเหตุ และแก้ไข หรือหลีกเลี่ยง เช่นการรับประทานยาคุมกำเนิด แสงแดด เป็นต้น

2. ทำให้สีผิวจางลง โดยใช้ยา ลดการสร้างเม็ดสี โดยมีสารหลายตัวที่มีคุณสมบัติรวม ในกลุ่มของ Depigmenting agent โดยออกฤทธิ์ในชั้นต่าง ๆ ของขบวนการสร้างเม็ดสี มีตั้งแต่

2.1. การทำลายเซลล์สร้างสี เช่น Monobenzone, สารปรอท สารกลุ่มที่เริ่มนำมาใช้ คือ Monobenzone มีข้อเสียคือ ทำให้ผิวหนังอักเสบ แพ้ และมีรอยด่างขาวถาวร สารปรอท พบว่า เป็นพิษต่อไต สะสมในร่างกายขับถ่ายออกช้า มีรอยด่างขาวถาวรเช่นกัน ทั้งสองชนิดนี้ ปัจจุบัน เลิกใช้

2.2. การรบกวนขั้นตอนการสร้างเอนไซม์ Tyrosinase เช่นสารไบโอรีแฮบิริเทด (Biorehabilitate) ซึ่งเป็นสารธรรมชาติ ไม่รบกวนหรือระคายผิว ลดการทำงานของเซลล์สร้างสี ลดตัวกระตุ้นทำให้เซลล์ได้พัก โดยลด cAMP ทำให้ขบวนการสร้าง Tyrosinase enzyme น้อยลง การสร้างสีลดลง มีข้อดีกว่า Hydroquinone คือ เมื่อจะหยุดใช้สามารถหยุดได้ทันที

2.3. การหยุดยั้งการทำงานของเอนไซม์ Tyrosinase เช่น ไฮโดรควิโนน (Hydroquinone) และ อะเซลาอิก แอซิด (Azelaic Acid)

สาร ไฮโดรควิโนน (Hydroquinone) ออกฤทธิ์ลดการสร้างเม็ดสี โดยยับยั้งการทำงานของเอนไซม์ Tyrosinase ในความเข้มข้น 2% ก่อนข้างจะปลอดภัยแต่ประสิทธิภาพไม่ดีนัก ถ้าใช้ความเข้มข้น 3-5% จะมีประสิทธิภาพดีขึ้น แต่จะระคายผิวหนังมากกว่า และยาที่มีความเข้มข้นสูงอาจเกิดด่างขาวบริเวณที่ทาได้ นอกจากนี้ การทายาที่มีความเข้มข้นสูงเป็นเวลานาน อาจทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของสีผิว และ ด่างขาว บริเวณที่ทายาได้อีกด้วย คุณสมบัติของไฮโดรควิโนนมีดังนี้

1. ลดการสร้างสีของทั้ง Epidermal และ Follicular melanocyte ทำให้ Melanosome ผิดปกติ โดยลดทั้งจำนวนและเปลี่ยนรูปร่าง ไม่ทำลายเซลล์สร้างสีถ้าหยุดใช้จะเกิดฝ้าขึ้นใหม่ (Rebound) ต้องค่อย ๆ ถอนยาออก

2. ออกฤทธิ์สั้น ถูกกำจัดออกจากร่างกาย ภายใน 24-30 ชั่วโมง ถ้าทายาไม่สม่ำเสมอ ผลการรักษาไม่ดี

3. ความเข้มข้นสูงมาก จะระคายเคืองผิว ดังนั้น ควรทายาบาง ๆ ห้ามนวดหรือถูแรง ๆ

4. ถ้าผสมกับวิตามินเอ แอซิด จะทำให้ออกฤทธิ์ดีขึ้น

5. ใช้รักษาฝ้า กระ Lentigo รอยดำจากการอักเสบได้ผลพอควร

สาร อะเซลาอิก แอซิด (Azelaic Acid) ยาทาในความเข้มข้น 20% มีรายงานว่า ได้ผลในการรักษาฝ้าใกล้เคียงกับ 4% HQ แต่ใช้เวลานาน อาจนานถึง 6 เดือน ผลข้างเคียงคืออาการ แสบคันเล็กน้อยบริเวณที่ทาในช่วงแรกที่เริ่มใช้ แต่เมื่อใช้ต่ออาการเหล่านี้มักหายไป อะเซลาอิก แอซิด เป็นสารที่ปลอดภัย แต่ออกฤทธิ์ช้า กลไกการออกฤทธิ์ยับยั้งการทำงานของ Tyrosinase enzyme ลดการสร้างพลังงานของเซลล์สร้างสีที่ยังทำงาน (Active) คุณสมบัติของ อะเซลาอิก แอซิด มีดังนี้

1. ช่วยลดการสร้างสี โดยเฉพาะบริเวณที่เป็นฝ้า รอยดำจากการอักเสบจึงใช้รักษาฝ้าในกรณีที่ใช้ไฮโดรควิโนนไม่ได้ และรักษารอยดำจากสิวอักเสบได้ผลดี
2. ไม่เป็นอันตรายต่อเซลล์สร้างสีและเซลล์ผิวหนัง จึงใช้เป็นครีมปรับสีผิว เพราะออกฤทธิ์ต่อเซลล์สร้างสีที่ผิดปกติ ส่วนเซลล์สร้างสีปกติจะมีผลน้อย
3. มีสูตรโครงสร้างคล้ายไขมันเคลือบผิวธรรมชาติ (Oleic oil) การระคายเคือง และการแพ้พบน้อย ใช้ติดต่อกันได้นาน ๆ
4. ไม่ทำให้เกิดความผิดปกติต่อสัตว์ทดลองในครรภ์มารดา และไม่ทำให้เกิดมะเร็ง
5. ไม่ทำให้เกิดสิว ในความเข้มข้นสูง ใช้รักษาสิวได้ (15% Azelaic acid)
6. ออกฤทธิ์ช้ากว่าไฮโดรควิโนน จึงไม่ใช่เป็นยาหลักในการรักษาฝ้า

2.4. การรบกวนการส่งผ่านเม็ดสีไปยังเซลล์ผิวหนัง โดยใช้สารที่ทำให้มีการลอกตัวของชั้นซีโคลเร็วขึ้น สารที่ใช้ได้แก่ ไวตามินเอ แอซิด, 40% TCA

สารไวตามินเอ แอซิด มีผลต่อผิวหนังชั้นต่าง ๆ มีดังนี้

1. ชั้นหนังกำพร้า ช่วยลดการสร้าง Keratin เกาะกันอย่างหลวม ๆ ผิวจะเรียบขึ้นแลดูนุ่มนวลและเนียน ข้อยเสีย คือ ผิวแห้งง่าย ต้องใช้การถนอมผิวช่วย นอกจากนี้ยังช่วยกระตุ้นการแบ่งตัวของเซลล์ฐาน ทำให้เซลล์ผิวหนังเลื่อนขึ้นไปทดแทนเซลล์เก่าเร็วขึ้น
2. ชั้นหนังแท้ กระตุ้นการสร้างคอลลาเจน และอีลาสติน ทำให้ผิวเต่งตึง ลดรอยเหี่ยวย่น
3. ผลต่อหลอดเลือด กระตุ้นการสร้างเส้นเลือดฝอย ทำให้การไหลเวียนดีขึ้น แต่จะเห็นหน้าแดงง่าย โดยเฉพาะเวลาอยู่ในที่ร้อน เช่น ตากแดด หน้าเตาไฟขณะทำครัว
4. ในการรักษาฝ้า ไวตามินเอ แอซิด จะไปลดการสร้างสี ทำให้หนังกำพร้ามี Turn over เร็ว ขับ Melanin ได้เร็วขึ้น และรบกวนการส่งผ่านของ Melanin ไปยังเซลล์ผิวหนัง

เช่น Tretinoin ในความเข้มข้นตั้งแต่ 0.01%-0.05% ออกฤทธิ์เร่งให้เซลล์ผิวหนังชั้นบน ซึ่งมีเม็ดสีเมลานินในปริมาณสูงหลุดลอกออก (Keratolytic) แต่การใช้ยาทาชนิดเดียวรักษาฝ้าฝ้านั้นได้ผล แต่ช้า (ประมาณ 40 สัปดาห์) ดังนั้นจึงนิยมใช้ร่วมกับยาทาตัวอื่น ๆ นอกจากนี้ ยาอาจทำให้ระคายเคืองและหน้าแดงได้

2.5. Laser

2.6. Cryotherapy

3. ใช้ยากันแดด

เนื่องจากแสงแดดเป็นตัวกระตุ้นให้ฝ้าเป็นมากขึ้น ดังนั้น การรักษาให้ได้ผลดี นอกจากใช้ยาทาดังกล่าวแล้ว จำเป็นต้องใช้ยากันแดดที่มีประสิทธิภาพดี ป้องกันแดดได้ทั้งช่วง UVA,UVB และหลีกเลี่ยงแดดเท่าที่สามารถจะทำได้

ชนิดของยากันแดด แบ่งได้ดังนี้

3.1. Physical Sunscreens (Sun barrier) คือสารที่สะท้อนแสงออกจากผิวหนัง ได้แก่ Titanium Dioxide, Zinc oxide เป็นต้น สารประเภทนี้จะป้องกัน UVA เป็นส่วนใหญ่

3.2. Chemical Sunscreens คือสารที่ทาแล้วจะไปรวมตัวกับส่วนประกอบของผิวหนังชั้น Stratum corneum ทำให้สามารถดูด (Absorb) แสงอัลตราไวโอเล็ตไว้ในชั้น Stratum corneum ยาประเภทนี้มีหลายชนิด บางชนิดป้องกันได้เฉพาะ UVB เช่น PABA (Parabenzoic acid), PABA esters, Cinnamates, Salicylate บางชนิดป้องกันได้ทั้ง UVA และ UVB เช่น Benzophenones, Anthranilate เป็นต้น

หลักการเลือกใช้ยากันแดด คือ เลือกยากันแดดที่ป้องกันได้ทั้ง UVA และ UVB อาจเป็นยาที่มียากันแดดตัวเดียวหรือตัวผสมก็ได้ นอกจากนี้ยังควรคำนึงถึง Sun Protective Factor (SPF) คือประสิทธิภาพของยากันแดด ซึ่งเมื่อทาทาแล้วจะสามารถถูกแสงแดดได้นานกว่าผิวหนังที่ไม่ได้ทาทาเป็นกี่เท่า เช่น SPF 15 คือเมื่อทาทาแล้วจะสามารถถูกแสงแดดได้นานเป็น 15 เท่าของผิวปกติ สำหรับผู้ป่วยที่เป็นฝ้าควรเลือก SPF 15 หรือมากกว่านั้น (กนกร สุนทรขจิต 2545 : 159-169)

4. กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค

สมัยเมื่อการค้าและเศรษฐกิจของโลกยังอยู่ในลักษณะจำกัดเฉพาะวงแคบ ๆ ในท้องถิ่นหนึ่งหรือในเมืองหนึ่งนั้น สภาพของสินค้าและบริการยังไม่มี ความสลับซับซ้อนมากนัก เพราะกระบวนการผลิตยังเป็นแบบง่าย ๆ ตลาดยังเป็นลักษณะแลกเปลี่ยนสินค้าซึ่งกันและกัน ไม่มีความจำเป็นที่รัฐจะต้องจัดหาเครื่องมือหรือมาตรการทางกฎหมายเป็นพิเศษ เพื่อคุ้มครองผู้บริโภคให้ได้รับความปลอดภัยและเป็นธรรม ทั้งนี้เพราะอิทธิพลของแนวคิดในระบบการปกครองแบบ

ประชาธิปไตยตั้งอยู่บนความมีอิสระและเสรีภาพของบุคคลในการดำรงชีวิตได้เท่าเทียมกัน ความเท่าเทียมหรือความเสมอภาคตามหลักประชาธิปไตยนั้น ยังผลให้ระบบเศรษฐกิจแบบเสรีเกิดขึ้นด้วย โดยสมมติฐานที่ว่ามนุษย์ทุกคนมีความสามารถในการตัดสินใจ ในการเลือกบริโภคสินค้าหรือบริการเท่ากัน รัฐจะไม่เข้าแทรกแซงเสรีภาพในการตกลงของเอกชน หลักกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการค้าหลักหนึ่งจึงเกิดขึ้นนั่นก็คือ ในการซื้อขายนั้น “ผู้ซื้อต้องระวัง” กล่าวคือ หากมีความเสียหายใด ๆ ในทรัพย์สินที่ซื้อขายกันนั้น ความเสียหายนั้นตกเป็นของผู้ซื้อเอง หลักนี้เรียกกันตามภาษาโรมันว่า Caveat Emptor หรือ “Let the buyer beware”

ในสมัยปัจจุบันเมื่อโลกเจริญมากขึ้นทั้งในด้านวิทยาศาสตร์และอุตสาหกรรม ทำให้ระบบเศรษฐกิจ การค้าขายหรือบริการต่าง ๆ เปลี่ยนแปลงไปมีกระบวนการผลิตที่สลับซับซ้อนมากขึ้น การผลิตสินค้าใช้วัตถุดิบในการผลิตที่ทันสมัยเกินกว่าความรู้ธรรมดาของผู้ใช้หรือผู้บริโภคจะตามได้ทัน ผู้ผลิตต่างก็หาวิถีทางที่จะลดค่าใช้จ่ายในการผลิตและเพิ่มผลกำไรให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ ในบางกรณีการขายกำลังการผลิตทำให้ความละเอียดรอบคอบ และคุณภาพของสินค้าห้อยลง ประกอบกับการขยายตัวแห่งการค้าพาณิชย์ออกไปจากระดับหมู่บ้าน เมือง ไปสู่ระดับประเทศ ทำให้สินค้าในตลาดมีการแพร่กระจายและเพิ่มประเภทหรือชนิดมากยิ่งขึ้นกว่าเดิม หลักที่เคยถือว่าผู้ซื้อต้องระวังจึงขาดความยุติธรรมในแง่ที่ว่า ผู้ซื้อในฐานะผู้บริโภคไม่อาจปรับตัวให้ทันกับความเจริญทางเทคโนโลยีต่าง ๆ ได้ ความระมัดระวังในระดับธรรมดาไม่อาจช่วยให้ผู้ซื้อหรือผู้บริโภคได้รับผลตอบแทนคุ้มค่ากับเงินที่เสียไป ชำร่วยยังอาจทำให้เกิดอันตรายจากการบริโภคสินค้าที่ซื้อมาได้โดยคาดไม่ถึงด้วย ทำให้ประเทศต่าง ๆ หันมาพิจารณาถึงสิทธิของผู้บริโภคในอันที่จะได้รับความคุ้มครองและปกป้องรักษาผลประโยชน์เป็นการเฉพาะนอกเหนือจากสิทธิที่จะได้รับความเสียหายตามสัญญา หรือสิทธิฟ้องเรียกค่าเสียหายในคดีละเมิดตามกฎหมายเดิม ดังนั้นประเทศต่าง ๆ ในทวีปยุโรป อเมริกา และออสเตรเลีย จึงได้มีการออกกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคซึ่งเปลี่ยนแปลงหลักกฎหมายที่เคยมีอยู่เดิม ทั้งในแง่ความรับผิดชอบในทางสัญญาหรือละเมิดให้เอื้ออำนวยต่อการเยียวยาผู้ใช้ความเสียหายที่เกิดจากการบริโภคให้มากขึ้น ทั้งนี้โดยเน้นทั้งด้านการควบคุมกำกับกิจกรรมทางการผลิตโดยรัฐเพื่อป้องกันความเสียหายและการฟ้องร้องดำเนินคดีเพื่อผู้บริโภค (สุขุม ศุภนิศย์ 2545 : 1)

สิทธิของผู้บริโภค

1. สิทธิที่จะได้รับข่าวสารรวมทั้งคำพรรณนาคุณภาพที่ถูกต้องและเพียงพอเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ ได้แก่ สิทธิที่จะได้รับการโฆษณาหรือการแสดงฉลากตามความเป็นจริงและปราศจากพินัยแก่ผู้บริโภค รวมตลอดถึงสิทธิที่จะได้รับทราบข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการอย่างถูกต้องและเพียงพอที่จะไม่หลงผิดในการซื้อสินค้าหรือรับบริการโดยไม่เป็นธรรม

2. สิทธิที่จะมีอิสระในการเลือกหาสินค้าหรือบริการ ได้แก่ สิทธิที่จะเลือกซื้อสินค้าหรือรับบริการด้วยความสมัครใจของผู้บริโภคและปราศจากการชักจูงใจอันไม่เป็นธรรม

3. สิทธิที่จะได้รับความปลอดภัยจากการใช้สินค้าหรือบริการ ได้แก่ สิทธิที่จะได้รับสินค้าหรือบริการที่ปลอดภัย มีสภาพ และคุณภาพ ได้มาตรฐานเหมาะสมแก่การใช้ ไม่ก่อให้เกิดอันตรายต่อชีวิต ร่างกาย หรือทรัพย์สิน ในกรณีใช้ตามคำแนะนำ หรือระมัดระวังตามสภาพของสินค้าหรือบริการนั้นแล้ว

4. สิทธิที่จะได้รับความเป็นธรรมในการทำสัญญา ได้แก่ สิทธิที่จะได้รับข้อสัญญาโดยไม่ถูกเอาเปรียบจากผู้ประกอบธุรกิจ

5. สิทธิที่จะได้รับการพิจารณาและชดเชยความเสียหาย ได้แก่ สิทธิที่จะได้รับการคุ้มครองและชดเชยใช้ค่าเสียหายเมื่อมีการละเมิดสิทธิของผู้บริโภคตาม ข้อ 1,2,3 และ 4 ดังกล่าว

สิทธิตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค เป็นบทบัญญัติยืนยันและรับรองสิทธิขึ้นเป็นลายลักษณ์อักษร ทั้งนี้โดยไม่ลบล้างบทบัญญัติตามกฎหมายอื่น ๆ ซึ่งอาจจะบัญญัติถึงสิทธิของผู้บริโภคไว้แล้ว ไม่ว่าจะเป็นประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์หรือสิทธิตามประมวลกฎหมายอาญา

ข้อควรปฏิบัติหลังจากซื้อสินค้าหรือบริการ

ผู้บริโภคมีหน้าที่ในการใช้ความระมัดระวังตามสมควร ในการซื้อสินค้าหรือบริการ ได้แก่ การให้ความสำคัญคุณลักษณะของสินค้าและการโฆษณาสินค้าหรือบริการ

1. ผู้บริโภคต้องตรวจสอบคุณลักษณะของสินค้า เพื่อเป็นข้อมูลในการเปรียบเทียบสินค้าแต่ละยี่ห้อ ก่อนตัดสินใจเลือกสินค้าของคุณลักษณะจะต้องระบุข้อความดังต่อไปนี้

1.1. ชื่อประเภท หรือชนิดของสินค้าที่แสดงให้เห็นเข้าใจ ได้ว่าสินค้านั้นคืออะไร ในกรณีที่เป็นสินค้าส่งหรือนำเข้ามาในราชอาณาจักรเพื่อขายให้ระบุชื่อประเทศที่ผลิตด้วย

1.2. ชื่อหรือเครื่องหมายการค้า ที่จดทะเบียนในประเทศไทย ของผู้ผลิตเพื่อขายในประเทศไทย

1.3. ชื่อหรือเครื่องหมายการค้า ที่จดทะเบียนในประเทศไทย ของผู้ส่งหรือนำเข้ามาในราชอาณาจักรเพื่อขาย

1.4. สถานที่ตั้งของผู้ผลิตเพื่อขาย หรือของผู้ส่งหรือผู้นำเข้ามาในราชอาณาจักรเพื่อขายแล้วแต่กรณี

1.5. ต้องแสดงขนาดหรือมิติ หรือปริมาณ หรือปริมาตร หรือน้ำหนักของสินค้านั้นแล้วแต่กรณี สำหรับหน่วยที่ใช้จะใช้ชื่อเต็มหรือชื่อย่อหรือสัญลักษณ์แทนก็ได้

1.6. ต้องแสดงวิธีใช้ เพื่อให้ผู้บริโภคเข้าใจว่าสินค้านั้นใช้เพื่อสิ่งใด

1.7. ข้อเสนอแนะในการใช้หรือห้ามใช้ เพื่อความถูกต้องในการที่ให้ประโยชน์แก่ ผู้บริโภค

1.8. วันเดือนปีที่ผลิต หรือวันเดือนปีที่หมดอายุการใช้ หรือวันเดือนปีที่ควรใช้ก่อน วันเดือนปีที่ระบุนั้น เพื่อให้เข้าใจในประโยชน์ของคุณภาพหรือคุณสมบัติของสินค้านั้น (ถ้ามี)

1.9. ราคาโดยระบุหน่วยเป็นบาท และจะระบุเป็นเงินสกุลอื่นก็ได้

2. สอบถามข้อเท็จจริงเกี่ยวกับ คุณภาพของสินค้าจากผู้ขาย หรือผู้ที่เคยใช้สินค้านั้น แล้ว

3. ศึกษาเงื่อนไข หรือข้อจำกัดของสินค้า เช่น วัน เดือน ปี ที่ผลิตหรือหมดอายุ วิธีการใช้ การเก็บรักษา ค่าเดือนหรือข้อควรระวังของสินค้าให้เข้าใจอย่างท่วงแท้ เพื่อผู้บริโภค สามารถใช้สินค้าได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ และ ประหยัด

4. ร้องขอให้หน่วยงาน ที่เกี่ยวข้องตรวจสอบคุณภาพ และปริมาณของสินค้าว่าเป็นจริง ตามที่ระบุไว้ที่ฉลากของสินค้าหรือไม่ เพื่อให้ได้สินค้าที่มีคุณภาพและเป็นธรรม แก่ผู้บริโภค

5. ผู้บริโภคอย่าด่วนหลงเชื่อคำโฆษณาของสินค้า หรือบริการ ต้องศึกษาเงื่อนไข รายละเอียดอื่น ๆ ของตัวสินค้า หรือ บริการที่อาจไม่ได้ระบุไว้ในการโฆษณา เนื่องจากการโฆษณา สินค้าหรือบริการ ของผู้ประกอบการ ส่วนใหญ่จะเสนอแต่ข้อดีและเงื่อนไขที่เป็นประโยชน์ต่อ ผู้บริโภค ส่วนข้อเสีย มักจะไม่กล่าวถึงในการโฆษณา จึงจำเป็นที่ผู้บริโภคต้องศึกษาหาความรู้ เพิ่มเติม จากการสอบถามผู้ขาย หรือบริษัทผู้ผลิต

ข้อความโฆษณาต่อไปนี้ ถือว่าเป็นข้อความเป็นการไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค หรือเป็น ข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียหายต่อสังคมเป็นส่วนรวม

1. ข้อความที่เป็นเท็จหรือเกินความจริง

2. ข้อความที่ก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ ไม่ว่าจะ เป็นการกระทำ โดยใช้ หรืออ้างอิงรายงานทางวิชาการสถิติหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่งอันเป็นความจริง หรือ เกินความจริงหรือไม่ก็ตาม

3. ข้อความที่เป็นการสนับสนุน โดยตรงหรือโดยอ้อมให้มีการกระทำผิดกฎหมาย หรือ ศีลธรรม หรือนำไปสู่ความเสื่อมเสีย ในวัฒนธรรมของชาติ

4. ข้อความที่จะทำให้เกิดความแตกแยก หรือเสื่อมเสียความสามัคคีในหมู่ประชาชน

5. ข้อความอย่างอื่นตามที่กำหนด ในกระทรวงที่ ผู้ประกอบการธุรกิจต้องระบุข้อความให้ ครบถ้วน หากฝ่าฝืนมีโทษตามกฎหมาย

ข้อควรระวังหลังจากซื้อสินค้าหรือบริการ

ผู้บริโภคมีหน้าที่ในการเก็บรักษาพยานหลักฐานต่าง ๆ ที่แสดงถึงการละเมิดสิทธิของผู้บริโภคไว้ เพื่อทำการเรียกร้องตามสิทธิของตน พยานหลักฐานดังกล่าวอาจจะเป็นสินค้าที่แสดงให้เห็นว่ามีปริมาณหรือคุณภาพไม่เป็นไปตามมาตรฐานที่ระบุไว้ในฉลาก มีความสกปรกหรือเป็นพิษเกิดอันตรายจากการใช้สินค้าหรือบริการนั้นได้ ควรจดสถานที่ซื้อสินค้าหรือรับบริการนั้นไว้ เพื่อประกอบการร้องเรียนด้วย

ในกรณีที่มีการทำสัญญาเป็นลายลักษณ์อักษรกับผู้ประกอบธุรกิจ ต้องเก็บเอกสารสัญญาต่างๆ รวมทั้งเอกสารโฆษณาและใบเสร็จรับเงินไว้ด้วย เมื่อมีการละเมิดสิทธิของผู้บริโภค ผู้บริโภคมีหน้าที่ในการดำเนินการร้องเรียนตามสิทธิของตนตามที่กล่าวมาแล้ว (สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค 2552)

การคุ้มครองผู้บริโภคด้านฉลาก

การคุ้มครองผู้บริโภคด้านฉลาก มีการแก้ไขปรับปรุงบทบัญญัติในพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภคใหม่ ดังนี้

มาตรา 30 ให้สินค้าที่ผลิตเพื่อขายโดยโรงงานตามกฎหมายว่าโดยโรงงานและสินค้าที่สั่งหรือนำเข้ามาราชาอาณาจักรเพื่อขายเป็นสินค้าที่ควบคุมฉลาก

ความในวรรคหนึ่งไม่ใช้บังคับกับสินค้าที่คณะกรรมการว่าด้วยฉลากกำหนดโดยประกาศในราชกิจจานุเบกษา

ในกรณีที่ปรากฏว่ามีสินค้าที่อาจก่อให้เกิดอันตรายแก่สุขภาพร่างกาย หรือจิตใจ เนื่องจากการใช้สินค้าหรือโดยสภาพของสินค้านั้น หรือมีสินค้าที่ประชาชนทั่วไปใช้เป็นประจำ ซึ่งการกำหนดฉลากของสินค้านั้นจะเป็นประโยชน์แก่ผู้บริโภคในการที่จะทราบข้อเท็จจริงในสาระสำคัญที่เกี่ยวกับสินค้านั้น แต่สินค้านั้นไม่เป็นสินค้าที่ควบคุมฉลากตามวรรคหนึ่ง ให้คณะกรรมการว่าด้วยฉลากมีอำนาจกำหนดให้สินค้านั้นเป็นสินค้าที่ควบคุมฉลากได้ โดยประกาศในราชกิจจานุเบกษา

มาตรา 31 ฉลากของสินค้าที่ควบคุมฉลาก จะต้องมิลักษณะดังต่อไปนี้

1. ใช้ข้อความที่ตรงต่อความจริงและไม่มีข้อความที่อาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับสินค้า

2. ต้องระบุข้อความดังต่อไปนี้

2.1. ชื่อหรือเครื่องหมายการค้าของผู้ผลิตหรือผู้นำเข้าเพื่อขายแล้วแต่กรณี

2.2. สถานที่ผลิตหรือสถานที่ประกอบธุรกิจนำเข้าแล้วแต่กรณี

2.3. ระบุข้อความที่แสดงให้เห็นเข้าใจได้ว่าสินค้านั้นคืออะไร ในกรณีที่เป็นสินค้านำเข้า ให้ระบุชื่อประเทศที่ผลิตด้วย

3. ต้องระบุข้อความอันจำเป็น ได้แก่ ราคา ปริมาณ วิธีใช้ ข้อเสนอ คำเตือน วัน เดือน ปี ที่หมดอายุ ในกรณีเป็นสินค้าที่หมดอายุได้ หรือกรณีอื่น เพื่อคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภค ทั้งนี้ ตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไขที่คณะกรรมการว่าด้วยฉลากกำหนด โดยประกาศในราชกิจจานุเบกษา

ให้ผู้ประกอบธุรกิจซึ่งเป็นผู้ผลิตเพื่อขายหรือผู้ส่งหรือนำเข้าเข้ามาในราชอาณาจักรเพื่อขาย ซึ่งสินค้าที่ควบคุมฉลาก แล้วแต่กรณี เป็นผู้จัดทำฉลากก่อนขายและฉลากนั้นต้องมีข้อความดังกล่าวในวรรคหนึ่ง ในการนี้ข้อความตามวรรคหนึ่ง 2 และ 3 ต้องจัดทำตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่คณะกรรมการว่าด้วยฉลากกำหนด โดยประกาศในราชกิจจานุเบกษา

มาตรา 32 การกำหนดข้อความของฉลากตามมาตรา 30 ต้องไม่เป็นการบังคับให้ผู้ประกอบธุรกิจต้องเปิดเผยความลับทางการผลิต เว้นแต่ข้อความดังกล่าวจะเป็นสิ่งจำเป็นที่เกี่ยวกับสุขภาพอนามัยและความปลอดภัยของผู้บริโภค

มาตรา 33 เมื่อคณะกรรมการว่าด้วยฉลากเห็นว่าฉลากใดไม่เป็นไปตามมาตรา 31 คณะกรรมการว่าด้วยฉลากมีอำนาจสั่งให้ผู้ประกอบธุรกิจเลิกใช้ฉลากดังกล่าวหรือดำเนินการแก้ไขฉลากนั้นให้ถูกต้อง

มาตรา 34 ผู้ประกอบธุรกิจผู้ใดสงสัยว่าฉลากของตนจะเป็นการฝ่าฝืนหรือไม่เป็นไปตามมาตรา 31 ผู้ประกอบธุรกิจผู้นั้นอาจขอให้คณะกรรมการว่าด้วยฉลากพิจารณาให้ความเห็นในฉลากนั้นก่อนได้ ในกรณีนี้ให้นำมาตรา 29 มาใช้บังคับโดยอนุโลม

มาตรา 35 เพื่อเป็นประโยชน์ในการควบคุมและการตรวจสอบการประกอบธุรกิจเกี่ยวกับสินค้าที่ควบคุมฉลาก รัฐมนตรีมีอำนาจประกาศในราชกิจจานุเบกษากำหนดให้ผู้ประกอบธุรกิจในสินค้านั้นต้องจัดทำและเก็บรักษาบัญชีเอกสารและหลักฐาน เพื่อให้พนักงานเจ้าหน้าที่ทำการตรวจสอบได้

วิธีจัดทำและเก็บรักษาบัญชี เอกสารและหลักฐานตามวรรคหนึ่งให้เป็นไปตามที่กำหนดในกฎกระทรวง

กำหนดเกณฑ์เกี่ยวกับสินค้าที่ต้องควบคุมฉลาก

จะเห็นได้ว่าบทบัญญัติในเรื่องการคุ้มครองผู้บริโภคในด้านฉลากนี้มีการกำหนดชัดเจนว่า ผู้ประกอบธุรกิจมีหน้าที่จัดทำฉลากสินค้าที่ประกาศกำหนดให้มีการติดฉลากและการกำหนดว่าสินค้าใดเป็นสินค้าควบคุมฉลากก็ชัดเจนขึ้นว่าต้องเป็นสินค้าที่

1. ผลิตเพื่อขายโดยโรงงานตามกฎหมายว่าด้วยโรงงาน
2. ส่งหรือนำเข้ามาในราชอาณาจักรเพื่อขาย

เว้นแต่จะมีประกาศของคณะกรรมการว่าด้วยฉลากกำหนดไม่ใช้บังคับ กับกรณี 1 หรือ 2 โดยประกาศนี้ต้องประกาศในราชกิจจานุเบกษา

3. สินค้าที่คณะกรรมการว่าด้วยฉลากเห็นว่าอาจก่อให้เกิดอันตรายแก่สภาพร่างกายจิตใจ โดยการใช้หรือโดยสภาพ หรือประชาชนทั่วไปใช้เป็นข้อเท็จจริงในสาระสำคัญที่เกี่ยวกับสินค้านั้น ก็อาจประกาศเป็นสินค้าควบคุมฉลากได้โดยประกาศในราชกิจจานุเบกษา

ลักษณะของฉลาก

สินค้าควบคุมฉลาก ผู้ประกอบธุรกิจต้องจัดทำฉลากให้มีข้อความตามที่กำหนดไว้ในมาตรา 31 และคณะกรรมการร่วมด้วยฉลากได้ออกประกาศ เรื่องลักษณะของฉลากให้มีข้อความตามที่กำหนดไว้ในมาตรา 31 และคณะกรรมการว่าด้วยฉลากได้ออกประกาศ เรื่องลักษณะของฉลากสินค้าที่ควบคุมฉลาก พ.ศ. 2541 ดังมีข้อความดังต่อไปนี้

1. ชื่อประเภท หรือชนิดของสินค้าที่แสดงให้เข้าใจได้ว่าสินค้านั้นคืออะไร ในกรณีที่ เป็นสินค้าที่ส่งหรือนำเข้ามาในราชอาณาจักรเพื่อขายให้ระบุชื่อประเทศที่ผลิตด้วย

2. ชื่อหรือเครื่องหมายการค้าที่จะจดทะเบียนในประเทศไทยของผู้ผลิตเพื่อขายในประเทศไทย

3. ชื่อหรือเครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียนในประเทศไทยของผู้ส่งหรือนำเข้ามาในราชอาณาจักรเพื่อขาย

4. สถานที่ตั้งของผู้ผลิตเพื่อขาย หรือของผู้ส่งหรือผู้นำเข้ามาในราชอาณาจักรเพื่อขายแล้วแต่กรณี

5. ต้องแสดงขนาดหรือมิติ หรือปริมาณ หรือปริมาตร หรือน้ำหนักของสินค้านั้นแล้วแต่กรณี สำหรับหน่วยที่ใช้จะใช้ชื่อเต็มหรือชื่อย่อ หรือสัญลักษณ์แทนก็ได้

6. ต้องแสดงวิธีใช้ เพื่อให้ผู้บริโภคเข้าใจว่าสินค้านั้นใช้เพื่อสิ่งใด เช่น ใช้ทำความสะอาดพื้นไม้ หรือพื้นกระเบื้อง ภาชนะพลาสติก หรือภาชนะดินเผา ภาชนะเคลือบใช้ตั้งบนเตาไฟ ใช้เข้าไมโครเวฟ ใช้เก็บอาหารในตู้เย็น

7. ชื่อแนะนำในการใช้หรือห้ามใช้ เพื่อความถูกต้องในการใช้ที่ให้ประโยชน์แก่ผู้บริโภค เช่น ห้ามใช้ของมีคมกับการแช่น้ำแข็งในตู้เย็น

8. คำเตือน (ถ้ามี)

9. วัน เดือน ปี ที่ผลิต หรือ วัน เดือน ปี ที่หมดอายุการใช้ หรือวัน เดือน ปี ที่ควรใช้ก่อน วัน เดือน ปี ที่ระบุนั้น เพื่อให้เข้าใจในประโยชน์ของคุณภาพหรือคุณสมบัติของสินค้านั้น (ถ้ามี)

10. ราคา โดยระบุหน่วยเป็นบาท และจะระบุเป็นเงินสกุลอื่นด้วยก็ได้

ข้อ 3 ในกรณีที่ไม้อาจแสดงฉลากของสินค้าที่ควบคุมฉลากอย่างถูกต้องตามที่ระบุไว้ในข้อ 1 และข้อ 2 รวมไว้ในตำแหน่งที่เดียวกัน เช่น ไม้อาจแสดงไว้ที่สินค้าได้ทั้งหมด ก็ให้แสดงข้อความ รูป รอยประดิษฐ์หรือภาพอย่างหนึ่งอย่างใดไว้ส่วนหนึ่งส่วนใดที่สินค้าหรือภาชนะ หรือหีบห่อบรรจุสินค้า หรือสอดแทรกหรือรวมไว้กับสินค้าหรือภาชนะบรรจุหรือหีบห่อบรรจุสินค้า หรือในเอกสาร หรือคู่มือสำหรับใช้ประกอบกับสินค้าหรือป้ายที่ติดตั้งหรือแสดงไว้ที่สินค้าหรือภาชนะบรรจุหีบห่อบรรจุสินค้านั้น แต่เมื่อรวมการแสดงไว้ทุกแห่งแล้วต้องสามารถเห็นและอ่านได้ชัดเจน

ผลของการควบคุมฉลาก

การกำหนดรายละเอียดในฉลาก ต้องไม่เป็นการเปิดเผยความลับทางการผลิต เว้นแต่เป็นความจำเป็นเกี่ยวกับสุขภาพอนามัยและเพื่อความปลอดภัยของผู้บริโภค (มาตรา 32)

การใช้ฉลากที่ไม่เป็นไปตามประกาศของคณะกรรมการว่าด้วยฉลาก มีผล 2 ประการคือ

1. คณะกรรมการว่าด้วยฉลากมีอำนาจสั่งให้เลิกใช้หรือแก้ไขให้ถูกต้อง
2. ผู้ผลิต ผู้นำเข้า ผู้ขาย มีโทษตามบทบัญญัติมาตรา 52 แก้ไขเพิ่มเติมตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภคฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2541)

เพื่อให้การควบคุมสินค้าที่ควบคุมฉลากได้ประโยชน์สูงสุด และมีประสิทธิภาพต่อการคุ้มครองผู้บริโภคอย่างแท้จริง กฎหมายจึงกำหนดให้รัฐมนตรีผู้รักษาการตามกฎหมายฉบับนี้มีอำนาจออกประกาศในราชกิจจานุเบกษากำหนดให้ผู้ประกอบธุรกิจสินค้าควบคุมฉลากจัดทำและเก็บรักษาบัญชีเอกสารและหลักฐานเพื่อให้พนักงานเจ้าหน้าที่ทำการตรวจสอบได้ (มาตรา 35) ในกรณีที่มีความจำเป็นต้องจัดการอย่างใด ๆ กับสินค้าควบคุมซึ่งกระจายไปในตลาด ข้อมูลเหล่านี้จะช่วยให้อำนาจหน้าที่ของรัฐดำเนินการได้รวดเร็วขึ้น (สุขุม สุภนิตย์ 2545 : 222-235)

5. พระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2535

ในพระราชบัญญัตินี้ "เครื่องสำอาง" หมายความว่า

1. วัตถุที่มุ่งหมายสำหรับใช้ทา ถู นวด โรย พ่น หยอด ใส่ อบหรือกระทำด้วยวิธีอื่นใดต่อส่วนหนึ่งส่วนใดของร่างกายเพื่อความสะอาด ความสวยงาม หรือ ส่งเสริมให้เกิดความสวยงาม และรวมตลอดทั้งเครื่องประทีนผิวต่างๆ ด้วย แต่ไม่รวมถึงเครื่องประดับและ เครื่องแต่งตัวซึ่งเป็นอุปกรณ์ภายนอกร่างกาย
2. วัตถุที่มุ่งหมายสำหรับใช้เป็นส่วนผสมในการผลิตเครื่องสำอางโดยเฉพาะ หรือ
3. วัตถุอื่นที่กำหนดโดยกฎกระทรวงให้เป็นเครื่องสำอาง

จากความหมายของเครื่องสำอางตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2535 จะเห็นได้ว่าผลิตภัณฑ์ที่จะจัดเป็นเครื่องสำอางได้ เมื่อจะต้องไม่แสดงสรรพคุณในทางบำบัดรักษา จะเน้นใช้เพื่อความสะอาดและความสวยงาม และใช้เฉพาะกับผิวหนังนอกเท่านั้น และจากการวิเคราะห์ความเสี่ยงและประเมินความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง ได้จัดแบ่งเครื่องสำอางออกเป็น 3 ประเภท ตามประกาศ

1. เครื่องสำอางควบคุมพิเศษ

เป็นเครื่องสำอางที่มีความเสี่ยงสูงต่อการเกิดอันตรายกับผู้บริโภค เนื่องจากพิษภัยหรืออันตรายของเคมีภัณฑ์ที่เป็นส่วนผสม ตามประกาศกระทรวงสาธารณสุขที่ออกตามความในพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง การกำกับดูแลจึงเข้มงวดที่สุด ด้วยการให้ต้องมาขึ้นทะเบียนตำรับ เมื่อได้รับใบสำคัญการขึ้นทะเบียนตำรับเครื่องสำอางควบคุมพิเศษเรียบร้อยแล้วจึงจะผลิตหรือนำเข้ามาจำหน่ายได้

2. เครื่องสำอางควบคุม

เป็นเครื่องสำอางที่อาจมีผลกระทบ หรือความเสี่ยงต่อการเกิดอันตรายบ้าง การกำกับดูแลจึงไม่เข้มงวดเท่าเครื่องสำอางควบคุมพิเศษ ผู้ประกอบการธุรกิจเพียงมาแจ้งรายละเอียดต่อหน่วยงานรัฐ ภายในเวลาไม่น้อยกว่า 15 วัน ก่อนผลิตหรือนำเข้ามาจำหน่ายในราชอาณาจักร

3. เครื่องสำอางทั่วไป

ได้แก่ เครื่องสำอางที่ไม่มีส่วนผสมของสารควบคุมพิเศษ หรือสารควบคุม จะมีข้อกำหนดในการผลิตหรือนำเข้า ดังนี้

3.1. เครื่องสำอางที่ผลิตในประเทศ สามารถผลิตได้โดยไม่ต้องแจ้งกับสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา เพียงแต่จัดทำฉลากภาษาไทยให้มีข้อความอันจำเป็น ครบถ้วน ชัดเจน (ส่วนข้อความอื่น ๆ บนฉลากต้องเป็นความจริง และมีเอกสารหลักฐานพร้อมที่จะพิสูจน์ได้)

3.2. เครื่องสำอางที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ ต้องส่งมอบหลักฐานประกอบการนำเข้า และต้องจัดทำฉลากภาษาไทยให้มีข้อความอันจำเป็น ครบถ้วน ภายใน 30 วัน หลังจากได้รับการตรวจปล่อยให้นำเข้ามาในราชอาณาจักร (ส่วนข้อความอื่น ๆ บนฉลากต้องเป็นความจริง และมีเอกสารหลักฐานพร้อมที่จะพิสูจน์ได้)

เนื่องจากฉลากเครื่องสำอางทุกชนิดต้องมีฉลากภาษาไทย แต่ข้อความอันจำเป็นอาจแตกต่างกันไปตามประเภทของเครื่องสำอาง (พรพิมล ชัดตินานนท์ และพรพรรณ สุนทรธรรม 2540 : 36-47) รายละเอียดการแสดงข้อความบนฉลากเครื่องสำอาง อธิบายได้ดังนี้

1. ชื่อเครื่องสำอาง

ในส่วนนี้ผู้ประกอบการมักจะให้ความสำคัญอยู่แล้ว การแสดงชื่อเครื่องสำอางจึงมีความชัดเจนดี จะมีข้อความระวังอยู่บ้างคือ เครื่องสำอางมักจะความหลากหลายในชื่อรุ่นหรือเจดตี ผู้บริโภคต้องพิจารณาชื่อผลิตภัณฑ์ให้ดีก่อนที่จะซื้อ

2. ประเภทหรือชนิดของเครื่องสำอาง

เครื่องสำอางในปัจจุบันมีหลากหลายชนิด และรูปแบบ จะเห็นว่าเครื่องสำอางที่มีลักษณะเป็นครีมชั้นบรรจุอยู่ในหลอดนั้น อาจจะเป็นไปได้ตั้งแต่ยาสีฟัน โฟมล้างหน้า ครีมบำรุงผิว หรือผลิตภัณฑ์ตกแต่งทรงผม น้ำยาใส่ในขวดทรงสวย นั้นอาจจะเป็นไปได้ตั้งแต่ น้ำหอม ผลิตภัณฑ์ที่ใช้กับผิวหน้า โลชั่นสำหรับจุดซ่อนเร้น ไปจนถึงน้ำยาล้างเล็บ ดังนั้นพิจารณาชนิดของเครื่องสำอางให้ถี่ถ้วน ว่าตรงตามความต้องการแน่นอนหรือไม่

3. ส่วนประกอบสำคัญ

ผู้บริโภคควรให้ความสำคัญกับข้อมูลในส่วนนี้ด้วย แม้ว่าบางครั้งอาจเป็นชื่อสารเคมีที่ไม่รู้จักคุ้นเคย แต่ข้อมูลเหล่านี้จะมีประโยชน์มาก เมื่อใช้เครื่องสำอางแล้วเกิดอาการแพ้จะได้บันทึกไว้เป็นข้อมูลส่วนตัวว่าแพ้สารใด หรือถ้าทราบว่ามีประวัติแพ้สารใดมาก่อน ก็สามารถตรวจสอบรายละเอียดของส่วนประกอบในเครื่องสำอางก่อนซื้อ เพื่อที่จะหลีกเลี่ยง อันตรายจากการแพ้สารเคมีได้ง่ายขึ้น

4. ชื่อและที่ตั้งของผู้ผลิตและผู้นำเข้า

เป็นการแสดงความรับผิดชอบของเจ้าของผลิตภัณฑ์ โดยผู้บริโภคสามารถใช้ข้อมูลนี้เพื่อติดต่อกับผู้รับผิดชอบ เมื่อมีปัญหาในการใช้ผลิตภัณฑ์

5. วันเดือนปีที่ผลิต

วันเดือนปีที่ผลิตเป็นข้อมูลที่มีประโยชน์อย่างยิ่ง ผู้บริโภคจะทราบว่าผลิตภัณฑ์นั้นผลิตขึ้นเมื่อใด หากผลิตมานานแล้ว อาจเกิดการเสื่อมคุณภาพ ทั้งนี้ต้องดูลักษณะอื่น ๆ ของผลิตภัณฑ์ประกอบด้วย เครื่องสำอางที่มีการจัดเก็บอย่างดี อยู่ในสภาพที่ปิดสนิท อยู่ในที่เย็น ไม่ถูกแสงแดด จะมีอายุยืนยาวกว่าเครื่องสำอางที่เก็บไว้ในที่ร้อน ชื้น แสงแดดส่องถึง จะสังเกตได้ว่าที่ฉลากของเครื่องสำอางมักไม่บอกวันหมดอายุ เนื่องจากอายุของเครื่องสำอางขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น สารที่เป็นส่วนผสมในตำรับ จะมีผลต่อความคงตัวของตำรับรวมทั้งเทคนิคการบรรจุ และที่สำคัญที่สุด คือ การเก็บรักษา เครื่องสำอางที่ผลิตพร้อม ๆ กัน นั้น ซึ่งที่ได้รับการรักษาอย่างดี อยู่ในสภาพปิดสนิท อยู่ในที่เย็น ไม่โดนแสงแดด หรือความชื้นก็ย่อมมีอายุการใช้งานที่ยาวนานกว่าซึ่งที่เก็บรักษาไม่ดี การตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องสำอาง จึงต้องพิจารณาวันเดือนปีที่ผลิต ประกอบกับลักษณะของผลิตภัณฑ์ รวมทั้งการเก็บรักษาเครื่องสำอางนั้นด้วย

6. วิธีใช้

เมื่อซื้อเครื่องสำอางมาแล้ว ก็ต้องศึกษาวิธีใช้อย่างละเอียด เพื่อที่จะได้เกิดประโยชน์อย่างคุ้มค่า และปลอดภัย เช่น ครีมบำรุงผิวหน้าบางชนิดต้องใช้ทาก่อนนอน เพื่อมิให้ถูกแสงแดด เพราะแสงแดดอาจกระตุ้นให้เกิดอาการข้างเคียง ที่ไม่พึงประสงค์ ดังนั้น หากไม่ศึกษาวิธีใช้ให้ดี ถ้วน ทาครีมนี้ตามความพอใจ หากทาตอนกลางวันแล้วถูกแสงแดด ก็อาจจะกลับกลายเป็นผลเสีย เพราะใช้ไม่ถูกวิธีนั่นเอง

7. ปริมาณสุทธิ

ส่วนนี้จะช่วยให้ผู้บริโภคเปรียบเทียบ ระหว่างเครื่องสำอางในประเภทเดียวกันได้ว่า ปริมาณและราคาของเครื่องสำอาง แตกต่างกันอย่างใด เพื่อที่จะได้เลือกซื้อเครื่องสำอางอย่างคุ้มค่า สมราคา

8. คำเตือน

เครื่องสำอางบางชนิดจะต้องแสดงคำเตือนที่ฉลากด้วย แสดงว่าต้องใช้ด้วยความระมัดระวัง ดังนั้น ควรศึกษาคำเตือนให้เข้าใจอย่างถ่องแท้และปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด

เครื่องสำอางบางประเภทมีความเสี่ยงที่จะเกิดอันตราย กฎหมายจึงมีข้อกำหนดที่เข้มงวด กว่าเครื่องสำอางทั่วไป โดยจัดเป็นเครื่องสำอางควบคุมพิเศษและเครื่องสำอางควบคุม ซึ่งจะต้องมีข้อความแสดงประเภท ของเครื่องสำอางที่ฉลากอย่างชัดเจน ผู้บริโภคควรใช้เครื่องสำอางเหล่านี้ด้วยความระมัดระวังเป็นพิเศษ (อารทรา ปัญญาปฏิภาณ 2545 : 1-2)

เนื่องจากพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2535 ไม่เน้นการกำกับดูแลผลิตภัณฑ์ก่อนออกสู่ตลาด แต่จะเน้นให้พนักงานเจ้าหน้าที่ติดตามเฝ้าระวังดูแลผลิตภัณฑ์ที่วางตลาดแล้วให้ เป็นไปตามที่กฎหมายกำหนด ดังนั้น ผู้ประกอบธุรกิจด้านเครื่องสำอางจึงต้องดำเนินการ เพื่อให้มั่นใจได้ว่าผลิตภัณฑ์ของตนมีคุณภาพดีตามที่กฎหมายกำหนด เช่น ไม่พบส่วนผสมของวัตถุที่ห้าม ใช้เป็นส่วนผสมในการผลิตเครื่องสำอาง หรือหากมีส่วนผสมของสารที่กฎหมายกำหนดเงื่อนไขในการใช้ ก็จะต้องใช้ให้ตรงตามเงื่อนไขที่กำหนด เช่น มีปริมาณไม่เกินอัตราส่วนสูงสุดที่ให้อำนาจใช้ นอกจากนั้นยังจะต้องมีคุณสมบัติทางจุลชีววิทยาตามที่กฎหมายกำหนด รวมทั้งจัดทำฉลากภาษาไทยที่แสดงข้อความอันจำเป็นครบถ้วน ชัดเจน ด้วย

การเปลี่ยนแปลงประเภทของเครื่องสำอาง

จากการติดตามตรวจสอบเฝ้าระวังความปลอดภัยของเครื่องสำอางที่วางจำหน่ายในตลาด พบว่าเครื่องสำอางที่วางจำหน่ายส่วนใหญ่ไม่เข้าข่ายเครื่องสำอางควบคุมพิเศษ หรือเครื่องสำอางควบคุม เช่น สบู่ก้อน สบู่เหลว โฟมล้างหน้า อายแชโดว์ แป้งทาหน้า ลิปสติก สีทาเล็บ เจลแต่งผม โลชั่นบำรุงผิวและครีมทาหน้า เป็นต้น แม้ว่าผลิตภัณฑ์กลุ่มนี้มีส่วนผสมของสารที่มีความเสี่ยงต่ำ แต่ก็พบว่ามีปัญหาพอสมควร เช่น พบการลักลอบผสมสารห้ามใช้ พบจุลินทรีย์ที่

ก่อให้เกิดโรค หรือพบจำนวนจุลินทรีย์ (ที่ไม่ก่อให้เกิดโรค) จำนวนมากเกินไปจนกำหนด ผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอาง ทำให้ผู้บริโภคได้รับอันตรายจากเครื่องสำอาง และเจ้าหน้าที่ติดตามเฝ้าระวังผลิตภัณฑ์กลุ่มนี้ด้วยความยากลำบาก รวมทั้งไม่สามารถใช้กฎหมายลงโทษผู้กระทำความผิดเหล่านี้ได้เท่าที่ควร

เนื่องจากแต่เดิมกฎหมายที่ประเทศไทยใช้อยู่ กำหนดให้ผู้ประกอบการธุรกิจเกี่ยวกับเครื่องสำอางควบคุมพิเศษ และเครื่องสำอางควบคุมเท่านั้น ที่จะต้องแจ้งข้อมูลอันจำเป็นต่อหน่วยงานรัฐ (การขึ้นทะเบียนและจดแจ้ง) ในขณะที่ผู้ประกอบการเครื่องสำอางทั่วไปไม่ต้องมาแจ้งสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ก่อนผลิตหรือนำเข้า สำนักงานฯ จึงมีข้อมูลเกี่ยวกับเครื่องสำอางกลุ่มนี้ไม่ครบถ้วน ดังนั้น เพื่อให้เป็นไปตามหลักการใหม่นี้ กระทรวงสาธารณสุขจึงได้ปรับปรุงกฎหมายเกี่ยวกับการกำหนดประเภทของเครื่องสำอาง โดยยกเลิก การกำหนดเครื่องสำอางควบคุมพิเศษ และกำหนดให้ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางทุกชนิดเป็นเครื่องสำอางควบคุม ซึ่งจะส่งผลให้ผู้ประกอบการเครื่องสำอางทั้งผู้ผลิตและผู้นำเข้า จะต้องมาแจ้งข้อมูลอันจำเป็นของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางทุกรายการต่อกระทรวงสาธารณสุข ก่อนที่จะผลิตหรือนำเข้า กระทรวงสาธารณสุขได้ออกประกาศฯเกี่ยวกับประเภทของเครื่องสำอางแล้ว จำนวน 2 ฉบับ ได้แก่

1. ประกาศกระทรวงสาธารณสุข เรื่อง ยกเลิกการกำหนดเครื่องสำอางควบคุมพิเศษ ลงวันที่ 8 กรกฎาคม พ.ศ. 2551 ประกาศในราชกิจจานุเบกษา เมื่อวันที่ 25 กันยายน 2551 มีผลใช้บังคับตั้งแต่วันที่ 26 กันยายน 2551 เป็นต้นไป

2. ประกาศกระทรวงสาธารณสุข เรื่อง การกำหนดเครื่องสำอางควบคุม ลงวันที่ 8 กรกฎาคม พ.ศ. 2551 ประกาศในราชกิจจานุเบกษา เมื่อวันที่ 25 กันยายน 2551 มีผลใช้บังคับตั้งแต่วันที่ 26 กันยายน 2551 เป็นต้นไป

จากประกาศฯ 2 ฉบับข้างต้น เป็นผลให้ปัจจุบันผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางทุกชนิดจัดเป็นเครื่องสำอางควบคุม ส่วนเครื่องสำอางควบคุมพิเศษที่ได้รับทะเบียนอยู่ก่อนวันที่ประกาศฯ ใช้บังคับ ให้ถือว่าเป็นเครื่องสำอางควบคุมที่ได้รับการจดแจ้งแล้ว กรณีเครื่องสำอางควบคุมที่จดแจ้งอยู่ก่อนวันที่ประกาศฯ ใช้บังคับ ก็สามารถประกอบธุรกิจต่อไปได้ตามเดิม ส่วนผู้ผลิตหรือผู้นำเข้าเครื่องสำอางทั่วไป ที่มีการผลิตหรือนำเข้าอยู่ก่อนวันที่ประกาศฯ ใช้บังคับ และประสงค์จะทำธุรกิจเครื่องสำอางต่อไป จะต้องมาจดแจ้งให้เรียบร้อยภายในวันที่ 31 ธันวาคม 2553

ข้อความบนฉลากเครื่องสำอาง

เนื่องจากคณะกรรมการเครื่องสำอางได้เคยออกประกาศเกี่ยวกับฉลากเครื่องสำอางอยู่บ้างแล้ว ดังนั้นเพื่อให้ข้อความอันจำเป็นที่ฉลากภาษาไทยสอดคล้องกับข้อกำหนดของอาเซียน คณะกรรมการเครื่องสำอางได้มีการพิจารณาอย่างรอบคอบ เพื่อปรับปรุงข้อกำหนดต่างๆใน

รายละเอียด โดยคำนึงถึงความปลอดภัยของผู้บริโภคชาวไทยเป็นสำคัญ ขณะนี้คณะกรรมการเครื่องสำอางได้ออกประกาศฉบับใหม่ ทั้งในส่วนที่เกี่ยวข้องกับข้อความ อันจำเป็นรวมทั้งคำเตือนที่ฉลากเครื่องสำอางบางชนิด รวมจำนวน 3 ฉบับ ได้แก่

1. ประกาศคณะกรรมการเครื่องสำอาง เรื่อง ฉลากของเครื่องสำอาง ลงวันที่ 2 กันยายน พ.ศ. 2551 ประกาศในราชกิจจานุเบกษา เมื่อวันที่ 22 กันยายน 2551 มีผลใช้บังคับตั้งแต่วันที่ 23 กันยายน 2551 เป็นต้นไป

2. ประกาศคณะกรรมการเครื่องสำอาง เรื่อง การแสดงคำเตือนที่ฉลากของเครื่องสำอาง ลงวันที่ 2 กันยายน พ.ศ. 2551 ประกาศในราชกิจจานุเบกษา เมื่อวันที่ 9 ตุลาคม 2551 มีผลใช้บังคับตั้งแต่วันที่ 10 ตุลาคม 2551 เป็นต้นไป

3. ประกาศคณะกรรมการเครื่องสำอาง เรื่อง การระบุข้อความอันจำเป็นที่ฉลากของเครื่องสำอาง ลงวันที่ 18 กันยายน พ.ศ. 2550 ประกาศในราชกิจจานุเบกษา เมื่อวันที่ 29 ตุลาคม 2550 มีผลใช้บังคับตั้งแต่วันที่ 26 เมษายน 2551 เป็นต้นไป

ฉลากของเครื่องสำอางที่มีการควบคุมฉลากอย่างน้อยต้องระบุข้อความอันจำเป็นดังต่อไปนี้

1. ชื่อเครื่องสำอางและชื่อทางการค้าของเครื่องสำอาง ซึ่งต้องมีขนาดใหญ่กว่าข้อความอื่น

2. ประเภทหรือชนิดของเครื่องสำอาง

3. ชื่อของสารทุกชนิดที่ใช้เป็นส่วนผสมในการผลิตเครื่องสำอาง ซึ่งต้องเป็นชื่อตามตำราที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาประกาศกำหนด และจะต้องเรียงลำดับตามปริมาณของสารจากมากไปหาน้อย

4. วิธีใช้เครื่องสำอาง

5. ชื่อและที่ตั้งของผู้ผลิต กรณีเป็นเครื่องสำอางที่ผลิตในประเทศ ชื่อและที่ตั้งของผู้นำเข้าและผู้ผลิตและประเทศที่ผลิต กรณีที่เป็นเครื่องสำอางนำเข้า

6. ปริมาณสุทธิ

7. เลขที่แสดงครั้งที่ผลิต

8. เดือน ปี ที่ผลิต หรือ ปี เดือน ที่ผลิต

9. เดือน ปี ที่หมดอายุ หรือ ปี เดือน ที่หมดอายุ หรือข้อความอื่นที่มีความหมายในทำนองเดียวกัน สำหรับกรณีที่เป็นเครื่องสำอางที่มีอายุการใช้งานน้อยกว่า 30 เดือน ตามบัญชีแนบท้ายประกาศนี้

10. คำเตือนเกี่ยวกับอันตรายที่อาจเกิดขึ้นต่ออนามัยของบุคคล (ถ้ามี)

ฉลากของเครื่องสำอางที่มีการควบคุมฉลากต้องใช้ข้อความภาษาไทยที่มองเห็นและอ่านได้ชัดเจน นอกจากข้อความอันจำเป็นที่ได้กำหนดไว้แล้ว อาจมีข้อความอื่นหรือมีภาษาต่างประเทศด้วยก็ได้ ยกเว้นชื่อของสารที่ใช้เป็นส่วนผสมในการผลิตเครื่องสำอาง อาจใช้ภาษาไทย หรือเขียนภาษาไทยทับศัพท์ภาษาอังกฤษ หรือใช้ภาษาอังกฤษ อย่างใดอย่างหนึ่ง

ฉลากของเครื่องสำอางที่มีการควบคุมฉลากต้องจัด หรือติดแสดงไว้ในที่เปิดเผยมองเห็นได้ชัดเจนที่เครื่องสำอาง หรือภาชนะบรรจุ หรือหีบห่อของภาชนะบรรจุเครื่องสำอาง

ในกรณีของเครื่องสำอางที่มีการควบคุมฉลากที่มีภาชนะบรรจุขนาดเล็ก และมีพื้นที่ในการแสดงฉลากน้อยกว่า 20 ตารางเซนติเมตร อย่างน้อยต้องแสดงข้อความตามข้อ 1 และ 7 โดยให้แสดงไว้ที่ใบแทรกหรือเอกสารคู่มือที่ใช้ประกอบเครื่องสำอางนั้นด้วย

ดังนั้นเมื่อมีการปรับกฎระเบียบด้านเครื่องสำอางให้สอดคล้องกันแล้ว การค้าขายเครื่องสำอางในกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียนจะคล่องตัวยิ่งขึ้น มีสินค้าให้ผู้บริโภคเลือกซื้อมากมาย ผู้บริโภคต้องสนใจใฝ่รู้เกี่ยวกับกฎหมายด้านเครื่องสำอางด้วยเช่นกัน เพราะเมื่อผู้บริโภคทราบบทบาทหน้าที่ของภาครัฐและผู้ประกอบการธุรกิจแล้ว จะได้นำไปประยุกต์ใช้ในการดูแลตนเอง ไม่หลงเชื่อง่าย มีหลักการที่ถูกต้องในการเลือกซื้อ นำไปใช้ถูกวิธี เป็นผลให้ได้รับความปลอดภัยจากการใช้เครื่องสำอาง

6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาคุณภาพมาตรฐานและเฝ้าระวังความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางประเภทสิว-ฝ้า ของวิวรรธน์ แดงแก้ว มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณภาพมาตรฐานและเฝ้าระวังความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางประเภทสิว-ฝ้า ที่มีจำหน่ายในท้องตลาด ดำเนินการศึกษาวิจัย โดยทำการตรวจสอบคุณภาพมาตรฐานเครื่องสำอาง วิเคราะห์สารควบคุม (ตามที่ขึ้นทะเบียนไว้ตามประกาศกระทรวงสาธารณสุขที่กำหนด) หรือหาสารสำคัญ (ตามที่ระบุไว้บนฉลาก) และตรวจวิเคราะห์หาสารห้ามใช้ในผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางดังกล่าว (ตามประกาศกระทรวงสาธารณสุขที่กำหนด) ผลการศึกษา ผลิตภัณฑ์ประเภทสิว-ฝ้าจำนวน 35 ตัวอย่าง มีคุณภาพมาตรฐานที่ขึ้นทะเบียนไว้ 20 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 57.1 ไม่ได้มาตรฐาน 6 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 17.1 ปลอม 6 ตัวอย่าง (ตรวจไม่พบสารควบคุม) คิดเป็นร้อยละ 17.1 เป็นเครื่องสำอางที่ไม่ได้ขึ้นทะเบียนให้ถูกต้องและไม่ได้มาตรฐาน 1 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 2.9 อีก 2 ตัวอย่าง มีได้มีการระบุสารสำคัญที่ใช้ไว้บนฉลากและตรวจไม่พบสารควบคุม คิดเป็นร้อยละ 5.7 และเครื่องสำอางตรวจไม่พบสารห้ามใช้จำนวน 33 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 94.3 และมี 2 ตัวอย่าง ตรวจพบสารห้ามใช้ คิดเป็นร้อยละ 5.7 (วิวรรธน์ แดงแก้ว 2538)

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเกิดอาการข้างเคียงจากผลิตภัณฑ์รักษาสิวในวัยรุ่น จังหวัด นครปฐม ของวลีลักษณ์ พริ้งพัฒนพงษ์ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเกิดอาการข้างเคียงจากการใช้ผลิตภัณฑ์รักษาสิวในวัยรุ่น โดยกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษามีอายุระหว่าง 13-19 ปี และใช้ผลิตภัณฑ์รักษาสิวในรอบ 1 ปีที่ผ่านมา จากการสุ่มตัวอย่างจำนวน 303 คน เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุเฉลี่ย 16.5 ปี จากสาระสำคัญและรายละเอียดที่มีในฉลากผลิตภัณฑ์รักษาสิว สามารถแบ่งกลุ่มผลิตภัณฑ์รักษาสิวที่กลุ่มตัวอย่างใช้ได้เป็น 3 ประเภท ประเภทที่หนึ่ง ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ที่มีสารสำคัญเป็นยาและฉลากมีข้อบ่งชี้ทางการแพทย์เพื่อรักษาสิว มีจำนวน 5 รายการ มีกลุ่มตัวอย่างเลือกใช้ ร้อยละ 5.6 ประเภทที่สอง ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ที่มีสารสำคัญเป็นเครื่องสำอางและฉลากมีรายละเอียดเกี่ยวกับการรักษาสิว มีจำนวน 24 รายการ มีกลุ่มตัวอย่างเลือกใช้ ร้อยละ 55.5 และประเภทที่สาม ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ที่มีสารสำคัญเป็นเครื่องสำอางและฉลากไม่มีรายละเอียดเกี่ยวกับการรักษาสิว มีจำนวน 19 รายการ มีกลุ่มตัวอย่างเลือกใช้ ร้อยละ 38.6 การแสดงข้อความบนฉลากผลิตภัณฑ์รักษาสิวใน 4 ข้อแรก ได้แก่ ชื่อผลิตภัณฑ์ ประเภทหรือชนิดผลิตภัณฑ์ ชื่อส่วนประกอบหรือสารสำคัญ และคำแนะนำหรือคำเตือนหรือวิธีใช้ มีการแสดงข้อความไปตามกฎหมายกำหนด ร้อยละ 100.0 ส่วนข้อความที่ไม่แสดงตามกฎหมายกำหนดคือวัน เดือน ปี ที่ผลิตหรือหมดอายุ และชื่อและที่ตั้งของผู้ผลิต พบว่าการแสดงเพียงร้อยละ 91.7 ในเรื่องการรับรู้กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ถูกต้องมากที่สุดในเรื่อง การแสดงชื่อผลิตภัณฑ์ และคำแนะนำหรือคำเตือนหรือวิธีใช้ ร้อยละ 100.0 กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ถูกต้องน้อยที่สุดในเรื่องการแสดงเครื่องหมาย อย. ในผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางร้อยละ 22.0 กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์ถูกต้องมากที่สุดในเรื่อง การอ่านฉลาก คำแนะนำหรือวิธีใช้ หรือข้อบ่งชี้ก่อนที่จะใช้ผลิตภัณฑ์ ร้อยละ 94.7 (วลีลักษณ์ พริ้งพัฒนพงษ์ 2545)

การศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องสำอางทาผิว ทาฝ้า ทำให้หน้าขาว ของนักเรียนหญิงระดับมัธยมศึกษาตอนปลายและสาวโรงงานในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอำนาจเจริญ ของ อภิชาติ รุ่งเมฆารัตน์ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงระดับความรู้ ระดับการรับรู้ข่าวสาร พฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อ และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางทาผิว ทาฝ้า ทำให้หน้าขาว ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ระดับความรู้ การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร และระดับความสำคัญของคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ กับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาว กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อายุ 16-20 ปี กำลังศึกษาอยู่ในชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 รายได้น้อยกว่า 2,000 บาทต่อเดือน ส่วนใหญ่ร้อยละ 70.3 เป็นสิ่ว ร้อยละ 56.8 แก้ปัญหาโดยซื้อผลิตภัณฑ์มารักษาด้วยตัวเอง ร้อยละ 53.7 ใช้ครีมหรือโลชั่นทาหน้าสูตรกลางวันในชีวิตประจำวัน ร้อยละ 43.9 ซื้อเครื่องสำอางจากห้างสรรพสินค้า ร้อยละ 77.4 รับรู้ข้อมูล

ผลิตภัณฑ์ที่ใช้จากสื่อโทรทัศน์ และร้อยละ 62.3 มีระดับความรู้ต่ำ ร้อยละ 48.6 และ 55.6 ตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องสำอาง โดยให้ความสำคัญระดับสูงในด้านผลิตภัณฑ์ และด้านสถานที่ ร้อยละ 55.6 และ 54.1 ให้ความสำคัญระดับปานกลางในด้านราคาและด้านส่งเสริมการขาย ร้อยละ 80.0 รับรู้การเผยแพร่ความรู้เรื่องวิธีการเลือกซื้อเครื่องสำอางที่ถูกต้อง ระดับการศึกษา ระดับความรู้ ให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ และด้านการส่งเสริมการขาย การรับรู้ข่าวสารผ่านเพื่อนหรือคนรู้จัก สื่อวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย แผ่นพับหรือใบปลิว ไปสเตอร์ การอบรมหรือประชุม อย.น้อย และสายด่วน อย. ต่างกัน จะมีพฤติกรรมการ ตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องสำอางทาสี ทาฝ้า ทำให้หน้าขาว แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.05$) การได้รับรู้เกี่ยวกับความรู้เรื่อง รายชื่อเครื่องสำอางทาสี ทาฝ้า ทำให้หน้าขาว ที่ คณะกรรมการอาหารและยา ประกาศให้เป็นเครื่องสำอางที่ผิดกฎหมายและอันตราย รายการสาร ห้ามใช้ในเครื่องสำอางอันตรายที่ได้รับจากการใช้เครื่องสำอางที่ผสมสารปรอทแอมโมเนีย อันตรายที่ได้รับจากการใช้เครื่องสำอางที่ผสมสารไฮโดรควิโนน วิธีการเลือกซื้อเครื่องสำอางที่ ถูกต้อง และวิธีปฏิบัติตนที่ถูกต้องหลังจากได้รับอันตรายจากการใช้ แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการ ตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องสำอางทาสี ทาฝ้า ทำให้หน้าขาว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.05$) (อภิชาติ รุ่งเมฆารัตน์ 2550)

บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษากการเลือกเครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาว ของวัยรุ่น ตรีศึกษา อำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี แบ่งขั้นตอนการศึกษาออกเป็น 2 ขั้นตอน ได้แก่ 1. การศึกษากการใช้และผลลัทธิ์เครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาว โดยวิธีการศึกษาแบบ Survey Research และ 2. การศึกษากการเลือกเครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาว ตัวอย่าง โดยวิธีการศึกษาแบบ Quasi Experimental

1. การศึกษากการใช้และผลลัทธิ์เครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาว

1.1. การศึกษากการใช้เครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาว ของวัยรุ่น อำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 15 – 19 ปี ที่กำลังศึกษาอยู่ในระบบการศึกษาของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาจังหวัดราชบุรีและสำนักงานอาชีวศึกษา ในเขตอำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี

เลือกกลุ่มตัวอย่าง โดยเลือกโรงเรียนในเขตอำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี ที่มีนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย ที่กำลังศึกษาอยู่ในระบบการศึกษาของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาจังหวัดราชบุรีและสำนักงานอาชีวศึกษาได้ทั้งหมด 11 โรงเรียน

คำนวณหาขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตร Taro Yamane ให้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ

95

$$n = \frac{N}{1+n(e)^2}$$

n = จำนวนตัวอย่าง

N = จำนวนนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายและปวช ในเขต อ.บ้านโป่ง จ. ราชบุรี = 4,906 คน

e = ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ = 0.05

$$n = \frac{4,906}{1+4,906(0.05)^2} = 370 \text{ คน}$$

เก็บตัวอย่างเพิ่มขึ้นอีกร้อยละ 10 ของกลุ่มตัวอย่างที่คำนวณได้ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วน เนื่องจากอาจมีแบบสัมภาษณ์บางฉบับที่ข้อมูลไม่ครบถ้วน

$$\frac{10 \times 370}{100} = 37 \text{ คน}$$

ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างที่ต้องตอบแบบสอบถาม ทั้งหมด 407 คน

วิธีการสุ่มตัวอย่าง

การเก็บข้อมูลแบ่งตาม โรงเรียน โดยจำนวนของกลุ่มตัวอย่างแบ่งเป็นสัดส่วนตามจำนวนนักเรียนแต่ละโรงเรียน

ตารางที่ 1 จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาว

ชื่อโรงเรียน	จำนวนนักเรียน	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
โรงเรียนรัตนราษฎร์บำรุง	1,201	100
โรงเรียนหนองปลาหมอพิทยาคม	51	4
โรงเรียนกรับใหญ่ว่องกุลศกกิจพิทยาคม	262	22
โรงเรียนวัดคอนตูม	395	33
โรงเรียนวัดบ้านโป่ง	198	16
โรงเรียนนาวิรุฒิ	419	35
โรงเรียนสารสิทธิ์พิทยาลัย	670	56
บ้านโป่งบริหารธุรกิจ	307	25
อาชีวะคอนบอสโก	551	46
วิทยาลัยการอาชีพบ้านโป่ง	175	14
วิทยาลัยเทคนิคราชบุรี แห่งที่ 2	677	56
รวม	4,906	407

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ แบบสอบถาม ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ที่ได้รับการแก้ไขและปรับปรุง ภายหลังทดสอบ Preliminary test กับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่

โรงเรียนปากท่อพิทยาคม อำเภอปากท่อ จังหวัด ราชบุรี จำนวน 50 คน แล้วนำมาหาความเที่ยงของแบบสอบถาม ได้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) เท่ากับ 0.8 ประกอบด้วยเนื้อหา ดังต่อไปนี้

1. ปัจจัยส่วนบุคคล

ได้แก่ เพศ อายุ โรงเรียน รายได้ของครอบครัวต่อเดือน และค่าใช้จ่ายที่ได้รับจากผู้ปกครองต่อเดือน โดยใช้ข้อคำถามแบบมีตัวเลือกให้ตอบ

2. การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับเครื่องสำอาง

ได้แก่ การได้รับข่าวสารหรือโฆษณาและการได้รับความรู้เกี่ยวกับการเลือกเครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาว เป็นคำถามปลายเปิดที่มีคำตอบไว้ให้ตอบแบบสอบถามล่วงหน้า และเปิดโอกาสให้ผู้ตอบแบบสอบถามเขียนและบรรยายข้อมูลได้อย่างละเอียด

3. ประสิทธิภาพการใช้เครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาว

ได้แก่ ราคา และปัญหาจากการใช้เครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาว เป็นคำถามปลายเปิดที่มีคำตอบไว้ให้ตอบแบบสอบถามล่วงหน้า และเปิดโอกาสให้ผู้ตอบแบบสอบถามเขียนและบรรยายข้อมูลได้อย่างละเอียด

4. คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์

ได้แก่ ภาชนะบรรจุ ฉลาก ราคา และชื่อการค้า โดยกำหนดระดับการให้ความสำคัญเป็น 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

มากที่สุด หมายถึง ในการเลือกเครื่องสำอางให้ความสำคัญต่อคุณลักษณะนั้นของผลิตภัณฑ์มากที่สุด

มาก หมายถึง ในการเลือกเครื่องสำอางให้ความสำคัญต่อคุณลักษณะนั้นของผลิตภัณฑ์มาก

ปานกลาง หมายถึง ในการเลือกเครื่องสำอางให้ความสำคัญต่อคุณลักษณะนั้นของผลิตภัณฑ์ปานกลาง

น้อย หมายถึง ในการเลือกเครื่องสำอางให้ความสำคัญต่อคุณลักษณะนั้นของผลิตภัณฑ์น้อย

น้อยที่สุด หมายถึง ในการเลือกเครื่องสำอางให้ความสำคัญต่อคุณลักษณะนั้นของผลิตภัณฑ์น้อยที่สุด

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอนดังนี้

1. ทดลองเก็บข้อมูลเพื่อหาความเที่ยงของแบบสอบถาม

2. ทำหนังสือถึงผู้อำนวยการ โรงเรียน เพื่อขออนุญาตเก็บข้อมูลในนักเรียนกลุ่มเป้าหมาย
3. ออกเก็บรวบรวมข้อมูลในเดือนสิงหาคมและกันยายน
4. แนะนำตัวกับกลุ่มตัวอย่าง ชี้แจงวัตถุประสงค์ของการศึกษาและขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม อธิบายวิธีการตอบแบบสอบถามและเปิดโอกาสให้กลุ่มตัวอย่างซักถามในสิ่งที่ไม่เข้าใจก่อนและระหว่างลงมือทำ
5. ตรวจสอบความถูกต้องของแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล การรับรู้ข่าวสาร และประสบการณ์การใช้เครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาวของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

วิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง กับประสบการณ์การใช้เครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาว โดยใช้สถิติ Chi-Square และ Fisher Exact test โดยกำหนดระดับความมีนัยสำคัญที่ 0.05

1.2. การศึกษาผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาว ของวัยรุ่น อำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี

จากแบบสอบถามในขั้นตอน 1.1. ทำให้ทราบยี่ห้อเครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาวที่เคยใช้ ร้านค้าและช่วงราคาที่ซื้อ ของกลุ่มตัวอย่าง ดำเนินการสำรวจผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาว และนำมาใช้ในการศึกษาขั้นตอนที่ 2 โดย

1. เลือกเครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาว ที่มีการใช้มากที่สุดไปหาน้อยที่สุด
 2. เลือกร้านค้าที่กลุ่มตัวอย่างนิยมไปซื้อ โดยเลือกจากร้านที่อยู่ในเขตอำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี
 3. ช่วงราคาที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ซื้อเครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาว
 4. เครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาว ตัวอย่าง ที่ใช้ในการศึกษาขั้นตอนที่ 2 จะมีการแสดงฉลากที่ถูกต้องและไม่ถูกต้องตามกฎหมายกำหนด
 5. และเป็นเครื่องสำอางที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา เคยและไม่เคยประกาศผลการวิเคราะห์ว่าพบส่วนผสมของสารห้ามใช้ในเครื่องสำอาง
- ได้เครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาว ตัวอย่าง จำนวน 10 ยี่ห้อ ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 เครื่องสำอางตัวอย่างที่แสดงฉลากไม่ถูกต้องและมีประกาศเครื่องสำอางที่พบส่วนผสมของสารห้ามใช้ของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

ฉลาก	เครื่องสำอางตัวอย่าง
ไม่มีการแสดงชื่อการค้า	-
ไม่มีการแสดงประเภทของเครื่องสำอางบนฉลาก	7
ไม่มีการแสดงวัน เดือน ปี ที่ผลิตบนฉลาก หรือหมดอายุการใช้งาน	5, 7, 8 และ 9
ไม่มีการแสดงส่วนประกอบของเครื่องสำอางบนฉลาก	4, 5 และ 7
ไม่มีการแสดงวิธีใช้บนฉลาก	4 และ 7
ไม่มีการแสดงเลขที่แสดงครั้งที่ผลิตบนฉลาก	5, 6, 7 และ 8
ไม่มีการแสดงปริมาณสุทธิบนฉลาก หรือแสดงปริมาณเกินจริง	4
ไม่มีการแสดงบริษัทผู้ผลิต บริษัทผู้นำเข้าและประเทศที่ผลิต	4, 7 และ 8
ประกาศเครื่องสำอางที่พบส่วนผสมของสารห้ามใช้	
มีประกาศเครื่องสำอางที่พบส่วนผสมของสารห้ามใช้ของ อย.	2, 3, 4, 7 และ 10

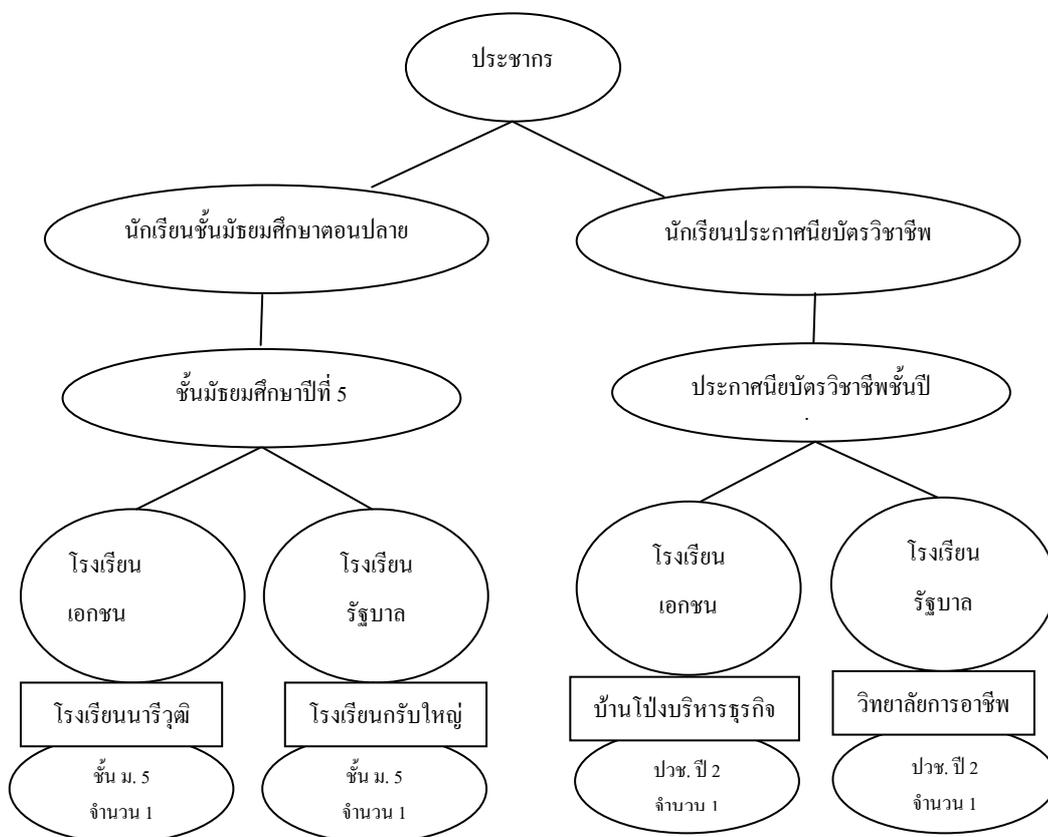
2. ศึกษาการเลือกเครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาวตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

เลือกนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 และประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นปีที่ 2 เนื่องจากทั้ง 2 กลุ่มอยู่ในวัยเดียวกัน โดยเลือกโรงเรียนที่มีสถิตินักเรียนเคยใช้เครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาวมากที่สุด ของโรงเรียนที่สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาและสำนักงานอาชีวศึกษา ทั้งจากรัฐบาลและเอกชน ที่ได้จากการศึกษาในระยะที่ 1 ดังนั้นจะได้โรงเรียนทั้งหมด 4 โรงเรียน

วิธีการสุ่มตัวอย่าง

โดยวิธีการ Simple random sampling ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างจำนวน 100 คน



ภาพที่ 3 วิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างเพื่อศึกษาการเลือกเครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้นักข่าวของวัยรุ่น

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ แบบสอบถามขั้นตอนการศึกษาระยะที่ 1 แบบสอบถามการเลือกเครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้นักข่าว ตัวอย่าง และตัวอย่างเครื่องสำอาง 10 ยี่ห้อ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอนดังนี้

1. ทำหนังสือถึงผู้อำนวยการโรงเรียน เพื่อขออนุญาตเก็บข้อมูลในนักเรียนกลุ่มเป้าหมาย
2. ออกเก็บรวบรวมข้อมูลในเดือนพฤศจิกายนและธันวาคม

3. แนะนำตัวกับกลุ่มตัวอย่าง ชี้แจงวัตถุประสงค์ของการศึกษา อธิบายวิธีการตอบแบบสอบถามและขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม เปิดโอกาสให้กลุ่มตัวอย่างซักถามในสิ่งที่ไม่เข้าใจก่อนและระหว่างลงมือทำ

4. กลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์การใช้เครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาว จะได้ทำการทดลองเลือกเครื่องสำอางตัวอย่าง โดยจะอธิบายวิธีการและขอความร่วมมือ พร้อมเปิดโอกาสให้กลุ่มตัวอย่างซักถามในสิ่งที่ไม่เข้าใจก่อนและระหว่างลงมือทำ

5. ตรวจสอบความถูกต้องของแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล การรับรู้ข่าวสาร และประสบการณ์การใช้เครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาวของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

วิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง กับค่าร้อยละการเลือกเครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาว โดยพิจารณาผลที่ได้ถูกต้องตามที่กฎหมายกำหนด โดยใช้สถิติ Chi-square และ Fisher Exact test โดยกำหนดระดับความมีนัยสำคัญที่ 0.05

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่องการเลือกเครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาวของวัยรุ่น ตรีศึกษา อำเภอ บ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการใช้ ผลิตภัณฑ์และปัจจัยการเลือกเครื่องสำอางทาฝ้าและทำให้หน้าขาวของวัยรุ่น ในเขต อำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี

การใช้ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาวของวัยรุ่นในเขตอำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี และศึกษาผลิตภัณฑ์ โดยคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ ภาชนะบรรจุ กลิ่น สี ของผลิตภัณฑ์ไม่มีการเปลี่ยนแปลงจากปกติ โดยพิจารณาผลของเครื่องสำอางถูกต้องตามที่กฎหมาย กำหนดหรือไม่ และเป็นเครื่องสำอางที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาประกาศตรวจสอบ พบส่วนผสมของสารห้ามใช้หรือไม่

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการเลือกเครื่องสำอางตัวอย่างของวัยรุ่น โดยศึกษา คุณลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง และการรับรู้ข่าวสาร โฆษณาและความรู้เกี่ยวกับเครื่องสำอาง

1. การศึกษาการใช้และผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาว ในเขต อำเภอบ้านโป่ง จังหวัด ราชบุรี

1.1. คุณลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง 407 คน คัดออก 7 คน เนื่องจาก ไม่ระบุว่าเคยใช้หรือไม่เคยใช้ เครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาว ได้แก่ โรงเรียนวัดคอนคูม จำนวน 3 ชุด โรงเรียนสารสิทธิ์พิทยาลักษณ์ จำนวน 2 ชุด อาชีวะคอนบอสโก จำนวน 1 ชุด และวิทยาลัยเทคนิคราชบุรีแห่งที่ 2 จำนวน 1 ชุด ดังนั้นจำนวนแบบสอบถามทั้งหมดที่เก็บได้ จำนวน 400 ชุด ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามโรงเรียน

ชื่อโรงเรียน	จำนวน (n = 400)	ร้อยละ
โรงเรียนรัตนราษฎร์บำรุง	100	25.0
โรงเรียนหนองปลาหมอพิทยาคม	4	1.0
โรงเรียนกรับใหญ่ว่องกุศลกิจพิทยาคม	22	5.5
โรงเรียนวัดคอนคูม	30	7.5
โรงเรียนวัดบ้านโป่ง (สามัคคีอุปถัมภ์)	16	4.0
โรงเรียนนาริวุฒิ	35	8.8
โรงเรียนสารสิทธิ์พิทยาลัย	54	13.5
บ้านโป่งบริหารธุรกิจ	25	6.2
อาชีวะคอนบอสโก	45	11.2
วิทยาลัยการอาชีพบ้านโป่ง	14	3.5
วิทยาลัยเทคนิคราชบุรี แห่งที่ 2	55	13.8

กลุ่มตัวอย่าง 400 คน เป็นเพศหญิง จำนวน 233 คน คิดเป็นร้อยละ 58.4 ส่วนใหญ่มีอายุ 16 ปี คิดเป็นร้อยละ 44.1 โดยกลุ่มตัวอย่างมีอายุเฉลี่ย 16.3 ปี มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.8 ปี ส่วนใหญ่มีรายได้ครอบครัวต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 37.9 ค่าใช้จ่ายที่ได้รับจากผู้ปกครองต่อเดือนส่วนใหญ่อยู่ที่ 1,001 – 2,000 บาท จำนวน 178 คน คิดเป็นร้อยละ 44.7 ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 คุณลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ อายุ รายได้ของครอบครัวต่อเดือน และค่าใช้จ่ายที่ได้รับจากผู้ปกครองต่อเดือน

คุณลักษณะทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
เพศ (n = 399 คน)		
ชาย	166	41.6
หญิง	233	58.4
อายุ (ปี) (n = 392 คน)		
15	63	16.1
16	173	44.1
17	132	33.7
18	19	4.8
19	5	1.3
ค่าเฉลี่ย = 16.3 ปี SD = 0.8		
รายได้ของครอบครัวต่อเดือน (บาท/เดือน) (n = 388 คน)		
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000	117	30.2
10,001 – 20,000	147	37.9
20,001 – 30,000	67	17.3
มากกว่า 30,000	57	14.7
ค่าใช้จ่ายที่ได้รับจากผู้ปกครองต่อเดือน (บาท/เดือน) (n = 398 คน)		
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 1,000	112	28.1
1,001 – 2,000	178	44.7
2,001 – 3,000	58	14.6
มากกว่า 3,000	50	12.6

1.2. การได้รับข่าวสารหรือโฆษณาเครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาว

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างเคยได้รับข่าวสารหรือโฆษณาเครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาว จำนวน 375 คน คิดเป็นร้อยละ 94.2 แหล่งข้อมูลข่าวสารหรือโฆษณาที่ได้รับอันดับหนึ่ง มาจากสื่อมวลชน ได้แก่ โทรทัศน์ จำนวน 304 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 22.7 และรองลงมาได้รับจากสื่อบุคคล ได้แก่ เพื่อน จำนวน 227 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 16.9 ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 การได้รับข่าวสารหรือโฆษณาเครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาว

การได้รับข่าวสารหรือโฆษณา (n = 398 คน)	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เคยได้รับข่าวสารหรือโฆษณา	23	5.8
เคยได้รับข่าวสารหรือโฆษณา	375	94.2
ประเภทของแหล่งข้อมูล (n = 1,341 คำตอบ)		
สื่อบุคคล		
เพื่อน	227	16.9
ครอบครัว	88	6.6
คุณครู / อาจารย์	28	2.1
แพทย์	1	0.1
ตัวแทน	3	0.2
สื่อมวลชน		
โทรทัศน์	304	22.7
อินเทอร์เน็ต	158	11.7
นิตยสาร	162	12.1
หนังสือพิมพ์	127	9.5
วิทยุ	76	5.7
สื่อเฉพาะกิจ		
แผ่นพับ	86	6.4
โปสเตอร์	79	5.9
ใบปลิว	1	0.1

1.3. การได้รับความรู้เกี่ยวกับการเลือกเครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาว

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างเคยได้รับความรู้เกี่ยวกับการเลือกเครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาว จำนวน 328 คน คิดเป็นร้อยละ 82.4 แหล่งข้อมูลที่ทำให้ความรู้อันดับหนึ่งมาจากสื่อมวลชน ได้แก่ โทรทัศน์ จำนวน 200 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 19.7 และรองลงมาได้รับจากสื่อบุคคล ได้แก่ เพื่อน จำนวน 185 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 18.4 ดังตารางที่ 6

ตารางที่ 6 การได้รับความรู้เกี่ยวกับการเลือกเครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาว

การได้รับความรู้เกี่ยวกับการเลือก (n = 398 คน)	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เคยได้รับความรู้เกี่ยวกับการเลือก	70	17.6
เคยได้รับความรู้เกี่ยวกับการเลือก	328	82.4
ประเภทของแหล่งข่าวสาร (n = 1,013 คำตอบ)		
สื่อบุคคล		
เพื่อน	185	18.4
ครอบครัว	131	12.9
คุณครู / อาจารย์	49	4.8
แพทย์	6	0.6
ตัวแทน	2	0.2
สื่อมวลชน		
โทรทัศน์	200	19.7
นิตยสาร	109	10.8
อินเทอร์เน็ต	103	10.2
วิทยุ	37	3.7
หนังสือพิมพ์	83	8.2
สื่อเฉพาะกิจ		
แผ่นพับ	50	4.9
โปสเตอร์	36	3.5
อย. น้อย	20	2.0
หนังสือ	1	0.1

1.4. ประสบการณ์ใช้เครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาว

จากการศึกษาพบว่าเคยใช้เครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาว จำนวน 258 คน คิดเป็นร้อยละ 64.5 พบว่าส่วนใหญ่เคยใช้เครื่องสำอางทาฝ้าทำให้หน้าขาว 239 คน คิดเป็นร้อยละ 92.6 และเคยใช้ทั้งเครื่องสำอางทาฝ้าและทำให้หน้าขาว จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 3.5 ดังตารางที่ 7

ตารางที่ 7 ประสบการณ์ใช้เครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาว

ประสบการณ์ใช้เครื่องสำอางทาฝ้าหรือทำให้หน้าขาว (n = 400 คน)	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เคยใช้เครื่องสำอางทาฝ้าและทำให้หน้าขาว	142	35.5
เคยใช้เครื่องสำอางทาฝ้าหรือทำให้หน้าขาว	258	64.5
ประเภทเครื่องสำอาง (n = 258คน)		
เครื่องสำอางทาฝ้า	239	92.6
เครื่องสำอางทาฝ้าและเครื่องสำอางทาฝ้า	9	3.5
เครื่องสำอางทาฝ้า	6	2.3
ไม่ได้ระบุว่าเครื่องสำอางทาฝ้าหรือเครื่องสำอางทาฝ้า	4	1.6

กลุ่มตัวอย่าง 15 คน ที่เคยใช้เครื่องสำอางทาฝ้า จำนวน 15 ยี่ห้อ พบว่ามี 7 ยี่ห้อ ที่ฉลากเครื่องสำอางมีการระบุว่าใช้ทาฝ้า ได้แก่ Amela-EX Arche Kangzen-Kenko กวนอิม ครีมกระเจี๊ยบแดง พอลล่าและรกเกาะ มี 2 ยี่ห้อ เป็นเครื่องสำอางทาฝ้าที่ได้จากสถานบริการที่มีแพทย์เป็นผู้ดำเนินการรักษา ได้แก่ คลินิกแพทย์ผิวหนังและคลินิกหมอมวลชน มี 6 ยี่ห้อ ที่ฉลากเครื่องสำอางไม่ได้มีการระบุว่าใช้ในการทาฝ้า ได้แก่ Cutepress, Dr.montree NIVEA Olay Pond's และ Smooth E และจากการตรวจสอบพบว่ามี 2 ยี่ห้อ เป็นเครื่องสำอางทาฝ้าที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาเคยประกาศตรวจสอบพบสารห้ามใช้ในเครื่องสำอาง ได้แก่ พอลล่าและรกเกาะ ดังตารางที่ 8

ตารางที่ 8 ยี่ห้อเครื่องสำอางทาฝ้าที่กลุ่มตัวอย่างระบุว่าเคยใช้

ยี่ห้อเครื่องสำอาง	ประเภทของเครื่องสำอางที่แสดงบนฉลาก
Amela-EX	ทาฝ้าและทำให้หน้าขาว
Arche	ทาฝ้าและทำให้หน้าขาว
Cutepress	ทำให้หน้าขาว
Dr.montree	ทำให้หน้าขาว
Kangzen-Kenko	ทาฝ้าและทำให้หน้าขาว
NIVEA	ทำให้หน้าขาว
Olay	ทำให้หน้าขาว
Pond's	ทำให้หน้าขาว
Smooth E	ทำให้หน้าขาว
กวนอิม	ทาฝ้าและทำให้หน้าขาว
ครีมกระเจี๊ยบแดง	ทาฝ้าและทำให้หน้าขาว
คลินิกแพทย์ผิวหนัง	ไม่ระบุ
พอลล่า	ทาฝ้าและทำให้หน้าขาว
รกแกะ	ทาฝ้าและทำให้หน้าขาว
หมอมวลชน	ไม่ระบุ

กลุ่มตัวอย่าง 258 คน ได้ระบุยี่ห้อเครื่องสำอางทำให้หน้าขาว จำนวน 59 ยี่ห้อ ซึ่งทั้งหมดฉลากแสดงว่าทำให้หน้าขาว โดยเครื่องสำอางทำให้หน้าขาว 5 อันดับแรกที่กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้ อันดับหนึ่ง ได้แก่ POND'S จำนวน 100 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 30.0 รองลงมาเป็น OLAY จำนวน 75 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 22.5 รองลงมาเป็น GANIER จำนวน 71 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 21.3 รองลงมาเป็น NIVEA จำนวน 44 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 13.2 และรองลงมาเป็น BASHI จำนวน 43 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 13.0 และ BASHI สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาเคยประกาศตรวจสอบพบสารห้ามใช้ในเครื่องสำอาง ดังตารางที่ 9

ตารางที่ 9 ยี่ห้อเครื่องสำอางทำให้หน้าขาว 5 อันดับแรกที่กลุ่มตัวอย่างใช้

เครื่องสำอางทำให้หน้าขาว	จำนวน (n = 333)	ร้อยละ
POND's	100	30.0
OLAY	75	22.5
GANIER	71	21.3
NIVEA	44	13.2
BASHI	43	13.0

จากการศึกษาพบว่าสถานที่ซื้อเครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาวของกลุ่มตัวอย่าง อันดับหนึ่งคือร้านค้าทั่วไป จำนวน 104 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 19.4 รองลงมาเป็นโลตัส สินค้าวางขายของห้าง จำนวน 85 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 15.9 รองลงมาเป็นเซเว่น อีเลฟเว่น จำนวน 61 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 11.4 รองลงมาเป็นบิ๊กซี สินค้าวางขายของห้าง จำนวน 53 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 9.9 และรองลงมาเป็นร้านขายยา จำนวน 44 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 8.2 ดังตารางที่ 10

ตารางที่ 10 สถานที่ขายเครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาว

แหล่งขายเครื่องสำอาง	จำนวน (n = 536)	ร้อยละ
ร้านค้าทั่วไป	104	19.4
โลตัส สินค้าวางขายของห้าง	85	15.9
7eleven	61	11.4
บิกซี สินค้าวางขายของห้าง	53	9.9
ร้านขายยา	44	8.2
ซีเจ ซูเปอร์มาร์เก็ต	35	6.5
เรือนสมุนไพรม	32	6.0
น้ำทิพย์เครื่องสำอาง	26	4.8
โลตัส ร้านค้าเช่าพื้นที่ในห้าง	21	3.9
บิกซี ร้านค้าเช่าพื้นที่ในห้าง	12	2.2
อื่น ๆ เช่น ครอบครัว เพื่อน ตัวแทนจำหน่าย และ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น	63	11.8

จากการศึกษาพบว่าส่วนใหญ่จะซื้อเครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาวในช่วงราคาไม่เกิน 100 บาท จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 44.3 และรองลงมาเป็น 101-200 บาท จำนวน 63 คน เป็นร้อยละ 24.9 ดังตารางที่ 11

ตารางที่ 11 ช่วงราคาที่เลือกซื้อเครื่องทาฝ้า ทำให้หน้าขาว

ช่วงราคาเครื่องสำอางที่เลือกซื้อ (บาท)	จำนวน (n = 253)	ร้อยละ
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 100	112	44.2
101 – 200	63	24.9
201 – 300	39	15.4
301 – 400	10	4.0
401 – 500	10	4.0
มากกว่า 500	19	7.5

จากการศึกษาพบว่าเคยมีประสบการณ์พบปัญหาจากการใช้เครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาว จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 30.2 ปัญหาที่พบบนอันดับหนึ่ง ได้แก่ ใช้แล้วเป็นสิ่ว จำนวน 40 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 43.5 รองลงมาเป็นเกิดผื่น จำนวน 18 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 19.6 และรองลงมาเป็นเกิดอาการคัน จำนวน 12 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 13.0 ดังตารางที่ 12

ตารางที่ 12 ประสบการณ์พบปัญหาจากการใช้เครื่องสำอางทาฝ้าหรือทำให้หน้าขาว

ประสบการณ์พบปัญหาจากการใช้เครื่องสำอาง (n = 255 คน)	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เคยพบปัญหาจากการใช้เครื่องสำอาง	178	69.8
เคยพบปัญหาจากการใช้เครื่องสำอาง	77	30.2
ปัญหาที่พบจากการใช้เครื่องสำอาง (n = 92 คำตอบ)		
เป็นสิ่ว	40	43.5
เกิดผื่น	18	19.6
คัน	12	13.0
เกิดรอยด่าง	7	7.6
หน้ากลับมาดำหลังเลิกใช้	7	7.6
แสบหน้า	5	5.4
หน้าลอก	3	3.3

กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 77 คน ได้ระบุยี่ห้อเครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาวที่พบปัญหาจากการใช้ จำนวน 20 ยี่ห้อ เรียงลำดับตามร้อยละของจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่พบปัญหาต่อจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้เครื่องสำอางยี่ห้อนั้น อันดับหนึ่งได้แก่ พอลล่าและเกตซ์ พบร้อยละ 100.0 รองลงมาเป็น Dr. japan และ Dr. montree พบร้อยละ 50.0 และรองลงมาเป็น MENA พบร้อยละ 33.3 และเครื่องสำอางทาฝ้าทำให้หน้าขาว ที่กลุ่มตัวอย่างใช้แล้วพบปัญหา อันดับหนึ่งได้แก่ POND'S จำนวน 17 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 24.6 รองลงมาเป็น GANIER จำนวน 12 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 17.4 และรองลงมาเป็น OLAY จำนวน 10 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 14.5 ดังตารางที่ 13

ตารางที่ 13 ยี่ห้อเครื่องสำอางทาฝ้าหรือทำให้หน้าขาวที่พบปัญหาจากการใช้

ยี่ห้อเครื่องสำอาง	กลุ่มตัวอย่างที่พบปัญหาจากการใช้เครื่องสำอาง		ร้อยละจากฐานการใช้เครื่องสำอาง
	จำนวน	ร้อยละ	
พอลล่า	2	2.9	100.0
เกสัช	2	2.9	100.0
Dr. japan	1	1.4	50.0
Dr. montree	1	1.4	50.0
MENA	3	4.3	33.3
Kangzen-Kenko	4	5.8	28.6
POP	1	1.4	20.0
POND's	17	24.6	17.0
หมอลูฟา	1	1.4	16.7
GANIER	12	17.4	16.0
Smooth E	2	2.9	14.3
OLAY	10	14.5	13.3
NIVEA	4	5.8	9.0
BASHI	3	4.3	7.0

1.5. การให้ความสำคัญในการเลือกซื้อเครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาว

จากการศึกษาพบว่าส่วนใหญ่ให้ระดับความสำคัญในการเลือกเครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาวในระดับมากและมากที่สุด อันดับหนึ่ง ได้แก่ ภาชนะบรรจุปิดมิดชิด ไม่มีร่องรอยการฉีกขาดหรือเปิดก่อนซื้อใช้ จำนวน 237 คน คิดเป็นร้อยละ 91.9 รองลงมาเป็นการแสดงวัน เดือน ปี ที่หมดอายุบนฉลาก จำนวน 224 คน คิดเป็นร้อยละ 86.9 และรองลงมาเป็นการแสดงวัน เดือน ปี ที่ผลิตบนฉลาก จำนวน 220 คน คิดเป็นร้อยละ 85.6 มีการให้ความสำคัญในระดับน้อยและน้อยที่สุด ได้แก่ การแสดงบริษัทผู้ผลิต บริษัทผู้นำเข้าและประเทศที่ผลิต จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 และการแสดงเลขที่แสดงครั้งที่ผลิตบนฉลาก จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 11.3 ดังตารางที่ 14

ตารางที่ 14 การให้ความสำคัญในการเลือกซื้อเครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาว (n=258 คน)

ข้อมูล	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ภาชนะบรรจุปิดมิดชิด ไม่มีร่องรอยการฉีกขาดหรือการเปิดก่อนซื้อใช้	147 (57.0)	90 (34.9)	16 (6.2)	0 (0.0)	5 (1.9)
มีการแสดงวันเดือนปีที่หมดอายุบนฉลาก	140 (54.3)	84 (32.6)	24 (9.3)	5 (1.9)	5 (1.9)
มีการแสดงวันเดือนปีที่ผลิตบนฉลาก	138 (53.7)	82 (31.9)	29 (11.3)	4 (1.6)	4 (1.6)
มีการแสดงชื่อการค้า	126 (49.2)	97 (37.9)	29 (11.3)	2 (0.8)	2 (0.8)
ลักษณะ / สี / กลิ่น ไม่เปลี่ยนแปลงหรือแตกต่างจากภาวะปกติ	117 (45.3)	95 (36.8)	40 (15.5)	4 (1.6)	2 (0.8)
มีการแสดงประเภทของเครื่องสำอางบนฉลาก เช่น ครีมทาฝ้า	110 (42.6)	101 (39.1)	38 (14.7)	8 (3.1)	1 (0.4)
มีการแสดงวิธีใช้บนฉลาก	105 (40.7)	88 (34.1)	46 (17.8)	13 (5.0)	6 (2.3)
ชื่อการค้าเป็นที่รู้จักแพร่หลาย	98 (38.0)	97 (37.6)	54 (20.9)	7 (2.7)	2 (0.8)
มีการแสดงปริมาณสุทธิบนฉลาก	92 (35.7)	89 (34.5)	57 (22.1)	16 (6.2)	4 (1.6)
มีการแสดง บริษัทผู้ผลิต บริษัทผู้นำเข้า และประเทศที่ผลิต	88 (34.1)	84 (32.6)	60 (23.3)	21 (8.1)	5 (1.9)
มีการแสดง เลขที่แสดงครั้งที่ผลิต บนฉลาก	87 (33.7)	79 (30.6)	63 (24.4)	18 (7.0)	11 (4.3)
ราคาสินค้า	77 (29.8)	86 (33.3)	76 (29.5)	16 (6.2)	3 (1.2)
มีการแสดงส่วนประกอบของเครื่องสำอางบนฉลาก	74 (28.8)	105 (40.9)	61 (23.7)	13 (5.1)	4 (1.6)

1.6. ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างกับประสบการณ์ใช้เครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาว

เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง กับ ประสบการณ์ใช้เครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาว พบว่าเพศมีความสัมพันธ์กับประสบการณ์ใช้เครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($P\text{-value} < 0.001$) โดยพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิงจะมีประสบการณ์การใช้เครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาวมากกว่าเพศชาย และประเภทของสถานศึกษามีความสัมพันธ์กับประสบการณ์เครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($P\text{-value} = 0.041$) ซึ่งกลุ่มวัยรุ่นที่กำลังศึกษาอยู่ในโรงเรียนรัฐบาลมีจำนวนผู้ที่มีประสบการณ์การใช้เครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาวมากกว่ากลุ่มวัยรุ่นที่กำลังศึกษาในโรงเรียนเอกชน ส่วนคุณลักษณะทั่วไปด้านอื่น ๆ ได้แก่ รายได้ครอบครัวต่อเดือน และค่าใช้จ่ายที่ได้รับจากผู้ปกครองต่อเดือน พบว่าไม่มีความสัมพันธ์กับประสบการณ์ใช้เครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาว ดังตารางที่ 15

ตารางที่ 15 ความสัมพันธ์ของคุณลักษณะทั่วไปกับประสบการณ์ใช้เครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาว

คุณลักษณะทั่วไป	ไม่เคยใช้		เคยใช้		χ^2	df	P-value
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
เพศ							
ชาย	92	55.1	75	44.9	47.404	1	<0.001*
หญิง	50	21.6	182	78.4			
รวม	142	35.6	257	64.4			
รายได้ของครอบครัวต่อเดือน (บาท/เดือน)							
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000	42	35.9	75	64.1	5.046	3	0.167
10,001-20,000	44	29.9	103	70.1			
20,001-30,000	30	44.8	37	55.2			
มากกว่า 30,000	23	40.4	34	59.6			
รวม	139	35.8	249	64.2			

*P-value < 0.050

ตารางที่ 15 ความสัมพันธ์ของคุณลักษณะทั่วไปกับประสบการณ์ใช้เครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาว (ต่อ)

คุณลักษณะทั่วไป	ไม่เคยใช้		เคยใช้		χ^2	df	P-value
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
ค่าใช้จ่ายที่ได้รับจากผู้ปกครองต่อเดือน (บาท/เดือน)							
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 1,000	46	41.1	66	58.9	2.647	3	0.449
1,001-2,000	57	32.0	121	68.0			
2,001-3,000	19	32.8	39	67.2			
มากกว่า 3,000	18	36.0	32	64.0			
รวม	140	35.2	258	64.8			
ประเภทของหลักสูตรการศึกษา							
สายสามัญ	85	32.6	176	67.4	2.822	1	0.093
สายอาชีพ	57	41.0	82	59.0			
รวม	142	35.5	258	64.5			
ประเภทของสถานศึกษา							
โรงเรียนภาครัฐบาล	76	31.5	165	68.5	4.162	1	0.041*
โรงเรียนภาคเอกชน	66	41.5	93	58.5			
รวม	142	35.5	258	64.5			

*P-value < 0.050

2. การศึกษาการเลือกเครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาว ตัวอย่าง

2.1. คุณลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 92.9 ส่วนใหญ่มีอายุ 17 ปี จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 58.9 โดยมีอายุเฉลี่ย 16.7 ปี มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.6 ปี ครอบครัวของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายต่อเดือนอยู่ที่ 10,001 – 20,000 บาท จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 41.1 ค่าใช้จ่ายที่ได้รับจากผู้ปกครองต่อเดือนส่วนใหญ่อยู่ที่ 1,001 – 2,000 บาท จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 45.5 และส่วนใหญ่มีประสบการณ์เคยใช้เครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาว จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 89.3 ดังตารางที่ 16

ตารางที่ 16 คุณลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

คุณลักษณะทั่วไป	จำนวน (n = 112)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	8	7.1
หญิง	104	92.9
อายุ (ปี)		
16	39	34.8
17	66	58.9
18	7	6.3
ค่าเฉลี่ย = 16.7 ปี SD = 0.6		
รายได้ของครอบครัวต่อเดือน (บาท/เดือน)		
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000	25	22.3
10,001 – 20,000	46	41.1
20,001 – 30,000	27	24.1
มากกว่า 30,000	14	12.5
ค่าใช้จ่ายที่ได้รับจากผู้ปกครองต่อเดือน (บาท/เดือน)		
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 1,000	31	27.7
1,001 – 2,000	51	45.5
2,001 – 3,000	25	22.3
มากกว่า 3,000	5	4.5
ประสบการณ์การใช้เครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาว		
ไม่เคยใช้เครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาว	12	10.7
เคยใช้เครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาว	100	89.3

2.2. การได้รับข่าวสารหรือโฆษณาเครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาว

จากการศึกษาพบว่าเคยได้รับข่าวสารหรือโฆษณาเครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาว จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 99.1 แหล่งข้อมูลข่าวสารหรือโฆษณาที่ได้รับอันดับหนึ่งมาจาก สื่อมวลชน ได้แก่ โทรทัศน์ จำนวน 88 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 21.7 และรองลงมาได้รับจากสื่อ บุคคลได้แก่ เพื่อน จำนวน 77 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 19.0 ดังตารางที่ 17

ตารางที่ 17 การได้รับข่าวสารหรือโฆษณาเครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาว

การได้รับข่าวสารหรือโฆษณา (n = 112 คน)	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เคยได้รับข่าวสารหรือโฆษณา	1	0.9
เคยได้รับข่าวสารหรือโฆษณา	111	99.1
ประเภทของแหล่งข้อมูล (n = 405 คำตอบ)		
สื่อบุคคล		
เพื่อน	77	19.0
ครอบครัว	37	9.1
คุณครูหรืออาจารย์	6	1.5
ตัวแทนจำหน่าย	1	0.2
สื่อมวลชน		
โทรทัศน์	88	21.7
นิตยสาร	51	12.6
อินเทอร์เน็ต	45	11.1
หนังสือพิมพ์	32	7.9
วิทยุ	21	5.2
สื่อเฉพาะกิจ		
แผ่นพับ	28	7.0
โปสเตอร์	19	4.7

2.3. การได้รับความรู้เกี่ยวกับการเลือกเครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาว

จากการศึกษาพบว่าเคยได้รับความรู้เกี่ยวกับการเลือกเครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาว จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 86.6 แหล่งข้อมูลความรู้ที่ได้รับอันดับหนึ่งมาจากสื่อบุคคล ได้แก่ เพื่อน จำนวน 60 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 23.1 รองลงมาได้รับจากสื่อมวลชน ได้แก่ โทรทัศน์ จำนวน 50 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 19.2 ดังตารางที่ 18

ตารางที่ 18 การได้รับความรู้เกี่ยวกับการเลือกเครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาว

การได้รับความรู้เกี่ยวกับการเลือก (n = 112 คน)	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เคยได้รับความรู้เกี่ยวกับการเลือก	15	13.4
เคยได้รับความรู้เกี่ยวกับการเลือก	97	86.6
ประเภทของแหล่งข้อมูล (n = 260 คำตอบ)		
สื่อบุคคล		
เพื่อน	60	23.1
ครอบครัว	37	14.2
คุณครูหรืออาจารย์	9	3.5
แพทย์	1	0.4
สื่อมวลชน		
โทรทัศน์	50	19.2
อินเทอร์เน็ต	37	14.2
นิตยสาร	28	10.8
หนังสือพิมพ์	14	5.4
วิทยุ	7	2.7
สื่อเฉพาะกิจ		
แผ่นพับ	11	4.2
อย. น้อย	4	1.5
โปสเตอร์	2	0.8

2.4. ประสบการณ์ใช้เครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาว

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้เครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาว จำนวน 100 คน ส่วนใหญ่จะซื้อเครื่องสำอางทาฝ้าหรือทำให้หน้าขาวในช่วงราคา น้อยกว่าหรือเท่ากับ 100 บาท จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 49.0 รองลงมาเป็น 101 – 200 บาท จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 24.0 และรองลงมาเป็น 201 – 300 บาท จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 17.0 ดังตารางที่ 19

ตารางที่ 19 ช่วงราคาที่เลือกซื้อเครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาว

ช่วงราคาที่เลือกซื้อ (บาท)	จำนวน (n = 100)	ร้อยละ
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 100	49	49.0
101 – 200	24	24.0
201 – 300	17	17.0
301 – 400	4	4.0
401 – 500	3	3.0
มากกว่า 500	3	3.0

จากการศึกษาพบว่าเคยพบปัญหาจากการใช้เครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาว จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 37.0 ปัญหาที่พบบนอันดับหนึ่งได้แก่ ใ้แล้วเป็นสิิว จำนวน 17 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 28.8 รองลงมาเป็นเกิดผื่น จำนวน 15 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 25.4 รองลงมาเป็นเกิดอาการคัน จำนวน 9 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 15.3 รองลงมาเป็นใ้แล้วเกิดอาการแสบหน้า จำนวน 8 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 13.6 และรองลงมาใ้แล้วหน้าลอก จำนวน 5 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 8.5 ดังตารางที่ 20

ตารางที่ 20 ประสพการณ์พบปัญหาจากการใช้เครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาว

ประสพการณ์ปัญหาจากการใช้เครื่องสำอาง (n = 100 คน)	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เคยพบปัญหา	63	63.0
เคยพบปัญหา	37	37.0
ประเภทของปัญหาที่พบ (n = 59 คำตอบ)		
เป็นสิ่ว	17	28.8
เกิดผื่น	15	25.4
คัน	9	15.2
แสบหน้า	8	13.6
หน้าลอก	5	8.5
เกิดรอยด่าง	3	5.1
หน้ากลับมาดำหลังเลิกใช้	2	3.4

2.5. การให้ความสำคัญในการเลือกเครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาว

จากการศึกษาพบว่าส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในการเลือกเครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาว ในระดับมากและมากที่สุดอันดับหนึ่ง ได้แก่ ภาชนะบรรจุปิดมิดชิด ไม่มีร่องรอยการฉีกขาดหรือเปิดก่อนซื้อใช้ จำนวน 93 คำตอบ ร้อยละ 93.0 รองลงมาเป็นการแสดงชื่อการค้า จำนวน 91 คำตอบ ร้อยละ 91.0 รองลงมาเป็นลักษณะสี กลิ่น ที่ไม่เปลี่ยนแปลงหรือแตกต่างจากภาวะปกติ จำนวน 88 คำตอบ ร้อยละ 88.0 รองลงมาเป็นการแสดงวัน เดือน ปี ที่หมดอายุบนฉลาก จำนวน 85 คำตอบ ร้อยละ 85.0 และรองลงมาเป็นการแสดงวิธีใช้บนฉลาก จำนวน 72 คำตอบ ร้อยละ 72.0 มีการให้ความสำคัญในระดับน้อยและน้อยที่สุด ได้แก่ การแสดงเลขที่แสดงครั้งที่ผลิตบนฉลาก จำนวน 18 คำตอบ ร้อยละ 18.0 และการแสดงบริษัทผู้ผลิต บริษัทผู้นำเข้าและประเทศที่ผลิต จำนวน 16 คำตอบ ร้อยละ 16.0 ดังตารางที่ 21

ตารางที่ 21 การให้ความสำคัญในการเลือกซื้อเครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาว (n = 100 คน)

ข้อมูล	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ภาชนะบรรจุปิดมิดชิด ไม่มีร่องรอยการฉีกขาดหรือเปิดก่อนซื้อใช้	69 (69.0)	24 (24.0)	6 (6.0)	0 (0.0)	1 (1.0)
มีการแสดงวัน เดือน ปี ที่หมดอายุบนฉลาก	53 (53.0)	32 (32.0)	9 (9.0)	5 (5.0)	1 (1.0)
มีการแสดงชื่อการค้า	51 (51.0)	40 (40.0)	5 (5.0)	2 (2.0)	2 (2.0)
ลักษณะ สี กลิ่น ไม่เปลี่ยนแปลงหรือแตกต่างจากภาวะปกติ	47 (47.0)	41 (41.0)	10 (10.0)	2 (2.0)	0 (0.0)
มีการแสดงวิธีใช้บนฉลาก	46 (46.0)	26 (26.0)	22 (22.0)	5 (5.0)	1 (1.0)
มีการแสดงวัน เดือน ปี ที่ผลิตบนฉลาก	44 (44.0)	36 (36.0)	18 (18.0)	2 (2.0)	0 (0.0)
ราคาสินค้า	44 (44.0)	23 (23.0)	27 (27.0)	5 (5.0)	1 (1.0)
มีการแสดงประเภทของเครื่องสำอางบนฉลาก เช่น ครีมทาฝ้า	43 (43.0)	40 (40.0)	12 (12.0)	3 (3.0)	2 (2.0)
ชื่อการค้าเป็นที่รู้จักแพร่หลาย	40 (40.0)	36 (36.0)	22 (22.0)	1 (1.0)	1 (1.0)
มีการแสดงส่วนประกอบของเครื่องสำอางบนฉลาก	37 (37.0)	24 (24.0)	28 (28.0)	7 (7.0)	4 (4.0)
มีการแสดงปริมาณสุทธิบนฉลาก	31 (31.0)	33 (33.0)	24 (24.0)	8 (8.0)	4 (4.0)
มีการแสดงเลขที่แสดงครั้งที่ผลิตบนฉลาก	30 (30.0)	25 (25.0)	27 (27.0)	7 (7.0)	11 (11.0)
มีการแสดงบริษัทผู้ผลิต บริษัทผู้นำเข้าและประเทศที่ผลิต	28 (28.0)	30 (30.0)	26 (26.0)	14 (14.0)	2 (2.0)

2.6. การเลือกเครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาวตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง 100 คน ที่เคยใช้เครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาว ได้ตอบแบบสอบถามในการเลือกหรือไม่เลือกเครื่องสำอางตัวอย่างที่จัดไว้ พบว่าเครื่องสำอางตัวอย่างที่เลือกมากที่สุด ได้แก่ เครื่องสำอางตัวอย่างที่ 1 จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 59.0 ซึ่งเป็นเครื่องสำอางที่มีฉลากถูกต้องตามกฎหมายกำหนดและไม่เคยมีประกาศพบสารห้ามใช้ของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา และเครื่องสำอางตัวอย่างที่ไม่เลือกมากที่สุด ได้แก่ เครื่องสำอางตัวอย่างที่ 2 และ 3 จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 92.0 ซึ่งเป็นเครื่องสำอางที่เคยมีประกาศพบส่วนผสมของสารห้ามใช้ของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ดังตารางที่ 22

ตารางที่ 22 การเลือกหรือไม่เลือกเครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาวตัวอย่าง และจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่เลือกเครื่องสำอางทาฝ้าทำให้หน้าขาว ตัวอย่าง ได้อย่างปลอดภัย (n = 100 คน)

เครื่องสำอางตัวอย่าง	เลือก		ไม่เลือก		เลือกเครื่องสำอางได้ปลอดภัย	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ตัวอย่างที่ 1	59	59.0	41	41.0	59	59.0
ตัวอย่างที่ 2	8	8.0	92	92.0	92	92.0
ตัวอย่างที่ 3	8	8.0	92	92.0	92	92.0
ตัวอย่างที่ 4	12	12.0	88	88.0	88	88.0
ตัวอย่างที่ 5	17	17.0	83	83.0	83	83.0
ตัวอย่างที่ 6	9	9.0	91	91.0	91	91.0
ตัวอย่างที่ 7	10	10.0	90	90.0	90	90.0
ตัวอย่างที่ 8	10	10.0	90	90.0	90	90.0
ตัวอย่างที่ 9	56	56.0	44	44.0	44	44.0
ตัวอย่างที่ 10	27	27.0	73	73.0	73	73.0

ในการเลือกเครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาวตัวอย่าง มีเครื่องสำอางที่มีฉลากไม่ถูกต้องตามที่กฎหมายกำหนด 6 ตัวอย่าง และมีประกาศพบสารห้ามใช้ในเครื่องสำอางของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา จำนวน 5 ตัวอย่าง พบว่าในการเลือก 1,000 ครั้ง กลุ่มตัวอย่างสามารถเลือกเครื่องสำอางตัวอย่างที่มีฉลากถูกต้องตามกฎหมาย จำนวน 102 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 25.5 และเลือกเครื่องสำอางที่มีฉลากไม่ถูกต้องตามกฎหมายตามกฎหมาย จำนวน 114 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 19.0 และสามารถเลือกเครื่องสำอางตัวอย่างที่ไม่มีประกาศพบสารห้ามใช้ในเครื่องสำอาง จำนวน 151 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 30.2 และเลือกเครื่องสำอางที่มีประกาศพบสารห้ามใช้ในเครื่องสำอางจำนวน 65 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 13.0 ดังตารางที่ 23

ตารางที่ 23 การเลือกเครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาวตัวอย่าง จำแนกตามฉลากและประกาศพบสารห้ามใช้ในเครื่องสำอางของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

การเลือกเครื่องสำอาง	เลือก		ไม่เลือก	
	จำนวน (ครั้ง)	ร้อยละ	จำนวน (ครั้ง)	ร้อยละ
ฉลากตามกฎหมายกำหนด				
ฉลากถูกต้อง (n = 400 ครั้ง)	102	25.5	298	74.5
ฉลากไม่ถูกต้อง (n = 600 ครั้ง)	114	19.0	486	81.0
ประกาศพบสารห้ามใช้ในเครื่องสำอาง				
ไม่มีในประกาศ (n = 500 ครั้ง)	151	30.2	349	69.8
มีในประกาศ (n = 500 ครั้ง)	65	13.0	435	87.0

2.7. เหตุผลการเลือกและไม่เลือกเครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาวตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง 100 คน ให้เหตุผลในการเลือกเครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาวตัวอย่าง ส่วนใหญ่ให้เหตุผลด้านราคาในการเลือกมากที่สุด และรองลงมาเป็นด้านฉลากและให้เหตุผลในการไม่เลือกเครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาวตัวอย่างให้เหตุผลด้านฉลากมากที่สุด และรองลงมาเป็นด้านราคา ดังตารางที่ 24

ตารางที่ 24 เหตุผลด้านต่าง ๆ ในการเลือกหรือไม่เลือกเครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาวด้วย

เหตุผล	จำนวน (ร้อยละ)										รวม
	ตัวอย่างที่ 1	ตัวอย่างที่ 2	ตัวอย่างที่ 3	ตัวอย่างที่ 4	ตัวอย่างที่ 5	ตัวอย่างที่ 6	ตัวอย่างที่ 7	ตัวอย่างที่ 8	ตัวอย่างที่ 9	ตัวอย่างที่ 10	
ด้านผลิตภัณฑ์											
เลือก	31 (23.5)	2 (1.5)	6 (4.5)	8 (6.1)	11 (8.3)	7 (5.3)	5 (3.8)	6 (4.5)	36 (27.3)	20 (15.2)	132 (100.0)
ไม่เลือก	9 (2.8)	39 (12.2)	39 (12.2)	49 (15.3)	30 (9.4)	43 (13.4)	45 (14.1)	38 (11.9)	19 (5.9)	9 (2.8)	320 (100.0)
ด้านผลาก											
เลือก	42 (29.2)	3 (2.1)	4 (2.8)	11 (7.6)	10 (6.9)	5 (3.5)	0 (0.0)	6 (4.2)	44 (30.5)	19 (13.2)	144 (100.0)
ไม่เลือก	7 (1.9)	41 (11.0)	42 (11.3)	57 (15.3)	48 (12.9)	40 (10.7)	46 (12.3)	51 (13.7)	9 (2.4)	32 (8.5)	373 (100.0)
ด้านราคา											
เลือก	45 (30.6)	7 (4.8)	4 (2.7)	5 (3.4)	12 (8.1)	7 (4.8)	6 (4.1)	6 (4.1)	36 (24.5)	19 (12.9)	147 (100.0)
ไม่เลือก	13 (3.7)	54 (15.3)	50 (14.2)	28 (7.9)	21 (5.9)	51 (14.4)	37 (10.5)	36 (10.2)	19 (5.4)	44 (12.5)	353 (100.0)
ด้านอื่น ๆ											
เลือก	30 (26.3)	5 (4.4)	3 (2.6)	4 (3.5)	5 (4.4)	4 (3.5)	8 (7.0)	5 (4.4)	44 (38.6)	6 (5.3)	114 (100.0)
ไม่เลือก	31 (9.1)	43 (12.7)	43 (12.7)	31 (9.1)	33 (9.7)	41 (12.1)	31 (9.1)	30 (8.9)	9 (2.7)	47 (13.9)	339 (100.0)

กลุ่มตัวอย่าง 100 คน ได้ให้เหตุผลด้านผลิตภัณฑ์ ในการเลือกเครื่องสำอางตัวอย่าง อันดับหนึ่งได้แก่ ภาชนะบรรจุหรือผลิตภัณฑ์ปิดมิดชิด มีมาตรฐาน น่าเชื่อถือ และมีคุณภาพ ซึ่งเครื่องสำอางตัวอย่างที่ 9 ถูกเลือกด้วยเหตุผลนี้มากที่สุด เหตุผลรองลงมาเป็นเรื่องครีมเนียน น่าใช้ และมีกลิ่นหอม ซึ่งเครื่องสำอางตัวอย่างที่ 10 ถูกเลือกด้วยเหตุผลนี้มากที่สุด และเหตุผลด้านผลิตภัณฑ์ ด้านผลิตภัณฑ์ ในการไม่เลือกเครื่องสำอางตัวอย่าง อันดับหนึ่งได้แก่ ภาชนะบรรจุหรือผลิตภัณฑ์ปิดไม่มิดชิด ไม่มีมาตรฐาน ไม่น่าเชื่อถือ และไม่มีคุณภาพ ซึ่งเครื่องสำอางตัวอย่างที่ 6 ไม่ถูกเลือกด้วยเหตุผลนี้มากที่สุด เหตุผลรองลงมาเป็นเรื่องครีมเหลว ไม่น่าใช้ กลิ่นไม่หอม สีไม่สวย และมีปริมาณน้อย ซึ่งเครื่องสำอางตัวอย่างที่ 7 ไม่ถูกเลือกด้วยเหตุผลนี้มากที่สุด ดังตารางที่ 25

ให้เหตุผลด้านฉลากในการเลือกเครื่องสำอางตัวอย่าง อันดับหนึ่งได้แก่ ฉลากแสดงแสดงรายละเอียดครบถ้วนและชัดเจน ซึ่งเครื่องสำอางตัวอย่างที่ 9 ถูกเลือกด้วยเหตุผลนี้มากที่สุด เหตุผลรองลงมาเป็นฉลากแสดงบรรยายสรรพคุณ ซึ่งเครื่องสำอางตัวอย่างที่ 1 ถูกเลือกด้วยเหตุผลนี้มากที่สุด รองลงมาเป็นเครื่องสำอางตัวอย่างที่ 9 และเหตุผลด้านฉลาก ในการไม่เลือกเครื่องสำอางตัวอย่าง อันดับหนึ่งได้แก่ ฉลากไม่แสดงเครื่องหมาย ออ. ซึ่งเครื่องสำอางตัวอย่างที่ 2, 3 และ 4 ไม่ถูกเลือกด้วยเหตุผลนี้มากที่สุด รองลงมาเป็นเครื่องสำอางตัวอย่างที่ 6, 8, 5 และ 10 เรียงตามลำดับ เหตุผลรองลงมาเป็นฉลากแสดงรายละเอียดไม่ชัดเจน ไม่ครบถ้วน และไม่น่าเชื่อถือ ซึ่งเครื่องสำอางตัวอย่างที่ 4 ไม่ถูกเลือกด้วยเหตุผลนี้มากที่สุด รองลงมาเป็นเครื่องสำอางตัวอย่างที่ 3, 2, 6, 7 และ 8 เรียงตามลำดับ ดังตารางที่ 26

ให้เหตุผลด้านราคาในการเลือกเครื่องสำอางตัวอย่าง อันดับหนึ่งได้แก่ มีราคาที่เหมาะสม ซึ่งเครื่องสำอางตัวอย่างที่ 1 ถูกเลือกด้วยเหตุผลนี้มากที่สุด รองลงมาเป็นเครื่องสำอางตัวอย่างที่ 9 และ 10 เรียงตามลำดับ และเหตุผลด้านราคา ในการไม่เลือกเครื่องสำอางตัวอย่าง อันดับหนึ่งได้แก่ มีราคาถูกเกินไป ซึ่งเครื่องสำอางตัวอย่างที่ 2 ไม่ถูกเลือกด้วยเหตุผลนี้มากที่สุด รองลงมาเป็นเครื่องสำอางตัวอย่างที่ 6, 3 และ 10 เรียงตามลำดับ ดังตารางที่ 27

ให้เหตุผลด้านอื่น ๆ ในการเลือกเครื่องสำอางตัวอย่าง อันดับหนึ่ง ได้แก่ ผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จัก คาดว่าใช้แล้วน่าจะจะได้ผล ซึ่งเครื่องสำอางตัวอย่างที่ 1 ถูกเลือกด้วยเหตุผลนี้มากที่สุด เหตุผลรองลงมาเป็นตนเองและคนรู้จักใช้แล้วได้ผลตามที่ต้องการ ซึ่งเครื่องสำอางตัวอย่างที่ 1 และ 7 ถูกเลือกด้วยเหตุผลนี้มากที่สุดและเหตุผลด้านอื่น ๆ ในการไม่เลือกเครื่องสำอาง ตัวอย่าง อันดับหนึ่ง ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ไม่เคยใช้ คาดว่าใช้แล้วไม่น่าจะได้ผลหรือเกิดอันตราย เครื่องสำอางตัวอย่างที่ 3 ไม่ถูกเลือกด้วยเหตุผลนี้มากที่สุด รองลงมาเป็นเครื่องสำอางตัวอย่างที่ 2, 5, 8, 4 และ 6 เรียงตามลำดับ เหตุผลรองลงมาเป็นตนเองและคนรู้จักใช้แล้วไม่ได้ผลหรือเกิดอาการแพ้ ซึ่งเครื่องสำอางตัวอย่างที่ 1 ไม่ถูกเลือกด้วยเหตุผลนี้มากที่สุด ดังตารางที่ 28

ตารางที่ 25 เหตุผลด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกหรือไม่เลือกเครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาว ตัวอย่าง

เหตุผล	จำนวน* (ร้อยละ)										รวม
	ตัวอย่างที่ 1	ตัวอย่างที่ 2	ตัวอย่างที่ 3	ตัวอย่างที่ 4	ตัวอย่างที่ 5	ตัวอย่างที่ 6	ตัวอย่างที่ 7	ตัวอย่างที่ 8	ตัวอย่างที่ 9	ตัวอย่างที่ 10	
เลือกเหตุผลด้านผลิตภัณฑ์											
ภาชนะบรรจุหรือผลิตภัณฑ์ ปิดมิดชิด / มีมาตรฐาน / น้ำเชื้อดี / มีคุณภาพ	23 (56.1)	2 (33.3)	4 (50.0)	6 (54.5)	7 (38.9)	5 (71.4)	3 (50.0)	5 (62.5)	35 (83.3)	13 (39.4)	103 (57.2)
เนื้อครีมเนียน ใช้น้ำ มีกลิ่น หอม	9 (22.0)	1 (16.7)	3 (37.5)	4 (36.4)	6 (33.3)	2 (28.6)	3 (50.0)	2 (25.0)	3 (7.1)	13 (39.4)	46 (25.6)
ผลิตภัณฑ์สวยงามเหมาะสมแก่ การพกพา	9 (21.9)	3 (50.0)	1 (12.5)	1 (9.1)	5 (27.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (12.5)	4 (9.5)	7 (21.2)	31 (17.2)
ไม่เลือกเหตุผลด้านผลิตภัณฑ์											
ภาชนะบรรจุหรือผลิตภัณฑ์ ปิดไม่มิดชิด / ไม่มี มาตรฐาน / ใช้น้ำเชื้อดี / ไม่มีคุณภาพ	6 (66.7)	24 (41.4)	22 (41.5)	25 (49.0)	17 (40.5)	30 (47.6)	24 (38.7)	19 (35.8)	8 (34.8)	7 (18.4)	182 (40.3)
เนื้อครีมเหลว / ใช้น้ำ / กลิ่นไม่หอม / สีไม่สวย / มี ปริมาณน้อย	3 (33.3)	17 (29.3)	24 (45.3)	21 (41.2)	20 (47.6)	18 (28.6)	31 (50.0)	30 (56.6)	14 (60.9)	2 (5.3)	180 (39.8)
ผลิตภัณฑ์ไม่สวยงามหรือ ลอกเลียนแบบผลิตภัณฑ์อื่น	0 (0.0)	17 (29.3)	7 (13.2)	5 (5.8)	5 (11.9)	15 (23.8)	7 (11.3)	4 (7.5)	1 (4.3)	29 (76.3)	90 (19.9)

*กลุ่มตัวอย่าง 1 คน สามารถระบุได้หลายเหตุผล

ตารางที่ 26 เหตุผลด้านฉลากในการเลือกหรือไม่เลือกเครื่องสำอางทาผิว ทำให้หน้าขาว ตัวอย่าง

เหตุผล	จำนวน* (ร้อยละ)										รวม
	ตัวอย่างที่ 1	ตัวอย่างที่ 2	ตัวอย่างที่ 3	ตัวอย่างที่ 4	ตัวอย่างที่ 5	ตัวอย่างที่ 6	ตัวอย่างที่ 7	ตัวอย่างที่ 8	ตัวอย่างที่ 9	ตัวอย่างที่ 10	
เลือกเหตุผลด้านฉลาก											
ฉลากแสดงรายละเอียด ครบถ้วน / ชัดเจน	19 (26.8)	1 (6.7)	2 (3.3)	0 (0.0)	5 (50.0)	2 (28.6)	0 (0.0)	2 (33.3)	25 (35.7)	9 (32.1)	65 (29.4)
ฉลากแสดงบรรยาย สรรพคุณ	11 (15.5)	2 (13.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (20.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (33.3)	10 (14.3)	5 (17.9)	32 (14.5)
ฉลากแสดง วัน เดือน ปี ที่ ผลิต	10 (14.1)	4 (26.7)	2 (33.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	9 (12.9)	4 (14.3)	29 (13.1)
ฉลากแสดงวิธีการใช้	10 (14.1)	1 (6.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (14.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	8 (11.4)	3 (10.7)	23 (10.4)
ฉลากแสดงส่วนประกอบ ของครีม	8 (11.3)	1 (6.7)	0 (0.0)	1 (14.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (33.3)	7 (10.0)	1 (3.6)	20 (9.0)
ฉลากแสดงคำเตือน	4 (5.6)	2 (13.3)	0 (0.0)	1 (14.3)	0 (0.0)	1 (14.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	4 (5.7)	2 (7.1)	14 (6.3)
ฉลากแสดง วัน เดือน ปี ที่ หมดอายุ	3 (4.3)	3 (20.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	3 (4.3)	3 (10.7)	12 (5.4)
ฉลากแสดงการรับประกัน คุณภาพ / ใช้งานได้ผลย่นดี คืนเงิน	2 (2.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	3 (30.0)	1 (14.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (2.9)	0 (0.0)	8 (3.6)
ฉลากแสดงสถานที่ผลิต	2 (2.8)	1 (6.7)	1 (16.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (14.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (1.4)	1 (3.6)	7 (3.2)
ฉลากแสดงการไม่มี ส่วนผสมของสารปรอท	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	5 (71.4)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	5 (2.3)
ฉลากแสดงปริมาณของครีม	1 (1.4)	0 (0.0)	1 (16.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (1.4)	0 (0.0)	4 (1.8)
ฉลากแสดงเครื่องหมาย การค้า	1 (1.4)	0 (0.0)	1 (0.5)								
ฉลากแสดงราคา	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (14.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (0.5)

*กลุ่มตัวอย่าง 1 คน สามารถระบุได้หลายเหตุผล

ตารางที่ 26 (ต่อ)

เหตุผล	จำนวน* (ร้อยละ)										รวม
	ตัวอย่างที่ 1	ตัวอย่างที่ 2	ตัวอย่างที่ 3	ตัวอย่างที่ 4	ตัวอย่างที่ 5	ตัวอย่างที่ 6	ตัวอย่างที่ 7	ตัวอย่างที่ 8	ตัวอย่างที่ 9	ตัวอย่างที่ 10	
ไม่เลือกเหตุผลด้านฉลาก											
ฉลากไม่มีแสดงเครื่องหมาย อย.	2 (33.3)	18 (39.1)	18 (41.9)	18 (23.7)	15 (20.8)	17 (35.4)	12 (19.4)	16 (23.9)	4 (44.4)	14 (45.2)	134 (29.1)
ฉลากแสดงรายละเอียดไม่ ชัดเจน / ไม่ครบถ้วน / ไม่น่าเชื่อถือ	2 (33.3)	15 (32.6)	16 (37.2)	17 (22.4)	8 (11.1)	11 (22.9)	11 (17.7)	11 (16.4)	3 (33.3)	8 (25.8)	102 (22.2)
ฉลากแสดง บรรยาย สรรพคุณเกินจริง	2 (33.3)	9 (19.6)	1 (2.3)	22 (28.9)	18 (25.0)	4 (8.3)	0 (0.0)	6 (9.0)	1 (11.1)	8 (25.8)	71 (15.4)
ฉลากไม่แสดง วัน เดือน ปี ที่หมดอายุ	0 (0.0)	1 (2.2)	4 (9.3)	6 (7.9)	14 (19.4)	5 (10.4)	5 (8.1)	12 (17.9)	0 (0.0)	0 (0.0)	47 (10.2)
ฉลากไม่แสดง วัน เดือน ปี ที่ผลิต	0 (0.0)	1 (2.2)	1 (2.3)	5 (6.6)	12 (16.7)	3 (6.3)	5 (8.1)	14 (21.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	41 (8.9)
ไม่มีฉลากผลิตภัณฑ์ / ไม่มี ฉลากที่ภาชนะบรรจุ	0 (0.0)	1 (2.2)	2 (4.7)	2 (2.6)	1 (1.4)	0 (0.0)	17 (27.4)	1 (1.5)	1 (11.1)	0 (0.0)	25 (5.4)
ฉลากไม่แสดง ส่วนประกอบของครีม	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (2.3)	2 (2.6)	2 (2.8)	0 (0.0)	5 (8.1)	2 (3.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	12 (2.6)
ฉลากแสดง สารกันเสีย ที่ ส่วนประกอบของครีม	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	8 (16.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	8 (1.7)
ฉลากไม่แสดงสถานที่ผลิต	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	3 (3.9)	1 (1.4)	0 (0.0)	1 (1.6)	2 (3.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	7 (1.5)
ฉลากไม่แสดง วิธีการใช้	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1.0 (13.2)	0 (0.0)	0 (0.0)	4 (6.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	5 (1.1)
ฉลากไม่แสดงคำเตือน	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (1.4)	0 (0.0)	1 (1.6)	1 (1.5)	0 (0.0)	1 (3.2)	4 (0.7)
ฉลากไม่แสดงการรับรอง มาตรฐาน / จากผู้เชี่ยวชาญ	0 (0.0)	1 (2.2)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (1.6)	2 (3.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4 (0.9)

*กลุ่มตัวอย่าง 1 คน สามารถระบุได้หลายเหตุผล

ตารางที่ 27 เหตุผลด้านราคาในการเลือกหรือไม่เลือกเครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาว ตัวอย่าง

ข้อมูล	จำนวน* (ร้อยละ)										รวม
	ตัวอย่างที่ 1	ตัวอย่างที่ 2	ตัวอย่างที่ 3	ตัวอย่างที่ 4	ตัวอย่างที่ 5	ตัวอย่างที่ 6	ตัวอย่างที่ 7	ตัวอย่างที่ 8	ตัวอย่างที่ 9	ตัวอย่างที่ 10	
เลือกด้านราคา											
ราคาเหมาะสม	29 (64.4)	1 (14.3)	1 (25.0)	4 (80.0)	10 (83.3)	4 (57.1)	3 (50.0)	2 (33.3)	20 (33.3)	16 (84.2)	80 (58.0)
ราคาถูก	16 (35.6)	6 (85.7)	3 (75.0)	1 (20.0)	1 (8.3)	3 (42.9)	2 (33.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	3 (15.8)	35 (25.3)
ราคาแพง	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (8.3)	0 (0.0)	1 (16.7)	4 (66.7)	17 (45.9)	0 (0.0)	23 (16.7)
ไม่เลือกด้านราคา											
ราคาถูกเกินไป	11 (84.6)	51 (94.4)	49 (98.0)	13 (46.4)	11 (52.4)	50 (89.0)	3 (8.1)	4 (11.1)	1 (3.7)	42 (95.4)	235 (65.1)
ราคาแพงเกินไป	1 (7.7)	1 (1.9)	0 (0.0)	11 (39.3)	9 (42.9)	0 (0.0)	31 (83.8)	26 (72.2)	26 (96.3)	1 (2.3)	106 (29.4)
ราคาไม่เหมาะสม	1 (7.7)	2 (3.7)	1 (2.0)	4 (14.3)	1 (4.8)	1 (2.0)	3 (8.1)	6 (16.7)	0 (0.0)	1 (2.3)	20 (5.5)

*กลุ่มตัวอย่าง 1 คน สามารถระบุได้หลายเหตุผล

ตารางที่ 28 เหตุผลด้านอื่น ๆ ในการเลือกหรือไม่เลือกเครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาว ตัวอย่าง

เหตุผล	จำนวน*(ร้อยละ)										รวม
	ตัวอย่างที่ 1	ตัวอย่างที่ 2	ตัวอย่างที่ 3	ตัวอย่างที่ 4	ตัวอย่างที่ 5	ตัวอย่างที่ 6	ตัวอย่างที่ 7	ตัวอย่างที่ 8	ตัวอย่างที่ 9	ตัวอย่างที่ 10	
เลือกด้านอื่น ๆ											
ผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จัก คาดว่าใช้แล้วน่าจะได้ผล	18 (66.7)	0 (0.0)	2 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	3 (75.0)	0 (0.0)	3 (75.0)	10 (83.3)	0 (0.0)	36 (56.2)
ตนเองและคนรู้จักเคยใช้แล้วได้ผลตามต้องการ	9 (33.3)	2 (100.0)	0 (0.0)	3 (100.0)	0 (0.0)	1 (25.0)	9 (100.0)	1 (25.0)	2 (16.7)	1 (100.0)	28 (43.8)
ไม่เลือกด้านอื่น ๆ											
ผลิตภัณฑ์ที่ไม่เคยใช้ คาดว่าใช้แล้วไม่น่าจะได้ผลหรือเกิดอันตราย	7 (23.3)	30 (90.9)	37 (92.5)	25 (92.6)	32 (100.0)	25 (80.6)	8 (33.3)	28 (93.3)	15 (100.0)	16 (80.0)	223 (79.1)
ตนเองและคนรู้จักใช้แล้วไม่ได้ผลหรือเกิดอาการแพ้	23 (76.7)	0 (0.0)	2 (5.0)	1 (3.7)	0 (0.0)	3 (9.7)	13 (54.2)	2 (6.7)	0 (0.0)	3 (15.0)	47 (16.7)
คาดว่าน่าจะมีส่วนผสมของสารที่เป็นอันตราย	0 (0.0)	3 (9.1)	1 (2.5)	1 (3.7)	0 (0.0)	3 (9.7)	3 (12.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (5.0)	12 (4.2)

*กลุ่มตัวอย่าง 1 คน สามารถระบุได้หลายเหตุผล

2.8. ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างกับร้อยละการเลือกเครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาว ตัวอย่าง โดยพิจารณาผลที่ได้ถูกต้องตามที่กฎหมายกำหนด

กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 90 คน ได้ให้เหตุผลในการเลือกเครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาว ตัวอย่าง ด้านผลึก เมื่อพิจารณาการเลือกเครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาว ตัวอย่าง โดยพิจารณาผลที่ได้ถูกต้องตามที่กฎหมายกำหนด พบว่าสามารถพิจารณาผลที่ได้ถูกต้องตามกฎหมายกำหนด น้อยกว่าหรือเท่ากับร้อยละ 50.0 จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 31.1 และ มากกว่าร้อยละ 50.0 จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 68.9 ดังตารางที่ 29

ตารางที่ 29 การเลือกเครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาว ตัวอย่าง โดยพิจารณาผลที่ได้ถูกต้องตามที่กฎหมายกำหนด

การเลือกเครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาว ตัวอย่าง	น้อยกว่าหรือเท่ากับ ร้อยละ 50.0		มากกว่า ร้อยละ 50.0	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
พิจารณาผลที่ได้ถูกต้องตามกฎหมายกำหนด	28	31.1	62	68.9

เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างกับค่าร้อยละการเลือกเครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาว ตัวอย่าง โดยพิจารณาผลที่ได้ถูกต้องตามที่กฎหมายกำหนด พบว่าคุณลักษณะทั่วไปอื่น ๆ ได้แก่ รายได้ครอบครัวต่อเดือน ค่าใช้จ่ายที่ได้รับจากผู้ปกครองต่อเดือน ประสบการณ์พบปัญหาจากการใช้เครื่องสำอาง ราคาเครื่องสำอาง หลักสูตรการศึกษา และสถานศึกษา ไม่มีความสัมพันธ์กับค่าร้อยละการเลือกเครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาว ตัวอย่าง โดยพิจารณาผลที่ได้ถูกต้องตามที่กฎหมายกำหนด ($P\text{-value} > 0.050$) ดังตารางที่ 30

เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างแหล่งที่ได้รับข้อมูลข่าวสาร โฆษณาและความรู้เกี่ยวกับการเลือกเครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาวของกลุ่มตัวอย่าง กับค่าร้อยละการเลือกเครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาว ตัวอย่าง โดยพิจารณาผลที่ได้ถูกต้องตามที่กฎหมายกำหนด พบว่าการได้รับข้อมูลข่าวสารหรือโฆษณา จากสื่อบุคคล มีความสัมพันธ์กับค่าร้อยละการเลือกเครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาว ตัวอย่าง โดยพิจารณาผลที่ได้ถูกต้องตามที่กฎหมายกำหนด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($P\text{-value} = 0.028$) โดยกลุ่มตัวอย่างที่ได้รับข้อมูลข่าวสารหรือโฆษณา จากสื่อบุคคลจะมีสัดส่วนที่ได้ค่าร้อยละการเลือกเครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาว ตัวอย่าง โดยพิจารณาผลที่ได้ถูกต้องตามที่กฎหมายกำหนด มากกว่าร้อยละ 50.0 มากกว่า กลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยได้รับ

ข้อมูลข่าวสารหรือโฆษณา จากสื่อบุคคล ส่วนการได้รับข้อมูลข่าวสารหรือโฆษณา จากสื่อมวลชน และสื่อเฉพาะกิจ พบว่าไม่มีความสัมพันธ์กับคำร้องและการเลือกเครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาว ตัวอย่าง โดยพิจารณาผลได้ถูกต้องตามที่กฎหมายกำหนด ($P\text{-value} > 0.050$) และการได้รับความรู้เกี่ยวกับการเลือกเครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาว จากสื่อบุคคล สื่อมวลชนและสื่อเฉพาะกิจ ไม่มีความสัมพันธ์กับคำร้องและการเลือกเครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาว ตัวอย่าง โดยพิจารณาผลได้ถูกต้องตามที่กฎหมายกำหนด ($P\text{-value} > 0.050$) ดังตารางที่ 31

ตารางที่ 30 ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างกับคำร้องและการเลือกเครื่องสำอางทาฝ้าทำให้หน้าขาวตัวอย่าง โดยพิจารณาผลได้ถูกต้องตามกฎหมายกำหนด

คุณลักษณะทั่วไป	น้อยกว่าหรือเท่ากับร้อยละ 50.0		มากกว่าร้อยละ 50.0		χ^2	df	P-value
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
รายได้ของครอบครัวต่อเดือน (บาท)							
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000	6	31.6	13	68.4	1.311	2	0.519
10,000-20,000	14	36.8	24	63.2			
มากกว่า 20,000	8	24.2	25	75.8			
ค่าใช้จ่ายที่ได้รับจากผู้ปกครองต่อเดือน (บาท)							
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 1,000	6	23.1	20	76.9	2.252	2	0.324
1,001-2,000	16	39.0	25	61.0			
มากกว่า 2,000	6	26.1	17	73.9			
ราคาเครื่องสำอาง (บาท)							
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 100	13	28.9	32	71.1	0.253	2	0.881
101-200	7	31.8	15	68.2			
มากกว่า 200	8	34.8	15	65.2			
ประสบการณ์ปัญหาจากการใช้เครื่องสำอาง							
เคยพบปัญหา	12	33.3	24	66.7	0.138	1	0.710
ไม่เคยพบปัญหา	16	29.6	38	70.4			

ตารางที่ 30 (ต่อ)

คุณลักษณะทั่วไป	น้อยกว่าหรือเท่ากับร้อยละ 50.0		มากกว่าร้อยละ 50.0		χ^2	df	P-value
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
ประเภทของหลักสูตรการศึกษา							
สายสามัญ	16	26.7	44	73.3	1.659	1	0.198
สายอาชีพ	12	40.0	18	60.0			
ประเภทของสถานศึกษา							
โรงเรียนภาครัฐ	16	31.4	35	68.6	0.004	1	0.951
โรงเรียนภาคเอกชน	12	30.8	27	69.2			

ตารางที่ 31 ความสัมพันธ์ระหว่างแหล่งที่ได้รับข่าวสาร โฆษณาและความรู้ของกลุ่มตัวอย่างกับค่าร้อยละการเลือกเครื่องสำอางทาฝ้าทำให้น้ำขาวตัวอย่าง โดยพิจารณาจากได้ถูกต้องตามกฎหมายกำหนด

แหล่งที่ได้รับข่าวสาร		น้อยกว่าหรือเท่ากับร้อยละ 50.0		มากกว่าร้อยละ 50.0		χ^2	df	P-value
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
การได้รับข่าวสารและโฆษณา								
สื่อบุคคล	ได้รับ	17		51		0.4847	1	0.028*
	ไม่ได้รับ	11		11				
สื่อมวลชน	ได้รับ	26		56		0.153	1	1.000**
	ไม่ได้รับ	2		6				
สื่อเฉพาะกิจ	ได้รับ	8		21		0.248	1	0.618
	ไม่ได้รับ	20		41				

*P-value < 0.050

** Fisher's Exact Test

ตารางที่ 31 (ต่อ)

แหล่งที่ได้รับข่าวสาร		น้อยกว่าหรือเท่ากับร้อยละ 50.0		มากกว่าร้อยละ 50.0		χ^2	df	P-value
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
การได้รับความรู้เกี่ยวกับการเลือก								
สื่อบุคคล	ได้รับ	19		41		0.026	1	0.872
	ไม่ได้รับ	9		21				
สื่อมวลชน	ได้รับ	17		38		0.003	1	0.959
	ไม่ได้รับ	11		24				
สื่อเฉพาะกิจ	ได้รับ	1		6		1.003	1	0.428**
	ไม่ได้รับ	27		56				

** Fisher's Exact Test

บทที่ 5

สรุป อภิปรายและข้อเสนอแนะ

1. การศึกษาการใช้และผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาว ของวัยรุ่น อำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี

จากการศึกษาพบว่าวัยรุ่น อำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย รายได้ครอบครัวส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 10,001 - 20,000 บาท โดยที่วัยรุ่นส่วนใหญ่จะได้รับค่าใช้จ่ายที่ได้รับจากผู้ปกครองต่อเดือน 1,001 - 2,000 บาท มีการใช้เครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาว ร้อยละ 64.5 และจะซื้อเครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาวในราคาไม่เกิน 100 บาท ซึ่งใกล้เคียงกับการศึกษาของ อภิชาติ รุ่งเมฆารัตน์ (2551 : 83-84) ที่พบว่านักเรียนหญิงมัธยมศึกษาตอนปลายมีการใช้เครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาวและครีมกันแดด ร้อยละ 65.4 และซื้อเครื่องสำอางในราคาไม่เกิน 200 บาทต่อเดือน โดยพบว่าเพศหญิงมีการใช้เครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาว มากกว่าเพศชาย ซึ่งตรงกับการศึกษาของศูนย์วิจัยมหาวิทยาลัยกรุงเทพ (กรุงเทพโพลล์ 2552) พบว่าวัยรุ่นเพศหญิงทำให้ตัวเองดูดีโดยการใช้เครื่องสำอางมากกว่าเพศชาย ซึ่งผลจากการศึกษาพบว่าวัยรุ่นเพศชายมีการใช้เครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาว ร้อยละ 44.9 ซึ่งเป็นครั้งหนึ่งของการศึกษาของ พงนิ ศรีตะวัน (2549 : 41) ที่พบว่าปัจจุบันผู้ชายไทยมีการใช้เครื่องสำอางสำหรับเพศชายอยู่ ร้อยละ 83.7 ซึ่งทำให้ทราบว่าเพศชายมีการใช้เครื่องสำอางกันมากขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มวัยรุ่นเพศชายที่ต้องการให้ตนเองเป็นที่สนใจของวัยรุ่นเพศหญิงที่ชอบผู้ชายสไตล์เกาหลี (คม ชัด ลึก 2550)

จากการศึกษาพบว่าวัยรุ่นส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลข่าวสาร โฆษณาและความรู้เกี่ยวกับเครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาวจากสื่อที่เป็นโทรทัศน์และเพื่อน ซึ่งจะสอดคล้องกับการศึกษาของ อภิชาติ รุ่งเมฆารัตน์ (2551 : 84) ซึ่งพบว่านักเรียนหญิงมัธยมศึกษาตอนปลายรับทราบข้อมูลผลิตภัณฑ์ทาผิว ทาฝ้า ทำให้หน้าขาวจากสื่อโทรทัศน์และสื่อบุคคล ซึ่งสื่อจึงเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อพฤติกรรมของวัยรุ่น (อมรวิชิ นาคทรพรพ 2548 : 72) จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการใช้เครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาว ร้อยละ 64.5 โดยเครื่องสำอางทำให้หน้าขาวที่ใช้กันมาก 3 อันดับแรก ได้แก่ POND'S OLAY และ GANIER ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเครื่องสำอางที่มีการโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์ โดย POND'S และ OLAY คิดอยู่ 10 อันดับแบรนด์ ที่ใช้งบโฆษณาสูงสุด (ผู้จัดการ 2552) ซึ่งการใช้สื่อที่เหมาะสมจะทำให้วัยรุ่นได้รับทราบข้อมูลเกี่ยวกับความปลอดภัยจากการใช้

เครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาว ซึ่งปัจจุบันสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ได้มีประกาศเกี่ยวกับตรวจพบเครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาวที่พบส่วนผสมของสารห้ามใช้วางจำหน่ายอยู่ โดยการประกาศผ่านสื่อที่เป็นโปสเตอร์ แผ่นพับหรือหนังสือพิมพ์ ซึ่งเป็นแหล่งข้อมูลซึ่งไม่เป็นที่นิยมในการรับข่าวสารของวัยรุ่น จากการศึกษาผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาวยังพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการใช้เครื่องสำอางที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ได้เคยประกาศพบส่วนผสมของสารห้ามใช้ในเครื่องสำอาง ดังนั้นสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ควรมีการปรับเปลี่ยนสื่อที่ใช้ในการให้ข้อมูล หรือจัดกิจกรรม ทำการรณรงค์เพื่อให้ข้อมูลและเอกสารสามารถเข้าถึงกลุ่มวัยรุ่นได้

การใช้เครื่องสำอางทาฝ้าทำให้หน้าขาวของวัยรุ่น พบอาการไม่พึงประสงค์ที่เกิดจากการใช้ ได้แก่ เป็นสิ่ว เกิดผื่น มีอาการคัน แสบหน้า หน้าลอก และหน้าดำหลังเลิกใช้ ร้อยละ 30.2 ซึ่งมีค่าใกล้เคียงกับการศึกษาของ ศิริพร พุ่มพิงพุท และคณะ ที่พบว่ามีกลุ่มนักศึกษาเคยพบอาการไม่พึงประสงค์ที่เกิดจากการใช้เครื่องสำอางที่มีการใช้ในชีวิตประจำวัน ร้อยละ 31.9 (2549 : 61-62) ซึ่งแนวโน้มในการใช้เครื่องสำอางมีมากขึ้นเรื่อย ๆ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 2551) และจากการศึกษายังพบว่าเครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาวที่กลุ่มตัวอย่างเคยใช้แล้วพบปัญหา มีเครื่องสำอางที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ได้เคยประกาศตรวจสอบพบส่วนผสมของสารห้ามใช้ ซึ่งการใช้เครื่องสำอางที่มีส่วนผสมของสารห้ามใช้ ได้แก่ สารปรอทหรือสารไฮโดรควิโนน อาจทำให้เกิดอาการแพ้ เป็นรอยด่างขาว เป็นฝ้าถาวร และอาจเกิดการสะสมในร่างกายทำให้ระบบทางเดินปัสสาวะอักเสบ (กนกกร สุนทรขจิต 2545 : 167) และจากการศึกษาผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาว ยังพบว่ามีการใช้เครื่องสำอางที่ผิดประเภทเครื่องสำอางซึ่งไม่ตรงตามที่ฉลากได้ระบุเอาไว้ ดังนั้นการให้ความรู้และความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับการใช้เครื่องสำอางและความสำคัญของฉลาก จะสามารถทำให้กลุ่มตัวอย่างใช้เครื่องสำอางได้ตรงตามวัตถุประสงค์การใช้และได้รับความปลอดภัยจากการใช้เครื่องสำอางมากขึ้น

กลุ่มวัยรุ่นได้ให้ความสำคัญในการเลือกเครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาวเกี่ยวกับภาชนะบรรจุปิดมิดชิด ไม่มีร่องรอยการฉีกขาดหรือการเปิดก่อนซื้อใช้ ในระดับมากถึงมากที่สุด ซึ่งในการเลือกใช้เครื่องสำอางยังมีเรื่องของฉลากซึ่งมีการแสดงข้อมูลที่สำคัญ ซึ่งควรอ่านฉลากก่อนซื้อใช้ โดยเข้าใจถึงข้อมูลที่แสดงไว้บนฉลากว่าเพื่อช่วยในการตรวจสอบและความปลอดภัยอย่างไร ฉลากถูกต้องตามที่กฎหมายกำหนดหรือไม่ รวมถึงเครื่องสำอางนั้นเคยหรือไม่เคยมีการประกาศว่าตรวจสอบพบสารอันตรายในเครื่องสำอางจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ซึ่งเป็นการยากที่กลุ่มตัวอย่างจะเข้าใจถึงความสำคัญและสามารถตรวจสอบได้ หากไม่มีการให้ความรู้ที่ถูกต้อง

จากการหาความสัมพันธ์จากประสบการณ์การใช้เครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาวกับ ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างพบว่า ประสบการณ์การใช้เครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาวมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับเพศ ($P\text{-value} < 0.001$) ซึ่งจะพบว่าวัยรุ่นเพศหญิงมีประสบการณ์การใช้มากกว่าวัยรุ่นเพศชาย และมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับประเภทของสถานศึกษา ($P\text{-value} = 0.041$) ซึ่งกลุ่มวัยรุ่นที่กำลังศึกษาอยู่ในโรงเรียนรัฐบาลมีจำนวนผู้ที่มีประสบการณ์การใช้เครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาวมากกว่ากลุ่มวัยรุ่นที่กำลังศึกษาในโรงเรียนเอกชน

2. การศึกษาการเลือกเครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาว ตัวอย่าง

ในการเลือกเครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาว จำนวน 10 ยี่ห้อ ได้ให้เหตุผลในการเลือกด้านราคามากที่สุด ซึ่งส่วนมากให้เหตุผลว่าเครื่องสำอางมีราคาที่เหมาะสม ซึ่งจะสอดคล้องกับการศึกษาของ ประภาศรี ตั้งกิจเจริญพร (2546 : บทคัดย่อ) พบว่าปัจจัยด้านราคาช่วยในการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกเครื่องสำอางประเภทบำรุงผิวพรรณ บริเวณใบหน้าถึงลำคอ โดยพิจารณาความคุ้มค่าของสินค้ากับราคา ในปัจจุบันจะพบว่าเครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาวหลายยี่ห้อได้ทำบรรจุภัณฑ์ให้มีขนาดและปริมาตรที่ลดลง เพื่อให้สินค้ามีราคาที่ถูกลง และจากการศึกษาผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาว ในเขตอำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี พบว่าบางร้านค้าได้ทำการแบ่งเครื่องสำอางลงในตลับแบ่งบรรจุ ซึ่งตามกฎหมายถือว่าเป็นการผลิต (พระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2535) และเป็นการกระทำที่ผิดกฎหมาย แต่ว่าจากการศึกษาการเลือกเครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาว ตัวอย่าง พบว่ากลุ่มตัวอย่างบางส่วนมีการเลือกเครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาวที่เป็นตลับแบ่งบรรจุ โดยให้เหตุผลในการเลือกว่าตนเองหรือคนรู้จักเคยใช้แล้วได้ผลตามต้องการ นั้นหมายถึงประสบการณ์เป็นตัวกำหนดในการเลือกใช้เครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาว ซึ่งประสบการณ์นั้นอาจมาจากคำบอกเล่าจากคนรู้จักก็ตาม ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาที่พบว่าสื่อบุคคลเป็นแหล่งข้อมูลข่าวสาร โฆษณาหรือความรู้ที่กลุ่มตัวอย่างได้รับ รองลงมาจากสื่อโทรทัศน์ โดยเฉพาะการได้รับข้อมูลจากกลุ่มเพื่อนเป็นส่วนมาก

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างสามารถเลือกเครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาวตัวอย่าง โดยพิจารณาจากได้ถูกต้องตามกฎหมายกำหนด ได้คะแนนสูงกว่าค่าเฉลี่ย ร้อยละ 71.0 นั้นหมายถึงกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่สามารถเลือกเครื่องสำอางได้อย่างปลอดภัย แต่อย่างไรก็ตามจากการศึกษาพบว่าฉลากที่ถูกต้อง อาจไม่สามารถช่วยให้กลุ่มตัวอย่างสามารถเลือกเครื่องสำอางที่ปลอดภัยได้ เนื่องจากเครื่องสำอางที่ฉลากถูกต้องตามกฎหมายกำหนด อาจเป็นเครื่องสำอางอันตรายได้ ซึ่งเครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาวตัวอย่าง มีฉลากที่ถูกต้องด้วยกัน 4 ยี่ห้อ โดยพบว่า

มี 3 ใน 4 ยี่ห้อ ที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาเคยประกาศพบสารห้ามใช้ในเครื่องสำอาง และจากการศึกษาโดยพิจารณาการประกาศพบสารห้ามใช้ในเครื่องสำอางของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา จะมีเพียงร้อยละ 59.0 เท่านั้นที่ได้คะแนนสูงกว่าค่าเฉลี่ย ซึ่งการประกาศเครื่องสำอางอันตรายของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาจะพบได้จากสื่อ หนังสือพิมพ์ อินเทอร์เน็ต และแผ่นพับ ซึ่งเป็นสื่อที่กลุ่มตัวอย่างใช้ในการรับข้อมูลข่าวสารน้อย จึงเป็นไปได้ที่กลุ่มตัวอย่างจะไม่ทราบว่าเครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาวตัวอย่าง มีบางยี่ห้อที่เคยประกาศเป็นเครื่องสำอางอันตราย

นอกจากนี้ยังพบว่าอีกปัจจัยหนึ่งในการตัดสินใจไม่เลือกเครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาวตัวอย่าง เพราะไม่มีการแสดงเครื่องหมาย อย. บนฉลาก แสดงว่ายังมีความเข้าใจว่าสินค้าอุปโภค บริโภค จะต้องมีการแสดงเครื่องหมาย อย. เพื่อเป็นสัญลักษณ์รับประกันคุณภาพและความปลอดภัยที่ผู้บริโภคจะได้รับ ซึ่งจากการศึกษาของ นิรัตน์ เตียสุวรรณ และคณะ (2547 : บทคัดย่อ) พบว่า กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 99.5 รู้จักเครื่องหมาย อย. โดยรู้จักสื่อโทรทัศน์และจากสินค้า และทำให้กลุ่มตัวอย่างรู้สึกมั่นใจในการเลือกซื้ออาหารในระดับมากถึงมากที่สุด สื่อโทรทัศน์เป็นสื่อที่กลุ่มตัวอย่างนิยมใช้มากในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาว ซึ่งการสร้างกระแสความปลอดภัยด้านอาหารของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ผ่านสื่อโทรทัศน์ อาจทำให้กลุ่มตัวอย่างมีความเข้าใจต่อการแสดงเครื่องหมาย อย. ที่ไม่ถูกต้อง สำหรับผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาว เป็นกลุ่มเครื่องสำอางทั่วไป ไม่จำเป็นต้องมีเครื่องหมาย อย. แสดงบนฉลาก และในปัจจุบันสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาได้ประกาศให้เครื่องสำอางทุกประเภทต้องเป็นเครื่องสำอางควบคุม นั้นหมายถึงว่าจะไม่มีการแสดงเครื่องหมาย อย. กับเครื่องสำอางบางประเภทอีก และเครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาวทุกยี่ห้อ ก็จะกลายเป็นเครื่องสำอางควบคุมทั้งหมด ในปีงบประมาณ 2552 สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาได้จัดทำแผ่นพับ เพื่อแจ้งให้ผู้บริโภคได้ทราบว่าต่อไปเครื่องสำอางทุกประเภทจะเป็นเครื่องสำอางควบคุม ซึ่งผู้ประกอบการธุรกิจต้องมาจดแจ้งต่อสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ก่อนผลิตหรือนำเข้า เพื่อให้ผู้บริโภคมั่นใจได้ว่าสามารถใช้เครื่องสำอางทุกชนิดได้อย่างปลอดภัย

จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างกับค่าร้อยละการเลือกเครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาว ตัวอย่าง โดยพิจารณาฉลากได้ถูกต้องตามที่กฎหมายกำหนด พบว่าคุณลักษณะทั่วไปอื่น ๆ ได้แก่ รายได้ครอบครัวต่อเดือน ค่าใช้จ่ายที่ได้รับจากผู้ปกครองต่อเดือน ประสบการณ์พบปัญหาจากการใช้เครื่องสำอาง ราคาเครื่องสำอาง หลักสูตรการศึกษา และสถานศึกษา ไม่มีความสัมพันธ์กับค่าร้อยละการเลือกเครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาว ตัวอย่าง โดยพิจารณาฉลากได้ถูกต้องตามที่กฎหมายกำหนด แต่เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างแหล่งที่

ได้รับข้อมูลข่าวสาร โฆษณาและความรู้เกี่ยวกับการเลือกเครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาวของกลุ่มตัวอย่าง กับคำร้อยละการเลือกเครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาว ตัวอย่าง โดยพิจารณาจากได้ถูกต้องตามที่กฎหมายกำหนด พบว่าการได้รับข้อมูลข่าวสารหรือโฆษณา จากสื่อบุคคล มีความสัมพันธ์กับคำร้อยละการเลือกเครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาว ตัวอย่าง โดยพิจารณาจากได้ถูกต้องตามที่กฎหมายกำหนด

จากการศึกษาจะพบว่าสื่อเป็นส่วนสำคัญที่ช่วยในการให้ข้อมูลข่าวสาร โฆษณาและความรู้เกี่ยวกับเครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาวกับวัยรุ่น การเลือกใช้สื่อที่เหมาะสมและสามารถเข้าถึงกลุ่มวัยรุ่นได้ จะทำให้วัยรุ่นได้รับความรู้ที่ถูกต้องในการเลือกใช้เครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาวได้อย่างปลอดภัย

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1. สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ควรใช้สื่อโทรทัศน์ในการให้ข้อมูล ข่าวสารและความรู้ ซึ่งสามารถเข้าถึงกลุ่มวัยรุ่นได้ และมีการแจกเอกสารสำคัญต่าง ๆ เช่น แผ่นพับหรือโปสเตอร์ ให้กับโรงเรียนเพื่อเป็นการกระจายข้อมูล ข่าวสาร ให้นักเรียนสามารถรับทราบได้
2. สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ควรมีโครงการหรือการรณรงค์ในการเข้าไปให้ความรู้กับนักเรียน โดยตรง เกี่ยวกับการเลือกใช้เครื่องสำอางอย่างไรให้ปลอดภัย
3. สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ควรมีการประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภคได้รับทราบถึงข้อมูลที่ถูกต้องในเรื่องฉลากของเครื่องสำอางควบคุม
4. สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ควรมีการรณรงค์ให้ผู้บริโภคช่วยกันตรวจสอบและแจ้งหากพบผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่ผิดกฎหมายหรือเป็นเครื่องสำอางอันตราย เพื่อความปลอดภัยของผู้บริโภคในการเลือกซื้อเครื่องสำอางที่มีจำหน่ายทั่วไป

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

ในการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาที่เกี่ยวกับการเลือกเครื่องสำอางทาฝ้า และทำให้หน้าขาวเท่านั้น ซึ่งปัจจุบันยังมีเครื่องสำอางอีกหลายประเภทที่กลุ่มวัยรุ่นมีการใช้เพื่อความสวยงาม ทั้งที่มีความปลอดภัยและไม่ปลอดภัย การศึกษาครั้งต่อไปควรเป็นการศึกษาถึงเครื่องสำอางประเภทตกแต่งเสริมความงาม (Make up) เพื่อศึกษาถึงความปลอดภัยต่อการใช้เครื่องสำอางประเภทตกแต่งเสริมความงาม (Make up) ของวัยรุ่น และเป็นแนวทางในการให้ความรู้ในการใช้เครื่องสำอางอย่างไรให้ปลอดภัย

บรรณานุกรม

- “พระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2535.” ราชกิจจานุเบกษา เล่มที่ 109, ตอนที่ 42 (8 เมษายน 2535) : 59 – 60.
- กนกกร สุนทรขจิต. การเปลี่ยนแปลงของผิวหนังและฮอร์โมน วัยทารก-วัยรุ่น-วัยเจริญพันธุ์-การตั้งครภ์-วัยทอง, สิว-ฝ้า หลักการรักษาและป้องกัน. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์คุรุสภาลาดพร้าว, 2545.
- จิโรจ สินชวนนท์ และคณะ. เรื่องผิว-ผิว. กรุงเทพฯ : สถาบันโรคผิวหนัง, ม.ป.ป.
- นิรัตน์ เตียสุวรรณ และคณะ. “การประเมินผลการสร้างกระแสความปลอดภัยด้านอาหาร ของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา.” เอกสารเผยแพร่ 2547.
- ประภาศรี ตั้งกิจเจริญพร. “ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกเครื่องสำอางประเภทบำรุงผิวพรรณ (Skin care) บริเวณใบหน้าถึงลำคอ ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร.” วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด สถาบันราชภัฏสวนดุสิต, 2546.
- ผู้จัดการ, 26 ตุลาคม 2552
- พจนินา ศรีตะวัน. “การรู้จักตราสินค้าและทัศนคติของกลุ่มเป้าหมายเพศชายที่มีต่อการตัดสินใจเลือกตราสินค้าเครื่องสำอางสำหรับผู้ชาย.” วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, 2549.
- พรทิพย์ สิ้นประสงค์. ผู้อำนวยการกองสาธารณสุขและสิ่งแวดล้อม. สัมภาษณ์, 13 กุมภาพันธ์ 2551.
- พรพิมล ชัดดินานนท์, พรพรรณ สุนทรธรรม และ สุภาศิริ ศรีชาติ. “การศึกษาอาการไม่พึงประสงค์จากการใช้เครื่องสำอาง.” เอกสารวิชาการ, กรกฎาคม 2545. (อัคราเสนา)
- พิมพ์ร ลีลาพรพิสิฐ. เครื่องสำอางธรรมชาติ : ผลิตภัณฑ์สำหรับผิวหนัง. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์, 2547.
- วลีลักษณ์ พริ้งพัฒน์พงษ์. “ปัจจัยที่มีผลต่อการเกิดอาการข้างเคียงจากผลิตภัณฑ์รักษาสิวในวัยรุ่น.” วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการคุ้มครองผู้บริโภคด้านสาธารณสุข มหาวิทยาลัยศิลปากร, 2545.
- วีรวรรณ แดงแก้ว. “การศึกษาคุณภาพมาตรฐานและเฝ้าระวังความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางประเภท สิว-ฝ้า.” รายงานวิจัย กองควบคุมเครื่องสำอาง สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข, 2538.
- ศรีเรือน แก้วกังวาน. จิตวิทยาพัฒนาการชีวิตทุกช่วงวัย. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2545.

- ศิริพร พุ่มพิ้งพุทท และกัลยา นามสงวน. ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภค เครื่องสำอางของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขต เพาะช่าง. นครปฐม : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์, 2549.
- ศูนย์วิจัยมหาวิทยาลัยกรุงเทพ. วัยรุ่นกับการดูแลสุขภาพ [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 30 มีนาคม 2553. เข้าถึงได้จาก http://research.bu.ac.th/new_poll/index.php
- สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา. “ประกาศสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา เรื่อง ชี้แจง ประกาศกระทรวงสาธารณสุขและประกาศคณะกรรมการเครื่องสำอาง.” 5 พฤศจิกายน 2551.
- สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา. เครื่องสำอาง[ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 20 พฤศจิกายน 2551. เข้าถึงได้จาก <http://www.oryor.com>
- สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดราชบุรี. “การส่งตัวอย่างเครื่องสำอางตรวจวิเคราะห์ ปี พ.ศ. 2550 – 2551.” บันทึกรายงานผลเครื่องสำอาง, 2551.
- สิทธิรัตน์ น้อยสง่า. “พฤติกรรมการใช้สื่อมวลชนและการเรียนรู้ทางสังคมของนักเรียนวัยรุ่น โรงเรียนชุมชนบ้านน้ำฆ้อง อำเภอกุมภวาปี จังหวัดอุดรธานี.” วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.
- สุธีราพันธ์ ศรีสินทรัพย์. “ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์ด้านรูปร่างและความสัมพันธ์กับความรูสึกภาคภูมิใจในตนเอง ของนักเรียนมัธยมปลาย สังกัดกรมสามัญศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ ในเขตกรุงเทพมหานคร.” วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต สาขาวิชาสุขภาพจิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2549.
- สุวรรณา เรื่องกาญจนเศรษฐ์. กลยุทธ์การสร้างเสริมสุขภาพวัยรุ่น. กรุงเทพฯ : ชัยเจริญ, 2551.
- สุขุม ศุภนิตย์. คำอธิบายกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค. พิมพ์ครั้งที่ 4 . กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่ง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545.
- อภิชาติ รุ่งเมฆารัตน์. การศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องสำอางทาผิว ทาฝ้า ทำให้หน้าขาว ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายและสาวโรงงาน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอำนาจเจริญ. อำนาจเจริญ : กลุ่มงานคุ้มครองผู้บริโภค สำนักงานสาธารณสุข จังหวัดอำนาจเจริญ, 2550.
- อมรวิชิ นาคทรพรพ. เด็กไทยในมิติวัฒนธรรม. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานปลัดกระทรวง วัฒนธรรม, 2548.
- อารทรา ปัญญาปฏิภาณ. การเลือกซื้อเครื่องสำอาง. กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการอาหารและ ยา, 2545.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

การศึกษาการใช้และผลิตภัณ์เครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้น้ำขาว

แบบสอบถาม เกี่ยวกับการเลือกเครื่องสำอางทาฝ้าและเครื่องสำอางทำให้หน้าขาว

โปรดตอบแบบสอบถาม โดยทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างและเติมค่าในช่องว่าง ซึ่งตรงความจริงที่สุด
เกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

เพศ ชาย หญิง

อายุ.....ปี

โรงเรียน

- โรงเรียนรัตนราษฎร์บำรุง
- โรงเรียนหนองปลาหมอพิทยาคม
- โรงเรียนกรับใหญ่ว่องกุศลกิจพิทยาคม
- โรงเรียนวัดดอนตูม
- โรงเรียนวัดบ้านโป่ง
- โรงเรียนนาวิวุฒิ
- โรงเรียนสารสิทธิ์พิทยาลัย
- บ้านโป่งบริหารธุรกิจ
- อาชีวะคอนบอสโก
- วิทยาลัยการอาชีพบ้านโป่ง
- วิทยาลัยเทคนิคราชบุรี แห่งที่ 2

1. รายได้ของครอบครัวต่อเดือน

- ต่ำกว่า 10,000 บาท
- 10,001 - 20,000 บาท
- 20,001 - 30,000 บาท
- มากกว่า 30,000 บาท

2. ค่าใช้จ่ายที่ท่านได้รับจากผู้ปกครองต่อเดือน

- ต่ำกว่า 1,000 บาท
- 1,001 – 2,000 บาท
- 2,001 – 3,000 บาท
- มากกว่า 3,000 บาท

3. ท่านเคยได้รับข่าวสารหรือโฆษณาเกี่ยวกับเครื่องสำอางทาฝ้า
หรือเครื่องสำอางทำให้หน้าขาวหรือไม่

ไม่เคย

เคย โปรดระบุแหล่งของข้อมูล (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | | |
|---------------------------------------|-------------------------------------------------|-------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> เพื่อน | <input type="checkbox"/> ครอบครัว | <input type="checkbox"/> คุณครู / อาจารย์ |
| <input type="checkbox"/> โทรทัศน์ | <input type="checkbox"/> วิทยุ | <input type="checkbox"/> นิตยสาร |
| <input type="checkbox"/> หนังสือพิมพ์ | <input type="checkbox"/> Internet | <input type="checkbox"/> ไปสเตอร์ |
| <input type="checkbox"/> แผ่นพับ | <input type="checkbox"/> อื่น ๆ (โปรดระบุ)..... | |

4. ท่านเคยได้รับความรู้เกี่ยวกับการเลือกเครื่องสำอางทาฝ้าหรือเครื่องสำอางทำให้หน้าขาวหรือไม่

ไม่เคย

เคย โปรดระบุแหล่งของข้อมูล (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | | |
|---------------------------------------|-----------------------------------|-------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> เพื่อน | <input type="checkbox"/> ครอบครัว | <input type="checkbox"/> คุณครู / อาจารย์ |
| <input type="checkbox"/> โทรทัศน์ | <input type="checkbox"/> วิทยุ | <input type="checkbox"/> นิตยสาร |
| <input type="checkbox"/> หนังสือพิมพ์ | <input type="checkbox"/> Internet | <input type="checkbox"/> โปสเตอร์ |
| <input type="checkbox"/> แผ่นพับ | <input type="checkbox"/> อย.น้อย | <input type="checkbox"/> อื่น ๆ (โปรดระบุ)..... |

5. ท่านเคยใช้เครื่องสำอางทาฝ้าหรือเครื่องสำอางทำให้หน้าขาว หรือไม่

ไม่เคยใช้ทั้ง 2 ชนิด (ยุติการทำแบบสอบถาม)

เคย เครื่องสำอางทาฝ้า โปรดระบุยี่ห้อ ได้แก่ 1..... 2..... 3.....

เครื่องสำอางทำให้หน้าขาว โปรดระบุยี่ห้อ ได้แก่ 1..... 2..... 3.....

6. โปรดระบุแหล่งขายเครื่องสำอางทาฝ้าหรือเครื่องสำอางทำให้หน้าขาว ที่ท่านไปซื้อ (เลือกได้มากกว่า 1 แห่ง)

- | | |
|-------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> เรือนสมุนไพร | <input type="checkbox"/> น้ำทิพย์เครื่องสำอาง |
| <input type="checkbox"/> เสียดฟ้า | <input type="checkbox"/> ซีเจ |
| <input type="checkbox"/> 7 eleven | <input type="checkbox"/> ร้านขายยา |
| <input type="checkbox"/> โลตัส สินค้าวางขายของห้าง | <input type="checkbox"/> บิ๊กซี สินค้าวางขายของห้าง |
| <input type="checkbox"/> โลตัส ร้านค้าเช่าพื้นที่ในห้าง | <input type="checkbox"/> บิ๊กซี ร้านค้าเช่าพื้นที่ในห้าง |
| <input type="checkbox"/> อื่น ๆ (โปรดระบุชื่อร้านค้า) | |

7. ท่านเลือกซื้อเครื่องสำอางทาฝ้าหรือเครื่องสำอางทำให้หน้าขาวในช่วงราคาเท่าไร

(โปรดระบุราคาโดยเฉลี่ยต่อผลิตภัณฑ์)บาท/ผลิตภัณฑ์

8. ท่านเคยประสบปัญหาการใช้เครื่องสำอางทาฝ้าหรือเครื่องสำอางทำให้หน้าขาวหรือไม่

ไม่เคย

เคย (โปรดระบุอาการ).....

(โปรดระบุยี่ห้อที่ใช้).....

9. ท่านให้ความสำคัญเรื่องดังต่อไปนี้ในการเลือกเครื่องสำอางทาฝ้าหรือเครื่องสำอางทำให้หน้าขาวในระดับใด
โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่าง ซึ่งตรงความจริงที่สุด

ข้อที่	รายการ	ระดับความสำคัญ				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1	ภาชนะบรรจุปิดมิดชิด ไม่มีร่องรอยการฉีกขาดหรือการเปิดก่อนซื้อใช้					
2	ลักษณะ/สี/กลิ่น ไม่เปลี่ยนแปลงหรือแตกต่างจากภาวะปกติ					
3	มีการแสดงชื่อการค้า					
4	มีการแสดงประเภทของเครื่องสำอางบนฉลาก เช่น ครีมทาฝ้า					
5	มีการแสดงวันเดือนปีที่ผลิตบนฉลาก					
6	มีการแสดงวันเดือนปีที่หมดอายุบนฉลาก					
7	มีการแสดงส่วนประกอบทุกตัวของเครื่องสำอางบนฉลาก					
8	มีการแสดงวิธีใช้บนฉลาก					
9	มีการแสดง เลขที่แสดงครั้งที่ผลิต บนฉลาก					
10	มีการแสดงปริมาณสุทธิบนฉลาก					
11	มีการแสดง บริษัทผู้ผลิต บริษัทผู้นำเข้า และประเทศที่ผลิต					
12	ราคาสินค้า					
13	ชื่อการค้าเป็นที่รู้จักแพร่หลาย					

ภาคผนวก ข

แบบสอบถาม

การศึกษาการเลือกเครื่องสำอางทาฝ้า ทำให้หน้าขาว ตัวอย่าง

แบบสอบถาม เกี่ยวกับการเลือกเครื่องสำอางทาฝ้าและเครื่องสำอางทำให้หน้าขาว

โปรดตอบแบบสอบถาม โดยทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างและเติมคำในช่องว่าง ซึ่งตรงความจริงที่สุด
เกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

เพศ ชาย หญิง

อายุ.....ปี

โรงเรียน

โรงเรียนกรับใหญ่ว่องกุศลกิจพิทยาคม

โรงเรียนนาวิวุฒิ

บ้านโป่งบริหารธุรกิจ

วิทยาลัยการอาชีพบ้านโป่ง

1. รายได้ของครอบครัวต่อเดือน

ต่ำกว่า 10,000 บาท

10,001 - 20,000 บาท

20,001 - 30,000 บาท

มากกว่า 30,000 บาท

2. ค่าใช้จ่ายที่ท่านได้รับจากผู้ปกครองต่อเดือน

ต่ำกว่า 1,000 บาท

1,001 – 2,000 บาท

2,001 – 3,000 บาท

มากกว่า 3,000 บาท

3. ท่านเคยได้รับข่าวสารหรือโฆษณาเกี่ยวกับเครื่องสำอางทาฝ้าหรือเครื่องสำอางทำให้หน้าขาวหรือไม่

ไม่เคย

เคย โปรดระบุแหล่งของข้อมูล (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

เพื่อน

ครอบครัว

คุณครู / อาจารย์

โทรทัศน์

วิทยุ

นิตยสาร

หนังสือพิมพ์

Internet

โปสเตอร์

แผ่นพับ

อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

4. ท่านเคยได้รับความรู้เกี่ยวกับการเลือกเครื่องสำอางทาฝ้าหรือเครื่องสำอางทำให้หน้าขาวหรือไม่

- ไม่เคย
- เคย โปรดระบุแหล่งของข้อมูล (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)
- | | | |
|---------------------------------------|-----------------------------------|-------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> เพื่อน | <input type="checkbox"/> ครอบครัว | <input type="checkbox"/> คุณครู / อาจารย์ |
| <input type="checkbox"/> โทรทัศน์ | <input type="checkbox"/> วิทยุ | <input type="checkbox"/> นิตยสาร |
| <input type="checkbox"/> หนังสือพิมพ์ | <input type="checkbox"/> Internet | <input type="checkbox"/> โปสเตอร์ |
| <input type="checkbox"/> แผ่นพับ | <input type="checkbox"/> อย.น้อย | <input type="checkbox"/> อื่น ๆ (โปรดระบุ)..... |

5. ท่านเคยใช้เครื่องสำอางทาฝ้าหรือเครื่องสำอางทำให้หน้าขาว หรือไม่

- ไม่เคยใช้ทั้ง 2 ชนิด (ยุติการทำแบบสอบถาม)
- เคย เครื่องสำอางทาฝ้า โปรดระบุยี่ห้อ ได้แก่ 1..... 2..... 3.....
- เครื่องสำอางทำให้หน้าขาว โปรดระบุยี่ห้อ ได้แก่ 1..... 2..... 3.....

6. โปรดระบุแหล่งขายเครื่องสำอางทาฝ้าหรือเครื่องสำอางทำให้หน้าขาว ที่ท่านไปซื้อ (เลือกได้มากกว่า 1 แห่ง)

- | | |
|-------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> เรือนสมุนไพร | <input type="checkbox"/> น้ำทิพย์เครื่องสำอาง |
| <input type="checkbox"/> เสียดฟ้า | <input type="checkbox"/> ชีเจ |
| <input type="checkbox"/> 7 eleven | <input type="checkbox"/> ร้านขายยา |
| <input type="checkbox"/> โลตัส สินค้าวางขายของห้าง | <input type="checkbox"/> บิ๊กซี สินค้าวางขายของห้าง |
| <input type="checkbox"/> โลตัส ร้านค้าเช่าพื้นที่ในห้าง | <input type="checkbox"/> บิ๊กซี ร้านค้าเช่าพื้นที่ในห้าง |
| <input type="checkbox"/> อื่น ๆ (โปรดระบุชื่อร้านค้า) | |

7. ท่านเลือกซื้อเครื่องสำอางทาฝ้าหรือเครื่องสำอางทำให้หน้าขาวในช่วงราคาเท่าไร

(โปรดระบุราคาโดยเฉลี่ยต่อผลิตภัณฑ์)บาท/ผลิตภัณฑ์

8. ท่านเคยประสบปัญหาการใช้เครื่องสำอางทาฝ้าหรือเครื่องสำอางทำให้หน้าขาวหรือไม่

- ไม่เคย
- เคย (โปรดระบุอาการ).....
- (โปรดระบุยี่ห้อที่ใช้).....

9. ท่านให้ความสำคัญเรื่องดังต่อไปนี้ในการเลือกเครื่องสำอางทาฝ้าหรือเครื่องสำอางทำให้หน้าขาวในระดับใด
โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่าง ซึ่งตรงความจริงที่สุด

ข้อที่	รายการ	ระดับความสำคัญ				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1	ภาชนะบรรจุปิดมิดชิด ไม่มีร่องรอยการฉีกขาดหรือการเปิดก่อนซื้อใช้					
2	ลักษณะ/สี/กลิ่น ไม่เปลี่ยนแปลงหรือแตกต่างจากภาวะปกติ					
3	มีการแสดงชื่อการค้า					
4	มีการแสดงประเภทของเครื่องสำอางบนฉลาก เช่น ครีมทาฝ้า					
5	มีการแสดงวันเดือนปีที่ผลิตบนฉลาก					
6	มีการแสดงวันเดือนปีที่หมดอายุบนฉลาก					
7	มีการแสดงส่วนประกอบทุกตัวของเครื่องสำอางบนฉลาก					
8	มีการแสดงวิธีใช้บนฉลาก					
9	มีการแสดง เลขที่แสดงครั้งที่ผลิต บนฉลาก					
10	มีการแสดงปริมาณสุทธิบนฉลาก					
11	มีการแสดง บริษัทผู้ผลิต บริษัทผู้นำเข้า และประเทศที่ผลิต					
12	ราคาสินค้า					
13	ชื่อการค้าเป็นที่รู้จักแพร่หลาย					

แบบสอบถามการเลือกเครื่องสำอาง

หลังจากได้ดูผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง ที่ตั้งแสดงอยู่ ให้ท่านตอบแบบสอบถามว่า หากท่านจะต้องใช้เครื่องสำอาง ท่านจะเลือกหรือไม่เลือกเครื่องสำอาง ชั้นนั้น โดยทำเครื่องหมายถูก (✓) ลงในช่องว่าง และระบุเหตุผลประกอบการตัดสินใจของท่าน

ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ ชั้นที่

เครื่องสำอาง

เลือก

ไม่เลือก

โปรดระบุเหตุผลประกอบการตัดสินใจ

ลักษณะผลิตภัณฑ์ เนื่องจาก

.....

ด้านฉลาก เนื่องจาก

.....

ด้านราคา เนื่องจาก

.....

ด้านอื่น ๆ (โปรดระบุ) เนื่องจาก

.....

ภาคผนวก ค
เครื่องสำอางตัวอย่าง

ตารางที่ 32 เครื่องสำอาง ตัวอย่างที่ 1

	
1. ชื่อการค้า	พอนด์ส (POND'S)
2. ประเภทของเครื่องสำอางบนฉลาก	ฟิงคิช ไวท์ โกลว ยูวี โพรเทคชั่น ครีม
3. วัน/เดือน/ปี ที่ผลิตบนฉลาก	13/05/09
4. วัน/เดือน/ปี ที่หมดอายุบนฉลาก	ไม่ปรากฏบนฉลาก
5. ส่วนประกอบของเครื่องสำอางบนฉลาก	แสดงส่วนประกอบ
6. วิธีใช้บนฉลาก	แสดงวิธีใช้
7. เลขที่แสดงครั้งที่ผลิตบนฉลาก	30
8. ปริมาณสุทธิบนฉลาก	8 กรัม
9. บริษัทผู้ผลิต บริษัทผู้นำเข้า และประเทศที่ผลิต	ผลิตโดย บริษัท ไมลอทท์ แลบบอราทอรีส์ จำกัด 84/55 ม. 11 ซ.ธนสิทธิ์ ถ.เทพารักษ์ จ.สมุทรปราการ ประเทศไทย
10. ราคา	9 บาท
11. ลักษณะภาชนะบรรจุ	ภาชนะบรรจุปิดมิดชิด ไม่มีร่องรอยการฉีกขาดหรือ เปิดก่อนซื้อใช้
12. ลักษณะ สีและกลิ่น ของผลิตภัณฑ์	ไม่เปลี่ยนแปลงหรือแตกต่างจากภาวะปกติ
13. ประกาศจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา	ไม่มีประกาศจากสำนักงานคณะกรรมการอาหาร และยา
14. ทดสอบสารอันตรายในเครื่องสำอางด้วยชุดทดสอบ	ไม่เกิดการเปลี่ยนแปลง

ตารางที่ 33 เครื่องสำอาง ตัวอย่างที่ 2



1. ชื่อการค้า	มีนา (MENA)
2. ประเภทของเครื่องสำอางบนฉลาก	ครีมบำรุงผิวหน้า
3. วัน/เดือน/ปี ที่ผลิตบนฉลาก	01/08/09
4. วัน/เดือน/ปี ที่หมดอายุบนฉลาก	01/08/13
5. ส่วนประกอบของเครื่องสำอางบนฉลาก	แสดงส่วนประกอบ
6. วิธีใช้บนฉลาก	แสดงวิธีใช้
7. เลขที่แสดงครั้งที่ผลิตบนฉลาก	M-010809-10
8. ปริมาณสุทธิบนฉลาก	3 กรัม
9. บริษัทผู้ผลิต บริษัทผู้นำเข้า และประเทศที่ผลิต	ผลิตโดย บริษัท แวนน์ คอสเมติกส์ แอนด์ แล็บอราทอรี จำกัด 40 หมู่ 7 ซ.สินสาคร ถ.พระราม2 ต.พันท้ายนรสิงห์ อ.เมือง จ.สมุทรสาคร 74000
10. ราคา	10 บาท
11. ลักษณะภาชนะบรรจุ	ภาชนะบรรจุปิดมิดชิด ไม่มีร่องรอยการฉีกขาดหรือเปิดก่อนซื้อใช้
12. ลักษณะ สีและกลิ่น ของผลิตภัณฑ์	ไม่เปลี่ยนแปลงหรือแตกต่างจากภาวะปกติ
13. ประกาศจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา	มีนาคม 2549
14. ทดสอบสารอันตรายในเครื่องสำอางด้วยชุดทดสอบ	ไม่เกิดการเปลี่ยนแปลง

ตารางที่ 34 เครื่องสำอาง ตัวอย่างที่ 3



1. ชื่อการค้า	ป๊อป (POP)
2. ประเภทของเครื่องสำอางบนฉลาก	ครีมบำรุงผิว ป้องกันสิวฝ้า
3. วัน/เดือน/ปี ที่ผลิตบนฉลาก	15/02/09
4. วัน/เดือน/ปี ที่หมดอายุบนฉลาก	ไม่ปรากฏบนฉลาก
5. ส่วนประกอบของเครื่องสำอางบนฉลาก	แสดงส่วนประกอบ
6. วิธีใช้บนฉลาก	แสดงวิธีใช้
7. เลขที่แสดงครั้งที่ผลิตบนฉลาก	029
8. ปริมาณสุทธิบนฉลาก	4 กรัม
9. บริษัทผู้ผลิต บริษัทผู้นำเข้า และประเทศที่ผลิต	ผลิตโดย ห้างหุ้นส่วนจำกัด สไมล์กันท์ 48/68 ถนน วงแหวนรอบนอก เขตบางบอน กรุงเทพฯ 10150
10. ราคา	10 บาท
11. ลักษณะภาชนะบรรจุ	ภาชนะบรรจุปิดมิดชิด ไม่มีร่องรอยการฉีกขาดหรือ เปิดก่อนซื้อใช้
12. ลักษณะ สีและกลิ่น ของผลิตภัณฑ์	ไม่เปลี่ยนแปลงหรือแตกต่างจากภาวะปกติ
13. ประกาศจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา	ตุลาคม 2545
14. ทดสอบสารอันตรายในเครื่องสำอางด้วยชุด ทดสอบ	ไม่เกิดการเปลี่ยนแปลง

ตารางที่ 35 เครื่องสำอาง ตัวอย่างที่ 4

	
1. ชื่อการค้า	ครีมรกแกะ (placenta Cream)
2. ประเภทของเครื่องสำอางบนฉลาก	บำรุงผิว แก่ผิว-ฝ้า ช่วยหน้าขาว ช่วยลดริ้วรอย เหี่ยวย่น
3. วัน/เดือน/ปี ที่ผลิตบนฉลาก	5/01/52
4. วัน/เดือน/ปี ที่หมดอายุบนฉลาก	ไม่ปรากฏบนฉลาก
5. ส่วนประกอบของเครื่องสำอางบนฉลาก	ไม่ปรากฏบนฉลาก
6. วิธีใช้บนฉลาก	ไม่ปรากฏบนฉลาก
7. เลขที่แสดงครั้งที่ผลิตบนฉลาก	NO.472
8. ปริมาณสุทธิบนฉลาก	75 กรัม
9. บริษัทผู้ผลิต บริษัทผู้นำเข้า และประเทศที่ผลิต	ไม่ปรากฏบนฉลาก
10. ราคา	79 บาท
11. ลักษณะภาชนะบรรจุ	ภาชนะบรรจุปิดมิดชิด ไม่มีร่องรอยการฉีกขาดหรือ เปิดก่อนซื้อใช้
12. ลักษณะ สีและกลิ่น ของผลิตภัณฑ์	ไม่เปลี่ยนแปลงหรือแตกต่างจากภาวะปกติ
13. ประกาศจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา	เมษายน 2552
14. ทดสอบสารอันตรายในเครื่องสำอางด้วยชุดทดสอบ	ไม่เกิดการเปลี่ยนแปลง

ตารางที่ 36 เครื่องสำอาง ตัวอย่างที่ 5

	
1. ชื่อการค้า	บิวรีดี (BEAUREDY)
2. ประเภทของเครื่องสำอางบนฉลาก	ครีมแก้สิว-ฝ้า หน้าใส
3. วัน/เดือน/ปี ที่ผลิตบนฉลาก	ไม่ปรากฏบนฉลาก
4. วัน/เดือน/ปี ที่หมดอายุบนฉลาก	ไม่ปรากฏบนฉลาก
5. ส่วนประกอบของเครื่องสำอางบนฉลาก	แสดงส่วนประกอบ
6. วิธีใช้บนฉลาก	แสดงวิธีใช้
7. เลขที่แสดงครั้งที่ผลิตบนฉลาก	ไม่ปรากฏบนฉลาก
8. ปริมาณสุทธิบนฉลาก	5 กรัม
9. บริษัทผู้ผลิต บริษัทผู้นำเข้า และประเทศที่ผลิต	จัดจำหน่ายโดย บริษัท บี.อาร์.ดี เอ็นเตอร์ไพส์ จำกัด 112/57 ถ.เทพารักษ์ จ.สมุทรปราการ
10. ราคา	80 บาท
11. ลักษณะภาชนะบรรจุ	ภาชนะบรรจุปิดมิดชิด ไม่มีร่องรอยการฉีกขาดหรือ เปิดก่อนซื้อใช้
12. ลักษณะ สีและกลิ่น ของผลิตภัณฑ์	ไม่เปลี่ยนแปลงหรือแตกต่างจากภาวะปกติ
13. ประกาศจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา	ไม่มีประกาศจากสำนักงานคณะกรรมการอาหาร และยา
14. ทดสอบสารอันตรายในเครื่องสำอางด้วยชุดทดสอบ	ปรอทแอมโมเนีย : กระจายลิตมัสเปลี่ยนเป็นสี เขียวเข้ม

ตารางที่ 37 เครื่องสำอาง ตัวอย่างที่ 6

	
1. ชื่อการค้า	กวนอิม ครีม 111 No. 1
2. ประเภทของเครื่องสำอางบนฉลาก	ทาผิว ทาฝ้า และจุดด่างดำ
3. วัน/เดือน/ปี ที่ผลิตบนฉลาก	09/06/09
4. วัน/เดือน/ปี ที่หมดอายุบนฉลาก	ไม่ปรากฏบนฉลาก
5. ส่วนประกอบของเครื่องสำอางบนฉลาก	แสดงส่วนประกอบ
6. วิธีใช้บนฉลาก	แสดงวิธีใช้
7. เลขที่แสดงครั้งที่ผลิตบนฉลาก	ไม่ปรากฏบนฉลาก
8. ปริมาณสุทธิบนฉลาก	3 กรัม
9. บริษัทผู้ผลิต บริษัทผู้นำเข้า และประเทศที่ผลิต	ผลิตโดย บริษัท เอ็กซ์ตรา ฟาร์มาซูติคอล จำกัด 111 หมู่ 13 ถ.บางนา-ตราด ต.บางพลีใหญ่ อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ 10540
10. ราคา	11.50 บาท
11. ลักษณะภาชนะบรรจุ	ภาชนะบรรจุปิดมิดชิด ไม่มีร่องรอยการฉีกขาดหรือเปิดก่อนซื้อใช้
12. ลักษณะ สีและกลิ่น ของผลิตภัณฑ์	ไม่เปลี่ยนแปลงหรือแตกต่างจากภาวะปกติ
13. ประกาศจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา	ไม่มีประกาศจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา
14. ทดสอบสารอันตรายในเครื่องสำอางด้วยชุดทดสอบ	ไม่เกิดการเปลี่ยนแปลง

ตารางที่ 38 เครื่องสำอาง ตัวอย่างที่ 7

	
1. ชื่อการค้า	BASHI
2. ประเภทของเครื่องสำอางบนฉลาก	ไม่ปรากฏบนฉลาก
3. วัน/เดือน/ปี ที่ผลิตบนฉลาก	ไม่ปรากฏบนฉลาก
4. วัน/เดือน/ปี ที่หมดอายุบนฉลาก	ไม่ปรากฏบนฉลาก
5. ส่วนประกอบของเครื่องสำอางบนฉลาก	ไม่ปรากฏบนฉลาก
6. วิธีใช้บนฉลาก	ไม่ปรากฏบนฉลาก
7. เลขที่แสดงครั้งที่ผลิตบนฉลาก	ไม่ปรากฏบนฉลาก
8. ปริมาณสุทธิบนฉลาก	3 กรัม
9. บริษัทผู้ผลิต บริษัทผู้นำเข้า และประเทศที่ผลิต	ไม่ปรากฏบนฉลาก
10. ราคา	100 บาท
11. ลักษณะภาชนะบรรจุ	ภาชนะบรรจุปิดมิดชิด ไม่มีร่องรอยการฉีกขาดหรือเปิดก่อนซื้อใช้
12. ลักษณะ สีและกลิ่น ของผลิตภัณฑ์	ไม่เปลี่ยนแปลงหรือแตกต่างจากภาวะปกติ
13. ประกาศจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา	ธันวาคม 2550
14. ทดสอบสารอันตรายในเครื่องสำอางด้วยชุดทดสอบ	ไม่เกิดการเปลี่ยนแปลง

ตารางที่ 39 เครื่องสำอาง ตัวอย่างที่ 8

	
1. ชื่อการค้า	เพอร์เฟค ครีม (Perfect Cream)
2. ประเภทของเครื่องสำอางบนฉลาก	หน้าแต่งหน้าใส
3. วัน/เดือน/ปี ที่ผลิตบนฉลาก	ไม่ปรากฏบนฉลาก
4. วัน/เดือน/ปี ที่หมดอายุบนฉลาก	ไม่ปรากฏบนฉลาก
5. ส่วนประกอบของเครื่องสำอางบนฉลาก	แสดงส่วนประกอบ
6. วิธีใช้บนฉลาก	แสดงวิธีใช้
7. เลขที่แสดงครั้งที่ผลิตบนฉลาก	ไม่ปรากฏบนฉลาก
8. ปริมาณสุทธิบนฉลาก	5 กรัม
9. บริษัทผู้ผลิต บริษัทผู้นำเข้า และประเทศที่ผลิต	ไม่ปรากฏบนฉลาก
10. ราคา	150 บาท
11. ลักษณะภาชนะบรรจุ	ภาชนะบรรจุปิดมิดชิด ไม่มีร่องรอยการฉีกขาดหรือเปิดก่อนซื้อใช้
12. ลักษณะ สีและกลิ่น ของผลิตภัณฑ์	ไม่เปลี่ยนแปลงหรือแตกต่างจากภาวะปกติ
13. ประกาศจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา	ไม่มีประกาศจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา
14. ทดสอบสารอันตรายในเครื่องสำอางด้วยชุดทดสอบ	ปรอทแอมโมเนีย : กระจกยลิตมัสเปลี่ยนเป็นสีเขียวเข้ม

ตารางที่ 40 เครื่องสำอาง ตัวอย่างที่ 9

	
1. ชื่อการค้า	เพียว แอนด์ มายด์ (PURE&MILD)
2. ประเภทของเครื่องสำอางบนฉลาก	ไวท์ ไบรท์เทนนิ่ง เอสเซนส์
3. วัน/เดือน/ปี ที่ผลิตบนฉลาก	03/05/05
4. วัน/เดือน/ปี ที่หมดอายุบนฉลาก	ไม่ปรากฏบนฉลาก
5. ส่วนประกอบของเครื่องสำอางบนฉลาก	แสดงส่วนประกอบ
6. วิธีใช้บนฉลาก	แสดงวิธีใช้
7. เลขที่แสดงครั้งที่ผลิตบนฉลาก	ไม่ปรากฏบนฉลาก
8. ปริมาณสุทธิบนฉลาก	40 มล.
9. บริษัทผู้ผลิต บริษัทผู้นำเข้า และประเทศที่ผลิต	ผลิตโดย บริษัท อินเทอร์เน็ตชั่นเนล แลบบอราทอรีส์ จำกัด 62 หมู่ 8 ถ.บางนา-ตราด บางพลี สมุทรปราการ 10540
10. ราคา	329 บาท
11. ลักษณะภาชนะบรรจุ	ภาชนะบรรจุปิดมิดชิด ไม่มีร่องรอยการฉีกขาดหรือเปิดก่อนซื้อใช้
12. ลักษณะ สีและกลิ่น ของผลิตภัณฑ์	ไม่เปลี่ยนแปลงหรือแตกต่างจากภาวะปกติ
13. ประกาศจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา	ไม่มีประกาศจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา
14. ทดสอบสารอันตรายในเครื่องสำอางด้วยชุดทดสอบ	ไม่เกิดการเปลี่ยนแปลง

ตารางที่ 41 เครื่องสำอาง ตัวอย่างที่ 10



1. ชื่อการค้า	พอลล่า (POLLA)
2. ประเภทของเครื่องสำอางบนฉลาก	ครีมทาฝ้า
3. วัน/เดือน/ปี ที่ผลิตบนฉลาก	09/06/09
4. วัน/เดือน/ปี ที่หมดอายุบนฉลาก	08/06/14
5. ส่วนประกอบของเครื่องสำอางบนฉลาก	แสดงส่วนประกอบ
6. วิธีใช้บนฉลาก	แสดงวิธีใช้
7. เลขที่แสดงครั้งที่ผลิตบนฉลาก	A0009
8. ปริมาณสุทธิบนฉลาก	5 กรัม
9. บริษัทผู้ผลิต บริษัทผู้นำเข้า และประเทศที่ผลิต	ผลิตโดย บริษัท เอ็น วาย. 8 แมนูแฟกเจอร์ จำกัด 314/5 ม.17 องปากน้ำ จ.สมุทรปราการ
10. ราคา	32 บาท
11. ลักษณะภาชนะบรรจุ	ภาชนะบรรจุปิดมิดชิด ไม่มีร่องรอยการฉีกขาดหรือเปิดก่อนซื้อใช้
12. ลักษณะ สีและกลิ่น ของผลิตภัณฑ์	ไม่เปลี่ยนแปลงหรือแตกต่างจากภาวะปกติ
13. ประกาศจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา	มิถุนายน 2552
14. ทดสอบสารอันตรายในเครื่องสำอางด้วยชุดทดสอบ	ไฮโดรควิโนน-2 : สารทดสอบและเนื้อครีม เปลี่ยนเป็นสีน้ำเงินเข้ม

ภาคผนวก ง

ประกาศเครื่องสำอางอันตรายที่พบส่วนผสมของสารห้ามใช้ในเครื่องสำอาง
กลุ่มควบคุมเครื่องสำอาง สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

รายชื่อเครื่องสำอางอันตราย จาก กลุ่มควบคุมเครื่องสำอาง สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา
ประกาศผลวิเคราะห์ 10 กุมภาพันธ์ 2552 - 31 มีนาคม 2553

(http://e-cosmetic.fda.moph.go.th/frontend/theme_4/index.php สืบค้นเมื่อ 7 เมษายน 2553)

รายชื่อเครื่องสำอางเหล่านี้ เป็นเพียงตัวอย่างผลิตภัณฑ์ที่ตรวจพบสารห้ามใช้ ผลิตภัณฑ์ที่ไม่ปรากฏ
อย. ไม่ได้รับรองว่าปราศจากสารห้ามใช้ ให้เลือกซื้อเครื่องสำอางจากผู้ขายที่มีหลักแหล่ง ฉลาด
ครบถ้วน

ตารางที่ 42 รายชื่อเครื่องสำอางอันตรายที่พบส่วนผสมของสารห้ามใช้ในเครื่องสำอาง

เครื่องสำอาง	ตรวจพบ
ร็อยมาลี AROMATHERAPY (Roi Malee(สปรีย์เซรัม))	พบเชื้อจุลินทรีย์ที่ก่อให้เกิดโรค คือ Clostridium spp.และพบจำนวนรวมของแบคทีเรีย ยีสต์ และราที่เจริญ โดยใช้อากาศ 1,200,000 โคโลนี/กรัม
คลินิกแคร์ไวท์เทนนิ่งไนท์ครีมสูตร 2	สารประกอบของปรอท
atlie Day Cream	สารประกอบของปรอท
mind & mind ครีม โสมผสมหัวไชเท้าสกัด	สารประกอบของปรอท
YANKO Fade out cream Day Cream YK 868	สารประกอบของปรอท
YANKO Whitening Cream Night Cream YK 883	กรดเรทีโนอิก
BAOJU WHITENING CREAM DAY CREAM	สารประกอบของปรอท
BASCHI FADE OUT CREAM DAY CREAM	สารประกอบของปรอท
BASCHI NIGHT POWDER	กรดเรทีโนอิก
BASCHI WHITENING CREAM NIGHT CREAM	กรดเรทีโนอิก
Fruity VITAMIN C	สารประกอบของปรอท
Pharmacy Cream	ไฮโดรควิโนนและกรดเรทีโนอิก
ครีมโสม เห็ดหลินจือ กวาวเครือ	ไม่ระบุ
ครีมรกแกะผสมใยไหม	สารประกอบของปรอท
WL WHITE LADY ครีมรักษาฝ้า ทาหน้าขาว	ไฮโดรควิโนนและกรดเรทีโนอิก
SUO BAI NING Whitening cream NIGHT CREAM	สารประกอบของปรอท
โพลสด แท้ 100 % อยู่ในชุดบำรุงหน้า รักษาสิว ฝ้า จุดดำ (คุณหมอมจุฬา)	สารประกอบของปรอท
ครีมนมแพะ	สารประกอบของปรอท

ตารางที่ 42 รายชื่อเครื่องสำอางอันตรายที่พบส่วนผสมของสารห้ามใช้ในเครื่องสำอาง (ต่อ)

เครื่องสำอาง	ตรวจพบ
หน้าแดง หน้าใส นํ้านมข้าวแท้ 100%	สารประกอบของปรอท
สมุนไพรสุกัซซา (2)	ไฮโดรควิโนน
สุกัซซา โสมสมุนไพร	สารประกอบของปรอท
ครีมชูดนํ้านมข้าว หน้าแดง หน้าใส นํ้านมข้าวแท้ 100 %	สารประกอบของปรอท
ครีมทาฝ้า-กระ	ไฮโดรควิโนน
FADE OUT ครีมหน้าขาวใส Kiev/Beauty Face USA Original	ไฮโดรควิโนนและกรดเรทีโนอิก
S.S. Night cream ครีมก่อนนอน (2)	ไฮโดรควิโนนและกรดเรทีโนอิก
S.S. Night cream ครีมก่อนนอน (1)	สารประกอบของปรอท
NANO PEARL ครีมรกแกะผสมแคโรทีน	สารประกอบของปรอท
ครีมนมผึ้ง	สารประกอบของปรอทและกรดเรทีโนอิก
มายูกิ เดอ มัวร์ บรรจุในกล่องสีม่วง	ไฮโดรควิโนน
ครีมรกแกะผสม แคโรทีน (Sheep Placenta & Carrot)	สารประกอบของปรอท
POLLA Anti-Melasma Cream New – Night Cream สูตรสำหรับกลางคืน	ไฮโดรควิโนนและกรดเรทีโนอิก
POLLA Anti-Acne Cream New – Day Cream สูตรสำหรับกลางวัน	สารประกอบของปรอท
MADAME TT	สารประกอบของปรอท
KARME Whitening Cream Day Cream	สารประกอบของปรอท
KARME Whitening Cream Night Cream	กรดเรทีโนอิก
baschi WHITENING CREAM NIGHT CREAM	กรดเรทีโนอิก
BASCHI WHITENING CREAM NIGHT CREAM	กรดเรทีโนอิก
BASCHI FADE-OUT CREAM DAY CREAM	สารประกอบของปรอท
Gold Nary Face out Cream Day Cream	สารประกอบของปรอท
Gold Nary Whitening Cream Night Cream	กรดเรทีโนอิก
BASCHI PEARL ACTIVE CREAM	สารประกอบของปรอท
staycream 3 in 1 ชูดประทินผิวหอมอรามา บรรจุในกล่องกระดาษสีชมพู-ขาว ใน 1 กล่อง ประกอบด้วยครีม 3 ตลับ	สารประกอบของปรอท
WEIJIAO Whitening Night Cream (5 g)	กรดเรทีโนอิก
OM ORIENTAL MEDICINE	กรดเรทีโนอิก
G.G.DAY CREAM ครีมกลางคืน(ชุดทดลอง TESTER ตลับใหญ่)	สารประกอบของปรอท

ตารางที่ 42 รายชื่อเครื่องสำอางอันตรายที่พบส่วนผสมของสารห้ามใช้ในเครื่องสำอาง (ต่อ)

เครื่องสำอาง	ตรวจพบ
G.G.DAY CREAM ครีมกลางวัน(ชุดทดลอง TESTER ตลับใหญ่)	สารประกอบของปรอท
G.G.DAY CREAM ครีมกลางคืน (ชุดทดลอง TESTER ตลับเล็ก)	สารประกอบของปรอท
G.G.DAY CREAM ครีมกลางวัน (ชุดทดลอง TESTER ตลับเล็ก)	สารประกอบของปรอท
AM 7 BEAUTY แก้วผิว ฟ้า กระ จุดด่างดำ	ไฮโดรควิโนน
ครีมรักษาสิว-ฝ้า หน้าขาว	สารประกอบของปรอท
ครีมมุกหน้าขาว	สารประกอบของปรอท
ครีมแดงโมแท้ 100%แก้วผิวอักเสบแผลเป็น	สารประกอบของปรอท
ครีมหน้าขาว(สูตรเข้มข้น)รักษาสิว ฝ้า กระ	สารประกอบของปรอท
มายูกิ เดอ มัวร์ บรรจุนกกล่องสีน้ำเงิน	สารประกอบของปรอทและไฮโดรควิโนน
ครีมชีว ชิว ผิวหน้าใสไร้สิว-ฝ้า	สารประกอบของปรอทและไฮโดรควิโนน
ครีมไข่มุกผสมบัวหิมะ	สารประกอบของปรอท
พอลล่า ครีมทาสิว&ครีมทาฝ้า	สารประกอบของปรอทและไฮโดรควิโนน
YONAE Whitening Essence & Double Efficacy (ฝ้าสีทอง)	กรดเรตินอยิก
YONAE Whitening Essence & Double Efficacy (ฝ้าสีเงิน)	สารประกอบของปรอท
Gold Nary Face out Cream Day Cream	สารประกอบของปรอท
YANKO Nightcream	กรดเรตินอยิก
Gold Nary Whitening Cream Night Cream	กรดเรตินอยิก
FAYLISIS WHITENING CREAM (NIGHT CREAM)	สารประกอบของปรอท
YANKO Day Cream Fade-Out Cream	สารประกอบของปรอทแอมโมเนีย
WEIJIAO Fade Out Day Cream (15 g)	สารประกอบของปรอท
มิสเคย์ ชุดหน้าแดง ขาวใสกระชับ	ไม่ระบุ
ครีม CHAIN (NIGHT CREAM)	กรดเรตินอยิก
PUFA ภูฟ้า	สารประกอบของปรอท
PREAME พรีเม่ NEW EXTRA MELANOWHITENESS TWIN A ANGEL	สารกรดเรตินอยิก
มุขลีเชียง ครีมทาสิวฝ้าและ โลชั่นปรับสภาพผิวเอสจี โนมใหม่	สารไฮโดรควิโนนและกรดเรตินอยิก
พอลล่า ครีมทาสิว & โลชั่นกันแดดรักษาฝ้า	กรดเรตินอยิก
โลชั่นกันแดด กันฝ้า เมลาแคร์	ไฮโดรควิโนน
ครีมฝ้าเมลาแคร์	ไฮโดรควิโนนและกรดเรตินอยิก
D9L	สารประกอบของปรอท

ตารางที่ 42 รายชื่อเครื่องสำอางอันตรายที่พบส่วนผสมของสารห้ามใช้ในเครื่องสำอาง (ต่อ)

เครื่องสำอาง	ตรวจพบ
FAYLACIS Night Cream	สารประกอบของปรอท
Mind Skin Baby Face Cream	สารประกอบของปรอท
เพียว ไวท์ ครีม โสมไข่มุกผสมบัวหิมะ	สารประกอบของปรอท
WEiJiAO Fade-Out Day Cream	สารประกอบของปรอท
WEiJiAO Whitening Night Cream	กรดเรตินอยิก
พอลล่า ครีมทาผิว (ครีมทากลางวัน)	สารประกอบของปรอท
พอลล่า ครีมทาฝ้า (ครีมทากลางคืน)	ไฮโดรควิโนนและกรดเรตินอยิก
พอลล่า ครีมทาผิว (ครีมทากลางวัน)	สารประกอบของปรอท
พอลล่า ครีมทาฝ้า (ครีมทากลางคืน)	ไฮโดรควิโนน และกรดเรตินอยิก
พอลล่า ครีมทาผิว (ครีมทากลางวัน)	สารประกอบของปรอท
Pharmacy Cream ครีมขาวเนียน	ไฮโดรควิโนนและกรดเรตินอยิก
มายด์ แอนด์ มายด์ ครีม โสมผสมหัวไชเท้าสกัด	สารประกอบของปรอท
คลินิกแคร์ Whitening Night Cream (ตลับสีแดง)	กรดเรตินอยิก
คลินิกแคร์ Brightening Night Cream (ตลับสีน้ำเงิน)	สารประกอบของปรอท
White Care cream ครีมหน้าเด็ก	สารประกอบของปรอท
Kim ครีมไข่มุกผสมบัวหิมะ	สารประกอบของปรอท
ไวท์โรส ครีมรกแกะ หน้าขาวใส ลดจุดด่างดำ	สารประกอบของปรอท
ครีมสมุนไพรว่านนางสาว สูตร 1	สารประกอบของปรอท
MC MIRACLE CREAM WHITENING DAY CREAM	สารประกอบของปรอท
MC MIRACLE CREAM WHITENING NIGHT CREAM	ไฮโดรควิโนน
Arocha ครีมสมุนไพรว่านหางจระเข้	สารประกอบของปรอท
ครีมแคโรท KN	สารประกอบของปรอท
ครีมหัวไชเท้า KN	สารประกอบของปรอท
McFIN แอคทีฟไวท์ ทริทเม้นท์ ครีมลดเลือนจุดด่างดำ	สารประกอบของปรอท
ครีมบำรุงผิวสมุนไพรขมิ้นชัน	สารประกอบของปรอท
ครีมรกแกะ Placenta cream (ฝาสีฟ้า)	สารประกอบของปรอท
ครีมรกแกะ ผสมคอลลาเจน สูตร Day Cream / SPF 15	สารประกอบของปรอท
ครีมรกแกะ Placenta cream สูตรพิเศษสำหรับฝ้าหน้า	สารประกอบของปรอท
ครีมรกแกะ Placenta cream (ฝาสีชมพู)	สารประกอบของปรอท

ตารางที่ 42 รายชื่อเครื่องสำอางอันตรายที่พบส่วนผสมของสารห้ามใช้ในเครื่องสำอาง (ต่อ)

เครื่องสำอาง	ตรวจพบ
Dr.JAPAN SKIN LIGHTENING COMPLEX NANO GREEN TEA ACTIVE	สารประกอบของปรอท
เรเดียนซ์ ไวท์ สปา ครีมหน้านมชาเขียว	สารประกอบของปรอท
Dr.SUCHART ครีมรักษาผิวขาว ลบรอยฝ้า	สารประกอบของปรอท
พี-แคร์ครีม สมุนไพรจีน รักษาผิวขาว ลบรอยฝ้า	สารประกอบของปรอท
NEW FACE Whitening Night Cream	สารประกอบของปรอท
P.S. Fruit Cream ทริทเม้นท์บำรุงผิวขาว-ใส บรรจุในกล่องกระดาษสีเขียว-เงิน	สารประกอบของปรอท
KARME ครีมกลางคืน	สารประกอบของปรอท
Baby Charm ครีมสมุนไพรว่านหางจระเข้	สารประกอบของปรอท
ML ครีมสมุนไพรสด ตราดอกทานตะวัน	สารประกอบของปรอท
คลินิกแคร์ ตครอยดำ (ครีมสีเขียวยเหลือง)	กรดเรทีโนอิก
สมุนไพรจูติมา ครีมลดจุดด่างดำ กระ(ฝ้า)ปิดด้านในสีขาว)	สารประกอบของปรอท
คลินิกแคร์ ครีมประทินผิว สูตรขมิ้น	ไม่ระบุ
คลินิกแคร์ ครีมประทินผิว ตครอยดำ	ไฮโดรควิโนนและกรดเรทีโนอิก
คลินิกแคร์ ตครอยดำ (ครีมสีเหลือง)	กรดเรทีโนอิก
สมุนไพรจูติมา ครีมลดจุดด่างดำ กระ(ฝ้า)ปิดด้านในสีขาวขุ่น)	สารประกอบของปรอท
U Nice ครีมฝ้า นานมข้าวผสมโยเกิร์ต	สารประกอบของปรอท
สมุนไพรจูติมา ขมิ้นสด	สารประกอบของปรอท
U Nice ไวท์เทนนิ่ง ครีมสีว-ฝ้า ไข่ไก่ผสมน้ำผึ้ง	สารประกอบของปรอท
ชามอง ครีมสมุนไพร (ครีมสมุนไพรชะเอมเทศ)	สารประกอบของปรอท
ครีม ชาเขียว DR.JAPAN	สารประกอบของปรอท
OEISHI GREEN TEA CREAM & HONEI MEAL	สารประกอบของปรอท
ครีม สมุนไพรว่านนางสาว	สารประกอบของปรอท
EED'S ครีมไข่มุก หน้าสวย ทาก่อนนอน ครั้งที่ 2	ไฮโดรควิโนน
EED'S ครีมแก้ฝ้า จุดด่างดำ ทาก่อนนอน ครั้งที่ 1	สารประกอบของปรอท
ไวท์โรส ครีมรกแกะ หน้าขาวใส ลดจุดด่างดำ	สารประกอบของปรอท
มิสเดย์ หน้าแดง ขาวใสกระชับ ป้องกันแสงแดด SPF 15 บรรจุในกล่องกระดาษสีชมพู	ไฮโดรควิโนนและกรดเรทีโนอิก
เมลลาแคร์ บรรจุในกล่องกระดาษสีเขียว	ไฮโดรควิโนนและกรดเรทีโนอิก

ตารางที่ 42 รายชื่อเครื่องสำอางอันตรายที่พบส่วนผสมของสารห้ามใช้ในเครื่องสำอาง (ต่อ)

เครื่องสำอาง	ตรวจพบ
โลชั่นวินเซิร์ฟ ลดฝ้า-กันแดด(ห่อด้วยพลาสติกใสไม่มีสี ร่วมกับ ครีมวินเซิร์ฟและสบู่มุนไพรรองพื้นซึ่งผสมมะขาม)	ไฮโดรควิโนน
อองรี ครีมรกแกะ ลดริ้วรอย-ฝ้า	ไฮโดรควิโนน
3 ทรีเคย์ เนเชอรัล บรรจุนในกล่องสีขาว-เขียว-ฟ้า	สารไฮโดรควิโนน
ไวท์โรส นาโน-โซมส์	สารประกอบของปรอท
พอลลา ครีมทาฝ้า สูตรสำหรับตอนกลางคืน	ไฮโดรควิโนน
ครีมบัวหิมะ หลิง-หลิง	สารประกอบของปรอท
ชาใต้ ชาบู by มิสเคย์ กล่องสีน้ำเงิน	ไฮโดรควิโนน
ชาใต้ ชาบู by มิสเคย์ กล่องสีชมพู	สารไฮโดรควิโนน
MADAME ORGANIG เซรั่มชาเขียว	กรดเรทิโนอิก
MADAME Organic โปรีตินสาหร่าย (กล่องสีทอง)	สารประกอบของปรอท
MADAME Organic โปรีตินสาหร่าย กล่องสีเงิน	สารประกอบของปรอท

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ – สกุล	นางสาว พรชนัน สุขเจริญชัยกิจ
ที่อยู่	5/1 หมู่ 4 ตำบลปากแรต อำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี 70110
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2548	สำเร็จการศึกษาปริญญาเกสัชศาสตร์บัณฑิตจาก มหาวิทยาลัยรังสิต
พ.ศ. 2549	ศึกษาต่อระดับปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาการคุ้มครองผู้บริโภคด้าน สาธารณสุข บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
ประวัติการทำงาน	
พ.ศ. 2549 – 2552	เภสัชกร โรงพยาบาลชานคามิลโล จังหวัดราชบุรี